



**National Library
of Sweden**

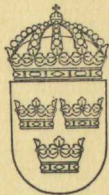
Denna bok digitaliserades på Kungl. biblioteket år 2012

STATENS OFFENTLIGA UTREDNINGAR 1964:4

Handelsdepartementet

SOU

1964:4A



EFFEKTIVARE KONSUMENTUPPLYSNING

BETÄNKANDE AVGIVET AV
KONSUMENTUPPLYSNINGSENTREDNINGEN

Stockholm 1964

STATENS
OFFENTLIGA UTREDNINGAR 1964

Kronologisk förteckning

1. Indexlån. Del I. Kihlström. 96 s. Fi.
2. Indexlån. Del II. Kihlström. 526 s. Fi.
3. Konsumtionsmönster på bostadsmarknaden.
Esselte. 212 s. I.
4. Effektivare konsumentupplysning. Esselte. 111
s. H.

STATENS OFFENTLIGA UTREDNINGAR 1964:4

Handelsdepartementet



EFFEKTIVARE
KONSUMENTUPPLYSNING

BETÄNKANDE AVGIVET AV

KONSUMENTUPPLYSNINGsutredningen

ESSELTE AKTIEBOLAG

STOCKHOLM 1964

Innehåll

Skrivelse till Statsrådet Ulla Lindström	5
I. <i>Inledning</i>	7
II. <i>Utredningsuppdraget</i>	13
Frågeskrivelse I	15
Frågeskrivelse II	17
III. <i>Utredningens förslag</i>	23
Konsumentvaruforskningen	24
Allmänna synpunkter	24
Statens institut för konsumentfrågor	25
Varudeklarationsnämnden	26
Statens konsumentråd	27
Ökad forskningsvolym	27
Samverkande forskningsinstitutioner	30
Internationellt samarbete	36
Upplysningsverksamheten	38
Allmänna sykpunkter	38
Pris, kvalitet, service	41
Gemensam konsumenttidskrift	42
Press, radio och TV	46
Skolorna	49
Folkbildningsorganisationerna m. fl.	52
Upplysningscentrum	54
Organisation och kostnader	60
IV. <i>Sammanfattning</i>	73
<i>Bilagor</i>	
Bilaga A 1—4 Frågeskrivelse I med vissa av svaren	76
Bilaga B 1—5 Frågeskrivelse II med vissa av svaren	86
Bilaga C Förslag till instruktion för statens institut för konsumentfrågor	109

Till

Statsrådet Ulla Lindström

Med stöd av Kungl. Maj:ts bemyndigande den 22 februari 1963 har statsrådet Ulla Lindström genom beslut samma dag och den 21 maj 1963 tillkallat byråchefen Erik Berggren, tillika ordförande, direktören Oscar Westerlind samt förste ombudsmannen C. H. Hernlund såsom ledamöter i en arbetsgrupp med uppgift att verkställa en utredning om den framtida organisationen av upplysningsavdelningen vid statens institut för konsumentfrågor.

Utredningen har antagit benämningen Konsumentupplysningsutredningen.

Utredningen har med stöd av vederbörligt bemyndigande med sig adjungerat följande särskilda experter, nämligen, budgetsekreteraren Börje Engqvist, byråchefen Elof Jerdenius, hovrättsrådet Göran Steen samt redaktören Axel Wennerling.

Förste byråsekreteraren Yngve Näslund och amanuensen Christina Gartz har biträtt utredningen med vissa sekreterargöromål.

Utredningen har i sitt arbete samrått med omkring 125 organisationer och institutioner. Studiebesök har avlagts vid ett tjugotal av dessa. Studiebesök har också avlagts i Oslo den 9 och 10 december 1963, därvid överläggningar ägt rum med företrädare för vederbörande norska statsdepartement och för det statsunderstödda konsumentorganet »Forbrukerrådet».

Utredningen har i sitt arbete haft nära kontakter, bl. a. gemensamma sammanträden, med 1960 års radioutrednings konsumentupplysningsgrupp och 1963 års konsumentupplysningskommitté.

De i utredningens arbete deltagande experterna har förklarat sig biträda de förslag som utredningen framlägger.

Utredningen får härmed vördsamt överlämna sitt betänkande »Effektivare konsumentupplysning».

Stockholm den 25 januari 1964

Erik Berggren

C. H. Hernlund

Oscar Westerlind

I. Inledning

De första statliga insatserna på konsumentupplysningsområdet ägde rum för något mer än tjugo år sedan. För att nå en effektivare hushållning med de knappa konsumtionsvaruresurserna under kriget påbörjades år 1940 en statlig upplysningsverksamhet på hemhushållningsområdet. En särskild byrå för sådana frågor, *Aktiv hushållning*, inrättades inom informationsstyrelsen. Aktiv hushållning överflyttades år 1944 till statens priskontrollnämnd.

Sistnämnda år bildades *Hemmens forskningsinstitut* (HFI) med Husmödarnas samarbetskommitté och Hushållslärarinnornas samarbetsorganisation som huvudmän. På institutets program stod främst provningar och undersökningar ur funktionella, hygieniska och ekonomiska synpunkter av varor och arbetsredskap för hemmet. Denna verksamhet kompletterades med en utåtriktad upplysningsverksamhet för spridning av framkommande forsknings- och provningsrön. För år 1944 beviljades institutet statsbidrag med 50 000 kr., därvid bl. a. förutsattes att minst lika mycket skulle flyta in i bidrag från enskilt håll samt att verksamheten skulle bedrivas i samråd med Aktiv hushållning. Fr. o. m. budgetåret 1945/46 uppfördes ett särskilt riksstatsanslag för bidrag till institutet.

Huvudmannaskapet för HFI breddades år 1953 genom bildandet av en särskild *fullmäktigeinstitution*, bestående av representanter för löntagare-, kvinno-, näringslivs- m. fl. organisationer och institutioner. Samtidigt bortföll det tidigare villkoret om bidrag från enskilt håll för utbetalning av statsanslaget. I de vid denna tid omarbetade stadgarna för institutet angavs institutets huvuduppgifter vara att verka för en rationalisering av arbetsförhållandena i enskilda hem och kollektiva hushåll genom forskning och upplysning samt att verka för en inriktning av produktion och konsumtion på goda och ändamålsenliga bruksvaror.

Enligt beslut av 1954 års riksdag *införlivades Aktiv hushållning med HFI* den 1 juli samma år, varvid statsbidraget till institutet, som budgetåret 1953/54 utgjort 130 000 kr., höjdes till 330 000 kr. HFI undergick därefter inte några egentliga organisatoriska förändringar, innan förstatligandet ägde rum den 1 januari 1957, vartill återkommes i det följande.

Redan år 1951 hade tagits ett betydelsefullt steg för att i samverkan mellan staten och det enskilda näringslivet vinna en allsidig objektiv kon-

sumentupplysning. Som resultat av 1946 års utredning angående kvalitetsforskning och konsumentupplysning (SOU 1949: 18) inrättades nämligen då *Varudeklarationsnämnden*. Nämnden har till uppgift att verka för ökad användning av upplysande varudeklarationer för konsumtionsvaror. Kostnaderna för verksamheten delas mellan staten och de industriföretag som tar del i arbetet. Det statliga bidraget anvisas årligen under ett särskilt riksstatsanslag på handelsdepartementets huvudtitel. Anslaget utgjorde i början av 1950-talet ca 100 000 kr. för år. Det har sedermera ökats undan för undan och är nu uppe i det tredubbla.

Några år senare ökades statens direkta ekonomiska engagemang i konsumentforskning och konsumentupplysning genom att *överskottsmedel i vissa clearingkassor* gjordes tillgängliga för ändamålet. Enligt beslut av 1953 års riksdag överfördes sålunda av dylika medel 400 000 kr. till handels- och sjöfartsfonden att användas för *forskning samt försöks- och upplysningsverksamhet av betydelse för konsumenterna*. Genom beslut av 1955 års riksdag överfördes till samma fond av överskottsmedel i kolclearing-kassan 2 milj. kr. för enahanda ändamål. Dessa tillfälliga medelsanvisningar ersattes småningom av ett fast riksstatsanslag för forskning och upplysning på konsumentområdet. Angående tillkomsten härav lämnas i det följande en särskild redogörelse.

År 1955 lade även varudistributionsutredningen fram sitt betänkande, »Pris och prestation i handeln» (SOU 1955: 16). I ett avsnitt ägnat frågan om anslagstilldelningen till konsumentvaruforskning och konsumentupplysning framhåller utredningen bl. a. följande.

Ett avgörande om huruvida ett inköpsval är bra eller dåligt måste bedömas utifrån den odelade treenigheten pris-kvalitet-service. Det måste bli en av konsumentupplysningens uppgifter att klargöra det samband, som råder mellan dessa trenne ting. Vad konsumentupplysningen har att bygga på är emellertid ännu dels för otillräckligt och dels ofta i behov av översättning till språk och anvisningar, som en bredare publik förstår. Konsumentupplysningen är i första hand ett intresse för bl. a. de organisationer, som har till uppgift att höja medlemmarnas levnadsstandard och reallönenivå. Statens totala utgifter för konsumentupplysning och bevakande av konsumenternas intressen i olika organ uppgick budgetåret 1954/55 till cirka 3,5 milj. kr.¹ motsvarande 50 öre per invånare. Utredningen jämför detta med reklamkostnaderna, som uppskattas till 50 kr. per invånare och år.

Utredningen tillägger att den anser, *att konsumentupplysningen bör vara helt obunden i förhållande till sina finansiärer, att den bör bedrivas i ansvariga former samt att den bör vara en gemensam uppgift för staten samt föreningar och sammanslutningar, som företräder olika konsumentgrupper*. Anspråken på staten måste sålunda, heter det i betänkandet, alltid svara mot ett intresse hos konsumentsammanslutningarna att själva satsa något.

¹ Motsvarande utgiftssumma för budgetåret 1963/64 är 6,6 milj. kr enligt tabell på s. 12 i förvarande betänkande.

Som exempel på vad dessa kan satsa nämner utredningen, att man i de fackliga sammanslutningarnas mötesverksamhet och tidningar har en apparat, varigenom konsumentupplysningen bör kunna spridas. Utredningen utgår vidare från att både behoven och de personella resurser, med vilka behoven skall mötas, kommer att växa stadigt och behöva ett i motsvarande grad växande finansiellt stöd.

År 1955 slutförde också 1954 års priskontrollutredning sitt arbete. Resultatet därav redovisades i betänkandet »Konkurrens och priser» (SOU 1955:45). De i betänkandet framlagda förslagen om en ny lagstiftning på pris- och konkurrensområdet, om priskontrollnämndens upphörande och om överföring av dess prisutredande funktioner på ett nyinrättat organ, *statens pris- och kartellnämnd* — som också skulle handha konsumentupplysningen i prisfrågor — genomfördes i allt väsentligt vid 1956 års riksdag. Organisationen av den prisupplysande verksamheten blev sedermera föremål för omprövning av 1960 års prisövervakningskommitté. Dess betänkande, »Effektivare prisövervakning» (SOU 1961:3), föranledde förslag till och beslut av 1961 års riksdag om förstärkning av personalresurserna vid statens pris- och kartellnämnd och vid ombudsmannaämbetet för näringsfrihetsfrågor.

I december 1955 framlades ytterligare av härför särskilt tillkallade sakkunniga »Promemoria angående konsumentvaruforskning och konsumentupplysning med vissa förslag rörande organisationen och finansieringen av den statliga eller statsunderstödda verksamheten på området». I promemorian föreslogs anvisande av särskilda statsmedel för konsumentvaruforskning och konsumentupplysning, inrättande av ett statens konsumentråd såsom samordningsorgan på konsumentvaruforsknings- och konsumentupplysningsområdet samt förstatligande av Hemmens forskningsinstitut och utbyggnad av verksamheten där. Dessa förslag underställdes i prop. 1956:105 riksdagens prövning. En kort redogörelse kommer nu att lämnas för innehållet i sakkunnigpromemorian och i propositionen.

Med hänsyn till de stora belopp, vilka årligen utges för konsumentvaror, samt till storleken av de vinster för konsumenterna, som kan uppnås genom ett effektivt forsknings- och upplysningsarbete, ansåg de sakkunniga, att en ej oväsentlig ökning av den statliga anslagsgivningen till sådant arbete var motiverad. Det ökade stödet borde i första hand utgå i form av ett *allmänt statsanslag till konsumentvaruforskning och konsumentupplysning*. Sistnämnda anslag borde enligt de sakkunniga inte understiga 1 milj. kr. Då emellertid under åren 1953—1955 av överskottsmedel i vissa clearing-kassor sammanlagt 2,4 milj. kr. ställts till förfogande för forsknings- och upplysningsändamål på konsumentområdet, uppskattades i promemorian det för budgetåret 1956/57 erforderliga medelstillskottet över riksstaten till 300 000 kr.

Med hänvisning till att en rad myndigheter och institutioner, utom HFI, arbetade med forskning på konsumentvaruområdet, i många fall med bristfälliga materiella och personella resurser, underströk de sakkunniga önskvärdheten av en rationalisering av forskningsverksamheten genom inrättande av ett samordnande organ med i stort sett samma ställning och funktioner som på sitt område statens tekniska forskningsråd. Det nya organet, ett *statens konsumentråd*, borde skaffa sig ingående kännedom om forskningen på konsumentvaruområdet samt, genom att planlägga och samordna forskningsarbetet, verka för denna forsknings rationalisering och vidare utveckling. Rådet borde inte självt bedriva forskning men skulle ha möjligheter att ta initiativ till forskning och undersökningar i speciella frågor. En av rådets främsta uppgifter skulle bli att fördela det allmänna anslaget till konsumentvaruforskning och konsumentupplysning. På rådet skulle vidare ankomma att uppdraga riktlinjerna för upplysningsverksamheten och att främja det nordiska samarbetet på området. Rådet borde bestå av representanter för konsumenter och näringslivet samt teknisk expertis.

Hemmens forskningsinstitut föreslogs i sakkunnigpromemorian omorganiserat till ett *statens institut för konsumentfrågor*, helt bekostat av statsmedel. Verksamhetens inriktning skulle vara ungefär densamma som tidigare. Institutet borde emellertid kompletteras med en särskild upplysningsavdelning med uppgift att följa vad som skedde inom konsumentvaruforskningen inom landet samt att i lämplig utsträckning förmedla forskningsresultat till allmänheten.

Det övervägande antalet remissinstanser tillstyrkte utredningsförslagen eller lämnade desamma utan erinran. Jämväl föredragande statsrådet Ulla Lindström biträdde i allt väsentligt de i promemorian framlagda förslagen. I den förenämnda prop. 1956: 105 föreslogs sålunda anvisande på riksstaten av ett särskilt reservationsanslag till konsumentvaruforskning och konsumentupplysning, inrättande av ett statens konsumentråd samt förstatligande och viss utbyggnad av HFI:s verksamhet under benämningen statens institut för konsumentfrågor.

I anledning av ett under remissbehandlingen av de sakkunnigas promemoria framfört förslag om överflyttning av konsumentupplysningsverksamheten från det föreslagna förstatligade institutet till statens konsumentråd uttalade föredragande statsrådet i propositionen bl. a. följande.

Under remissbehandlingen har den tanken framförts, att rådet inte endast borde uppdraga riktlinjer för upplysningsverksamheten utan självt ombesörja hela upplysningsverksamheten i stället för det institut för konsumentfrågor, vartill HFI ombildas. Till stöd härför har anförts, att upplysningsverksamheten ju bör avse hela konsumentvaruområdet, inte blott HFI:s arbetsfält. Ehuru denna synpunkt förtjänar all uppmärksamhet, talar enligt min mening övervägande skäl för utredningens förslag, att upplysningsverksamheten förlägges till det institut för konsumentfrågor, vars forskningsavdelning omspänner flera av de viktigaste delarna av konsumentvaruforskningen och som redan — i gestalt av HFI — har kontakt med forskningen på de kompletterande områdena.

I övrigt borde konsumentinstitutet liksom skett dittills utföra konsumentvaruforskning. Därmed avsågs i sammanhanget en målbetonad forskning, d. v. s. provningsverksamhet och praktiska undersökningar av betydelse för konsumenterna. Institutet skulle däremot, heter det i propositionen, i regel inte bedriva egentlig grundforskning, för vilket institutet saknade resurser. Men även för en effektiv målbetonad forsknings- och undersökningsverksamhet krävdes både kvalificerade personella och materiella resurser. Föredragande statsrådet delade därför utredningens uppfattning, att en förstärkning av institutet i dessa hänseenden borde ske. Samtidigt förutsattes att ramen för institutets verksamhet efter hand vidgades med hänsyn till de arbetsuppgifter, som trängde på, och de forskarresurser, vilka kunde komma att stå till förfogande.

I propositionen underströks också att vid utformningen av konsumentinstitutets verksamhet borde tillses, att institutet inte påtog sig arbetsuppgifter, för vilka andra forskningsorgan hade särskilda och bättre förutsättningar. Därvid åsyftades främst forskning vid specialinstitut av olika slag, folkhälsoinstitutets undersökningar, av varudeklarationsnämnden dirigerade undersökningar och av statliga myndigheter bedriven forskningsverksamhet på speciella avsnitt av varumarknaden.

Institutets upplysningsavdelning däremot, anförde statsrådet Lindström i propositionen, borde i möjligaste mån omfatta även de avsnitt av konsumentvarumarknaden av allmänna intresse, som inte var föremål för institutets egen forskningsverksamhet. Det krävde givetvis ett mycket nära samarbete med en rad andra institutioner. Institutets upplysningsavdelning borde sammanbringa och förmedla informationer, som specialforskningsinstituterna inte själva hade tid och arbetskraft att ge en för allmänheten lätt-tillgänglig form. Det förutsattes att institutet i frågor som avsåg konsumentupplysningen skulle komma att nära samarbeta med varudeklarationsnämnden. Även mellan konsumentrådet och konsumentinstitutet förutsattes nära löpande kontakter äga rum. Dock underströks i propositionen att institutet principiellt borde ha en självständig ställning i förhållande till rådet.

Riksdagen godkände den framlagda propositionen, varefter kungl. instruktioner för statens konsumentråd (SFS 1956: 452) och för statens institut för konsumentfrågor (SFS 1956: 453) utfärdades den 20 augusti 1956 att gälla fr. o. m. den 1 januari 1957.

I *instruktionen för konsumentinstitutet* anges i 2 § institutets uppgift vara att verka för att arbetsförhållandena i enskilda hem och kollektiva hushåll rationaliseras samt för att produktion och konsumtion inriktas på goda och ändamålsenliga konsumentvaror. Till fullgörande härav har institutet enligt 3 §, första stycket, att bedriva forskning och upplysning rörande de tekniska, ekonomiska, hygieniska och andra problem, som äro förbundna med hemmen och hushållen som konsumtionscentra och arbets-

platser. Forskningsverksamheten skall bedrivas främst genom provningar och praktiska undersökningar, varvid samarbete bör ske med andra statliga, kommunala och enskilda organ, som bedriva liknande verksamhet (3 §, andra stycket). För upplysningsverksamheten skall institutet enligt 3 §, tredje stycket, samla i första hand egna men även andra institutioners forskningsresultat och rön på konsumentvaruområdena och efter lämplig bearbetning bringa dem till allmänhetens kännedom i överensstämmelse med de allmänna riktlinjer för konsumentupplysningen, som statens konsumentråd anger. I 5 § föreskrives att ledningen av institutet utövas av en styrelse bestående av ordförande och ytterligare fem ledamöter. Av ledamöterna utses en bland ledamöterna i statens konsumentråd och en bland ledamöterna i eller tjänstemännen hos statens pris- och kartellnämnd. Chef för institutet är en direktör. Institutets verksamhet bedrivs enligt 6 § å fem avdelningar, nämligen en livsmedels- och kemisk-teknisk avdelning, en textilavdelning, en avdelning för hushållsorganisation m. m., en laboratorieavdelning och en upplysningsavdelning, samt ett kansli. På styrelsen ankommer att planlägga verksamheten vid institutet, däribland att avgöra inom vilka områden forskningsverksamheten huvudsakligen skall bedrivas, ävensom att bestämma vilken omfattning denna verksamhet skall ges (8 §, första stycket). Enligt andra stycket i samma paragraf tillkommer det vidare styrelsen att avgöra i vilken omfattning föreliggande forskningsresultat skall bringas till allmänhetens kännedom. I 8 §, tredje stycket, stadgas att direktören är närmast under styrelsen ansvarig för arbetet och ordningen inom institutet samt att på direktören ankommer att i enlighet med de av styrelsen uppdragna riktlinjerna leda den dagliga verksamheten vid institutet ävensom att ombesörja offentliggörandet av forskningsresultat.

Omfattningen f. n. av statens direkta ekonomiska engagemang i konsumentupplysningsverksamheten framgår av följande sammanställning, som visar storleken av statsanslagen för budgetåret 1963/64 till resp. institutioner m. m.

Statens konsumentråd: Administrationskostnader		83 000	
Konsumentvaruforskning och konsumentupplysning		1 250 000	
Statens institut för konsumentfrågor			
Avlöningar	1 244 000		
Omkostnader	478 000	1 722 000	
Bidrag till varudeklarationsnämnden		300 000	
Statens pris- och kartellnämnd ¹			
Avlöningar	2 847 000		
Omkostnader	399 000	3 246 000	
			6 601 000

¹ Beträffande SPK får beaktas att största delen av kostnaderna belöper sig på utredningsverksamheten, som i sin tur endast till en del bestäms av behovet av konsumentupplysning i prisfrågor. En väsentlig del av SPK:s utredningsverksamhet avser nämligen konkurrensförhållanden inom näringslivet.

II. Utredningsuppdraget

Frågan om vidgad upplysningsverksamhet kring konsumentvarorna var flera gånger under tioårsperioden 1945—1955 föremål för offentliga utredningar och diskussion. Statens ekonomiska stöd till forskning och upplysning på konsumentområdet ökade också under denna tid väsentligt. Samtidigt har under efterkrigstiden medborgarna i stigande omfattning börjat intressera sig för att vinna tillgång till en på bred bas organiserad, objektiv konsumentupplysning. Kraven på effektivisering av informationen om konsumentvarorna har särskilt under de två, tre senaste åren återkommit allt oftare.

Hela denna utveckling är naturlig och får ses mot bakgrunden av att den svenska varumarknaden under de senaste tio, femton åren blivit allt rikhaltigare, alltmer differentierad och därmed allt svåröverskådligare för konsumenterna. De behöver vägledning i olika former. Ökad kännedom om konsumentvarornas pris och kvalitet är därvidlag ett verksamt medel, som skapar bättre förutsättningar för den enskilde konsumenten att göra ur egna och även ur samhällets synpunkter kloka och ekonomiska inköp. Det är konsumentupplysningens uppgift att med underlag av tillgängliga forskningsrön tillhandahålla konsumenten denna ökade pris- och varukännedom.

Som framgår av den tidigare redogörelsen är pris- och kartellnämnden samt konsumentinstitutet de största statliga pris- resp. varuforskande institutionerna i landet. Pris- och kartellnämndens organisation förstärktes år 1961. Statens institut för konsumentfrågor däremot arbetar i ungefär samma former och med ungefär samma personaluppsättning som vid institutets förstatligande för sju år sedan, oaktat under denna tid stora förändringar ägt rum när det gäller de allmänna förutsättningarna för institutets verksamhet. Förändringarna bottnar främst i den förut antydda utvecklingen mot allt bredare varusortiment inom produktion och handel, en utveckling som nu accelererar mycket snabbt. I takt därmed ökar från både producent- och konsumenthåll kraven på tillhandahållande av en oberoende, sakligt väl underbyggd konsumentupplysning.

För att vinna anpassning till de önskemål, som alltså främst variantrikedom på varumarknaden föranleder, har olika grenar av den statliga konsumentupplysningsverksamheten ansetts böra bli föremål för översyn. Med stöd av vederbörliga bemyndiganden av Kungl. Maj:t har statsrådet Lind-

ström tillkallat *dels* den 22 februari 1963 förevarande utredning (konsumentupplysningsutredningen) med uppdrag att granska organisationen av upplysningsavdelningen vid statens institut för konsumentfrågor, *dels* den 31 maj 1963 en utredning (1963 års konsumentupplysningskommitté) med uppgift att behandla vissa principiella frågor på konsumentupplysningsområdet. Enligt tilläggsdirektiv av Kungl. Maj:t hösten 1962 ankommer det vidare på 1960 års radioutredning att, bland åtskilligt annat, även undersöka möjligheterna att vidga konsumentupplysningen i TV och framlägga konstruktiva förslag till utformning av en sådan programverksamhet. Det är förutsatt att de tre utredningarna skall nära samarbeta med varandra.

