

# Effektutvärdering av en åtgärdsmix riktad mot tatueringsbranschen

En rapport från Analysenheten

15 maj 2024

Rapportnummer: 2024:9

Rapportnummer: 2024:9  
Diarienummer: 8-2890833

**Skatteverket**

Postadress: 205 30 Malmö  
Telefon: 0771-567 567  
Epost: [skatteverket@skatteverket.se](mailto:skatteverket@skatteverket.se)  
[www.skatteverket.se](http://www.skatteverket.se)

**Daniel Hallberg och Johan Mellberg**

E-post: [Daniel.Hallberg@skatteverket.se](mailto:Daniel.Hallberg@skatteverket.se),  
[Johan.Mellberg@skatteverket.se](mailto:Johan.Mellberg@skatteverket.se)  
Telefon: +46 (0) 10-57 46061

# Förord

Syftet med denna analys är att utvärdera effekterna av en så kallad ”åtgärds mix” som riktats mot tatueringsbranschen under 2022, bestående av såväl förebyggande som reaktiva åtgärder. Resultaten visar att åtgärderna har en positiv effekt på den skatteskyldiges redovisning. Analysen finner emellertid inte att mer resurskrävande åtgärder (efterkontroll) har starkare effekter än billigare åtgärder (allmän information och riktade brev).

Rapporten har tagits fram vid Skatteverkets analysenhet av Daniel Hallberg och Johan Mellberg. Analysen påbörjades av Yuwei De Gosson De Varennes och Jonas Engström vid analysenheten. Ett stort tack till Louise Johannesson, John Källberg, Katarina Nordblom och deltagare vid seminarium med Skatteverkets vetenskapliga råd för synpunkter på tidigare utkast på rapporten.

Skatteverkets analysenhet svarar för rapportens analys och slutsatser.

Sundbyberg i mars 2024

Cecilia Öst

Chef, Analyssektionen

# Sammanfattning

Skatteverket har identifierat tatueringensbranschen som en av flertalet branscher där regelefterlevnaden bedömts som förhållandevis låg och där det därmed finns stor risk för osund konkurrens.

Syftet med denna analys är att utvärdera effekterna av en så kallad ”åtgärdsmix” som riktats mot tatueringensbranschen under 2022, bestående av såväl förebyggande som reaktiva åtgärder. Åtgärdsmixen som studeras i denna analys utgörs av (i) allmän information i form av inlägg på sociala media, (ii) riktad information via brev och (iii) skrivbordsutredning. De olika åtgärderna är införda stegvis: först tar företagarna i branschen del av allmän information, därefter erhåller de den riktade informationen, och sist kontrolleras företagen. Av särskilt intresse är de separata effekterna av var och en av de olika stegen i åtgärdsmixen. På det sätt som studien är upplagd mäts effekterna av senare åtgärder (till exempel kontroll) utifrån att tidigare åtgärder getts (till exempel riktat brev och allmän information via inlägg på sociala medier).

Räknat i handläggningstid är vanligtvis en förebyggande åtgärd (allmän information via sociala medier eller ett brevutskick) relativt sett mycket billigare än en efterkontroll. De självrättelser eller förebyggande/förhindrande av fel som en förebyggande åtgärd medför behöver av det skälet inte vara speciellt många för att det ska vara ”effektivt” att först gå ut med en förebyggande åtgärd och därefter utföra efterkontroller av resterande fel. Varje enskilt fel som kan åtgärdas genom en billig metod medför att Skatteverket slipper åtgärda felet med en dyr åtgärd.

Resultaten visar att åtgärderna har en positiv effekt på den skatteskyldiges redovisning. Analysen finner inga entydiga bevis för att mer resurskrävande åtgärder (skrivbordsutredning) har starkare effekter än billigare åtgärder (allmän information och riktat informationsbrev). Detta resultat överensstämmer med tidigare analys av en åtgärdsmix riktad mot konsulentbranschen. Den mer resurskrävande åtgärden (skrivbordsutredning) är dock enbart fördelad till aktörer inom tatueringensbranschen med hög bedömd risk för fel. Analysen kan därför inte uttala sig om effekten av skrivbordsutredning bland övriga aktörer.

Resultaten kan bara påvisas bland aktörer inom tatueringensbranschen med låg risk för fel, vilket tyder på att det är just dessa som är mottagliga. Detta är förväntat utifrån resultat inom andra områden, till exempel inom brottsbekämpning.

**De viktigaste resultaten från analysen är:**

- En mindre resurskrävande åtgärd (allmän information via sociala medier) har en positiv effekt på den skatteskyldiges redovisning.
- Analysen finner inga entydiga bevis för att en mer resurskrävande åtgärd (skrivbordsutredning) har ytterligare effekt, utöver allmän information och riktat informationsbrev.
- Den positiva effekten kan bara påvisas bland aktörer inom tatueringsbranschen med förhållandevis låg bedömd risk för fel.

**Rekommendationer:**

- Enkla, billiga informationskampanjer på sociala medier kan hjälpa aktörerna att göra rätt och därmed bidra substantiellt till ett minskat skatteundandragande. Därutöver behövs kontroller för att stävja fusk bland skattskyldiga med hög risk för fel, men då måste kontrollerna fokuseras på dem med högst risk.
- För att öka kunskapen om användbarheten av en åtgärdsmix behövs fler liknande studier på andra områden.

# Innehållsförteckning

1	Bakgrund och syfte .....	5
2	Tidigare studier .....	8
2.1	Effekten av informationsutskick.....	8
2.2	Effekten av kontroll.....	9
3	Utformningen av den allmänna informationen och brevutskicken .....	11
3.1	Utformning .....	11
3.2	Förväntade effekter .....	13
4	Studiepopulation, analysmetod och data.....	15
4.1	Studiepopulation .....	15
4.2	Analysmetod .....	17
4.3	Datamaterial.....	23
4.4	Beskrivning av analysmaterialet.....	23
5	Resultat.....	26
5.1	Effekterna jämfört med de som inte fick allmän information ...	26
5.2	Effekterna efter att först ha fått allmän information.....	29
6	Diskussion och slutsatser .....	35
7	Referenser .....	37
8	Bilaga A .....	39
9	Bilaga B .....	42

# 1 Bakgrund och syfte

Skatteverket bedriver en rad aktiviteter för att minska skatteundandragande. Ett syfte med dessa aktiviteter är att minska risken för osund konkurrens inom olika branscher. Skatteverket har identifierat flertalet branscher där regelefterlevnaden bedömts som förhållandevis låg och där det därmed finns stor risk för osund konkurrens. Restaurang-, nagelvård-, taxi- och tatueringensbranscherna utgör exempel på sådana branscher.<sup>1</sup> Utifrån Skatteverkets uppdrag ska myndigheten också bedriva dessa aktiviteter så kostnadseffektivt som möjligt. Därför är det av största vikt att ta fram underlag på hur kostnadseffektiva insatserna är.

Syftet med denna analys är att utvärdera effekterna av en så kallad ”åtgärds mix” som riktades mot tatueringensbranschen under 2022 bestående av såväl förebyggande som reaktiva åtgärder. Åtgärds mixen som analyseras här består av (i) allmän information som inlägg på sociala medier, (ii) riktat informationsbrev och (iii) skattekontroll. Av särskilt intresse är vad de separata effekterna är av de olika delarna i åtgärds mixen. Karaktäristiskt för en åtgärds mix är att insatsen består av flera typer av åtgärder som implementeras stegvis. I denna insats ges först allmän information, därefter riktat informationsbrev, och sist kontroll i form av förgranskning och skrivbordsutredning. En åtgärds mix kan vara effektiv om de förebyggande åtgärderna (allmän information och brevutskick) gör att en andel av de eventuella felen rättas av skattebetalarna själva, eller inte uppkommer alls, innan Skatteverket genomför efterkontroll (en reaktiv åtgärd på en riskgrupp). Detta minskar behovet av kostsamma efterkontroller av resterande fel. Det minskar också risken för att skattebetalaren blir påförd skattetillägg. Förebyggande åtgärder är tvärtom vanligtvis relativt billiga.<sup>2</sup>

Tanken med förebyggande åtgärder är alltså att skatteskyldiga själva ska rätta eventuella fel innan det går så långt som till att myndigheten behöver starta en skattekontroll. Förebyggande åtgärder kan riktas mot en relativt bred grupp, där det inte är utpekade att den enskilde mottagaren av åtgärden har gjort eller kommer att göra fel. Reaktiva åtgärder syftar till att korrigera uppkomna fel

---

<sup>1</sup> Det finns inte en unik branschkod (SNI-kod) för tatuering. För att förenkla framställningen i rapporten används dock benämningen *tatueringensbranschen*.

<sup>2</sup> Ett exempel på det är de vägledningsutskick som gjordes i samband med att företag yrkade växa-stödet. I det fallet så uppskattade verksamheten att en efterkontroll av ett yrkande av växa-stöd tar vanligtvis ca 8 timmar. Handläggningstiden för brevutskick uppskattade verksamheten ta mellan 4 och 12 minuter per brev, inklusive brevutskicket i sig och efterföljande samtal. Se Skatteverket (2023b).

och sätts alltså in först där fel konstaterats, eller där misstanke om eller risken för fel är hög.<sup>3</sup>

Tidigare studier (se vidare i avsnitt 2.1) har funnit att påverkan av brevutskick kan vara relativt disparat. Konsekvensen av brevutskick beror på den specifika situationen, vilken typ av skattefråga det är, vilken målgruppen är, samt om brevet är ren information, vägledning, utformat med personliga uppgifter, om formuleringarna är kravfyllda och så vidare.

Huvudresultatet från tidigare studier av effekten av skattekontroll (se vidare i avsnitt 2.2) är att kontroller har en positiv effekt på framtida regelefterlevnad. Detta kan bero på att skattebetalaren upplever en ökad upptäcktsrisk och/eller att skattemoralen (normerna) förbättras.<sup>4</sup> Det finns dock vissa skillnader i skattekontrollens effekt beroende på till exempel typ av aktör och skatteområde det handlar om. Skattekontroll förefaller i vissa fall ha mycket liten eller ingen effekt.

Samtliga dessa studier avser de ”rena” effekterna av kontroll, utan att aktören först har fått en förebyggande åtgärd (allmän information och brev). Det är dock vanligt att åtgärder mot till exempel skatteundandragande består av flera sammanlagda insatser. Trots det är det mindre tydligt utifrån tidigare analyser vilka effekter de olika stegen eller delarna i åtgärdsmixen har. I en tidigare analys (Skatteverket, 2020a, intern rapport) gjordes effektmätningar med syftet att uppskatta hur stora beteendeeffekter en åtgärdsmix i konsulentbranschen haft på redovisningen av omkostnadsersättning samt löner och förmåner. I analysen studerades arbetssättet med en åtgärdsmix bestående av skattekontroll, branschsamverkan och olika typer av informationsinsatser. Resultaten från effektmätningen indikerar att åtgärdsmixen kan ha minskat skatteundandragandet genom att ha haft en positiv effekt på redovisade löner och förmånerna per anställd. Analysen indikerar, intressant nog, att skattekontroll inte har haft en extra effekt i förhållande till övriga informationsinsatser.

Rapporten tar upp flera försvårande omständigheter för tolkningen av resultaten från effektmätningen, som att alla eller ett litet riskbaserat urval träffades av åtgärdena, att flera olika åtgärder introducerades vid olika

---

<sup>3</sup> När olika typer av fel verkar bestå för en viss grupp eller i en särskild situation över tid och vanliga åtgärder (information, kontrollbesök eller skatteutredning) förefaller ha liten eller ingen påverkan, kan det bli fråga om någon form av *systemåtgärd*. Denna är tänkt att (helt eller delvis) ”bygga bort” problematiken med att fel alls uppkommer. Det kan vara till exempel införandet av personalliggare, kassaregister eller, i fallet med taxibranschen, taxiredovisningscentraler.

<sup>4</sup> En tidigare rapport (Skatteverket 2018) innehåller en översikt av forskningsstudier som undersöker effekten av skattekontroller på efterföljande regelefterlevnad.



tidpunkter, samt att populationen av företag förändrades över tid.<sup>5</sup> För att kunna dra säkrare slutsatser om vilka effekterna är av de olika åtgärderna rekommenderades att framtida programutformning bör säkerställa att (i) åtgärderna tilldelas slumpmässigt och (ii) åtgärderna introduceras vid ett och samma tillfälle.

Implementeringen av åtgärdsmixen riktad mot tatueringsbranschen har så långt det är möjligt utformats för att hantera de problem som togs upp av den tidigare studien inom konsulentbranschen. För att utvärdera påverkan av allmän information (inlägg på sociala medier) används en jämförelsegrupp bestående av aktörer verksamma inom en jämförelsebransch. Denna jämförelsebransch utgörs av *Andra konsumenttjänster* (SNI-kod 96).<sup>6, 7</sup> Antagandet är att branschen är en lämplig jämförelse till tatueringsbranschen samt att aktörer inom jämförelsebranschen inte tagit del av (eller känt sig träffade av) den allmänna informationen som publicerats via de sociala medierna. Åtgärden blev randomiserades så att brevet skickades till ungefär hälften av tatuerarna. Även skattekontrollinsatsen randomiserades, fast enbart inom en riskgrupp av tatuerare. Eftersom åtgärderna skulle införas stegvis, begränsades kontrollinsatsen till den grupp av tatuerare som först fått brevet. De olika åtgärderna implementerades någorlunda samlat i tid. Upplägget i studien gör att det finns möjlighet att mäta dels en rad separata effekter av de olika stegen i åtgärdsmixen, dels den samlade effekten av åtgärderna.

Frageställningarna som belyses i denna analys är

- Vad är de separata effekterna av de olika stegen i åtgärdsmixen?
- Vilken samlad effekt har åtgärdsmixen?

Utfallen som studeras är (i) omsättning, (ii) verksamhetens resultat (intäkter minus kostnader) (iii) redovisat över- eller underskott, samt (iv) momsnetto (utgående moms minus ingående moms).

Nästa avsnitt (avsnitt 2) innehåller en längre genomgång av tidigare studier. Avsnitt 3 redogör dels för utformningen av de förebyggande åtgärderna, dels för förväntade effekter av dessa åtgärder. Studiepopulation, analysmetod och

---

<sup>5</sup> Därutöver framhåller rapporten att det saknades uppgifter om antal barn per familjehem och barnens ålder, vilka behövs för att konstruera en mer lämplig utfallsvariabel.

<sup>6</sup> SNI står för Standarden för svensk näringsgrensindelning, och är främst en statistisk standard som används för att klassificera enheter som företag och arbetsställen efter deras ekonomiska aktiviteter.

