

Handlar Konsumentombudsmannen alltid i konsumenternas intresse?

Priset för en försäkring i form av en produktgaranti kan inte bara vägas mot den sannolika kostnaden för den genomsnittlige försäkringstagaren, skriver Soeria-Atmadja med anledning av ett förestående fall i marknadsdomstolen. De som tar en försäkring kan antingen förväntas vara mindre riskbenägna eller ha större sannolikhet för skadeutfall än genomsnittet.

I dag tillhandahålls den största delen av produktgarantier i form av s k standardgarantier där en garanti för ett specifikt produktfel inbakas i försäljningen av produkten på ett i förväg fastställt sätt, dvs dessa garantier är fasta med avseende på pris, täckning och andra villkor. Således är dessa garantier tillgängliga för varje köpare till samma pris, som inte kan skiljas från det totala produktpriset.

Med hänsyn till de skilda önskemål som konsumenterna kan tänkas ha ställer man ofta frågan varför det inte finns större valmöjligheter av produktgarantier på marknaden. Speciellt undrar man, varför produkttillverkaren eller säljaren inte är mer villig att erbjuda ett större urval av produktgarantier än vad som hittills varit fallet. Härigenom skulle man tillmötesgå den kategori av konsumenter som uppvisar större riskaversion eller kanske löper större risk för att råka ut för produktfel än den genomsnittliga konsumenten. Om en sådan utvidgning av konsumenternas möjligheter skulle vara motiverad från

samhällesekonomisk synpunkt, måste varje försummelse att tillhandahålla dessa utökade garantimöjligheter klassificeras som en marknadsbrist. Med andra ord skulle samhället gå miste om de vinster som i princip skulle möjliggöras genom ett obehindrat varuutbyte individerna emellan.

Produktgarantier är givetvis en form av försäkringssystem. Det allmänna problemet om varför försäkringsmarknaderna överhuvudtaget i ett modernt samhälle är begränsade, vad avser omfattning och utformning, har uppmärksamats av bl a Arrow [1974]. Han pekar på olika orsaker till varför det ekonomiska systemet är så pass begränsat vad gäller kapaciteten att bära risker, och han argumenterar för önskvärdheten av att utöka denna kapacitet. I korthet kan dessa orsaker utgöras av förekomsten av transaktionskostnader av olika slag och speciella fenomen, som inom försäkringslitteraturen kallas för "moral hazard" och "adverse selection". Innebörden av dessa begrepp genomgås kortfattat nedan.

Den enklaste metoden för att avgöra "livsdugligheten" hos en ny produkt i allmänhet eller en ny garantiform i synnerhet skulle vara att ställa produkten inför ett marknadstest. Sådana tankar om att låta marknaden avgöra fallet bemöts emellertid ofta med stor skepsis av konsumenter-

SOERIA-ATMADJA är doktorand vid Nationalekonomiska institutionen, Stockholms universitet. I sitt pågående avhandlingsarbete sysslar han med konsumentekonomiska frågor.

nas intresseorganisationer. De hänvisar till rädslan för att konsumenterna i många fall skulle sakna den behövliga pris- och produktinformationen och därigenom skulle löpa risken av att lätt falla offer för säljarnas vilseledande marknadsföring. Det problem som behandlas här åskådliggör ett sådant fall.

KO mot Ford Motor AB¹

Bakgrunden är det mål mellan Konsumentombudsmannen (KO) och Ford Motor AB som nyligen togs upp av marknadsdomstolen för prövning. Målet gäller Fords erbjudande om ett reparationsavtal. För första året lämnar Ford en garanti som motsvarar den i branschen gängse nybilsgarantin. Under 1981 har Ford AB erbjudit sina nybilskunder att för de följande två åren teckna ett reparationsavtal, som av bolaget betecknas "tillvalsgaranti". Tillvalsgarantin innebär att bolaget utan kostnad för kunden avhjälpel materialfel eller bristfällig montering, som förorsakat fel på vissa av bilens mekaniska och elektriska komponenter. Detta åtagande från Fords sida gäller under två år efter utgången av den ettåriga nybilsgarantin vid högst 10 000 mils körning.

