

Regeringens proposition

1975/76:159

med förslag till organisation av och anslag för det nya konsumentverket;

beslutad den 4 mars 1976.

Regeringen föreslår riksdagen att antaga de förslag som har upptagits i bifogade utdrag av regeringsprotokoll.

På regeringens vägnar

OLOF PALME

CARL LIDBOM

Propositionens huvudsakliga innehåll

I propositionen lämnas förslag till organisation av det nya konsumentverk, som skall börja sin verksamhet den 1 juli 1976, då verksamheten hos nuvarande konsumentverk och konsumentombudsman skall upphöra. Vidare lämnas förslag till anslag för det nya verket.

HANDELSDEPARTEMENTET
Utdrag
PROTOKOLL
vid regeringssammanträde
1976-03-04

Närvarande: statsministern Palme, ordförande, och statsråden Sträng, Johansson, Holmqvist, Aspling, Lundkvist, Geijer, Norling, Lidbom, Sigurdson, Gustafsson, Zachrisson, Leijon, Hjelm-Wallén, Peterson

Föredragande: statsrådet Lidbom

Proposition med förslag till organisation av och anslag för det nya konsumentverket

1 Inledning

I propositionen (1975/76:34) med förslag till marknadsföringslag, m. m. föreslog regeringen att nuvarande konsumentombudsmannen (KO) och konsumentverket skulle föras samman till en organisation, benämnd konsumentverket, där chefen tillika skulle vara konsumentombudsman. Hur organisationen mera i detalj skulle utformas angavs inte. Det förutsattes att särskilda sakkunniga skulle tillkallas för att närmare överväga denna fråga.

Riksdagen antog i allt väsentligt förslagen i propositionen (NU 1975/76:14, rskr 1975/76:108). Riksdagen uttalade därvid att de uppgifter som avser KO-verksamheten borde hållas samman inom en särskild enhet i den nya organisationen.

I budgetpropositionen (1975/76:100 bil. 12 s. 50 och 53) vid innevarande riksmöte har anslagen för KO och konsumentverket, i avvaktan på särskild proposition i ämnet, förts upp med oförändrade belopp i förhållande till innevarande budgetår.

Med stöd av regeringens bemyndigande tillkallade jag den 8 december 1975 åtta sakkunniga¹ med uppdrag att utarbeta förslag rörande den närmare organisationen av konsumentverket m. m. fr. o. m. den 1 juli 1976 (H 1975:07). I uppdraget ingick också att göra anslagsframställning för den nya myndigheten. De sakkunniga, som har antagit namnet *organisationskom-*

¹Konsumentombudsmannen Sven Heurgren, ordförande, förste byråsekreteraren Eva Agevik, kanslirådet Per Borg, byrådirektören Åke Bylund, avdelningsdirektören Kristofer Johanson, avdelningsdirektören Leif Lundvall, avdelningschefen Bengt Odelgard och byrådirektören Per Erik Tiselius

mittén för konsumentverket, har lagt fram sina förslag i betänkandet (Ds H 1976:2) Organisation av nya konsumentverket.

I skrivelse till handelsdepartementet den 20 februari 1976 har Sveriges grossistförbund, Sveriges hantverks- och industriorganisation, Sveriges industriförbund och Sveriges köpmannaförbund föreslagit att det nya verkets styrelse skall utökas från nio till elva ledamöter och att av dessa minst tre skall ha ingående sakkännedom och erfarenhet om produktion och distribution av konsumentvaror och konsumenttjänster.

2 Nuvarande ordning

2.1 Konsumentombudsmannen

Konsumentombudsmannen (KO) började sin verksamhet den 1 januari 1971. KO:s uppgifter avser i första hand tillämpningen av två lagar, nämligen lagen (1970:412) om otillbörlig marknadsföring och lagen (1971:112) om förbud mot oskäligen avtalsvillkor (avtalsvillkorlagen).

Lagen om otillbörlig marknadsföring syftar till att hindra att reklam och annan kommersiell marknadsföring bedrivs med otillbörliga metoder. Lagens centrala bestämmelse är en allmänt formulerad s. k. generalklausul. Enligt denna kan näringsidkare som vid marknadsföring av vara eller tjänst företar reklamåtgärd eller annan handling, som genom att strida mot god affärssed eller på annat sätt är otillbörlig mot konsumenterna eller näringsidkare, förbjudas att fortsätta därmed eller att företa annan liknande handling. Förbud meddelas av marknadsdomstolen och skall förenas med vite om inte detta av särskilda skäl är obehövligt.

Ansökan om förbud görs av KO eller, om denne för visst fall har beslutat att inte göra ansökan, av näringsidkare som berörs av handlingen eller sammanlutning av näringsidkare, konsumenterna eller löntagare.

I ärenden av mindre vikt kan KO själv pröva fråga om förbud genom ett s. k. förbuds föreläggande. Det är ett förenklat förfarande som innebär att KO skriftligt förelägger näringsidkare förbud att fortsätta med viss marknadsföring. Godkänns föreläggandet får det samma verkan som ett förbud som har meddelats av marknadsdomstolen. Ett förbuds föreläggande är alltid förenat med vite.

Avtalsvillkorlagen syftar till att hindra bruket av avtalsvillkor som är oskäligen mot konsument. Lagen är uppbyggd efter mönster av lagen om otillbörlig marknadsföring. Den centrala bestämmelsen är sålunda en generalklausul som innebär att marknadsdomstolen kan förbjuda en näringsidkare att vid erbjudande av vara eller tjänst till konsument använda avtalsvillkor som med hänsyn till vederlaget och övriga omständigheter är att anse som oskäligen mot konsumenten. Även här skall förbud förenas med vite, om inte detta av särskilda skäl är obehövligt. Handläggningss-

reglerna är i princip desamma som i lagen om otillbörlig marknadsföring.

KO:s uppgifter är inte begränsade till vad som direkt anges i de nämnda lagarna. Enligt instruktionen åligger det även KO att granska dels marknadsföringsåtgärder och avtalsvillkor inom områden, där otillbörliga åtgärder eller oskäliga villkor kan antas vara speciellt vanliga eller till särskilt men för konsumenterna, dels andra marknadsföringsåtgärder och avtalsvillkor, som har stor praktisk betydelse. Vidare skall KO, om näringsidkare företar otillbörlig marknadsföringsåtgärd eller använder oskäligt avtalsvillkor, söka förmå honom att frivilligt avstå därifrån. Det ankommer också på KO att övervaka efterlevnaden av marknadsdomstolens beslut och av KO utfärdade förbuds förelägganden samt att anmäla överträdelse av förbud till allmän åklagare.

Av det nu anförda framgår att KO också har uppgifter av övervakande och förhandlande natur. I detta arbete är KO:s rätt enligt de nämnda lagarna att kräva in yttranden och upplysningar (ytterst genom vitesföreläggande) från näringsidkare av betydelse.

Underlag för sin verksamhet erhåller KO i första hand genom en löpande egen granskning av företagets marknadsföring och avtalsvillkor samt genom de anmälningar, som allmänheten gör till KO. Material erhålls vidare från bl. a. kommunala konsumentvägledare och hemkonsulenter samt konsumentverket och allmänna reklamationsnämnden.

Finner KO att en näringsidkare har vidtagit en otillbörlig marknadsföringsåtgärd eller använt ett oskäligt avtalsvillkor söker KO förmå denne att fortsättningsvis avstå därifrån. Vanligtvis nås en uppgörelse tämligen snabbt, varvid näringsidkaren utfäster sig att ändra marknadsföringen eller avtalsvillkoret. I mer komplicerade fall kan omfattande överläggningar mellan KO och näringsidkaren krävas innan ärendet kan slutföras. Även i dessa situationer kan normalt uppgörelse nås om vad näringsidkaren fortsättningsvis skall iaktta. För att befästa uppgörelsen med enskilda näringsidkare används i vissa fall det tidigare nämnda förbuds föreläggandet.

Stundtals finner KO att ett problem är av mer generell karaktär och berör hela branscher eller stora delar av dessa. I sådana fall upptas överläggningar med berörda branschorganisationer i syfte att få till stånd överenskommelse rörande marknadsföringens eller avtalsvilkorens beskaffenhet. I en överenskommelse brukar ingå att branschorganisationen åtar sig att bland sina medlemmar verka för att överenskommelsen efterlevs. Överenskommelsen blir också ett viktigt instrument i KO:s kontakter med enskilda näringsidkare.

Självfallet förekommer situationer där överenskommelser av nyss nämnt slag inte kan träffas. Detta kan bero på att parterna inte kan enas eller att representativ branschorganisation eller liknande saknas. På marknadsföringssidan arbetar KO i sådana lägen delvis med ensidigt utfärdade riktlinjer för företagets agerande. Riktlinjerna ligger då till grund för KO:s ställningstagande i enskilda ärenden.

Endast ett fåtal fall behöver föras till marknadsdomstolen. Det helt övervägande antalet ärenden avgörs hos KO. Under år 1975 avklarades totalt 4 413 ärenden. Av dessa fördes 34 till marknadsdomstolen. 57 av ärendena skrevs av efter godkänt förbuds föreläggande.

KO informerar om sin verksamhet, bl. a. genom att ge ut tidskriften Konsumentombudsmannen, där i första hand utgången av viktigare ärenden redovisas. Tidskriften är ekonomiskt självbärande. KO ger också ut pressmeddelanden och har andra kontakter med massmedia. Information lämnas vidare genom föredrag vid kurser och konferenser m. m.

KO biträds i ämbetet av en ställföreträdare. Beslut i verksamheten fattas ytterst av någon av KO eller ställföreträdaren, vilka också hittills i samtliga ärenden själva fört det allmännas talan inför marknadsdomstolen. Arbetet i övrigt bedrivs inom åtta enheter. Sex av dessa svarar för beredningen av KO:s ärenden. På en av dessa enheter ankommer vidare ansvaret för KO:s administration. En sjunde enhet svarar för KO:s informationsverksamhet och en åttonde för registratur, arkiv m. m.

Organisationen omfattar totalt 28 tjänster, varav två ordinarie för KO och dennes ställföreträdare. Övriga tjänster är inrättade som extra tjänster. Härutöver finns även arvodesbefattningar. I ärenden av mer komplicerad natur förekommer det att KO anlitar utomstående experter. Oftast är det fråga om ekonomisk, teknisk eller medicinsk sakkunskap.

Av stor vikt för KO:s arbete är det system med automatisk databehandling för diarieföring, arkivsökning m. m. som har tagits fram under medverkan av statskontoret och datamaskincentralen för administrativ databehandling (DAFA).

För budgetåret 1975/76 har för KO:s verksamhet anvisats ett förslagsanslag av 2 630 000 kr.

2.2 Konsumentverket

Konsumentverket började sin verksamhet den 1 januari 1973. Verket, som är central förvaltningsmyndighet för konsumentfrågor, har till uppgift att stödja konsumenterna och förbättra deras ställning på marknaden.

Det åligger verket särskilt bl. a.