<sup>7</sup> Jämförelsebranschen *Andra konsumenttjänster* (SNI-kod 96) omfattar övrig serviceverksamhet, och särskilt tjänster såsom tvätt och kemtvätt av textilier och pälsvaror, hårvård och annan skönhetsbehandling, begravningsverksamhet och tillhörande verksamhet. I likhet med tatuerarna bedöms aktörerna i denna bransch verka i miljöer där det finns stor risk för osund konkurrens på grund av skatteundandragande, vilket gör dem lämpliga som jämförelser.

datamaterial redogörs för i avsnitt 4. Resultaten presenteras i avsnitt 5 och avsnitt 6 avslutar rapporten med diskussion och slutsatser.

## 2 Tidigare studier

### 2.1 Effekten av informationsutskick

Effekten av mjuka och hårda incitament för privatpersoner som inte betalat in sin kvars katt undersöks i Andersson et al (2021)<sup>8</sup>. Personer som hade en skuld på mindre än 2 000 kr fick en betalningspåminnelse av Skatteverket, medan de som hade en skuld på minst 2 000 kr fick ett betalningskrav samt information om att skulden överförs till Kronofogden om den inte betalas i tid. Resultatet visar att hårda incitament (betalningskrav) leder till en omedelbar effekt på nio procentenheter fler inbetalningar jämfört med mjuka incitament (betalningspåminnelse). På längre sikt (tre månader efter utskicket) var det 19 procentenheter fler inbetalningar med betalningskrav jämfört med betalningspåminnelse. De visar även att lite hårdare formuleringar om sociala normer (som att påpeka att fler än nio av tio betalar sin kvars katt i tid) förstärker effekten ytterligare. För gruppen med en liten skuld, så ledde ett neutralt utskick till nästan lika stor effekt på inbetalningar som betalningskrav.

I ett fältexperiment från 2020 skickade Skatteverket ut meddelanden till 500 privatpersoner med utländska kapitalinkomster (Angelov & Johansson, 2020). I meddelandet blev de informerade om att Skatteverket har fått kännedom om deras utländska kapitalinkomster för föregående år och förklarade även hur sådana kapitalinkomster ska deklarerars. Brevet skrevs med en neutral formulering med syfte att vara hjälpsamt. Resultatet visade ingen signifikant effekt på inbetald kapitalinkomst eller total inbetald skatt. Ett utökat fältexperiment (5000 personer med utländska kapitalinkomster) genomfördes under 2022. Resultatet är att breven inte leder till en höjning av genomsnittlig deklarerad kapitalinkomst eller genomsnittlig slutlig skatt (Skatteverket, 2023a). Samtidigt visar resultaten att det finns ett antal positiva beteendeeffekter av breven såsom att en större andel väljer att deklarerars positiva kapitalinkomster. Skattningen är betydelsefull och motsvarar en effekt på mellan 19 och 29 procent beroende på brevets formulering.

I Skatteverket (2023b) undersöks om och i vilken utsträckning som vägledningsutskick påverkar felaktiga yrkanden av växa-stöd. Utskicket syftade till att dels påminna företagaren att den hade begärt växa-stödet, dels uppmana företagaren att själv kontrollera om den faktiskt hade rätt till det, samt, om

---

<sup>8</sup> Även som Andersson et al (2023).

företagaren inte hade rätt till avdraget, rätta till deklarationen självmant. I utskicket informerades även om att skattetillägg kan komma att påföras om Skatteverket upptäcker kvarstående fel. Brevet hade tydlig påverkan på om företag väljer att rätta sin deklaration: av de företag som med stor sannolikhet felaktigt yrkat avdrag är det ca 35 procent som skickar in en rättelse och tar bort yrkandet till följd av att de fått vägledningen. Bland resterande företag är motsvarande effekt ca 11 procent. Eftersom reglerna kring vilka som har rätt till stödet är komplicerade, så är det rimligt att ett informationsutskick även påverkar kunskapsnivån om vad som gäller för avdraget, utöver att utskicket påverkar förväntansbilden att bli kontrollerad. En del av effekten av informationsutskicket kom troligen därför från de företag som inte kunde reglerna men som nu blir varse om att de gjort fel. I brevet gavs företagare möjligheten att kontakta en handläggare på Skatteverket i fall de hade frågor om brevet. Av inkomna samtal framgår att en del företagare var omedvetna om att de hade yrkat avdraget eller angav att de kryssat av misstag.

Det har genomförts flera fältexperiment med brevutskick i olika länder. De flesta visar på positiva effekter av brevutskick.<sup>9</sup>

## 2.2 Effekten av kontroll

En tidigare rapport (Skatteverket 2019) fann att slumpmässiga revisioner av små och medelstora företag leder till förbättrad regelefterlevnad ett, två och tre år efter revisionen, men att effekten var beroende av juridisk form och företagets ålder. Utfallet i den studien är slutlig skatt som är ett brett mått på regelefterlevnad. För aktiebolag finns ingen effekt under samma år som revisionen gjordes, men effekterna under följande år är statistiskt signifikanta och av ekonomisk relevans. För enskilda näringsidkare är resultaten de motsatta: en betydande och statistiskt säkerställd effekt under revisionsåret men ingen effekt senare, det vill säga en tydlig utredningseffekt men ingen beteendeffekt. Den positiva effekten under åren efter revisionsåret finns enbart bland etablerade aktiebolag som är fem år eller äldre. Effekten är vidare störst bland de aktiebolag som anlätade revisor året innan revisionen genomfördes.

Även kontroll av bilförmån visar på heterogena effekter beroende på vilken typ av företag det rör sig om (Skatteverket 2022a). För aktiebolag som inte har några anställda (enmansföretag) tycks felen vara både av större storlek och mer frekvent förekommande än bland andra företag. Den beteendemässiga effekten

---

<sup>9</sup> Se t ex Gillitzer & Sinning (2020), Hallsworth, List, Metcalfe, & Vlaev (2017) och Eerola, Kosonen, Kotakorpi, Lyytikäinen, & Tuimala (2019) och litteraturgenomgången i Skatteverket (2023b).

för dessa företag är precis som den direkta effekten större än för övriga företag.

I en ytterligare rapport från Skatteverket (Skatteverket, 2021) hittas delvis andra resultat. I analysen undersöks hur den moms som företagen ska betala eller få tillbaka påverkas av skrivbordsutredningar. Resultaten visar att det finns en antydning till att momsbetalningen till staten (i kronor) ökar på sikt efter kontroll. Resultaten, som är förhållandevis svaga, tyder på att andelen företag som betalar moms till staten ökar till följd av kontroll, och att den utvecklingen fortsätter även flera år efter kontrollen gjordes. Det är företag som är 10 år eller yngre (exklusive nystartade företag) samt de mindre företagen, som driver ökningen av inbetalad moms till staten till följd av kontrollen. Det finns ingen effekt varken på företagens redovisade omsättning, ingående moms eller om företagen läggs ned och avregistreras. Analysen avser enbart relativt etablerade aktieföretag. Det och att resultaten avser momsåterbetalningar och inte slutlig skatt, samt att skrivbordsutredningar kan anses vara en relativt mild form av kontroll jämfört med revision, kan förklara att resultaten skiljer sig åt.

Kontroll har olika effekt beroende på vilka företag som kontrolleras. I en rapport från Skatteverket (Skatteverket 2020b, intern rapport) studeras vilken effekt insatsen *Nya Företag* har haft på de nystartade företagens efterföljande regelefterlevnad och avregistreringsfrekvens. Kontrollerna som genomfördes inom insatsen riktades till nystartade företag och handläggarna gavs betydande handlingsfrihet i att välja rätt åtgärd. Resultaten visar på ingen effekt av kontrollen i insatsen på de nystartade företagens efterföljande regelefterlevnad. Resultatet ligger i linje med tidigare studier av effekten av åtgärder riktade till nystartade företag.

Det kan spela roll för framtida regelefterlevnad om kontrollen leder till ändringsbeslut eller inte. I till exempel Skatteverket (2021) utgör själva utredningen behandlingen (oberoende av utredningens resultat). Av Skatteverket (2022b) framgår att kontrollens utfall (det vill säga beslutet) är viktigare för regelefterlevnaden än enbart förekomsten av kontroll. Rapporten avsåg privatpersoners yrkade reseavdrag för resor till och från jobbet och studerade hur ett beslut om sänkt reseavdraget under ett visst inkomstår påverkar det yrkade reseavdraget året efter. För att mäta effekten av beslut om sänkt avdrag används variation i handläggares benägenhet att fatta ett beslut om att sänka det yrkade avdraget.<sup>10</sup> Att kontrollens utfall (det vill säga beslutet)

---

<sup>10</sup> Studien använder handläggares mildhet i sitt beslutsfattande som instrument för att fatta ett visst beslut. Med mildhet avses benägenheten att fatta ett mildt beslut i reseavdragsärenden, vilken skattas med hjälp av fattade beslut i alla reseavdragsärenden förutom det aktuella. Inspirationen kommer från empiriska forskningsstudier som använder skillnader i olika domares benägenhet att fria snarare än fälla (eng. *judge leniency*) som instrument för att skatta effekten av olika typer av domarbeslut på framtida utfall.

är viktigare för regelbundenheten än enbart förekomsten av kontroll talar för att Skatteverkets förmåga att hitta och rätta fel är avgörande för kontrollens effekt. En slutsats är att en eventuell ökning av antalet kontroller i syfte att motverka felaktigt yrkade reseavdrag endast bör ske om förmågan att hitta fel hålls konstant eller höjs ytterligare. Annars kan en ökning av kontrollfrekvensen utgöra en ineffektiv användning av resurser.

En tidigare studie (Skatteverket 2019) visar att yrkade avdrag i en inkomstdeklaration (till största del reseavdrag) minskar med i genomsnitt 7 000 kronor året efter en kontroll. Effekten kvarstår med 5 000 kronor tre år efter kontrollen. Resultatet visar också en högre sannolikhet (18 procentenheter) för att yrkat avdrag minskar året efter kontrollen. Efter tre år är sannolikheten fortsatt högre. Sannolikheten att en person helt upphör att yrka avdrag är 13 procentenheter högre året efter kontrollen. Även denna effekt kvarstår efter tre år.

Såväl den allmänna nivån på kontroll som vem som kontrollen riktas mot kan ha påverkan på allmänhetens förtroende för myndigheter. En forskningsöversikt tar upp vad som skapar och skadar förtroendet för myndigheter (Skatteverket 2024). Förtroende är viktigt för Skatteverkets möjlighet att genomföra sin uppgift och, i förlängningen, allmänhetens normer och skattemoral. Ett alltför omfattande användande av kontroller och sanktioner riskerar att skada allmänhetens förtroende för myndigheten, särskilt om detta drabbar laglydiga i en stor utsträckning. Samtidigt undergrävs förtroende för myndigheten om de personer som medvetet fuskar och bryter mot lagar och regler inte kontrolleras och lagförs. Kontrollerna kan vara omfattande om de riktas mot rätt grupp, men kan myndigheten inte hitta denna grupp riskerar samma mängd kontroller vara kontraproduktivt. En tydlig och enkel lösning på detta finns inte utan rapporten betonar att förtroende skapas genom att myndighetens kontrollverksamhet upplevs som kompetent.

## **3 Utformningen av den allmänna informationen och brevutskicken**

### **3.1 Utformning**

I avsnittet redogörs för utformningen av den allmänna informationen och de riktade breven. I Bilaga B återges dessa i sin helhet.

Den allmänna informationen bestod av inlägg på Facebook och Instagram med länkar till Skatteverkets webbsida. Budskapen bestod i en uppmaning att man som verksam tatueringssalong ska registrera sitt företag, samt att Skatteverket inom

kort planerar att genomföra kontroller. Det fanns också en allmän guide vad man som aktör behöver göra, samt att Skatteverket genomför webbseminarier där man som aktör kan delta för att få mer kunskap om hur man till exempel går tillväga för att registrera sitt företag och inkomstdeklarera på rätt sätt. Dessa webbseminarier var generella för företag och inte enbart riktade mot tatuere. I budskapet fanns hänvisning till att det i vissa fall kunde bli fråga om skattetillägg.

De riktade informationsbrev bestod av brev till enskilda näringsidkare, aktiebolag och oregistrerade tatuere. Formuleringarna var lite olika i de tre varianterna. I dessa var budskapen liknande som den allmänna informationen med undantaget att texten var utformad utifrån att breven var riktade direkt till aktören. I breven finns instruktioner om hur man ska deklarerat på rätt sätt samt hur man går tillväga för att korrigera tidigare deklarerat. Av breven framgår att Skatteverket kan komma att kontakta aktören om myndigheten beslutar sig för att starta en utredning. Om och i vilket läge som det kan bli fråga om skattetillägg tas inte upp i breven.

Det fanns inget i formuleringarna som anger att mottagaren i fråga hade gjort fel. Snarare var förhoppningen att breven skulle ses som ett vänligt och hjälpsamt påpekande att aktören uppmanades kontrollera sina uppgifter en extra gång; om aktören själv upptäcker att något är fel, så ges denne chansen att korrigera dessa fel, innan Skatteverket upptäcker felen.<sup>11</sup> Breven var relativt opersonliga i det avseendet att de hade "Skatteverket" som avsändare och innehöll en hänvisning till Skatteupplysningen om aktören hade frågor om brevet.

Skatteverket gjorde även ett utskick till branschföreträdare. Även detta återges i Bilaga B. I bilagan har namnet på samordnaren från Skatteverket mörkats. Brevet syftade till att informera företrädaren om att Skatteverket nu informerar och kontrollerar aktörer inom branschen och att företrädaren av detta skäl kan komma att få frågor från sina medlemmar. Brevet var relativt personligt i den meningen att avsändaren var en person som företräder Skatteverket (samordnaren för just denna insats). Det var också till denne person som mottagaren hänvisades till med eventuella frågor.

Brevet till branschföreträdare kan ha medfört viss risk att obehandlade tatuere som inte fick brevet blivit varse om dess existens och innehåll. De hade i så fall, åtminstone i teorin, kunnat agera på den informationen. Det finns därmed en viss risk att det experimentella upplägget inte fungerat som det var tänkt.

---

<sup>11</sup> I detta avseende liknar breven tidigare utskick (se Skatteverket, 2023a och 2023b).

## 3.2 Förväntade effekter

Brevutskick och allmän information via till exempel sociala medier är en form av nudge (knuff), där syftet med budskapet är att förmå aktörer att på frivillig basis agera i en viss, önskvärd, riktning. I detta fall är förhoppningen att breven och inläggen på sociala medier ses som ett vänligt och hjälpsamt påpekande att aktören uppmanas kontrollera sina uppgifter en extra gång. Om aktören själv upptäcker att något är fel, så ges denne chansen att korrigera dessa fel, innan Skatteverket upptäcker felen.