Det är konsumentupplysningsutredningens uppgift att med anknytning till verksamheten vid statens institut för konsumentfrågor medverka till en effektivisering och breddning av det statliga konsumentupplysningsarbetet, främst i vad gäller konsumtionsvarornas användningsområden, kvalitet och funktionsduglighet. Den prisövervakande verksamheten på konsumentområdet omfattas inte av utredningsuppdraget i vidare mån än att utredningen ser som en viktig uppgift att finna ändamålsenliga former för ett mera aktivt samarbete mellan de institutioner som forskar på prissidan och de som forskar på varusidan. Vid sidan om utredningsuppdraget har också legat att bedöma konsumentvaruforskningens framtida omfattning och inriktning, liksom att granska formerna för den samordning i stort av forskning och upplysning på konsumentområdet, vilken författningsenligt åvilar statens konsumentråd. Däremot har utredningen ägnat stor uppmärksamhet åt problemet att i den konsumentupplysande verksamheten inlemma sådana statliga och statsunderstödda forskningsinstitutioner, vilka redan f. n. arbetar på konsumentvaruområdet men av olika anledningar inte låter forskningsresultaten bli föremål för spridning i annan än begränsad utsträckning. Samtidigt har utredningen — som ett andra led i sitt arbete — tagit upp frågan om i vilka former och på vilka vägar tillgängligt upplysningsmaterial bör spridas för att med hänsyn till sin användning i det särskilda fallet nå en så stor del av konsumenterna som möjligt.

För att bredda underlaget för sina bedömningar har utredningen använt två frågeskrivelser. Huvudsyftet med *frågeskrivelse I* — vilken är fogad till detta betänkande såsom Bilaga A 1 — var att ge utredningen aktuell kännedom om vilka statliga och statsunderstödda institutioner, som bedriver forskning och undersökningar på konsumentområdet. På grundval härav lägger utredningen i det följande fram förslag om koordinering av forskningsresultaten vid vissa av dessa institutioner med den informationsverksamhet som äger rum vid konsumentinstitutet.

Med *frågeskrivelse II* — som är lagd till betänkandet som Bilaga B 1 — åsyftades att utröna huruvida skolorna resp. folkbildnings-, löntagare- och kvinnoorganisationerna är villiga att medverka i en aktiv konsumentupp-

lysning samt under vilka former de i så fall anser sig vara i behov av service från de centrala konsumentupplysningsorganen.

I båda frågeskrivelserna behandlas spörsmålet om en för hela konsumentområdet gemensam konsumenttidskrift. För innehållet i frågeskrivelserna och i svaren på desamma kommer nu att lämnas en kort redogörelse.

Frågeskrivelse I

Frågeskrivelsen har tillställts i Bilaga A 2 upptagna 60 institutioner. Svar har inkommit från 47 av dessa. Av de institutioner som svarat säger omkring 30, att de i större eller mindre utsträckning bedriver forskning och undersökningar med anknytning till konsumentvaruområdet.

För att vid hänvisningar i den efterföljande texten kunna skilja frågorna i de båda frågeskrivelserna från varandra tillfogas vid behandlingen här av frågeskrivelse I bokstaven »f» efter nummerbeteckningen på den refererade frågan.

I *fråga 1 f* efterlyses på vilket eller vilka av de i frågan angivna varuområdena vederbörande institution bedriver forskning och undersökningar rörande pris, kvalitet, service m. m. samt till vilka ungefärliga belopp för år räknat sådant forsknings- och undersökningsarbete äger rum. Hur de förut åsyftade 30 jakande svaren fördelar sig på institutioner och varuområden m. m. framgår av härvid fogad Bilaga A 3. Rörande den samlade omslutningen hos resp. institutioner av sådant forsknings- och undersökningsarbete, som avses i frågan, torde få hänvisas till kommentarerna under tabellen.

I *fråga 2 f* efterhöres i vilken form resultaten av vederbörande institutions forsknings- och undersökningsarbete i förekommande fall blir föremål för spridning. Svaren fördelar sig enligt följande:

tryckta skrifter	22
stencilerade skrifter	12
föredrag	15
annan form ¹	11

Fråga 3 f gäller huruvida vederbörande institution bedriver i frågeskrivelsen avsedd konsumentvaruforskning och konsumentupplysning i samarbete med annan statlig eller statsunderstödd institution. Svaren har sammanställts i härvid fogade Bilaga A 4.

I *fråga 4 f* spörjes om den upplysningsverksamhet på konsumentområdet som institutionen utövar är avsedd huvudsakligen för internt bruk och/eller för en vidare krets, ex.vis personer och företag inom det berörda facket, och/eller för allmänheten. Man svarar:

internt bruk	6
en vidare krets	24
allmänheten	10

¹ som exempel på andra spridningsformer anges i svaren bl. a. utställningar, maskinskrivna rapporter, kursverksamhet samt personlig eller allmän rådgivning.

Fråga 5 f avser om vederbörande forskningsinstitution i sin upplysningsverksamhet på konsumentområdet använder något eller några av följande media, nämligen fackpressen, dags- och veckopressen, radio samt TV. Svaren fördelar sig enligt följande:

fackpressen	19
dags- och veckopressen	10
radio	5
TV	3

Institutioner som aldrig eller sällan begagnar något av de i fråga 5 f angivna media har i *fråga 6 f* ombetts att ange orsaken härtill. I svaren åberopas:

sekretesskrav	5
bristande personalresurser	6
andra skäl ¹	4

Institutioner som ofta eller alltid begagnar något av de i fråga 5 f angivna media har i *fråga 7 f* ombetts att uppge i vilken form de i förekommande fall tillhandahåller upplysningsmaterialet åt pressen resp. radio och TV. Svaren fördelar sig sålunda:

i obearbetat skick	5
i form av pressmeddelanden, presskommunikéer, presskonferenser	9
efter redaktionell omarbetning i sådan form att materialet direkt lämpar sig för publicering i pressen resp. framförande i radio eller TV	18

I *fråga 8 f* efterhöres om det finns ett önskemål hos vederbörande institution att i större utsträckning än f. n. sprida upplysning i populär form om sådana forskningar och undersökningar, som institutionen utför på konsumentvaruområdet och som kan bedömas vara av intresse för allmänheten. På denna fråga svarar man:

ja	16
nej	9

I *fråga 9 f* spörjes om vederbörande institution för att åstadkomma en breddning och intensifiering av upplysningsverksamheten på konsumentområdet är villig att ta upp ett ökat samarbete med andra konsumentforskande och konsumentupplysande statliga och statsunderstödda institutioner. Svaren fördelar sig enligt följande:

ja	20
nej	5

¹ Härunder anföres bl. a., att det ej är erforderligt eller lämpligt med spridning på någon av de i fråga 5 angivna vägar, att forskningsresultaten ej är av allmänt intresse samt att det ej faller inom institutionens uppgift att meddela konsumentupplysning.

I *fråga 10 f* har de institutioner, som besvarat frågorna 8 f och/eller 9 f nekande, ombetts att ange orsaken härtill. Man åberopar därvid i allmänhet att enligt institutionens bedömningar resultaten av dess forskningsarbete ej är av allmänt intresse — institutionen vänder sig i första hand till ex.vis tekniker och forskare inom industrin eller över huvud taget till producentledet snarare än konsumentledet. Från ett håll anföres, att det inte är institutionens uppgift att vara upplysningsorgan. Från ett annat håll sägs, att institutionens forskare inte kan avsätta tid för samarbete med andra institutioner.

Fråga 11 f behandlar de ändamålsenliga formerna för ett nära samarbete mellan konsumentinstitutet och andra statliga och statsunderstödda institutioner, vilka sysslar med konsumentforskning, därest konsumentinstitutet skulle ge ut en för hela konsumentområdet gemensam konsumenttidskrift, innehållande i övervägande grad populärt utformat upplysningsmaterial. Av 25 institutioner, som svarat på denna fråga, anser 17 att det bör åvila konsumentinstitutet att svara för att det erforderliga samarbetet med utomstående forskningsinstitutioner upprätthålls, därvid förutsätts att konsumentinstitutet förstärks med bl. a. personal för uppsättning och redigering av upplysningsmaterial, ägnat att flyta in i den gemensamma tidskriften. Övriga åtta institutioner anser att de själva bör svara för att det önskvärda löpande samarbetet med konsumentinstitutet upprätthålls och även själva bör sätta upp och redigera upplysningsmaterialet för den gemensamma tidskriften.

I *fråga 12 f* efterlyses andra förslag till ökad samordning på konsumentupplysningsområdet. Endast två svar har avgivits. I det ena rekommenderas bildandet av en större gemensam representation med underkommittéer och kontaktmän. I det andra svaret förordas utarbetande av upplysande och objektiva provningsmetoder.

Frågeskrivelse II

Frågeskrivelsen (Bilaga B 1) har tillställts sammanlagt 62 skolor, organisationer m. fl. enligt Bilaga B 2. Antalet inkomna svar är 37.

Som framgår är skrivelsen uppdelad i två avsnitt. I det första avsnittet åsyftas den vidareinformation på konsumentområdet, som äger rum genom skolornas resp. studie-, löntagare- och kvinnoorganisationers studie- och utbildningsverksamhet. Det andra avsnittet gäller organisationernas¹ möjligheter att via sina periodiska tidskrifter och andra publikationer ta aktiv del i konsumentupplysningsarbetet. Vid behandlingen i det följande av frågeskrivelsen och svaren på densamma särskiljs avsnitten genom att efter

¹ Med »organisationerna» avses här och i det följande samtliga skolor, studieförbund, löntagare- och kvinnoorganisationer m. fl., vilka är upptagna i Bilaga B 2

nummerbeteckningen på den refererade frågan fogas »u» för avsnittet om studie- och utbildningsverksamheten och »p» för avsnittet om publiceringsverksamheten. Först behandlas nu avsnittet om studie- och utbildningsverksamheten.

I *fråga 1 u* spörjes i vilken utsträckning en sådan för hela konsumentområdet gemensam upplysningstidskrift, om vilken har talats i ingressen till frågeskrivelsen, skulle vara av värde för organisationerna vid planering och genomförande av deras studieverksamhet.

Svaren på denna fråga är sammanställda i härvid fogade Bilaga B 3. Därur inhämtas att organisationerna över lag ansluter sig till tanken på en för hela konsumentområdet gemensam upplysningstidskrift. Vad gäller tidskriftens utförande hävdas emellertid i sju av svaren att en i populär stil redigerad tidskrift blir av blott begränsat värde för just planering av organisationernas studieverksamhet — materialet i tidskriften kan inte få den bredd och det djup, som behövs för att det skall kunna tjäna som underlag för konsumenters och studieledares framställning vid kurser, demonstrationer etc. Några av dem som hyser denna åsikt förordar, att den gemensamma konsumenttidskriften i stället utformas med sikte på att presentera aktuellt grundmaterial för vidareupplysare av olika kategorier såsom skolor, studieförbund, journalister m. fl. I flera av svaren understryks önskvärdheten av att tidskriften refererar även från vad som äger rum inom den privata konsumentforskningssektorn. Angående tidskriftens huvudmannaskap gör två organisationer uttalanden till förmån för att redigeringen omhändershas av en fristående upplysningscentral. Hos en organisation föreligger tveksamhet beträffande huvudmannaskapet — frågan därom bör tills vidare hållas öppen, anser organisationen.

I *fråga 2 u* efterhöres i vilket eller vilka (ytterligare) hänseenden organisationerna anser sig vara i behov av service från konsumentupplysningsorganen för att erhålla ett tillfredsställande grundmaterial för planering av studieverksamheten. Samtidigt hänvisas i *fråga 3 u* till statens offentliga utredningar 1961: 3, s. 113 och 114. Prisövervakningskommittén har där beträffande den enbart på priser inriktade konsumentupplysningen lämnat konkreta exempel på hur ett kontinuerligt samarbete mellan statens pris- och kartellnämnd å ena sidan samt skolorna resp. studie-, löntagare- och kvinnoorganisationerna å andra sidan kan läggas upp. Det heter därom i betänkanudet bl. a. följande.

1. Organisationerna får fortlöpande information om sådana planerade undersökningar, som kan ha intresse för dem antingen det gäller planläggningen av studieverksamheten på konsumentupplysningsområdet eller fråga är om den allmänt ekonomiska studieverksamhet, som organisationerna bedriver och där material från nämndens verksamhet på lämpligt sätt kan komma in. Denna information kan ske i form av översikter och inte minst i form av personliga kontakter med studieorganisationerna. Organisationerna bör därvid också ha möjlighet att framställa önskemål om undersökningar.

2. Nämnden står studieorganisationerna till tjänst i samband med uppläggnings- och utarbetandet av lämpliga sammanställningar av material för kurserna.

3. Nämnden framställer själv och i samråd med organisationerna en del mindre omfattande material som bl. a. kan användas i studieverksamheten. Det kan bestå av studieblad eller smärre broschyrer, som belyser aktuella skeenden på prisområdet och som i form av »matningsmaterial» distribueras till studiecirkel av olika typer. Ett sådant material kan också användas i det grupparbete som förekommer vid såväl studieorganisationernas som andra organisationers konferenser och kortare kurser av veckoslutskaraktär.

4. Vid dessa konferenser och kurser bör medverka av nämndens personal kunna påräknas. Framförallt avses härvid sådana mera viktiga konferenser av uppdragskaraktär för ett studiearbete, som berör nämndens arbetsområde, samt centrala eller regionala kurser för utbildning av studieledare. — Medverka vid konferenser och kurser av detta slag får anses vara av sådan betydelse för nämnden, att den bör betraktas som tjänsteuppdrag; rese- och traktamentskostnader bör därför bestridas av nämnden.

5. Enligt vad kommittén erfarit har nämnden medverkat i en löntagareorganisationens konsumentupplysningsverksamhet i ett antal större städer genom att göra lokala prisspridningsundersökningar på vissa varor och sedan ställa det bearbetade materialet till kursdeltagarnas förfogande som diskussionsunderlag. Detta synes vara en utmärkt metod att göra studierna i prisfrågor intressanta och levande för kursdeltagarna. Den är därför värd att praktisera även i fortsättningen.

Till organisationerna har nu under 3 u ställts frågan, om det skulle vara av värde för dem att i liknande och/eller andra former, som anges i SOU 1961: 3, vinna ett närmare samarbete med konsumentinstitutet såsom tänkbar sammanställare av upplysningsmaterial från hela den statliga och statsunderstödda konsumentforskningssektorn.

Frågorna 2 u och 3 u syftar båda ytterst till att klarlägga i vilken omfattning och under vilka former — utom i form av en gemensam upplysnings-tidskrift — som organisationerna för planering och genomförande av studie- och utbildningsverksamheten behöver service från konsumentupplysningsorganen. Därför behandlas frågorna här gemensamt.

Svaren på frågorna är sammanställda i härvid fogade Bilaga B 4. Därur inhämtas att majoriteten av de tillfrågade organisationerna vill medverka i ett nära löpande samarbete med konsumentinstitutet såsom tänkbar sammanställare av konsumentupplysningsmaterial från olika statliga och statsunderstödda forskningsinstitutioner. Man räknar därvid med att konsumentinstitutet skall få de behövliga personella och materiella resurserna för att kunna ställa ett väl differentierat grundmaterial till förfogande för studieverksamheten, bl. a. i form av filmer, bildband, stillbilder, flaneltavlor och annan åskådningsutrustning. Många organisationer uttrycker önskemål om att det statliga upplysningsorganet även skall kunna lämna biträde med pedagogisk bearbetning av upplysningsmaterialet. Ett annat från flera håll framfört önskemål är att upplysningsorganet skall kunna tillhandahålla och/eller anvisa organisationerna lämpliga föredragshållare och annan ex-

pertis på konsumentområdet för planering och utförande av föredragsserier, studiekurser etc. Man tillägger att det för planeringsarbetet är värdefullt att även kunna få kännedom om vilka konsumentundersökningar som f. n. pågår, vilka som snart avses komma till utförande samt den ungefärliga tidpunkten för pågående undersökningars avslutande. Man håller också för självklart, att det bör finnas ett centralt register över redan genomförda statliga undersökningar på konsumentområdet, med angivande i registret av vem som gjort undersökningen, tidpunkten för arbetets utförande samt var resultaten är publicerade.

Svaren på frågorna 2 u och 3 u visar sålunda, att organisationerna är ense om behovet av ökad service i olika former för planering och genomförande av studie- och utbildningsverksamheten. Organisationerna är också ense om att det för dem skulle ligga ett betydande värde i att slippa hämta denna ökade service från flera håll — i betydligt flera än hälften av svaren understryks vikten av att det skapas en central redovisning av konsumentupplysningsmaterialet, så att organisationerna kan vända sig till *ett* ställe och få *all* den konsumentinformation, som de önskar, eller hänvisning om var sådan information står att få. Angående vem som bör svara för denna centrala redovisning framkommer olika uppfattningar. Majoriteten ansluter sig visserligen till alternativet i frågeskrivelsen, d. v. s. att konsumentinstitutets upplysningsavdelning skall vara koordinatören. Men två organisationer förordar att för ändamålet inrättas en fristående upplysningscentral, och tre organisationer vill t. v. hålla frågan öppen om konsumentinstitutet eller annat organ skall samordna den utökade upplysningsverksamheten.

I *fråga 4 u* tillfrågas organisationerna om de har andra synpunkter på utformningen av en aktiv statlig konsumentupplysning.

Svaren är sammanställda i härvid fogade Bilaga B 5. Några av organisationerna understryker starkt vikten av att de statliga institutionerna på konsumentområdet tillförsäkras sådana personella och materiella resurser på både forsknings- och upplysningssidorna, att en verklig aktivering av konsumentupplysningsarbetet blir möjlig. I många av svaren förordas också att konsumentupplysningen bereds ökat utrymme i massmedia som radio och TV. En utbyggnad av mäss- och utställningsverksamheten på konsumentområdet anses även böra ifrågakomma. Flera organisationer hävdar att metodiken i upplysningen bör ägnas större uppmärksamhet än hittills skett.

Vad gäller organisationernas publiceringsverksamhet efterhören i *fråga 1 p* i vilken utsträckning organisationerna tar in konsumentupplysande materiel i sina periodiska publikationer. Svaren fördelar sig sålunda:

ofta	18
sällan	7
aldrig	3

I fråga 2 p efterlyses varifrån organisationerna i förekommande fall hämtar det konsumentupplysande materialet för publicering. Man svarar:

dags- och veckopressen	7
konsumentinstitutets publikationer	20
pris- och kartellnämndens publikationer ..	17
annat statligt organs publikationer	3
annan källa	2

I fråga 3 p spörjes i vilken form organisationerna presenterar det konsumentupplysande materialet. Svaren visar:

i refererade delar in extenso	8
efter redaktionell omarbetning, som organisationen själv utför	23
efter redaktionell omarbetning i nära samråd med vederbörande upplysnings- (forsknings-) organ	4

I fråga 4 p tillfrågas organisationerna om de för planering och genomförande av sin publiceringsverksamhet i vad gäller konsumentområdet skulle vara betjänta av att äga tillgång till en sådan för hela området gemensam konsumenttidskrift, varom talas i ingressen till frågeskrivelsen. Man svarar:

ja	23
nej	4

I fråga 5 p efterhöres om organisationerna för planering och genomförande av sin publiceringsverksamhet i vad gäller konsumentområdet skulle vara betjänta av att konsumentinstitutet, såsom tänkbar sammanställare av upplysningsmaterial från hela det statliga och statsunderstödda konsumentforskningsfältet, lämnade organisationerna journalistisk och annan service, avseende — förutom fortlöpande informationer om planerade, pågående och nyss avslutade undersökningar — ex.vis redaktionell omarbetning av tillgängligt konsumentupplysande material. Svaren fördelar sig sålunda:

ja	19
nej	8

I fråga 6 p ombeds de organisationer, som har besvarat frågorna 4 p och/eller 5 p nekande, att ange orsaken härtill. Man svarar bl. a., att innehållet i konsumentupplysningen normalt faller utom ramen för organisationens verksamhet (1 organisation), att konsumentområdet är för stort för samordning via ett enda organ (1), att organisationen först vill se upplysningsmaterialet in extenso och sedan själv göra erforderlig omarbetning (2), att organisationens tidskrift ej har plats för konsumentupplysande material (1), att koordineringen bör omhändershas av ett fristående upplysningsorgan (2), att organisationen har god tillgång till eget upplysningsmaterial (1) samt att den ifrågasatta konsumenttidskriften bör utformas med tanke på att vända sig till vidareupplysare och ej till allmänheten (1).

I fråga 7 p efterlyses om organisationerna när det gäller publiceringsverksamheten har andra önskemål angående service från konsumentupplysningsorganen. På denna fråga har avgivits sammanlagt tio svar. Några egentliga nyheter kommer emellertid inte fram däri. Resp. organisationer hänvisar i allmänhet till vad de sagt tidigare om önskvärdheten av en ökad service i olika former från den centrala konsumentupplysningsinstitutionen och av ett mera aktivt samarbete över huvud taget mellan denna institution och organisationerna såsom vidareupplysare på konsumentområdet.

III. Utredningens förslag

Den tidigare redogörelsen visar att frågan om ökad forsknings- och upplysningsverksamhet på konsumentområdet var föremål för statsmakternas intresse i flera sammanhang under 1940- och 1950-talen. Den behandlades från skilda utgångspunkter i kommittébetänkanden och i därpå grundade propositioner till riksdagen. Så växte etappvis fram en med statsmedel helt bekostad konsumentupplysning.

Anspråken på denna verksamhet har ökat undan för undan. Tillgängliga personella och materiella resurser motsvarar inte i dag kraven på bredd och effektivitet i informationsarbetet. Orsakerna härtill är flera. En sammanhänger som nämnts med de snabba skiftningarna på varumarknaden. När staten under 1940-talet i större omfattning ekonomiskt engagerade sig i konsumentupplysningen, saknades även närmare erfarenheter av hur en av skilda särintressen oberoende sådan verksamhet borde läggas upp och administreras. Härtill kommer att inom de stora statliga utredningar på konsumentområdet, som ligger till grund för nuvarande organisation, uppmärksamheten i allt väsentligt koncentrerades till frågor rörande konsumentvaruforskningens omfattning och innehåll. Man gick däremot inte närmare in på hur själva *upplysningsverksamheten* borde utformas eller försökte precisera vad den skulle avse. Det fick ankomma på upplysningsorganen själva att söka de lämpliga framkomstvägarna. Så har även skett med i stor utsträckning goda resultat. I vart fall förfogar vi idag över mycket större erfarenheter och rön på konsumentområdet än vi gjorde för bara tio år sedan. Det underlättar för oss att nu i utvecklingsarbetet finna ändamålsenliga praktiska lösningar.

De måhända svåraste bedömningarna knyter an till hur långt staten som konsumentupplysare kan och bör sträcka sig i redovisningen av testresultaten med samtidigt upprätthållande av de krav på saklighet och objektivitet, vilka reses på den statliga konsumentupplysningen. Hela denna problematik med djupgående både principiella och juridiska sidor är huvudföremålet för 1963 års konsumentupplysningskommitté och tas inte upp här. Men lika väsentliga för effektiviteten hos en objektiv konsumentupplysning är omfånget av den underliggande forsknings- och undersökningsverksamheten samt frågeställningarna omkring upplysningsmaterialets spridning via skilda kanaler och materialets olika utformning för att tillgodose de skif-

tande behov som föreligger. Dessa mera praktiskt-organisatoriska frågor behandlas av förevarande utredning.

Konsumentvaruforskningen

Allmänna synpunkter

Den statliga konsumentupplysningen arbetar väsentligen med underlag av resultat från forskning, undersökningar och provningar angående framför allt pris och kvalitet hos olika varor av betydelse för konsumenterna. Grunden för denna forskning m. m. utgörs främst av sociologiskt inriktade undersökningar rörande olika konsumentgruppers behov och köpvanor, deras bostads- och arbetsförhållanden, ekonomi och intresseinriktning, matvanor, fritidssysselsättningar m. m. Det säger oss att konsumentforskning kräver ett avsevärt mått av kunskaper, inte blott om konsumenternas behov och önskemål utan även om prismekanismen, den praktiska användningen av konsumentvarorna och de tekniska grundvalarna för en produkts tillverkning och funktion.

En viss oklarhet råder om vad som skall förstås med *konsumentvaror* och hur gränsen mellan denna varugrupp och andra varugrupper bör dras. Flera försök har gjorts att därvidlag åstadkomma en varaktig definiering. Variantrikedomen på marknaden försvårar dock en närmare bestämning. Några praktiska olägenheter därav synes emellertid inte föreligga. Om vi med »konsumenter» avser de individuella slutliga förbrukarna av varor och tjänster, d. v. s. allmänheten, kan såsom »konsumentvaror» karaktäriseras sådana varor och tjänster, vilka anskaffas eller beordras direkt av allmänheten och avses för den enskildes eget eller för hans familjs behov. Exempel på konsumentvaror är då livsmedel, textilier, skor, möbler och annan lös inredning, hushållsapparater och hushållsredskap, privata fortskaffningsmedel, olika kemiskt-tekniska preparat, bränslen, leksaker och hobbyartiklar, sport- och friluftartiklar m. m. Dessa exempel kan mångfaldigas.