- att undersöka och följa konsumenternas förhållanden,
- att stödja hushållen i deras strävan att utnyttja sina resurser så att de egna behoven bäst tillgodoses,
- att uppmärksamma konsumentgrupper, som ekonomiskt, socialt eller utbildningsmässigt är svaga,
- att övervaka marknadens utbud av varor och tjänster,
- att söka påverka producenter, distributörer och marknadsförare att anpassa sin verksamhet efter konsumenternas behov,
- att ta initiativ till och stödja forskning inom verkets arbetsområde.

Verket svarar vidare för den statliga hemkonsulentverksamheten, för kontakter med kommunal och annan lokal konsumentverksamhet samt för försöksverksamheten med allmänna reklamationsnämnden. Verket har också den övergripande tillsynen över försöksverksamheten med statligt stöd till kommersiell service i glesbygd.

Underlag för konsumentverkets verksamhet erhålls genom bl. a. enskilda konsumenters kontakter med kommunala konsumentorgan, hemkonsulenter, verkets egna rådgivare, allmänna reklamationsnämnden etc. Verket gör härutöver egna undersökningar rörande konsumenternas förhållanden i olika hänseenden samt bevakar fortlöpande marknadens utbud.

Genom en analys av underlagsmaterialet söker verket bilda sig en uppfattning om i vilken utsträckning konsumenternas intressen och behov är tillgodosedda. Stundtals avser denna analys övergripande hushålls- eller samhällsfunktioner och bedrivs i mer eller mindre omfattande utredningsprojekt. I andra fall är det fråga om beskaffenheten hos enskilda nyttigheter, varvid utredningsarbetet ofta kan sägas ha karaktär av ärendehantering.

Utredningsarbetet bedrivs i första hand inom verket. Utomstående expertis anlitas dessutom, exempelvis för mer omfattande tekniska, juridiska och ekonomiska utredningar.

Finner verket förhållanden på marknaden som strider mot eller inte till fullo svarar mot konsumenternas intressen, vidtas åtgärder i syfte att få förbättringar till stånd. Åtgärderna kan i huvudsak delas in i producentpåverkan och information.

Med producentpåverkan förstås att verket i direkt kontakt med berörda företag eller branschorganisationer söker förmå dessa att ändra sin verksamhet på visst sätt. Det kan vara fråga om att dra tillbaka farliga produkter från marknaden eller att utforma produktinformationen på visst sätt, exempelvis när det gäller varudeklarationer. En näraliggande form av åtgärder är den påverkan som utövas på myndigheter och organisationer. Det kan här vara fråga om att verka för ett ökat inslag av konsumentfostran i utbildningen eller att bevaka konsumenternas intressen i samhällsplanering o. d. Vidare kan nämnas att verket mot ersättning utför varuprovningar åt företag m. fl. samt svarar för det s. k. VDN-systemet för varudeklarationer.

Verkets informationsverksamhet innefattar allmän information i opinionsbildande syfte, rådgivning till enskilda konsumenter i den mån den inte utförs av kommunala organ eller hemkonsulenter, produktion av läromedel och faktablad till vägledning för konsumenterna, presskontakter etc. Här bör särskilt nämnas verkets tidskrift Råd och Rön som innehåller såväl resultat från verkets utredande verksamhet som allmän konsumentinformation och opinionsbildning. Verket ger sedan en tid tillbaka också ut en tidskrift benämnd Konsumenträtt med information om i första hand lagstiftning på konsumentområdet.

En betydelsefull del av verkets arbete avser stöd m. m. till kommunal och regional verksamhet. Arbetet i denna del består bl. a. i att förse kom-

munala och regionala organ med material för verksamheten samt råd och upplysningar i enskilda ärenden. Vidare svarar verket för viss utbildning av de kommunalt och regionalt verksamma tjänstemännen.

En kunskapskälla för verket utgör forskning på konsumentområdet. Verket disponerar särskilda medel för stöd till sådan forskning.

Ansvaret för försöksverksamheten med allmänna reklamationsnämnden medför delvis uppgifter av administrativ art, avseende anställning av personal, lokalfrågor, budget och redovisning m. m. Verket svarar härutöver även för en allmän uppföljning av verksamhetens effektivitet och resultat.

Uppgifterna i anslutning till det statliga stödet till kommersiell service i glesbygd omfattar dels en allmän bevakning av utvecklingen på området, dels handläggning av ansökningar om investeringsstöd och kreditgaranti för sådan service.

Konsumentverket leds av en styrelse och en verkschef, som tillika är ordförande i styrelsen. Verkschefen biträds i frågor om planering och samordning m. m. av ett planeringssekreteriat.

Det utredande och producentpåverkande arbetet ankommer på två utredningsavdelningar. Dessa är i sin tur indelade i sammanlagt fyra underenheter, vilkas verksamhetsområden knyter an till viktigare konsumtionsområden, nämligen mathållning, bostad, beklädnad samt fritid, resor m. m.

En informationsenhet svarar för verkets information, stödet till kommunal och regional verksamhet, verkets tidskrifter, presskontakter, förlagsverksamhet och kontakter med utbildningsväsendet. Enheten är i sin tur indelad i en enhet för utbildning och utställningar, en kommunenhet och en redaktion. Redaktionen har i praktiken verkat i tre underenheter, en för Råd och Rön, en för presskontakter och en för förlagsverksamhet.

En teknisk enhet svarar för intern teknisk service och förfogar över egna laboratorieresurser. På enheten ankommer vidare ansvaret för verkets varuprovningar på uppdrag.

En administrativ enhet slutligen svarar för verkets administration. Enheten är indelad i en ekonomienhet, en personal- och kanslienhet samt en juridisk enhet.

Till verket är vidare knuten en rådgivande nämnd för glesbygdsfrågor, glesbygdsnämnden.

Hos verket finns f. n. 191 tjänster. Vidare finns arvodesbefattningar på skilda nivåer. Härtill kommer 27 tjänster placerade på allmänna reklamationsnämndens kansli.

Medel för den verksamhet som har beskrivits i det föregående anvisas för budgetåret 1975/76 över följande anslag under statsbudgetens tionde huvudtitel.

D 5. Konsumentverket: Förvaltningskostnader

D 6. Konsumentverket: Forskning m. m.

D 7. Konsumentverket: Allmänna reklamationsnämnden

D 8. Bidrag till kommersiell service i glesbygd

V:8. Lån till investeringar för kommersiell service i glesbygd.

Över anslaget till förvaltningskostnader, som f. n. är beräknat till 19 743 000 kr., anvisas medel för verkets egen direkta verksamhet. Verksamheten är programbudgeterad med följande huvudprogram.

1. Utredning och producentkontakt
 2. Information och utbildning
 3. Varuprovningar m. m. på uppdrag
- Vidare finns följande program för intäkter i verksamheten.
4. Varudeklarationsverksamhet
 5. Försäljning av publikationer m. m.

Programmet Utredning och producentkontakt motsvarar huvudsakligen verksamheten hos verkets båda utredningsavdelningar. Intäkterna från varudeklarationsverksamheten gottförs utredningsprogrammet.

Programmet Information och utbildning motsvarar huvudsakligen verksamheten hos verkets informationsenhet och inbegriper följaktligen även stödet till kommunal och regional konsumentpolitisk verksamhet. Intäkterna från försäljningen av publikationer m. m. gottförs informationsprogrammet.

Programmet Varuprovningar m. m. på uppdrag redovisas under en som förslagsvis betecknad anslagspost med ett formellt belopp på 1 000 kr. Under denna post redovisas kostnader och intäkter för verkets uppdragsverksamhet. Anslaget får i princip inte belastas.

Forskningsanslaget, som f. n. är beräknat till 1 695 000 kr., är ett reservationsanslag vilket verket disponerar för stöd till forskning, studieförbundens verksamhet m. m. Ett särskilt anslag avser verksamheten hos allmänna reklamationsnämnden och är f. n. upptaget till 2 446 000 kr.

Anslaget Bidrag till kommersiell service i glesbygd är f. n. 2 500 000 kr. Av medlen är 2 300 000 kr. beräknade för bidrag till kommunalt subventionerad hemsändning. Beslut i sådana ärenden fattas av länsstyrelserna. Resterande medel, 200 000 kr., har beräknats för infriande av sådana statliga kreditgarantier som konsumentverket tecknar.

Anslaget Lån till investeringar för kommersiell service i glesbygd är f. n. 1 500 000 kr.

3 Den nya marknadsföringslagen

Den nya marknadsföringslagen (1975:1418) har enligt 1 § till ändamål att främja konsumenternas intressen i samband med näringsidkares marknadsföring av varor, tjänster och andra nyttigheter och att motverka marknadsföring som är otillbörlig mot konsumenterna eller näringsidkarna.

Lagen är uppbyggd kring tre generalklausuler. Den första (2 §) handlar om otillbörlig marknadsföring och har sin motsvarighet i den nu gällande

marknadsföringslagen (jfr avsnitt 2.1).

Den andra generalklausulen (3 §) handlar om informationsskyldighet. Där föreskrivs att marknadsdomstolen kan ålägga näringsidkare att vid marknadsföring av vara, tjänst eller annan nyttighet lämna information, som har särskild betydelse från konsumentsynpunkt.

Den tredje generalklausulen (4 §) rör frågor om produktsäkerhet m. m. Där föreskrivs att marknadsdomstolen kan förbjuda näringsidkare att till konsument för enskilt bruk saluhålla eller hyra ut vara, som på grund av sina egenskaper medför särskild risk för skada på person eller egendom. Detsamma gäller om varan är uppenbart otjänlig för sitt huvudsakliga ändamål.

Förbud eller åläggande enligt de nu nämnda bestämmelserna skall, såsom hittills har varit fallet enligt lagen om otillbörlig marknadsföring, förenas med vite om inte detta av särskilda skäl är obehövligt.

Marknadsföringslagens handläggningsregler innebär att fråga om förbud eller åläggande enligt någon av de tre generalklausulerna tas upp efter ansökan av KO. Om KO för visst fall beslutar att inte göra ansökan, får dock ansökan göras av sammanslutning av konsumenter, löntagare eller näringsidkare eller, beträffande fråga om otillbörlig marknadsföring, av näringsidkare som berörs av handlingen.

För att kunna fullgöra sina uppgifter får KO begära in yttrande eller upplysning av näringsidkare. Om förbud eller åläggande kan antas komma i fråga får KO även begära in handling, varuprov och liknande som kan ha betydelse i ärendet.

KO har i fall som inte är av större vikt möjlighet att själv pröva frågor om förbud eller åläggande enligt någon av lagens generalklausuler. Detta sker genom förbuds föreläggande eller informations föreläggande (14 och 15 §§).

Förbuds föreläggande innebär att den som antas ha företagit en otillbörlig marknadsföringsåtgärd eller sålt eller hyrt ut sådan skadlig eller otjänlig vara, som avses i produktsäkerhetsbestämmelsen, av KO föreläggs förbud vid vite att fortsätta därmed. På motsvarande sätt innebär informations föreläggande att den som antas ha underlåtit att lämna sådan information som är av särskild betydelse från konsumentsynpunkt av KO föreläggs vid vite att lämna informationen. Godkänt föreläggande gäller som förbud eller åläggande som har meddelats av marknadsdomstolen.