Erbjudandet om tillvalsgarantin måste antas inom 90 dagar efter köpet av den nya bilen. Det kanske bör noteras att detta villkor kan betraktas av nybilsköparen som en betänketid under vilken han kan bekanta sig med bilens egenskaper och underlätta ett beslut om huruvida en tillvalsgaranti anses nödvändig eller ej.

Priset på detta reparationsavtal varierar för olika bilmodeller och är för t ex Ford Fiesta 1 690 kr och för Ford Taunus 2 585 kr.

Detta erbjudande ges i ett vikblad som medföljer den sålda bilen och där det står specificerat inte bara vilka bildelar som omfattas av avtalet utan också vilka som inte gör det.

Det är viktigt att notera att Ford i sin marknadsföring av reparationsavtalet an-

vänder sig av följande uttryck, vilket uppmärksammas av KO:

- a) "tillvalsgaranti".
- b) "trygghet till lågkostnad".
- c) "förlängning av normal bilgaranti till 36 månader".

Vi skall här endast kommentera de första två påståendena vilka framstår som KO:s viktigaste argument för sitt yrkande om förbud mot Fords marknadsföring.

Enligt KO:s mening saknar dessa påståenden substans och måste därför klassificeras som vilseledande marknadsföring. Bortsett från frågan om dessa påståenden är otillbörliga i marknadsföringslagens mening, något som vi här inte skall ta ställning till, innebär KO:s resonemang att Fords erbjudande är ofördelaktigt för konsumenterna. Ett bifall till KO:s talan kan därför medföra att detta och liknande erbjudanden i praktiken upphör. Innan vi närmare granskar KO:s motivering skall vi i korthet presentera den ekonomiska analysen av produktgarantier.

Vad är en garanti?

En garanti är helt enkelt ett kontrakt mellan två parter som omfattar ett byte mellan en summa pengar nu (försäkringspremien) och en annan i framtiden (kompensationsbeloppet) under förutsättning att en specifik händelse inträffar. Den främsta avsikten med en produktgaranti är sålunda att förse konsumenter som har riskaversion med en kompensation för ett eventuellt produktfel. I princip skulle konsumenten själv kunna försäkra sin kapitalvara hos en tredje part (ett försäkringsbolag) på vanligt sätt. Denna möjlighet erbjuder konsumenten vissa fördelar så länge han är mer eller mindre kunnig i att avgöra vilken garantiform eller -omfattning han själv anser bäst. I annat fall kan sådana frivilliga garantier vara mindre bra med hänsyn till sökkostnader som alternativet kan innebära. Visserligen

¹Källa: KO, Dnr 81/K3582, 1982-02-10.

finns det andra medel inbyggda i konsumentköplagen, avsedda att stärka konsumenternas ställning på marknaden vis-à-vis säljaren, men dessa medel är mindre specifika vad gäller skyddseffekten än produktgarantier.

Som redan påpekats ges numera de flesta produktgarantier av produkttillverkaren eller säljaren själv i form av standardgarantier som är likformiga vad avser premier, täckning och andra giltighetsvillkor. Mot bakgrund av vad som sagts ovan torde sådana garantier vara det enklaste och kanske billigaste sättet att skydda konsumenter mot produktfel.

Ur säljarens synvinkel är en produktgaranti inte bara ett konkurrensmedel utan även ett sätt att förekomma ett eventuellt statligt ingripande. Den främsta anledningen till standardgarantier i stället för frivilliga garantier som tillgodoser konsumenternas olika smakriktningar eller riskattityder är att sådana enhetliga produktgarantier tenderar att minimera transaktionskostnaderna med tanke på de stor driftsfördelar som kan förekomma.

Garantiernas incitamentseffekter

När man bedriver en försäkringsrörelse, måste olika transaktionskostnader täckas. För det första finns det kostnader av administrativ karaktär som uppkommer vid försäljningen av garantin och vid expeditionen av varje skadeståndsanspråk. För det andra finns det kostnader i samband med uppskattningen av risken för att ett skadeståndsanspråk uppkommer, dvs sannolikheten för att ett produktfel mot vilket konsumenten försäkrar sig faktiskt inträffar.