Konsumentvarorna har i regel anknytning till hemmen, men kvantitativt ganska betydande varugrupper eller delar därav, ex. vis bränslen och vissa fritidsartiklar, saknar denna anknytning. Vissa konsumentvaror är typiska förbrukningsartiklar, andra är konsumentkapitalvaror. Det går dock inte att dra en klar gräns mellan dessa båda kategorier. Vid sidan av konsumentvarorna men av stort intresse i förevarande sammanhang är bostäderna, med anslutande hjälputrymmen, och deras fasta inredning. Ofta måste vid bedömningen av en vara också tas hänsyn till de särskilda tjänster — vad vi med ett sammanfattande begrepp brukar kalla »service» — som ställs till konsumenternas förfogande i samband med varans försäljning eller eljest mot betalning. Vi har också stora grupper av fristående tjänster, såsom resor, underhålls- och reparationsverksamhet, konsultationer m. m.

Det är konsumentvaruforskningens uppgift att med utnyttjande av objektiva provningsmetoder fastställa de för varje varugrupp kvalitetsbildande egenskaperna hos gruppen. Då den kompletterande upplysningsverksamheten avser att hjälpa konsumenterna i deras köpval, kan man säga att *konsumentvaruforskning* ytterst syftar till att rensa bort sådana i tekniskt eller i kvalitetsavseende undermåliga eller eljest olämpliga artiklar, som finns i handelns varusortiment. I vid mening omfattar då konsumentvaruforskning all slags forskning och allt utvecklingsarbete, som pågår för att få fram nya typer av konsumentvaror eller för att förbättra existerande dylika varor. Den största delen av detta arbete bedrivs inom näringslivets egna forskningsinstitut och laboratorier. Som visats tidigare (s. 12) bedrivs emellertid en ej obetydlig konsumentvaruforskning även i statlig regi.

Statens institut för konsumentfrågor

Det största statliga konsumentvaruforskande organet är statens institut för konsumentfrågor. För den allmänna inriktningen av dess verksamhet har tidigare (s. 10—12) redogjorts. Organisatoriskt arbetar institutet på fyra undersökningsavdelningar, nämligen en avdelning för hushållsorganisation m. m., en livsmedels- och kemisk-teknisk avdelning, en textilavdelning samt — gemensam för de tre nu nämnda avdelningarna — en laboratorieavdelning. Verksamheten inom institutet knyter huvudsakligen an till förhållandena inom hem och hushåll.

Vid *avdelningen för hushållsorganisation m. m.* är anställda sex befattningshavare. Där studeras bl. a. frågor om olika hushållstypers funktion, arbetsmetoder och arbetsekonomi i hushållet samt ändamålsenliga inredningar för kök och badrum. Vid denna avdelning utförs även undersökningar av hushållsutrustning samt jämförande varuprovningar av t. ex. dammsugare, kylskåp och köksredskap. Slutligen ankommer på avdelningen att vad gäller olika hushållsutrustningar utföra provningar på beställning av tillverkare.

Livsmedels- och kemisk-tekniska avdelningen har fem befattningshavare. Vid avdelningen utförs studier av metoder för matlagning, bakning och konservering med beaktande av näringsvärde, ekonomi och arbetstid. Vidare behandlas frågor om lagring av och emballage för livsmedel. Vid avdelningen görs även provningar — i en del fall på beställning av tillverkare — av nya livsmedelsprodukter och av olika kemisk-tekniska varor.

Textilavdelningen omfattar sju befattningshavare. Denna avdelning utför undersökningar av redskap för sömnad och klädvård, studier av den textila marknaden samt provningar av nyheter ur inköps- och skötselsynpunkt. Avdelningen utarbetar också mönster för hemsömnad och behandlar i viss utsträckning reklamationer ur teknisk synpunkt. Uppdragsprovningar förekommer också.

Den största avdelningen inom institutet är *laboratorieavdelningen*. Den

har tolv befattningshavare. Vid avdelningen utförs väsentligen tekniska provningar av olika varor. På programmet står f. n. främst frågor om utrustning och metoder för hemtvätt, om golvbeläggning och golvvård samt om tvätt- och rengöringsmedel.

Kostnadsvolymen för den forsknings-, undersöknings- och provningsverksamhet som äger rum vid statens institut för konsumentfrågor — alltså med utgifterna för den egentliga upplysningsverksamheten frånräknade — utgör innevarande budgetår i runt tal 1 milj. kr.

Till frågan om formerna för konsumentinstitutets publicering eller eljest offentliggörande av rön och resultat, som kommer fram i verksamheten, återkommer utredningen senare (s. 44).

Varudeklarationsnämnden

Utredningen har förut (s. 8) gett några kortfattade uppgifter om varudeklarationsnämndens tillkomst och syftet med dess verksamhet. Nu må beträffande nämndens organisation och arbetsuppgifter tilläggas följande.

Varudeklarationsnämnden är organisatoriskt anknuten till Sveriges standardiseringskommission. Nämndens budget omsluter verksamhetsåret 1963/64 ca 475 000 kr. Därav betalar staten 300 000 kr. Återstoden flyter in i form av kontrollavgifter, bidrag från privata företag m. m.

Varudeklarationsnämndens uppgift är att verka för ökad användning av upplysande varudeklarationer på konsumentområdet. Nämnden skall tillse att dylika varudeklarationer blir vederhäftiga och enhetligt utformade. Arbetet är organiserat på en teknisk kommitté och en rad specialkommittéer för skilda varuområden. I dessa kommittéer sitter representanter för både tillverkare och konsumenter. I själva nämnden är för övrigt alla led inom näringslivet representerade. Konsumenterna företräds av de stora löntagarorganisationerna. Nämnden stödjer och tar initiativ till införande av varudeklarationer, föranstaltar om att vid konsumentinstitutet, vid statens provningsanstalt eller annorstädes sådan standard för provningsmetoder och nomenklatur m. m. utfärdas, som kan behövas som underlag för utformning av varudeklarationer. Nämnden kontrollerar också fortlöpande att de i deklarationerna lämnade uppgifterna är riktiga.

Varudeklarationsarbetet, som började i augusti 1951, har på sistone utvecklats ganska snabbt. Från den 1 juli 1960 till den 1 juli 1963, d. v. s. under en treårsperiod, ökade antalet fastställda normer från 63 till 109, antalet utfärdade tillstånd från 175 till 530 och antalet varudeklarande företag (tillståndshavare) från 125 till 345. Det visar ett växande intresse hos både tillverkare och förbrukare för den art av aktiv konsumentupplysning, som varudeklarationerna innebär.

Det är emellertid utredningens uppfattning att mycket återstår att göra på varudeklarationsfältet. Antalet deklarerade varor ex.vis är i betraktande av konsumentvaruområdets storlek fortfarande ringa. Det finns också an-

ledning att beklaga att samarbetet på det internationella planet är så förhållandevis begränsat. Ett ökat dylikt samarbete, framförallt de nordiska länderna emellan, skulle kunna undanröja åtskilliga oenhetligheter i fråga om deklarationsnormernas utformning och därmed åstadkomma en önskvärd breddning av underlaget för nämndens arbete.

De löpande kontakterna mellan varudeklarationsnämnden och konsumentinstitutet synes fungera bra. Nämnden använder bl. a. konsumentinstitutets skrifter för information om sin verksamhet och för redogörelser om överenskomna nya varudeklarationer. Nämnden publicerar även en hel del i egen regi.

Statens konsumentråd

Den viktigaste uppgiften för statens konsumentråd är att fungera som samordningsorgan på konsumentområdet. Det innebär bl. a. att rådet skall följa konsumentvaruforskningen i landet och verka för denna forsknings rationalisering och vidare utveckling. Även konsumentupplysningen skall uppmärksammas och stödjas av rådet.

Rådet undersöker och provar inte i egen regi men lämnar ur det särskilda riksstatsanslaget för konsumentvaruforskning m. m. ekonomiska bidrag till både statliga och enskilda projekt. Det gäller såväl forsknings- och utredningsverksamhet om konsumtionen och konsumenterna som provningar och utvecklingsarbete för att få fram bättre konsumentvaror.

Genom medverkan av statens konsumentråd har under årens lopp olika för konsumenterna betydelsefulla områden kunnat göras till föremål för särskilda undersökningar. Bl. a. har rådet lämnat anslag till funktionsstudier beträffande möbler och husgeråd. Anslag har också lämnats till undersökningar om vissa hemtvättsproblem och om bostädernas förrådsutrymmen liksom till inköp av kurs- och informationsmaterial om konsumtionsvarornas pris och kvalitet. Under de senaste åren har rådet ägnat ökad uppmärksamhet åt forsknings- och undersökningsverksamhet av ekonomisk, sociologisk och pedagogisk art i frågor, som gäller förhållandet mellan konsumenten, varan och informationen. Vissa sådana projekt, vilka utförts med anslag från rådet, har givit mycket intressanta resultat.

Rådet har för sin verksamhet en mycket begränsad administration — för löner och omkostnader räknas för budgetåret 1963/64 med behov av något över 80 000 kr. Det särskilda forsknings- och upplysningsanslaget är för samma budgetår uppfört med 1 250 000 kr.

Ökad forskningsvolym

Den nu lämnade redogörelsen för hur forsknings- och undersökningsverksamheten är organiserad vid sådana hel- eller halvstatliga organ, vilka har till uteslutande ändamål att arbeta på konsumentvaruområdet, visar att omfattningen av denna verksamhet är mycket begränsad. Det rör sig om

2,5 å 3 milj. kr. Stora delar av konsumentvarumarknaden omfattas inte heller av en objektiv granskningsverksamhet rörande kvalitet, service etc. Utanför ligger bl. a. sådana kapitalvaror som radio- och TV-apparater, bilar m. m. Ej heller den under de senaste åren snabbt växande marknaden för sportartiklar och andra liknande fritidsvaror finns med.

Den ringa bredden i forskningsarbetet är i viss mån traditionellt betingad: Konsumentinstitutet växte fram ur Hemmens forskningsinstitut, vars huvudinriktning var forskning och upplysning beträffande varor och arbetsredskap för hem och hushåll. Mot bakgrunden av hur konsumentvarumarknaden ser ut i dag kan likväl konstateras, att den knappa forskningsvolymen och forskningens ensidiga inriktning är brister, som allvarligt påverkar effektiviteten hos hela den statliga konsumentupplysningen. Önskar vi vinna en bättre sådan upplysning *räcker det alltså inte med att förstärka bara den egentliga informationen — vi måste också tillföra det till grund för upplysningen liggande forsknings- och undersökningsarbetet väsentligt ökade personella och materiella resurser.* I första rummet bör därvid eftersträvas att låta konsumentupplysningen omfatta ett bredare sortiment av varor eller grupper av varor.

Måhända invänds att vissa av de av utredningen nyss åsyftade varorna, såsom kikare, TV-apparater, barncyklar, skidor o. s. v., är varor av mera exklusivt eller av mindre nyttobetonat slag, enär de väsentligen tjänar fritids- eller hobbyändamål. Härpå kan svaras, att visserligen måste vi till primära objekt för upplysning räkna sådana varor, vilka hör till det mera oundgängliga behovet och ännu inte blivit föremål för särskilda undersökningar. Men kvar står att det för fritids- och hobbyområdet avsedda varusortimentet representerar en stor och successivt växande andel av den totala konsumentvarumarknaden. Inköpen av dessa produkter motsvarar också som regel stora kapitalutlägg för familjen. Det har föranlett statens pris- och kartellnämnd att i sina löpande prisstudier medtaga flera av de kapitalvaror m. m., som utredningen nu avser.

I detta sammanhang må nämnas att en särskild arbetsgrupp inom kommunikationsdepartementet nyligen har granskat förutsättningarna för att i statlig regi bedriva kvalitetsforskning och upplysning beträffande motorfordon. Arbetsgruppen konstaterar bl. a. i en under sommaren 1963 till departementet ingiven promemoria, att motorfordon tillhör den typ av varor, beträffande vilka konsumenterna har ett särskilt behov av upplysning, och att de mycket omfattande investeringarna i motorfordon — omkring två miljarder kr. per år — gör det till en angelägen samhällsuppgift att verka för en objektiv konsumentupplysning. På grundval av vissa av varudeklarationsnämnden i ämnet utförda undersökningar anför arbetsgruppen vidare, att det är möjligt att tillämpa varudeklarationer även på motorfordon samt att det vid sådant förhållande finns anledning förutsätta att även andra former av mera omfattande konsumentupplysning är möjliga att genomföra.

Då närmare undersökningar härom faller utanför arbetsgruppens uppdrag, föreslås i promemorian att frågan ytterligare utreds. — Promemorian är f. n. föremål för beredning inom berörda departement.

Det finns i huvudsak *tre vägar att åstadkomma en allmän breddning av underlaget för den statliga konsumentupplysningen*, nämligen:

1. Ett bättre utnyttjande av resultaten från sådant forsknings- och provningsarbete med anknytning till konsumentvarorna, vilket äger rum vid befintliga hel- eller halvstatliga forsknings- och provningsinstitutioner;

2. De statliga upplysningsorganen på konsumentområdet lämnar i uppdrag åt befintliga hel- eller halvstatliga forsknings- och provningsinstitutioner att mot betalning granska, ex.vis ur kvalitetssynpunkt, viss vara eller viss grupp av varor;

3. I anslutning till statens institut för konsumentfrågor eller eljest uppföres helstatliga forsknings- och provningslaboratorier för arbete inom skilda sektorer av konsumentvaruområdet.

Alternativ 1 är givetvis ur kostnadssynpunkt det förmånligaste: Forskningsmaterialet ligger redan framme, och dess utnyttjande i konsumentupplysningsarbetet behöver i princip inte kosta mer än som motsvarar löner för viss samordningspersonal och för personal, vilken vid behov redigerar om materialet för den avsedda publiceringsformen. Å andra sidan när vi med anlitande av detta alternativ ej så långt. Bl. a. bestämmer inte konsumentupplysningsorganen själva vad forskningen skall avse. Det är likväl utredningens bestämda uppfattning, att *den statliga konsumentupplysningen via ett bättre samarbete mellan upplysningsorganen och vissa utomstående forsknings- och provningsinstitutioner genast kan tillföras nytt värdefullt material*. Konkreta förslag om utformningen av ett dylikt samarbete läggs fram av utredningen i nästa avsnitt av betänkandet.

Vad gäller alternativ 2 konstaterar utredningen, att statens konsumentråd och konsumentinstitutet i viss omfattning redan nu beställer undersökningar hos andra hel- eller halvstatliga forsknings- och provningsinstitutioner. Utredningen anser också att det är den väg, utom alternativ 1, som för framtiden i huvudsak bör komma till användning för att vinna en önskvärd ordentlig ökning av den statliga konsumentupplysningen.

Endast undantagsvis — när det inte går att komma fram enligt 1 eller 2 — bör diskuteras att enligt alternativ 3 iordningställa särskilda laboratorier för konsumentvaruforskning.

Frågan om en önskvärd snar utbyggnad av den statliga konsumentvaruforskningen enligt alternativen 2 och/eller 3 gäller under alla förhållanden stora kostnader. Det kan i utbyggnadsarbetet även uppkomma besvärliga avgöranden rörande vilka konsumentvaror, som bör tas med på forskningsprogrammet. En annan avvägningsfråga är i vilken takt verksamheten bör byggas ut, ex.vis med beaktande av kostnadsskäl. Med hänsyn till dessa

olika faktorer föreslår utredningen, att *frågan om den framtida statliga konsumentvaruforskningens inriktning och omfattning samt formerna för verksamhetens bedrivande blir föremål för särskild undersökning*. Denna undersökning bör omhänderskas av en statlig kommitté och sättas igång så snart som möjligt.

Hittills har åsyftats uteslutande hel- och halvstatliga forsknings- och provningsinstitutioner som tänkbara producenter av ett bättre underlag för den statliga konsumentupplysningen. I många av svaren på utredningens frågeskrivelser har emellertid med skilda utgångspunkter yrkats, att upplysningsorganen bör *ta vara på konsumentnyttigt material även från andra håll, ex.vis kommunala företag eller det privata näringslivet*. Först om så sker vinnes en eftersträvad ordentlig utvidgning av konsumentupplysningen, menar man.

Att den statliga konsumentupplysningen skall tillföras material även från privathåll kan synas svåra mot hela tanken bakom tillkomsten av en av skilda särintressen oberoende objektiv informationsverksamhet. Ett visst ej så ringa samarbete äger emellertid redan nu rum mellan upplysningsorganen och industriföretagen. Det gäller fram för allt inom varudeklarationsnämndens verksamhet. Det är naturligtvis i och för sig tänkbart att utsträcka samverkan till att gälla även ett utnyttjande av industrins forskningslaboratorier för ex.-vis jämförande kvalitetsbedömningar. Men mycket höga krav måste då ställas på garantier för objektivitet i undersökningarnas utförande. Utredningen anser tillgång på goda objektiva provningsmetoder vara en första förutsättning. Som villkor bör också uppställas att testresultaten vinner godkännande av det statliga konsumentupplysningsorganet.

Men dessa olika spörsmål är mycket svårbedömbara. De bör inte heller behandlas fristående utan i sammanhang med hela frågan om den framtida konsumentvaruforskningens omfattning och inriktning. Formerna för en vidgad medverkan från bl. a. näringslivets sida i det statliga konsumentupplysningsarbetet bör därför granskas av den av utredningen nyss föreslagna kommittén för forskningsfrågorna.

Samverkande forskningsinstitutioner

I det första av de av utredningen nyss omnämnda alternativen för utvidgad forskningsverksamhet på konsumentområdet förutsattes, att den statliga konsumentupplysningen skulle tillföras en hel del nytt material genom ett bättre tillvaratagande av erfarenheter och rön hos sådana hel- eller halvstatliga forsknings- och liknande institutioner, vilka i sin verksamhet kommer in på konsumentområdet. Denna tanke är naturligtvis inte ny. När Hemmens forskningsinstitut förstatligades anfördes uttryckligen, att det nya institutet *inte* borde bli ett centrallaboratorium för undersökningar över hela konsumentvaruområdet. Institutets arbete skulle i stället kompletteras med

forskning, provningar och undersökningar vid andra statliga och statsunderstödda institutioner. Däremot borde konsumentinstitutet vid behov sprida upplysning om resultat och rön från verksamheten hos sådana utomstående forskningsinstitutioner.

Så har samarbetet i blott begränsad utsträckning kommit att fungera. En av orsakerna härtill torde vara den knappa tillgången på personal hos både upplysningsorganen och forskningsinstitutionerna. Även det material som konsumentupplysningen kan hämta från andra institutioner än konsumentinstitutet grundar sig emellertid på mestadels mycket kvalificerade undersökningar med anknytning till olika konsumentvaror, såsom livsmedel, textilvaror, hushållsapparater, fortskaffningsmedel, sportartiklar m. m. Undersökningarna gäller både funktionsprovningar och jämförande kvalitetsbedömningar.

Resultaten av dessa utomstående forskningsinstitutioners arbete avses som regel bara för en begränsad krets. De presenteras därför i fackpressen och når ej ut till en bredare publik. Press, radio, folkbildningsorganisationer m. fl., vilka ser som en av sina uppgifter att föra tillgängligt konsumentupplysande material vidare till allmänheten, skulle väl i och för sig kunna använda institutionernas forsknings- och undersökningsrapporter. Den nödvändiga överblicken försvåras emellertid av att det saknas ett centralt register över publicerade dylika rapporter.

Detta sistnämnda, att vi saknar överblick över hela forskningsfältet, är ytterligare ett skäl varför vi bör försöka *åstadkomma ett bättre samarbete mellan konsumentupplysningsorganen och forskningsinstitutionerna*. Samtidigt skulle vinnas ett bättre utnyttjande av tillgängliga personella och materiella forskningsresurser.

Tidigare har redogjorts för utredningens frågeskrivelse I. Den gäller formerna för ett vidgat samarbete på konsumentområdet mellan vissa hel- och halvstatliga forskningsinstitutioner. Som svar på den första frågan (1 f) i skrivelsen uppger omkring 30 institutioner, att de bedriver forskning och undersökningar rörande pris, kvalitet, service m. m. på något eller några av de i frågan angivna varuområdena. Vid omkring 20 av dessa institutioner torde forsknings- och undersökningsverksamhet på konsumentområdet bedrivas i den omfattningen och med den inriktningen, att resultaten kan nyttiggöras i den statliga konsumentupplysningen. Nästan alla dessa institutioner uttalar också, att de i större utsträckning än som sker f. n. önskar sprida upplysning i populär form om sina forskningsresultat. Flerparten av de i gruppen ingående institutionerna förklarar samtidigt, att de för en breddning och intensifiering av den statliga konsumentupplysningen vill ta upp ett ökat samarbete med andra konsumentforskande och konsumentupplysande statliga och statsunderstödda institutioner.

Utredningen finner en så pass utbredd vilja till aktiv medverkan och

samarbete glädjande och hävdar att det med denna inställning ute på fältet finns en god grund att arbeta vidare på.

Till de institutioner, som visserligen i större eller mindre grad forskar eller provar på konsumentområdet men likväl ställer sig tveksamma till ett vidgat samarbete med konsumentupplysningsorganen, hör *arméintendenturförvaltningen*, *försvarets fabriksstyrelse* samt *försvarets forskningsanstalt*. De hävdar, att resultaten av deras forskningsarbete som regel ej är av intresse för allmänheten. De hänvisar också till den militära sekretessen.

Utredningen förstår dessa motiv. Den för konsumenterna nyttiga forskningsvolymen hos försvarsinstitutionerna är också ganska ringa, utom hos arméintendenturförvaltningen. Arméintendenturförvaltningen förutsätter i sitt svar, att ett samarbete mellan förvaltningen och den centrala statliga konsumentupplysningen skall kunna äga rum efter prövning från fall till fall.

En särställning intar *statens provningsanstalt*. Anstalten täcker i sin verksamhet praktiskt taget hela konsumentvaruområdet. Men provningsresultaten i uppdragsverksamheten kan inte ställas till förfogande för konsumentupplysningen. Innehållet i intygen är nämligen resp. uppdragsgivares egendom. I viss mindre utsträckning provar anstalten åt statliga uppdragsgivare. I sådana fall kan inte sekretesskäl åberopas för att hålla inne testresultaten. Provningsanstaltens största värde för den statliga konsumentupplysningen ligger emellertid däri, att anstaltens personal och utrustning representerar en ansevärd forskningspotential, som bör kunna nyttiggöras i upplysningsarbetet. Redan nu äger beställningsvägen ett visst samarbete rum mellan de statliga konsumentupplysningsorganen och provningsanstalten. Förutsättningar för en framtida väsentlig utökning av detta samarbete torde föreligga, då anstaltens maskinutrustning f. n. moderniseras och byggs ut.

Vad nu sagts om statens provningsanstalt gäller i viss utsträckning också *statens institut för hantverk och industri*: Institutet förfogar över en omfattande forskningsutrustning och bedriver över stora delar av konsumentvaruområdet en provningsverksamhet, vars resultat måste förbehållas beställare. Men institutet utövar också som en form av mera allmän service åt hantverks- och industriföretag en omfattande undersökningsverksamhet på bostads-, tvätt- och sanitets- samt uppvärmningsområdena. Resultaten därav används bl. a. i institutets undervisningsverksamhet. Utredningen anser att ett ökat samarbete mellan institutet och konsumentupplysningsorganen bör kunna ge ett gott utbyte. Institutet har också i sitt svar till utredningen ställt sig positivt till ett vidgat samarbete.

De s. k. branschforskningsinstituterna ägs av särskilda stiftelser, däri företag inom den berörda branschen är medlemmar. Kostnaderna för verksamheten delas mellan staten och stiftelsen-näringslivet. *Svenska institutet för konserveringsforskning*, *Svenska textilforskningsinstitutet*, *Svenska trä-*

forskningsinstitutet och *Svenska silikatforskningsinstitutet* är exempel på dylika forskningsinstitut. Hit hör också *Svenska färgindustriernas forskningslaboratorium* samt *Glasforskningsinstitutet*. Ytterligare kan till denna grupp hänföras *Lennings textiltekniska institut*.

Verksamheten vid de statsunderstödda branschforskningsinstituterna omfattar såväl teoretiskt upplagd metod- eller grundforskning som mera praktiskt inriktad tillämpad forskning. Rörande fördelningen i varje särskilt fall mellan staten och stiftelsen-branschföretagen av kostnaderna för driften gäller i allmänhet, att staten svarar för den grundläggande forskningen, medan den tillämpade forskningen bekostas av företagen själva. Vad som intresserar i konsumentsammanhang är naturligtvis den tillämpade forskningen. Där har emellertid institutet ställningen av uppdragsgivare åt industrin, innebärande bl. a. att institutets arbete läggs upp med tanke på att tillgodose mera producentsidans än konsumentens forskningsbehov. Det är likväl utredningens bestämda, på studiebesök hos flera branschforskningsinstitut grundade uppfattning, att det från institutens forskning kommer fram åtskilligt material, som efter omredigering kan nyttiggöras av konsumenterna och därför bör tas tillvara av den statliga konsumentupplysningen.

