

I tjänstesektorn finns stor potential till nya jobb



SVENSKT NÄRINGSLIV  
CONFEDERATION OF SWEDISH ENTERPRISE



Hjälp tidsbrist!

# Förord

Globaliseringen ger oanade möjligheter till Sverige. Inte minst för tjänstehandel är framtiden ljus, om förutsättningarna förbättras.

Efterfrågan på olika varor och tjänster växer snabbt. Internationaliseringen och vår europeiska hemmamarknad innebär att svenska företag har betydande möjligheter. Tyvärr hindras produktionen på en rad områden av att regelverket gör det svårt att starta och driva företag.

Det diskuteras ofta att hightech är viktig för den svenska exporten. Detta är förvisso sant, men fler fungerande sektorer i ekonomin behövs för att svensk ekonomi ska utvecklas. Här spelar tjänstesektorn en viktig roll, bland annat som sysselsättningsmotor.

Men för att kunna dra nytta av tjänstehandeln krävs att förutsättningarna förbättras, vilket illustreras i denna rapport.

Rapporten är författad av Eva Jivmark, ansvarig för tjänstehandelsfrågor, och Hanna Widell Norström, nationalekonom vid Svenskt Näringsliv. Undersökningen har gjorts i samarbete med Malin Blank och Henrik Öhman, analytiker, Handelns Utredningsinstitut, HUI.

Stockholm september 2006

Per Juth  
*Biträdande chefekonom*

# Innehåll

SAMMANFATTNING . . . . .	4
PERSONLIGA OCH HUSHÅLLSNÄRA TJÄNSTER . . . . .	5
NYA TJÄNSTEBEHOV FÖDER NYA AFFÄRSIDÉER. . . . .	7
SVENSK/UTLÄNDSKA BEMANNINGSFÖRETAG . . . . .	8
STOR PRISSKILLNAD MELLAN OLIKA LÄNDER . . . . .	10
VILKA TJÄNSTER SKULLE SVENSKARNA VILJA KÖPA? . . . . .	14
KÖPA SVART ELLER VITT? . . . . .	17
VAD BETYDER SÄNKTA PRISER FÖR EFTERFRÅGAN? . . . . .	19
TJÄNSTESEKTORN PÅ STARK FRAMMARSCH. . . . .	20
TJÄNSTESEKTORN – EN DEL AV GLOBALISERINGEN . . . . .	21

# Sammanfattning

Det finns en stor potential till nya jobb i tjänstesektorn.

Svenska folket vill köpa personliga och hushållsnära tjänster – bara priset är det rätta. För många av dagens människor är tid en bristvara, inte minst för barnfamiljer, folk i karriären och människor med dubbla arbeten. Denna tidsbrist har på senare år resulterat i ökad efterfrågan på personliga och hushållsnära tjänster, som till exempel städhjälp, snöskottning, trädgårdsarbete och hantverkartjänster av olika slag.

Personliga och hushållsnära tjänster utgör dock än så länge bara en ganska liten del av den totala tjänstemarknaden – cirka 150 miljoner kronor. Desto större är den svarta marknaden – cirka 10 miljarder kronor.

Vi har genomfört en undersökning där 1 027 svenskar i åldrarna 18 år och uppåt svarat på frågor som rör deras inställning till att köpa hushållsnära och personliga tjänster. Några av resultaten är följande:

- Det är relativt få som i dag köper tjänster av detta slag. Så kallade kvalificerade tjänster, till exempel hantverkartjänster, köps i större utsträckning än icke-kvalificerade tjänster. De sistnämnda, som till exempel veckostädning, barnvakt och fönsterputs, köps endast av en tiondel av de tillfrågade.
- Cirka 80 procent skulle vilja köpa personliga och hushållsnära tjänster, förutsatt att priset är rimligt. Framför allt vill man att städning, tvätt och fönsterputsning ska bli billigare, liksom även trädgårds- och hantverkartjänster.
- Cirka 60 procent kan med dagens höga priser tänka sig att köpa tjänster av detta slag svart. När det gäller icke-kvalificerade tjänster, som till exempel att städa hemmet, putsa fönster, vakta hunden eller passa barn, är det ännu fler som kan tänka sig att betala svart, nämligen cirka 80 procent. Samtidigt tror två av tre att svenska folket i grunden vill göra rätt för sig och betala vitt.

Vi har också jämfört priserna på personliga tjänster i Stockholm och Lettland. Undersökningen visar att priserna på hushållsnära tjänster i genomsnitt är 66 procent högre i Stockholm än i Riga.

För fyra tjänster – veckostädning, skrädderi, målning av ett rum och biltvätt – har vi gjort beräkningar för att se vilken effekt en prissänkning skulle få på efterfrågan. Om priset sänks med 10 procent ökar efterfrågan på veckostädning med cirka 60 procent. Samma prissänkning ökar efterfrågan på de tre övriga tjänsterna med 20-30 procent.

Sammantaget visar undersökningen och beräkningarna att det finns en stor potential till en växande marknad för personliga och hushållsnära tjänster. Antalet sysselsatta med personliga tjänster har ökat med 5 procent eller 22 000 personer mellan 1987 och 2004. Men för att det ska bli riktig fart på utvecklingen krävs minskade skattekilrar. Det kan ske genom att sänka inkomstskatten som ger ökad köpkraft hos hushållen och/eller sänkta priser genom att de olika skatterna på tjänster sänks, till exempel arbetsgivaravgifter, företagskatter och moms.

Det finns redan många företag som etablerat sig på den svenska marknaden för att sälja hushållsnära tjänster av olika slag. Det gäller dels inhemska företag, dels vad vi i den här rapporten kallar svensk/utländska bemanningsföretag. De senare finns inte bara inom byggbranschen, utan även inom tandvård och många andra sektorer. Lägre arbetskraftskostnader och lägre beskattning gör att de kan erbjuda tjänster till ett lägre pris.<sup>1)</sup>

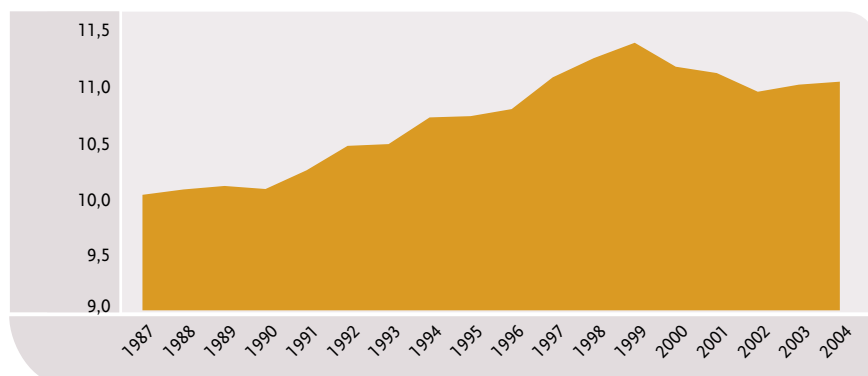
# Personliga och hushållsnära tjänster

För många människor är tid en bristvara, inte minst för barnfamiljer, folk i karriären och människor med dubbla arbeten. Hur få tiden att räcka till för arbete, familj och fritidssysselsättningar?