Om sannolikheterna för produktfel är opåverkbara av garantitagarnas beteenden, så kommer riskbestämningen att vara relativt enkel då det kan förväntas att säljaren eller tillverkaren är tillräckligt insatt i sina varors egenskaper för att kunna bedöma sannolikheten för defekt. Ofta kan dock själva förekomsten av en garanti

påverka konsumentens beteende på ett sätt som ökar riskerna för produktfel. Detta fenomen, känt som "moral hazard", är påtagligt inom brandförsäkring eller inom sjukförsäkring i USA, vilket är väldokumenterat inom försäkringslitteraturen. Som exempel kan nämnas att en person vars hus är fullständigt försäkrat mot eldsvåda kanske inte är lika försiktig som en person utan försäkring. Även vid produktgarantier kan denna företeelse tänkas uppkomma i viss utsträckning, speciellt vad gäller försäkringar av produkter som kräver regelbundet underhåll eller aktsam hantering.

Av speciellt intresse för det problem som här skall belysas är garantigivarens (i detta fall Fords) svårighet, och därigenom kostnader, att med någon tillförlitlighet kunna differentiera och kontrollera köparens olika riskklasser. Sålunda tenderar Fords reparationsavtal att attrahera den kategori bilister som löper största risken för bilreparationer. Mycket sannolikt kommer denna kategori att huvudsakligen bestå av:

- 1) bilister med större riskaversion än den genomsnittliga bilisten,
- 2) bilister som använder sina bilar ofta,
- 3) bilister som är helt beroende av verkstädernas tjänster för alla slags reparationer och
- 4) bilister som tänker byta bil inom de närmaste tre åren och vill använda tillvalsgarantin som ett försäljningsargument.

Detta innebär m a o att Fords tillvalsgaranti kan förväntas tilltala bilister av "sämsta" riskkategori — därav namnet "adverse selection".

Uppenbarligen innebär Fords erbjudande av reparationsavtalet ett mer omfattande risktagande än den ettåriga standardgarantin för nya bilar. Med hänsyn till de extra administrativa kostnader detta avtal medför, kommer priset på tillvalsgarantin att vara högre än premien för standardgarantin. Givetvis är det svårt att fastställa hur dyrt det rimligen bör vara.

KO:s kritik av tillvalsgarantin

KO hävdar att Ford Motor AB inte styrkt att erbjudandet verkligen innebär reella ekonomiska fördelar för konsumenten. I sitt försök att bevisa motsatsen använder KO ett enkelt numeriskt exempel. Enligt KO:s bedömning visar detta att kostnaden för reparationsavtalet blir betydligt högre än vad bilisten i genomsnitt betalar i bilreparationer under de två åren efter utgången av nybilsgarantin.

Med hänvisning till den redovisning för bilreparationer som publicerats av Konsumentverket, *Bilunderhåll*, bilaga 6 (1981:3—06) använder sig KO av siffran 1 126 kr som en uppskattning för bilreparationer under ovannämnda två år. Denna siffra härrör från uppgiften om bilisternas reparationskostnader för 1979 och 1978 års bilmodeller för första halvåret 1980 (180 kr resp 383 kr i genomsnitt). Dessa belopp anger reparationskostnaden för halva år två (1979 års modell) och tre (1978 års modell).² För dessa två år beräknas kostnaden till två gånger angivna beloppet, eller sammanlagt 1 126 kr. Den antas gälla för både Fiesta och Taunus.

Med hänsyn till att de två bilarna tillhör olika kategorier verkar det kanske förvånande att samma reparationskostnader tillämpas på både Fiesta och Taunus. Man skulle kanske förvänta sig att reparationskostnaderna för Taunus är högre än för Fiesta. Det är också värt att här notera att siffrorna som anges i rapporten baseras på bilägarnas egna uppskattningar. Huruvida detta innebär en överskattning eller underskattning är svårt att säga. I vilket fall som helst bör man vara försiktig när det gäller att tolka siffror som uppkommer i en sådan marknadsundersökning.

Det finns emellertid skäl att misstänka att beloppet 1 126 kr ligger i överkant, vilket KO har påpekat i sin inlägga till marknadsdomstolen (Dnr 81/K3582, 1982-02-10). Anledningen till detta omfattar följande punkter:

1. Siffran 1 126 kr är ett medeltal som

gäller alla bilmodeller, och enligt *Bilunderhåll* ligger siffran för Fordbilar aningen lägre. Hur mycket lägre redovisas dock inte.