I förarbetena till marknadsföringslagen förutsätts att resultat i allmänhet kan åstadkommas genom frivilliga överenskommelser eller åtaganden och att tvingande åtgärder endast undantagsvis skall behöva tillgripas. I likhet med vad som f. n. gäller enligt lagen om otillbörlig marknadsföring och avtalsvillkorslagen kommer lagens tillämpning i praktiken i stor utsträckning att bygga på utrednings- och förhandlingsarbete. Denna verksamhet kommer att bedrivas av det nya konsumentverket. Den dömande verksamheten utövas som redan har angetts av marknadsdomstolen. Domstolens arbete be-

handlas inte närmare här.

Tillämpningen av den nya marknadsföringslagen är avsedd att få i stort samma utformning som tillämpningen av den nuvarande lagen om otillbörlig marknadsföring. Detta innebär att det nya konsumentverket genom anmälningar, egen verksamhet eller på annat sätt blir uppmärksammat på brister i företagens marknadsföring. Alltefter problemens beskaffenhet tas kontakter med företag eller branschorganisationer i syfte att få till stånd en förbättring. Det kan vara fråga om att ställa krav på ändringar i företagens information eller produktutformning.

Ett viktigt inslag i arbetet blir utfärdandet av riktlinjer för företagens marknadsföring och produktutformning. Sådana riktlinjer tas redan i dag fram i arbetet hos KO och konsumentverket. De kommer nu att öka i betydelse genom att de enligt statsmakternas beslut kommer att vara vägledande för marknadsdomstolens avgöranden i enskilda ärenden. Riktlinjerna kan utarbetas i samråd med berörda företag eller branschorganisationer och sålunda vara resultatet av överenskommelser med dessa eller utfärdas ensidigt av konsumentverket. Riktlinjerna kommer normalt att föregås av utredningsarbete inom verket.

Arbetet i övrigt enligt marknadsföringslagen kommer att bestå i att övervaka företagens marknadsföring och ingripa vid behov. Anledning till åtgärder kan vara att visst företag inte följer slutna överenskommelser eller utfärdade riktlinjer. Åtgärder kan emellertid vidtas även där inga riktlinjer föreligger. Detta blir liksom hittills ofta fallet beträffande otillbörlig marknadsföring. Även i fråga om informationslämnande och produktsäkerhet kan konsumentintresset vara så starkt eller entydigt att eventuella riktlinjer inte kan eller behöver avvaktas.

De åtgärder som i dessa fall blir aktuella kommer normalt att innebära att företag kontaktas och överläggningar tas upp i syfte att få en ändring till stånd. Om företaget utfäster sig att vidta de ändringar som verket anser påkallade kan frågan avskrivras. I viktigare fall kan förbuds- eller informationsföreläggande av KO brukas för att befästa den nådda uppgörelsen. Om företaget inte alls eller i endast begränsad utsträckning går verket till mötes uppkommer fråga om att föra ärendet till marknadsdomstolen för avgörande. Även där en uppgörelse kan nås, kan intresset av ett prejudicerande beslut av domstolen motivera att ärendet förs dit.

Till den nya myndighetens uppgifter i anslutning till marknadsföringslagen hör också att övervaka efterlevnaden av marknadsdomstolens beslut och av förbuds- och informationsförelägganden utfärdade av KO. Därvid kan åtgärder behöva vidtas för utdömande av förelagda viten.

4 Organisationskommitténs förslag

4.1 Det nya konsumentverkets uppgifter

Kommittén konstaterar att statsmakernas beslut om ny marknadsföringslag och sammanslagning av KO och konsumentverket inte innebär att konsumentpolitikens målsättning eller inriktning principiellt ändras. Utöver de arbetsuppgifter som tillkommer i anslutning till den nya marknadsföringslagen avses den nuvarande verksamheten hos de båda myndigheterna ingå i den nya organisationen.

En stor del av arbetet kommer att avse konsumenternas behov av nyttigheter av skilda slag och de former under vilka dessa behov tillgodoses. Målsättningen för arbetet i dessa delar kan enligt kommittén i grova drag sägas vara

1. att verka för att ändamålsenliga varor, tjänster och andra nyttigheter tillhandahålls konsumenterna och att ange alternativa sätt för konsumenterna att tillgodose sina behov av sådana nyttigheter,
2. att verka för att konsumenterna får den information som behövs för att de på bästa sätt skall kunna tillgodogöra sig de nyttigheter som bjuds ut på marknaden och att tillse att företagen inte använder otillbörliga metoder i sin marknadsföring,
3. att verka för att konsumenternas intressen tillgodoses i fråga om avtalsmässiga förhållanden på marknaden.

Under den första punkten faller frågor om produkters beskaffenhet i olika hänseenden. Hit hör tillämpningen av 4 § marknadsföringslagen (produkt-säkerhet m. m.). Arbetet kan också gälla mer övergripande frågor, exempelvis hur konsumenterna på bästa sätt skall sköta sin mathållning eller tillgodose sina transportbehov.

Under den andra punkten faller frågor om den information om olika varor, tjänster och andra nyttigheter som konsumenterna får från skilda håll. Hit hör den information om varor och tjänster m. m. som verket och de kommunala konsumentpolitiska organen kommer att lämna. Av ökande betydelse blir vidare frågor rörande den information som företagen lämnar. Här faller tillämpningen av 2 och 3 §§ marknadsföringslagen (otillbörlig marknadsföring och informationsskyldighet).

Den tredje punkten avser i första hand frågor om säljvillkor m. m. Det kan gälla att verka för en förmånligare utformning av säljvillkor eller att söka få bort oskäliga avtalsvillkor. Hit hör tillämpningen av avtalsvillkorslagen.

Underlag för arbetet i berörda delar kommer att erhållas bl. a. genom konsumenternas direktkontakter med dels verket och allmänna reklamationenämnden, dels lokalt och regionalt verksamma tjänstemän. Material erhålls också genom verksamheten hos andra myndigheter och organ. Underlag får verket även genom de rön som görs i den egna verksamheten

och i anslutning till forskning på området.

De funktioner som krävs för de nu nämnda uppgifterna kan, utöver registrering av frågor och problem, enligt kommittén sägas vara utredande, analyserande, informativa, förhandlande och rättsliga. I det utredande och analyserande arbetet skall underlagsmaterialet bearbetas och förslag till åtgärder tas fram. I den mån verket självt önskar föra ut information till konsumenter, företag eller andra berörda krävs en informationsfunktion. Den förhandlande funktionen kommer att kopplas in där verket mera direkt önskar påverka företagen i viss riktning, exempelvis att ändra sin marknadsföring på visst sätt. En viktig uppgift blir härvid att utarbeta de riktlinjer som avses utgöra ett väsentligt inslag i tillämpningen av den nya marknadsföringslagen. För de fall där marknadsföringslagen eller avtalsvillkorslagen är tillämplig krävs en rättslig funktion, som skall svara för dels uppgifter som hänger samman med ärenden som förs till marknadsdomstolen eller allmän domstol, dels andra uppgifter som kräver tillämpning av lagstiftning, såsom att utfärda förbuds- och informationsförelägganden eller att kräva in yttranden och varuprover enligt de båda lagarna. En rättslig funktion kommer ofta att behöva kopplas in i arbetet med riktlinjer.

De uppgifter och funktioner som nu har beskrivits har enligt kommitténs mening ett nära samband. De rör alla på något sätt sådana konsumtionsbehov som i huvudsak tillgodoses på den privata marknaden eller marknader som arbetar enligt likartade principer. Verksamheten i dessa delar har kommittén sammanfattat i begreppet *marknadsinriktade aktiviteter*.

En betydelsefull del av verkets utåtriktade verksamhet kommer enligt kommittén att vara sådan som inte är hänförlig till klart avgränsade nyttheter. Det kan gälla frågor om distributionssystemets utformning och förändringar inom detta eller mer övergripande hushållsekonomiska undersökningar. Bland distributionsfrågorna märks särskilt hanteringen av glesbygdstödet. Till dessa mer allmänna aktiviteter hör också frågor om påverkan på utbildningsväsendet i konsumentfrågor och stödet till forskning och studieverksamhet i dessa frågor. Även de uppgifter som hänger samman med lokal och regional konsumentpolitisk verksamhet kan föras hit.

De funktioner som här kommer i fråga kan enligt kommittén sägas vara utredande, analyserande, informativa, stödjande och förhandlande. Åtgärder på området kan gälla stöd till glesbygdshandel eller stimulans till nya distributions- och serviceformer. De kan vidare gälla framtagning av läromedel i konsumentfrågor eller stöd till studieförbundens verksamhet på det konsumentpolitiska området. Beträffande lokal och regional verksamhet är det i första hand fråga om att svara för att de organ som är verksamma där får stöd bl. a. i form av utbildning och material av olika slag. En annan uppgift blir att i kontakt med olika organisationer följa och analysera utvecklingen av den kommunala verksamheten.

De mer allmänna uppgifter och funktioner som nu har beskrivits har kommittén sammanfattat i begreppet *systeminriktade aktiviteter*.

Vid sidan av de marknadsinriktade och systeminriktade aktiviteterna bör enligt kommittén finnas en mer *allmän informationsverksamhet*. Denna bör syfta till att sprida kännedom om förhållanden av konsumentpolitiskt intresse. Det kan vara fråga om kampanjverksamhet i hushållsekonomiska frågor och prisfrågor eller information om ny lagstiftning på det konsumenträttsliga området. Hit hör också information i olika former om den egna verksamheten. De uppgifter som här aktualiseras är utgivning av tidskrifter, framställning av utställningsmaterial, presskontakter m. m.

Enligt kommitténs mening kan huvuddelen av det nya konsumentverkets egen utåtriktade verksamhet sammanfattas i de tre områdena marknadsinriktade aktiviteter, systeminriktade aktiviteter och allmän information. Härtill kommer den nuvarande verksamheten med varuprovningar m. m. på uppdrag samt verksamheten hos allmänna reklamationsnämnden.

Till de nämnda utåtriktade uppgifterna kommer en rad interna uppgifter av servicekaraktär. Dessa sammanfattas i följande huvudgrupper, nämligen ekonomi och planering, personalfrågor, registratur, bibliotek och arkiv, teknisk service, informationsservice samt övrig service innefattande förvaltningsjuridiska spörsmål inom organisationen, intern information, expeditionsgöromål, skötsel av telefonväxel och lokalvård.

4.2 Organisation av det nya konsumentverket

Mot bakgrund av de i det föregående angivna arbetsuppgifterna har kommittén övervägt lämplig organisation av det nya konsumentverket. Några utgångspunkter har härvid varit givna. Till en början har regering och riksdag beslutat att det nya verket skall ledas av en styrelse och en verkschef, som tillika skall vara konsumentombudsman. Vidare har riksdagen uttalat att en särskild KO-enhet bör finnas i verksamheten. Härutöver har kommittén utgått från att en glesbygdsnämnd även i fortsättningen skall vara knuten till verket samt att verket också fortsättningsvis skall vara huvudman för allmänna reklamationsnämnden.

