

**Göran Skogh:**

## Marknadens villkor

I syfte att gagna konsumenterna enskilt och samfällt tillkom under 1970-talet många nya lagar: marknadsföringslagen, avtalsvillkorlagen, hemförsäljningslagen, konsumentköplagen, konsumentkreditlagen, småmålslagen och rättshjälpslagen. Dessutom inrättades allmänna reklamationsnämnden och konsumentverket. De allra flesta har säkert välkomnat de nya lagarna och institutionerna och anser att de självklart gynnar konsumenterna, vilka annars kan vara lättlurade byten för mäktiga och smarta producenter. En som inte är odelat positiv till utvecklingen är Göran Skogh, nationalekonom vid universitetet i Lund med rättsekonomi som specialitet. I debattboken *Marknadens villkor* (Timbro samhällsdebatt, 1982, 95 sidor, 35 kr) hävdar han att en ohelig allians mellan producentintressen och myndigheter, liksom dålig förståelse

för just marknadens villkor bland utredare och lagstiftare lett till lagar och förslag som försämrar i stället för förbättrar för konsumenterna.

Boken består av två delar. I de tre första kapitlen utvecklar Skogh ett rättsekonomiskt synsätt på handel, marknader, köprätt och konsumentlagstiftning. Detta synsätt skiljer sig från det traditionellt nationalekonomiska genom att huvudsaken i analysen inte är handeln i sig, dvs under vilka förutsättningar två individer båda kan tjäna på att byta varor med varandra, utan vilken funktion marknader, sedvänjor och olika lagar har för att möjliggöra handeln och sänka därmed förbundna kostnader.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> En utförligare och mera stringent presentation av rättsekonomins synsätt finns i en lärobok av Lars Werin (1982).

I ekonomisk teori förutsätts att konsumenterna handlar rationellt i meningen att de på bästa sätt söker tillgodose sina önskemål om mat, kläder, bostad, etc, inom ramen för givna priser och inkomster och med fullständig information om varors och tjänsters egenskaper. Denna bild av konsumenterna och deras situation är naturligtvis approximativ. Konsumentlagstiftningen motiveras av att konsumenterna inte alltid vet vad som är bäst för dem själva (t ex påverkas de av reklam), att priserna på en del varor och tjänster (t ex räntekostnader) kan vara svåra att fastställa eller inte är jämförbara (t ex pris per förpackning i stället för kilopris) och att det i praktiken är omöjligt för enskilda konsumenter att skaffa sig full information (t ex om bilar, livsmedel och läkemedel). Lagstiftaren vill också skydda konsumenterna mot rent lurenrejeri och stärka enskilda konsumenters ställning mot de ekonomiskt starkare och mer välinformerade producenterna. I kapitel 3 går Skogh igenom de olika motiven och diskuterar i vad mån de är tillräckligt starka för att ge upphov till lagstiftning. Han påpekar att marknaden i många fall *spontant* korrigerar de brister som lagstiftaren velat undanröja, och att lagstiftningen kan resultera i nya kostnader för konsumenterna, kanske större än de som den syftar till att eliminera.

I den andra delen av boken, kapitel 4–6, görs en granskning av konsumentlagstiftningen och förslag till ny lagstiftning på tre olika marknader, för konsumentförsäkringar, läkemedel och bilreparationer. Nu har Skogh laddat de stora kanonerna, och skjuter skningslöst på okunniga lagstiftare och utredare, och på myndigheter och branschorgan som är ute för att tillgodose sina egna snäva intressen. När krutröken lagt sig har åtskilliga lagar och utredningsförslag skjutits i sank, och andra håller sig nätt och jämnt flytande. Skogh är i mitt tycke träffsäker, men många kan finna att han laddar med mer krut än nöden kräver. En och annan missriktad kula kan också konstateras.

Kapitlet om regleringen av konsumentförsäkringsmarknaden har till stor del samma innehåll som en tidigare artikel i *Ekonomisk Debatt* (Skogh [1980]) och bygger delvis på forskningsresultat (Roos, Skogh och Stuart [1980]). Det senare är inte minst viktigt att nämna, eftersom vad Skogh har att säga om läkemedelsmarknaden och bilreparationsmarknaden inte grundas på egna studier av dessa marknader, utan på kunskap om marknaders sätt att fungera i allmänhet.