2. Beloppet omfattar även byte av avgasystem och bromsbelägg, två för de flesta hushåll betydande kostnadsposter som inte täcks av reparationsavtalet. För att få ett bättre underlag för en jämförelse mellan tillvalsgarantin och den förväntade reparationskostnaden borde man naturligtvis ha tillgång till en uppgift om storleken på dessa kostnadsposter.

Bortglömda effekter

Å andra sidan finns det ett antal punkter som KO förbisett som tyder på att beloppet 1 126 kr ligger i underkant.

3. I KO:s presentation av reparationsavtalet hävdas att det är mycket vanligt att en nybilsägare tecknar delkaskoförsäkring med självrisk på 700 kr om bilen är mellan ett och tre år gammal. Denna försäkringsform omfattar skydd mot skador på bl a motor, växellåda och drivaxlar, vilket innebär att vissa överlappningar med en tillvalsgaranti kan förekomma. Sålunda framstår värdet för konsumenten av reparationsavtalet som tivelaktigt enligt KO:s mening. (Med hänsyn härtill borde Ford kanske informera sina kunder om eventuella risker för sådana "dubbelförsäkringar".) Men med samma resonemang bör beloppet 1 126 kr justeras uppåt i den mån bilisterna, som svarade på enkaten, haft reparationer som täcktes av en delkaskoförsäkring. Detta har dock KO förbisett.
4. Många bilister gör sina reparationer själva, utgifter som även i här berörda avseenden kan vara betydande.

²Denna undersökning genomfördes under perioden 26 sept—27 nov 1980 av Konsumentverket och Institutet för marknadsundersökningar (IMU) där ett frågeformulär skickades till ett urval av bilägare.

5. Bilisternas uppgifter om bilreparationskostnader för första halva året 1980 kan ha påverkats av att man uppskjutit reparationer som går att uppskjuta eller låtit bli att reparera vissa skador som de annars hade fått åtgärdade om de haft en tillvalsgaranti.
6. I samband med att reparationsavtalet sluts högst 90 dagar efter köpet av den nya bilen får kunden betala ett engångsbelopp. Detta innebär att kunden betalar åtskilliga månader i förskott (upp till 36 månader) för ett avtal som träder i kraft först vid början av år två. Givetvis betyder detta att kunden går miste om vissa ränteinkomster, vilket påpekats av KO. Här finns dock två saker som KO förbisett: inflationen och skatten på ränteinkomsten. När man väl tar hänsyn till de här faktorerna skulle förskottsbetalningen snarast vara till konsumentens fördel.
7. Beloppet 1 126 kr omfattade reparationsutgifter under våren 1980. Detta innebär att siffran är 18 månader för gammal för att kunna tjäna som bas för en kalkyl gällande under hösten 1981. Sälunda måste denna siffra justeras uppåt med, säg, 20 procent till (1 350 kr).

Det är inte lätt att bestämma hur nettoeffekten av dessa sju punkter ser ut. Men det är givetvis den som behövs för en rättvis jämförelse mellan reparationsavtalet och den förväntade reparationskostnaden utan tillvalsgarantin. Dock är KO mycket kategorisk på denna punkt: "Av det sagda kan man dra den slutsatsen att det belopp konsumenterna betalar i samband med att reparationsavtal träffas med bolaget ligger avsevärt högre än den faktiska genomsnittliga reparationskostnaden" (sid 5, Dnr 81/k3582).

Försäkringens värde

Vår invändning mot KO:s sätt att komma fram till denna slutsats slutar emellertid inte här. Från en annan och i detta sam-

manhang mycket viktig synvinkel, nämligen ur försäkringsteoretisk synvinkel, är KO:s beräkningssätt ofullständigt. För resonemangets skull skall vi konstruera ett hypotetiskt exempel med hjälp av de siffror som angivits ovan.

Om de effekter som nämnts under punkterna 1—6 tar ut varandra så skulle beloppet 1 350 kr enligt punkt 7 framstå som den förväntade reparationskostnaden. Men låt oss för resonemangets skull dra bort 400 kr (30 procent) för reparation av avgassystem och bromsbelägg (punkt 2) från beloppet 1 350 kr för att gardera oss mot möjligheten av en överskattning. Sälunda får vi beloppet 950 kr som representerar reparationskostnaden för de närmaste två åren efter det att nybilsgarantin har upphört, exklusive avgassystem och bromsbelägg.