Både breven och inläggen på sociala medier är riktade till en speciell grupp av aktörer och har, i princip, ett liktydande budskap. Ett brevutskick är dock, till skillnad från allmän information som är publicerad så att vem som helst kan ta del av den (allmän kanal), direkt riktat mot en speciell aktör (personlig kanal). Medan det kan vara mer eller mindre säkert att budskapet man vill förmedla når den man avser via personlig kanal, och ingen annan, är det mera osäkert när det gäller ett budskap via allmänna kanaler.

En skillnad i effekt kan hänga ihop med leveranskanalen, snarare än innehållet. Det kan uppstå som en psykologisk effekt; bara det faktum att få ett brev från Skatteverket kan kännas utpekande, medan allmän information på till exempel sociala medier är lättare att bortse från. Det innebär att effekten av informationen via allmän kanal kan förväntas vara svagare.

Allmänt sett bör ett brevutskick och allmän information via allmänna kanaler främst påverka två grupper. Det hänger ihop med varför man gjort fel. För det första bör utskicken och inläggen på sociala medier påverka de skattskyldiga som medvetet gjort fel, men som helst vill undvika risk. För det andra bör det påverka aktörer med bristande regelkännedom och som inte är varse om att de gjort fel.

Aktörer som medvetet undanhållit inkomster och som nås av budskapet påverkas endast om informationsbudskapet ändrar deras uppfattning om risken för upptäckt och blir varse om negativa konsekvenser, om de inte agerar. Genom budskapet upplever skattebetalaren en ökad upptäcktsrisk. Eftersom olika aktörer kan antas vara olika villiga att ta risk, kommer ett utskick antagligen inte påverka alla lika. Aktörer som är relativt sett mindre risktagande påverkas antagligen i större utsträckning än de som är beredda att ta mer risk.

För denna grupp kan det alltså vara bra att såväl budskap som konsekvenser av att inte agera framgår relativt tydligt. Tidigare studier har visat att formuleringen av och tonen i budskapet kan spela roll. Till exempel kan en hjälpsam påminnelse (mjukt incitament) ha en annan effekt än ett

betalningskrav (hårt incitament) (se Andersson et al, 2021; se även beskrivning av studien i avsnitt 2.1). Om mottagaren uppfattar att den borde agera, men inte att den måste agera, kan reaktionen på ett brev förväntas bli mindre, i alla fall i närtid. En belgisk studie undersökte genom en serie fältexperiment hur olika kommunikationssätt – avskräckande meddelanden, meddelanden som åberopar personernas skattemoral samt meddelanden med förenklad information – påverkar regelefterlevnad (se Neve et al, 2019). Resultaten visar att förenklad kommunikation ökar regelefterlevnaden och att avskräckande meddelanden har ytterligare en positiv effekt, medan det inte är lika effektivt att åberopa individens skattemoral.

Formuleringarna i såväl brevet som den allmänna informationen är relativt mjuka (se avsnitt 3.1). De uppmanar till att redovisa rätt (en hjälpsam påminnelse), snarare än att vara kravfyllda. I formuleringarna finns dock information om att Skatteverket inom kort kommer att genomföra kontroller, fast det är formulerat i relativt allmänna ordalag. För aktörer som medvetet gör fel och som agerar utifrån en kalkylerad risk att bli påkommen kan en alltför mjuk formulering innebära att de inte reagerar i tillräcklig utsträckning.

Att välja en alltför hård ton i brev och allmän information kan dock vara mindre lyckat för den gruppen som gjort fel på grund av okunskap och är omedveten om att de gjort fel. Syftet med informationen är då att påverka kunskapsnivån om vad som gäller och att de nu har chansen att göra rätt, snarare än att förändra riskbilden hos aktörerna. En del av effekten av ett utskick kan därför bestå i att de aktörer som inte var insatt i reglerna förbättrar sin regelefterlevnad. Med den ytterligare informationen blir de varse om att de gjort fel.

Sammantaget talar detta för att brevet och den allmänna informationen kan ha en relativt begränsad effekt bland aktörer där regelefterlevnaden bedömts som förhållandevis låg redan innan. De agerar utifrån en kalkylerad risk att bli påkomna. Budskapet förmår därför ändra deras riskförväntningar i en begränsad utsträckning. Informationsåtgärden kan däremot ha effekt bland aktörer som visserligen gjort medvetet fel, men där brev och allmän information innebär att de reviderar sin förväntan att agerandet riskerar att leda till negativa konsekvenser. Åtgärden kan även förväntas ha en effekt bland de som omedvetet gjort fel på grund av bristande regelkänedom.



## 4 Studiepopulation, analysmetod och data

### 4.1 Studiepopulation

Åtgärdsmixen som analyseras här är riktad mot två delpopulationer av registrerade företagare inom tatueringensbranschen: a) de med låg risk (LA), och b) de med hög risk (RA). Åtgärderna bestod av (i) allmän information (via sociala medier), (ii) riktat brev, och (iii) skattekontroll.

Tabell 1 sammanfattar de olika grupperna och de gruppbezeichnungar som kommer att användas genomgående i rapporten. Tabellen anger även till vilken grupp de olika åtgärderna gavs och urvalsstorlek per grupp. Som framgår av tabellen så fanns det vissa mindre bortfall efter åtgärderna fördelats (se tabellänmärkning). Antalet i jämförelsebranschen (J0) kommer att matcha antalet i respektive behandlingsgrupp. Det vill säga för varje behandlad företagare så kommer matchningsproceduren fram med en företagare ur jämförelsebranschen. Matchningsproceduren beskrivs närmare i avsnitt 4.2.1.

Tabell 1 Översikt av vilken typ av insats som gick till vilken grupp samt avsett antal och antal efter bortfall per grupp

	Grupp	Allmän information	Brev	Skattekontroll	Indelning före bortfall (antal)	Indelning efter bortfall (antal)
Tatuerare, låg risk (LA)	LA1	Ja	Ja	Nej	266	265
	LA2	Ja	Nej	Nej	266	266
Tatuerare, hög risk (RA)	RA1	Ja	Ja	Ja	106	103
	RA2	Ja	Ja	Nej	289	288
	RA3	Ja	Nej	Nej	290	290
Jämförelsebransch	J0	Nej	Nej	Nej		*

Anm.: Bortfall efter tilldelning av åtgärd: LA1: 1 företagare hade skyddade personuppgifter. RA1: 3 företagare exkluderades från kontroll. RA2: 1 företagare med bortfall på brevutskicket. \*) Antalet i jämförelsebranschen matchar antalet i respektive behandlingsgrupp. Se avsnitt 4.2.1 för en närmare beskrivning.

Som nämndes i inledningen finns inte möjlighet att identifiera branschen via SNI-kod. För att ta fram urvalen skapades först en ursprunglig population av tatuerare genom textsökning i företagens inkomstdeklarationer och så kallad *skrapning* på internet.<sup>12</sup> Textsökningen genomfördes i februari 2022 och skrapningen genomfördes i maj 2021. Framtagningen via textsökning och skrapning innebär att vissa företag i branschen kan ha missats men även att oregistrerade företag, som bedrivs helt svart, kan ha fångats in. Att identifiera företag genom skrapning på internet innebär att den erhållna populationen är snedvriden mot de som marknadsför sin verksamhet mer aktivt på internet.

<sup>12</sup> Sökning på internet genomfördes av Tekniskt Centrum (TC) på Skatteverket.

Efter textsökningen och skrapningen begränsades populationen till de som antingen var a) juridiska personer (handelsbolag eller aktiebolag), eller b) fysiska personer med eller utan registrerad näringsverksamhet som inte var avregistrerad på grund av utvandring eller död. Efter dessa avgränsningar kvarstod 1 793 tatuereare, varav 1 232 var registrerade för moms före 2021-06-30. Företag som registrerats för moms 2021-06-30 eller senare har exkluderats då åtgärderna inte var tänkta att riktas mot helt nystartade verksamheter. Fysiker som var anställd i något bolag inom målpopulationen exkluderades.

Grupperna RA och LA skapades ur delpopulationen med 1 232 registrerade tatuereare. Uppdelningen in i RA- eller LA-gruppen gjordes genom att företagen tilldelades ett så kallat scoring-värde. Detta mått beskriver risken för fel i deklARATIONEN för inkomstår 2021 och utgår från en rad olika bakgrundsegenskaper och tidigare lämnade deklARATIONER med mera. De 700 registrerade tatuereare med de högsta scoring-värdena valdes ut för att ingå i RA medan resterande ( $1\,232 - 700 =$ ) 532 företag fick ingå i LA. Fördelningen på scoring-värde beskrivs närmare i avsnitt 4.4. Att just 700 (57 procent) valdes till RA utgick från en bedömning av risken för fel i populationen. Som nämndes ovan bedöms regelbrottsligheten i tatueringensbranschen som helhet vara förhållandevis låg och att det därmed finns stor risk för osund konkurrens.

Åtgärderna informationsbrev och kontroll har randomiserats inom respektive grupp LA och RA (genom så kallad block-randomisering). Innan slutgiltig RA-population bestämdes och slumpdragning av åtgärder kunde ske, exkluderades 15 stycken tatuereare från RA vars rapporterade omsättning under 2019 eller 2020 är att betrakta som extremt hög och därför inte bedömdes lämpliga att inkludera i en effektskattning, då de bedömdes vara icke-representativa.<sup>13</sup> Det resulterade i att det totala antalet i RA var ( $700 - 15 =$ ) 685 stycken. I denna grupp slumpades först 106 RA-företag till att få både det riktade informationsbrevet och skattekontrollinsatsen. Bland resterande ( $685 - 106 =$ ) 579 företag slumpades hälften till att få det riktade informationsbrevet. Bland de 532 LA-företagen gjordes ingen kontrollinsats. I LA-gruppen slumpades det riktade informationsbrevet så det skulle skickas till 50 procent (266 LA-företag skulle få brevet).

Åtgärden allmän information antas ha gått till alla inom tatueringensbranschen men inte till företag i andra branscher; speciellt antas att en utvald jämförelsebransch (J0) inte tog åt sig av den allmänna informationen.<sup>14</sup> I avsnitt 4.2.1 beskrivs hur jämförelsebransch har valts ut.

---

<sup>13</sup> Företag med rapporterad omsättning på 2 mnkr eller högre under antingen 2020 eller 2019 betraktades som företag med extremvärden.

<sup>14</sup> Om det antagandet inte stämmer, så är risken att jämförelsebranschen påverkas och i så fall leder det troligen till en underskattning av effekten.

Tidplanen för insatserna anges i Tabell 2. De förebyggande åtgärderna var planlagda att nå mottagarna i god tid före sista deklarationsdag för 2021. För majoriteten av företag var det 2 maj 2022. Som framgår av tabellen skedde insatserna någorlunda samlat i tid.

Tabell 2 Tidplan för insatserna

Tidpunkt	Insats
28 mars – 2 maj 2022	Allmän information
1 April 2022	Informationsbrev
Maj 2022 – Apr 2023	Skattekontroller

Tabell 3 visar antalet ändringar som registrerats efter den 1 april 2022, det vill säga efter att informationsbrevet skickades ut. Tabellen ger på så vis en bild av utfallet av de riktade åtgärderna i åtgärdsmixen. Notera att resultaten avser alla ändringar inklusive de som kan följt av andra kontroller än just den aktuella insatsen. Tabellen visar att själv rättelser är relativt ovanliga jämfört med rättelser på Skatteverkets initiativ (kontrollrättelser). Bland samtliga taturare observeras totalt 57 själv- eller kontrollrättelser, vilket motsvarar en ändringsfrekvens på cirka 4,8 procent. Flest ändringar till följd av kontroll skedde i gruppen RA1, vilket är väntat. Notera att antalet i respektive grupp varierar, se Tabell 1.

Tabell 3 Antal ändringar gjorda efter den 1 april 2022 för beskattningsåret 2021

	Inkomstdeklarationen			Momsdeklarationen		
	Själv rättelse	Kontroll	Övriga	Själv rättelse	Kontroll	Övriga
LA1	0	3	9	3	0	0
LA2	0	4	8	1	1	0
RA1	1	21	10	2	6	0
RA2	0	5	14	2	0	0
RA3	0	5	10	2	1	1
<b>Totalt</b>	<b>1</b>	<b>38</b>	<b>51</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>1</b>

Anm.: ”Själv rättelse” består av ärenden med ändringskod 40 (själv rättelse) som resulterar i förändringar i någon av utfallsvariablerna som deklarerar på berörd blankett. På motsvarande sätt består ”Kontroll” av ärenden med ändringskod 30 (skönsbeskattning), 54 (skrivbordsgranskning), 73 (oseriösa nyföretagare), 81 (branschinsatser) eller 87 (osund konkurrens). ”Övriga” består av tekniska rättelser (ändringskod 10 och 52) samt ändringar som saknar orsakskod.

## 4.2 Analysmetod

Aktörerna (inklusive de i jämförelsebranschen) kan utsättas för fyra ”behandlings”: ingen insats, allmän information, brev och kontroll. Syftet med analysen är att mäta effekterna av dessa steg i åtgärdsmixen, dels separat, dels sammanslaget.

Utifrån att behandlings- och kontrollgrupperna har valts ut till de olika behandlingarna genom slump tilldelning kan behandlingseffekter mätas. Störst påverkan (om det alls finns en effekt) av allmän information och brev förväntas för inkomstår 2021, eftersom insatserna sker strax före den sista

deklarationstidpunkten för 2021 (se Tabell 2). Om insatserna har en beteendeeffekt även på längre sikt kan det avspeglas i en påverkan på hur de behandlade väljer att deklarerar för inkomstår 2022. De intressantaste inkomståren för de preventiva åtgärderna är därmed inkomstår 2021 och 2022. Det är lite annorlunda med den reaktiva åtgärden skattekontroll, som ju sätts in efter de preventiva åtgärderna. Den kan förväntas ha effekt på dem som antingen inte agerat eller inte agerat fullt ut på de preventiva åtgärderna, och förväntas ha en direkt effekt på kontrollåret (2021). Därför bör en beteendeeffekt av kontrollen först gå att avläsa för inkomstår 2022.

I analysen undersöks utfall per behandling ("ingen insats", "allmän information", "brev" eller "kontroll") och inkomstår/deklarationsperiod. Det betyder att aktörernas utfall studeras såväl före insatserna sätts in som efter. På så sätt kan hänsyn tas till eventuella nivåskillnader mellan behandlade och icke-behandlade innan åtgärderna sattes in genom att skatta en så kallad *difference-in-difference*-modell.<sup>15</sup> Modellspecifikationen beskrivs i Bilaga A.