Grundläggande för kommitténs överväganden i de organisatoriska delarna har varit en strävan att så långt möjligt till en och samma enhet föra samman sådana uppgifter och funktioner som har ett gemensamt ändamål.

Kommitténs överväganden har utmynnat i att det nya konsumentverket under verksledningen bör bestå av ett KO-sekretariat utanför linjeorganisationen samt två sakenheter, en allmän enhet, en informationsenhet, en teknisk enhet och en administrativ enhet. Härtill kommer glesbygdsnämnden och allmänna reklamationsnämnden. Kommitténs överväganden bakom organisationsförslaget skall här översiktligt redovisas.

Kommittén anser att den verksamhet som kallas marknadsinriktade aktiviteter så långt möjligt bör organisatoriskt samordnas och att det är naturligt att härvidlag bygga på de båda utredningsavdelningarna hos det nuvarande konsumentverket, vilka fortsättningsvis bör benämnas *sakenheter*. För att

skapa klarhet i ansvarsfrågor och underlätta avvägningen mellan olika medel i verksamheten föreslår kommittén att till dessa enheter förs även ansvaret för sådana informationsbedömningar som direkt hänger samman med de marknadsinriktade aktiviteterna. Hit hör frågor om informationsskyldighet enligt den nya marknadsföringslagen, men även delar av verkets egen informationsverksamhet kan enligt kommittén sägas höra hit. Det gäller t. ex. faktablad, rapporter m. m., som tas fram som ett led i utrednings- och förhandlingsverksamheten, samt material och rådgivning i anslutning till sakenheternas arbete.

Tillämpningen av marknadsföringslagen och avtalsvillkorlagen hör till sakenheternas verksamhetsområde. Utredande och förhandlande verksamhet samt slutande av överenskommelser med enskilda företag bör enligt kommittén naturligen ankomma på sakenheterna. På dessa enheter föreslås också ansvaret ligga för att – efter direktiv av verksledningen – riktlinjer tas fram och branschuppgörelser träffas på olika områden.

I överensstämmelse med riksdagens uttalande anser kommittén att de formella KO-uppgifterna enligt lagstiftningen, dvs. främst att föra det allmännas talan inför marknadsdomstolen samt att utfärda förbuds- och informationsförelägganden, inte bör ligga på sakenheterna.

Kommittén har även diskuterat en underindelning av sakenheterna. F. n. är konsumentverkets utredningsavdelningar indelade i sammanlagt fyra underenheter, nämligen en för mathållning, en för bostad, en för beklädnad och en för fritid, resor m. m. Kommittén har noterat att verksamheten efter hand har utvecklats så, att allt fler uppgifter har hamnat på den sistnämnda enheten. När det gäller KO:s verksamhet ligger den största delen just inom det område som i dag hos verket ankommer på enheten för fritid, resor m. m. Mot bakgrund härav förordar kommittén en något förändrad underenhetsindelning.

Sakenheterna föreslås även framdeles vara indelade i sammanlagt fyra underenheter. Härigenom får man enligt kommittén tillräckligt stora enheter för att kunna samla en allsidig kompetens. Indelningen föreslås liksom hittills lämpligen utgå från hushållens viktigare konsumtionsområden.

Kommittén har funnit att till den första sakenheten bör föras frågor som rör bostadens beskaffenhet och produktionen i hemmet i vid bemärkelse. Hit bör också föras bedömningen av sådana tjänster som avser att ersätta hemproduktionen. Mathållnings-, beklädnads- och bostadsfrågorna hamnar alltså på denna sakenhet. När det gäller den närmare fördelningen på de båda underenheterna inom första sakenheten anser kommittén övervägande skäl tala för att mathållning och beklädnad jämte därmed sammanhängande frågor förs samman till en underenhet (underenhet I) medan bostadsfrågorna m. m. förs till den andra underenheten (underenhet II).

De frågor som avses ankomma på den andra sakenheten rör i stor utsträckning den konsumtion som faller utanför hemmet och sådana frågor som inte direkt kan hänföras till något klart definierat konsumtionsområde.

Kommittén menar att en av underenheterna (underenhet III) på denna sakenhet bör svara för i första hand transportfrågor. Hit hör de uppgifter som avser allmänna kommunikationer – statliga, kommunala och privata – och sällskapsresor, liksom bilar, båtar och andra transportmedel. Till denna underenhet bör enligt kommittén också kunna föras frågor rörande lek, sport och hobby. Den andra underenheten (underenhet IV) föreslås svara för frågor som rör bl. a. försäkrings- och banktjänster, läkemedel och hälsovårdsmedel samt icke produktanknutna frågor om t. ex. hemförsäljning, kreditköp, postorder och andra försäljningsmetoder. Hit bör enligt kommittén också föras sådana frågor om kulturkonsumtion, som faller under verkets arbetsområde. Det har då bedömts naturligt att hit föra även frågor om hemelektronik, foto m. m.

Som har anförts i det föregående anser kommittén att de formella KO-funktionerna, trots att de ämnesmässigt hör till den verksamhet som sakenheterna skall svara för, inte bör utföras inom dessa. I enlighet med riksdagens uttalande i anslutning till beslutet om sammanslagning av de båda myndigheterna bör en särskild KO-enhet handha dessa uppgifter. Kommittén förordar att denna enhet knyts direkt till verkschefen/KO som ett *KO-sekretariat* utanför linjeorganisationen. Sekretariatet föreslås svara för de direkta uppgifter som enligt marknadsföringslagen och avtalsvillkorlagen ankommer på KO, nämligen att föra det allmännas talan inför marknadsdomstolen, utfärda informations- och förbuds förelägganden, utfärda vites förelägganden om ingivande av yttrande eller varuprov i visst ärende, anmäla överträdelse av ålägganden eller förbud meddelade av marknadsdomstolen eller KO till allmän domstol för utdömande av förelagt vite m. m. Kommittén anmärker i sammanhanget att verksledningen i vissa frågor kan finna det ändamålsenligt att uppdra åt KO-sekretariatet att självständigt föra förhandlingar även om detta normalt skall ankomma på sakenheterna.

Kommittén utgår från att en nära kontakt mellan KO-sekretariatet och de båda sakenheterna kommer att upprätthållas. Detta kan vara nödvändigt för att på ett tidigt stadium kunna avgöra om ett ärende är av den beskaffenheten att det bör föras till marknadsdomstolen i syfte att få ett prejudicerande utslag där. Vidare kan det ibland vara nödvändigt för sakenheterna att från sekretariatet få bistånd i frågor som rör praxis i lagtillämpning m. m.

I likhet med de resonemang som har förts i anslutning till de marknadsinriktade aktiviteternas organisatoriska förankring finner kommittén övervägande skäl tala för att de systeminriktade aktiviteterna samlas på en och samma enhet. Kommittén förordar att en *allmän enhet* inrättas för ändamålet.

Den allmänna enheten föreslås indelad i tre underenheter. En avses svara för distributionsfrågor, allmänna hushållsekonomiska frågor m. m. Hit hör stödet till kommersiell service i glesbygd. En annan underenhet bör i hushållsak motsvara dagens utbildningsenhet hos verket. Till denna föreslås

även föras frågor om stöd till forskning och studieförbundens verksamhet. Slutligen är en underenhet tänkt att svara för verkets uppgifter rörande den kommunala och regionala konsumentpolitiska verksamheten. Uppgifterna för denna underenhet bör dock enligt kommittén förändras något jämfört med vad som f. n. gäller. En strävan bör vara att de tjänstemän som dagligen arbetar med sakfrågor på verkets olika enheter också har ett ansvar inom sitt område för verkets service och rådgivning till kommunerna och hemkonsulenterna. Den nuvarande rådgivningskapaciteten hos kommunenheten bör därför enligt kommittén föras ut på olika enheter i verket. Den nya underenheten föreslås samordna verkets aktiviteter gentemot kommunala och regionala organ samt i nära kontakt med folkrörelserna, Kommunförbundet och kommunerna direkt följa och analysera utvecklingen av den kommunala konsumentpolitiska verksamheten.

Ansvaret för den informationsverksamhet som inte hör till övriga huvudenheters områden bör enligt kommittén liksom hittills åvila en *informationsenhet*. Denna föreslås också svara för intern service till andra huvudenheter i informationsfrågor och svara för produktion, försäljning och distribution av publikationer m. m. Kommittén har inte velat fastställa någon närmare underindelning av informationsenheten. Vissa avgränsade funktioner nämns dock. Liksom f. n. bör finnas en redaktion för tidskriften Råd och Rön. En annan funktion bör omfatta produktionen av vad som i dag utgörs av tidskrifterna Konsumentombudsmannen och Konsumenträtt jämte presskontakter och intern information. En ytterligare funktion bör avse förlagsverksamhet. Vidare behövs resurser för allmänna kampanjer inklusive utställningsverksamhet. Kommittén föreslår också att ordermottagning och fakturering rörande det material som tas fram inom informationsenheten utförs inom denna enhet.

Kommittén har inte funnit skäl att föreslå några ändringar beträffande den *tekniska enhetens* uppgifter och ställning. Det torde även framgent vara nödvändigt att inom verket ha en egen teknisk baskunskap. Den tekniska enheten föreslås ha en självständig ställning och tillhandahålla i första hand sakenheterna intern teknisk service. Enheten föreslås också liksom hittills svara för verkets uppdragsverksamhet.

Återstående funktioner hos det nya verket är, med undantag för planering och verksamhetsuppföljning, sådana som i dag ankommer på verkets administrativa enhet och motsvarande enhet hos KO. Kommittén har särskilt prövat huruvida det är lämpligt att även för framtiden särskilja de planerande och därmed sammanhängande funktionerna från ekonomiadministrationen. Härvid har kommittén funnit att ansvaret för planering och liknande frågor måste åvila verksamheten och de olika enhetscheferna direkt. De kansliresurser som behövs för att ge underlag för och samordna arbetet i dessa delar hänger så nära samman med ekonomiadministrationen att de även organisatoriskt bör samordnas. De interna servicefunktioner som inte ankommer på informationsenheten eller den tekniska enheten föreslås mot

bakgrund härav i sin helhet föras till en *administrativ enhet*.

Kommittén anger följande underenhetsindelning av den administrativa enheten. En underenhet föreslås svara för uppgifter rörande ekonomi och planering och en annan för personalfrågor samt interna förvaltningsjuridiska spörsmål. En tredje underenhet slutligen föreslås svara för dokumentationsfunktioner i vid mening, varmed i första hand avses registratur, arkiv, bibliotek o. d. På denna underenhet faller sålunda hanteringen av ingående och utgående material. Det har mot den bakgrunden bedömts logiskt att hit även föra ett allmänt ansvar för att allmänhetens, konsumentsekretärarnas m. fl. telefonkontakter med verket fungerar. Som framgår av det följande menar kommittén att även motsvarande ansvar för allmänna reklamationsnämndens registratur, arkiv och telefonkontakter bör föras hit. Kommittén finner det lämpligt att också telefonväxeln samt assistent- och sekreterarfunktionen för verkschefen förläggs till denna underenhet.

