

Motion

1983/84:958

Christer Eirefelt och Björn Molin
Konsumentpolitiken

För att marknadsekonomin skall fungera väl krävs att konsumenterna har överblick och kunskaper och att de inte möts av starkare intressen som bryter konsumenternas makt genom olika slags monopol. På flera sätt är konsumenterna trängda i dagens Sverige.

Den ekonomiska verkligheten medger för de flesta ingen eller obetydlig reallöneutveckling. Reglerna för skatter och bidrag gör att främst många barnfamiljer saknar möjlighet att genom egna insatser påverka sin ekonomiska situation.

Många talar om konsumenten men när det verkligen gäller är det sällan som konsumentintresset sätts främst. Andra intressen är så mycket bättre organiserade. Konsumenten har främst intresse av en rationell produktion och tillgång till prisvärda varor som utbjuds i en öppen och effektiv konkurrens. Producentintressena, särskilt som de kommer till uttryck genom de fackliga organisationerna, gör att konsumentens intressen ofta kommer till korta. Förhållandena på textilmarknaden utgör ett exempel. Tullar och importbegränsningar hindrar den konkurrens och frihandel som konsumenten vore mest betjänt av. Liksom på en del andra områden upprätthålls en fördyrande och irrationell tillverkningsstruktur. Ibland motiveras förhållandena av beredskapshänsyn, även om skälen för detta inte håller ens för en ytlig granskning.

Dagens varumarknad är komplicerad. Många gånger är det svårt för konsumenten att få svar på sin viktigaste fråga: om den utbudna varan är värd sitt pris. Tillgången på objektiv information är dålig särskilt då den bäst behövs, i den vanliga köpsituationen i butiken. Jämförpriser och innehållsdeklaration på vissa livsmedel utgör nästan det enda undantaget. Företagens information är i regel ofullständig och ofta snarare försvårar än underlättar jämförelser mellan olika inköpsalternativ.

Den verksamhet stat och kommun svarar för är nästan alltid helt monopoliserad och medger sällan jämförelser mellan olika produktionsformer. Mycket talar för att konsumenten vore betjänt av att de offentliga monopolen bröts. Den uppmärksammade cityakuten i Stockholm visar att konkurrens inom sjukvården uppskattas av konsumenterna och främjar en uppryckning även inom den dominerande i allmän regi bedrivna vården. Även inom t. ex. barnomsorgen borde alternativa former stimuleras i stället för att förbjudas. Endast då kan konsumenten göra jämförelser i fråga om kvalitet och ekonomi.

En fri och oberoende konsumentorganisation saknas i Sverige. Konsu-

mentverket är en statlig myndighet och har därför sina givna begränsningar. Kooperationen gör på många sätt värdefulla insatser men är ändå främst ett av landets största tillverknings- och distributionsföretag. Har man ansvar för egen tillverkning och försäljning kan man inte göra anspråk på att vara oberoende.

I detta läge krävs snabba och konkreta åtgärder för att stärka konsumentens ställning snarare än fler långdragna utredningar. Under senare år har viktiga frågeställningar inom konsumentområdet utretts, men mycket litet konkret har blivit gjort. I stället för att vidta några åtgärder har regeringen nu tillsatt ännu en utredning.

Den viktigaste uppgiften borde vara att se till att konsumenterna snabbt får tillgång till mer och bättre information om de alternativ som står till buds på marknaden. Målet bör vara ett utbyggt varudeklarationssystem. Erfarenheten visar att obligatoriska varudeklarationer sällan är en framkomlig väg. Men åtskilligt mer borde kunna göras för att även med begränsade resurser stimulera fram mer av varudeklarationer. Exempel på sådana åtgärder har framförts av varuprovnskommittén i dess betänkande Fakta för konsumenter (SOU 1982:38).

Konsumentverket är ett av statens viktigaste instrument för att stärka konsumentens ställning. Det kan ifrågasättas om konsumentverket använder tillgängliga resurser på bästa sätt. Även utan ett utbyggt varudeklarationssystem borde konsumentverket kunna göra större insatser för att få till stånd mer information och bättre lösningar för konsumenterna.

Mycket talar för att konsumentverket med de begränsade resurser som står till buds vid sidan av information till konsumenterna borde koncentrera sig på att definiera konsumentproblemen och att stimulera näringslivet att söka lösningar på dessa. Det förutsätter att sådan verksamhet får större resurser på bekostnad av handläggningen av ärenden rörande otillbörlig marknadsföring och förhandlingar med företagen.

Konsumentverkets begränsade resurser framtvingar en sträng prioritering. För att använda resurserna så att de gör mest nytta för störst antal konsumenter borde verket i större utsträckning nöja sig med att definiera och lyfta fram de problem som konsumenten har. Verket bör kräva av företagen att problemen löses men vara återhållsamt med att ange exakt hur. I syfte att stimulera en utbyggd information och en bättre utformning av varor och tjänster bör konsumentverket vara berett att tillsammans med företagen medverka i olika projektgrupper. Där bör verket föra fram de varierande önskemål olika konsumenter har men låta ansvaret för varuutformningen ligga kvar hos företagen. Syftet skulle vara att avstå från att försöka tala om precis hur företagen skulle göra men peka ut de problem konsumenterna har. Företag som har resurser, kompetens på sitt område och intresse skulle stimuleras att själva utforma goda lösningar.

Det är svårt att frigöra sig ifrån intrycket att många av de marknadsföringsärenden som i dag handläggs handlar om tämligen perifera konsu-

mentintressen. Att försöka hålla efter små dubiösa marknadsförare eller övervaka otillåtna kombinationserbudanden framstår inte som särskilt viktigt för dagens konsumenter.

Andra viktiga uppgifter för konsumentverket är en hårdare övervakning när det gäller prismärkning och de överenskommelser som finns om jämförpriser. Marknadsföringslagen bör utnyttjas för att få till stånd en bättre prisinformation. När det gäller jämförpriser tycks sent omsider en viss förbättring ha skett, men mycket återstår innan vi har ett fungerande och välskött informationssystem. Ändå är överenskommelsen om jämförpriser ett exempel på vad frivilliga informationssystem kan åstadkomma.

Med hänvisning till ovanstående hemställs

att riksdagen som sin mening ger regeringen till känna att kommittén för översyn av konsumentpolitiken bör få kompletterande direktiv vari anges att den med förtur bör framlägga förslag som ger konsumenterna tillgång till bättre information samt att därvid beaktas vad som anförts i motionen.

Stockholm den 20 januari 1984

CHRISTER EIREFELT (fp)

BJÖRN MOLIN (fp)