Grunddata innehåller flera observationer per företag och inkomstår/deklarationsperiod, varav den första är den först inlämnade uppgiften och den sista är den aktuella uppgiften. I de fall det finns ett omprövningsbeslut genom att Skatteverket funnit felaktigheter vid kontroll eller att aktören själv har lämnat in ny uppgift kan utfallet i de två observationerna skilja sig åt. I övriga fall är dessa två observationer identiska eller så innehåller data enbart den första uppgiften. Analysdata utvalda utifrån den först inlämnade uppgiften används alltså för att mäta *beteendeeffekten*.<sup>16</sup>

För att avläsa den *direkta effekten* av kontroll behöver den aktuella uppgiften för 2021 jämföras med den först inlämnade uppgiften för samma år och ta ut de ändringar som beror på Skatteverkets kontroll. Den direkta effekten av kontrollen är dock mindre intressant ur ett beteendeperspektiv och kommer av det skälet inte att vara i fokus i denna analys.

---

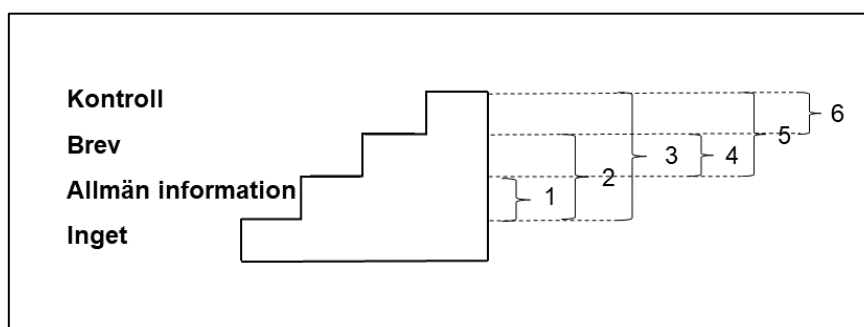
<sup>15</sup> Difference-in-differences-analyser är mycket vanliga inom till exempel arbetsmarknadsekonomisk forskning, se till exempel Angrist och Kreuger (1999). Ett vanligt problem vid skattning av effekten av en insats är att man inte vet hur aktörer skulle ha agerat om inte insatsen hade gjorts. Det kan till exempel inträffa annat som påverkar utfallet men som inte har med insatsen att göra som allmän ekonomisk konjunktur eller ekonomiska reformer som berör den studerade gruppen. Det kan också finnas en allmän nivå på till exempel kontroll som påverkar, men som inte har med den aktuella insatsen att göra. Man vill undvika att sådant påverkar effektskattningen.

<sup>16</sup> Som nämndes var de förebyggande åtgärderna planlagda att nå mottagarna i god tid före sista deklarationsdag av deklarationen för 2021 (se Tabell 2). Givet att majoriteten behandlade hann få de förebyggande insatserna innan de lämnade in sin (första) deklaration för 2021 så kan man anta att den först inlämnade deklarationen för 2021 ingår i utfallperioden och kan tolkas som påverkad av insatsen.

Det är emellertid intressant att undersöka eventuella självinitierade ändringar av deklARATIONERNA, och då även för tidigare inkomstår än 2021. Självinitierade ändringar av tidigare inlämnade och beslutade inkomstdeklARATIONER kan göras upp till sex år bakåt i tiden. Under 2023 kunde den skatteskyldiga alltså själv rätta uppgifter tillbaks till och med inkomstår 2017. Om sådana ändringar sker i större utsträckning i behandlingsgruppen (och tidsmässigt gjordes efter insatsen) så är det sannolikt att dessa kan tillräknas behandlingseffekten.

Utifrån studiens upplägg är en rad effekter möjliga att skatta. Dessa redovisas i Tabell 4, tillsammans med vilken grupp skattningen avser och vilken grupp som är behandlings- respektive kontrollgrupp (se gruppbenämningarna i Tabell 1). De olika effektskattningarna är i strikt mening giltiga för begränsade grupper och det går i allmänhet inte att dra några generella slutsatser kring effekterna för andra grupper. De olika effekterna illustreras grafiskt i Figur 1. Av den framgår vad de olika effekterna 1-6 mäter och i förhållande till vad. Eftersom åtgärderna är införda stegvis, är exempelvis effekten av kontroll betingad på att först ha fått både allmän information och brev. Det går alltså inte att mäta effekten av kontroll mot en grupp som inte fick någon åtgärd. Därför är det viktigt att vara tydlig med vad till exempel effekten av kontroll mäts i förhållande till.

Figur 1 Schematisk bild av de olika effekterna



Av figuren framgår att vissa effekter i teorin skulle kunna beräknas genom att addera ihop andra effekter, och att alla sex effekter därför inte skulle behöva skattas. Så är dock inte fallet eftersom de enskilda effekterna kommer att vara beroende av varandra. Exempelvis kan breffeffekten vara liten om effekten av allmän information är stor.

Tabell 4 Effekter som är möjliga att skatta och för vilken grupp

Vilken effekt?	Behandlade	Kontroller	För vilken grupp gäller effekten?	Kommentar/ betingning
1. Effekten av allmän information (mot att inte få något).	LA2+RA3	J0	Registrerade tatuereare	Betingas av att företag i jämförelsebranschen är registrerade. Skattningen förutsätter matchning på scoring-värde.
2. Effekten av allmän information + brev (mot att inte få något).	LA1+RA2	J0	Registrerade tatuereare	Samma som 1.
3. Effekten av allmän information + brev + kontroll (mot att inte få något).	RA1	J0	Registrerade tatuereare med hög risk	Skattekontroller har utförts enbart bland RA. Övrigt samma som 1.
4. Effekten av allmän information + brev (mot att bara få allmän information).	LA1+RA2	LA2+RA3	Registrerade tatuereare	Effekten kan mätas sammantaget för tatuereare eller per grupp av RA och LA
5. Effekten av allmän information + brev + kontroll (mot att bara få allmän information).	RA1	RA3	Registrerade tatuereare med hög risk	Skattekontroller har utförts enbart bland RA som fått brevet
6. Effekten av allmän information + brev + kontroll (mot att få allmän information + brev).	RA1	RA2	Registrerade tatuereare med hög risk	Samma som 5.

Den valda metoden (*difference-in-difference*) förmår att ta hänsyn till nivåskillnader i utfall mellan behandlings- och kontrollgrupp men inte trendskillnader. Eftersom urvalen av behandlade och obehandlade företag är relativt små finns det en möjlighet – trots att slumpen styr tilldelningen av behandling – att grupperna inte är helt balanserade. Det finns därmed en risk att effektskattningen är svårtolkad. Ett tecken på att så kan vara fallet är om gruppernas utveckling innan insatsen är olika (icke-parallella trender). Ett sätt – som utforskas i denna analys – är att matcha grupperna på observerbara karaktäristika eller historiska utfall för att på så sätt balansera grupperna. På detta sätt åstadkoms en mer lika utveckling före tidpunkten för insatserna för grupperna, men bygger på en rad antaganden som matchningsmetod och vilka egenskaper och historiska utfall som väljs ut till matchningen.

Analysen har tillgång till riskvärdering (det så kallade scoring-värdet) för grupperna LA, RA och J0 i analysunderlaget. Detta mått ska ange risken för att

det finns fel i inkomstredovisning med mera för aktören. Med detta mått kan dels hänsyn tas till eventuella skillnader i riskvärdering mellan grupper, dels se om effekten av till exempel brevutskicket förefaller vara olika för olika riskklasser. Scoring-värdet följer *ordinalskala*, det vill säga det rangordnar risk men det går inte att säga att steget mellan ett scoring-värde till nästa anger lika stor förändring i risk som steget mellan ett annat scoring-värde och nästa. Detta kommer att användas som en matchningsvariabel. Den valda proceduren för matchning beskrivs närmare i nästa avsnitt.

#### 4.2.1 Den utvalda jämförelsebranschen

Effekterna 1-3 från Tabell 4 skattas genom att jämföra utfall från tatueringsbranschen med utfall från en jämförelsebransch.

Jämförelsebranschen består i vårt fall av företag som inte är tatuerare men som har samma tvåstelliga SNI-kod som tatuerare, 96 – *andra konsumenttjänster*.

Denna grupp omfattar övrig serviceverksamhet, och särskilt tjänster såsom tvätt och kemtvätt av textilier och pälsvaror, hårvård och annan skönhetsbehandling, begravningsverksamhet och tillhörande verksamhet. I likhet med tatuerarna bedöms aktörerna i denna bransch verka i miljöer där det finns stor risk för osund konkurrens på grund av skatteundandragande, vilket gör dem lämpliga som kontrollgrupp.

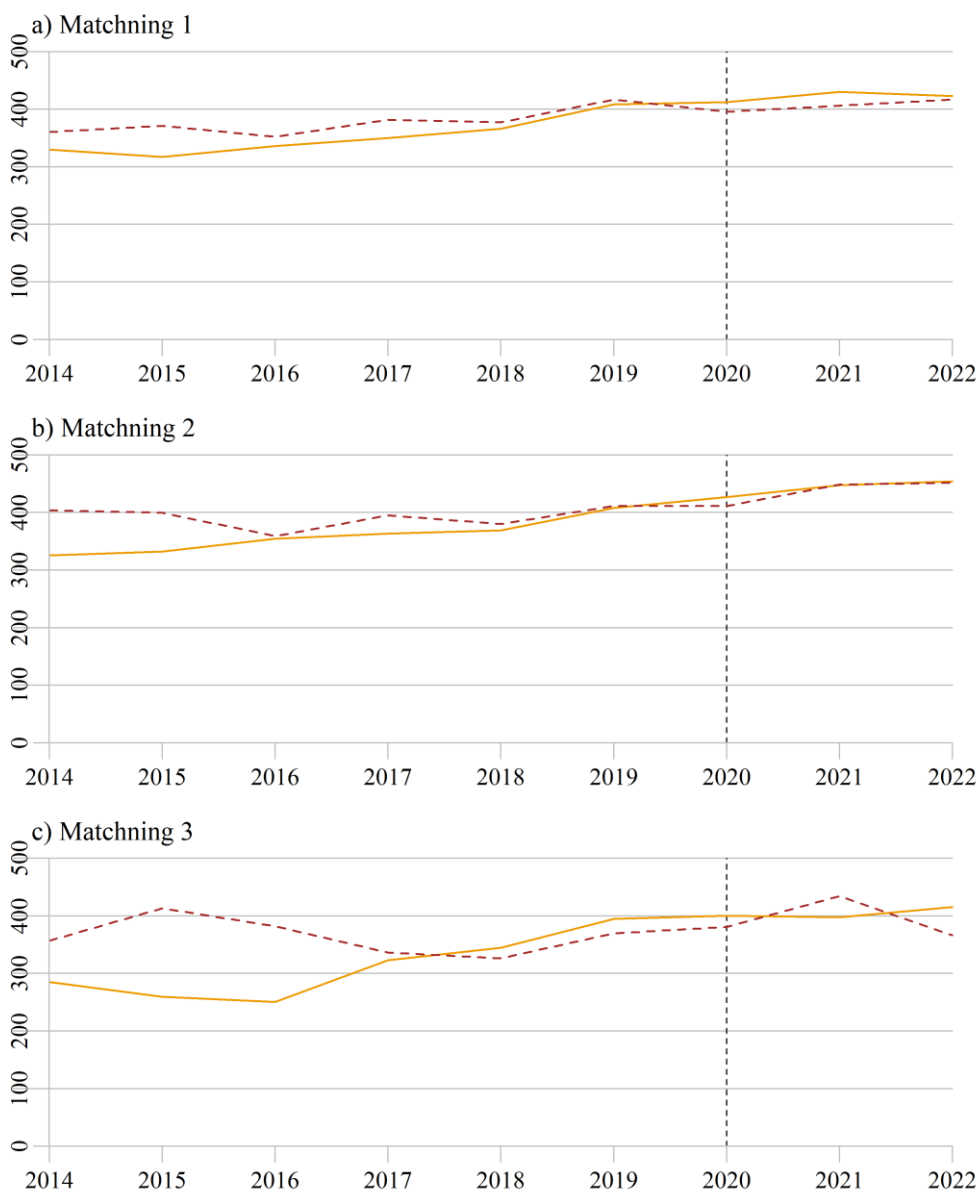
Totalt består jämförelsebranschen av 39 557 företag. För att grupperna ska bli så jämförbara som möjligt matchas varje företag i tatueringsbranschen mot ett företag i jämförelsebranschen. I ett första steg elimineras företag som är inaktiva under åren som leder upp till första behandlingsåret 2021. Detta reducerar antalet aktörer i tatueringsbranschen med cirka 25 procent. Därefter matchas företagen på historisk omsättning tre år före behandling samt på det framtagna scoring-värdet.<sup>17</sup> Separata matchningar utförs för varje effekt 1–3 som ska skattas.<sup>18</sup> Det slutliga datasetet består av lika många företag från jämförelsebranschen som det finns tatuerare.

---

<sup>17</sup> Att matcha på historiska utfall leder till selektion på överlevnad, vilket betyder att analysen endast kan uttala sig om behandlingseffekten för företag som har varit verksamma i minst tre år.

<sup>18</sup> Som matchningsmetod används *propensity score matching* utan återläggning. Med det menas att varje aktör bland tatuerarna passas ihop (matchas) med en ”tvilling” i jämförelsegruppen. Matchningen görs utifrån ett så kallat *propensity score*. Det är en uppskattad sannolikhet att vara tatuerare utifrån en rad historiska utfall (omsättning) och scoring-värde (riskvärde). Matchningen sker utan återläggning, vilket betyder att varje tatuerare bara passas ihop med en aktör från jämförelsegruppen. Se Rosenbaum & Rubin (1983) för en närmare beskrivning av metoden.

Figur 2 Genomsnittlig omsättning, matchade grupper



Figur 2 visar genomsnittlig omsättning för de matchade behandlings- och kontrollgrupperna från 2014 till 2022. Den streckade vertikala linjen markerar den sista mätpunkten innan behandling. Av figuren framgår att skillnaderna i historisk omsättning är liten och att grupperna uppvisar relativt parallella trender. Undantaget är åren 2014–2016 i den tredje urvalsgruppen.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Huvudresultaten i avsnitt 5.1 påverkas inte nämnvärt av att utesluta observationer för åren 2014–2016. Notera därtill att nivåskillnaderna för åren 2014–2016 verkar dämpade på en potentiell positiv effekt, det vill säga, en signifikant positiv behandlingseffekt hade varit starkare om trenderna hade varit parallella under hela perioden som leder fram till behandlingen.



Ett ytterligare sätt undersöka om de tre matchningarna faller ut väl är att titta på fördelningen av den uppskattade sannolikheten att vara tatueringare (*propensity scores*). Dessa redovisas i Figur A1. Av figuren framgår att de uppskattade sannolikheterna i behandlings- och kontrollgrupperna är överlappande i samtliga tre matchningar, vilket tyder på att balans är uppnådd. Tabell A1 visar skillnaderna i genomsnittliga utfall under perioden som leder fram till behandlingen. Tabellen visar att vissa skillnader mellan grupperna kvarstår även efter matchningen, men att dessa är betydligt mindre än innan matchningen. Skillnaderna mellan grupperna med avseende på de matchade variablerna (omsättning och scoring-värde) är genomgående inte signifikanta.

