

# Motion till riksdagen

1989/90:L718

av Elisabet Franzén m.fl. (mp)

Hushållsekonomisk forskning och  
hushållsinformation

---

Ekonomiska liberaler säger gärna att det är konsumentens behov som styr produktionen av varor och tjänster. Att konsumenten har makten över marknaden. Verkligheten ser tyvärr annorlunda ut. I stället är den enskilde oftast ett hjälplöst offer för handelns övertalningskampanjer och rationaliseringsåtgärder, och han har nästan ingenting att sätta emot.

Konsumentens ställning kan synas trygg om man tittar ytligt på bestämmelser sådana som de om varugaranti och ångervecka, om möjligheter att reklamera felaktiga varor och om produktsäkerhet. Dessutom hjälper ju konsumentverket till att planera hushållsbudgeten.

Ser man däremot till resursfördelningen på marknaden, så inser man lätt att konsumentens ställning är utomordentligt svag. Hans möjligheter att hävda sig gentemot handeln visas tydligt med följande jämförelser:

- Den årliga reklamkostnaden per innevånare i Sverige har beräknats till 4 700 kr. (40 miljarder kronor i detaljistledet inkl. moms) medan regeringen nu föreslår 8,25 kr. per person till konsumentverket och dess stödjande verksamhet.
- Samhällets stöd till kunskapsutveckling på näringslivets område är oerhört mycket större än stödet till forskning och undervisning i konsumenthushållsekonomi. Det finns särskilda handelshögskolor och universiteten har företagsekonomiska institutioner medan "konsumentkunskapen" just nu löper stor risk att försvinna som självständigt ämne.

Mot denna bakgrund är det lätt att förstå varför den samlade kunskapen om ekonomi och marknad sedd ur konsumentperspektiv är liten i vårt land. Att forskningen har eftersatts har fått till följd att viktig baskunskap saknas, när det gäller hushållens villkor. För konsumentverket innebär det att de futtiga åtta kronorna, som får spenderas på varje svensk, med säkerhet bär fram budskap grundade på bristfällig kunskap.

Här följer några exempel på områden, där grundforskning och tillämpad forskning behövs.

- konsekvenser på kort och lång sikt av hushållens ökade skuldsättning
- hushållens ekonomi ur ett jämställdhetsperspektiv
- hushållens energianvändning
- produktionen i hushållet
- hushållsekonomiskt beteende

- hushållen och konsumentlagstiftningen: utnyttjande, kunskap, förståelse och effekter av information

Mot. 1989/90  
L718

En verklig konsumentmakt förutsätter att konsumenterna har dels kunskap och dels medvetenhet om sin makt. Samhället måste ställa resurser till förfogande, så att kunskaperna inom det hushållsekonomiska området kan utvecklas i samma omfattning som det företagsekonomiska.

Det är också nödvändigt att konsumentupplysningen ges starkt ökade resurser, som bör kanaliseras till flera olika organ. Konsumentverket är en given mottagare, men stöd skall också ges till fria konsumentorganisationer och till kommuner, som har en fungerande konsumentverksamhet, i form av riktade bidrag.

Konsumentverkets nuvarande uppgifter, som omfattar bl.a. hushållsekonomiska frågor, marknadsbevakning och det europeiska integrationsarbetet, bör finnas kvar och förstärkas. Vi utgår då från att arbetet med EG-integrationen har målet att förhindra varje anpassning, som kan bli till den svenske konsumentens nackdel.

Större kunskap ger bättre konsumentinformation. Vi föreslår därför att konsumentverket får ett särskilt anslag för forskningskontakter. På så sätt kan biblioteket skaffa aktuell litteratur, forskningen kan följas och dess resultat bedömas och dessutom kan verket hålla löpande kontakt med forskare, som har hushållsekonomisk inriktning.

Konsumentverket har en väl fungerande informationsverksamhet. Sett ur allmänhetens synvinkel är det obekvämt och lite förvirrande att man inte kan få uppgifter om t ex mat, kläder och det kemiska innehållet i biltvättmedel från samma ställe. För konsumenten vore det en fördel om livsmedelsverket, konsumentverket och kemikalieinspektionen samordnar den informationsverksamhet som riktar sig till konsumenter. Vi föreslår att detta sker på lämpligt sätt efter samråd med de berörda myndigheterna.

## Hemställan

Med hänvisning till det anförda hemställs

1. att riksdagen hos regeringen begär en kraftfull satsning på hushållsekonomisk forskning i samband med den kommande forskningspropositionen,
2. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om behovet av starkt ökade resurser till konsumentupplysning,
3. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna vad i motionen anförts om konsumentverkets utvidgade verksamhet med bl.a. ökad forskningsbevakning,
4. att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna att konsumentinformationen från konsumentverket, livsmedelsverket och kemikalieinspektionen bör samordnas.

Stockholm den 25 januari 1990

Mot. 1989/90  
L718

*Elisabet Franzén (mp)*

*Eva Goës (mp)*

*Gösta Lyngå (mp)*

*Kent Lundgren (mp)*

*Anita Stenberg (mp)*