

Diskriminerar kunder utrikes födda företagare? Resultat från ett webb-baserat experiment

Vi presenterar resultat från ett experiment utfört på ett universitetscampus. Deltagarna fick se bilder av olika food-trucks och svara på om de tyckte det var en god idé att en food-truck etablerade sig på campusområdet samt ange sin betalningsvilja för olika varor. Deltagarna i experimentet var mer positiva till en etablering av en food-truck ägd av en man med arabiskt namn än till en etablering av en food-truck ägd av en man med svenskt namn. Resultaten är av intresse för integrationspolitiken, då de visar att egenföretagare med ursprung i Mellanöstern inte diskrimineras i en bransch där de ofta är verksamma.

Andelen utrikes födda personer som startar och driver eget företag i Sverige har ökat de senaste årtiondena (Aldén och Hammarstedt 2017). En hög andel egenföretagare kan observeras bland utrikes födda med ursprung i länder i Mellanöstern, och inte sällan är dessa företagare aktiva i handels-, service- och restaurangsektorn (Andersson och Hammarstedt 2015).

Även om andelen egenföretagare är hög bland personer födda i länder i Mellanöstern finns också forskning som visar att egenföretagare från länder utanför Europa ofta möter andra hinder och problem i sina verksamheter än egenföretagare födda i Sverige. En studie av Aldén och Hammarstedt (2016) visar att egenföretagare födda i länder utanför Europa oftare än andra företagare rapporterar att de upplever sig diskriminerade av kunder, banker och leverantörer. De löper också högre risk än egenföretagare födda i Sverige att få avslag på ansökningar om banklån och får betala högre ränta än infödda egenföretagare i de fall då de får banklån beviljade.

Men trots att forskning visat att egenföretagare med ursprung i länder utanför Europa oftare än andra upplever sig diskriminerade, och trots att teorin om kunddiskriminering har sitt ursprung redan i Becker (1957), saknas i Sverige forskning kring i vilken utsträckning kunder faktiskt diskriminerar utrikes födda egenföretagare.

Internationellt finns ett antal studier vilka fokuserar på om kunder diskriminerar människor som inte är från den egna gruppen vid ekonomiska transaktioner. En teoretisk modell utvecklades av Borjas och Bronars (1989), och bland de empiriska bidragen märks Kahn och Sherer (1988), Nardinelli och Simon (1990), Neumark (1996), Holzer och Ihanfeldt (1998), Leonard m fl (2010), Combes m fl (2016), Doleac och Stein (2013) samt Bar och Zussman (2017), vilka studerat förekomsten av kunddiskriminering mot olika grupper på olika marknader i ett antal länder.

I Sverige har förekomsten av diskriminering mot olika grupper på

ALI AHMED OCH MATS HAMMARSTEDT

Ali Ahmed är professor i nationalekonomi vid Linköpings universitet. Han har framför allt studerat diskriminering mot olika grupper i olika sammanhang.
ali.ahmed@liu.se

Mats Hammarstedt är professor i nationalekonomi vid Linneuniversitetet i Växjö och Institutet för Näringslivsforskning (IFN). Han har bl a forskat om egenföretagande bland utrikes födda och diskriminering mot olika grupper.
mats.hammarstedt@lnu.se

Artikeln är en del av forskningsprojektet *Self-Employment among Female Middle Eastern Immigrants: Determinants, Obstacles and Outcomes*, finansierat av Jan Wallander och Tom Hedelius Stiftelse. Författarna tackar Niclas Berggren för synpunkter.

arbets- och bostadsmarknaden studerats med hjälp av fältexperiment. Exempel på svenska fältexperiment är Carlsson och Rooth (2007) och Ahmed och Hammarstedt (2008), vilka studerade diskriminering av personer med arabisk/muslimsk bakgrund på arbets- respektive bostadsmarknaden. I de nämnda fältexperimenten framkom att personer med ursprung i Mellanöstern diskrimineras av arbetsgivare respektive hyresvärdar.

Det är inte uppenbart, från vetenskapliga utgångspunkter, hur ett fältexperiment som syftar till att studera huruvida kunder diskriminerar utrikes födda egenföretagare ska utformas. Ett problem ligger i frågan om vilka branscher som ska studeras. Ett annat problem ligger i hur företagarens etniska bakgrund ska signaleras samt hur transaktionen mellan säljare och kund ska genomföras. I den aktuella undersökningen har vi valt att undersöka om kunder diskriminerar företagare med ursprung i Mellanöstern genom att låta studenter vid Linköpings universitet delta i en fiktiv marknadsundersökning och ta ställning till huruvida de tycker det är en bra idé att olika *food-trucks* etablerar sig på universitetets campus. Genom att studera diskriminering mot företagare med ursprung i Mellanöstern studerar vi diskriminering mot en grupp utrikes födda som ofta driver eget företag.