Denna tidsbrist har resulterat i en ökad efterfrågan på personliga och hushållsnära tjänster, det vill säga tjänster som köps och konsumeras av en person eller ett hushåll direkt och inte finansieras via skatter eller olika typer av försäkringar. Dessa tjänster kan omfatta allt från hårklippning och fotvård till städhjälp, biltvätt, barnvakt eller deklarationshjälp. I begreppet ryms också hantverkartjänster från till exempel målare, snickare, rörmokare och elektriker.

Personliga tjänster utgör än så länge en ganska liten del av den totala tjänstemarknaden, även om sektorn växt sedan början av 1990-talet. Detta märks bland annat genom att antalet sysselsatta med personliga tjänster ökat med 5 procent eller 22 000 personer mellan 1987 och 2004. Av diagrammet nedan ser vi att antalet sysselsatta med personliga tjänster uppgår till drygt 10 procent

## SYSSELSATTA MED PERSONLIGA TJÄNSTER SOM ANDEL AV DEN TOTALA SYSSELSÄTTNINGEN



av det totala antalet sysselsatta. Almega, en organisation för tjänsteföretag, har beräknat att den totala marknaden för personliga tjänster uppgår till cirka 150 miljoner kronor per år.<sup>2)</sup>

## EFTERFRÅGAN PÅ OLIKA TJÄNSTER VARIERAR MED TJÄNSTENS ART.

Så kallade *okvalificerade tjänster* utför vi många gånger själva. Det är arbeten som inte kräver någon särskild utbildning, som till exempel att tvätta bilen, städa, laga mat, tvätta och passa barn.

*Kvalificerade tjänster*, som till exempel naprapati, tandvård, elektrikerarbeten, byggjobb, skrädderi eller hårstyling, är vi emellertid beredda att betala för. Kvalificerade tjänsteutövare har i regel gedigna yrkesutbildningar och deras kunskap är svår att ersätta med egen kunskap.

Inom vissa kvalificerade tjänsteområden kan man emellertid genom erfarenhet och övning utveckla tillräckligt mycket kunskap för att på egen hand utföra arbetet. Som hobbysnickare kan man till exempel själv bygga en veranda och som hobbyskräddare eller hobbyfrisör kan man själv sy kläder till familjen eller klippa barnens hår.

Möjligheten att själv utföra kvalificerade tjänster begränsas dock av vissa

## Fyra dagar med familjen Bengtsson:

### Torsdag:

*Väckning, frukost, lämning till dagis, personalmöte på arbetet, snabb lunch, projektmöten hela eftermiddagen, hämtning på dagis, makaroner och falukorv till middag, lämna äldsta dottern på ridskola, hämta sonen på fotbollen, läxläsning, pappa spelar tennis, disk och sent i säng.*

### Freitag:

*Upp tidigt, frukost, leta efter försvunna badkläder, dagislämning, möten, lunch med kollegorna, nya möten, tidrapport, hämtning på dagis, vi storhandlar, svärmor på middag, disk, somnar i soffan.*

### Lördag:

*Äntligen helg, idag hinner vi städa, tvätta, stryka och klippa gräset, yoga, gå på grillfest hos grannarna.*

### Söndag:

*Besök mormor på ålderdomshemmet, åka till soptippen, tvätta bilen, rensa ogräs, barnen leker hos kompisar, laga middag, diskar, pratar om vem som ska gå på föräldramötet på tisdag, ringer till svärmor för att be henne hämta barnen från dagis på onsdag då pappa sitter i möte och mamma är på kurs, viker tvätt, tittar på nyheterna, somnar med dåligt samvete.*

regleringar, till exempel försäkringsregler som säger att elarbeten och olika typer av VVS-installationer måste utföras av professionella yrkesmän för att försäkringen ska gälla.

Det finns också exempel på tjänster som vi måste köpa, oavsett vi vill eller inte. Om till exempel värmepannan går sönder mitt i kalla vintern tvekar vi sannolikt inte för att anlita någon som snabbt reparerar den, oavsett pris.

## Case 1: Bostart

*”Spelregler ändras när fastighetsmäklare får bjuda på säljarnas uppdrag”*

- Nya behov ger nya affärsidéer

Nya livsstilar och livsvillkor innebär nya behov. För att säkerställa en växande tjänstesektor, krävs en kontinuerlig utveckling av marknaden anpassad efter de faktorer som ökar konsumenternas välbefinnande. Ur detta perspektiv är entreprenörskap, innovation, viljan att driva och utveckla nya verksamheter och förmågan att förstå vad som driver kundnytta nyckelord.

Företaget Bostart är ett bra exempel på detta. Bostart är ett privat företag som grundades 2005. Deras affärsidé är att underlätta affärsuppställning mellan mäklare och privatpersoner som ska sälja sin bostad. Syftet med tjänsten är att konkurransutsätta fastighetsmäklarbranschen då bostadsmarknaden blir allt hetare samtidigt som förtroendet för fastighetsmäklarna är i botten. Fastighetsaffärer görs vid få tillfällen i livet och säljaren har sällan tillräcklig kunskap om branschen för att kunna ställa rätt krav på fastighetsmäklaren. Här har grundarna bakom Bostart uppmärksammat ett stort behov hos konsumenterna.

Tjänsten är utformad så att säljaren lägger in sitt försäljningsuppdrag på hemsidan. Därefter lämnar mäklarna anbud på uppdraget i konkurrens med varandra. Förhoppningen är att mäklarna priskonkurrerar med varandra och anstränger sig för att i alla delar möta kundernas behov.

*Källa: [www.bostart.se](http://www.bostart.se)*

# Nya tjänstebehov föder nya affärsidéer

Den ökade efterfrågan på tjänster skapar nya möjligheter för företag.

Ett exempel är HomeMaid, som startades 1997, med affärsidén att frigöra tid för privatpersoner genom att erbjuda hushållsnära tjänster.

Ett annat exempel är DinaGrannar. Via en Internetsida förmedlar företaget kontakter mellan å ena sidan personer som behöver hjälp och å andra sidan föreningar, företag och personer som har tid och expertis för att erbjuda sådan hjälp.

Trots att den personliga tjänstesektorn utvecklats relativt snabbt finns det mycket som tyder på att behovet av tjänster är betydligt större än utbudet. Det tydligaste exemplet på detta är den svarta marknaden. Dess existens tyder dels på att den vita marknaden inte kan leverera allt som efterfrågas, dels på att priserna på den vita marknaden är för höga.

## Case 2: HomeMaid

*"Vår syn på tillvaron – bättre livskvalitet!"*

- Städa, tvätta, stryka, handla, putsa fönster, skjutsa barnen...  
Behöver Du underlätta vardagen?