Det har sagts att vid branschforskningsinstituterna företagssekretessen ofta lägger hinder i vägen för en allmän publicering av framkommande forskningsresultat. Sekretessen brukar emellertid som regel hävas efter ganska kort tid — den brukar gälla några månader eller ett halvår. I detta hänseende finns alltså inte något avgörande hinder för en aktiv medverkan av instituten i konsumentupplysningsarbetet. Instituterna själva har också nästan utan undantag förklarat för utredningen, att de i ökad utsträckning vill samarbeta med andra konsumentforskande och konsumentupplysande statliga och statsunderstödda institutioner och att de i större omfattning än som sker f. n. önskar sprida upplysning i populär form om sina forskningar.

Därför bör åtgärder vidtas för att på konsumentupplysningsområdet möjliggöra konkreta, effektiva insatser av branschforskningsinstituterna. De mellan staten och vissa av vederbörande stiftelser nu löpande femåriga avtalen om verksamheten vid resp. institut upphör att gälla, exempelvis textiltforskningsavtalet den 1 juli 1965 och konserveringsforskningsavtalet den 1 juli 1966. Utredningen föreslår att vid den utredning och de förhandlingar, som kommer att äga rum ang. en ev. förnyelse av avtalen med resp. stiftelser, frågan om forskningsinstitutens medverkan i den statliga konsumentupplysningen uppmärksammas. I de nya avtalen skulle därvid kunna tas in föreskrifter om formerna för en dylik medverkan av instituten och om fördelningen mellan staten och näringslivet-stiftelsen av i sammanhanget uppkommande kostnader.

Även arbetarskyddsstyrelsen, statens institut för folkhälsan och statens institut för byggnadsforskning kommer inom sina resp. verksamheter in på

områden, som är av intresse för konsumenterna. Ett visst samarbete äger också redan nu rum mellan dessa institutioner och konsumentinstitutet. Det är utredningens uppfattning att detta samarbete till nytta för upplysningsverksamheten borde kunna byggas ut väsentligt. Institutionerna har också förklarat sig villiga att medverka härtill och till att i större utsträckning än som sker f. n. sprida upplysning i populär form om sina forskningsresultat.

Arbetarskyddsstyrelsen undersöker inte i egen regi men lägger ut beställningar hos olika materialprovninganstalter. Undersökningarna gäller de i fråga 1 f angivna varugrupperna 3, 4 och 7, d. v. s. kemiskt-tekniska produkter, hem- och hushållsapparater samt uppvärmningsanordningar av olika slag. Vad som undersöks är varornas funktioner ur arbetarskyddssynpunkt. Det är alltså inte fråga om sedvanliga jämförande kvalitetsbedömningar av en vara i dess helhet. Resultaten av undersökningarna synes likväl i många fall vara av intresse för konsumenterna. Arbetarskyddsstyrelsens beredvillighet att i vidgad omfattning medverka i konsumentupplysningsarbetet bör därför tillvaratas.

Statens institut för folkhälsan skall enligt sin instruktion (SFS 1960: 523) bl. a. utföra forsknings- och undersökningsverksamhet på den allmänna hygienens, yrkeshygienens och födoämneshygienens områden i syfte att »förbereda och främja förebyggande åtgärder ägnade att bevara eller befordra folkhälsan». Till fullgörande härav utför institutet huvudsakligen livsmedelsundersökningar av olika slag. Men i verksamheten ingår även undersökningar om bostädernas ventilation, vatten och avlopp samt om riskerna för förgiftning av vissa ämnen som kan finnas i textilier, färger, tvätt- och rengöringsmedel m. m.

Resultaten av folkhälsoinstitutets undersökningar på livsmedelssidan publiceras i tidskriften *Vår föda*. Den är emellertid inte utformad med tanke på att nå konsumenterna direkt. I sitt svar till utredningen utgår emellertid institutet från att en hel del material i *Vår föda* efter bearbetning bör kunna nyttiggöras för artiklar i en ev. gemensam konsumenttidskrift. Institutet tillägger att det självfallet är berett att även från sin verksamhet i övrigt fortlöpande ställa material till förfogande att läggas till grund för artiklar i tidskriften.

Även från *statens institut för byggnadsforskning* visas en positiv inställning till ökat samarbete på konsumentvaruområdet och intresse för att i vidgad omfattning låta sprida upplysning i populärutförande om framkommande forskningsresultat. Institutets verksamhet avses visserligen i huvudsak för arkitekter eller eljest för producenterna på byggnadsområdet. Utredningsarbetet bestyrker dock att institutets undersökningar om ex.vis bostadsplanering och bostadsuppvärmning och delvis även om byggnadsmaterialier m. m. rymmer åtskilligt stoff, som det kan vara värdefullt för konsumenterna att äga kunskap om. Ett närmare samarbete på konsument-

området bör därför åvägabringas mellan byggforskningsinstitutet och de statliga upplysningsorganen.

Svenska slöjdföreningen bedriver undersökningsverksamhet på bohagsområdet. Syftet är att främja god form samt verka för förbättring av bostäder och allmän miljö. Undersökningarna gäller möbler, armatur, tapeter, porslin, glas etc. Resultaten sprids via olika kanaler i avsikt att nå såväl producent- som konsumentleden. Föreningen säger sig gärna vilja ställa material till förfogande för en ev. gemensam konsumenttidskrift, antingen i form av färdigskrivna artiklar eller som underlag för artiklar som skrivs av medarbetarna i konsumenttidskriften.

Då slöjdföreningens arbetsprogram omfattar många ur konsumentsynpunkt intressanta områden förordar utredningen, att samarbetet mellan föreningen och konsumentupplysningsorganen förstärks. Som redan skett vid några tillfällen på initiativ av statens konsumentråd och med anlitande av statsanslaget till konsumentvaruforskning och konsumentupplysning bör den sakkunskap, som föreningen förfogar över, nyttiggöras i konsumentupplysningen även den vägen, att föreningen får i uppdrag att forska på visst eller vissa områden inom föreningens kompetens.

Även *Sveriges standardiseringskommision* bör i viss utsträckning kunna tillföra konsumentupplysningen värdefullt material. Storleken av det belopp som används för konsumentstandard av direkt intresse för den enskilde konsumenten, uppskattas till omkring 150 000 kr. för år. Hälften därav gäller möbler, köksinredningar och sanitära inredningar. Det vore också en värdefull form för allmän konsumentupplysning, om från standardiseringsorganen kunde tillhandahållas ex.vis redogörelser för olika provningsmetoder, som används i standardiseringsarbetet, eller redogörelser för över huvud taget den problematik, som standardiseringen innehåller.

Centrala sjukvårdsberedningen, de statliga *undervisningssjukhusen* och *statens brandinspektion* är andra exempel på institutioner, vilka — om än sporadiskt och i begränsad utsträckning jämfört med de tidigare nämnda — kan tänkas medverka i det statliga konsumentupplysningsarbetet. De har i varje fall förklarat att de vid tillgång inom den egna institutionen på forskningsmaterial av värde för konsumenterna gärna vill ställa detta till upplysningsorganens förfogande.

I sina nu framlagda förslag om bättre samarbete på konsumentområdet mellan olika statliga och statsunderstödda forsknings- och provningsinstitutioner har utredningen som huvudmotiv åberopat önskvärdheten att åstadkomma en breddning av underlaget för den statliga konsumentupplysningen. Men det finns ett annat skäl, som med nästan lika stor styrka talar för ökad samordning på förevarande område, nämligen att vi så långt möjligt *måste undvika allt dubbelarbete, som splittrar de tillgängliga resurserna av personal, utrustning och pengar*. Det är ex.vis självklart att kon-

sumentinstituten inte bör ta på sig arbetsuppgifter, för vilka andra forskningsorgan har särskilda och bättre förutsättningar. Även eljest på konsumentområdet bör vi sträva efter att låta en forskningsuppgift falla på den eller de institutioner, som kan bedömas ha de bästa personella och materiella förutsättningarna att klara uppgiften. Det åvilar författningens enligt statens konsumentråd att vaka över denna koordinering.

I detta sammanhang förtjänar att erinras om vad statsmakterna uttalade år 1961 i samband med beslut om utbyggnad av statens provningsanstalt. I proposition nr 1961:41, som godkändes av riksdagen, underströk föredragande departementschefen, att alla ansträngningar måste göras för att vinna en ur ekonomiska och andra synpunkter värdefull samordning av tillgängliga resurser på provningsområdet. Som motiv åberopades bl. a., att den snabba tekniska utvecklingen kräver alltmer komplicerade instrument och apparatur, representerande mycket stora anskaffningsvärden, och att förvärv på ett håll inom den statliga och statsunderstödda sektorn av dyrbar utrustning, som redan finns tillgänglig på annat håll inom nämnda sektor, så långt möjligt bör undvikas.

Men om koordineringen av konsumentområdet i stort vilar på statens konsumentråd, kvarstår spörsmålet om den lämpliga organisationen av det dagligen *löpande samarbetet mellan konsumentinstitutet, såsom sammanställare av upplysningsmaterial från olika håll, och de berörda utomstående forskningsinstitutionerna*. Utredningen tänker på allt det rutinarbete, som behövs för hopsamling och redigering av undersökningsmaterialet. Den samordningen måste äga rum i form av direktkontakter mellan institutionerna.

I fråga 11 f var utredningen inne på om ansvaret för att ett *dylikt löpande samarbete* etableras och fungerar bra skall åvila konsumentinstitutet eller vederbörande främmande forskningsinstitution. Flertalet tillfrågade ansåg att konsumentinstitutet borde svara för att det blir goda löpande kontakter med utomstående forskningsinstitutioner. Det är också utredningens uppfattning. Specialforskningsinstitutet ex.vis ser inte som något primärt att sprida konsumentupplysning och har därför svårt att avsätta personal särskilt för den uppgiften. Forskningsinstitutionerna saknar också som regel befattningshavare med förmåga att redigera om upplysningsmaterialet på ett sådant sätt att det förstås av en bredare publik. Det synes också ur finansiella synpunkter rationellare att koncentrera den personal, som skall syssla med här avsedda samarbetsuppgifter, till en institution, i detta fall konsumentinstitutet. Härtill återkommes senare.

Internationellt samarbete

Rörande utnyttjande i Sverige av resultat från konsumentvaruundersökningar i andra länder har från bl. a. pressens sida klagats över att konsumentinstitutets publikationer inte innehåller referat från dylika undersökningar. I vart fall bör anvisningar kunna ges om var någonstans väsentliga

utländska forskningsresultat på konsumentvaruområdet finns att hitta, säger man.

Det åligger statens konsumentråd att följa konsumentverksamheten i andra länder. Rådet har även viss rapporteringsskyldighet till internationella organ. Arbetet med rådets internationella kontakter samt uppföljning av utvecklingen i andra länder omhänderhas av en på rådets sekretariat mot timarvode anställd arbetskraft. Arbetsuppgifterna, utom kontakterna med och informationen om de övriga nordiska länderna, förutsätts ta högst en fjärdedel av normalt heltidsarbete.

Genom sitt medlemskap i The International Office of Consumers Unions (IOCU) får rådet och även konsumentinstitutet löpande uppgifter om vad som händer på konsumentområdet i ett 20-tal länder. IOCU publicerar en bulletin, innehållande internationella översikter över åtgärder och aktiviteter på konsumentområdet, vidtagna av samhällseliga instanser eller privata konsumentorgan. Bulletinen ger vidare uppgifter om internationella konferenser, som rör konsumentproblem, konsumenterna eller konsumentupplysning. Den ger också listor på nyutkommen litteratur och stencilerade rapporter som rör konsumentområdet. I bulletinen återfinns därjämte sammanställningar över vilka varor och tjänster som provats av konsumentorganen.

En annan viktig informationskälla för rådet är de olika utländska konsumenttidsskrifter, som rådet prenumererar på eller eljest får del av. Det gäller ett 15-tal publikationer från 12 länder. Ytterligare en informationskälla av värde är den periodiska stencilen Consumer Affairs Bulletin, utgiven av the International Cooperative Alliance. I den ges sammanfattande internationella rapporter om konsumentfrämjande aktiviteter av olika slag och på olika plan.

Till rådets bibliotek införskaffas vid behov utländsk facklitteratur som rör konsumentområdet. Någon systematisk accession äger dock inte rum. Inhämtad information om konsumentforskning, jämförande provningar och konsumentupplysning i utlandet, dock inte Skandinavien, ställs samman i en stencilerad rapport: Konsumentnytt från utlandet. Denna rapport utkom under verksamhetsåret 62/63 med tre nummer. Den delges konsumentrådets ledamöter och går även ut till pressen (14 tidningar) samt Radio-TV.

Det nordiska samarbetet och informationsutbytet sker främst inom ramen för den Nordiska kommittén för konsumentfrågor. Sverige representeras f. n. i kommittén uteslutande av ledamöter i konsumentrådet. Rådets sekreterare har ansvaret för sekretariatsarbetet i Sverige. Via särskilda arbetsgrupper med företrädare för de olika nordiska ländernas berörda forskningsinstitutioner utövas också ett långtgående praktiskt samarbete.

Den nordiska kommittén för konsumentfrågor har bl. a. låtit sammanställa en forskningskatalog i avsikt att underlätta informationsverksamheten

beträffande nordiska undersökningsprojekt på konsumentområdet. Katalogen är uppställd i lösbladssystem och omfattar fem delar. En av dessa innehåller uppgifter om institutionerna och övriga fyra delar korta projektbeskrivningar. Katalogen består f. n. av ca 600 blad. Det är kommitténs avsikt att efter ytterligare någon tids försöksverksamhet överarbeta katalogen, om det visar sig att den inte fyller de uppgifter som man från början räknade med.

Vad nu sagts visar att det görs en hel del i vårt land, när det gäller att hämta in och ställa samman utrikes erfarenheter och rön på konsumentområdet. Men det förekommer inte något urval i presentationen. Materialet förs inte heller fram på ett sådant sätt att det når en bredare publik.

Som utredningen sagt förut måste vi sträva efter att få en så bred bas som möjligt för den statliga konsumentupplysningen. Därvid bör även *prövas att använda resultat, som kommer fram i den utländska konsumentvaruforskningen*. Särskilt ett samarbete de nordiska länderna emellan har förutsättningar att ge gott utbyte. Ett sådant samarbete äger också redan nu rum. Huvudsyftet är att undvika dubbelarbete genom en arbetsfördelning inom forskningen och gemensamt utnyttjande av forskningsresultat i upplysningsarbetet. Denna verksamhet är värdefull och torde komma att med all kraft drivas vidare inom bl. a. den Nordiska kommittén för konsumentfrågor.

Utredningen anser att man bör pröva värdet i Sverige av även en del utanför de skandinaviska länderna genomförda undersökningar. Förekommande olikheter mellan vårt land och undersökningslandet när det gäller varusortiment, kvalitetskrav, provningsmetoder m. m. kan visserligen medföra att testresultaten ibland inte går att översätta till svenska förhållanden. Men alla möjligheter bör beaktas att från utlandet hämta in, presentera och nyttiggöra vad som kan bedömas vara av värde för de svenska konsumenterna. Erforderlig redigering av dylikt material, liksom av tillgängligt material från de nordiska länderna, bör kunna omhänderhas av konsumentinstitutets upplysningsavdelning och presentationen äga rum i institutets periodiska tidskrift.

Upplysningsverksamheten

Allmänna synpunkter

Den naturliga riktpunkten i upplysningsarbetet är att nå en så stor del av konsumenterna som möjligt. Det förutsätter att många olika vägar används för att sprida informationsmaterialet. Det förutsätter också att ett och samma ämne presenteras i flera olika former alltefter syftet med upplysningen.

Även med en dylik differentiering finns det många *förhållanden*, som *medverkar till att minska konsumentupplysningens effekt*. Hit hör sådana faktorer som individuella estetiska värderingar, modets växlingar och begränsningar i valet av inköpskälla, ex.vis på grund av tidsnöd eller av trivsel-skäl. Vidare tillkommer att upplysning av köprådskaraktär som regel är nyttig för bara ett fåtal av konsumenterna, nämligen dem som är köpare av varan vid den tidpunkt, då informationen ges. Självfallet bestäms konsumentupplysningens inverkan på människorna även av sådana saker som olikheter i krav och önskemål, i ekonomisk standard, i vilja resp. förmåga att betala ett högre pris för en kvalitetsmässigt bättre vara etc. Det är inte möjligt — eller av psykologiska och andra skäl ens önskvärt — att undanröja alla de vanskligheter, som sålunda möter i konsumentupplysningen.

Av olika nu utnyttjade *vägar för upplysningsmaterialets spridning* är dags- och veckotidningspressen samt radion och televisionen de viktigaste direkta kanalerna. I konsumentupplysningsarbetet är engagerade även skolorna och de frivilliga folkbildningsorganisationerna, liksom löntagare- och kvinnoorganisationerna. Den reguljära fackpressen samt konferenser, föreläsningar och utställningar är andra ofta anlitade media i en aktiv konsumentupplysning.

I fråga om *upplysningsmaterialets utformning* kan man tänka sig åtminstone fyra olika grader av bearbetning. Det enkla pressmeddelandet behöver bara i text på låt oss säga femton, tjugo rader orientera om att någonting har ägt rum på konsumentområdet samt kort ange innehållet i detta skeende. För en hel del människor innebär ett sådant meddelande tillräcklig upplysning. Åtskilliga av konsumenterna önskar emellertid gå vidare i ämnet och bör då kunna ta del av en kortfattad, lättläst uppsats. Det är för henne eller honom vanligen tillräckligt som allmäninformation. Står vederbörande inför ett köp av den vara, som upplysningen avser, eller gäller det en journalist, vilken tänker skriva en artikel omkring det aktuella ämnet, behövs en än utförligare presentation, kanske också med tillhandahållande helt eller delvis av primärmaterialet till den bakomliggande undersökningen. Slutligen har vi alla dem, som undervisar i konsumentupplysande ämnen. De måste ofta ha tillgång till ett mycket djupträngande material, i första hand den vetenskapligt utförda undersökningsrapporten, men ofta också annat arbetsmaterial från de praktiska proven. De önskar även ofta ha stoffet pedagogiskt bearbetat och vill ibland komplettera med besök på platsen för undersökningen.

Vilka vägar som anlitas för att nå konsumenterna och hur upplysningsmaterialet utformas beror alltså i allmänhet av den *inriktning, som i det särskilda fallet eftersträvas hos informationsverksamheten*. Verksamheten kan ex.vis, såsom inom skolorna och folkbildningsarbetet, vara inriktad på

en mera allmän konsumentuppföstran, d. v. s. syfta till att lära konsumenterna att självständigt analysera såväl de egna behoven som varornas pris och kvalitet, ställda i relation till varandra, samt reklamen omkring varorna. Verksamheten kan också vara inriktad på att ge konsumenterna aktuella upplysningar i fråga om de varje dag uppkommande köpsituationerna. Båda typerna av information är nödvändiga och kompletterar varandra. De utövas också parallellt här i landet. Dock dominerar köpråden stort, medan utrymmet för sådant kunskapsmeddelande, vilket mera kan vara ägnat att öka allmänhetens insikt i konsumentproblematiken, är ganska begränsat.

Sistnämnda förhållande finns anledning att beklaga. En ökning av genomslagskraften hos den statliga konsumentupplysningen blir enligt utredningens mening svår att genomföra, om inte *konsumenterna först görs mottagliga på ett annat sätt än nu för en fortlöpande saklig pris- och varuinformation*. Det kan åstadkommas blott genom en på allmän konsumentuppföstran inriktad upplysningsverksamhet. En del sådan verksamhet äger redan nu rum på initiativ av statens konsumentråd. Men mycket mer kan och bör göras på detta viktiga område. Bl. a. torde resultaten av sådana sociologiskt anknutna undersökningar, som utredningen förut (s. 24) har talat om, kunna läggas till grund för en informationsverksamhet med främsta syfte att intressera människorna för konsumentproblematiken och därmed på sikt hos dem skapa den eftersträfvade, analyserande attityden visavi bl. a. konsumentvarornas pris, kvalitet och andra egenskaper.

Det är överhuvudtaget önskvärt att konsumentupplysningsorganen anstränger sig att undan för undan variera informationsverksamhetens uttrycksformer. Dessa går nämligen inte att lägga fast en gång för alla. Anpassning måste i första hand äga rum till upplysningens innehåll och inriktning. Men det måste också ske en *successiv förnyelse av metodiken i upplysningsarbetet*. Det är nästan nödvändigt om inte hela verksamheten skall tappa i intresse och aktualitet och därmed förlora i kraft.

Vid en dylik modernisering av den statliga konsumentupplysningen bör enligt utredningens mening upplysningsorganen inte väja för att när det gäller informationsmaterialets spridning pröva olika media, vilka på andra håll, ex.vis i turistvärvande och exportfrämjande sammanhang, liksom i reklamen, har visat sig äga god genomslagskraft. Utredningen tänker på sådana saker som filmer, att visas som förspel på biograferna, betald »annonsering» i tidningarna vid behov, deltagande med egna montrar vid de stora varumässorna, ljustextinformation etc. Självfallet måste i varje särskilt fall upplysningens art bestämmas av resp. mediums möjligheter. I de nämnda fallen blir det väl ofta bara fråga om att lämna en kort orientering om den statliga konsumentupplysningens ändamål och verksamhet med angivande av vart konsumenterna kan vända sig för att få den ytterligare information de vill ha i en viss fråga. Redan detta är emellertid nyttig upplysning.

Kraven på differentiering i upplysningsarbetets metodik reser långtgående anspråk på de organ som skall svara för detta arbete. De skall kunna tillhandahålla ett material, som tillgodoser både den enskilde konsumentens önskemål om kortfattad, lättillgänglig allmän-information och vidareupplysarnas behov av ett mera djupträngande upplysningsstoff att läggas till grund för utarbetande av tidskriftsartiklar, föreläsningar, studiecirklar etc. Det är en av utredningens huvuduppgifter att för den statliga konsumentupplysningen medverka till en organisation, som via en aktiv service möter kraven på tillgång till ett på bred bas differentierat upplysningsmaterial.

Pris, kvalitet, service

Redan varudistributionsutredningen underströk i sitt betänkande SOU 1955: 16, att konsumentupplysningen så långt möjligt bör omfatta både kvaliteten och priset på en vara liksom, i förekommande fall, den service som erbjuds vid varans försäljning. Först när köparen äger kunskaper i alla dessa tre hänseenden, är det möjligt för honom att göra den rätta avvägningen huruvida ett inköpsalternativ är bra eller dåligt. Till grund för en sådan avvägning behövs ett upplysningsmaterial, som blott kan åstadkommas genom ett nära samarbete mellan de varuforskande och pridforskande institutionerna.

Den reservationen måste göras, att undersöknings- resp. upplysningsverksamheten vid de skilda institutionerna ofta inte är av den arten eller har den inriktningen, att det är möjligt i varje särskilt fall att vinna en samordning. Sålunda bedriver konsumentinstitutet i stor utsträckning en verksamhet, som gäller planering av förvarings- och arbetsutrymmen, mönster för tillverkning av kläder, skötsel och vård av maskiner i hushållet etc. Pris- och kartellnämnden å sin sida verkställer skilda undersökningar på pris- och konkurrensområdet, som inte direkt kan användas för att belysa prisutveckling och prisdifferenser på enskilda varor i samband med kvalitetsredovisningar. Det går inte heller alltid att i tiden samordna kvalitetsundersökningar och prisundersökningar på enskilda varor.

Den sistnämnda vanskligheten kan i stor utsträckning bemästras genom ett nära samarbete mellan de berörda varuforskande och prisundersökande institutionerna. Prisövervakningskommittén gjorde också år 1961 bestämda uttalanden till förmån för ett närmande mellan pris- och kartellnämnden samt, i första hand, konsumentinstitutet och varudeklarationsnämnden. I anslutning till presentationen av jämförande undersökningar om en varas egenskaper skulle därvid, anförde kommittén, prisfrågan kunna behandlas inte bara med angivande av riktpriiset utan mera utförligt, såsom med uppgifter om ev. prisspridning, riktprisunderskridanden etc. Kommittén rekommenderade förty utvidgade kontakter mellan pris- och kartellnämnden samt konsumentinstitutet m. fl. institutioner, vilka forskar och undersöker på konsumentområdet.