Expeditionsvakter och lokalvårdare bör enligt kommittén ges en klar organisatorisk inplacering. Dessa föreslås placerade på underenheten för personalfrågor.

Vissa allmänna funktioner eller aktiviteter har inte getts någon direkt organisatorisk förankring. Det kan exempelvis vara fråga om större utredningsprojekt som inte avser bestämda konsumtionsområden. Kommitténs bedömning är att dessa och liknande frågor allt efter beskaffenhet får hanteras inom olika delar av organisationen. Många gånger blir det härvid liksom f. n. hos KO och konsumentverket naturligt att tillskapa särskilda, icke organisationsbundna projektgrupper, ofta direkt underställda verkschefen.

Rådgivning till konsumentsekreterare och hemkonsulenter m. fl. är en viktig uppgift för det nya verket. Innan den kommunala verksamheten är utbyggd kommer även rådgivning till allmänheten att behöva ske. Kommittén anser att rådgivningen bör utföras av tjänstemän som dagligen är verksamma i det löpande arbetet med de frågor som rådgivningen avser. Någon särskild rådgivningsenhet har därför inte föreslagits.

Hos KO roterar f. n. uppgiften att sköta rådgivningen enligt ett bestämt mönster mellan olika befattningshavare, som dagligen är verksamma på sakområdena. Kommittén anser att mycket talar för att denna modell bör tillämpas även hos den nya myndigheten. Rådgivarna kan härigenom vara informerade om de senaste rönen och aktuell praxis i verksamheten.

Ett särskilt spörsmål är frågan om ansvarsfördelningen mellan styrelsen och verkschefen/KO samt återverkningarna härav på organisationen. Enligt statsmakternas beslut skall bedömningen av om enskilda ärenden skall föras till marknadsdomstolen göras av KO självständigt och under eget ansvar. Viktiga frågor om inriktning och omfattning av förhandlingar med branschorganisationer och motsvarande skall dock behandlas av styrelsen.

Kommittén har tolkat riksdagsbeslutet så, att när enskilt ärende anhängiggörs där tillämpning av marknadsföringslagen eller avtalsvillkorlagen kan komma i fråga, skall verkschefen/KO själv ha det yttersta ansvaret för frå-

gans hantering. Detta bör således gälla även då ärendet är på förhandlingsstadiet och oavsett om lagstiftningen sedermera behöver tillämpas. Vissa enskilda aktiviteter på sakenheterna samt huvuddelen av arbetet på KO-sekretariatet hamnar sålunda utanför styrelsens ansvarsområde. Å andra sidan menar kommittén att riksdagsbeslutet får anses innebära att styrelsen kan ta ställning till sådana viktiga riktlinjer eller branschöverenskommelser som i och för sig hänger samman med tillämpningen av marknadsföringslagen och avtallsvillkorlagen men som inte avser enskilda fall. I den utsträckning som KO-sekretariatet medverkar i arbetet med dessa frågor hamnar även sekretariatets arbete under styrelsens ansvarsområde.

Frågan om *ställföreträdare* för verkschefen/KO har kommittén sett mot den nu angivna bakgrunden. Kommittén menar härvid att det finns skäl att ha dubbla ställföreträdarefunktioner. Ställföreträdare för verkschefen i de mer allmänna delarna föreslås bli chefen för en av sakenheterna, medan ställföreträdare för KO föreslås bli chefen för KO-sekretariatet.

En särskild fråga som kommittén funnit anledning att gå in på vid de organisatoriska övervägandena är *samordningen av verkets och allmänna reklamationsnämndens servicefunktioner m. m.* F. n. svarar verket för personaladministration, ekonomiservice, vaktmästeri och viss övrig kansliservice för nämnden. Härutöver bistår verket med resurser för den information som nämnden själv ger beträffande sina beslut.

Allmänna reklamationsnämndens verksamhet är av stor betydelse för verkets egen verksamhet. Genom anmälningar till eller beslut hos nämnden kommer verket även i framtiden att få underlag för den egna verksamheten. I telefonrådgivningen finns vidare många beröringspunkter mellan verkets och nämndens verksamhet.

Kommittén har funnit att ytterligare effektivitetsvinster i olika hänseenden bör stå att vinna om nämndens registratur och arkiv inordnas i det system som kommer att tillämpas hos konsumentverket. Den tämligen omfattande direktrådgivning som i dag utförs av tjänstemännen på nämndens kansli bör enligt kommittén samordnas med verkets egen rådgivning.

4.3 Personalbehov

Hos KO och konsumentverket finns f. n. 226 helårsbefattningar. Kommitténs strävan har varit att bemanna den nya organisationen med tillgängliga personalresurser. Ett problem i sammanhanget har härvid varit den påtagliga bristen på biträdespersonal på sekreterarsidan hos nuvarande konsumentverket. Enligt kommitténs mening är det ytterst angeläget att det nya verkets resurser härvidlag blir bättre anpassade till övriga personalresurser. Kommittén har också haft att beakta att den nya lagstiftningen ställer större krav på den samlade organisationen än f. n. Å andra sidan möjliggör sammanslagningen av de båda myndigheterna vissa rationaliseringar.

Kommittén har funnit att det nya konsumentverkets personalresurser bör utgöra 230 tjänster, varav 128 för handläggande uppgifter. Tjänsternas fördelning på olika enheter m. m. framgår av följande tabell.

	Personal		
	Hand- läggande	Övrig	Summa
Verkschef	1	0	1
KO-sekretariatet	5	3	8
Sakenhet I	30	17	47
Sakenhet II	27	15	42
Allmänna enheten	20	11	31
Informationsenheten	22	14	36
Tekniska enheten	10	7	17
Administrativa enheten	13	35	48
	128	102	230

4.4 Program för verksamheten

Kommittén har sett över den nuvarande programindelningen för verksamheten hos konsumentverket. Inledningsvis framhålls härvid att programbudgetering, för att den skall kunna fungera ändamålsenligt, måste bygga på en något så när entydig målformulering. För att verksamheten skall fungera tillfredsställande krävs vidare att oklarhet inte råder om ansvarsfördelningen inom myndigheten. Man bör därför enligt kommittén eftersträva ett sådant samspel mellan program och organisation att den som är programansvarig tillika ansvarar för de organisatoriska resurser som förutsätts användas inom programmet.

Målsättningen för konsumentverkets hittillsvarande verksamhet har varit att stödja konsumenterna och förbättra deras ställning på marknaden. Målet för KO:s verksamhet är dels att hindra att reklam och annan marknadsföring bedrivs med otillbörliga metoder, dels att tillgodose konsumenternas intressen när det gäller utformning av villkor, som används vid försäljning av varor och tjänster. Denna verksamhet har kommittén sett som ett led i den övergripande strävan att stödja konsumenterna och förbättra deras ställning på marknaden. Detsamma gäller det arbete som kommer att bedrivas med stöd av nya marknadsföringslagen.

Kommittén utgår från att den grundläggande målsättningen även för det nya konsumentverket skall vara att stödja konsumenterna och förbättra deras ställning på marknaden. Enligt kommittén finns det dock anledning att se över den nuvarande programindelningen hos konsumentverket.

De båda huvudprogrammen i dag är Utredning och producentkontakt samt Information och utbildning. Inom utredningsprogrammet skall kon-

sumenternas förhållanden kartläggas. Vidare skall man inom programmet vid behov söka påverka företag och myndigheter att förändra sin verksamhet så att konsumenternas behov blir bättre tillgodosedda. Inom informationsprogrammet skall man verka för att konsumenterna får information om utredningsresultat samt mer allmän information. Vidare skall man söka påverka utbildningsväsendet i en för konsumenterna gynnsam riktning. Den kritik som kan riktas mot den nuvarande programstrukturen är enligt kommittén i huvudsak att den speglar de medel som står till verkets förfogande snarare än de resultat man önskar uppnå.

Mot bakgrund av de allmänna krav som bör ställas på programstrukturen och den kritik som kan riktas mot nuvarande programstruktur hos konsumentverket har kommittén sökt konstruera en reviderad programindelning för verksamheten.

Verksamheten på sakenheterna skall i stort omfatta det arbete som f. n. bedrivs inom verkets utredningsprogram och större delen av KO:s verksamhet. Till sakenheterna har emellertid förts även ansvaret för delar av arbetet inom verkets nuvarande informationsprogram. I arbetet kommer även KO-sekretariatet och den tekniska enheten att delta. Deras tjänster kommer att kopplas in där sakenheternas resurser inte är tillräckliga.

Sammanfattningsvis menar kommittén att alla aktiviteter som avser att ta till vara konsumenternas intressen i samband med varor, tjänster och andra nyttigheter i vid bemärkelse ytterst är samlade på sakenheterna. För dessa aktiviteter har i det föregående använts begreppet *marknadsinriktade aktiviteter*. Dessa bör enligt kommittén kunna föras samman under ett program.

På allmänna enheten ankommer aktiviteter som inte är hänförliga till enskilda varor, tjänster eller andra nyttigheter. De avser i stället "system" eller övergripande funktioner i samhället och hushållen. Denna verksamhet, som sammanfattats i begreppet *systeminriktade aktiviteter*, bör enligt kommittén kunna föras samman under ett program.

På informationsenheten ankommer dels självständiga uppgifter, dels uppgifter som närmast är av internservicekaraktär. Till de senare hör i huvudsak större delen av förlagsverksamheten samt produktion av pressmeddelanden i anslutning till verksamheten på andra huvudenheter. Även andra informationsuppgifter – om de initieras av annan huvudenhet och är ett led i verksamheten där – kan anses ha karaktär av internservice. Det är då fråga om sådan information där ansvaret ankommer på andra enheter. Informationsenhetens verksamhet i denna del bör enligt kommittén budgeteras som ett internprogram, vars kostnader allt efter utnyttjande får belasta huvudprogrammen. Till de självständiga uppgifterna för informationsenheten hör i första hand framtagning av de tidskrifter som verket förutsätts publicera, presskontakter samt allmänna kampanjer o. d., exempelvis gällande ny lagstiftning på konsumentområdet eller prisfrågor i allmänhet eller gällande verket som helhet, förekomsten av kommunal konsumentvägledning

etc. Dessa uppgifter föreslås hamna under ett huvudprogram benämnt *allmän information*.

Genom den nu förordade konstruktionen kommer budgetansvaret för information att hamna på skilda händer i verket. Till den del det är fråga om det som i det föregående har betecknats intern service ligger budgetansvaret på cheferna för sakenheterna och allmänna enheten. Informationschefens uppgift blir härvid att tillse att de resurser som har avdelats för internservicen används på bästa sätt. Samtidigt förfogar informationschefen över ett eget huvudprogram. Enligt kommittén är det angeläget att en samlad bedömning görs av verkets informationsaktiviteter, så att informationsenhetens resurser kan utnyttjas på bästa sätt. Detta blir en uppgift i den löpande planeringen för verket, och ansvaret härför åvilar ytterst verksledningen.