HomeMaid Hemservice ABs affärsidé är att ge kunderna bättre livskvalitet genom att erbjuda städning i hemmet och på kontoret. HomeMaid Hemservice AB grundades år 1997 i Kalmar. Bolaget har under åren expanderat och är idag etablerat på flera orter i Sverige, bland annat i Stockholm, Göteborg och Malmö. Utöver egna filialer finns samarbete i ytterligare några städer. Antalet anställda är idag ca 200 personer. Under sommaren år 2004 utvecklades verksamheten ytterligare till att även innefatta hemtjänst.

Företaget vänder sig i huvudsak till andra företag som ger sina anställda städning med mera som löneförmån men även privatpersoner kan köpa tjänster av HomeMaid.

HomeMaid Hemservice AB är sedan november 2005 noterat på AktieTorget.

*Källa: Åsa Keller, VD, HomeMaid Hemservice AB. Augusti 2006.*

# Svensk/utländska bemanningsföretag

Förhållandena på tjänstemarknaden har också gett upphov till nya företagskoncept, som vi i den här studien kallar *svensk/utländska bemanningsföretag*. Företagsidén grundar sig på de stora skillnader som råder mellan olika länder när det gäller arbetskraftskostnader och skattesatser.

Lönerna som betalas i dessa företag motsvarar antingen avtalade löner enligt svenska kollektivavtal eller de löner som finns i landet där företaget är registrerat. Den senare modellen används för personer som arbetar i Sverige under maximalt sex månader.

De svensk/utländska bemanningsföretagens kunder utgörs till största del av små och medelstora företag. En orsak till detta är att det är billigare för företag än privatpersoner att köpa tjänster från dessa bemanningsföretag, eftersom företag inte betalar moms till andra företag inom EU. Många svensk/utländska bemanningsföretag upplever dock en ökad efterfrågan även från svenska privatpersoner. Förklaringen är det jämförelsevis förmånliga priset för tjänsterna.

De svensk/utländska bemanningsföretagen är verksamma inom flera sektorer. Utvecklingen har gått längst inom byggsektorn, vilket kan bero på att det inte finns några auktoriseringsregler för att till exempel utländska snickare ska få arbeta i Sverige. Sedan 2001 har 30-40 nya svensk/utländska bemanningsföretag etablerat sig på byggmarknaden i Sverige. Några av dessa är Balticpool, Byggbemanning och Polenkonsulten.<sup>3)</sup> Priset på byggtjänster som erbjuds av dessa bemanningsföretag uppskattas ligga 25-40 procent lägre än motsvarande pris från svenska företag.

Även antalet utländska målare och elektriker, som förmedlas av svenska/utländska bemanningsföretag, har ökat. För att arbeta som till exempel elektriker i Sverige måste vissa krav vara uppfyllda. Utländska elektriker kan därför ansöka om svensk auktorisering. Elektriker som inte har svensk auktorisering kan emellertid arbeta i Sverige om vederbörande övervakas av en auktoriserad, svensk elektriker.

En annan sektor där bemanningsföretag med konkurrenskraftiga priser slagit sig in i Sverige gäller tandvård. City Dental har etablerat sig i Stockholms innerstad och hyr in utländska tandläkare på begränsad tid. Företaget har satsat på större kliniker och bättre öppettider med mottagning även på kvällar och helger. City Dental håller betydligt lägre priser än såväl Folk-tandvården som privattandläkare<sup>4)</sup> och har haft full beläggning alltsedan starten.

Det finns också svensk/utländska bemanningsföretag som inte begränsat sig till någon specifik bransch utan rekryterar den kompetens som köparen efterfrågar.

Utvecklingen för många svensk/utländska bemanningsföretag har varit positiv, men samtidigt har de också stött på problem. Det svenska byråkratin med långa handläggningstider har varit ett sådant. Medias framställning har varit ett annat. Företagen har ofta felaktigt blandats ihop med svartarbete, vilket gett dem en negativ image.

Att letter, polacker och många andra nationaliteter kommer till Sverige och arbetar är i grunden inte konstigare än att svenska byggarbetare, svetsare, läkare och sjuksköterskor under många år åkt till Norge, England och Irland för att arbeta. Om det är okay att en svensk sjuksköterska vårdar patienter i Norge, bör det väl också vara acceptabelt att en lettisk snickare arbetar på ett svenskt bygge.

Med de svensk/utländska bemanningsföretagens inträde på den svenska marknaden får fler svenskar nu möjlighet att köpa tjänster till rimliga priser – och göra det vitt. Den svarta sektorn kommer kanske aldrig att försvinna, men den kan minska i takt med att fler lågprisaktörer kommer in på den svenska marknaden.

## Case 3: Balticpool

*"Kvalitet är minst lika viktigt som priset – När du bygger en veranda vill du ju inte att den ska luta!"*

- Balticpool, ett bemanningsföretag som levererar kvalitet till lågpris

Balticpool är ett fyra år gammalt bemanningsföretag med säte i Lettland som hyr ut lettiska byggnadsarbetare till köpare i Sverige. En mindre del av företagets kunder utgörs av privatpersoner. Den största delen av Balticpools kunder består av mindre byggnadsföretag som tar in byggarbetare via Balticpool till byggnadsprojekt som i regel utförs för privatpersoner. Idag har Balticpool 25 heltidsarbetande, lettiska byggarbetare som är verksamma i Sverige.

För Balticpool går utvecklingen spikrakt uppåt. Under 2005 sålde företaget mellan 40 000 och 50 000 bemanningstimmar till svenska köpare. Det är tre gånger så mycket som det som såldes under 2004. En del av tillväxten förklarar Balticpool med att det är högkonjunktur inom byggbranschen och därmed stor efterfrågan på byggjobbare. Den främsta orsaken är priset på de lettiska byggjobbarna. Medan en svensk snickare kostar cirka 350 kronor i timmen inklusive moms, är motsvarande pris för en snickartjänst som köps via Balticpool 190 kronor i timmen inklusive moms – detta trots att de lettiska snickarna betalas löner enligt svenska kollektivavtal. Prisskillnaden beror på de skatteskillnader som råder mellan Sverige och Lettland.

Trots att priset är den främsta drivkraften till Balticpools framgångar, vill företaget betona vikten av kvalitet i tjänsten. Med kvalitet avser man framför allt att företaget har ansvar för att arbetet blir utfört enligt kundens önskemål och förväntningar. Samtidigt kräver man att kunden har fullt försäkringsskydd och betalar alla skatter och avgifter för Balticpools byggnadsarbetare.

*Källa: Göthe Bengtsson, VD och grundare av Balticpool (mars 2006).*

## Stor prisskillnad mellan olika länder

Vi har jämfört priserna på 20 olika tjänster i Sverige respektive Lettland.<sup>\*)</sup> Studien visar, inte helt oväntat, på betydande prisskillnader. Priserna på hushållsnära tjänster är i genomsnitt 66 procent högre i Stockholm än i Riga.

I tabellen nedan kan vi se att de största prisskillnaderna finns bland så kallade kvalificerade tjänster och att de är allra störst för hantverkartjänster som utförs av elektriker, målare, snickare och rörmokare. Att till exempel anlita en snickare för att montera in ett fönster i en vägg kostar i Riga bara 7 procent av priset i Stockholm.

