

Nr 1549

av herr Brundin m. fl.

i anledning av Kungl. Maj:ts proposition nr 33 med förslag till riktlinjer för och organisation av samhällets konsumentpolitik m. m.

Erfarenheterna av olika ekonomiska system bekräftar var uppfattning att näringslivet även i framtiden bör bygga på enskilt ägande, fri prisbildning och konkurrens. För detta talar såväl effektivitetsskäl som överväganden om maktbalans och demokrati. Inget annat system har kunnat ge medborgarna större materiella resurser eller varit förenligt med politisk demokrati och mångsidighet i livsform och värderingar. Marknadsekonomi ger också de större möjligheterna till decentralisering av beslut om såväl konsumtionsinriktning som produktionens genomförande.

Denna inställning är väl förenlig med uppfattningen att det är samhällets uppgifter att dra upp de ramar inom vilka företag och enskilda får agera. Det är naturligt att regler skapas till skydd för t.ex. miljöintressen och möjligheter för en balanserad regional utveckling. Likaså är det nödvändigt att ett uttryck för samhällets solidaritet att stat och kommun tar på sig ansvaret för att de människor, som drabbas av den för allas välbefinnande alltid pågående omvandlingen av vårt lands näringsliv, ges behövligt stöd. En konsumentpolitik som syftar till att öka medborgarnas möjlighet att via sina köp styra produktionen efter sina egna preferenser och önskemål ligger också väl i linje med var uppfattning om samhällets roll för att fastlägga ramar inom vilka ett fritt näringsliv bör verka. Gemensamt för dessa exempel på åtgärder som samhället bör vidtaga är att de så långt möjligt bör ges en generell utformning. Vi ställer oss alltså avvisande till statliga detaljregleringar.

Det marknadsekonomiska systemet medför att det emellanåt tillverkas produkter som vinner ringa efterfragan. Detta kan synas innebära en erforderlig produktion, som dock är nödvändig för konsumenternas valfrihet. Konsumenter, betraktade som grupp, är det mest tillförlitliga efterfrågeinstrumentet. Försök att ersätta detta med något annat instrument torde medföra en mindre marknadsanpassad produktion än den vi har i dag.

Det ökade utbudet i vad avser både antalet varor och tjänster och dessas i många fall högre grad av teknisk komplexitet liksom det ökade inslaget av konsumtionskapitalvaror understryker behovet av ökad information till konsumenten för att öka dennes förmåga att göra ett köp som överensstämmer med hans eller hennes egna preferenser. Den alldeles övervägande delen av det nödvändiga informationsutbytet mellan producenter, distributörer och konsumenter kommer emellertid även i fortsätt-

ningen att behöva ske via marknaden och dess prissystem. Det bör påpekas att företagen härvid gör betydande ansträngningar för att genom marknadsundersökningar utröna konsumenternas önsknings. Som ett komplement till det informationsutbyte som redan sker via marknaden kan en riktigt utformad statlig verksamhet på detta område vara till fördel för alla parter. Vi stöder därför propositionens förslag om bildandet av ett konsumentverk.

Sammanförandet av institutioner med likartade uppgifter torde också kunna medföra vissa rationaliserings- och effektivitetsvinster.

Vi vill i sammanhanget erinra om att propositionens förslag visar en enligt vår mening glädjande anpassning till verklighetens krav av flera av de i den s. k. lägesrapporten och även i utredningens slutbetänkande gjorda bedömningarna av konsumentpolitikens mål och medel. Att de riktlinjer som skisserats i den s. k. lägesrapporten, 1971 års betänkande och propositionen visar så avsevärda skillnader kan ses som ett bevis på att osäkerheten fortfarande är stor om hur en riktig konsumentpolitik bör utformas. De erfarenheter som kan vinnas genom den fortsatta verksamheten bör därför noga övervägas innan en ytterligare utökning av verksamheten sker.

Vad vidare beträffar synen på konsumenterna som svaga i förhållande till producenterna är vi av den uppfattningen att konsumenterna, som grupp betraktade, inte är svaga. Den enskilde konsumenten däremot befinner sig i en del fall i underläge i förhållande till producenten. Det är i sådana fall konsumenten är i behov av stöd.

Producentens och leverantörens möjlighet att påverka konsumenterna och skapa behov för en viss vara överdrivs betydligt i propositionen. Reklam och andra marknadsföringsåtgärder får huvudsakligen betraktas som information inom ramen för det marknadsekonomiska systemet. I den mån konsumenter påverkas av skilda marknadsföringsåtgärder, torde detta i huvudsak röra sig dels om påverkan i valet mellan skilda märken och typer av samma vara, för vilken det redan finns efterfrågan, dels skapande av medvetenhet om helt nya konsumtionsmöjligheter.

Organisationsfrågor

Verkets styrelse bör enligt vår mening göras större än vad som föreslagits, dvs. sju ledamöter. En så liten styrelse blir förvisso smidig och kan förväntas fungera tillfredsställande från rent administrativ synpunkt. Fördelarna med en större styrelse, framför allt i fråga om representativitet och vad beträffar kontaktytans bredd, väger dock så pass tungt att övervägande skäl talar för en sådan. Vi förordar därför en styrelse med 13 ledamöter i enlighet med utredningens förslag.

Vi ställer oss positiva till de föreslagna projektgrupperna och vill framhålla möjligheten och önskvärdheten av att till dessa grupper även knyts personer utanför verket i egenskap av experter och sakkunniga. Även i verksamheten i övrigt vill vi understryka vikten av att verket i avsikt att hushålla med resurserna noga tillvaratar de möjligheter som

finns att utifrån köpa tjänster och tillvarata sakkunskap på olika områden.

Beträffande konsumentverkets lokalisering vill vi med hänvisning till vår principiella syn på utlokalisering av statlig verksamhet, som framfördes i motion 1972:294, anföra följande. Det är naturligtvis inte givet att all statlig verksamhet som kommit att lokaliseras till Stockholm måste kvarligga där för all framtid. Utflyttning av i första hand funktioner och delar av verk kan vara ett lämpligt medel för regionalpolitik och även från mer allmänna decentraliseringssynpunkter. Man måste emellertid ta hänsyn till såväl samhällsekonomiska som budgetmässiga effekter av en utflyttning av verksamhet från huvudstaden, vilken i många fall erbjuder de bästa möjligheterna att effektivt och till låga kostnader utöva verksamheten. Både engångskostnader och driftkostnader måste härvid beaktas.

VDN:s fortsatta verksamhet inom konsumentverket har fått en ytterligt kort behandling i propositionen med tanke på de två utredningar som pågår rörande varudeklarationsarbetet. Det utsägs inte klart huruvida principfrågorna rörande varudeklarationer, som är föremål för en enmansutredning, kommer att genom en proposition i ärendet föreläggas riksdagen. Vi anser dock att dessa frågor är av sådan vikt att de bör bli föremål för riksdagsbehandling.

Med stöd av vad som anförts hemställes

att riksdagen

1. beslutar att konsumentverkets styrelse skall bestå av 13 ledamöter,
2. uttalar att principfrågor rörande den framtida varudeklarationsverksamheten underställes riksdagens prövning.

Stockholm den 4 april 1972

PAUL BRUNDIN (m)

INGRID SUNDBERG (m)

ROLF CLARKSON (m)

GUNNAR OSKARSON (m)

BRITT MOGARD (m)

HANS NORDGREN (m)

LARS SCHÖTT (m)