

## Konsumentpolitik — för vem?

*Konsumentdebatten har i stor utsträckning förts mellan olika tyckare i radio och TV och andra massmedia, men mycket litet har hänt på konsumentpolitikens område, framhåller ledarskribenten i Svenska Dagbladet, Margareta af Ugglas. Diskrepansen mellan propaganda och aktion har omsider känts besvärande för regeringen, varför statsminister Palme för en tid sedan sammankallade en stor presskonferens om konsumentpolitiken i avsikt att ge intryck av handling. Om vi skall få en konsumentpolitik av något värde för konsumenten under 1970-talet beror dock till stor del på den sittande konsumentutredningens betänkande. Den delrapport som publicerades i början av detta år innehåller emellertid samma diffusa marxistiska tankegångar som tidigare framförts från vänsterhåll. Den ger inte mycket för individens eget omdöme. Är han belåten med tillvaron är det snarare ett tecken på att han är manipulerad. Samhället, d v s en byråkratisk elit, kommer till insikt om individens behov och ser sedan till att de täcks på ett tillfredsställande sätt.*

70-talet skall bli konsumentens årtionde förklarade handelsminister Lange på den socialdemokratiska partikongressen i höstas. Det låter väl utmärkt tycker de flesta av oss. Det måste innebära att vi får fler och bättre varor att välja bland, att butiksservicen m m förbättras, att vi får bättre råd att efterfråga det vi önskar. Nja, fullt så enkla är inte den socialdemokratiska konsumentpolitikernas tankegångar. Det är inte konsumentens subjektiva önskemål som skall tillfredsställas utan hans »verkliga» behov. Samhället skall fastställa individens »grundläggande fysiska, psykiska och sociala behov». Och det är inte nog med att vi får hjälp med att veta vad vi borde vilja i stället för vad vi vill – staten skall också se till att lämpliga varor produceras för att medborgarna skall kunna uppnå ett »acceptabelt välbefinnande»!

Det är inte undra på om den vanlige medborgaren inte engagerats i de senaste årens ofta häftiga och förvirrade konsumentdebatt. Diskussionen har i stor utsträckning förts mellan olika tyckare i radio och TV och andra massmedia och har till mindre del rört reella konsumentfrågor. Intresset har i stället koncentrerats till en kritik av marknadsekonomin och reklam för ett socialistiskt samhällskick. »Konsument 69» i TV var faktiskt inte mycket mer än en politisk propagandaserie. Inte heller de statliga insatserna på konsumentområdet har avsatt några för konsumenten mera begripliga och konkreta resultat. Enbart under 60-talet har nio olika utredningar sysslat med konsumentupplysningsfrågor. Och vad har hänt?

Bortsett från vissa ekonomiska och organisatoriska upprustningsåtgärder inom Konsumentinstitutet och Pris- och Kartellnämnden har i stort sett ingenting skett! Trots det myckna ordsvall som presterats av Lillemor Erlander, Ulla Lindström och andra så befinner sig den svenske konsumenten på inget sätt i en föregångsställning. Redan 1968 fick engelsmännen en ny lag, den s k varubeskrivningsakten, som ger konsumenten ett mycket starkt skydd mot vilseledande reklam och upplysningar. I Sverige har den föråldrade köplagen länge fått vänta på en omarbetning. 1966 avlämnade utredningen om illojal konkurrens sitt betänkande. Inte förrän i september 1969 framlade justitieministern ett lagförslag om otillbörlig marknadsföring!

#### Besvärande

Diskrepansen mellan propaganda och aktion har slutligen även börjat kännas besvärande för regeringen. För någon månad sedan sammankallade statsminister Palme en stor presskonferens om konsumentpolitiken. Närvarande var ett uppådd statsråd, statssekreterare och experter. Herrarna skulle var och en inom sitt område redogöra för vad man gör för konsumenten. Inte oväntat fick man på det sättet ihop en icke föraktlig kaka med en hel del russin instoppade. Statsrådsberedningen som utfört hopsamlingen av de på något sätt konsumentanknutna aktiviteterna inom departementen hade varit noggrann och lyckades även få det nya statliga apoteksbolaget med på ett hörn! Naturligtvis

var PR-inslaget betydande. Avsikten var just att ge ett intryck av handling. Det innebär inte att den översikt som gavs saknade värde. Tvärtom har »det samlade greppet» i hög grad saknats när det gäller konsumentfrågorna.