Utredningen nödgas konstatera att denna rekommendation av prisövervakningskommittén ännu inte har avkastat några mera betydande resultat. Blott ett par, tre gånger under de senaste åren har genom ett aktivt samarbete mellan pris- och kartellnämnden samt konsumentinstitutet frågorna omkring en varas (motsvarande) pris—kvalitet eller pris—service fått sin samtidiga och allsidiga belysning. Det talar för att den tänkta samarbetsformen — underhandskontakter efter initiativ av företrädare för endera pris- eller forskningssidorna — ej fungerar på ett tillfredsställande sätt.

För att i framtiden bättre utnyttja de möjligheter, som ändock finns till samtidig information om en varas pris, kvalitet, service, bör fastare former skapas för löpande samråd mellan pris- och kartellnämnden samt konsumentinstitutet. Utredningen anser en lämplig ordning härför vara att *pris- och kartellnämnden samt konsumentinstitutet håller regelbundet återkommande sammanträden för ömsesidig information.*

Vid sådana sammanträden bör ämbetsverken företrädas av, förutom sina resp. chefer, den eller dem inom verket, som har hand om upplysningsverksamheten. På förslag av endera konsumentinstitutet eller pris- och kartellnämnden må annan institution, som arbetar på konsumentområdet, inbjudas att närvara och delta. Vid sammanträdena bör orienteras om resp. institutioners pågående undersökningar, och planerade projekt tas upp till diskussion. Underlag torde därmed erhållas för ett bättre utnyttjande av de tillfällen, som yppar sig att utföra gemensamma upplysningsaktioner.

Utredningen förutsätter att uppkommande kostnader, ex.vis för resor i anslutning till sammanträdena, skall kunna rymmas inom ramen för de hos resp. institutioner tillgängliga medel.

Gemensam konsumenttidskrift

Utredningen tog i sina rundskrivelser upp frågan om en för hela konsumentområdet »gemensam» upplysningstidskrift, innehållande i övervägande grad »populärt» hållet material. Med »gemensam» åsyftas därvid en tidskrift, som tar in artiklar från inte bara konsumentinstitutet utan även andra statliga och statsunderstödda institutioner, vilka i sin verksamhet kommer in på frågor om konsumentvarornas pris, kvalitet etc.

Det är svårare att kortfattat ange vad som avses med ett »populärt» hållet upplysningsmaterial. Som popularisering kan väl i det här sammanhanget betecknas varje avvikelse från den vetenskapligt utförda undersökningsrapporten för ändamål att göra innehållet i densamma tillgängligt för personer utanför det egna facket. Det säger oss att »populärt» är någonting relativt: En redogörelse, vilken på ett håll framstår som mycket lättbegriplig, representerar på ett annat håll högsta fackkunskap. I resonemanget om en konsumenttidskrift med i övervägande grad »populärt» hållet upplysningsmaterial har vi alltså en vid skala att röra oss inom.

När utredningsarbetet började var det naturligtvis inte klart vilken typ

av konsumenttidskrift, som utredningen kunde komma att stanna för. Som ett av flera tänkbara alternativ skisserades i utredningens frågeskrivelser en tidskrift, vilken avsågs riktad direkt till konsumenterna. Nästan samtliga svarande organisationer och institutioner har tillstyrkt en tidskrift med dylik uppläggnig.

Sju av de tillfrågade instanserna förordar dock ett annat alternativ. De rekommenderar ökad användning i konsumentupplysningsarbetet av de sedvanliga direktkanalerna dags- och veckotidningspressen samt radion och televisionen. Den föreslagna gemensamma konsumenttidskriften skulle därvid kunna utformas med tanke på att i första rummet tillhandahålla skolorna, det frivilliga folkbildningsarbetet och övriga vidareupplysare ett ändamålsenligt grundmaterial för undervisning m. m.

I den offentliga debatten i vårt land omkring konsumentupplysningsfrågorna, särskilt publiceringen, har stor uppmärksamhet ägnats verksamheten inom det norska Forbrukerrådet. Dess tidskrift Forbrukerrapporten har på många håll här uppställts som mönster för en god konsumentpublikation.

Forbrukerrådet är ett av norska staten upprättat organ. Rådet forskar inte i egen regi utan beställer undersökningar hos utomstående forskningsinstitutioner m. fl. Däremot svarar rådet självt för en omfattande upplysningsverksamhet på konsumentområdet.

Kostnaderna för rådets administration och för undersökningarna finansieras genom statsanslag och inkomster, som rådet har i publiceringsverksamheten. Budgeten beräknas för år 1964 komma att omsluta 1,8 milj. n. kr., varav 1 milj. n. kr. stannar på staten.

Resultaten av undersökningarna publiceras i *Forbrukerrapporten*. Den utkommer med sju nummer om året och kostar i årsprenumeration tio n. kr. Upplagan är f. n. ca 90 000. Tidskriften innehåller, förutom resultat av undersökningar, som rådet beställt, varuorienteringar och översikter över olika varugrupper med upplysningar om priser, varutyper o. dyl. Framställningarna är starkt populariserade. I fråga om lay-out, bildmaterial och yttre utförande i övrigt påminner *Forbrukerrapporten* om flertalet av våra svenska veckotidningar. Resultaten av jämförande varuundersökningar redovisas öppet, d. v. s. med angivande av varubeteckning och namn på tillverkare. Som regel ges bestämda rekommendationer om »bästa köp». Det bör i detta sammanhang anmärkas, att vid återgivning av undersökningresultaten dags- och veckotidningspressen, liksom radion och televisionen, inte anger varu- och tillverkarnamn. *Forbrukerrapporten* intar härigenom en monopolställning i vad gäller en fullständig redovisning av den norska statliga konsumentvaruforskningen.

Forbrukerrapporten innehåller även annat konsumentupplysningsmaterial, ex.vis Hvilke rettigheter har vi som forbrukere? Hvilken sikkerhet

gir en garanti? Orientering om köpsloven. Frihandelsområdet etc. Forbrukerrådet har också gett ut icke-periodiska tidskrifter, bl. a. Tenk för du handler, Köp kött riktigt samt Köpebok för sengeutstyr och hvitvarer.

Resultaten av de undersökningar, som utförs vid *statens institut för konsumentfrågor*, publiceras i tekniska rapporter, i särskilda broschyrer och i en periodiskt utkommande tidskrift. I dessa publikationer tas ibland in material även från andra stats- eller statsunderstödda institutioner, däribland statens konsumentråd, varudeklarationsnämnden och statens institut för byggnadsfrågor. Konsumentinstitutets publiceringsverksamhet balanserar f. n. på sammanlagt i runt tal 350 000 kr om året.

Konsumentinstitutets periodiska tidskrift heter *Råd och rön*. Den utkommer mer 10 nummer om året. Prenumerationsavgiften är fem kr. och upplagan f. n. 50 000 exemplar. Tidskriften orienterar om institutets fortlöpande undersökningar, informerar om konsumentupplysande litteratur, ger praktiska anvisningar rörande skötsel och vård av olika varor m. m. för hemmet samt rekommenderar eller avråder från inköp och användning av skilda typer av hushållsartiklar. Bestämda köprekommendationer förekommer inte.

Råd och rön kompletterar även serien *Köpråd*. I den redovisas — ofta med angivande av namn på tillverkare och beteckning på varan — resultaten av jämförande kvalitetsbedömningar. Serien vill ge konsumenten råd inför köp av en viss vara. Av *Köpråd* har hittills utkommit fem nummer, vart och ett gällande en bestämd vara eller varuområde.

Skriftserien *Konsumentinstitutet meddelar* innehåller de tekniska forsknings- och undersökningsrapporterna från konsumentinstitutets arbete. Den avses för olika kategorier av fackfolk, såsom pedagoger, tekniker, producenter m. fl. I denna serie har också publicerats resultaten av vissa sociologiska undersökningar rörande arbete och hem.

Institutets *övriga skrifter*, sammanlagt ett femtontal hittills, behandlar var för sig ett speciellt intresseområde. »Rent hus» ex.vis beskriver metoder, medel och redskap för städning, »Tvättboken» diskuterar hela tvättfrågan o. s. v. Tanken med dessa skrifter är att konsumenten skall kunna få den samlade bilden av en hel fråga i *en* skrift, som skall gå att köpa i bokhandeln.

Under den presspolemik, som förra vintern ägde rum omkring den statliga konsumentupplysningen, blev konsumentinstitutets skrifter föremål för rätt stark kritik. Särskilt angreps »Råd och rön». Man hävdade att texten var tung och tråkig och bildurvalet föga representativt. Tidskriften ansågs över huvud taget inte journalistiskt redigerad. Samtidigt bedömdes innehållet alltför torftigt för att kunna utgöra materialunderlag för olika kategorier av vidareupplysare.

I svaren på utredningens frågeskrivelse II möter inte en lika negativ inställning till konsumentinstitutets publikationer. Utredningen anser också att presskritiken förra året ibland sköt över målet. Men visst kan och bör institutets tidskrifter i olika hänseenden förnyas. Det gäller både i fråga om det sakliga innehållet och den yttre utformningen.

Vi får en önskvärd breddning av det sakliga innehållet vid bifall till vad utredningen tidigare har föreslagit om ett bättre samarbete mellan vissa forskningsinstitutioner på konsumentområdet och om friskare initiativ över huvud taget, när det gäller att tillföra publikationerna konsumentupplysande stoff av varierande inriktning. Även i fråga om lay-out och yttre utförande i övrigt bör särskilt den periodiska tidskriften kunna göras attraktivare för att nå ut till en vidare publik. Men då måste i större utsträckning än f. n. journalister utnyttjas i publiceringsverksamheten. Tidskriften måste även ges en bestämd målsättning. »Råd och rön» försöker nu kombinationen att i godtagbar omfattning informera både konsumenterna direkt och olika kategorier av vidareupplysare, såsom press, radio, folkbildningsorganisationer m. fl.

Angående den lämpligaste utformningen av en för hela konsumentområdet gemensam tidskrift har utredningen vid sina övertväganden stannat för att *innehållet* i densamma *bör redigeras med tanke på att gå direkt ut till konsumenterna*. Den därvid erforderliga graden av popularisering av upplysningsstoffet är svår att uttrycka. Karaktären hos en tidskrift av denna art blir ytterst beroende av vem eller vilka som ombesörjer tidskriftens redigering. Huvudändamålet bör emellertid vara att till de svenska hemmen förmedla saklig och vederhäftig information på konsumentområdet i en stil som lätt förstås av en bredare publik. Samtidigt anser utredningen att det i vårt land med dess mycket rika veckotidningsflora inte finns underlag för att på konsumentområdet ge ut en publikation av liknande utförande som den i Norge. Jämfört med Forbrukerrapporten syftar alltså utredningen för den svenska konsumentpublikationens del till en stramare uppläggning.

Den av utredningen sålunda förordade tidskriften bör kunna få en ganska stor läsekrets. Skriften blir som nämnts värdefull redan därigenom, att den presenterar material från hela det statliga och statsunderstödda konsumentvarufältet. En ledigare redigering kommer också att göra sitt till för att underlätta tidskriftens spridning. På ledarplats bör tas in artiklar, vilka behandlar konsumentfrågorna mera principiellt och därigenom medverkar till att väcka människornas intresse för konsumentproblematiken. Tidskriften bör också som en form av allmäninformation med konsumentfostran som mål utföra egna intervjuer och reportage på konsumentområdet. Vidare bör i tidskriften finnas artikelreferat och litteraturanmälningar liksom även referat från utländsk konsumentforskning. Man kan också tänka sig en läsarnas frågespalt. Tidskriften bör även innehålla

redogörelser från det frivilliga folkbildningsarbetet om studiecirklar, föreläsningsserier etc. med konsumentupplysande innehåll. Den bör över huvud taget presentera material om vad som händer på konsumentområdet, såsom notiser om pågående undersökningar och planerade nya dylika. Därigenom och genom att väcka nya frågeställningar på konsumentområdet bör tidskriften kunna lämna betydelsefulla bidrag till den allmänna debatten omkring upplysningsverksamheten. För att kunna nå så många som möjligt bör tidskriften även finnas tillgänglig vid sedvanliga tidningsförsäljningsställen.

Utredningen är medveten om att press, radio, folkbildningsorganisationer m. fl. i blott ringa utsträckning kan använda en så utformad tidskrift som materialunderlag, när det gäller att föra det konsumentupplysande stoffet vidare. I upplysningsarbetet kommer det därför fortfarande att finnas behov av tidskrifter som »Konsumentinstitutet meddelar», »Pris- och kartellfrågor», »Vår föda» och andra liknande fackpublikationer från resp. specialforskningsinstitut.

Men den nya konsumenttidskriften i populärutförande blir värdefull också för vidareupplysarna. Den kommer för dem att tjäna som ett löpande register över vad som händer på konsumentområdet. Den blir då också en inspirationskälla, därur idéer och uppslag kan hämtas för vidare bearbetning. Då tidskriften även kommer att informera om utvecklingen för den närmaste framtiden blir den till god hjälp i planeringsarbetet, särskilt för dem av vidareupplysarna, som måste arbeta med långa förberedelsestider.

Utredningen vill sammanfattningsvis understryka värdet av att den statliga konsumentupplysningen via något medium — enligt utredningens uppfattning lämpligast en gemensam periodisk konsumenttidskrift i populärutförande — löpande sprider kännedom om aktuella fakta på konsumentupplysningsområdet. Att få sådan kännedom är betydelsefullt både för den enskilde konsumenten och för alla dem, vilka ser som en samhällselig uppgift att föra det konsumentupplysande materialet vidare. Just detta att en konsumenttidskrift i populärutförande är nyttig för *alla* har varit huvudmotivet för utredningen att välja ett sådant utförande och ej stanna för att innehållet i tidskriften skall vara mera kvalificerat, mera djupträngande och därmed riktat i första hand till vidareupplysarna. Men självfallet är det den statliga konsumentupplysningens uppgift att tillhandahålla *även* ett sådant mera utförligt material.

Press, radio och TV

Press, radio och TV är som nämnts de viktigaste direkta kanalerna i konsumentupplysningsarbetet. Via dem når informationen snabbt ut till en mycket bred publik. Anlitande av massmedia är därför särskilt lämpligt, när man vill att upplysningen skall nå konsumenterna direkt.

Redan nu finns ett mycket stort intresse hos pressen för att ta in konsumentupplysande artiklar. Materialet hämtas framför allt från konsumentinstitutets och pris- och kartellnämndens pressmeddelanden samt periodiska och andra skrifter. Denna publicitet är så omfattande att den under nuvarande förhållanden t. o. m. skapar vissa problem: Kraven på konsumentinstitutets möjligheter att stå till tjänst med kompletterande material och undersökningar har ökat i sådan mån, att institutets personella och materiella resurser inte räcker till. Men i sig självt är naturligtvis pressens stora intresse för konsumentfrågorna ett positivt inslag i bilden.

Vi har alltså all anledning att glädja oss åt att det konsumentupplysande materialet genom medverkan av pressen når ut till en långt större krets än som skulle ha skett via konsumentinstitutets egna publikationer. Stora ansträngningar bör därför göras för att vinna goda löpande kontakter mellan upplysningsorganen och pressen.

Från pressens sida har hävdats bl. a., att *konsumentinstitutets bildservice* inte är tillfredsställande. Det har gällt begränsningar i fråga om lånetiderna, svårigheter att snabbt få kopior etc.

Konsumentinstitutet har inte egen fotograf anställd hos sig och disponerar inte heller över ett mörkrum för kopieringar m. m. Institutet är alltså för fotoservicen helt beroende av utomstående arbetskraft. Det är klart att det under sådana förhållanden kan vara svårt ibland för institutet att tillgodose de krav, som pressen reser på tillgång till en snabbt och effektivt arbetande bildtjänst.

Kostnaderna för framställning av bilder hos konsumentinstitutet under budgetåret 1962/63 översteg 15 000 kr. Med en av utredningen förutsatt ökning av konsumentinstitutets verksamhet från och med den 1 juli 1964 kommer det antagligen att ställa sig ekonomiskt fördelaktigare att på arvodesbasis eller eljest fast knyta till institutet en fotograf på tills vidare deltid. Utredningen föreslår att så sker. I det sammanhanget bör också ett mörkrum för kopieringsarbeten ställas i ordning inom institutets lokaler. Vid bifall därtill torde institutet i framtiden kunna tillhandahålla pressen en jämfört med nu effektivare bildtjänst.

Radion och televisionen ägnar kanske inte konsumentupplysningsfrågorna lika stor uppmärksamhet som pressen. För TV:s del har dock programtiden på sistone utökats och de personella resurserna förstärkts.

Den ringa bredden i framträdandena torde ha flera orsaker. En är de långa förberedelsetiderna. TV kan behöva ända upp till ett halvår för att producera ett enda program och än längre tid för att lägga upp en serie av sändningar. Det innebär att programmet sändningsdagen helt eller

delvis har förlorat sitt nyhetsvärde. Därför finns ett önskemål från Radio-TV att framkommande upplysningsmaterial skall förstagångspresenteras samtidigt i upplysningsorganens publikationer etc. och i Radio-TV.

Utredningen förstår att Radio-TV vill ha det så. Det är även möjligt att den samlade effekten hos konsumentinformationen blir större, om den slås fram längs flera olika vägar på en gång. Utredningen kan likväl inte ansluta sig till tanken på en fullständig samordning i tiden vad gäller presentationen. Det skulle bl. a. kunna föranleda att redan framtaget och sammanställt upplysningsmaterial — hos konsumentinstitutet eller hos specialforskningsinstitutet — fick i kanske flera månader »hållas inne».

Men självfallet bör upplysningsorganen sträva efter att så tidigt som möjligt hålla Radio-TV, pressen och de andra vidareupplysarna underrättade om när nya undersökningar planeras, hur långt pågående projekt fortskridit samt när resultaten av sådana projekt kan beräknas ligga framme. Inom ramen för en dylik service bör Radio-TV kunna få del av undersökningsrapporterna redan i manuskriptform, varigenom skapas ett visst tidsutrymme till förberedelser. Eljest anser utredningen att med de rika möjligheter till variationer i framträdandena, som särskilt televisionen förfogar över, bör inte Radio-TV på konsumentupplysningsområdet vara så beroende av om innehållet i programmet representerar ett bestämt nyhetsvärde eller ej.

Det är emellertid inte förevarande utrednings sak att närmare gå in på frågan hur den konsumentupplysande programverksamheten i Radio-TV bör läggas upp. Som nämnts tidigare (s. 14) är den frågan föremål för särskilda undersökningar genom den sittande radioutredningen.

Det finns anledning att räkna med att såväl pressen som radion och televisionen framöver kommer att ägna konsumentfrågorna ökad uppmärksamhet i samma mån som forsknings- och undersökningsverksamheten på konsumentområdet utvidgas att gälla nya varugrupper. Det förutsätter emellertid också att upplysningsorganen åt massmedia tillhandahåller bättre service. En del förslag i sådant syfte har utredningen redan lagt fram. Bl. a. kommer den nya tidskriften att förenkla för press, radio och TV att hålla sig underrättade om vad som löpande händer på konsumentområdet. Och vid bifall till vad utredningen nyss förordat om en fotograf m. m. vid konsumentinstitutet kan räknas med en effektivisering av institutets bildtjänst. För att ge stadga åt de löpande kontakterna med press, radio och TV föreslår också utredningen längre fram i betänkandet inrättande av en tjänst som pressombudsman.

Från många håll, bl. a. från pressen, har efterfrågats ett *samlingsregister på konsumentområdet*, vari skulle informeras om resultaten av tidigare utförda konsumentundersökningar.

Ett sådant register har vi redan i den av Nordiska kommittén för konsumentfrågor uppsatta forskningskatalogen. Den är emellertid inte särskilt

överskådlig. Den är inte heller så lätthanterlig. Men framförallt är den inte aktuell genom att kompletteringar inte har kunnat ske tillräckligt snabbt.

Utredningen föreslår, att utformningen av ifrågavarande register provas om. Registret bör samtidigt flyttas över till konsumentinstitutet, där uppställning och löpande skötsel av detsamma kan anförtros den befattningshavare, som utredningen i det följande förordar skall förestå konsumentinstitutets löpande rådgivning per brev, telefon och vid personliga besök. Om kompletteringar till registret bör orienteras i den nya konsumenttidskriften. Registret bör nytryckas en gång om året för att underlätta sökandet.

Skolorna

Utredningen har tidigare understrukit betydelsen av att ökat utrymme bereds en mera allmänt inriktad upplysningsverksamhet, som syftar till konsumentfostran. En så inriktad upplysning blir särskilt värdefull om den förläggs till skolorna — den kan hos ungdomarna grundlägga ett bestående intresse för de många problem, som möter på konsumentområdet.

Inom det allmänna skolväsendet meddelas konsumentundervisning i ämnet hemkunskap, i viss mindre utsträckning också i ämnena samhällskunskap och slöjd. Undervisningen är både teoretisk och praktisk. I *grundskolan* — som inom de närmaste åren kommer att vara helt genomförd — är hemkunskap obligatoriskt ämne för samtliga elever, flickor som pojkar. För undervisningen är iordningställda särskilda utrymmen, såsom undervisningskök, hemvårdsavdelning med ett »allrum», tvättavdelning etc.

Enligt grundskolans läroplan har eleverna i *årskurs 7* undervisning i hemkunskap sammanlagt 4 veckotimmar. Målet för denna undervisning är att göra eleverna förtrogna med de arbetsuppgifter som förekommer i ett hem. Undervisningen skall vidare ge eleverna intresse för och grundläggande kunskaper om frågor, som rör kost, bostad, kläder och konsumtion. Den bör också bidra till elevernas ekonomiska fostran och konsumentfostran samt ge insikt i frågor rörande hem och familj, ävensom söka utveckla elevernas sinne för kvalitet och odla deras smak. Huvudmomenten är beredning av näringsmässigt fullvärdig kost (grundläggande principer för rationell matlagning och bakning), vård av det egna rummet (daglig städning och annan rengöring) samt vård av egna kläder (t. ex. tvätt, strykning, pressning).

Som föremål för undervisning anges i anvisningarna till timplanen särskilt »Varudeklarationer, varubedömningar» och »Prisberäkningar». Det heter också i anvisningarna bl. a. följande: »All undervisning i hemkunskap skall ge konsumentfostran, inte minst ekonomiundervisningen, där i lämpliga sammanhang infogas diskussioner om reklamens för- och nackdelar för konsumenten samt en objektiv varuupplysning.»

I *årskurs 8* kan eleverna välja hemkunskap som tillvalsämne. Undervisningen skall då främst inriktas på familje- och konsumentfostran.

I årskurs 9 förekommer den mest omfattande undervisningen på området inom hushållstekniska linjen med 4 veckotimmar i bostad och inredning, 2 i ekonomi och arbetsorganisation, 7 i kost och matlagning, 5 i textilier och sömnad samt 4 i barnavård och familjekunskap. Här erhåller eleverna en god grundutbildning i frågor, som berör den enskildes konsumtion.

Skolöverstyrelsen tillhandahåller lärarna förteckningar över lämplig litteratur, som bör finnas i en skolas hemkunskapslokaler, bl. a. böcker och tidskrifter för enskilda uppgifter och gruppuppgifter. Konsumentinstitutets publikationer brukar användas. Institutets permanenta utställning i Stockholm samt tillfälliga utställningar besöks även ofta av elevgrupper.

Inom yrkesutbildningen meddelas konsumentundervisning på olika stadier. Yrkeskolornas lokaler för husligt arbete är utformade med tanke på att eleverna skall få handskas med goda bruksvaror i en god miljö.

Undervisningens omfattning spelar stor roll med hänsyn till de möjligheter, som ges för eleverna att vidga och fördjupa sina erfarenheter genom självstudier, grupparbete, marknadsundersökningar och studiebesök.

Heltidskurserna i husligt arbete omfattar 18—42 veckor med 37—45 veckotimmar praktisk och teoretisk undervisning per vecka.

Den kurs som fått den största spridningen är *husmodersskolan*, som finns på ca 450 platser i landet och som ger utbildning främst för enskilt hushåll. Undervisningen omfattar matlagning, hemvård och tvätt, med 20—25 veckotimmar, sömnad, vävning och klädvård med 10—12 veckotimmar samt barnavård med 1½—2½ veckotimme. Den praktiska undervisningen kompletteras med teoriämnen: kostlära, hemvårdslära, barnavårdslära, textil materiallära, samt ekonomilära.

Även de husmödrar, som söker sig till yrkeskolornas deltidskurser i husligt arbete, erhåller en god konsumentundervisning på de områden, som hör till hemarbetet och därmed sammanhängande konsumentproblem. Kurserna omfattar hushåll, sömnad och vävning samt kurser i varukännedom och konsumentekonomiska frågor.

Lanthushållsskolorna räknas till lantbrukets yrkeskolor för kvinnlig ungdom. Skolorna bedrivs som internatskolor och undervisningen, som är både teoretisk och praktisk, syftar till att ge sådana kunskaper och färdigheter som behövs för att rationellt sköta ett jordbrukarhushåll.