### 4.3 Datamaterial

Uppgifter på utfallsmått (redovisad omsättning, moms och arbetsgivaravgifter eller egenavgifter, redovisade löner och förmåner per anställd, samt registrering F-skatt, moms och arbetsgivaravgifter, med mera) hämtas från Skatteverkets datalager.

Omsättning beräknas från den omräknade omsättningen som erhålls utifrån data på redovisad utgående moms. Den summeras till årsbasis och inkluderar enbart perioder som startar och slutar inom samma inkomstår. Enbart den första och senaste (aktuella) beslutade redovisningen per inkomstår inkluderas i analysen. Moms att betala (momsnetto) och ingående moms beräknas på samma sätt.

Bakgrundsinformation (till exempel juridisk form, samt kön och ålder för enskilda näringsidkare) samt företagens historik (till exempel antal anställda) hämtas också från IL.

### 4.4 Beskrivning av analysmaterialet

För att försäkra sig om att de olika grupperna som kommer att jämföras i effektskattningarna är lika undersöks först olika bakgrundsegenskaper för grupperna.

Fördelningen av scoring-värdet visas i Tabell 5, uppdelat på grupp och vilken typ av insats som genomfördes. Som ett resultat av hur RA valts ut från gruppen tatueringare framgår att scoring-värdet är högt inom RA medan det är lågt inom LA. Av tabellen framgår att indelningen till RA skedde bland företag med ett scoring-värde på ungefär 6 eller högre.<sup>20</sup> Som också framgår är

---

<sup>20</sup> Indelningen till RA utgick från en bedömning av risken för fel i populationen och att tatueringens bransch som helhet har en förhållandevis låg regelbrottsfrekvens. Eftersom indelningen till gruppen RA utgick från ett visst antal så ”delar” RA och LA på scoring-värdet ”6”.

fördelningen av scoring-värdet relativt lika mellan de som fick en viss behandling och de som inte fick behandling inom respektive grupp (LA och RA). Till exempel är fördelningen relativt lika bland de som fick kontroll och brev inom RA (RA1), som de inom RA som inte fick kontroll men väl brev (RA2). Notera dock att RA1 är något mer ”baktung” mot mellanhöga scoring-värden jämfört med R2. Vidare framgår även en viss obalans mellan RA2 (fick brev) och RA3 (fick inte brev).

Tabell 5 Antal företag per scoring-värde, grupp, om de fick brev eller ej och om de kontrollerades eller ej; antal

Scoring-värde	LA1	LA2	RA1	RA2	RA3
	Brev	Ej brev	Brev Kontroll	Brev Ej kontroll	Ej brev
3	19	18			
4	181	178			
5	6	12			
6	59	58	3	26	19
7			23	37	33
8			9	14	14
9			10	24	33
10			10	22	27
11			6	28	16
12			6	29	28
13			7	15	17
14			2	16	17
15			4	20	17
16			3	7	7
17			6	14	14
18			3	5	3
19			3	5	7
20+			8	26	38
<b>Totalt</b>	<b>265</b>	<b>266</b>	<b>103</b>	<b>288</b>	<b>290</b>
<b>Genomsnitt*</b>	<b>4.40</b>	<b>4.41</b>	<b>11.45</b>	<b>11.78</b>	<b>12.23</b>

Anm.: \*) Genomsnittligt scoring-värde; 20 eller mer är satt till 20. Exklusive företag med extremvärde på omsättning 2020 eller 2019. FFöretag som hade bortfall i brev- eller kontrollinsatsen efter att tilldelning av åtgärder gjorts ingår inte.

I Tabell 6 visas beskrivande statistik för 2020 uppdelat på de olika grupperna av tatuerare som ingår i analysen. Här är det relevant att studera uppgifterna avseende inkomstår 2020 eftersom vissa uppgifter (till exempel inkomst och omsättning) för 2021 kan vara påverkade av åtgärderna. Av resultaten framgår att tatuerare i huvudsak är män och att de bedriver verksamheten som enskilda näringsidkare. Det är mer förekommande att verksamheten bedrivs i aktiebolagsform bland RA jämfört med LA.

Tabell 6 Bakgrundsegenskaper för inkomstår 2020; antal

	LA1	LA2	RA1	RA2	RA3
Brev?	BrevBrev	Ej brev	BrevBrev	BrevBrev	EjEj brev
Kontroll?			KontrollKontroll	EjEj kontroll	
Kvinna	60	69	25	77	69
Man	185	174	61	149	166
Kön ej tillämpl.	20	23	17	62	55
Ålder (genomsnitt)	37.0	36.2	37.6	36.9	36.3
NE	242	243	84	223	230
PP utan näringsv.	3		2	3	5
HB				5	5
AB	20	23	17	57	50

Anm.: Antal.NE=enskild näringsverksamhet, PP=privatpersoner, HB=handelsbolag, AB=aktiebolag. Bygger på aktuella uppgifter.

Tabell 7 Inkomst, omsättning med mera (tkr) för inkomstår 2020; A) alla B) enbart de med anställda; genomsnitt

	LA1	LA2	RA1	RA2	RA3
Brev?	Brev	Ej brev	Brev	Brev	Ej brev
Kontroll?			Kontroll	Ej kontroll	
<b>A) Alla</b>					
Inkomst av tjänst	215	224	164	161	149
Omsättning	475	459	325	303	279
Lönesumma	42	28	50	46	34
Antal anst.	0.26	0.12	0.21	0.27	0.25
Andel med anst.>0	0.08	0.09	0.18	0.18	0.17
<b>B) Enbart de med anställda</b>					
Inkomst av tjänst	65	12	51	29	31
Omsättning	1 301	872	560	494	436
Lönesumma	504	325	269	263	203
Antal anst.	3.14	1.39	1.16	1.55	1.47

Anm.: Genomsnitt. Bygger på aktuella uppgifter.

Av Tabell 7 framgår att genomsnittlig inkomst är högre bland LA jämfört med RA, medan genomsnittlig omsättning är högst bland LA. Det är knappt en tiondel bland LA som har anställda. Bland RA är det knappt en femtedel. Eftersom den övervägande del av tatuerare inte har anställda är en analys på bruttolöner med mera bland de som är arbetsgivare inte relevant att göra.

Sammantaget visar resultaten att det är relativt god överensstämmelse mellan grupperna som fick, respektive inte fick, en viss åtgärd. Det är vissa skillnader i bland annat inkomst inom RA-grupperna men de är relativt små.

## 5 Resultat

I avsnitt 5.1 presenteras effekterna av åtgärdsmixen som kan bero på den allmänna informationen (effekterna 1–3)). I avsnitt 5.2 presenteras effekterna som betingar på att första ha fått den allmänna informationen (effekterna 4–6).

### 5.1 Effekterna jämfört med de som inte fick allmän information

Tabell 8 visar effekten av att få allmän information (jämfört med att inte få något alls). Åtgärden har en signifikant positiv effekt på samtliga utfall förutom momsnettot. Signifikansnivåerna som anges i tabellen är 10 procent (\*), 5 procent (\*\*) respektive 1 procent (\*\*\*). I genomsnitt ökar den redovisade omsättningen i behandlingsgruppen med 31 200 kronor mer än i kontrollgruppen. Motsvarande effektskattningar för resultatet och överskottet är att allmän information höjer dessa med 18 500 kronor respektive 25 300 kronor. Effekterna motsvarar 9, 11 och 21 procent av behandlingsgruppens genomsnitt före den allmänna informationen skickades ut. Dessa procentberäkningar relaterar till hela förperioden 2014–2020. Estimatet av beteendeeffekten och den totala effekten är snarlika, vilket tyder på att effekten till största del drivs av att aktörerna ändrar sitt beteende. Skattningen av beteendeeffekten inkluderar endast den först inlämnade uppgiften, medan skattningen av den totala effekten även inkluderar eventuella ändringar som gjorts (aktuell uppgift). Att den totala effekten till stor del förklaras av beteendeförändring är ett väntat resultat med tanke på att grupperna endast exponeras mot allmän information.

Tabell 8 Effekten av allmän information (effekt 1)

	Omsättning	Resultat	Överskott	Momsnetto
Beteendeeffekt	31.22* [16.48]	18.51** [9.19]	25.30*** [8.63]	3.63 [3.10]
Total effekt	31.67* [16.34]	18.49** [9.24]	24.89*** [8.70]	4.89 [2.99]
Obs.	7351	7351	7351	7351
Ftg.	854	854	854	854

Anm: Standardfel klustrade på företagsnivå i hakparentes: \*  $p < 0.1$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*\*\*  $p < 0.01$ . Effekten mäts genom interaktionen mellan behandling och post. Specifikationen innehåller fixa effekter för företag, post, och inkomstår. Studieperioden är 2014–2022.

Tabell 9 visar effekten av att få både allmän information och brev (jämfört med att inte få något alls). Effekterna är snarlika de i föregående tabell, med undantag av estimatet för omsättning och resultat, som här inte är signifikanta. Punktskattningarna är likartade de i föregående tabell men mer oprecisa.

Däremot är effekten på momsnettot signifikant och uppvisar en större koefficient än i föregående tabell. I genomsnitt ökar överskottet och momsnettot i behandlingsgruppen med 24 500 kronor respektive 7 400 kronor mer än i kontrollgruppen. Effekterna motsvarar 22 respektive 13 procent av behandlingsgruppens genomsnitt före behandling. Återigen är estimaten av beteendeeffekten och den totala effekten snarlika (det händer alltså inte så mycket extra på grund av eventuella ändringar efter den först inskickade deklARATIONEN).

Tabell 9 Effekten av allmän information + brev (effekt 2)

	Omsättning	Resultat	Överskott	Momsnetto
Beteendeeffekt	29.86 [19.98]	18.43 [17.72]	24.52** [10.70]	7.38** [3.51]
Total effekt	35.61* [20.12]	18.56 [17.68]	25.68** [10.52]	7.38** [3.57]
Obs.	7299	7299	7299	7299
Ftg.	844	844	844	844

Anm: Standardfel klustrade på företagsnivå i hakparentes: \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01. Effekten mäts genom interaktionen mellan behandling och post. Specifikationen innehåller fixa effekter för företag, post, och inkomstår. Studieperioden är 2014–2022.

Tabell 10 visar effekten av att få samtliga åtgärder, det vill säga allmän information, brev och kontroll (jämfört med att inte få något alls). Effekterna skiljer sig något från de i föregående tabeller. För det första är koefficienten för omsättning inte signifikant. För det andra är effekterna på resultatet, överskottet och momsnettot positiva (och signifikanta), vilket tyder på att kombinationen av allmän information + brev + kontroll har en effekt. I genomsnitt ökar resultatet, överskottet och momsnettot i behandlingsgruppen med 40 700 kronor, 49 100 kronor och 14 700 kronor mer än i kontrollgruppen. Effekterna motsvarar 32, 59 och 31 procent av behandlingsgruppens genomsnitt före behandling. De totala effekterna på resultatet, överskottet och momsnettot är samtliga större än motsvarande beteendeeffekter, vilket tyder på att en del av effekten drivs av ändringar av olika slag. Den totala effekten är som störst för överskottet, som i genomsnitt ökar med 61 100 kronor mer i behandlingsgruppen än i kontrollgruppen. Detta motsvarar en genomsnittlig procentuell ökning på cirka 73 procent, vilket är en betydande uppskrivning. Återigen relaterar denna procentberäkning till hela förperioden. Relaterat till enbart året innan (2020) är den procentuella ökningen cirka 50 procent.

Tabell 10 Effekten av allmän information + brev + kontroll (effekt 3)

	Omsättning	Resultat	Överskott	Momsnetto
Beteendeeffekt	23.48 [56.27]	40.74* [25.10]	49.05* [26.93]	14.76* [8.50]
Total effekt	30.77 [57.01]	48.69* [25.55]	61.11** [27.66]	19.25** [8.79]
Obs.	1263	1263	1263	1263
Ftg.	148	148	148	148

Anm: Standardfel klustrade på företagsnivå i hakparentes: \*  $p < 0.1$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*\*\*  $p < 0.01$ . Effekten mäts genom interaktionen mellan behandling och post. Specifikationen innehåller fixa effekter för företag, post, och inkomstår. Studieperioden är 2014–2022.

En potentiell förklaring till varför det inte går att se en signifikant effekt på omsättningen i Tabell 10 kan vara att effekten de facto är relativt varierad eller att det är en förhållandevis liten grupp som undersöks. En förklaring kan också vara att RA1 hade en något annorlunda fördelning av scoring-värden jämfört med RA2 (se Tabell 5). Det kan också vara att behandlingsgruppen, som i det här fallet består enbart av tatueringer från RA-gruppen, är mindre receptiv för den här typen av åtgärder. För att undersöka om så är fallet presenteras i Tabell 11 separata skattningar av effekt 2 (allmän information + brev) för LA och RA. Resultaten visar att inga av effekterna är signifikanta i RA-gruppen, medan de genomgående är signifikanta i LA-gruppen. Detta tyder på att den sammanlagda effekten av allmän information och brev (som visades i Tabell 9) framkommer bland tatueringer i LA-gruppen men inte bland de i RA-gruppen.

Sammanfattningsvis visar resultaten i detta avsnitt att åtgärder i form av allmän information, brev och kontroll har en positiv effekt på den skatteskyldiges redovisning. Analysen finner dock inga entydiga bevis för att tyngre (mer resurskrävande) åtgärder har starkare effekter än lättare åtgärder. Jämför exempelvis skattningarna i Tabell 10 med dem i Tabell 8, framgår att effekten på omsättning förefaller starkare när företagaren endast exponeras mot allmän information, medan effekterna på resultat, överskott och momsnetto är starkare när företagaren exponeras mot hela åtgärds paketet. Den tyngsta åtgärden (kontroll) riktades dock enbart mot tatueringer med hög risk, vilket betyder att det inte går att uttala sig om vad hela åtgärds paketet hade inneburit för de med låg risk.

Tabell 11 Effekten av allmän information + brev, separata skattningar för LA och RA (effekt 2)

	Omsättning	Resultat	Överskott	Momsnetto
<b>RA</b>				
Beteendeeffekt	8.43 [33.07]	-7.01 [34.53]	19.02 [18.37]	5.49 [5.48]
Total effekt	23.59 [33.75]	-4.60 [34.43]	22.77 [17.89]	5.00 [5.60]
Obs.	3473	3473	3473	3473
Ftg.	408	408	408	408
<b>LA</b>				
Beteendeeffekt	48.51** [23.39]	40.72*** [12.88]	28.88** [11.60]	8.95** [4.44]
Total effekt	45.75** [22.95]	38.80*** [12.87]	27.69** [11.62]	9.39** [4.48]
Obs.	3826	3826	3826	3826
Ftg.	436	436	436	436

Anm: Standardfel klustrade på företagsnivå i hakparentes: \*  $p < 0.1$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*\*\*  $p < 0.01$ . Effekten mäts genom interaktionen mellan behandling och post. Specifikationen innehåller fixa effekter för företag, post, och inkomstår. Studieperioden är 2014–2022.