Intressantast ur konsumentens synpunkt är utvecklingen på lagstiftningsområdet. I höstas kom lagförslaget om otillbörlig marknadsföring och inrättandet av en konsumentombudsman. Nu presenteras en ny lag för försäljning i hemmen, där en »ångerveck» föreslås införd. Ett förslag till lag om förbud mot otillbörliga avtalsvillkor har också framlagts. Konsumenträtten är sålunda sent omsider på väg att moderniseras och förstärkas; i fråga om konsumentupplysningen innehöll dock hr Palmes paket fortfarande bara luft. Kanske har konsumentutredningens omskrivna lägesrapport hämmat dådkraften, i varje fall sköt statsministern hela frågan om det bebådade jättelika konsumentverket m m till efter valet.

#### Marxistiska tankegångar

Den sittande konsumentutredningens slutliga betänkande kommer att ha stor betydelse för om vi under 70-talet får en konsumentpolitik av något värde för konsumenten eller ej. Den delrapport eller som den kallas lägesrapport som utredningen publicerade i början av detta år innehåller samma diffusa marxistiska tankegångar som tidigare från vänsterhåll framförts i diskussionen. Lägesrapporten vill fastställa medborgarnas »verkliga» behov. Den ger inte mycket för individens eget omdöme;

är han belåten med tillvaron är det snarare ett tecken på att han är manipulerad. Samhället, d v s en byråkratisk elit, kommer till insikt om individens behov och ser sedan till att de täcks på ett tillfredsställande sätt.

Dagens allt mer kunniga och köpstarka svenska konsumenter har säkert svårt att känna igen sig i rapporten. Inte heller kan den dirigistiska och förmyndaraktiga inställningen gentemot medborgarna väcka någon större entusiasm. Egentligen är det ganska förbluffande att vänsterindoktrinerade tyckare använder just konsumentdiskussionen som ytterligare en väg att bevisa det socialistiska samhällets överlägsenhet. Finns det något samhällssystem där konsumenten är mera manipulerad eller har mindre att säga till om än just det kommunistiska? I öststaterna ringlar sig köerna utanför butikerna medan osålda varor staplas på annat håll. Konsumenten har inget inflytande, det är byråkraterna som bestämmer vad som skall finnas att tillgå. I marknadsekonomin däremot sätts konsumenten i högsätet. Naturligtvis är den klassiska ekonomiska teorins bild av konsumenten som suverän åtskilligt förenklad och förgylld. Det hindrar inte att vi alla har ett betydande mått av valfrihet och att våra val påverkar produktutbudet.

#### Oöverträffat

Den kritiserade marknadshushållningen är i själva verket ett ur demokrati- och inflytandesynpunkt oöverträffat ekonomiskt system. Prismekanismen medger ett decentraliserat beslutsfattande hos företagare

och konsumenter. Den ger konsumenterna möjlighet att via sin efterfrågan direkt påverka varuutbudet, något som är omöjligt i planhushållningen. Grovt förenklat kan man säga att konsumenten avger ett omdöme var gång han köper en vara. Och hur fungerar det på samhällssektorn, där staten bestämmer? Direkt påverkar vi samhällets »produktionsinriktning» endast när vi vart tredje år röstar. Och då röstar vi på ett »paket» sammansatt av en mängd olika åsikter och löften, varav vi gillar en del och ogillar annat. Inom samhällssektorn är det finkänsliga signalsystem som prismekanismen utgör satt ur spel, vilket är en av orsakerna till köerna framför offentliga tjänster.

Skall konsumentpolitiken ha någon relevans och intresse för dagens svenska konsument så måste den syfta till att stärka hans valfrihet och hans ställning i marknadsekonomin. Konsumentupplysningen skall göra oss till kunnigare konsumenter och underlätta för oss att träffa ur vår egen synpunkt rationella köpval. Vad konsumentupplysarna själva tycker är ju i grunden irrelevant. Välfärdsutvecklingen har skapat ett behov av konsumentupplysning och en moderniserad konsumenträtt. Vi har fått ett allt rikare och svåröverskådligare varuutbud. De tekniska finesserna och komplikationerna är ofta ogenomträngliga för lekmannen. Nya syntetmedel skapar ibland hälsorisker som kräver kontroll.

#### Bättre information

En förstärkning och förbättring av infor-

mationsflödet mellan parterna på marknaden – konsumenten och producenten – måste vara det riktiga målet för konsumentpolitiken. Konsumentpolitiken måste vara till för konsumenterna och inte för

statliga övertyckare som förskansar sig inom ett Kungl Behovsverk. Lika litet som den svenske medborgaren har lust att omyndigförklara sig som väljare har han det som konsument.