Lanthushållsskolornas grundläggande yrkeskurser omfattar 21 eller 39 veckor. Antalet veckotimmar varierar mellan 42 och 45, varav 12—14 är teoretiska. Dessutom förekommer vid skolorna husmodersdagar, premiedagar för ungdom, kortare fortbildningskurser jämte demonstrationskurser i specialämnena m. m.

Vid skolorna meddelas praktisk undervisning i matlagning, bakning, konservering, vävning, hemvård, sömnad m. m. Den teoretiska undervisningen

omfattar kostlära, bostadslära och heminredning, sömnads- och vävteori, hemmets ekonomi m. m. Undervisningen syftar sålunda både till att bibringa eleverna färdigheter och att vara konsumentupplysande i så måtto, att eleverna får bedöma material- och varukvaliteter, göra kostnadsberäkningar m. m.

I ett under år 1963 avgivet betänkande Fackskolan (SOU 1963:50) föreslås inrättande av fackskolor med tvååriga kurser. I den sociala fackskolan förordas konsumentkunskap ingå obligatoriskt med 2 veckotimmar första året. De elever, som vill ha konsumtionsteknisk specialisering, undervisas 6 veckotimmar i ämnet andra året. Konsumentkunskap om 2 veckotimmar skall enligt förslaget även kunna väljas till i den ekonomiska fackskolan. Betänkandet är ännu föremål för Kungl. Maj:ts prövning.

I det förslag till utformning av gymnasiet (SOU 1963:42 o. 43), som likaledes f. n. prövas av Kungl. Maj:t, finns inte ämnet konsumentkunskap medtaget.

Utredningen har i allmänorienterande syfte velat lämna dessa redogörelser för utrymmet för konsumentupplysande undervisning vid dels den obligatoriska skolan, dels vissa icke obligatoriska utbildningslinjer. Det är dock inte utredningens avsikt att därpå grunda särskilda förslag. Ur de synpunkter, som utredningen närmast företräder, vill utredningen bara knyta några reflexioner till vad nyss sades om undervisningen i hemkunskap vid grundskolan.

Utrymmet för konsumentgagnande undervisning inom den obligatoriska skolan kan förefalla knappt tilltaget. Det undandrar sig dock utredningens bedömanden huruvida i konkurrensen mellan olika ämnen just ämnet hemkunskap med konsumentundervisning kan sägas ha fått en oskäligt liten andel av undervisningstiden. Utredningen anser emellertid att det för framtiden bör vara en angelägen uppgift för statens konsumentråd att ägna frågan om utrymmet för den konsumentupplysande undervisningen vid våra skolor största uppmärksamhet och hos skolmyndigheterna göra de framställningar och föra de förhandlingar i saken, som kan visa sig nödvändiga för att inom olika skoltyper nå en rimlig avvägning, när det gäller konsumentundervisningens plats på schemat.

Utredningen vill tillägga, att det självfallet också bör ankomma på de statliga konsumentupplysningsorganen att inom ramen för tillgängliga resurser åt skolorna tillhandahålla all den service på konsumentområdet, som skolorna i sitt planeringsarbete visar sig vara i behov av. Det torde framför allt gälla skolornas kontakter med de olika institutioner, vilka sysslar med forskning och undersökningar på konsumentområdet.

Folkbildningsorganisationerna m. fl.

Till den icke obligatoriska konsumentundervisningen räknas även sådan studieverksamhet i konsumentupplysande ämnen, som bedrivs av såväl statsunderstödda som icke statsunderstödda studieförbund, föreningar och andra organisationer. Undervisningen meddelas huvudsakligen i form av kurser. Föredragsserier, konferenser och demonstrationer förekommer också. Kurserna bedrivs som regel som grupp- eller cirkelarbeta med både teoretisk och praktisk undervisning. Tyngdpunkten i den konsumentupplysande studieverksamheten ligger i undervisning om hemmens varor, bostadens inredning och utrustning samt kläder.

Målsättningen för studieorganisationernas utbildningsverksamhet var tidigare huvudsakligen ett färdighetskunnande. Under de senaste åren har emellertid på programmet för konsumentupplysande kurser tagits upp även rent principiella frågeställningar, varigenom förskjutning har ägt rum mot en mera på konsumentfostran inriktad undervisning. Det är också utredningens uppfattning, att studieorganisationerna har särskilda förutsättningar att aktivt medverka i en konsumentupplysning, vars viktigaste uppgift inte är att förmedla kunskaper om särskilda varor utan att ge studiedeltagarna en generellt kritisk inställning visavi alla varor och förmåga att inför ett aktuellt köp skaffa sig de kunskaper som behövs för att göra ett riktigt val.

Som underlag för skolningsverksamheten använder organisationerna både ett mera teoretiskt studiematerial och praktiskt material om priser och varor. Som studielitteratur utnyttjas dels sådana i allmänna handeln förekommande skrifter, som behandlar det ämne, vilket är aktuellt för kursen, dels tidskriftsartiklar, broschyrer m. m. med konsumentupplysande syfte. Vidare kommer till användning undervisningsmateriel, som är utarbetad speciellt för konsumentupplysningskurserna. Den består av studiehandböcker med handledningar, filmer, bildband, materialprovkollektioner o. s. v. Denna materiel framställs som regel av organisationerna själva eller av brevskolor, vilka organisationerna anlitar för ändamålet.

Studieorganisationerna samarbetar i sin verksamhet också med de statliga konsumentupplysningsorganen. De hämtar därifrån bl. a. idéer och uppslag till nya kurser. Organisationerna efterfrågar också hos konsumentinstitutet olika former av undervisningsmateriel. Av svaren på utredningens frågeskrivelse II framgår dock att den service, som institutet i dylika sammanhang erbjuder organisationerna, visserligen ofta betraktas som värdefull och kommer till användning. Men den ringa bredden i institutets undersökningsverksamhet och de begränsade personella resurserna för det egentliga upplysningsarbetet medför att det biträde, som institutet sålunda lämnar organisationerna, inte på långa vägar motsvarar deras behov av grundmaterial för utbildningsverksamheten.

De knappa möjligheterna att lämna hjälp finns i flera hänseenden anled-

ning att beklaga. Organisationerna har som regel ett mycket stort intresse för att — ofta i anslutning till aktuella strömningar i den offentliga debatten — ta upp konsumentupplysande ämnen på sina kursprogram. Men bristen på lämpligt grundmaterial hämmar aktiviteten. Tillgången på dylikt material blir helt enkelt som regel också bestämmande för i vilken utsträckning folkbildningsorganisationerna lägger upp konsumentupplysande kurser. Alla åtgärder bör därför vidtas för att på konsumentområdet lämna effektiv service åt studieorganisationerna i deras planeringsarbete.

Många olika former av dylik service är tänkbara. En av riktpunkterna vid uppläggning av serviceverksamheten bör vara att *det skall bli lätt för organisationerna att orientera sig på konsumentupplysningsområdet*. Bättre samordning av forsknings- och undersökningsverksamheten, en gemensam konsumenttidskrift och ett samlingsregister på konsumentområdet över tidigare gjorda forskningar och undersökningar är tre av utredningen förut framlagda förslag, som alla syftar till att ge en bättre överblick. Meningen är att var och en som är intresserad av och sysslar med konsumentfrågorna skall slippa att vända sig till flera olika håll för att få den kunskap, som han för ögonblicket önskar. Utredningen lägger i det följande fram också andra förslag, som skall hjälpa forskarna, konsumenterna och vidareupplysarna att snabbt hitta på konsumentområdet. Bl. a. kommer att förordas inrättande på vissa platser av centralt belägna upplysningsdiskar med försäljning av aktuella skrifter på konsumentområdet, montrar för vandringsutställningar etc.

Dessa olika åtgärder kommer att förenkla planeringsarbetet för studieorganisationerna. Men även i den rent praktiska uppläggnings- och utförandet av undervisningen behöver organisationerna stöd. Särskilt de mindre studieförbunden efterfrågar ofta *pedagogisk expertis som biträde vid utarbetande av studiehandledningar och studiebrev*. Det är en betydelsefull fråga. Konsumentinstitutet har emellertid inte f. n. de personella möjligheterna att tillgodose sådana behov. Då det naturligtvis i anseende till undervisningens effektivitet är viktigt, att studiehandledningar och studiebrev m. m. blir riktigt utformade, föreslår utredningen att konsumentinstitutets upplysningsavdelning fr. o. m. den 1 juli 1964 tillföres en befattningshavare med pedagogisk utbildning.

Konsumentinstitutets service åt studieorganisationerna bör även i större omfattning än f. n. gälla *åskådningsmateriel såsom filmer, bildband, stillbilder, materiel för flanelltavlor, bladdertavlor, arbetsblad, broschyrer etc.* Dylika hjälpmedel är att anse som oumbärliga i en modern undervisning. Med dem blir utbildningen mera levande, mera intresseväckande. Åskådningsmateriel av olika slag bör därför i efterfrågad omfattning kunna iordningställas inom konsumentinstitutet för försäljning eller uthyrning till bl. a. studieorganisationerna i deras cirkel- och föreläsningsverksamhet m. m.

En annan form för hjälp åt folkbildningsorganisationerna, som efterfrågas och som utredningen anser bör komma till stånd, är att konsumentinstitutet skall kunna lämna organisationerna *uppgifter om lämpliga föreläsare eller eljest medverkande i konferenser, kurser etc.* Bristen på specialister i undervisningen är nämligen ofta ett av de svåraste hindren, när en organisation vill sätta igång en aktivitet.

Vad utredningen nu sagt om ökat samarbete med och bättre service åt folkbildningsorganisationerna gäller i lika mån löntagare- och kvinnoorganisationerna. Flertalet av dem utövar visserligen ingen studieverksamhet. Men de har sina medlemstidskrifter. I dessa tas ofta konsumentfrågorna upp till diskussion. Det finns anledning att räkna med att i samma mån som den statliga konsumentupplysningen i framtiden kommer att gälla alltfler varor eller grupper av varor, så kommer också löntagare- och kvinnoorganisationerna att finna det förenligt med sina intressen att i ökad omfattning ta in konsumentupplysande artiklar i sina tidskrifter. Upplysningsorganen bör främja en dylik utveckling.

Utredningen har övervägt om det inte för berörda parter skulle vara värdefullt att ha tillgång till ett samarbetsforum, där i första rummet folkbildningsorganisationerna men också pressen och de andra vidareupplysarna kunde möta konsumentupplysningsorganen för information och samtal om främst den mera långsiktiga planeringen. Upplysningsorganen skulle också vid sådana tillfällen kunna göra sig underrättade om önskemålen ute på fältet.

Utredningen åsyftar inte någon form av permanent samarbetsdelegation, där kraven på allsidig representation troligen skulle resultera i en mycket stor församling, som inte blev effektiv i arbete. Utredningen föreslår i stället, att *företrädare för upplysningsorganen och för olika kategorier av vidareupplysare, liksom för undersökningssidan, möts vid en årligen återkommande konferens.* Den bör hållas i regi av statens konsumentråd och vara av huvudsakligen informativ karaktär med föredrag av representanter för de olika deltagande huvudgrupperna.

Upplysningscentrum

Ett av de oftast uttalade önskemålen i svaren på utredningens frågeskrivelse II är att konsumenterna skall kunna vända sig till *ett* ställe och där få *all* den information i konsumentfrågor, som de vill ha, eller hänvisning om var sådan information finns att hämta. Det speglar en av bristerna i dag på konsumentupplysningsområdet: Undersökningar beträffande olika konsumtionsvarors pris och kvalitet förekommer på många håll, men det är svårt att rörande en viss produkt snabbt få besked om var densamma har blivit undersökt och hur resultatet publicerats.

För att få en bättre överblick över konsumentområdet måste vi i olika hänseenden centralisera upplysningstjänsten. Några av utredningens tidigare förslag tjäna det syftet. Den nya gemensamma konsumenttidskriften kommer att löpande redovisa material från all den konsumentforsknings- och undersökningsverksamhet, som äger rum i vårt land, och även informera om utvecklingen på detta område i andra länder. Vid en av utredningen förutsatt omredigering och bättre uppföljning av den nordiska forskningskatalogen blir det lättare att snabbt hitta tidigare utförda konsumentundersökningar.

Men dessa olika åtgärder är inte tillräckliga. Ett väsentligt ökat utrymme bör beredas den personliga rådgivningen, d. v. s. möjligheterna för konsumenten att få anvisningar per telefon eller vid personligt besök hos företrädare för upplysningsorganen. Om vi den vägen skall nå några mera betydande resultat, räcker det emellertid inte med att förstärka mottagningsmöjligheterna i Stockholm. Vi måste försöka att *på olika platser i landet skapa stödjepunkter, där information i konsumentfrågorna kan meddelas eller hänvisning ges om var sådan information finns tillgänglig.*

Utredningen har i sitt arbete kommit fram till att hemkonsumenterna och folkbiblioteken, alltefter dessa båda institutioners allmänna förutsättningar, bör kunna fungera som regionala resp. lokala upplysningsställen på konsumentområdet. I de tre största städerna i riket och i Umeå bör dessutom inrättas särskilda upplysningscentraler. Till dem bör anslutas utrymmen för film, föredrag, utställningar etc. Till upplysningscentralen i Stockholm bör också så småningom knytas ett bibliotek för konsumentlitteratur. Utredningen vill nu något närmare utveckla dessa olika förslag.

Det är angeläget att den särskilda upplysningscentralen i Stockholm förläggs till centrum av staden, så att den lätt kan nås från olika delar av storstadsregionen. När konsumentinstitutet enligt föreliggande planer så småningom flyttar utanför Stockholm, blir en placering av upplysningscentralen i det inre av Stockholm helt enkelt en förutsättning för att centralen skall kunna fungera på det sätt, som utredningen tänker sig.

Vid en inom centralen anordnad *mottagnings- och rådfrågningsdisk* för allmänheten skall aktuell litteratur, tidskrifter och annan trycksaksinformation på konsumentområdet finnas överskådligt presenterad och tillgänglig för försäljning eller prenumerationsteckning. Ett exemplar av förekommande forsknings- och litteraturregister på konsumentområdet skall också finnas att tillgå för användning på platsen.

Vid upplysningscentralen bör över disk kunna utövas en mera allmänt inriktad upplysningsverksamhet. I detaljfrågor får hänvisas antingen till litteraturen på området eller till konsumentinstitutets upplysningsavdelning, ev. till den berörda forskningsinstitutionen. Vid upplysningscentralen bör även kunna informeras om den service i olika hänseenden, som

institutets upplysningsavdelning tillhandahåller åt pressen, folkbildningsorganisationerna m. fl. vidareupplysare på konsumentområdet.

Det är ett starkt önskemål att inom upplysningscentralen *utrymme beredes för special- och vandringsutställningar* i konsumentinstitutets eller annan forskande eller upplysande institutions regi. Specialutställningar anordnas ofta i anslutning till de i det följande omnämnda permanenta utställningarna på konsumentområdet och bygger i stor utsträckning antingen på material som redan finns inom den permanenta utställningen eller på material som skaffas och ställs i ordning på platsen. Vandringsutställningar görs helt och hållet i ordning centralt och går sedan ut som »paket» till vederbörande arrangör, vilken själv monterar upp utställningen. Konsumentinstitutets utställningsverksamhet f. n. är av begränsad omfattning och sker som regel med anlitan av medel, som statens konsumentråd ställer till förfogande.

Utställningar är en bra form för att introducera nyheter inom konsumentupplysningen och konkretisera vissa informationer. Till omfånget mindre men istället oftare återkommande utställningar, avseende en bestämd vara eller grupp av varor, ger mestadels i relation till den ekonomiska insatsen ett bättre resultat än stort upplagda men mera sällan återkommande manifestationer. Det är också utredningens mening att konsumentinstitutet bör få egna medel för anordnande av särskilt special- och vandringsutställningar.

För upplysning om bostadens ändamålsenliga planering och inredning finns genom värdefulla insatser av Svenska Byggtjänstgruppen i samarbete med konsumentinstitutet anordnade *permanent utställningar* i Stockholm, Göteborg, Malmö och Umeå. Där visas bl. a. fullständigt inredda och utrustade kök. En avdelning med montrar för olika slag av köksredskap och husgeråd ingår också. Dessa utställningar är mycket instruktiva och förtjänar att vinna efterföljd på andra platser i landet än de fyra nämnda.

Inom den föreslagna särskilda upplysningscentralen bör i anslutning till utställningshallen finnas en *sal för filmvisning, föredrag etc.* Den skall kunna användas i samband med utställningarna men också och måhända framförallt för egna framträdanden av konsumentupplysningsorganen, såsom föredrag och kurser för olika kategorier av vidareupplysare, demonstrationer, presskonferenser m. m. Lokalen skall kunna hyras ut till organisationer m. fl. som verkar för konsumentupplysning.

I fråga om planeringen av upplysningscentralerna i Göteborg, Malmö och Umeå bör i princip gälla detsamma, som nu har föreslagits om en dylik central i Stockholm.

Personalbehovet för en rådgivnings- och upplysningsverksamhet av nu angivet slag är svårt att bestämma på förhand. Med reservation för ev. felbedömningar i fråga om nyttjandefrekvensen — vilken naturligtvis på sikt måste vara bestämmande för antalet befattningshavare — uppskattar utred-

ningen personalbehovet under de närmaste åren till en föreståndare plus en kansliskrivare vid envar av upplysningscentralerna i Stockholm och Göteborg. För Malmö och Umeå räknar utredaren med en föreståndare på vardera platsen och förutsätter därvid att det skall visa sig möjligt för dem att vid behov av assistens utnyttja lokal arbetskraft.

Ett *centralbibliotek för litteratur och tidskrifter på konsumentområdet* saknas i vårt land men efterfrågas ofta. Utredningen har granskat den frågan och därvid visserligen blivit övertygad om behovet av ett dylikt bibliotek. I avvägningen mellan förebyggande önskemål om en snar utbyggnad av olika sektorer av den statliga konsumentupplysningen har utredningen likväl ansett, att med inrättande av ett konsumentbibliotek bör av praktiska och även av ekonomiska skäl anstå något eller några år. Utredningen vill emellertid i detta sammanhang redovisa resultatet av sina undersökningar i frågan.

Statens konsumentråd har under årens lopp förvärvat en del litteratur på konsumentområdet. Ackquisitionen har dock varit osystematisk och mera syftat till att fylla diverse akuta behov än att lägga upp ett bibliotek.

Statens institut för konsumentfrågor har ett eget bibliotek. Därifrån bedrivs en viss utåtriktad verksamhet, bl. a. distribution av översikter över nyutkommen litteratur. Biblioteket tjänar emellertid i första hand som underlag för de forsknings- och undersökningsarbeten, vilka äger rum vid institutet. Biblioteket täcker därvidlag nästan fullständigt de ämnesområden, som omfattas av institutets egen verksamhet. Täckningen inom de konsumtionsområden, som institutet inte ägnar sig åt, är mindre fullständig.

Vid sidan av konsumentinstitutets bibliotek finns motsvarande specialbibliotek på andra institutioner med verksamhet på konsumentområdet. Även dessa är dock i huvudsak inriktade på institutionernas interna arbete.

Det tänkta centralbiblioteket för konsumentupplysande litteratur är avsett att betjäna inte forsknings- och undersökningsidan utan konsumenterna. Biblioteket bör innehålla ett lämpligt urval av konsumentupplysande litteratur och tidskrifter. En viss bibliotekstjänst bör också kunna utövas, bl. a. i form av anvisning på lämplig litteratur vid andra bibliotek och institutioner. I anslutning till vad utredningen senare föreslår om folkbiblioteken såsom förmedlare av konsumentupplysande litteratur m. m., bör det framtida centralbiblioteket på konsumentområdet etablera ett mycket nära samarbete med dessa bibliotek.

Biblioteket skall utnyttjas av i första hand de grupper, som förmedlar konsumentupplysning, d. v. s. lärare, konsulenter, journalister och personer verksamma inom olika organisationer. Biblioteket skall naturligtvis också vara tillgängligt för allmänheten. Däremot bör biblioteket inte innehålla litteratur, som endast avses för forskningsändamål.

Vid upplägningen av biblioteket bör strävas efter att skaffa böcker, tid-

skrifter och andra publikationer, både svenska och utländska, som är representativa för de olika delarna av konsumentområdet. Däremot bör biblioteket inte syfta till att täcka hela fältet av litteratur. Urvalet vid starten måste sålunda ske med stor omsorg och under medverkan av erforderlig expertis.

Med hänsyn till huvudsyftet med biblioteket, d. v. s. att stå konsumenterna och vidareupplysarna till tjänst, har utredningen funnit det mest praktiskt att biblioteket placeras inom den för Stockholm föreslagna upplysningscentralen.

Det löpande personalbehovet, när verksamheten vid biblioteket kommit igång, uppskattas av utredningen till en biblioteksassistent. För uppläggning av biblioteket behövs under det första året experthjälp och annan extra arbetskraft motsvarande ca 15 000 kr. Medelsbehovet av engångskaraktär för bokinköp uppskattas av utredningen till 25 000 kr.

Hushållningssällskapens hemkonsulenter bedriver inom resp. län undervisning och rådgivning om allt som rör hem och hushåll. Det kan gälla heminredning, tvätt, konservering, inköp och skötsel av rationella hushållsmaskiner m. m. Denna undervisnings- och rådgivningsverksamhet utövas som regel i form av kurser och föreläsningar. Även personliga besök i hemmen och telefonrådgivning förekommer. Exempel på kurser är Goda hjälpmedel — lättare hemarbete, Städa lätt — städa rätt, Kurs i tvätt och strykning, Hemmet och pengarna etc.

Det har framstått som naturligt för utredningen att närmare undersöka, om det finns möjligheter till en ökad och bättre spridning av framkommande upplysningsmaterial genom ett vidgat samarbete mellan konsumentupplysningsorganen och hushållningssällskapens hemkonsulenter. Därvid har framkommit att hemkonsulenterna — i hela landet sammanlagt 37 stycken — i växande utsträckning använder konsumentinstitutets skrifter som underlag för sin rådgivnings- och upplysningsverksamhet i konsumentfrågor. Det är vidare så att när konsumentinstitutet via massmedia, som tidningar, radio och TV, offentliggjort någon eller några av sina varuundersökningar, föranleder detta att husmödrarna i betydande utsträckning vänder sig till hemkonsulenterna med kompletterande förfrågningar. Dessa förfrågningar avser dels att få ytterligare förklarar eller förtydligat de av institutet lämnade uppgifterna, dels att få råd eller upplysningar rörande undersökningsresultatens utnyttjande i den egna situationen.

Dessa omständigheter talar för en ökad samverkan mellan hushållningssällskapen och den statliga konsumentupplysningen. Vid de överläggningar, som utredningen i denna fråga haft med Hushållningssällskapens förbund, har framkommit att man från sällskapens sida är intresserad av en sådan utveckling. Utredningen föreslår att konsumentinstitutet i samråd med pris- och kartellnämnden tar upp diskussioner med lantbruksstyrelsen och Hushållningssällskapens förbund rörande de närmare formerna för en

vidgad samverkan från och med den 1 juli 1964 mellan den statliga konsumentupplysningen och hushållningssällskapens hemkonsulenter. Utredningen vill med några exempel belysa hur en sådan samverkan kan tänkas praktiserad.

En viktig förutsättning är att hemkonsulenten är anträffbar på sällskapets expedition, eller annan lämplig plats, på bestämda tider viss eller vissa bestämda dagar i veckan. På expeditionen skall finnas tillgängliga på konsumentområdet förekommande litteratur- och forskningsregister m. m. Försäljning och prenumerationsteckning skall kunna äga rum av konsumentinstitutets samt pris- och kartellnämndens periodiska tidskrifter. Folders och annan trycksaksinformation, som ges ut av upplysningsorganen i avsikt att tillhandahållas allmänheten kostnadsfritt, bör ligga framme på expeditionen. Dyligt material kan också spridas av hemkonsulenten vid kurser, demonstrationer etc. En annan lämplig åtgärd vore att vederbörande hushållningssällskap svarade för iordningställande och löpande tillsyn av vandringsutställningar och andra lokala visningar av konsumentinstitutets montrar, skärmar m. m.

En inom konsumentupplysningsområdet på detta sätt ökad aktivitet av hemkonsulenter kommer i sin tur att ge utslag i en ökad efterfrågan på råd och anvisningar från husmödrars och andra konsumenters sida. En förutsättning för att systemet skall fungera på nöjaktigt sätt är därför att konsumentupplysningsorganen håller hemkonsulenterna underrättade om pågående och planerade undersökningar m. m. samt ger konsulenterna mera uttömmande informationer om dessa än som framgår av pressnotiser och andra kortare meddelanden. Det fordras alltså mycket nära kontakter mellan upplysningsorganen och hushållningssällskapen.