Företag som säljer sakförsäkringar tvingas ha viss soliditet, de har inte rätt att driva annat slag av rörelse än försäkringsrörelse och premierna ska vara avpassade för att täcka administrationskostnader och skadeersättningar för försäkringen ifråga. Koncession för nya företag beviljas bara om rörelsen bedöms behövlig. Skogh anser att soliditetskravet är alltför högt ställt och att den omfattande kostnadskontrollen som utförs av försäkringsinspektionen är onödig. Om det råder konkurrens på marknaden uppstår inga oskäligen premier. Etableringskontrollen har i praktiken inneburit etableringsstopp från 1952 till 1981. (Sannolikt kan Skogh ta åt sig en del av åran för att Atlantica 1981 gavs rätt att sälja företagsförsäkringar.) Koncentrationen ökade kraftigt under denna tid, enligt Skogh delvis som en följd av stordriftsfördelar, men delvis också på grund av etableringsstoppet. Skogh driver tesen att koncentrationen varit önskad av såväl de stora företagen som av försäkringsinspektionen. Inspektionens uppgifter underlättas om företagen är få och företagen blir kvitt en del konkurrenter. Skogh hävdar dessutom att produktutvecklingen mot alltmer omfattande och enhetliga paketförsäkringar varit ett gemensamt intresse. Konsumenternas informationskostnader minskar, vilket försäkringsinspektionen sett som önskvärt. Genom överförsäkring ökar företagen sin omsättning. Det senare är dock inte så självklart. En motverkande effekt är att allt fler väljer att inte alls försäkra sig. Om detta säger Skogh ingenting.

I kapitlet om läkemedelsmarknaden

granskas ett förslag av socialdepartementet om skärpt priskontroll, vilket aldrig genomfördes. Utredningen hade föreslagit kontroll av de svenska företagens bokföring av ett nytt "läkemedelsverk" samt förhandlingar och långsiktiga avtal mellan verket och företagen. Skogh antar, förmodligen med viss rätt, att det liksom på sakförsäkringsmarknaden skulle uppstå en intressegemenskap mellan myndigheten och företagen som skulle leda till konkurrensbegränsningar. Därigenom skulle "läkemedelsverkets" uppgifter förenklas och vissa konkurrenter, främst utländska, utestängas.

Skogh för ett resonemang som går ut på att den statliga upphandlaren, vilken är läkemedelsföretagens enda kund och har monopol på detaljhandeln, kan välja en av två strategier. Den ena strategin är att pressa priserna till den kostnadsnivå som gäller för producenter som tillverkar plagiat, s k synonymer, den andra att tillåta priser som ger marginaler för utveckling av nya läkemedel. Om den förra strategin väljs kommer, säger Skogh, den forskningsinriktade svenska industrin att slås ut. Resonemanget är tvivelaktigt. Man måste utgå från att nya läkemedel har unika egenskaper och därför kan betinga ett högre pris, tills synonymer uppträder, som ger tillverkaren kompensation för alla kostnader. Om den svenska upphandlaren väljer att vänta på utländska plagiat får svenska patienter lägre läkemedelskostnader, men de åsamkas samtidigt onödiga lidanden, sjukdomar och dödsfall. I praktiken finns det därför ingen valfrihet. För övrigt kan Astra, Pharmacia och Kabi alltid sälja sina nya produkter utomlands.

Konsumentverket förslog i en utredning 1977 att alla bilverkstäder skulle ställas under myndighetstillsyn, dvs tillsyn av konsumentverket. De skulle registreras av SPK samt åläggas obligatoriskt garantiansvar och obligatorisk ansvars- och solvensförsäkring. Förslaget är inte genomfört, men aktualiserades i ett uttalande av regeringen 1982.

Eftersom det garantiansvar som föreslogs överensstämmer med det som ges

av verkstäder anslutna till MRF (ca 2 100 av totalt ca 10 000) kan förslaget sägas vara riktat mot de icke branschorganiserade mestadels små verkstäderna. Det finns inga belägg för att de mindre verkstäderna gör ett sämre jobb än de större, snarare tvärtom. De lämnar visserligen ingen formell garanti, men i gengäld är de billigare. Den formella garantin ersätts ofta av ett ömsesidigt och personligt förtroende mellan kund och verkstad.

Fick konsumentverket som det ville skulle möjligheten till billigare reparationer försvinna och sannolikt ett betydande antal mindre verkstäder. Vinnarna blir konsumentverket, i form av flera tjänster, och de branschanslutna företagen. Konsumentverkets förslag ser Skogh som ett resultat av okunnighet om marknadens sätt att fungera, paternalism och verkets expansionslust.

*Marknadens villkor* tar upp frågor av stor betydelse för landets konsumenter. Om boken kan få lagstiftare och myndigheter att bättre förstå hur marknaden fungerar, så kan den bidra mera till konsumenternas välfärd än mycket annan samhällsekonomisk debatt och forskning. Lärare i avtals- och köprätt samt nationalekonomi vid de juridiska institutionerna och i mikroteori vid de nationalekonomiska institutionerna kan med fördel använda den som komplement till annan litteratur.

Ekon dr *Harry Flam*

Institutet för internationell ekonomi och Juridiska institutionen  
Stockholms universitet

#### Referenser

- Roos, C.M., Skogh, G. och Stuart, C., (1980), "The Swedish Property and Liability Insurance Market. An Industry Study", Nationalekonomiska institutionen i Lund, Meddelande nr 72.  
Skogh, G., (1980), "Regleringen av konsumentförsäkringsmarknaden", *Ekonomisk Debatt*, årg 8, nr 8.  
Werin, L., (1982), *Ekonomi och rättssystem*, Liber Förlag, Lund.