Prisskillnaden för okvalificerade tjänster är något mindre. Det genomsnittliga priset för till exempel fyra timmars städning, att få 15 fönster putsade på ut- och insidan, fyra timmars barnvakt eller en biltvätt är cirka 60 procent lägre i Riga än i Stockholm.

### PRISSKILLNADER FÖR HUSHÅLLSNÄRA TJÄNSTER I STOCKHOLM VS RIGA.

TJÄNSTESPECIFIKATION	STOCKHOLM GENOMSNIITTS- PRIS (SEK)	RIGA GENOMSNIITTS- PRIS (SEK)	PROCENTUELL PRISSKILLNAD STOCKHOLM VS RIGA
Naprapatbehandling (1 timme)	433:–	238:–	45%
Tandläkarbesök (undersökning plus två röntgenbilder för en person över 30 år)	573:–	211:–	63%
Helkroppsmassage (1 timme)	623:–	198:–	68%
Hårklippning (dam, långt hår)	435:–	139:–	68%
Elektriker – Installation av tre nya kontaktuttag i ett rum	608:–	47:–	92%
Rörmokare – Installation av en ny diskbänk	1 283:–	225:–	83%
Takläggare – Lägga nytt tjärpapperstak på 140 kvm	18 933:–	6 286:–	67%
Snickare – Göra hål och installera ett treglasfönster (100x120 cm) i ett trähus.	6 967:–	472:–	93%
Målare – Tapetsera ett rum på 15 m <sup>2</sup>	2 500:–	350:–	86%
Reparatör – Byte av motor i en tvättmaskin från Electrolux	1 046:–	185:–	82%
Städning av hemmet (4 timmar inklusive att damma, dammsuga och torka golv)	893:–	435:–	51%
Putsa fönster (15 fönster som putsas på in- och utsidan)	875:–	265:–	70%
Barnvakt (4 timmar mitt i veckan, inklusive hämtning från skola eller dagis)	713:–	81:–	89%
Hunddagis (veckodagar från 9 - 17 under en månad)	2 367:–	1 953:–	17%
Skräddare – Sy upp en herrkostym i ull, (storlek 52)	6 167:–	1 087:–	82%

Skräddare – Sy upp en kjol i ull, (storlek 38)	2 467:–	220:–	91%
Skräddare – Sy upp en herrskjorta i bomull (kragstorlek 42)	767:–	234:–	70%
Biltvätt av en Volvo V70 (bilen tvättas för hand både på in- och utsidan)	623:–	144:–	77%
Byte av avgassystem på en Volvo V70 årsmodell 1999 på märkesverkstad	669:–	741:–	-11%
Byte till sommardäck på en Volvo V70 årsmodell 1999 på märkesverkstad	275:–	163:–	41%

\* Vi har valt tjänster som är representativa för både den svenska och den lettiska marknaden. Prisuppgifter har hämtats från tre olika företag för varje tjänst i både Stockholm och Riga. Vi valde priserna i huvudstäderna för att undvika eventuella regionala skillnader som kan påverka priset. De lettiska priserna har redovisats i den lettiska valutan Lats (LVL) och sedan räknats om till svenska kronor utifrån den genomsnittliga växelkursen för undersökningsperioden (den genomsnittliga växelkursen för perioden 27/3-06 till 29/3-06 uppmättes till 1 LTL=13,47 SEK). De priser som redovisas motsvarar endast arbetskostnaden för tjänsten plus moms. Eventuella materialkostnader ingår ej. Det är det ordinarie priset som redovisas, ingen hänsyn har tagits till eventuella rabatter vid mätillfället.

### VAD BEROR PRISSKILLNADERNA PÅ?

Det är svårt att i mätningar av detta slag få med kvalitetsaspekten. Med detta sagt kan det ändå vara intressant att ställa frågan varför priserna på olika tjänster skiljer sig så mycket åt mellan Sverige och Lettland.

Såväl efterfrågan som konkurrenssituationen har betydelse. En stor efterfrågan leder generellt till högre prisnivåer. En högre prisnivå kan också bero på högre inkomster. En tumregel brukar vara att länder med hög inkomst, som Sverige, generellt sett har en hög efterfrågan och därmed högre priser.<sup>5)</sup> Bristande konkurrens leder i regel också till sämre effektivitet, vilket ökar produktionskostnaderna och höjer priserna.

En annan orsak till prisskillnaderna är att företagen har olika kostnadslägen. Lettland, liksom många andra östeuropeiska länder, betraktas som ett typiskt lågkostnadsland, framför allt med avseende på arbetskraftskostnaderna, medan arbetskraftskostnaderna i Sverige är höga.<sup>6)</sup> Det sistnämnda beror till stor del på våra höga skatter och sociala avgifter.<sup>7)</sup> I Sverige betalar ett företag 78 500 kronor i arbetsgivaravgifter för en anställd med en årslön på 240 000 kronor. Härutöver betalar företaget även avgifter till avtalsförsäkringar och en särskild löneskatt på pensionskostnaden för den anställde.<sup>8)</sup>

### SKATTERNAS ANDEL AV DET TOTALA PRISET – EN JÄMFÖRELSE MELLAN SVERIGE OCH LETTLAND<sup>1</sup>

Priset i Sverige <sup>2)</sup>		Priset i Lettland <sup>3)</sup>	
Tjänstens pris	2 500 SEK	Tjänstens pris	350 SEK
Moms (25%)	-500	Moms (18%)	-53,47
Total bruttolön	2 000	Total bruttolön	296,34
Egenavgifter (30,89%)	-472	Egenavgifter (24,09%)	-57,65
Synlig lön	1 528	Synlig lön	239,23
Inkomstskatt (marginalskatt 52,8%)	-807	Företagsskatt (marginalskatt 15%)	-35,83
Nettolön	721	Nettolön	203,26
Totala skatter		Totala skatter	
Moms	500	Moms	53,47
Egenavgifter	472	Egenavgifter	57,65
Inkomstskatt	807	Företagsskatt	35,83
	= 1 779 SEK		= 147 SEK
Skatternas totala andel priset:	71%	Skatternas totala andel priset:	42%

<sup>1</sup> Uträkningarna är baserade på resultatet av prisstudien och motsvarar priset för att anlita en målare för att måla om ett rum på 15 m<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Skatternas andel på det svenska priset för att en målartjänst har räknats ut med hjälp av schablonsetser som har tagits fram av Skattebetalarnas Förening. För uträkningarna har följande antaganden gjorts:

– Målaren är egenföretagare.  
– Målaren har en årsinkomst på över 350 000 SEK.

<sup>3</sup> Skatternas andel på det lettiska priset har räknats fram i samarbete med Central European University i Riga. För uträkningarna har följande antaganden gjorts:

– Målaren är egenföretagare och har en årlig omsättning på över 10 000 LVS, vilket innebär att företagaren är skyldig att betala en moms-sats på 18 procent. (Företag med en årsomsättning på under 10 000 LVS är undantagna moms).