Utredningen har gått vidare och försökt att få förankringar för den statliga konsumentupplysningen även på det rent lokala fältet. Därvid har uppmärksamats den roll, som kan tänkas utövad av våra stads- och kommunalbibliotek såsom förmedlare av konsumentupplysande litteratur. Vi har i hela landet omkring ettusen sådana folkbibliotek.

Folkbiblioteken intar en central plats i de flesta medborgares medvetande. Biblioteken är oftast så lokaliserade, att de lätt kan nås av befolkningen inom det område, som biblioteket betjänar. Biblioteken hålls öppna på bestämda tider. De förfogar över fackutbildad personal, som har till uppgift bl. a. att hjälpa besökarna till rätta inom biblioteket. Personalen är också van att från andra håll skaffa fram böcker och tidskrifter, som inte ingår i det egna biblioteket.

Det finns enligt utredningens mening olika vägar efter vilka folkbiblioteken kan utnyttjas i den statliga konsumentupplysningen. En väg är att biblioteken presenterar den konsumentupplysande litteraturen samlat och överskådligt, ex.vis genom att en särskild hyllavdelning reserveras för

denna litteratur. Det är naturligtvis också ett önskemål att urvalet av böcker och tidskrifter i ämnet blir så omfattande och representativt som möjligt. Folkbiblioteken bör därvidlag kunna påräkna service från konsumentupplysningsorganen. Det är också klart att folkbiblioteken gratis bör tillställas de publikationer — vid behov även annat upplysningsstoff — som ges ut av i första hand konsumentrådet, konsumentinstitutet, pris- och kartellnämnden samt varudeklarationsnämnden. Biblioteken bör också avgiftsfritt erhålla förekommande forsknings- och litteraturregister på konsumentområdet. Sådana besökare, som vill förvärva viss litteratur eller tidskrift, bör på begäran kunna få anvisning om närmaste inköpskälla eller tillhandahållas nödvändig rekvisitionsblankett.

En av folkbiblioteken sålunda utövad service på konsumentupplysningsområdet synes ligga i linje med dessa biblioteks allmänna strävanden i folkbildningens tjänst. Samtidigt förbättras möjligheterna för landets konsumenter, även de avlägset boende, att orientera sig på konsumentupplysningsområdet i stort eller att i en bestämd konsumentfråga söka sig fram till de anvisningar, som efterlyses.

Det bör ankomma på konsumentinstitutet att i samråd med pris- och kartellnämnden ta upp de erforderliga diskussionerna med skolöverstyrelsen om *aktiva insatser av folkbiblioteken i den statliga konsumentupplysningen*.

Organisation och kostnader

Vid upplysningsavdelningen hos statens institut för konsumentfrågor arbetar 15 personer. Deras anställningsformer och arbetsuppgifter framgår av följande:

1. Byrådirektör	högst Ae 27	chef för avdelningen
2. Konsulent	Ae 21	utställningsverksamhet; rådgivn. i vissa kval. frågor
3. Konsulent	Ae 19	rådgivn. på textilområdet
4. Redaktör	Ae 19	redaktör i Råd och rön
5. Konsulent	Ae 19	permanent utställningen i Stockholm; rådgivn. ang. kök och hushållsmaskiner
6. Konsulent, halvtid f. n.	Ae 19	medredaktör i Råd och rön, re- digerar icke-periodiska tidskrif- ter
7. Assistent	Ae 13	rådgivn. betr. tvättmaskiner, tvättfrågor m. m.
8. Kansliskrivare	Ae 11	bibliotek; bildservice
9. Kontorsbiträde	Ao 5	skrivgöromål

10. Konsulent ¹	Ag 13	allmän rådgivn.; biträder i utställningsverksamheten
11. Konsulent, deltid ¹	timarvode	allmän rådgivn.; medverkar i publiceringsarbetet
12. Konsulent, deltid ¹	timarvode	medverkar i publiceringsarbetet
13. Konsulent, deltid ¹	timarvode	allmän rådgivn.
14. Redaktör	arvode A 19	medverkar i publiceringsarbetet, huvudsakligen Råd och rön
15. Tekn. biträde ¹	Ag 9	biträder med diverse inom upplysningsavdelningen, mest utställningar

För avlöningar vid *upplysningsavdelningen* belastas konsumentinstitutets avlöningsanslag med 270 000 kr. för ordinarie och extraordinarie personal samt med 15 000 kr. för extra och tillfällig arbetskraft. De från statens konsumentråd för 10—13 samt 15 utgående löne-medlen utgör räknat för helt år ca 70 000 kr.

Även vid *undersökningsavdelningarna* utförs en hel del arbete, som hör till den egentliga upplysningsverksamheten. Det gäller besvarande av vissa frågor, som av upplysningsavdelningen hänskjuts till den eller dem som utfört den ifrågavarande undersökningen, specialintervjuer för tidningar, teknisk granskning inom utställningsverksamheten, förarbeten för artiklar i institutets skrifter m. m. Kostnaderna för dessa arbetsuppgifter varierar.

Slutligen ankommer det på personalen inom *kansliet* att utföra all expediering m. m. som hör till upplysningsverksamheten, dock ej distribuering av Råd och rön. Omfattningen härav torde i löne-medel motsvara ca 70 000 kr. om året. Råd och rön distribueras genom postverkets försorg.

Konsumentinstitutets *omkostnader* är i riksstaten för budgetåret 1963/64 upptagna med 478 000 kr. Därav kan 315 000 kr. beräknas falla på upplysningsverksamheten. Huvudparten av sistnämnda belopp, eller 275 000 kr., gäller publiceringsverksamheten, inklusive konsumentinstitutets ersättning till postverket för distribuering av Råd och rön. Publikationskostnaderna beräknas normalt täckas av inkomster från försäljning av publikationer. Inkomsterna redovisas under särskild titel på riksstatens inkomstsida. Från statens konsumentråd har till utställningar m. m. under det senaste året erhållits drygt 50 000 kr.

Av konsumentinstitutets avlönings- och omkostnadsanslag för budgetåret 1963/64 belöper alltså på den egentliga upplysningsverksamheten avrundat 700 000 kr., varemot svarar en beräknad inkomst av 300 000 kr. Därtill kommer de avlöningsmedel och särskilda anslag för utställningar m. m., som statens konsumentråd ställer till institutets förfogande. Storleken härav under de senaste året utgjorde ca 120 000 kr.

¹ Avlönas med medel från statens konsumentråd.

Utredningen har tidigare understrukit att en av framgångsvägarna för att snabbt och till måttliga kostnader vinna en effektivare konsumentupplysning ligger i ett bättre utnyttjande av olika existerande, utanför konsumentinstitutet stående forsknings- och provningsinstitutioner. Hur en dylik samverkan på sikt skall utformas, främst i vad gäller urvalet av nya undersökningsobjekt, har utredningen ansett böra bli föremål för särskild granskning. Men redan från och med den 1 juli 1964 föreslås konsumentinstitutet skola etablera ett nära samarbete med åtskilliga utomstående hel- och halvstatliga forsknings- och provningsinstitutioner, vilka i sin verksamhet kommer in på konsumentområdet. Syftet därmed är att tillföra den statliga konsumentupplysningen erfarenheter och rön, som dessa utomstående institutioner redan nu gör i sitt arbete. Utredningen räknar med att ett sådant samarbete kommer att resultera i en ej oväsentlig breddning av underlaget för den statliga upplysningsverksamheten på konsumentområdet.

I samma mån som primärmaterialet till upplysningen på detta sätt produceras av flera från varandra oberoende institutioner växer kraven på självständighet hos det organ, vilket skall samla ihop, sätta upp och till konsumenterna vidarebefordra upplysningsstoffet. Med den utgångspunkten har i debatten om den statliga konsumentupplysningen ofta framförts önskemål om *inrättande av ett helt fristående organ som samordnare och utövare av den egentliga upplysningsverksamheten*.

Vid bedömning av den frågan får inte bortses från att upplysningsmaterialet är produkten av ett nära samarbete mellan dem, som undersöker en viss vara, och dem, som skall informera konsumenterna om resultatet av undersökningen. Så länge verksamheten inom *en* undersökningsinstitution bildar den huvudsakliga basen för informationsarbetet, är det därför naturligt att samma institution också svarar för upplysningen. Vid en decentralisering enligt utredningens huvudtanke av konsumentvaruforskningen ändras betingelserna. Utredningen har emellertid vid sin granskning av frågan funnit att även vid bifall till utredningens förslag om ett effektivare samarbete från och med den 1 juli 1964 mellan olika forsknings- och provningsinstitutioner, för att tillföra den statliga konsumentupplysningen mera material, så kommer konsumentinstitutet ännu några år att vara den huvudsakliga producenten av underlag för upplysningsverksamheten. Därutinnan torde ändrade förhållanden kunna inträda först efter genomförande av den tidigare föreslagna forskningsutredningen på konsumentområdet.

Även om tiden sålunda ännu inte är mogen att förverkliga tanken på en helt fristående upplysningsinstitution har utredningen med hänsyn till det förväntade ökade samarbetet med utomstående institutioner och en betydande utbyggnad av verksamheten jämväl i övrigt sett som naturligt, att konsumentinstitutets upplysningsavdelning skall äga ett avsevärt mått av självständighet i sitt arbete. I det syftet föreslår utredningen, att frågor

rörande offentliggörande av forskningsresultat samt övriga med upplysningsverksamheten sammanhängande frågor skall ankomma på styrelsen, vilken sedan kan överflytta visst eller vissa ärenden till ett inom styrelsen upprättat arbetsutskott. I frågor som gäller upplysningsarbetet skall chefen för upplysningsavdelningen vara föredragande såväl i styrelsen som i arbetsutskottet. De ökade arbetsuppgifterna för berörda styrelseledamöter bör föranleda omprövning av utgående arvoden.

Enligt nu gällande regler ankommer det på direktören att efter de av styrelsen uppdragna riktlinjerna ombesörja bl. a. offentliggörandet av forskningsresultat. Utredningens förslag nyss om överflyttning av beslutanderätten m. m. i frågor rörande upplysningsverksamheten till styrelsen-arbetsutskottet föranleder därför i sin tur förslag om ändringar i konsumentinstitutets instruktion. Vissa smärre ändringar som syftar till att nå närmare överensstämmelse med andra liknande instruktioner har också ansetts påkallade. Utredningen förordar att instruktionen får den lydelse, som framgår av Bilaga C till detta betänkande.

Vid bifall till vad utredningen tidigare i olika praktiskt-organisatoriska hänseenden har förordat i avsikt att vinna en effektivisering av den statliga konsumentupplysningen, kommer arbetsuppgifterna inom konsumentinstitutets upplysningsavdelning att förändras både vad gäller innehåll och omfattning. Det blir i stora delar också fråga om helt nya funktioner. Som en allmän bakgrund till förslagen i det följande om ökade löne- och omkostnadsmedel för den statliga konsumentupplysningen vill utredningen sammanfatta sina förslag sålunda.

Publiceringsverksamheten förutsätts bli avsevärt utbyggd. Med en direkt till konsumenterna riktad ny periodisk tidskrift som viktigaste språkrör kommer sålunda konsumentinstitutet att presentera erfarenheter och rön från även ett stort antal utomstående forskningsinstitutioner. Och i tidskriften kommer att tas in uppsatser, intervjuer, reportage, referat etc. i skilda ämnen inom konsumentområdet. Särskilda skrifter, folders, stenciler etc. kommer även att omfattas av publiceringsverksamheten, vilken ombesörjs av *redaktionen*.

I syfte att förbättra de betydelsefulla och i vad gäller omfånget växande kontakterna mellan konsumentinstitutet samt press, radio och TV föreslås nyinrättande av en tjänst som *pressombudsman*.

Som en i praktiken helt ny funktion bedömer också utredningen ett förutsatt nära samarbete — inklusive en omfattande studie- och pressservice från konsumentinstitutets sida — med studie-, löntagare- och kvinnoorganisationerna m. fl. vidareupplysare på konsumentområdet. Arbetet föreslås skola bedrivas inom en för ändamålet inrättad *studiesektion*.

Utredningen understryker betydelsen av att konsumentrådgivningen via olika kanaler når långt ut på fältet. För det ändamålet föreslår utredningen

en utbyggnad av *utställningsverksamheten*, särskilt när det gäller anordnande av lokala specialutställningar och vandringsutställningar. I samma syfte gör utredningen uttalanden till förmån för ett effektivare utnyttjande i upplysningsverksamheten av *hushållningssällskapens hemkonsulenter* och *folkbiblioteken*.

För att förbättra särskilt den muntliga rådgivningsverksamheten till allmänheten och till vidareupplysarna förordas inrättande i de tre största städerna i riket och i Umeå av särskilda *upplysningscentraler*. Till upplysningscentralen i Stockholm förutsätts på sikt skola knyts ett *konsumentbibliotek* med uppgift att betjäna framförallt skilda grupper av vidareupplysare. Vid upplysningscentralerna kommer också att finnas tillgängliga olika *litteratur- och forskningsregister* på konsumentområdet.

En viss integration mellan upplysningsavdelningens olika enheter är nödvändig med hänsyn till arbetsuppgifternas art och till önskvärdheten av att effektivt utnyttja tillgängliga personella resurser.

Av utredningen föreslagna nyheter och informationsverksamhetens i väsentliga delar ändrade inriktning motiverar att upplysningsavdelningens organisation och personaluppsättning prövas om från grunden. Utredningen föreslår därför att avdelningen fr. o. m. den 1 juli 1964 får den personalorganisation, för vilken utredningen nu vill lämna en närmare redogörelse.

Vad då först gäller medelsbehovet till *avlöningar* vill utredningen angående tjänsten som *chef för upplysningsavdelningen* göra följande uttalanden. Innehavaren av tjänsten förutsätts vara ansvarig utgivare för den periodiska tidskriften och bör äga praktiska erfarenheter av journalistryket. Han bör också ha en viss vana vid administrativa göromål. De disparata arbetsuppgifterna och kravet på självständighet i deras utförande, liksom verksamhetens utåtriktade och ömtåliga karaktär, ställer anspråk på allmän duglighet, samarbetsförmåga och gott omdöme hos vederbörande. Det är utredningens uppfattning att effekten av de olika upplysningsåtgärder, som föreslås i detta betänkande, i hög grad kommer att bli beroende av vem som kan knytas till tjänsten som chef för upplysningsavdelningen. Utredningen räknar med lönegradsplacering såsom för avdelningsdirektör.

Vid bifall till vad utredningen tidigare har föreslagit om en ny konsumenttidskrift och om service till folkbildnings- m. fl. organisationer för deras studie- och tidskriftsverksamhet måste publiceringsverksamheten avsevärt förstärkas. Redan nu arbetar åtskilliga befattningshavare inom konsumentinstitutet med redigeringen av Råd och rön samt övriga skrifter. Förutom två heltidsanställda tjänstemän, såsom huvudredaktörer för Råd och rön resp. de icke-periodiska skrifterna, medverkar i det redaktionella arbetet två tjänstemän på vardera halvtid. Ytterligare en konsulent

hjälp i mindre omfattning till att sammanställa underlag för artiklar och skrifter. För lay-out anlitas en utomstående specialist, och för skrivgöromål finns en kontorsbiträdestjänst. Det gör för publiceringsverksamheten sammanlagt drygt fyra hela tjänster jämte biträde av specialist för lay-out.

Innehållet i den nya konsumenttidskriften kommer att bli mera omfattande och mera variationsrikt än vad som nu gäller för Råd och rön. Den omständigheten att material skall tas in i tidskriften från även utomstående forsknings- och provningsinstitutioner nödvändiggör ett fortlöpande nära samarbete mellan konsumentinstitutet och de utomstående institutionerna. I det samarbetet bör tekniskt utbildad personal medverka. Som en helt ny uppgift på publiceringssidan måste även bedömas att förse press, radio och TV samt folkbildnings- m. fl. organisationer med ett skriftligt informationsmaterial, som i varje särskilt fall är differentierat med hänsyn till spridningsformen och syftet med upplysningen.

Det tryckta ordet används i nästan varje form av upplysningsverksamhet. Publiceringen är också den sektor inom den statliga konsumentupplysningen, som i särskild grad behöver förstärkas. På de skäl, som utredningen nyss anfört — främst nytillkommande arbetsuppgifter — synes i och för sig en kraftig förstärkning av den med institutets skrifter sysselsatta personalen motiverad redan fr. o. m. den 1 juli 1964. Med hänsyn till önskvärdheten ur praktiska och ekonomiska synpunkter av att utbyggnaden sker successivt, begränsar sig utredningen till att föreslå att från och med budgetåret 1964/65 till en särskild sektion inom upplysningsavdelningen, kallad *redaktionen*, knytes följande tjänster, nämligen en byrådirektör, tre redaktörer, en ingenjör och ett biträde. Därutöver torde böra beräknas 15 000 kr. för att möjliggöra arvodesanställning av en fotograf. Tillika föreslår utredningen att 10 000 kr. anvisas för arvodering av praktikanter, som skall söka in vid journalistinstitutens konsumentupplysningslinje, samt enahanda belopp för extra arbetskraft. En av de föreslagna redaktörerna förutsätts skola ägna en viss del av sin arbetstid åt uppföljningen av den internationella litteraturen på konsumentområdet.

När efter något eller några år närmare erfarenheter har erhållits av den nya konsumenttidskriften, och samarbetet med de utomstående forsknings- och provningsinstitutionerna har vunnit i stadga, räknar utredningen med att det skall föreligga behov av ytterligare minst en redaktör och en ingenjör.

Något fast organiserat samarbete mellan konsumentinstitutet samt press, radio och TV äger inte f. n. rum. Detta anser utredningen vara en olägenhet, som kommer att öka i styrka i samma takt som massmedia allt mer tar aktiv del i konsumentupplysningsarbetet. Utredningen föreslår därför inrättande från och med den 1 juli 1964 av en tjänst som *pressombudsman*. Han bör till sitt förfogande ha ett biträde.

Pressombudsmannens arbetsuppgifter kommer inte att begränsas till att

förse pressen och Radio-TV med lämpligt material för införande i tidningarna eller Radio-TV:s nyhetsprogram. Det viktigaste för honom blir visserligen att allmänt sörja för goda löpande kontakter mellan konsumentinstitutet samt pressen och Radio-TV. Men inom ramen därför möter han den grannliga uppgiften att balansera de olika mediernas intressen av att få tillgång till de undersökningsresultat, som är av publik betydelse. Detta sammanhänger med de förut (s. 47 o. 48) angivna olika förutsättningarna för tidningarna och för Radio-TV att tillgodogöra sig framkommande upplysningsmaterial.

Utredningen har tidigare (s. 52—54) ingående redogjort för betydelsen av och formerna för ett aktivt samarbete mellan konsumentinstitutet och folkbildnings- m. fl. organisationer såsom vidareförmedlare av det konsumentupplysande materialet. Sådan samverkan äger nu rum i blott begränsad utsträckning. I vart fall finns inte särskilda avlönings- eller omkostnadsmedel anvisade till ändamålet.

Utredningen föreslår att fr. o. m. den 1 juli 1964 inom upplysningsavdelningen inrättas en sektion för service åt studieorganisationerna m. fl. Denna *studiesektion* bör förestås av en befattningshavare (konsulent) med pedagogisk utbildning. Då det är önskvärt med en successiv förnyelse av metoden i de arbetsuppgifter, om vilka nu är fråga, föreslår utredningen att inte någon fast tjänst inrättas för ändamålet. I stället bör befattningen rekryteras med erfaren lärare, vilken kan åtaga sig föreståndarskapet för sektionen mot anställningsvillkor i likhet med vad som kommer att gälla för vissa konsulentbefattningar i skolöverstyrelsen.

Det kompletterande personalbehovet inom studiesektionen är svårt att bestämma. För en verkligt effektiv hjälp på bred bas åt organisationerna skulle i och för sig behövas en rätt stor personal. Jämförelser, som utredningen gjort med hur motsvarande arbetsuppgifter handhas på andra håll, leder fram till att sektionen borde omfatta sammanlagt åtminstone fem, sex befattningshavare. Utredningen har å andra sidan ansett som rimligt, att man i fråga om en verksamhet av denna art prövar sig fram i mindre skala och tar vara på därvid vunna erfarenheter innan ytterligare utbyggnad sker.

Utgående därifrån stannar utredningen för att föreslå att studiesektionen nu tillföres — förutom den tidigare nämnda konsulentbefattningen — två befattningar, nämligen en assistenttjänst och en biträdestjänst. På innehavaren av assistenttjänsten skall ankomma att vårda lagret av åskådningsmateriel samt att svara för alla kontakter, som sammanhänger med tillverkning, uthyrning resp. utlåning, distribuering etc. av denna materiel. Då anställningstiden för sektionens chef förutsätts vara begränsad, blir det också vid byte på den posten assistenten som tills vidare kommer att svara för kontinuiteten inom sektionen. För anlåtande av teknisk expertis vid behov av ritningsarbeten, diagramteckningar etc. bör i konsumentinstitutets icke-ordinariepost inräknas 15 000 kr.

Utredningen har tidigare (s. 56) understrukit betydelsen av att konsumentinstitutet aktiverar sin *utställningsverksamhet*, särskilt i vad gäller special- och vandringsutställningar för tillgodoseende av de lokala behoven.

Inom konsumentinstitutets utställningsverksamhet sysselsätts f. n. fem personer. Då en del av dessa även har andra arbetsuppgifter, motsvarar institutets nuvarande insatser på utställningssidan tre heltidstjänster.

Med hänsyn till det värde ur upplysningssynpunkt, som utredningen tillmäter en effektivt organiserad och arbetande utställningsverksamhet föreslår utredningen, att utställningssektionen fr. o. m. den 1 juli 1964 organiseras med tre tjänster som konsulent och en biträdestjänst. Utredningen förutsätter därvid att det skall vara möjligt för utställningssektionen att i sitt arbete på det lokala planet utnyttja hushållningssällskapens hemkonsulenter eller av kommunerna anställda sådana konsulenter. För extra arbetskraft vid genomförande av olika framträdanden på det lokala planet räknar utredningen med behov av 15 000 kr.

Vad härefter gäller *rådgivningen* ser utredningen i de särskilda upplysningscentralerna med anslutande regionala och kommunala stöddepunkter verksamma hjälpmedel att föra den statliga konsumentupplysningen ut bland människorna. Det är också mycket tillfredsställande att den förbättrade spridningen, såvitt gäller medverkan av hushållningssällskapens hemkonsulenter och folkbiblioteken, kan ske genom utnyttjande av redan existerande institutioner och därmed till ringa eller inga kostnader alls.

Verksamheten vid upplysningscentralerna bör givetvis nära knytas an till den rådgivning, som utövas inom institutet per brev, telefon och vid personliga besök. Därmed sysselsätts f. n. nio personer. En del har också andra arbetsuppgifter, några är anställda på halvtid. De samlade insatserna motsvarar därvid mellan fyra och fem heltidstjänster.

Erfarenheten visar att om massmedia ägnar konsumentupplysningsfrågorna ökad uppmärksamhet, då ökar också vid konsumentinstitutet antalet förfrågningar från allmänheten. Såsom vi i dag bedömer utvecklingen på konsumentupplysningsområdet finns det därför all anledning att sörja för att rådgivningen blir personellt väl tillgodosedd. För den från institutet utgående rådgivningsverksamheten uppskattar utredningen personalbehovet till en tjänst som konsulent, två tjänster som kontorsskrivare och två tjänster som kansliskrivare. Under konsulenten bör även sortera de särskilda upplysningscentralerna, för vilka utredningen tidigare har uppskattat det samlade personalbehovet till fyra tjänster som föreståndare och två tjänster som kansliskrivare. Ytterligare bör till rådgivningssektionen hänföras en tjänst som biblioteksassistent (för konsumentinstitutets nuvarande bibliotek). Gemensamt för upplysningscentralerna torde för extra arbetskraft, exempelvis i anslutning till särskilda aktioner, böra anvisas 20 000 kr. Däri

är då inräknade även särskilda medel för avbytare åt föreståndarna i Malmö och Umeå.

Lokalfrågan för upplysningscentralerna — till vilken utredningen återkommer senare — kan ta någon tid att lösa. Centralerna torde inte komma att vara i funktion förrän omkring den 1 januari 1965. Vid sådant förhållande kan för budgetåret 1964/65 löne-medel till centralernas fyra föreståndare och två kansliskrivare samt extra arbetskraft beräknas blott för halvt år.

Vid bifall till de tidigare förslagen om utbyggnad av upplysningsavdelningen blir en viss utökning nödvändig även beträffande *kansliet*. Inom kansliet utförs nämligen åtskilligt expeditjonsarbete för upplysningen, såsom mottagande av beställningar av skrifter, lagerbokföringen, fakturering-
en etc. Kansliet omfattar f. n. en tjänst som förste byråsekreterare, åtta biträdestjänster samt en tjänst som vaktmästare.