Varje deltagare i experimentet fick se en bild på en *food-truck*. Ett av fyra olika namn – ett typiskt manligt svenskt, ett typiskt manligt arabiskt, ett typiskt kvinnligt svenskt och ett typiskt kvinnligt arabiskt – valdes slumpmässigt ut att stå på skylten som angav *food-truckens* ägare. Deltagarna i experimentet fick svara på om de tycker det är en god idé att *food-trucken* etablerar sig på campusområdet samt om sin, och sin uppfattning om andras, betalningsvilja för varor sålda av *food-trucken*. Vid sidan av dessa frågor ingick också ett antal kontrollfrågor i experimentet.

Resultaten är av intresse för den svenska integrationspolitiken då de, till skillnad från studier om diskriminering av personer med ursprung i Mellanöstern på andra marknader, inte visar på någon diskriminering mot egenföretagare med arabiska namn. I stället framkommer att deltagarna i experimentet är något mer positiva till en företagsetablering gjord av en person med ett typiskt manligt arabiskt namn än till en företagsetablering gjord av en person med ett typiskt manligt svenskt namn. Resultaten är representativa för en miljö med unga, relativt välutbildade personer och för en bransch där utrikes födda ofta är aktiva som egenföretagare, men inte nödvändigtvis representativa för andra branscher. Vi menar att våra resultat understryker det faktum att diskriminering mot utrikes födda varierar mellan olika marknader och att mer forskning kring vad som förklarar varför diskrimineringen varierar i olika kontexter är nödvändig.

1. Experimentell utformning

Deltagare

Totalt deltog 1 406 studenter vid Linköpings universitet frivilligt i vårt experiment, som genomfördes i februari 2018. Inbjudningar om att delta i experimentet skickades via e-post på universitetets officiella studentinformationssystem. Vi uppmanade bara studenter från ett av fyra campus på Linköpings universitet, Campus Valla, att delta i experimentet, eftersom det var på detta campus den fiktiva etableringen av *food-trucken* planerades. Av deltagarna i experimentet var 59 procent kvinnor. Närmare 11 procent av deltagarna var utrikes födda, och deltagarnas ålder varierade från 18 till 68 år, med en genomsnittsalder på 25 år.

Genomförande

Studenterna inbjöds att delta i en kundundersökning. Deltagarna i undersökningen fick veta att syftet var att få kunskap om studenternas åsikter om olika möjliga nya etableringar av småföretag, med försäljning riktad mot studenter, på Campus Valla vid Linköpings universitet. Vi konstruerade åtta fiktiva företag för vilka de olika deltagarna ombads att uppge om de var positiva till etableringen eller inte. De företag som presenterades för studenterna var en *food-truck* som planerade att sälja baguetter, en *food-truck* som planerade att sälja kebab, en *food-truck* som planerade att sälja pasta, en *food-truck* som planerade att sälja sallad, en spelbutik, en frisör, en *second hand*-butik och en biograf. Företagsetableringarna presenterades för deltagarna i experimentet i slumpmässig ordning. Två av de åtta fallen, *food-trucken* som planerade att sälja baguetter och *food-trucken* som planerade att sälja kebab, användes för att studera förekomsten av att kunder diskriminerar utrikes födda företagare. De övriga fiktiva företagen fungerade som utfyllnad och för att minimera risken för upptäckt.

I fallen med *food-trucken* som planerade att sälja baguetter och kebab beskrev vi först verksamheten och presenterade en bild av *food-trucken* för deltagarna. I fallet med *food-trucken* som planerade försäljning av baguetter skrev vi följande:

Vid Linköpings universitets Campus Valla planerar nedanstående ”food truck” att sälja baguetter. På baguetten kommer du själv kunna välja tillbehör som ost, skinka, kalkon eller tonfisk. Vi ber dig om hjälp med prissättning av baguetterna.

I fallet med *food-trucken* som planerade försäljning av kebab skrev vi:

Vid Linköpings universitets Campus Valla planerar nedanstående ”food truck” att etablera sig. ”Food-trucken” kommer att tillaga kebab med svenskt kött och falafel. Vi ber dig hjälpa till med prissättningen.