## 5.2 Effekterna efter att först ha fått allmän information

I avsnittet redovisas effekter av brevutskick och kontroll inom tatueringensbranschen. I denna grupp antas samtliga ha fått allmän information.

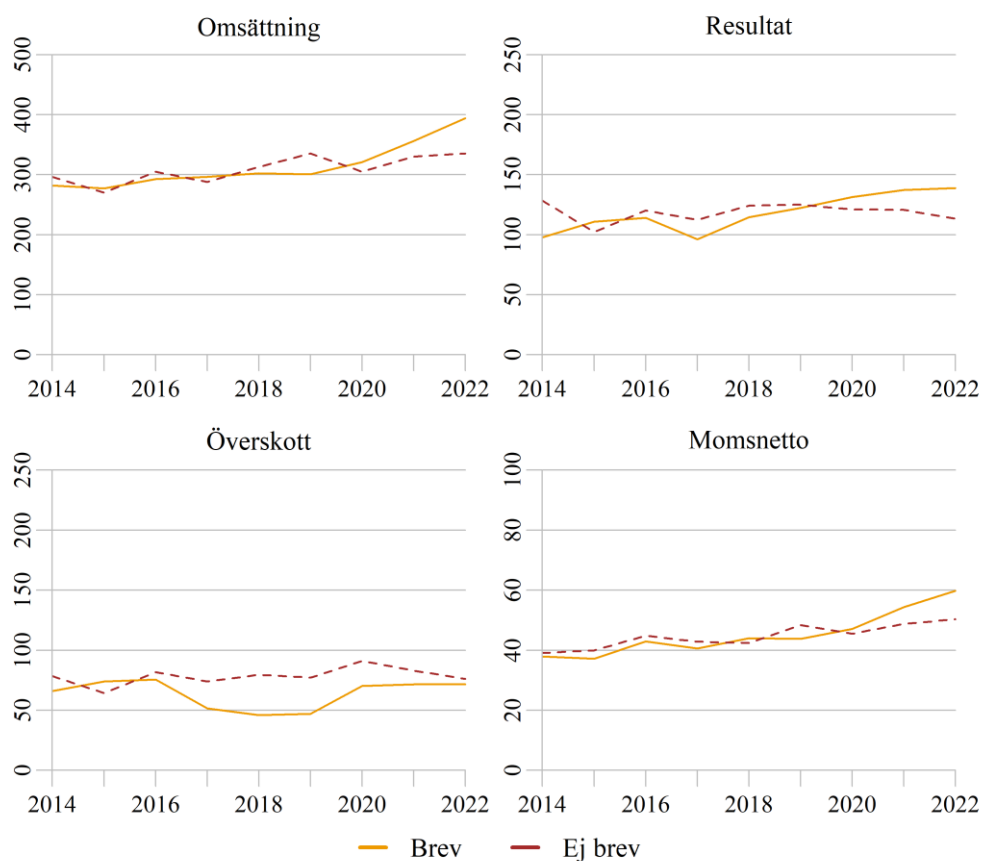
### 5.2.1 Deskriptiva resultat bland tatueringare

Här visas deskriptiva resultat på utvecklingen av omsättning med mera över inkomstår 2014–2022 för grupperna uppdelat på olika insatser. Notera att detta är genomsnitt och att det av dessa resultat inte går att sluta sig till om skillnaderna i resultat är statistiskt signifikanta.<sup>21</sup>

Av Figur 3 framgår att RA-gruppens utveckling i genomsnittlig omsättning är relativt lika fram till 2020 oberoende av om de mottog brevutskick, medan det framgår en skillnad 2021–2022. Den tyder på en högre redovisad omsättning för de som fick brevet. Genomsnittligt resultat uppvisar ett liknande mönster. Data på momsnetto visar på en viss ökning mot slutet av perioden för RA som fick brev jämfört med RA som inte fick brev.

<sup>21</sup> Vissa av dessa resultat kan inte tas fram för OA eftersom så få av dessa har någon momsredovisning.

Figur 3 Genomsnittlig omsättning, resultat, överskott och nettomoms (moms att betala); RA; åtgärd brev

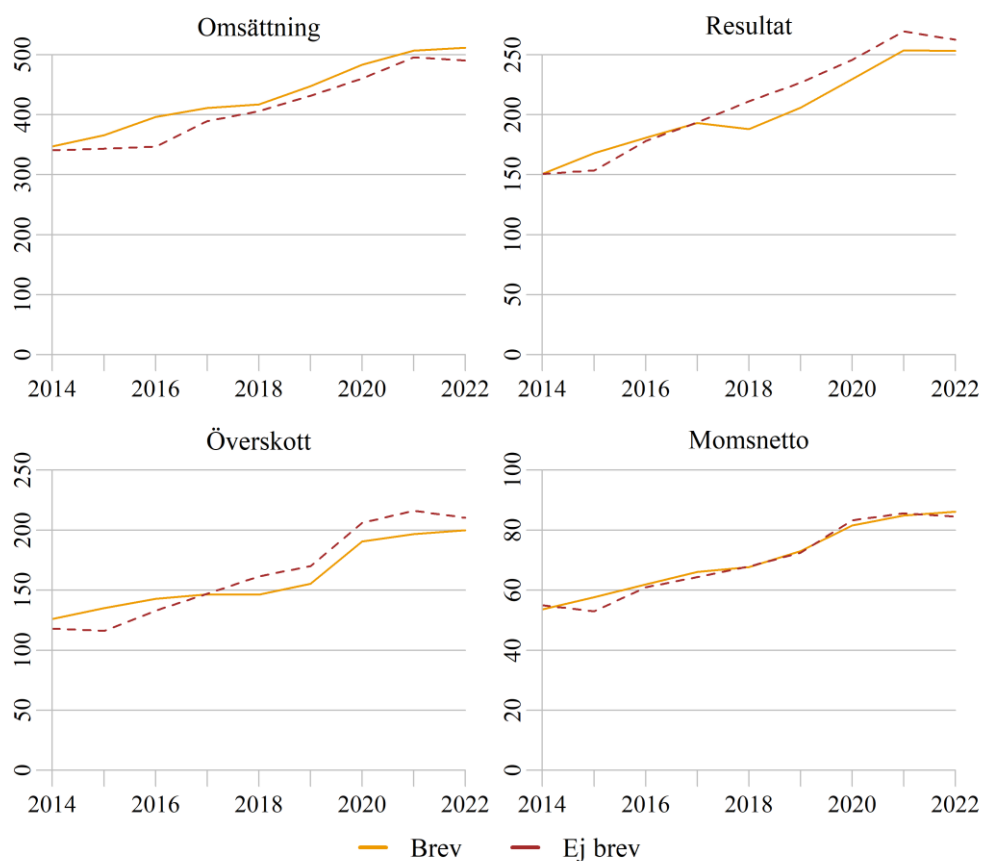


Anm.: Bygger på först inlämnade uppgift (före eventuella ändringsbeslut) i företagens inkomst- och momsdeklarationer.

I Figur 4 visas motsvarande deskriptiva resultat över utfallsvariablerna för gruppen LA. Av dessa framgår att gruppernas utveckling är relativt lika under alla inkomstår 2014–2022 och att det inte finns några större skillnader mellan de som fick respektive inte fick brev. Det går inte heller att urskilja några tydliga mönster som skulle sammanfalla med brevstatus.



Figur 4 Genomsnittlig omsättning, resultat, överskott och nettomoms (moms att betala); LA; åtgärd brev

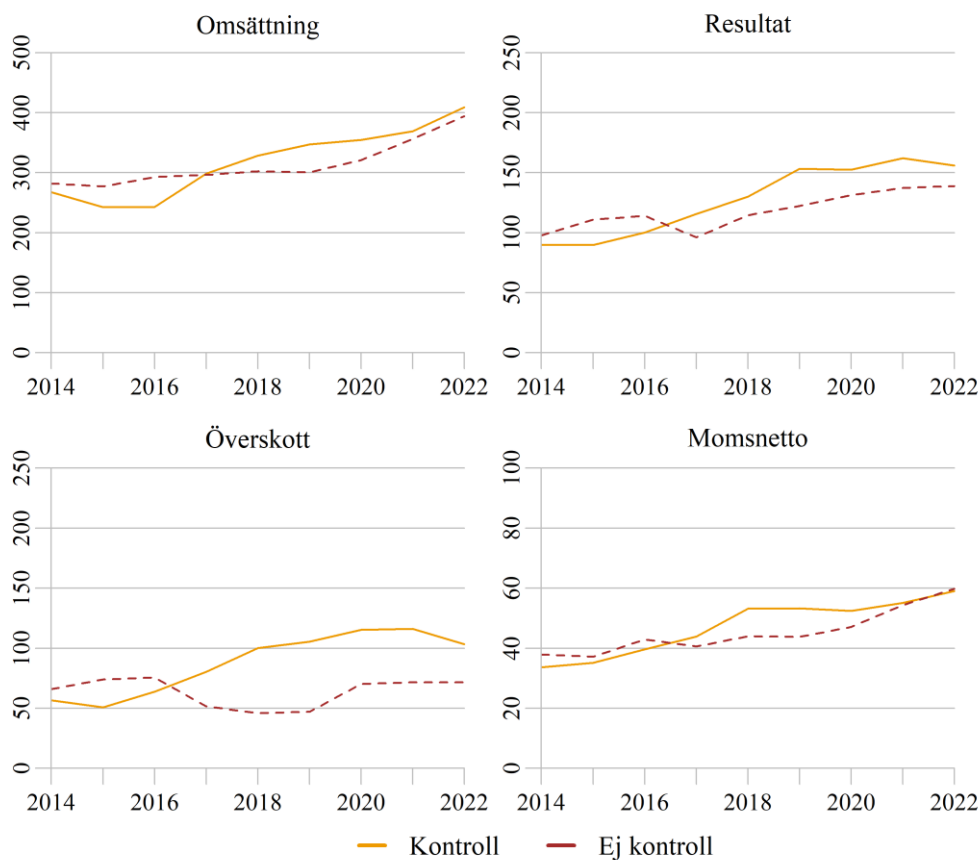


Anm.: Bygger på först inlämnade uppgift (före eventuella ändringsbeslut) i företagens inkomst- och momsdeklarationer..

I Figur 5 visas deskriptiva resultat på utvecklingen av utfallsvariablerna för gruppen RA som fick brev, och som därefter antingen kontrollerades eller inte. Av figuren framgår vissa skillnader över de olika inkomststärken mellan de som kontrollerades respektive inte kontrollerades. Det går dock inte att säga att mönstret sammanfaller med kontrollen, det vill säga uppstår under 2022.

Sammantaget ger dessa deskriptiva resultat vissa indikationer att brevet, men inte kontrollen, kan ha haft en påverkan på omsättning, resultat och momsnetto i gruppen RA, när jämförelse görs mot övriga inom gruppen taterare som alla redan antas fått den allmänna informationen.

Figur 5 Genomsnittlig omsättning, resultat, överskott och nettomoms (moms att betala); RA; åtgärd kontroll



Anm.: Bygger på först inlämnade uppgift (före eventuella ändringsbeslut) i företagens inkomst- och momsdeklarationer. Resultaten avser grupperna RA1 och RA2.

## 5.2.2 Effektskattningar

För att se om de deskriptiva resultaten som redovisades i avsnitt 5.2.1 utgör en effekt av brevet eller av kontrollen presenteras i detta avsnitt effektskattningar. Tabell 12 visar effekten av att få brev, givet att företagaren redan mottagit allmän information. Tabellen innehåller inga signifikanta effekter, vilket tyder på att brevet inte är en effektiv åtgärd, när allmän information via sociala medier redan lagts ut. Huruvida brevet hade haft signifikant effekt i avsaknad av allmän information kan analysen inte uttala sig om.

De genomsnittliga utfallen över tid som presenterades i Figur 3 och Figur 4 antyder att effekterna kan se olika ut i RA- och LA-grupperna. För att undersöka detta skattas breveffekten separat för RA och LA, se Tabell 13. Återigen innehåller tabellen inga signifikanta effekter, vilket tyder på att brevet inte var en effektiv åtgärd i någon av grupperna, som redan tagit del av allmän information via sociala medier.

Tabell 12 Effekten av brev, givet allmän information (effekt 4)

	Omsättning	Resultat	Överskott	Momsnetto
Beteendeeffekt	20.14 [18.40]	3.50 [16.80]	2.09 [10.60]	2.80 [3.36]
Total effekt	22.05 [18.16]	2.84 [16.79]	1.93 [10.45]	2.31 [3.37]
Obs.	7179	7179	7179	7179
Ftg.	849	849	849	849

Anm: Standardfel klustrade på företagsnivå i hakparentes: \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01. Effekten mäts genom interaktionen mellan behandling och post. Specifikationen innehåller fixa effekter för företag, post, och inkomstår. Studieperioden är 2014–2022.

Tabell 13 Effekten av brev, givet allmän information, separata skattningar för LA och RA (effekt 4)

	Omsättning	Resultat	Överskott	Momsnetto
<b>RA</b>				
Beteendeeffekt	38.72 [30.73]	8.02 [30.92]	13.34 [17.84]	5.65 [5.35]
Total effekt	41.94 [30.30]	8.11 [30.88]	13.20 [17.52]	4.17 [5.36]
Obs.	3324	3324	3324	3324
Ftg.	408	408	408	408
<b>LA</b>				
Beteendeeffekt	7.96 [21.58]	3.69 [13.69]	-4.59 [11.84]	1.08 [4.21]
Total effekt	8.63 [21.34]	2.41 [13.70]	-4.87 [11.80]	1.40 [4.23]
Obs.	3855	3855	3855	3855
Ftg.	441	441	441	441

Anm: Standardfel klustrade på företagsnivå i hakparentes: \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01. Effekten mäts genom interaktionen mellan behandling och post. Specifikationen innehåller fixa effekter för företag, post, och inkomstår. Studieperioden är 2014–2022.

Tabell 14 visar skattningar av effekten av att få både brev och kontroll efter att först ha fått allmän information. Inte heller här är effekterna på något av utfallen signifikanta. Resultaten tyder på att hårdare åtgärder är verkningslösa i gruppen som redan blivit exponerad mot mjukare åtgärder så som allmän information.

Tabell 14 Effekten av brev + kontroll, givet allmän information (effekt 5)

	Omsättning	Resultat	Överskott	Momsnetto
Beteendeeffekt	43.85 [36.35]	29.78 [21.47]	14.82 [20.55]	8.02 [6.80]
Total effekt	49.64 [37.55]	37.89* [22.03]	23.70 [21.52]	10.90 [7.09]
Obs.	2264	2264	2264	2264
Ftg.	278	278	278	278

Anm: Standardfel klustrade på företagsnivå i hakparentes: \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01. Effekten mäts genom interaktionen mellan behandling och post. Specifikationen innehåller fixa effekter för företag, post, och inkomstår. Studieperioden är 2014-2022.