Även skatter påverkar naturligtvis prisnivån. Punktskatter, som till exempel momsen, påverkar priset direkt, medan beskattningen av företagsvinst, arbete och kapital påverkar priserna indirekt via företagets produktionskostnader. Sverige har, efter Tyskland och Belgien, den högsta skatten på arbete i hela Europa. Sverige har också sammantaget den högsta företagsbeskattningen.

Det är varken möjligt eller ens önskvärt att de svenska lönerna på hushållsnära tjänster ska pressas ner till lettisk nivå, men priset kan påverkas genom ökad konkurrens och lägre skatter. Flera utländska aktörer pekar på svårigheterna att etablera sig i Sverige. Delar av de höga priserna på hushållsnära tjänster i Sverige torde därför vara konsekvenser av det svenska etableringsklimatet och det svenska skattesystemet.

# Vilka tjänster skulle svenskarna vilja köpa?

Hur påverkar då de svenska priserna oss konsumenter? Vi har genomfört en undersökning där 1 027 svenskar i åldrarna 18 år och uppåt svarat på frågor som rör deras inställning till att köpa hushållsnära och personliga tjänster.<sup>9)</sup>

Resultatet visar att det i dag är få svenskar som köper tjänster av detta slag. Svaren, som redovisas i tabellen nedan, visar att kvalificerade tjänster köps oftare än icke-kvalificerade. De sistnämnda, som till exempel veckostädning, barnvakt och fönsterputs, köps endast av en tiondel av de tillfrågade.

## SVENSKARNAS KONSUMTION AV HUSHÅLLSNÄRA TJÄNSTER: HAR DU, OCH I SÅ FALL HUR OFTA, KÖPT NÅGON ELLER NÅGRA AV FÖLJANDE TJÄNSTER UNDER DE SENASTE TVÅ ÅREN?

	INTE ALLS	VID ETT TILLFÄLLE	VID 2-4 TILLFÄLLEN	VID 5 ELLER FLER TILLFÄLLEN	REGLBUNDET (VECKO- ELLER MÅNADSVIS)
Naprapatbehandling	80%	6%	8%	5%	2%
Tandläkarvård (undersökning plus röntgen)	16%	25%	45%	12%	2%
SPA-behandling (ex. massage)	64%	16%	13%	5%	3%
Hårstyling (klippning och/ eller färgning)	27%	6%	18%	29%	21%
Anlitat en rörmokare för installationer eller reparation av vvs-system i hemmet eller fritidshuset	69%	21%	8%	1%	0%
Anlitat en takläggare för att lägga tak på hemmet eller fritidshuset	94%	5%	1%	0%	0%
Anlitat en snickare för att bygga om i hemmet eller fritidshuset	85%	9%	5%	1%	0%
Anlitat en målare för att måla om eller tapetsera om i hemmet eller fritidshuset	83%	13%	4%	1%	0%
Anlitat en reparatör för att laga trasiga vitvaror (ex. kyl och frys) i hemmet eller fritidshuset	77%	20%	3%	0%	0%
Städhjälp i hemmet	91%	2%	3%	1%	3%
Hjälp med fönsterputs i hemmet	88%	5%	5%	2%	2%
Lämnat in tvätt för kem- eller vanlig tvätt	70%	15%	12%	3%	1%
Anlitat en barnvakt (ej dagis eller fritids)	90%	2%	4%	3%	2%
Lämnat in hunden på hunddagis	96%	2%	2%	1%	0%

Ekonomisk rådgivning vid deklARATION eller köp av finansiella tjänster	74%	14%	9%	1%	1%
Anlitat en skräddare för att sy upp klädesplagg för eget eller familjens bruk	87%	8%	4%	1%	0%
Lämnat in bilen för tvätt (både in- och utvändigt)	70%	9%	11%	6%	5%
Lämnat in bilen på bilverkstad för byte av lamellskivor	88%	10%	1%	0%	0%
Lämnat in bilen på bilverkstad för byte av däck	69%	15%	14%	1%	1%

Varför köper vi så få tjänster? Drygt hälften av de tillfrågade i undersökningen menar att det är för dyrt att anlita hjälp till hemmet och väljer istället att utföra arbetet på egen hand. 26 procent säger att de gör sådant arbete de är tillåtna att göra, men anlitar professionella företag där det av försäkringsskäl krävs att en yrkeskunnig person utför arbetet. Endast en femtedel av de tillfrågade väljer att själva utföra det hushållsnära arbetet för att de tycker att det är kul.

Närmare 80 procent tycker att det skulle vara bra om de i större utsträckning än i dag kunde betala företaget för att få tjänster utförda i hemmet. 10 procent betonar tidsvinsten som en klar fördel. Personer i flerpersonshushåll ser tidsvinsten som ett viktigare argument för att köpa tjänster än personer som bor ensamma. Endast 5 procent av ensamhushållen tycker att det är bra att köpa tjänster eftersom de ger mer tid till annat, medan motsvarande siffra för hushåll med tre eller fler personer är 13 procent. Detta antyder att ju större familjen är, desto svårare är det att få tiden att räcka till och att köpa tjänster blir då ett viktigare verktyg för att klara vardagslogistiken.

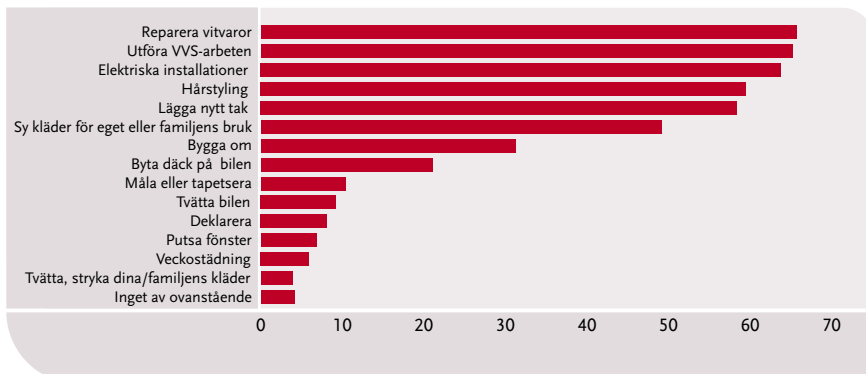
Detta stöds också av SCBs tidsanvändningsstudie.<sup>10)</sup> I denna konstateras att nästan 60 procent av den totala befolkningen mellan 20 och 84 år ofta eller ibland upplever tidsbrist. Tittar vi på separata grupper visar det sig att cirka 80 procent av alla barnfamiljer, antingen med sammanboende eller ensamstående föräldrar, upplever tidsbrist.

Såväl SCBs som vår undersökning visar att det finns behov av hushållsnära och personliga tjänster. Vår egen undersökning visar också att behovet varierar med tjänstens art. Behovet är särskilt stort för arbeten av mer teknisk natur och som ofta kräver professionell kunskap. Att reparera vitvaror, utföra VVS-arbeten, elektriska installationer/reparationer eller att lägga nytt tak är exempel på sådana tjänster.