Utöver ovanstående ställde vi tre frågor till deltagarna i experimentet. Först frågade vi deltagarna om de ansåg att etableringen av *food-trucken* var en bra idé eller inte. Vidare ombads deltagarna att uppge sin betalningsvilja för en

baguette respektive en kebab inklusive en dricka. Deltagarna kunde ange en betalningsvilja mellan 0 och 100 kr. Avslutningsvis ombads deltagarna uppge sin uppfattning om andra studenters betalningsvilja för motsvarande vara. Även denna kunde variera mellan 0 och 100 kr. Deltagarnas svar på dessa tre frågor utgjorde våra utfallsvariabler i undersökningen.

För de olika företagen varierade vi också etnisk bakgrund och kön med hjälp av bilden på *food-trucken*. När det gäller *food-trucken* som sålde baguetter använde vi följande namn: *Pelles baguetter*, *Abduls baguetter*, *Lottas baguetter* och *Fatimas baguetter*. När det gäller *food-trucken* som sålde kebab använde vi *Jockes kebabgrill*, *Annas kebabgrill*, *Mohammeds kebabgrill* och *Sakinas kebabgrill*. På detta sätt blev det möjligt att studera diskriminering mot företagare med typiskt manliga och typiskt kvinnliga namn med ursprung i Mellanöstern.

Avslutningsvis fick deltagarna i experimentet även ange sin ålder, sitt födelseland, om de är man eller kvinna, om de har en partner eller är ensamstående, hur många terminer de har studerat vid universitetet, om de har ett arbete vid sidan av studierna samt om de är födda i Sverige eller utomlands.

2. Resultat

Enkät svar

Deltagarnas svar presenteras i tabell 1 och tabell 2. Svaren på frågorna om etablering av en *food-truck* som säljer baguetter i tabell 1 visar att en något större andel av deltagarna i experimentet var positiva till en etablering av en person med arabiskt namn än till en etablering av en person med ett svenskt namn. Närmare 89 procent svarade att de var positiva till en etablering av en *food-truck* som drivs av en person med manligt eller kvinnligt arabiskt namn, medan knappt 86 procent var positiva till en etablering av en *food-truck* som drivs av en person med ett manligt eller kvinnligt svenskt namn.

Vad gäller betalningsviljan var skillnaderna mellan de olika namnen mycket små. Deltagarna i experimentet svarade att de i genomsnitt är beredda att betala ungefär 45 kr för en baguette inklusive dricka oberoende av namnet på ägaren till *food-trucken*.

Svaren på frågorna om *food-trucken* som säljer kebab i tabell 2 visar att deltagarna i experimentet är något mer positiva till en etablering av en *food-truck* som drivs av en arabisk man än till en etablering av en *food-truck* som drivs av en svensk man. Närmare 90 procent av deltagarna i experimentet svarade att de var positiva till en etablering av en *food-truck* som säljer kebab och drivs av en man med arabiskt namn. Knappt 86 procent av deltagarna svarade att de var positiva till en etablering om *food-trucken* drivs av en man med svenskt namn. Skillnaden i andelen som var positiva till en etablering av en kvinna med arabiskt namn och en kvinna med svenskt namn var mycket små. I båda dessa fall uppgav närmare 89 procent av deltagarna att de var positiva till en etablering av *food-trucken*.

	Andel som svarat att de är positiva till etableringen (procent)	Individuell betalningsvilja (kr)	Uppfattning om andras betalningsvilja (kr)	Antal individer
Man med svenskt namn	85,9	44,0	48,7	348
Kvinna med svenskt namn	85,9	44,6	48,2	333
Man med arabiskt namn	88,8	44,3	49,1	365
Kvinna med arabiskt namn	88,3	44,2	48,3	360

Källa: Egna beräkningar.

Tabell 1
Deltagarnas svar angående etablering av en *food-truck* som säljer baguetter

	Andel som svarat att de är positiva till etableringen (procent)	Individuell betalningsvilja (kr)	Uppfattning om andra betalningsvilja (kr)	Antal individer
Man med svenskt namn	85,5	56,6	49,2	345
Kvinna med svenskt namn	88,5	58,7	49,0	339
Man med arabiskt namn	89,7	55,6	48,3	378
Kvinna med arabiskt namn	88,4	56,9	48,0	344

Källa: Egna beräkningar.