Tabell 15 visar effekterna av att även få kontroll i gruppen som först fått brevet och tagit del av inläggen i sociala medier. Som framgår finns inga signifikanta effekter på vare sig omsättning, resultat, överskott eller moms. Återigen tyder resultaten på att hårdare åtgärder saknar effekt utöver att redan ha blivit exponerad mot mjukare åtgärder. Av resultaten i avsnitt 5.1 framgår dock att högriskgruppen förefaller svår att påverka även med mjukare åtgärder.

Tabell 15 Effekten av kontroll, givet allmän information + brev (effekt 6)

	Omsättning	Resultat	Överskott	Ingående moms
Beteendeeffekt	5.35 [24.29]	24.22 [36.97]	2.03 [23.33]	2.37 [6.55]
Total effekt	7.73 [37.14]	32.11 [37.31]	10.84 [23.99]	6.75 [7.03]
Obs.	2334	2334	2334	2334
Ftg.	278	278	278	278

Anm: Standardfel klustrade på företagsnivå i hakparentes: \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01. Effekten mäts genom interaktionen mellan behandling och post. Specifikationen innehåller fixa effekter för företag, post, och inkomstår. Studieperioden är 2014-2022.

Sammanfattningsvis tyder resultaten i detta avsnitt på att såväl brev som kontroll är verkningslösa givet exponering mot allmän information via sociala medier. Dessa resultat är i linje med dem som redovisas i avsnitt 5.1, som visar att marginaleffekterna av olika kombinationer av åtgärder är ungefär lika stora (jämfört med att inte få någon åtgärd alls). Det är värt att poängtera att åtgärdsprogrammets upplägg inte tillåter en skattning av de rena effekterna av hårdare åtgärder, det vill säga den rena brev- och kontrolleffekten. För att göra det krävs att man kan jämföra aktörer som endast exponeras mot åtgärden i fråga med aktörer som inte exponeras mot någon åtgärd alls.

## 6 Diskussion och slutsatser

Sammanfattningsvis visar resultaten att åtgärder i form av exempelvis allmän information, brev och kontroll har en positiv effekt på den skattskyldiges redovisning. Detta gäller dock enbart redan registrerade tatueringare, vilka är de som har undersökts i denna analys.

Ytterligare, hårdare, åtgärder har ingen extra effekt givet att företagaren redan fått mjukare åtgärder. När jämförelse görs med en tvillingbransch (som antas inte fått, eller i alla fall inte tagit till sig av allmän information) framkommer att effekterna av såväl enbart mjuka som kombinationen av mjuka och hårda åtgärder är alla ungefär i samma storleksordning.

Resultaten från skattningarna *inom* tatueringensbranschen är i linje med de resultat med avseende på brev och kontroll som jämför *mellan* tatueringensbranschen och en jämförelsebransch, det vill säga effekterna av brev och kontroll är inte signifikanta. Detta är i linje med tolkningen att det finns en beteendeffekt som drivs av den allmänna informationen. Resultatet överensstämmer med tidigare analys av en åtgärdsmix riktad mot konsulentbranschen.

Resultaten framträder bland tatueringare med förhållandevis lågt bedömd risk för fel, vilket tyder på att det är just dessa som är mottagliga. Det kan vara så att de är mer mottagliga för mjuka metoder, kanske för att de egentligen vill göra rätt för sig, men kan behöva en påminnelse eller enkel information för att lyckas med det. Detta är logiskt och förväntat utifrån resultat inom andra områden, till exempel inom brottsbekämpning (Kriminalvården 2021).

Förhållandevis mjuka åtgärder såsom brevutskick påverkar antagligen inte riskbilden i någon större utsträckning, om de riktas mot aktörer som är relativt sett mer risktagande. Populationen som studeras och som insatsen riktas mot kan i allmänhet antas vara sammansatt av relativt sett mer risktagande aktörer. Det kan alltså förklara de relativt svaga resultaten.

Kontrollen gjordes bland de med bedömt högt riskvärde bland tatueringare. Endast 20-25 procent av de som kontrolleras får ändringar på grund av kontrollen. Den relativt låga ändringsfrekvensen kan förklara att resultaten av kontroll inte blir signifikanta. En tolkning kan vara att felen var för ringa för majoriteten bland de kontrollerade och att de större felen därför inte slagit igenom i skattningarna. Det skulle alltså förklaras av att gruppen som definierats som högrisk (och alltså togs ut till kontroll) varit för bred. Som nämndes utgick definitionen av högriskgruppen från en bedömning att regelbrottsligheten i tatueringensbranschen som helhet var förhållandevis låg. Med detta material har det inte varit möjligt att dela upp analysen utifrån riskvärde och undersöka om effekten av kontroll varierar i olika delar av

riskfördelningen. En annan tolkning är att kontrollerna genomfördes som skrivbordsgranskningar och inte som mer omfattande revisioner.

En del av effekten av ett utskick kan dock även bestå i att de aktörer som inte var insatt i reglerna lämnar in mer korrekta uppgifter eller rättar tidigare uppgifter själva. Det är troligtvis en delvis annan grupp än den som medvetet gör fel. Med informationsutskick och allmän information blir de varse om att de gjort fel.

Denna analys kan heller inte skatta den ”preventiva” överspillningseffekten av hårdare åtgärder. Med det menas följande: vad hade effekten av allmän information varit om skattebetalarna tror att Skatteverkets kontrollverksamhet är låg eller uppfattar att den har minskat? Man kan fråga sig om allmän information fortfarande haft någon effekt eller om regelefterlevnaden hade minskat.

Den som fuskar kan antingen bli avskräckt och minska sitt fusk i framtiden eller tänka att det är så sällan man blir granskad, så man fortsätter på samma sätt trots kontroll. Om många granskas, eller det tydligt klargörs att urvalet görs slumpmässigt, kan en laglydig skattebetalare använda sig av resultatet för att visa på sin ärlighet, men om endast ett fåtal granskas är risken att den laglydige istället känner sig utpekad och misstänkliggjord. Det kan påverka förtroendet för myndigheten hos den enskilde och eventuellt medföra minskad *frivillig* regelefterlevnad framgent. Att kalibrera riskmodellerna så att de blir mer precisa är därför centralt, både för att hushålla med handläggningsresurser och för att inte få negativa beteendeeffekter eller ett minskat förtroende av att granska för många laglydiga.<sup>22</sup>

Med det sagt kan även kontrollmetoden ha betydelse. Om de kontrollmetoder som används inte förmår att hitta faktiska fel, så kan de som faktiskt fuskar reagera genom att fortsätta med eller öka sitt fusk. Upplevelsen blir att Skatteverkets kontroller ändå inte upptäcker fel.

En policyslutsats man skulle kunna dra av studien är att enkla, billiga informationskampanjer på sociala medier kan hjälpa aktörerna att göra rätt och därmed bidra substantiellt till ett minskat skatteundandragande. Därutöver behövs kontroller för att stävja fusk bland skattskyldiga med hög risk för fel, men då måste kontrollerna fokuseras på dem med högst risk och inte främst sådana som ligger mera i ”mitten” av riskfördelningen, vilket kan ha varit fallet här. Samtidigt behövs troligtvis fler slumpmässiga kontroller vid sidan om rena riskkontroller, för att kalibrera riskmodellerna så att de blir mer precisa.

---

<sup>22</sup> Se Skatteverket (2024) som bland annat diskuterar tidigare forskning kring hur förtroende för myndigheter påverkas av såväl nivån på kontrollen som mot vem som den riktas.

## 7 Referenser

Andersson, H., Engström, P., Nordblom, K. & Wanander, S. (2021). Nudge eller hot? – En jämförelse av mjuka och hårda incitament till skatteinbetalning. Sundbyberg: Analysenheten, Skatteverket.

Andersson, H., Engström, P., Nordblom, K. & Wanander, S. (2023). Nudges and Threats: Soft vs Hard Incentives for Tax Compliance. *Economic Policy*.

Angelov, N. & Johansson, P. (2020). Using Intelligence from International Tax Cooperation to Improve Voluntary Tax Compliance: Evidence from a Swedish Field Experiment. Analysenheten, Skatteverket.

Angrist, J. & Krueger, A. (1999): "Empirical strategies in labor economics", i Ashenfelter, O, Card, D, (red.), *Handbook of Labor Economics Volume 3A*, North-Holland, Amsterdam, s. 1865–2097.

De Neve, J., Imbert, C., Spinnewijn, J., Tsankova, T. & Luts, M. (2019). How to Improve Tax Compliance? Evidence from Population-wide Experiments in Belgium. DP13733 CEPR Discussion Paper No. 13733. CEPR Press, Paris & London. <https://cepr.org/publications/dp13733>.

Eerola, E., Kosonen, T., Kotakorpi, K., Lyytikäinen, T. & Tuimala, J. (2019). Tax Compliance in the Rental Housing Market: Evidence from a Field Experiment. VATT Institute for Economic Research Working Papers 122.

Gillitzer, C., & Sinning, M. (2020). Nudging businesses to pay their taxes: Does timing matter?. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 169, 284-300.

Hallsworth, M., List, J. A., Metcalfe, R. D. & Vlaev, I. (2017). The behavioralist as tax collector: Using natural field experiments to enhance tax compliance. *Journal of public economics*, 148 , 14-31.

Kriminalvården (2021). Kort om straffskärpningar, Kriminalvården.

Rosenbaum, P. R. & Rubin, D. B. (1983). "The Central Role of the Propensity Score in Observational Studies for Causal Effects". *Biometrika*. 70 (1): 41–55.

Skatteverket (2018). Skattekontroll, moral och regelbrottsnivå. Rapport, 2018-09-09.

Skatteverket (2019a). Effekten av revision av små och medelstora företag på regelbrottsnivån. Rapport, 2019-10-14.

Skatteverket (2019b). Skattekontrollens effekt över tid och mellan olika grupper, En studie av privatpersoners inkomstdeklarationer. Skatteverket, 2019-11-19.

Skatteverket (2020a). Utvärdering av arbetssättet ”Åtgärdsmix” i konsulentbranschen, Intern rapport, Skatteverket, 2020-03-15.

Skatteverket (2020b). Insatsen Nya Företag: hur påverkades företagens regelefterlevnad?. Intern rapport, Skatteverket, 2020-11-18.

Skatteverket (2021). Effekten av slumpkontroller av momsutbetalningar. Rapport, 2021-12-06, dnr 8-1354875.

Skatteverket (2022a). Förmånsbil och regelefterlevnad – effekter av kontroll av bilförmån. Rapport, 2022-06-29, dnr 8-1726804.

Skatteverket (2022b). Kontroll av reseavdrag och regelefterlevnad: effekten av ett beslut om sänkt avdrag. Rapport, 2022-09-20

Skatteverket (2023a). Effekten av informationsbrev på regelefterlevnaden bland skattebetalare med inkomster från nordiska länder. Skatteverket.

Skatteverket (2023b). Hur påverkar ett vägledningsutskick felaktiga yrkanden av växa-stöd? Rapport, 2023-06-08, dnr 8-2414367.

Skatteverket (2024). Vad skapar förtroende för myndigheter? – En forskningsöversikt. Rapport, rapportnummer 2024:2, 2024-01-24, dnr 8-2740623.



## 8 Bilaga A

### Modellspecifikation

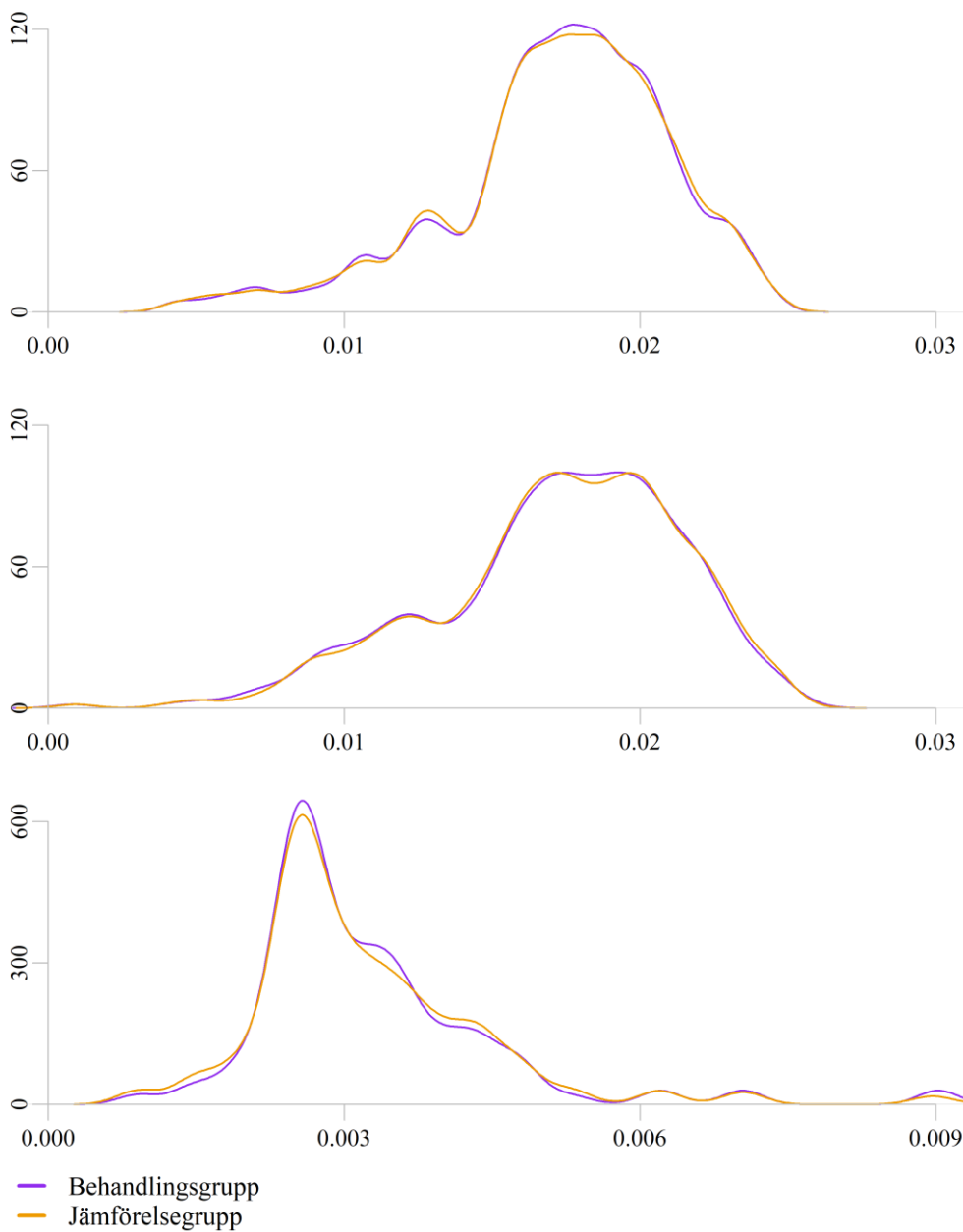
Modellspecifikationen för aktör  $i$  och för inkomstår/deklarationsperiod  $k$  är:

$$y_{ik} = \alpha_i + \beta * behandling_i * post_k + \pi_k + \varepsilon_{ik},(1)$$

Effekten av insatsen betecknas  $\beta$  och den identifieras som gruppskillnaden i utfall efter åtgärden, med hänsyn tagen till eventuell gruppskillnad i utfall före åtgärden. Modellen tar hänsyn till fixa effekter för aktören ( $\alpha_i$ ) och inkomstår/deklarationsperiod ( $\pi_k$ ). I modellen indikerar  $post_k$  om utfallet avser inkomstår/deklarationsperiod innan insatserna sätts in (0) eller efter (1), medan  $behandling_i$  indikerar om företagen tillhör behandlingsgrupp (1) eller inte (0). Interaktionstermen mellan  $behandling_i$  och  $post_t$  identifierar därför observationer efter åtgärden sattes in för gruppen som fick åtgärden.