Verksamheten hos tekniska enheten och administrativa enheten bör enligt kommittén som hittills kunna budgeteras via internprogram med undantag för uppdragsverksamheten på den tekniska enheten. Motsvarande bör gälla för verksamheten på KO-sekretariatet. Uppdragsverksamheten föreslås liksom f. n. ges ett eget program, *Varuprovningar m. m. på uppdrag* (1 000-kronorsanslag).

Kommittén anser att ett intäcksprogram liksom hittills bör finnas för intäkter från försäljning av publikationer m. m. Det ifrågasätts dock om någon motsvarighet till det nuvarande intäcksprogrammet Varudeklarationsverksamhet behövs i den nya verksamheten. I propositionen 1975/76:34 uttalas (s. 98) att det ter sig onaturligt att bibehålla avgiftssystemet för varudeklarationer. Kommittén utgår från att någon avgift för rätten att utnyttja framtida informationssystem inte bör komma i fråga. Emellertid kan under första budgetåret vissa intäkter inflyta till följd av redan slutna avtal inom ramen för VDN-systemet. Kommittén anser att verket bör kunna tillgodogöra sig sådana intäkter men har inte funnit skäl förordna något särskilt program för ändamålet. Kommittén förordar att ett allmänt intäcksprogram, kallat *Intäkter från försäljning av publikationer m. m.*, inrättas för verket.

Programstrukturen bör således enligt kommittén bli

1. Marknadsinriktade aktiviteter
2. Systeminriktade aktiviteter
3. Allmän information
4. Varuprovningar m. m. på uppdrag

(Intäcksprogram:)

5. Intäkter från försäljning av publikationer m. m.

5 Föredraganden

5.1 Inledning

De konsumentpolitiska resurserna har under senare år byggts ut kraftigt. Dels har vi fått en omfattande lagstiftning, dels har nya organ inrättats för att på olika sätt ta till vara konsumenternas intressen. Här kan nämnas marknadsdomstolen och konsumentombudsmannen (KO), vilka har att tillämpa särskild lagstiftning på området, samt konsumentverket.

Marknadsdomstolen och KO började sin verksamhet den 1 januari 1971. Arbetet hos myndigheterna avser bl. a. tillämpningen av lagen (1970:412) om otillbörlig marknadsföring och lagen (1971:112) om förbud mot oskäliga avtalsvillkor (avtalsvillkorlagen). Marknadsdomstolen har härutöver ytterligare uppgifter. De nämnda lagarna är uppbyggda kring generalklausuler med stöd av vilka marknadsdomstolen på talan av KO kan förbjuda näringsidkare vid vite att fortsätta med en otillbörlig marknadsföringsåtgärd eller använda avtalsvillkor som är oskäligt mot konsumenterna. Verksamheten hos KO utgörs till stor del av förhandlingar med berörda företag eller branschorganisationer. Flertalet ärenden klaras av genom att företagen eller organisationerna inför KO frivilligt utfäster sig att ändra marknadsföringen eller avtalsvillkoren. KO utfärdar också allmänna riktlinjer rörande marknadsföring.

Konsumentverket började sin verksamhet den 1 januari 1973. Samtidigt upphörde verksamheten hos statens institut för konsumentfrågor, statens konsumentråd och Varudeklarationsnämnden. Verket är central förvaltningsmyndighet för konsumentfrågor och har till uppgift att stödja konsumenterna och förbättra deras ställning på marknaden. Arbetet kan rent allmänt sägas omfatta att på grundval av utredningar m. m. dels i frivilligt samarbete med företag, organisationer och myndigheter söka påverka dessa att anpassa sin verksamhet till konsumenternas behov, dels informera om förhållanden av betydelse för konsumenterna. Vidare lämnas stöd till forskning och studieförbundens verksamhet. Verket är huvudman för försöksverksamheten med allmänna reklamationsnämnden och svarar för det statliga stödet till kommersiell service i glesbygd.

I december 1975 antog riksdagen bl. a. ett förslag till ny marknadsföringslag (prop. 1975/76:34, NU 1975/76:14, rskr 1975/76:108, SFS 1975:1418). Den nya lagen innehåller, förutom bestämmelserna i den nuvarande lagen om otillbörlig marknadsföring, regler om informationsskyldighet och produktssäkerhet m. m. I sammanhanget beslutades också att KO och konsumentverket skulle föras samman till en organisation, benämnd konsumentverket, där verkschefen tillika skulle vara konsumentombudsman. En särskild enhet inom den nya organisationen borde enligt riksdagen svara för de uppgifter som avser KO-verksamheten.

För att överväga hur den nya organisationen mera i detalj bör utformas har särskilda sakkunniga tillkallats. Dessa skulle vara klara med sitt arbete

i så god tid, att den nya organisationen och de anslagsfrågor som berörs härav kunde underställas riksdagens prövning under våren 1976. Den nya organisationen skulle om möjligt kunna börja fungera den 1 juli 1976.

De sakkunniga, som har tagit namnet Organisationskommittén för konsumentverket, har i betänkandet (Ds H 1976:2) Organisation av nya konsumentverket lämnat förslag till organisation av och resurser för den nya myndigheten. Jag ämnar nu anmäla dessa frågor.

5.2 Uppgifter och program för det nya konsumentverket

Organisationskommittén har gjort en inventering av arbetsuppgifterna för det nya verket. Härvid har gällt att verksamheten skall omfatta såväl de allmänna uppgifter, vilka f. n. åligger konsumentverket (prop. 1972:33, NU 1972:40, rskr 1972:225), som de uppgifter, vilka hänger samman med den nya marknadsföringslagen och den fortsatta tillämpningen av avtalsvillkorslagen.

Kommittén anser att huvuddelen av det nya konsumentverkets egna utåtriktade verksamhet kan sammanfattas i de tre områdena marknadsinriktade aktiviteter, systeminriktade aktiviteter och allmän information. Härtill kommer uppgiften att utföra varuprovningar m. m. på uppdrag och verksamheten med allmänna reklamationsnämnden, som kommittén inte närmare har prövat.

De marknadsinriktade aktiviteterna är ett sammanfattande begrepp för de uppgifter som på något sätt rör sådana konsumtionsbehov, som i huvudsak tillgodoses på den privata marknaden eller marknader som arbetar enligt likartade principer. Till detta område förs frågor om utformningen av varor och tjänster samt marknadsföringen av dem. Hit förs också frågor om säljvillkor. Sålunda anses tillämpningen av nya marknadsföringslagen och avtalsvillkorslagen höra hit. Även den information om varor och tjänster m. m. som verket och de kommunala konsumentpolitiska organen kommer att lämna och som bl. a. bygger på resultat från verkets egen utrednings- och provningsverksamhet räknas till de marknadsinriktade aktiviteterna. Det gäller t. ex. faktablad, rapporter m. m. samt rådgivning på området. Kommittén framhåller vidare att arbetet också kan gälla mer övergripande frågor, exempelvis hur konsumenterna på bästa sätt skall sköta sin mathållning eller tillgodose sina transportbehov.

De systeminriktade aktiviteterna utgör en sammanfattande beteckning för vissa utåtriktade uppgifter som inte är hänförliga till klart avgränsade nytigheter. Här nämns verkets hantering av glesbygdstödet och övriga frågor på distributionsområdet. Hit förs också utbildnings- och forskningsfrågor samt de allmänna uppgifter som hänger samman med lokal och regional konsumentpolitisk verksamhet.

Den allmänna informationen slutligen avser den information som inte hör hemma under de nu nämnda områdena. Denna bör enligt kommittén syfta till att sprida kännedom om förhållanden av mer allmänt konsumentpolitiskt

intresse. Kommittén nämner som exempel kampanjer i hushållsekonomiska frågor och prisfrågor samt information om ny lagstiftning på det konsumenträttsliga området. Hit hör också informationen om den egna verksamheten. Till uppgifterna på området hör utgivning av tidskrifter, framställning av utställningsmaterial, presskontakter m. m.

Kommittén förordar att den nu angivna uppgiftsfördelningen läggs till grund för programindelningen för det nya verket. Sålunda föreslås vart och ett av de nämnda områdena motsvara ett huvudprogram i verksamheten. Härutöver menar kommittén att det även fortsättningsvis bör finnas ett program för varuprovningar m. m. på uppdrag och ett program för intäkter i verksamheten, huvudsakligen från försäljning av publikationer. Något särskilt intäktprogram motsvarande nuvarande program för varudeklarationsverksamhet föreslås inte då kommittén har utgått från att någon avgift för rätten att utnyttja framtida deklarationssystem o. d. inte bör komma i fråga. Eventuella avgifter till följd av redan slutna avtal bör enligt kommittén kunna bokföras under det föreslagna intäktprogrammet.

Programstrukturen för verksamheten föreslås sålunda bli följande.

1. Marknadsinriktade aktiviteter
2. Systeminriktade aktiviteter
3. Allmän information
4. Varuprovningar m. m. på uppdrag
(Intäktprogram:)
5. Intäkter från försäljning av publikationer m. m.

Enligt min mening bör målsättningen för det nya konsumentverket, liksom för det nuvarande, vara att stödja konsumenterna i deras strävan att utnyttja sina resurser så att de egna behoven tillgodoses. Jag kan mot denna bakgrund i stort ansluta mig till kommitténs inventering av det nya verkets uppgifter samt till grunderna för programindelningen. Jag förordar sålunda en indelning av verksamheten i fem program. Program 1 bör avse konsumenternas behov och problem i frågor om mathållning, beklädnad, bostad, transporter samt varor och tjänster i övrigt m. m. Program 2 bör avse det nya verkets uppgifter rörande distributionsfrågor och större hushållsekonomiska frågor, utbildning och forskning samt uppföljning av kommunal konsumentpolitisk verksamhet m. m. Program 3 bör omfatta allmän information, och program 4 bör avse varuprovningar m. m. på uppdrag. Program 5 slutligen bör avse intäkter i verksamheten.

5.3 Organisation

Det nya verket skall i enlighet med statsmakternas beslut ledas av en styrelse samt en verkschef som tillika är konsumentombudsman. Kommittén har inte haft till uppgift att pröva styrelsens storlek och sammansättning. Innan jag går över till att redovisa mina ställningstaganden till kommitténs organisationsförslag vill jag själv ta upp styrelsefrågan till behandling.

Frågan om styrelsens storlek och sammansättning har prövats i flera sammanhang. I anslutning till att verket tillkom uttalades bl. a. att styrelsen borde få en sammansättning som säkerställer att verkets arbete inriktas på att ta till vara konsumenternas intressen (prop. 1972:33). Vidare uttalades att personer med skiftande erfarenhetsbakgrund borde beredas plats i styrelsen. Valet av ledamöter borde emellertid enligt propositionen inte bindas genom författningsmässiga föreskrifter. Effektivitetsskäl ansågs tala för en relativt liten styrelse. I propositionen föreslogs den få högst sju ledamöter.