Tabell 2
Deltagarnas svar angående etablering av en *food-truck* som säljer kebab

Regressionsresultat

I detta avsnitt presenterar vi resultaten från ett antal regressioner skattade i syfte att studera om det finns skillnader i experimentdeltagarnas uppfattning om *food-truckens* etablering och om betalningsviljan för de varor som *food-trucken* planerar att sälja.

Vi skattar först en linjär sannolikhetsmodell i vilken den beroende variabeln antar värdet 1 om en person uttryckt sig vara positiv till en etablering av *food-trucken* och 0 annars. I detta fall ska koefficienterna som presenteras tolkas som skillnader i sannolikheten att vara positivt inställd till en etablering av *food-trucken* i förhållande till jämförelsegruppen (en person med manligt svenskt namn) mätt i procentenheter.

Därefter skattar vi två OLS-regressioner i vilka den beroende variabeln utgörs av individernas egen, respektive deras uppfattning om andras, betalningsvilja i kronor (logaritmerad form). Genom att logaritmera betalningsviljan i kronor visar den skattade koefficienten skillnaden i betalningsvilja för varor sålda av *food-trucks* som ägs av personer med olika namn mätt i procent i förhållande till jämförelsegruppen (en person med manligt svenskt namn).

I samtliga regressioner kontrollerar vi för experimentdeltagarnas ålder, kön, om de är ensamstående eller lever i ett förhållande, om de har ett arbete

Tabell 3
Resultat från skattningar av skillnader i sannolikheten att vara positiv till en etablering av en *food-truck* samt av skillnader i betalningsvilja för en baguette eller en kebab

	Positiv till etablering		Egen betalningsvilja		Uppfattning om andras betalningsvilja	
	Baguette	Kebab	Baguette	Kebab	Baguette	Kebab
Kvinnligt svenskt namn	0,1	3,0	3,7	2,3	-0,7	-0,1
Manligt arabiskt namn	2,7	4,3*	2,2	-0,03	-0,7	-0,1
Kvinnligt arabiskt namn	2,3	3,0	1,4	0,3	-2,1	-0,1
Antal observationer	1 406	1 406	1 378	1 377	1 401	1 397

Ann.: * = statistiskt signifikant på 10-procentsnivån. Samtliga skattningar kontrollerar för deltagarnas ålder, kön, om man är ensamstående, om man har ett arbete vid sidan av studierna, antalet terminer man studerat vid universitetet samt om man är utrikes född.

Källa: Egna beräkningar.

vid sidan av studierna, antalet terminer de har studerat vid universitetet samt om de är utrikes födda.

Resultaten från skattningarna presenteras i tabell 3. Resultaten är i linje med de enkätsvar som presenterades i tabell 1 och tabell 2. Små skillnader framkommer mellan ägare till *food-trucken* med olika namn. Den enda statistiskt signifikanta skillnaden som framkommer är att experimentdeltagarna är mer positivt inställda till att en *food-truck* som planerar att sälja kebab etableras av en person med ett manligt arabiskt namn än till en etablering av en person med ett manligt svenskt namn. Skattningarna visar att skillnaden är statistiskt signifikant på tioprocentnivån och uppgår till drygt fyra procentenheter. I övriga fall framkommer inga statistiskt signifikanta skillnader mellan de olika namnen på personer som planerar att etablera *food-trucken* på campusområdet.

3. Avslutande diskussion

Inte sällan framförs förhoppningar om att egenföretagande ska vara en väg in på arbetsmarknaden för utrikes födda. Andelen egenföretagare är också hög i vissa grupper som har problem att ta sig in på den svenska arbetsmarknaden, såsom personer födda i Mellanöstern (Aldén och Hammarstedt 2017). Tidigare forskning har visat att utrikes födda företagare möter andra hinder och problem i sina verksamheter än inrikes födda företagare. Av Aldén och Hammarstedt (2016) framkom exempelvis att företagare födda i länder utanför Europa oftare än andra upplever att de blev diskriminerade av kunder, banker och leverantörer.

Att kunder diskriminerar minoritetsgrupper vid olika ekonomiska transaktioner har framkommit i studier från olika länder. Dessa studier är genomgående begränsade till vissa varor och vissa kundgrupper. Men trots att utrikes födda företagare oftare än inrikes födda företagare upplever att

de är diskriminerade av kunder är kunskaperna om huruvida kunder verkligen diskriminerar utrikes födda företagare i Sverige begränsade. Mot denna bakgrund har vi genomfört detta experiment, där vi studerat förekomsten av diskriminering av företagare med ursprung i Mellanöstern.