Att viljan och behovet av att köpa olika hushållsnära tjänster är nära sammankopplat med arbetets svårighetsgrad blir extra tydligt om man ser till konsumenternas villighet att utföra vanliga, mer traditionella hushållsarbeten på egen hand. Ju mer vardagliga hushållsarbeten (städning, fönsterputs, tvättning, strykning), desto mer benägna är konsumenterna att själva avsätta tid för dessa. Resultatet i sig är föga förvånande och förklaras sannolikt av det faktum att detta är arbeten som traditionellt utförts gratis i hemmet och i dagsläget anses för dyra att köpa.

Tabellen nedan visar vilket hushållsnära arbete som vi inte vill göra själva.

## HUSHÅLLSNÄRA ARBETE SOM VI INTE VILL GÖRA SJÄLVA



I vår undersökning bad vi också dem som svarade att ta ställning till vilka av ett antal olika tjänster man önskade skulle bli billigare att köpa i framtiden. Under svarsalternativet ”annat” fick de svarande själva ange de tjänster som de skulle vilja köpa till en lägre kostnad.

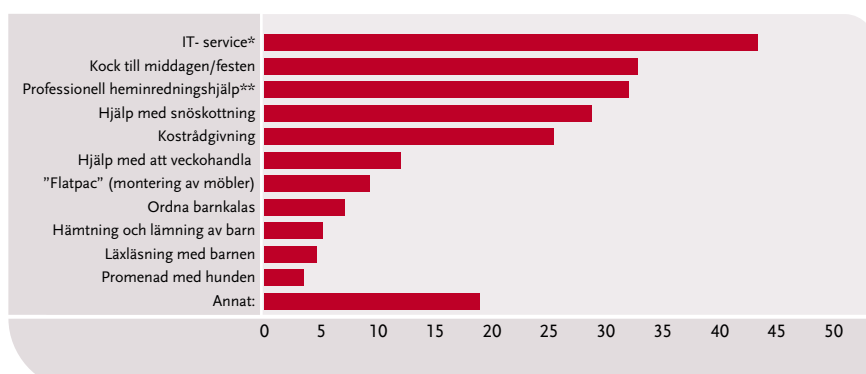
Av drygt 20 procent som valde svarsalternativet ”annat” önskade majoriteten att traditionella hushållssysslor som städning, tvätt och fönsterputsning skulle bli billigare att köpa. Likaså efterlystes billigare trädgårds- och hantverkartjänster. Önskemål fanns också om att kunna engagera personer som ser till och umgås med gamla föräldrar som lever ensamma på annan ort. Ett svar löd så här:

” Städning varje vecka + storstädning 4 ggr/år. Hjälp med inhandling av matvaror. Och någon som kommer och är sällskap till min gamla mamma och ser till så att hon kommer ut. ”

*Konsumentröst i Svenskt Näringslivs konsumentundersökning*

Bland övriga svarsalternativ som redovisas i tabellen nedan, visade sig IT-service, det vill säga hjälp med att installera mjukvara eller trådlöst nätverk etc, populärast. Många önskade också hjälp med middagen/festen, professionell heminredningshjälp och hjälp med snöskottning.

## SVENSKARNAS ÖNSKETJÄNSTER – VILKEN ELLER VILKA AV FÖLJANDE TJÄNSTER SKULLE DU ÖNSKA BLEV BILLIGARE ATT KÖPA I FRAMTIDEN?



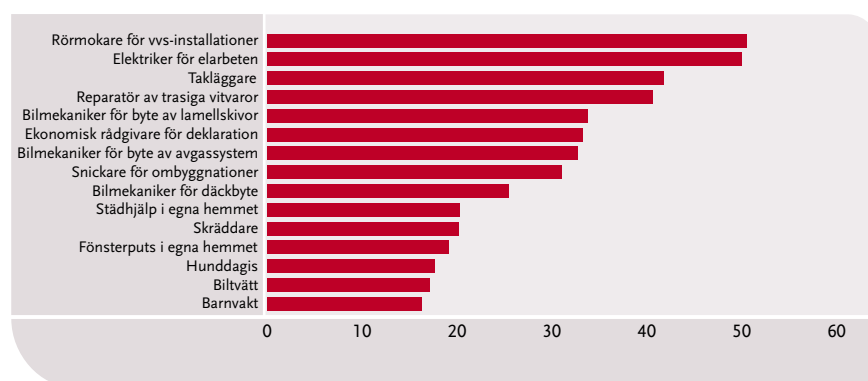
## Köpa svart eller vitt?

Den allmänna föreställningen är att svenskar köper tjänster svart eftersom man inte har råd att köpa dem vitt.<sup>11)</sup> Det bekräftas av den svarta sektorns storlek och av att drygt 60 procent av de tillfrågade i vår undersökning anger att de skulle kunna tänka sig att anlita ett företag eller en person svart för att få en tjänst utförd.

Personer i övre och undre medelåldern (31-55 år) tycks vara mer positiva till att köpa tjänster svart än yngre (18-30 år) och äldre (56 år och äldre). Bland de äldre är det 55 procent som kan tänka sig betala svart, jämfört med cirka 65 procent i gruppen 41-55 år.

Undersökningen visar också att svenska konsumenter är mer ovilliga att betala svart för mer kvalificerade tjänster, som kräver en professionell utförare. Däremot tycker hela 80 procent att det är okay att anlita svart personal för att utföra icke-kvalificerade tjänster som till exempel att städa hemmet, putsa fönster, vakta hunden eller passa barnen.

### SVENSKARNAS INSTÄLLNING TILL "SVARTA TJÄNSTER" – VILKA AV FÖLJANDE TJÄNSTER KAN DU INTE TÄNKA DIG ATT ANLITA "SVART" ARBETSKRAFT FÖR ATT FÅ UTFÖRDA?



Enligt undersökningen tror 66 procent av svenskarna att folk i allmänhet vill göra rätt för sig och betala vitt. Men samtidigt tror en fjärdedel att svenskar i allmänhet anser att de redan betalar så mycket i skatt att de inte har något emot att betala svart där de kan göra det.

Resultatet indikerar att de skattekilrar som hushållsnära och personliga tjänster är betingade med, driver svenska konsumenter till att köpa de tjänster olagligt som man med dagens priser inte har råd att betala vitt för. De höga skattekilarna mellan obeskatat och beskattat arbete begränsar med andra ord efterfrågan på vita tjänster som trängs ut av den svarta marknaden.

**SÅ SPARAR DU STORA PENGAR: UNNA DIG EN KRYSSNING TILL RIGA OCH PASSA PÅ ATT FÅ BILEN TVÄTTAD NÄR DU ÄNDÅ ÄR DÄR!**

Vad sägs om att ta med din partner eller en kompis på en kryssning till Riga en helg? Ett utmärkt tillfälle att roa er, handla på taxfree och samtidigt passa på att uträtta några ärenden i Riga medan ni ändå är där. Du skulle till exempel kunna spara in massor med pengar genom att tvätta bilen och gå till frissan när du är i Riga! Tala om att förena nytta med nöje\*!