Riksdagens beslut innebar att styrelsens storlek fastställdes till nio ledamöter och att den skulle ha ett parlamentariskt inslag (NU 1972:40, rskr 1972:225).

F. n. gäller att verkets generaldirektör är ordförande i styrelsen, två ledamöter representerar det parlamentariska inslaget, tre ledamöter företräder konsumenterna och löntagarna, en ledamot företräder den kommunala sektorn, en ledamot har särskild erfarenhet från näringslivet och slutligen är generaldirektören i livsmedelsverket ledamot av styrelsen. Härtill kommer två personalföreträdare, vilka deltar i styrelsearbetet.

I motioner vid innevarande riksmöte har förslag lämnats om ändringar i styrelsens storlek och sammansättning. Vidare har några av de större näringslivsorganisationerna i skrivelse till handelsdepartementet föreslagit en utökning av antalet ledamöter och att fler ledamöter än f. n. skulle ha erfarenhet från näringslivet.

För egen del har jag funnit att en viss utökning av antalet styrelseledamöter i det nya verket är motiverad. Jag förordar att den nya styrelsen får högst tio ledamöter. Härvid bör alltså gälla att styrelsens sammansättning skall vara sådan att den säkerställer att verkets arbete inriktas på att ta till vara konsumenternas intressen. Utökningen bör utnyttjas så att framdeles två ledamöter representerar erfarenhet från produktion och distribution. Det torde få ankomma på regeringen att, utan bindande författningsföreskrifter, utse styrelsens ledamöter.

Jag vill i detta sammanhang även säga något om styrelsens roll och uppgifter hos det nya verket. Enligt statsmakternas beslut i december 1975 skall bedömningen av om enskilda ärenden skall föras till marknadsdomstolen göras av KO självständigt och under eget ansvar. Viktiga frågor om inriktning och omfattning av förhandlingar med branschorganisationer och motsvarande skall dock behandlas av styrelsen.

Kommittén har ytterligare behandlat denna fråga och härvid funnit att så snart ett enskilt ärende anhängiggörs där det kan komma i fråga att tillämpa marknadsföringslagen eller avtalsvillkorslagen, skall verkschefen/KO själv ha det yttersta ansvaret för frågans hantering. Detta bör således gälla även då ärendet är på förhandlingsstadiet och oavsett om lagstiftningen sedermera behöver tillämpas. Å andra sidan får statsmakternas beslut enligt kommittén anses innebära att styrelsen kan ta ställning till sådana viktiga riktlinjer eller branschöverenskommelser som i och för sig hänger samman

med tillämpningen av marknadsföringslagen och avtalsvillkorslagen men som inte avser enskilda fall.

Jag delar kommitténs bedömning av denna fråga. Att styrelsen skall kunna behandla viktiga riktlinjer eller branschöverenskommelser torde vara i linje med dess allmänna uppgift att pröva inriktning och omfattning av verksamheten hos myndigheten. Normalt bör det inte ankomma på styrelsen att närmare pröva enskildheter i riktlinjer eller branschöverenskommelser. Jag vill vidare påpeka att den angivna gränsdragningen självfallet inte utgör hinder för styrelsen att på grundval av ett avslutat enskilt ärende ta upp en mer principiell diskussion.

Jag övergår nu till kommitténs organisationsförslag.

Ansvaret för de marknadsinriktade aktiviteterna föreslås i första hand ligga hos *två sakenheter*, vilka bygger på nuvarande utredningsavdelningarna hos konsumentverket och vissa enheter hos KO. På sakenheterna föreslås sålunda ankomma utredningsarbete och förhandlingar med företag, branschorganisationer m. fl. Här avses också riktlinjer för företagens agerande tas fram. Sakenheterna bör enligt kommittén ha det hela ansvaret för vilka medel som skall användas i de marknadsinriktade aktiviteterna, sålunda även i fråga om informationsåtgärder. Enheterna föreslås i anslutning härtill svara för rådgivning till kommunala konsumentsekreterare och i viss utsträckning allmänheten i motsvarande delar. Förslaget innebär att huvuddelen av arbetet enligt nya marknadsföringslagen och avtalsvillkorslagen skall utföras på sakenheterna. Undantaget från sakenheternas ansvarsområde är dock enligt förslaget de formella KO-uppgifterna enligt nämnda lagstiftning. Chefen för någon av sakenheterna föreslås bli ställföreträdare för verksamheten utom såvitt avser dennes egenskap av KO.

I enlighet med riksdagens uttalande föreslår kommittén att en KO-enhet inrättas för i första hand de formella KO-funktionerna enligt nya marknadsföringslagen och avtalsvillkorslagen. Även om förhandlingsverksamheten normalt skall ankomma på sakenheterna menar kommittén att verksamheten i vissa frågor kan finna det ändamålsenligt att uppdra åt KO-sekretariatet att självständigt föra förhandlingar. Enheten föreslås knuten direkt till verksamheten/KO som *KO-sekretariat* utanför linjeorganisationen. Kommittén framhåller särskilt att en nära kontakt mellan sekretariatet och de båda sakenheterna får förutsättas upprätthållas. Chefen för sekretariatet föreslås bli ställföreträdande KO.

De systeminriktade aktiviteterna utförs i dag på olika håll i konsumentverkets organisation. Distributions- och glesbygdsfrågor samt övergripande hushållsekonomiska frågor handläggs huvudsakligen på en av utredningsavdelningarna, forskningsfrågor på planeringssekretariatet, utbildning och kontakt med kommunal och regional verksamhet på informationsenheten. Kommittén föreslår att dessa frågor nu samlas på en *allmän enhet*. Härvid anmärks särskilt att uppgifterna när det gäller kommunal och regional verksamhet bör förändras något jämfört med vad som gäller f. n. En strävan

bör enligt kommittén vara att de tjänstemän som dagligen arbetar med sakfrågor på verkets olika enheter också har ett ansvar inom sitt område för verkets service och rådgivning till kommunerna och hemkonsulenterna, varför den nuvarande rådgivningskapaciteten hos kommunenheten bör föras ut på olika enheter i verket.

Ansvar för den allmänna informationen föreslås liksom hittills åvila en *informationsenhet*. Denna bör enligt kommittén svara för produktion, försäljning och distribution av publikationer m. m. Enheten avses också svara för tidskriften Råd och Rön, produktionen av vad som i dag utgörs av tidskrifterna Konsumentombudsmannen och Konsumenträtt, förlagsverksamhet, allmänna kampanjer m. m. Enheten skall vidare på uppdrag av andra huvudenheter genomföra informationsåtgärder.

Liksom f. n. bör enligt kommittén en *teknisk enhet* svara för intern teknisk service och verkets varuprovningsverksamhet.

För verkets administrativa uppgifter föreslås en *administrativ enhet*. Denna får i huvudsak de uppgifter som åligger nuvarande verkets motsvarande enhet. Härtill kommer dock att det arbete som hänger samman med planering och uppföljning av verksamheten tillförs enheten. Ansvar för planering m. m. måste dock enligt kommittén åvila verksledningen och de olika enhetscheferna direkt.

På den administrativa enheten föreslås ankomma ett allmänt ansvar för dokumentation och kontakter mellan verket och utomstående. Kommittén tänker sig att ett system baserat på automatisk databehandling skall tillämpas för registratur och informationssökning för den nya verksamheten och att härvid en samordning skall ske med allmänna reklamationsnämndens registratur och arkiv.

Jag kan för egen del ansluta mig till huvuddragen i kommitténs organisationsförslag. Förslaget medför klara gränser mellan olika ansvarsområden och knyter väl an till de verksamhetsområden som kommittén anger. Strävan till samordning mellan verkets egen och allmänna reklamationsnämndens registratur m. m. har jag ingen invändning mot. I sammanhanget vill jag erinra om att nämnden alltjämt bedrivs som en försöksverksamhet. Jag avser att inom kort vidta åtgärder för en översyn av nämndens ställning och verksamhetsformer.

Den organisation av det nya konsumentverket som jag förordar framgår av en tablå, vilken torde fogas till regeringsprotokollet i detta ärende som *bilaga 1*. Det får ankomma på regeringen och den nya myndigheten att besluta om den närmare indelningen i underenheter m. m.

Det nya verket bör börja sin verksamhet den 1 juli 1976. Beträffande avtalsbara anställnings- och arbetsvillkor avser jag att ge statens avtalsverk det förhandlingsuppdrag som behövs. Regeringen bör begära riksdagens bemyndigande att vidta de övergångsanordningar och åtgärder i övrigt som behövs för förslagens genomförande.

Visst administrativt arbete för det nya verket, såsom förberedelser för

planeringsarbete, tillsättning av vissa tjänster, anskaffning av lokaler m. m., är av sådan art att det bör påbörjas redan innan riksdagen har meddelat sitt beslut med anledning av propositionen. Jag avser att senare denna dag återkomma med förslag till tilläggsdirektiv till organisationskommittén för konsumentverket på denna punkt.

5.4 Personalbehov

Hos KO och konsumentverket finns f. n. sammanlagt 226 helårsbefattningar. Kommitténs strävan har varit att bemanna den nya organisationen med de båda nuvarande myndigheternas personalresurser. Kommittén har dock funnit det angeläget att det nya verkets resurser i fråga om biträdespersonal blir bättre anpassade till övriga personalresurser än vad som är fallet hos det nuvarande verket. Kommittén har också haft att beakta att den nya lagstiftningen ställer större krav på den samlade organisationen än f. n. Å andra sidan möjliggör sammanslagningen av de båda myndigheterna vissa rationaliseringar.

Kommittén har funnit att det nya konsumentverkets personalresurser bör utgöra 230 tjänster. Kommittén förutsätter härvid att vissa medel för tillfällig personal finns i verksamheten.

Jag ansluter mig till kommitténs beräkningar av personalbehovet. Jag vill i sammanhanget erinra om att verket kommer att tilldelas resurser i programtermer och att därför personalresurserna kan varieras av myndigheten själv.

För verkschefen bör inrättas en ordinarie tjänst med beteckningen p. Samtidigt kan motsvarande tjänster för chefen för konsumentverket och konsumentombudsmannen dras in.

6 Hemställan

Jag hemställer att regeringen föreslår riksdagen att

1. besluta att det nya konsumentverket skall inrättas den 1 juli 1976 enligt de riktlinjer som jag har förordat,
2. besluta att de nuvarande myndigheterna konsumentombudsmannen och konsumentverket skall upphöra vid utgången av juni 1976,
3. bemyndiga regeringen att vid konsumentverket fr. o. m. den 1 juli 1976 inrätta en ordinarie tjänst för verkschefen med beteckningen p,
4. bemyndiga regeringen att vidta de övergångsordningar och åtgärder i övrigt som behövs för förslagets genomförande.