I experimentet ingick över 1 400 studenter vid Linköpings universitet. Deltagarna i experimentet var inte mindre positiva till etablering av *food-trucks* som drevs av personer med arabiska namn. Tvärtom framkom att deltagarna i experimentet var något mer positiva till en företagsetablering då *food-trucken* ägdes av en manlig företagare med ett arabiskt namn än då den ägdes av manlig företagare med ett svenskt namn. Beträffande deltagarnas betalningsvilja för varor sålda av *food-trucken* fanns inga skillnader beroende på ägarens namn.

I likhet med forskning om liknande frågeställningar från andra länder är resultaten representativa för en specifik grupp av företagare och en specifik grupp av kunder och inte nödvändigtvis för egenföretagare aktiva på andra marknader. Begränsningarna till trots vill vi mena att resultaten av flera skäl är av intresse för den svenska integrationspolitiken. Trots att tidigare forskning visat att utomeuropeiska egenföretagare oftare än andra upplever att de diskrimineras av kunder så visar resultaten från vår undersökning att företagare med ursprung i Mellanöstern faktiskt inte diskrimineras av kunder i en av de branscher där de ofta är aktiva som företagare.

Vi vill också mena att trots att ett flertal studier dokumenterat diskriminering av personer från Mellanöstern på arbets- och bostadsmarknaden så understryker våra resultat att diskrimineringen av personer med ursprung i Mellanöstern högst sannolikt varierar mellan olika marknader och olika kontexter. Resultaten i vår undersökning visar på betydelsen av ökade kunskaper om hur diskrimineringen mot olika grupper varierar mellan olika marknader samt om dess orsaker och i vilken utsträckning olika metoder för att bryta den är verkningsfulla.

REFERENSER

- Ahmed, A och M Hammarstedt (2008), "Discrimination in the Rental Housing Market: A Field Experiment on the Internet", *Journal of Urban Economics*, vol 64, s 362-372.
- Aldén, L och M Hammarstedt (2016), "Discrimination in the Credit Market? Access to Financial Capital among Self-Employed Immigrants", *Kyklos*, vol 69, s 3-31.
- Aldén, L och M Hammarstedt (2017), "Egenföretagande bland utrikes födda - en översikt av utvecklingen under 2000-talet", *Arbetsmarknadsekonomiska rådet - underlagsrapport*, 1/2017, Stockholm
- Andersson, L och M Hammarstedt (2015), "Ethnic Enclaves, Networks and Self-Employment among Middle Eastern Immigrants in Sweden", *International Migration*, vol 53, s 27-40.
- Bar, R och A Zussman (2017), "Customer Discrimination: Evidence from Israel", *Journal of Labor Economics*, vol 35, s 1031-1059.
- Becker, G S (1957), *The Economics of Discrimination*, Chicago University Press, Chicago.
- Borjas, G J och S G Bronars (1989), "Customer Discrimination and Self-Employment", *Journal of Political Economy*, vol 97, s 581-605.
- Carlsson, M och D O Rooth (2007), "Evidence of Ethnic Discrimination in the Swedish Labour Market Using Experimental Data", *Labour Economics*, vol 14, s 716-729.
- Combes, P-P, B Decreuse, M Laouenan och A Trannoy (2016), "Customer Discrimination and Employment Outcomes: Theory and Evidence from the French Labor Market", *Journal of Labor Economics*, vol 34, s 107-160.

Doleac, J L och L C D Stein (2013), "The Visible Hand: Race and Online Market Outcomes", *Economic Journal*, vol 123, s F469–F492.

Holzer, H J och K R Ihlanfeldt (1998), "Customer Discrimination and Employer Outcomes for Minority Workers", *Quarterly Journal of Economics*, vol 113, s 835–867.

Kahn, L M och P D Sherer (1988), "Racial Differences in Professional Basketball Players' Compensation", *Journal of Labor Economics*, vol 6, s 40–61.

Leonard, J S, D I Levine och L Giuliano (2010), "Customer Discrimination", *Review of Economics and Statistics*, vol 92, s 670–678.

Nardinelli, C och C Simon (1990), "Customer Racial Discrimination in the Market for Memorabilia: The Case of Baseball", *Quarterly Journal of Economics*, vol 105, s 575–595.

Neumark, D (1996), "Sex Discrimination in Restaurant Hiring: An Audit Study", *Quarterly Journal of Economics*, vol 111, s 915–941.