## Tabeller och figurer

Figur A1 Fördelningen av predikterade propensity scores (matchning 1 överst, matchning 2 mellerst och matchning 3 nederst)



Anm: Figuren visar fördelningarna av skattade propensity scores för grupperna 1-3. X-axeln anger scoring-värdet och y-axeln densiteten.








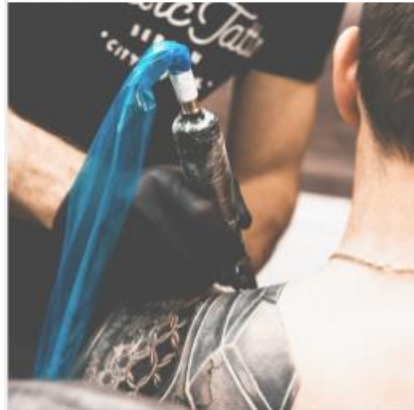
**Tabell A1** Balansberäkningar mellan behandlade och obehandlade, dels i det omatchade urvalet, dels det matchande urvalet


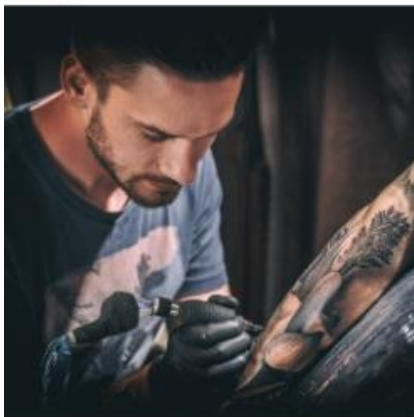


	Omatchat			Matchat		
	Obehandlade	Behandlade	Skillnad	Obehandlade	Behandlade	Skillnad
<b>Effekt 1</b>						
Omsättning <sub>t-1</sub>	746,1	412,3	333,9***	393,8	412,3	-18,5
Omsättning <sub>t-2</sub>	776,7	408,2	368,5***	415,0	408,2	6,8
Omsättning <sub>t-3</sub>	727,2	366,1	361,1***	374,1	366,1	8,0
Resultat <sub>t-1</sub>	153,8	205,8	-52,0***	174,5	205,8	-31,3**
Resultat <sub>t-2</sub>	156,2	195,0	-38,8***	181,7	195,0	-13,3
Resultat <sub>t-3</sub>	147,4	171,7	-24,3**	151,6	171,7	-20,1
Överskott <sub>t-1</sub>	89,6	165,6	-76,0***	127,2	165,6	-38,4***
Överskott <sub>t-2</sub>	89,7	135,6	-45,9***	111,6	135,6	-24,0*
Överskott <sub>t-3</sub>	90,4	123,1	-32,7***	98,5	123,1	-24,6**
Risktal	9,5	8,1	1,4***	8,0	8,1	-0,1
<b>Effekt 2</b>						
Omsättning <sub>t-1</sub>	746,1	427,0	319,1***	413,6	427,0	-13,4
Omsättning <sub>t-2</sub>	776,7	408,2	368,5***	415,4	408,2	7,2
Omsättning <sub>t-3</sub>	727,2	369,2	358,0***	382,9	369,2	13,7
Resultat <sub>t-1</sub>	153,8	202,0	-48,2***	177,6	202,0	-24,4*
Resultat <sub>t-2</sub>	156,2	183,9	-27,7***	181,1	183,9	-2,8
Resultat <sub>t-3</sub>	147,4	155,7	-8,3	162,3	155,7	6,6
Överskott <sub>t-1</sub>	89,6	142,9	-53,3***	140,8	142,9	-2,1
Överskott <sub>t-2</sub>	89,7	114,9	-25,2	129,3	114,9	14,4
Överskott <sub>t-3</sub>	90,4	101,0	-10,6	130,0	101,0	29,0
Risktal	9,5	7,9	1,6***	7,8	7,9	-0,1
<b>Effekt 3</b>						
Omsättning <sub>t-1</sub>	746,1	400,2	345,9***	382,0	400,2	-18,2
Omsättning <sub>t-2</sub>	776,7	395,0	381,7***	359,0	395,0	-36,0
Omsättning <sub>t-3</sub>	727,2	344,9	382,3***	311,7	344,9	-33,2
Resultat <sub>t-1</sub>	153,8	173,1	-19,3	142,1	173,1	-31,0
Resultat <sub>t-2</sub>	156,2	175,4	-19,2	149,9	175,4	-25,5
Resultat <sub>t-3</sub>	147,4	136,6	10,8	118,6	136,6	-18,0
Överskott <sub>t-1</sub>	89,6	123,6	-34,0	98,6	123,6	-25,0
Överskott <sub>t-2</sub>	89,7	114,7	-25,0	90,3	114,7	-24,4
Överskott <sub>t-3</sub>	90,4	98,9	-8,5	89,3	98,9	-9,6
Risktal	9,5	11,9	2,4***	11,5	11,9	-0,4

Amn. Risktal (scoring-värden), omsättning i t-1, t-2 och t-3 ingår som så kallade matchningsvariabler. Övriga variabler har inte använts i matchingen. Standardfel i hakparentes: \* p<0,1, \*\* p<0,05, \*\*\* p<0,01.

## 9 Bilaga B

a) Annonser på Facebook respektive Instagram (fyra olika)

Facebook	Instagram
<p> Skatteverket - Företag <span>Sponsrad · 18</span></p> <p>Om du regelbundet tjänar pengar på att tatuera driver du en näringsverksamhet som du behöver registrera. Det gör du enklast i Skatteverkets e-tjänst. Du hittar mer vägledning på vår webbplats.</p>  <p>skatteverket.se Starta och registrera Information om att starta oc...</p> <p>Läs mer</p>	<p> skatteverketforetag <span>Sponsrad</span></p>  <p>Läs mer</p> <p>skatteverketforetag Om du regelbundet tjänar pengar på att tatuera driver du en näringsverksamhet som du behöver registrera. Det gör du enklast i Skatteverkets e-tjänst. Du hittar mer vägledning på vår webbplats.</p>
<p> Skatteverket - Företag <span>Sponsrad · 18</span></p> <p>Är du tatuering med enskild näringsverksamhet?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Registrera ditt företag.</li><li>- Redovisa företagets intäkter på NE-bilagan i deklarationen.</li><li>- Redovisa moms och arbetsgivaravgift löpande under året.</li><li>- Om något blivit fel tidigare år kan du göra en rättelse för att slippa betala skattetillägg.</li></ul>  <p>skatteverket.se Enskild näringsverksamhet Här kan du med enskild närin...</p> <p>Läs mer</p>	<p> skatteverketforetag <span>Sponsrad</span></p>  <p>Läs mer</p> <p>skatteverketforetag Är du tatuering med enskild näringsverksamhet?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Registrera ditt företag.</li><li>- Redovisa företagets intäkter på NE-bilagan i deklarationen.</li><li>- Redovisa moms och arbetsgivaravgift löpande under året.</li><li>- Om något blivit fel tidigare år kan du göra en rättelse för att slippa betala skattetillägg.</li></ul>

Facebook	Instagram
<p><b>Skatteverket - Företag</b> Sponsrad · 10</p> <p>Skatteverket kommer inom kort att göra kontroller bland tatueringssalonger för att se så att företagen är registrerade och att intäkter och moms deklarerats på rätt sätt. På så sätt kan vi förhindra att seriösa företag slås ut i konkurrensen med oseriösa företag och få en sund konkurrens på lika villkor inom tatueringssalongbranschen.</p>  <p>skatteverket.se  <b>Syftet med skattekontrollen</b> <a href="#">Läs mer</a>      Kort information om Skatteve...</p>	<p>skatteverketforetag Sponsrad</p>  <p><a href="#">Läs mer</a></p> <p>skatteverketforetag Skatteverket kommer inom kort att göra kontroller bland tatueringssalonger för att se så att företagen är registrerade och att intäkter och moms deklarerats på rätt sätt. På så sätt kan vi förhindra att seriösa företag slås ut i konkurrensen med oseriösa företag och få en sund konkurrens på lika villkor inom tatueringssalongbranschen.</p>
<p><b>Skatteverket - Företag</b> Sponsrad · 10</p> <p>Om du driver näringsverksamhet genom att regelbundet tatuera andra mot betalning behöver du registrera din verksamhet. Du ska också deklarerat dina intäkter på en separat bilaga tillsammans med din privata inkomstdeklaration. Boka en plats på något av våra webinarier för att få veta mer om hur du ska deklarerat.</p>  <p>skatteverket.se  <b>Webbseminarier</b> <a href="#">Läs mer</a>      Skatteverket erbjuder kostna...</p>	<p>skatteverketforetag Sponsrad</p>  <p><a href="#">Läs mer</a></p> <p>skatteverketforetag Om du driver näringsverksamhet genom att regelbundet tatuera andra mot betalning behöver du registrera din verksamhet. Du ska också deklarerat dina intäkter på en separat bilaga tillsammans med din privata inkomstdeklaration. Boka en plats på något av våra webinarier för att få veta mer om hur du ska deklarerat.</p>

a) Brev till enskilda näringsidkare

Hej!

Du får det här brevet eftersom du har registrerat en enskild näringsverksamhet inom tatueringsbranschen. För att förhindra att seriösa företag slås ut ska Skatteverket kontrollera branschen. Det betyder att vi kan kontakta dig för utredning.

Precis som dina kunder ska känna sig trygga inför och efter en sittning vill vi att du ska vara trygg med hur du redovisar din verksamhet:

- Inkomstdeklaration  
Gör ditt årsbokslut innan du deklarerar. När det är klart redovisar du näringsverksamheten på bilaga NE. Efteråt bifogar du bilagan tillsammans med eventuella övriga bilagor när du lämnar in din privata inkomstdeklaration senast den 2 maj. Du deklarerar enklast i tjänsten Inkomstdeklaration 1 på [skatteverket.se](https://skatteverket.se).
- Moms och arbetsgivaravgifter  
Eftersom du driver en enskild firma behöver du redovisa moms. Om du är arbetsgivare behöver du också redovisa arbetsgivaravgifter och avdragen skatt. På ditt registerutdrag från oss ser du vilka datum som du ska lämna skattedeklaration för moms och eventuella arbetsgivaravgifter.
- Självrättelse  
Du kan göra en självrättelse om du har råkat lämna felaktiga uppgifter tidigare år. Du kan läsa mer om självrättelser på [skatteverket.se/sjalvrettelseinkomstdeklaration](https://skatteverket.se/sjalvrettelseinkomstdeklaration).

Har du frågor kan du besöka [skatteverket.se](https://skatteverket.se) eller ringa Skatteupplysningen på telefonnummer 0771-567 567.

Vänliga hälsningar  
Skatteverket

b) Brev till aktiebolag

Hej!

Ni får det här brevet eftersom ni har registrerat en tatueringsverksamhet. För att förhindra att seriösa företag slås ut ska Skatteverket kontrollera tatueringsbranschen. Det betyder att vi kan kontakta er för utredning.

Precis som era kunder ska känna sig trygga inför och efter en sittning vill vi att ni ska vara trygga med hur ni redovisar ert aktiebolag:

- [Inkomstdeklaration](#)  
Gör ert årsbokslut innan ni deklarerar. När det är klart deklarerar ni ert företag. Det gör ni enklast på [skatteverket.se](https://skatteverket.se).
- [Moms och arbetsgivaravgifter](#)  
Om ni driver företag behöver ni redovisa moms. Ni behöver också redovisa arbetsgivaravgifter och avdragen skatt om ni är arbetsgivare. På ert registerutdrag från oss ser ni vilka datum som ni ska lämna skattedeklaration för moms och eventuella arbetsgivaravgifter. Registerutdraget fick ni när er registrering blev klar.
- [Självrättelse](#)  
Ni kan göra en självrättelse om ni har råkat lämna felaktiga uppgifter. Ni kan läsa mer om självrättelser på [skatteverket.se/sjalvrettelsedeklarationforetag](https://skatteverket.se/sjalvrettelsedeklarationforetag).

Har ni frågor kan ni besöka [skatteverket.se](https://skatteverket.se) eller ringa Skatteupplysningen på telefonnummer 0771-567 567.

Vänliga hälsningar  
Skatteverket

c) Brev till branschorganisation

Hej!


Jag hör av mig till dig eftersom Skatteverket ska informera och kontrollera tatueringensbranschen. Det gör vi för att förhindra att seriösa tatueringsslag utav verksamheter som inte gör rätt för sig. Det betyder att vi kan kontakta medlemmar i Sveriges Registrerade Tatueringsslag. Som föreningens ordförande vill vi informera dig om detta i förväg eftersom du kanske får frågor.

Vi kommer att posta information till enskilda näringsidkare, oregistrerade verksamheter och bolag. Brevet innehåller information som är anpassad för respektive typ av verksamhet.

Innan vi kontrollerar en tatueringsslag kommer vi att kontakta hen via telefon eller brev. Då berättar vi vad vi vill kontrollera och varför. (Vi undersöker i första hand om företaget redovisar och betalar skatt för alla sina intäkter, det kallas intäktskontroll.) Tatueringsslaget får också veta vilken information som hen behöver ha för att vi ska kunna ta ställning i ärendet.

Kontakta mig gärna om du har några frågor.

Vänliga hälsningar

  
Samordnare  
Skatteverket





**Postadress: 205 30 Malmö Telefon: 0771-567 567**  
**skatteverket@skatteverket.se, www.skatteverket.se**