**PAKETPRIS RIGA INKLUSIVE KRYSSNING**

**Tandläkarbesök:**

Undersökning plus röntgen à 211:–

**Helkroppsmessage**, (1 timme): à 200:–

**Frisör:** Hårklippning à 140:–

**Biltvätt:** För hand, in- och utvändigt à 144:–

Summa tjänster: 695:–

**Kryssning** till Riga (tur och retur från Stockholm):

A-Hytt, 2 personer inklusive bil à 2 740:–

**Totalt pris: 3 435 :–**

**PAKETPRIS STOCKHOLM**

**Tandläkarbesök:**

Undersökning plus röntgen à 433:–

**Helkroppsmessage**, (1 timme): à 623:–

**Frisör:** Hårklippning à 435:–

**Biltvätt:** För hand, in- och utvändigt à 623:–

Summa tjänster: 2 144:–

**Totalt pris: 2 114:–**

\* Total kostnadsbesparing för tandläkarbesök, helkroppsmessage, frisör och biltvätt uppgår till cirka 1000 kronor.

*Källa: Prisuppgifterna baseras på resultatet av prismätningen samt prisuppgifter från Tallink.*

## Vad betyder sänkta priser för efterfrågan?

Vad är vi beredda att betala för olika tjänster? Kommer fler att vilja köpa tjänster från utländska företag? Hur mycket måste priserna sjunka för att vi ska överväga att handla mera vitt istället för svart?

I undersökningen har vi bitt de svarande ta ställning till om de skulle kunna tänka sig att köpa fler tjänster om priset sjönk till en nivå motsvarande den i Lettland.<sup>12)</sup> Utifrån resultatet har vi gjort beräkningar som ger en indikation på konsumenternas priskänslighet för dessa tjänster, det vill säga ett mått på hur mycket efterfrågan skulle öka om priserna förändrades.

Priskänsligheten för olika tjänster påverkas i stor utsträckning av hur beroende man är av att få tjänsten utförd av utomstående eller om man kan utföra den själv. Vidare har det betydelse hur komplex och teknisk den specifika tjänsten är samt i vilken situation man själv befinner sig.

Priskänsligheten för en tandvårdstjänst kan till exempel vara både hög och låg. Om man drabbas av akut tandvärk har man knappast något annat val än att gå till tandläkaren, oavsett priset. Om det däremot handlar om en rutinkontroll ökar priskänsligheten, då kan man välja att göra kontrollen senare eller inte alls. Samtidigt är dock tjänsten för svår för att man ska kunna utföra den själv.

Enligt våra beräkningar är priskänsligheten för hushållsnära tjänster hög. Det betyder att en liten förändring av priset ger stora effekter på efterfrågan. Samtidigt vet vi att utbudet är begränsat i Sverige. Priskänsligheten och det begränsade utbudet innebär därför att det finns en stor potential för en växande tjänstesektor i Sverige.

Vi har gjort beräkningar för fyra olika tjänster: veckostädning, skrädderi, målning av ett rum samt biltvätt. Resultatet tyder på att svenska konsumenter är mest priskänsliga när det gäller städtjänster. Priskänsligheten för en veckostädning är -6, vilket betyder att om priset på en städning minskar med 10 procent så kommer efterfrågan att öka med 60 procent. Det ska dock tilläggas att detta gäller endast om det inte finns någon svart marknad.

Även för de övriga tjänsterna – skrädderi, målning och biltvätt – är priskänsligheten hög. Beräkningarna visar att en 10-procentig prisminskning leder till att efterfrågan ökar med cirka 30 procent för skraddar- och målartjänster samt med 18 procent för biltvätt.

Generellt kan sägas att eftersom priskänsligheten är hög för alla dessa tjänster så kan sänkta skatter leda till att många fler kan köpa tjänsterna. Dessutom vet vi genom undersökningen att de flesta svenskar föredrar att köpa tjänster vitt. Om utbudet av tjänster skulle stimuleras genom exempelvis lägre skatteklar, skulle förmodligen många av dem som nu köper tjänster svart övergå till att köpa dem vitt.

## Tjänstesektorn på stark frammarsch

Det är idag stor skillnad på hur vi ser på konsumtion av varor och tjänster. En viktig anledning till detta är att varuhandeln utvecklats under en betydligt längre tidsperiod i jämförelse med tjänstehandeln. Rötterna till dagens varuhandel går tillbaka till 1800-talets senare hälft, då handeln gjordes friare i flera avseenden.

Stora delar av tjänstehandeln är fortfarande reglerad. Handels- och etableringshinder kvarstår, samtidigt som acceptansen hos människor för att köpa tjänster är generellt låg. Det är till exempel få som tvekar inför att köpa en TV eller kläder som kommer från något annat land, men däremot många som tvekar inför att köpa en hantverkartjänst om personen ifråga kommer från ett annat land.

EU skapades för att bland annat förändra detta. Grunden i EU är de fyra friheterna – fri rörlighet för varor, tjänster, personer och kapital. Tyvärr fungerar bara tre av dessa förhållandevis väl, medan den fjärde – fri rörlighet för tjänster – långt ifrån är uppnådd.

EU-kommissionen har gjort en sammanställning över de hinder som fortfarande finns kvar. Det utmynnade sedan i ett förslag till tjänstedirektiv som EU-parlamentet röstade om i februari i år. Resultatet blev ett urvattnat direktiv där många viktiga delar togs bort, bland annat den så kallade ursprungslandsprincipen, som innebär att om en tjänsteföretagare tillfälligt vill prova att erbjuda sina tjänster i ett annat EU-land så ska han/hon få följa hemlandets regler. EU-kommissionen har nu kommit med ett reviderat förslag som diskuteras i EU-parlamentet och medlemsländerna. Det krävs emellertid stora förändringar för att vi ska få fri rörlighet för tjänster.

Trots detta är tjänstesektorn på stark frammarsch. Beräkningar visar att en global liberalisering av tjänstesektorn skulle ge större välfärdsvinster än vad en fullständig liberalisering av alla kvarvarande handelshinder inom jordbruks- och varusektorerna skulle ge.<sup>13)</sup> Stöd för detta finns också i en sammanställning som OECD gjorde för tre år sedan. Erfarenheterna från olika länder talar i samma riktning. Länder med en större andel tjänster i ekonomin har generellt sett både högre välstånd och lägre arbetslöshet.<sup>14)</sup>

## Tjänstesektorn – en del av globaliseringen

Den genomsnittliga tillväxten i Sverige har varit närmare 3 procent under tioårsperioden 1994-2004. Tillväxten har i första hand kommit från varusektorn. Inom tjänstesektorn är det framför allt tjänster som är kopplade till varuproduktionen som bidragit till tillväxten, till exempel fastighets-, transport- och kommunikationsbolag samt uthyrnings- och företagsserviceföretag.<sup>15)</sup>

Tillväxten har nästan uteslutande skett i branscher med snabb teknologisk utveckling och hög kapitalintensitet, vilket bidragit till att nya jobb inte skapats i motsvarande utsträckning. Flera företag har också flyttat delar av tillverkningen och personalintensiva verksamheter till länder med lägre arbetskraftskostnader. I takt med att varuproduktionen rationaliseras, effektiviseras och automatiseras måste nya jobb skapas på andra håll, till exempel i tjänstesektorn.