7 Anslagsfrågor

Liksom f. n. bör medel för konsumentverkets verksamhet anvisas under tre skilda anslag, nämligen ett förslagsanslag för förvaltningskostnader, ett reservationsanslag för forskning m. m. och ett förslagsanslag för försöksverksamheten med allmänna reklamationsnämnden.

7.1 Konsumentverket: Förvaltningskostnader

Nytt anslag (förslag) 27 000 000 kr.

Organisationskommittén

Kommittén har vid beräkningen av resursbehovet hos det nya konsumentverket utgått från att verksamheten skall bedrivas väsentligen inom de resursramar som f. n. gäller för KO och konsumentverket sammantagna. De nuvarande resurserna för de båda myndigheterna skulle enligt kommitténs beräkningar i prisläget för budgetåret 1976/77 sammantaget motsvara 26 810 000 kr. Kommittén föreslår att anslaget för den nya myndigheten beräknas till 27 500 000 kr. Härvid har medel räknats bl. a. för de ytterligare fyra helårsbefattningar som kommittén har beräknat i organisationen.

Kommittén har vid beräkningarna utgått från följande fördelning på kostnadsslag m. m.

1. Lönekostnader	18 477 000
varav för tillfällig personal	(1 180 000)
2. Lokalkostnader	2 182 000
3. Konsult- och beställningsmedel	2 371 000
4. Medel för information	2 710 000
5. Övrigt	3 759 000
	<hr/>
Summa	29 499 000
Varuprovningar m. m. på uppdrag	1 000
	<hr/>
Summa utgifter	29 500 000
Intäkter från försäljning av publikationer m. m.	-2 000 000
	<hr/>
Summa anslag	27 500 000

Kommittén har även sökt fördela det föreslagna anslaget på de föreslagna programmen för verksamheten. Vägledande har härvid varit dels den föreslagna personalstyrkans fördelning på olika enheter i den nya organisationen, dels den nuvarande medelsanvändningen för olika ändamål hos de båda nuvarande myndigheterna. Den sålunda erhållna programfördelningen av anslaget framgår av följande sammanställning.

1. Marknadsinriktade aktiviteter	15 666 000
2. Systeminriktade aktiviteter	6 625 000
3. Allmän information	7 208 000
4. Varuprovningar m. m. på uppdrag	1 000
	<hr/>
Summa utgifter	29 500 000

Avgår intäkter:

5. Intäkter från försäljning av publikationer m. m.	2 000 000
	<hr/>
Summa anslag	27 500 000

Kommittén framhåller särskilt att den redovisade fördelningen inte är uttryck för någon närmare prioritering mellan de olika programmens ändamål. Kommittén har inte ansett sig ha till uppgift att göra sådana mer policymässiga överväganden. Mot den bakgrunden är det enligt kommittén angeläget att det nya verket inte alltför hårt binds vid den angivna fördelningen.

Föredraganden

Jag beräknar medelsbehovet till 27 000 000 kr. När det gäller fördelningen på program för verksamheten kan jag i stort ansluta mig till den schablon som kommittén har använt. Det torde få ankomma på regeringen att i regleringsbrev för det nya verket ange den närmare fördelningen på olika program.

Jag hemställer att regeringen föreslår riksdagen

att till *Konsumentverket: Förvaltningskostnader* för budgetåret 1976/77 anvisa ett förslagsanslag av 27 000 000 kr.

7.2 Konsumentverket: Forskning m. m.

1974/75	Utgift	1 658 470	Reservation	1 168 685
1975/76	Anslag	1 695 000		
1976/77	Förslag	1 900 000		

Från anslaget bör liksom hittills bestridas utgifter för forskning, studieverksamhet och internationellt samarbete.

Nuvarande konsumentverket

Under budgetåret 1976/77 beräknas förhållandevis stora resurser krävas för bl. a. hushållsekonomiska studier, metodutveckling för myndigheternas arbete i distributionsfrågor och utveckling av system för effektmätningar. Anslaget föreslås uppräknat till 2 600 000 kr.

Föredraganden

Jag beräknar medelsbehovet till 1 900 000 kr. och hemställer att regeringen föreslår riksdagen

att till *Konsumentverket: Forskning m. m.* för budgetåret 1976/77 anvisa ett reservationsanslag av 1 900 000 kr.

7.3 Konsumentverket: Allmänna reklamationsnämnden

1974/75	Utgift	2 295 474
1975/76	Anslag	2 446 000
1976/77	Förslag	3 113 000

Allmänna reklamationsnämnden har till uppgift att pröva enskilda konsumenters klagomål beträffande varors och tjänsters beskaffenhet m. m.

Nämnden bedrivs f. n. som en försöksverksamhet av konsumentverket. I enlighet med vad som har anförts i det föregående avses det nya konsumentverket ta över huvudmannskapet för allmänna reklamationsnämnden.

Hos nämnden finns en heltidsanställd ordförande, en heltidsanställd vice ordförande och sex ytterligare vice ordförande. Verksamheten är uppdelad på tio avdelningar. Till nämnden är knutet ett kansli.

Nuvarande konsumentverket

1. Pris- och löneomräkning 234 500 kr.
2. 0-alternativet innebär en kraftig minskning av sammanträdesfrekvensen, vilket skulle medföra förlängda handläggningstider och ökade ärendebalanser.
3. Den ökande ärendetillströmningen kräver förstärkningar motsvarande tre tjänster och följdkostnader för dessa (+ 274 400 kr.).
4. För att möta tillfälliga belastningstoppar krävs medel för tillfällig personal (+ 169 700 kr.).
5. Den ökande ärendetillströmningen kräver att nämnden sammanträder oftare (+ 52 000 kr.).

Föredraganden

Jag beräknar en ökning av anslaget med 667 000 kr. till 3 113 000 kr. Ökningen möjliggör bl. a. en förstärkning av nämndens kansli.

Jag hemställer att regeringen föreslår riksdagen

att till *Konsumentverket: Allmänna reklamationsnämnden* för budgetåret 1976/77 anvisa ett förslagsanslag av 3 113 000 kr.

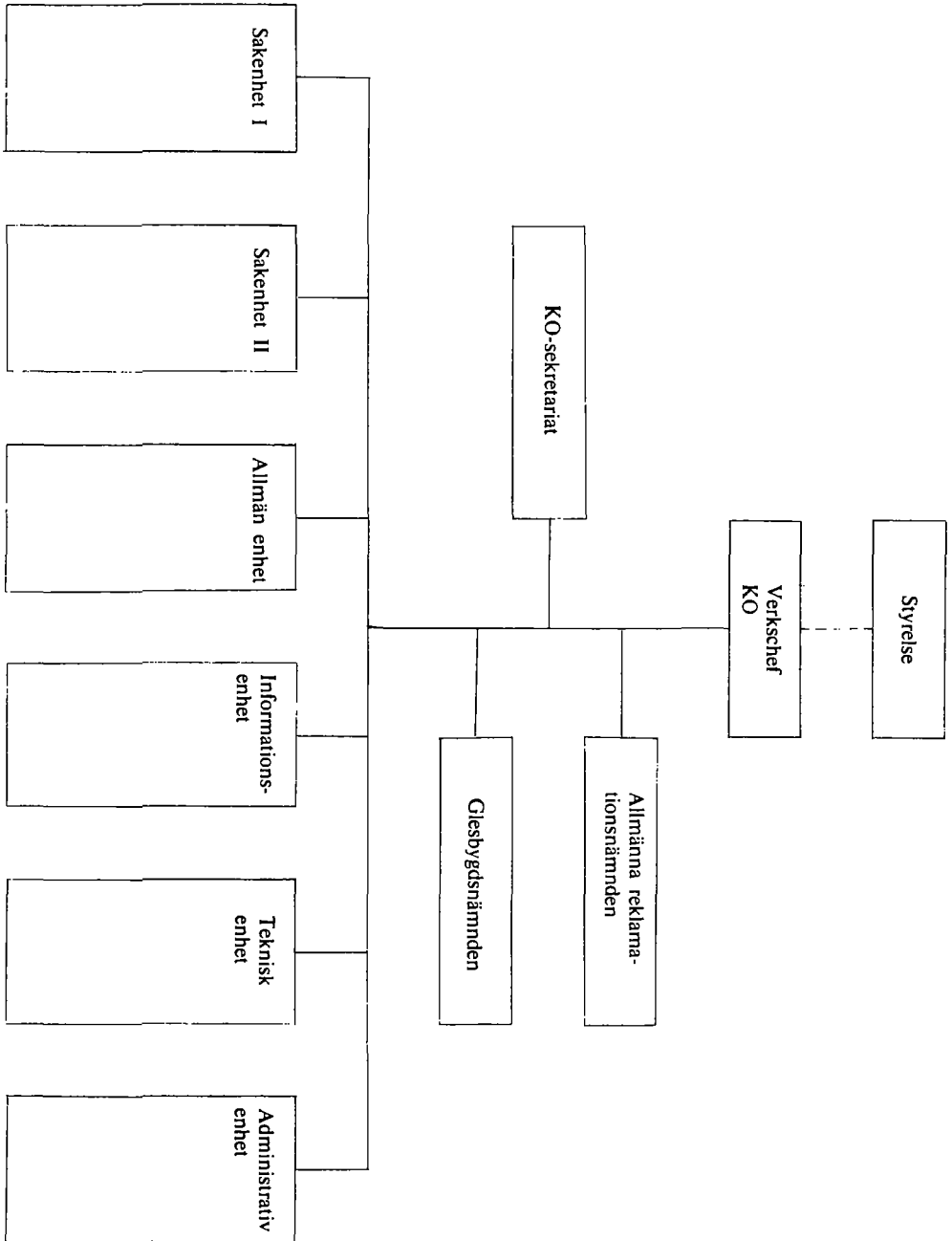
8 Beslut

Regeringen ansluter sig till föredragandens överväganden och beslutar att genom proposition föreslå riksdagen att antaga de förslag som föredraganden har lagt fram.

Bilaga 1

Konsumentverkets organisation

(Föredragandens förslag)



Innehåll

Propositionen	1
Propositionens huvudsakliga innehåll.....	1
Utdrag av regeringsprotokollet den 4 mars 1976	2
1. Inledning	2
2. Nuvarande ordning.....	3
2.1 Konsumentombudsmannen	3
2.2 Konsumentverket	5
3. Den nya marknadsföringslagen	8
4. Organisationskommitténs förslag	11
4.1 Det nya konsumentverkets uppgifter	11
4.2 Organisation av det nya konsumentverket	13
4.3 Personalbehov	18
4.4 Program för verksamheten	19
5. Föredraganden	22
5.1 Inledning	22
5.2 Uppgifter och program för det nya konsumentverket ...	23
5.3 Organisation	24
5.4 Personalbehov	28
6. Hemställan	28
7. Anslagsfrågor	29
7.1 Konsumentverket: Förvaltningskostnader	29
7.2 Konsumentverket: Forskning m. m.	30
7.3 Konsumentverket: Allmänna reklamationsnämnden	31
8. Beslut	32
Bilaga 1 Konsumentverkets organisation	33