Låt oss nu anta att beloppet 950 kr är den *genomsnittliga* reparationskostnaden för den *genomsnittliga* bilisten som kör 1 300 mil per år. En bilist som kör 2,5 gånger så mycket årligen — och sälunda faller inom kategorin för bilister som kör högst 10 000 mil på 3 år — antas ha en reparationskostnad på $2,5 \times 950$ kr = ca 2 375 kr i genomsnitt. Detta belopp skall då jämföras med kostnaden för reparationsavtalet vilket uppgår till 1 690 kr och 2 585 kr för Fiestan resp Taunusen.

För Fiestaägarna som kör ca 10 000 mil på tre år är valet klart. De skulle föredra reparationsavtalet framför alternativet. När det gäller Taunusägarna, som kör lika mycket, innebär valet av reparationsavtalet en merkostnad på 210 kr jämfört med alternativet. Frågan blir då: kommer dessa Taunusbilister att varar villiga att betala 210 kr extra för att gardera sig mot variationer i reparationskostnader? De riskneutrala kommer sannolikt inte att göra det. Men redan de som har en måttlig aversion mot ett osäkert utfall kan tänkas vilja betala denna merkostnad. Taunusägaren t ex som kör mycket skulle kunna föredra att betala ett säkert belopp på 2 585 kr hellre än att bli utsatt för en

osäker händelse (reparationskostnad) vars storlek är 2 375 kr i medeltal.

Den använda siffran för reparationskostnaden (950 kr) torde vara i underkant. Om den verkliga kostnaden med hänsyn till punkterna 1—7 ligger väsentligt högre, kommer en betydligt större grupp bilister att föredra tillvalsgarantin. Men vi skall inte fästa alltför stor vikt vid sådana räkneexempel av de skäl vi anfört tidigare. Exemplet belyser dock en viktig — och för försäkringar central — aspekt som undgått KO:s uppmärksamhet och som innebär att det torde finnas en kategori bilister som skulle dra fördel av erbjudandet. Detta har undgått inte enbart KO. Enligt pressens referat av KO:s argument är reparationsavtalet definitivt till konsumenternas nackdel (se t ex Monica Olson: "Tillvalsgaranti kostar för mycket", *Dagens Nyheter*, 16.2.1982).

Målets följdverkningar

Konsumenterna har i princip ett stort intresse av att de på marknaden erbjuds ett urval av frivilliga produktgarantier. Det som nu händer är att KO med konsumenternas intresse i åtanke slår till mot nya garantimöjligheter innan marknaden ens hunnit etableras. Som vi har sett är "tillvalsgarantin" en valmöjlighet som kan tillfredsställa önskemålen hos en del konsumenter. KO:s presentation av effekter-

na av "tillvalsgarantin" är otillfredsställande. (Märk väl att vi här inte har tagit ställning till huruvida Fords användning av de tre påståendena skall klassificeras som vilseledande marknadsföring eller ej. Detta är marknadsdomstolens sak att avgöra.)

Men skulle KO:s resonemang accepteras kan detta tolkas av marknaden som ett bestämt nej till Fords "tillvalsgaranti" och liknande erbjudanden. Fördelarna med ett sådant nej skulle i så fall vara begränsade till de konsumenter som på ett förhastat sätt beslutat sig för att köpa denna typ av produktgarantier. Men sådana risker är ju inte unika för just denna "vara".

Nackdelarna med ett nej skulle kanske inte vara lika begränsade. Även om de kan synas måttliga för Fords kunder så kan många konsumenter förlora mycket på att aldrig ha fått en chans att pröva de "tillvalsgarantier" som annars kanske hade dykt upp.

Referenser

- Arrow, K. J., [1974], *Essays in the Theory of Risk-Bearing*. North Holland, Amsterdam.
- Bohm, P., [1982], "Vad vet vi om effekterna av regleringar? *Ekonomisk Debatt*, årg 10, nr 1.
- Konsumentombudsmannen [1982], Dnr 81/K3582, 2 okt.
- Konsumentverket [1981:3—06], *Bilunderhåll*, bilaga 6.
- Olson, M., [1982], "Tillvalsgaranti kostar för mycket", *Dagens Nyheter*, 16 feb.