Sverige har genomgått stora strukturförändringar tidigare. Senaste gången var på 1970- och 80-talen när textil- och varvsindustrin tvingades lämna Sverige på grund av för svår konkurrens. Den offentliga sektorn växte som mest under denna period, vilket bidrog till att de arbeten som försvann med industrin kunde ersättas av jobb inom det offentliga. På så vis hölls arbetslösheten nere. I dag har den offentliga sektorn slutat växa och det redan höga skatetrycket tillåter inte heller att den växer framöver. Nya jobb måste därför skapas i en annan sektor – tjänstesektorn.

I rapporten ”Att reformera välfärdsstaten”, framtagen av Stiftelsen Näringsliv och Samhälle, studeras sambandet mellan tillväxt och sysselsättning. För Sveriges del är sambandet negativt, det vill säga en högre tillväxt ger en lägre sysselsättning. I länder som uppvisar ett positivt samband skapas ökad sysselsättning framför allt inom tjänstesektorn. Den svaga sysselsättningsutvecklingen i Sverige beror således på alltför ogynnsamma förutsättningar för att skapa jobb i tjänstesektorn.

Stora delar av tjänstesektorn i Sverige är reglerad och både arbete och konsumtion är hårt beskattade. Det medför att en stor del av tjänstehandeln flyttas från den vita sektorn av ekonomin till den svarta sektorn, eller till egenproduktion, det vill säga att man väljer att utföra tjänsten själv istället för att köpa den.<sup>16)</sup>

Enligt Nationalräkenskaperna uppgår de svarta inkomsterna i Sverige till drygt 100 miljarder kronor per år.<sup>17)</sup> Riksskatteverket har uppskattat att minst 10 av dessa miljarder härrör från ersättning för hushållsnära tjänster, fördelat med cirka 3 miljarder kronor på enklare hushållstjänster,<sup>18)</sup> cirka 5 miljarder kronor på hantverkartjänster och cirka 2 miljarder kronor på bilreparationer.

I denna rapport fokuseras på vad ett bättre och större utbud av tjänster skulle innebära för Sveriges konsumenter och svensk ekonomi. Syftet är att påvisa de fördelar som kan uppnås genom en mer välutvecklad tjänstesektor med både större konkurrens och borttagande av handelshinder. Resultatet kan bli både nya jobb, nöjdare konsumenter och en minskande svart marknad. Tjänstesektorn har en viktig roll i globaliseringens tidevarv.

# Referenser

Andersson-Stråberg, A, Fällström, I och Fölster, S (2005) *I sysselsättningens tjänst – Om diskriminering av tjänster och dess betydelse för arbetsmarknaden*, Svenskt Näringsliv.

Bergman, M (2004) *Anpassas svenska priser till europeisk nivå?* Ekonomisk Debatt nr 7 2004 årgång 32, Kristianstads boktryckeri AB, Kristianstad.

Dee och Hanslow (2002) *Multilateral Liberalisation of Services Trade*, Productivity Commission Working Paper 1619, Australien.

Freeman, R.B, Swedenborg, B och Topel, R. (red) (2006) *Att reformera välfärdsstaten – Amerikanskt perspektiv på den svenska modellen*, NBER Rapporten II, SNS, Stockholm.

Tufvesson, I (1995) *Varuhandeln, Igår idag imorgon*, Liber-Hermods, Malmö.

Westerhof, J G (1998) *A Comparison of the Free Movement of Services and the Free Movement of Goods: Towards a Single Approach*, Institutet för Europeisk rätt vid Stockholms Universitet, Stockholm.

OECD (2003) *Quantifying the Benefits of Liberalising Trade in Services*.

EU-kommissionen (2001) *Arbetsdokument från kommissionens avdelningar, Statistisk och teknisk bilaga till Rapport om produkt- och kapitalmarknadernas funktion i gemenskapen*.

## Noter

- <sup>1)</sup> Bergman, M. *Anpassas svenska priser till europeisk nivå?* Ekonomisk Debatt.
- <sup>2)</sup> Beloppet inkluderar ej reparationer, om- eller tillbyggnad
- <sup>3)</sup> Intervju, Göthe Bengtsson, VD och grundare till Balticpool.
- <sup>4)</sup> Intervju, Lennart Nordgren, VD och Dan Nilsson, Privattandläkarna
- <sup>5)</sup> Svensk Dagligvaruhandel, "Att jämföra päron och päron".
- <sup>6)</sup> Ibid.
- <sup>7)</sup> Svensk Dagligvaruhandel, "Att jämföra päron och päron",
- <sup>8)</sup> Andersson-Stråberg, A., Fällström, I. och Fölster, S., "I sysselsättningens tjänst", Svenskt Näringsliv.
- <sup>9)</sup> Undersökningen har genomförts som en webbaserad enkätstudie, vilket innebär att respondenterna har fått besvara enkäten via E-mail. Undersökningsresultatet är representativt för svenska befolkningen i stort.
- <sup>10)</sup> För ytterligare information se [http://www.scb.se/templates/Product\\_\\_\\_\\_\\_12223.asp](http://www.scb.se/templates/Product_____12223.asp)
- <sup>11)</sup> Att ställa frågor om människors inställning till att köpa varor och tjänster svart, är alltid förknippat med vissa svårigheter, då frågan kan anses som känslig. Det finns därmed en risk för att de svarande underdriver svaret, i syfte att verka laglydigare än vad de i själva verket är. Då den konsumentundersökning som ligger till grund för denna studie har genomförts som en webbenkät och därmed är fullständigt anonym är det möjligt att problematiken har begränsats.
- <sup>12)</sup> De tjänster deltagarna fick ta ställning till var biltvätt, veckostädning, skräddare- respektive målartjänster.
- <sup>13)</sup> Dee och Hanslow (2002) *Multilateral Liberalisation of Services Trade, Productivity Commission Working Paper 1619*, Australien.
- <sup>14)</sup> OECD (2003) *Quantifying the Benefits of Liberalising Trade in Services*.
- <sup>15)</sup> NBER Rapporten II *Att reformera välfärdsstaten – Amerikanskt perspektiv på den svenska modellen* (red) Freeman, R.B, Swedenborg, B och Topel, R. SNS, Stockholm (2006). Sid 125-140.
- <sup>16)</sup> Ibid.
- <sup>17)</sup> Se bland annat OECD:s *Quantifying the Benefits of Liberalising Trade in Services*.
- <sup>18)</sup> Tufvesson, *I Varuhandeln, Igår idag imorgon*.



[www.svensktnaringsliv.se](http://www.svensktnaringsliv.se)

STORGATAN 19, 114 82 STOCKHOLM, TELEFON 08-553 430 00