Konsumentinstitutet bedömer denna personaluppsättning otillräcklig redan vid nuvarande arbetsuppgifter. Utredningen instämmer häri och föreslår att kansliet den 1 juli 1964 förstärks med två biträdestjänster samt en tjänst som vaktmästare.

Vid bifall till vad utredningen nu föreslagit får konsumentinstitutets upplysningsavdelning den organisation, som framgår av följande.

Avdelningsdirektör

<i>Redaktionen</i>	<i>Pressombudsmannen</i>	<i>Studiesektionen</i>	<i>Utställningar</i>	<i>Rådgivningen</i>
1 byrådirektör	1 pressombudsman	1 konsulent	3 konsulenter	1 konsulent
3 redaktörer	1 biträde	1 assistent	1 biträde	4 föreståndare
1 ingenjör		1 biträde		2 kontorsskrivare
1 biträde				1 biblioteks-assistent
				4 kansliskrivare

Personalen vid den nya upplysningsavdelningen kommer sålunda att omfatta 28 befattningshavare. Kostnaderna härför, inklusive kostnaderna för tre nya befattningshavare vid kansliet, uppskattas av utredningen för budgetåret 1964/65 till drygt 800 000 kr., innebärande en ökning av nu utgående löne-medel för upplysningsarbetet med 445 000 kr. Budgetåret 1965/66 tillkommer 90 000 kr. med hänsyn till att löne-medel för upplysningscentralerna då skall beräknas för helt år.

Utredningen vill understryka, att en personalorganisation av föreslagen storleksordning av utredningen bedöms nödvändig för att vinna en tillfredsställande upplysningsverksamhet redan med nuvarande forsknings- och undersökningsvolym och med den utökning därav, som förutsätts äga rum från och med den 1 juli 1964. Det innebär att framtida ytterligare utbyggnad av forsknings- och undersökningsverksamheten i och för sig motiverar en motsvarande förstärkning av upplysningssidan, ehuru det väl

därvid främst kommer att gälla befattningshavare i mellan- och lägre grader.

Vad härefter gäller anslagsbehovet till omkostnader bör i första hand medel beräknas för anskaffning av inventarier, såsom *kontorsmöbler, gardiner, mattor* etc., till nya tjänsterum. Härför tar utredningen upp 40 000 kr. För anskaffning av *skriv- och räknemaskiner* anser utredningen 14 000 kr. erforderliga och för utensilier till ett mörkrum för fotoändamål 4 500 kr. Till *sjukvård* är f. n. anvisade 7 000 kr. Till detta ändamål bör räknas med ytterligare 2 000 kr. Delposten till *bränsle, lyse och vatten* är innevarande budgetår uppförd med 12 000 kr. Utredningen anser motiverat att för detta ändamål ta upp ytterligare 2 000 kr.

Konsumentinstitutets nuvarande *telefonväxel* har en helt otillräcklig kapacitet. På rådfrågningstid är det för flertalet sökande nästan omöjligt att komma fram. Enligt trafikmätningar, som utförts av televerkets telefonbyrå, motiverar den nuvarande (okt. 63) starka trafiken i växeln, att institutet anskaffar en »90 nummers automatisk växel av typ TV, modell 1952». Inträdesavgiften utgör i kostnadsläget oktober 1963 omkring 35 000 kr. Kvartalsavgifterna uppskattas till 2 100 kr.

Det är självklart att konsumentinstitutets mottagningsmöjligheter per telefon snarast måste förbättras. Slutligt ställningstagande till lämplig typ av telefonväxel bör emellertid inte tas, förrän den nya organisationen fastställts och lokalfrågan för den av utredningen föreslagna särskilda upplysningscentralen i Stockholm har blivit löst under sommaren eller hösten 1964. Det är bl. a. ett önskemål att institutet och upplysningscentralen i Stockholm får gemensam växel. En förutsatt allmänt ökad aktivitet inom institutet, jämfört med undersökningstillfället i oktober 1963, kan också påverka bedömandena om växeln storlek. Då det efter prövning härav torde dröja ett år, innan växeln kan levereras, erfordras ingen medelsanvisning nästa budgetår för anskaffande av en ny telefonväxel. En provisorisk förbättring av telefonmottagningen måste emellertid åstadkommas snarast möjligt. Det är därför angeläget att konsumentinstitutet utan dröjsmål tar upp nya kontakter i frågan med televerket. Enligt vad utredningen under hand erfarit bör ett provisorium kunna åstadkommas inom en kostnadsram av ca 8 000 kr. Utredningen föreslår att ett belopp av den storleksordningen ställs till institutets förfogande. I sammanhanget ev. uppkommande ökade personalkostnader torde få bestridas genom överskridande av anslagsposten för icke-ordinarie personal.

Till *löpande expenser*, såsom papper och skrivmaterial samt städning, är innevarande budgetår anvisade 66 500 kr. Utredningen föreslår uppräknning därav med 28 000 kr.

Kostnaderna för *publikationstryck* är för innevarande budgetår beräknade till 275 000 kr. Storleken därav vid en utbyggnad av upplysningsverksam-

heten enligt utredningens förslag är svår att bestämma på förhand. Det kommer bl. a. att ta någon tid, innan den nya organisationen kan verka med full kraft. Man får också tänka sig att institutet, när det gäller utformningen av den nya konsumenttidskriften, prövar sig fram för att nå den lämpligaste avvägningen mellan framställningskostnad och utförsäljningspris, ställda i relation till det objektivt bedömda upplysningsvärdet. I fråga om finansieringen av tidskriften — liksom i princip även av de icke-periodiska skrifterna — bör samma regler gälla som nu tillämpas, d. v. s. att publikationerna skall bära sina egna trycknings- och bildkostnader m. m.

Vissa kategorier av vidareupplysare bör tillhandahållas institutets skrifter kostnadsfritt. Det gäller bl. a. hemkonsulenterna och folkbiblioteken. Gratisutdelning till dem är helt enkelt en av förutsättningarna för en sådan aktiv medverkan från deras sida i konsumentupplysningsarbetet, som utredningen räknar med. I fråga om den periodiska tidskriften anser utredningen eljest att med en prenumerationsavgift som understiger tio kronor bör en rätt stor återhållsamhet kunna iakttas, när det gäller att bestämma kretsen av dem som skall erhålla tidskriften gratis. Däremot synes motiverat att i runt tal 1 000 exemplar reserveras för att i ackquisitionssyfte vid olika tidpunkter gratis tillställas olika organisationer m. m. En gratisutdelning av så relativt begränsad omfattning som nu angivits synes inte motivera särskild medelsanvisning under anslagsposten till publikationstryck.

Under återopande av det anförda föreslår utredningen att anslagsposten Publikationstryck i omkostnadsstaten för konsumentinstitutet för budgetåret 1964/65 bestäms till 325 000 kr., innebärande en höjning med 50 000 kr. Samtidigt bör vederbörande inkomsttitel på riksstatens inkomstsida skrivas upp med 50 000 kr.

Till *reseersättning* — som för innevarande budgetår beräknas till 13 500 kr. — bör anvisas ytterligare 6 500 kr.

För *annan upplysningsverksamhet* (än publikationer) finns under omkostnadsanslaget en särskild anslagspost. Den är för budgetåret 1963/64 uppförd med 19 000 kr. och förutsätts av utredningen kunna för nästa budgetår minskas med 4 000 kr. vid bifall till förslagen i det följande. Anslagsposten disponeras nu för mycket varierande ändamål, bl. a. utställningar och demonstrationsmateriel. Som utredningen antytt tidigare är f. n. särskild medelsanvisning av statens konsumentråd en förutsättning för att konsumentinstitutet självt skall kunna arrangera utställningar och andra liknande framträdanden. Det är emellertid konsumentrådets mening, att den mera kontinuerliga utställningsverksamheten bör täckas av institutets ordinarie budget och ej bekostas av rådet.

Under hänvisning till vad utredningen tidigare har anfört ifråga om konsumentinstitutets utställningsverksamhet, föreslår utredningen att institutet t. v. årligen tillföres 15 000 kr. för i genomsnitt fem *specialutställningar*

om året samt 39 000 kr. för genomsnittligt tre *vandringstställningar* om året. En specialutställningsverksamhet av den omfattningen innebär en måttlig ökning jämfört med vad som gäller f. n. Vandringstställningar däremot kommer nu till utförande bara en gång vart eller vartannat år.

Kostnaderna för *bildband* till undervisningsändamål varierar med ämnet och med tillverkningssättet. Genomsnittligt kan för varje band räknas med en kostnad av 10 000 kr. Härtill bör läggas 2 000 kr. för den kompletterande texten. Konsumentinstitutet förfogar f. n. över underlag till sex eller sju olika bildband. Utredningen föreslår att för nästa budgetår medel beräknas för framställning av tre bildband. Det gör sammanlagt 36 000 kr.

Vid framställning av *materiel för flaneltavla* bör räknas med en kostnad av 2 000 kr. per sats. Utredningen föreslår att för budgetåret 1964/65 medel tas upp för tillverkning av fyra satser i vardera fyra olika ämnen. Det gör 32 000 kr. Den åtföljande texten beräknas kosta 6 000 kr. för alla satserna. Därvid uppkommer ett årligt medelsbehov av 38 000 kr.

För *annan åskådningsmateriel* såsom prover etc. i anslutning till bildbanden och tavelmaterielen bör räknas med 30 000 kr.

Utredningen föreslår att de nu angivna kostnaderna för utställningar, bildband etc. bestrides ur ett särskilt reservationsanslag med rubriken Statens institut för konsumentfrågor: Upplysningsmateriel. Som motiv härför åberopar utredningen att planering och utförande av såväl utställningar som bildband och vissa andra former av åskådningsmateriel som regel äger rum på ganska lång sikt.

Bildbanden och flaneltavelsatserna med kompletterande texter bör hyras ut eller försäljas till intresserade organisationer m. fl. Intäkterna bör tas till uppbörd under förevarande reservationsanslag och användas för de med anslaget avsedda ändamålen. Under det första verksamhetsåret blir inkomsterna begränsade, eftersom intäkterna flyter in i efterhand. Med understrykande av det osäkra i bedömningen uppskattar utredningen intäkterna vid uthyrning och/eller försäljning av bildband och flaneltavelmateriel under budgetåret 1964/65 till 20 000 kr.

Vid bifall till vad utredningen nu föreslagit blir — under i övrigt oförändrade förhållanden — medelsbehovet för budgetåret 1964/65 under omkostnadsanslaget resp. det särskilda reservationsanslaget för upplysningsmateriel 629 000 och 138 000 kr. Det innebär i förhållande till nu utgående anslag av statsmedel för motsvarande ändamål ökning med sammanlagt 239 000 kr., varav 66 500 kr. är engångsutgifter.

Rörande *lokalfrågor* har utredningen vid underhandskontakter med byggnadsstyrelsen erfarit, att konsumentinstitutets *upplysningsavdelning* redan nästa sommar kan få disponera ett väsentligt ökat antal tjänsterum inom den barackbyggnad vid Rålambsvägen i Stockholm, som institutet delar med vägförvaltningen i Stockholms län. Vägförvaltningen kommer nämligen under sensommaren 1964 att flytta till andra lokaler,

varigenom i byggnaden vid Rålambsvägen åtminstone ett 25-tal tjänsterum kommer att kunna frigöras för användning av konsumentinstitutet. Erforderliga reparationsarbeten m. m. torde kunna utföras av byggnadsstyrelsen inom ramen för tillgängliga medel.

Lokalbehoven för *upplysningscentralerna* förutsätter utredningen skall kunna tillgodoses huvudsakligen genom förhyrning. Det bör ankomma på byggnadsstyrelsen att ombesörja den saken. Som en tänkbar lösning bör därvid övervägas att på samma sätt som i fråga om de permanenta utställningarna gå samman med Svenska Byggtjänstgruppen på resp. orter. För Stockholms del kan man också på något längre sikt tänka sig att inrymma upplysningscentralen i den nybyggnad, som staten f. n. placerar vid sydöstra delen av Sergels torg.

IV. Sammanfattning

Utredningsarbetet har syftat till att i praktiskt-organisatoriska hänseenden vinna en effektivisering av den statliga konsumentupplysningen. För det ändamålet har utredningen granskat betingelserna för både den grundläggande forskningen om konsumentvarornas pris, kvalitet, service etc. och den egentliga informationsverksamheten.

Angående konsumentvaruforskningen i vårt land konstaterar utredningen, att den knappa volymen därav och forskningens ensidiga inriktning påverkar effektiviteten hos hela den statliga konsumentupplysningen. För att bredda underlaget för denna verksamhet föreslår utredningen, att det etableras *ett nära samarbete mellan konsumentupplysningsorganen och flera utomstående hel- och halvstatliga forsknings- och provningsinstitutioner*, vilka i sitt arbete kommer in på konsumentområdet. Förutsättningar skapas därvid för att i den statliga konsumentupplysningen utnyttja erfarenheter och rön, som dessa utomstående institutioner redan nu gör i sitt arbete. I möjligaste mån bör också *resultat, som kommer fram i den utländska konsumentvaruforskningen nyttiggöras*.

Frågan om en önskvärd *ytterligare utbyggnad av underlaget för upplysningsverksamheten* har utredningen ansett vara av den storleksordningen, i kostnadshänseende och eljest, att den *bör bli föremål för särskild undersökning*. En sådan undersökning bör utföras så snart som möjligt av en statlig kommitté. I det sammanhanget bör också prövas om inte den statliga konsumentupplysningen under vissa betingelser skall kunna hämta konsumentnyttigt material från ex.-vis kommunala företag eller det privata näringslivet.

Rörande den egentliga *upplysningsverksamheten* understryker utredningen, att upplysningsmaterialet för att nå en så stor del av konsumenterna som möjligt måste spridas på många olika vägar och i så många olika former, som motiveras av syftet med upplysningen. Ökat utrymme bör även beredas *en mera på allmän konsumentfostran inriktad upplysningsverksamhet*. Utredningen understryker samtidigt betydelsen av att konsumentupplysningsorganen strävar efter en *successiv förnyelse av metodiken i upplysningen*. Verksamheten riskerar eljest att stelna i sina former och därmed förlora i intresse och aktualitet.

Under särskild rubrik gör utredningen uttalanden till förmån för ett *ak-*

tivare samarbete mellan konsumentinstitutet samt pris- och kartellnämnden för att i vidgad utsträckning möjliggöra samtidig information om en varas pris, kvalitet och andra egenskaper.

I betänkandet behandlas vidare frågan om en *ny statlig periodisk tidskrift på konsumentupplysningsområdet*. Utredningen föreslår att en sådan tidskrift, avsedd att ersätta Råd och rön, ges ut av konsumentinstitutet. Däri bör informeras om resultaten av även sådant forsknings- och undersökningsarbete avseende konsumentvarorna, vilket äger rum vid andra statliga och statsunderstödda institutioner. I tidskriften skall också tas in konsumentupplysande uppsatser, intervjuer, reportage, referat etc. Innehållet i tidskriften förutsätts skola redigeras med tanke på att gå direkt ut till konsumenterna.

Utredningen förordar *ett aktivare samarbete mellan upplysningsorganen samt press, radio och TV*. För ändamålet föreslås inrättande av en tjänst som pressombudsman.

Ett fast organisatoriskt underlag bör även skapas för *goda löpande kontakter med skolorna, liksom med studie-, löntagare- och kvinnoorganisationerna* såsom vidareförmedlare av det konsumentupplysande materialet. För dessa arbetsuppgifter förordas en särskild studiesektion med t. v. tre befattningshavare.

En förbättring av *bildtjänsten*, upprättande av *litteratur- och forskningsregister* på konsumentområdet samt särskild medelsanvisning på omkostnadssidan för tillverkning av *bilband och liknande åskådningsmateriel* är andra inslag i den serviceverksamhet, som utredningen föreslår att konsumentinstitutet skall utöva gentemot de olika kategorierna av vidareupplysare.

I betänkandet uppmärksammas även den roll, som den personliga rådgivningen spelar i en aktiv konsumentupplysning. Såsom betydelsefulla led i en utbyggnad och förbättring av *rådgivningsverksamheten* föreslås sålunda att hushållningssällskapens hemkonsulenter och folkbiblioteken, alltefter dessa båda institutioners allmänna förutsättningar, skall fungera som *regionala resp. lokala upplysningsställen*. I de tre största städerna i riket och i Umeå bedöms inte den organisationen tillräckligt. Där bör inrättas *särskilda upplysningscentraler*. Till dem skall finnas anslutna *utrymmen för film, föredrag, utställningar etc.* Upplysningscentralen i Stockholm — vilken förutsätts ligga i centrum av staden, så att den lätt kan nås från olika delar av storstadsregionen — bör på sikt även omfatta *ett bibliotek för konsumentlitteratur*.

Dessa många olika nyheter och verksamhetens i stora delar ändrade inriktning motiverar en *väsentlig utbyggnad av det organ som svarar för upplysningsarbetet*. Utredningen anser att som sådant även t. v. bör fungera statens institut för konsumentfrågor. Den allmänna breddningen av underlaget för informationsarbetet motiverar emellertid att *institutets upp-*

lysningsavdelning tillerkänns ett avsevärt mått av självständighet i det utåt-riktade arbetet. Förslag härom framläggs av utredningen. Samtidigt föreslås personella förstärkningar, så att upplysningsavdelningen — inklusive tre nya tjänster på kansliet för tidskriftsförsäljningen etc. — kommer att omfatta 31 befattningshavare under ledning av en erfaren journalist. Det är ungefär en fördubbling jämfört med vad som gäller nu. Organisatoriskt föreslås avdelningen inrymma en *redaktion*, dit publiceringsverksamheten förläggs, en *pressombudsman*, en *studiesektion* för samarbetet med folkbildningsorganisationerna m. fl., en sektion för *utställningsverksamheten* samt en sektion för *rådgivningsverksamheten*. Till rådgivningen hänförs då också de särskilda upplysningscentralerna med anslutande regionala och lokala stödjepunkter.

En så utformad verksamhet och organisation kommer för budgetåret 1964/65 att *öka statens utgifter för konsumentupplysningen med i runt tal 680 000 kr.* Den nya organisationen — som förutsätts komma att efter något eller ett par års erfarenheter behöva förstärkas med ytterligare fyra à fem befattningshavare — föreslås skola *träda i kraft den 1 juli 1964.* Dock torde de särskilda upplysningscentralerna med hänsyn till lokalfrågornas lösning ej hinna träda i funktion förrän omkring den 1 januari 1965.

Enligt beslut av Kungl. Maj:t den 22 februari 1963 har en arbetsgrupp tillsatts för att utreda frågan om den framtida organisationen av upplysningsavdelningen vid statens institut för konsumentfrågor. Till ledamöter i utredningen har förordnats byråchefen Erik Berggren och direktören Oscar Westerlind. Dessa båda äger att med sig adjungera den ytterligare expertis m. m., som de finner behov av.

Det är utredningens uppgift att söka medverka till en effektivisering och utvidgning av konsumentupplysningen. I det syftet kommer utredningen att ta upp bl. a. frågan om ett vidgat samarbete på upplysnings sidan mellan sådana statliga och statsunderstödda institutioner, vilka bedriver forskning och undersökningar på konsumentområdet. Utredningen kommer också att granska i vilken form och på vilka vägar upplysningsmaterialet, med hänsyn till sin användning i det särskilda fallet, bör publiceras och spridas för att nå en så stor del av konsumenterna som möjligt.

Som grund för sitt arbete är utredningen beroende av en aktuell redovisning över vilka statliga och statsunderstödda institutioner, som bedriver forskning och upplysning på konsumentområdet, samt i vilken omfattning och under vilka former verksamheten utövas. Därför hemställs att Ni måtte besvara härefter upptagna frågor. I den mån Ni inte bedriver forskning och upplysning på något av de i fråga 1 angivna områdena förfaller skrivelsen för Eder del. Utredningen är tacksam att i så fall få ett meddelande därom.

1. På vilket eller vilka av härefter upptagna varuområden bedriver Eder institution forskning och undersökningar rörande pris, kvalitet, service m. m.? Till vilka ungefärliga belopp för år räknat utför Ni inom resp. varuområden sådant forsknings- och undersökningsarbete? (markera med kryss samt angiv under resp. rutor den approximativt uppskattade kostnadsvolymen)

1.	2.	3.	4.
Livsmedel	Textilier, beklädnad, skodon, lädervaror, textilrengöring	Kemiskt tekniska produkter	Hem- och hushållsapparater
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kr.	kr.	kr.	kr.
5.	6.	7.	8.
Andra redskap för hem och hushåll, köksutensilier m. m.	Möbler, köksinredningar, sanitära inredningar inkl. bostadsplaneringsfrågor	Värmepannor, kaminer och andra uppvärmningsanordningar, med tillbehör	Radio, TV, bandspelare, kameror, klockor
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kr.	kr.	kr.	kr.

9.

Elektrisk materiel
ej förut åsyftad,
ex.vis hörapparater,
torkapparater, belysnings-
armatur, glödlampor m. m.

kr.

10.

Personbilar, mopeder,
cyklar, småbåtar, båtmotorer

kr.

11.

Sportartiklar och andra fritidsvaror,
ej förut åsyftade

kr.

2. I vilken form blir resultaten av Edert forsknings- och undersökningsarbete inom resp. varuområden föremål för spridning? (markera i rutorna med siffror, motsvarande varuområdena i fråga 1)

tryckta skrifter

stencilerade
skrifter

föredrag

utställningar

annan spridningsform:

3. Bedriver Ni här avsedd konsumentvaruforskning och konsumentupplysning i samarbete med annan statlig eller statsunderstödd institution? (angiv i förekommande fall den främmande institutionens namn samt, inom parentes efter namnet, med siffror enligt fråga 1 det eller de varuområden som samarbetet gäller)

4. Är den upplysning, som Ni på någon av de i fråga 2 angivna vägar sprider om resultaten av Edert forsknings- och undersökningsarbete på konsumentvaruområdet avsedd huvudsakligen för internt bruk inom Eder institution och/eller för en vidare krets, ex.vis personer och företag, som arbetar inom det berörda facket, och/eller för allmänheten? (markera i rutorna med siffror, motsvarande varuområdena i fråga 1)

internt bruk

en vidare krets

allmänheten

5. Begagnar Ni något eller några av följande media för att på konsumentområdet sprida upplysning om forsknings- och undersökningsresultat, som i och för sig kan antagas vara av intresse för allmänheten? (markera med kryss)

fackpressen

dags- o. veckopressen

radio

TV

- 6. Om Ni aldrig eller sällan begagnar något av de i fråga 5 angivna media för att sprida upplysning om där åsyftade forsknings- och undersökningsresultat — beror det av något av följande skäl?
(markera med kryss)

sekretesskrav

bristande personella resurser

Annat skäl:

- 7. Om Ni ofta eller alltid begagnar något av de i fråga 5 angivna media för att sprida upplysning om där åsyftade forsknings- och undersökningsresultat — i vilken form tillhandahåller Ni materialet åt pressen resp. radion och TV? (markera med kryss)

i obearbetat skick, därvid förutsätts att mottagaren själv gör de ändringar med avseende på redovisningsform, som gör materialet lämpat att publiceras i pressen resp. framföras i radio eller TV

i form av pressmeddelanden, presskommunikéer, presskonferenser med eller utan tillhandahållande av primärmaterial

efter redaktionell omarbetning i sådan form, att materialet direkt lämpar sig för publicering i pressen resp. framförande i radio eller TV

- 8. Finns det i och för sig ett önskemål hos Eder institution att i större utsträckning än som sker f. n. sprida upplysning i populär form om sådana forskningar och undersökningar, som Ni utför på konsumentvaruområdet och som kan bedömas vara av intresse för allmänheten? (markera med kryss)

Ja

Nej

- 9. Är Ni för att åstadkomma en breddning och intensifiering av upplysningsverksamheten på konsumentområdet villig att ta upp ett ökat samarbete med andra konsumentforskande och konsumentupplysande statliga och statsunderstödda institutioner? (markera med kryss)

Ja

Nej

- 10. Om frågorna 8 och/eller 9 besvaras nekande — ange orsaken.....

- 11. Olika former är tänkbara för ett vidgat samarbete på konsumentupplysningsområdet. Som utgångspunkt kan väljas att de skilda konsumentforskande institutionerna även framgent skall — med anlitande av antingen den öppna fackpressen eller egna tidskrifter — svara för publiceringen av de mera vetenskapligt

utformade berättelserna över utförda forskning och undersökningar. Samarbetet skulle därvid komma att gälla framställning av sådant i övervägande grad populärt hållet upplysningsmaterial, som via olika media skall gå direkt ut till konsumenterna eller som skall fylla skolornas och det frivilliga studie- och folkbildningsarbetets behov av ett väl differentierat grundmaterial för utbildningsverksamheten. Önskemål har framförts om att dylikt konsumentupplysande material för överblickens skull bör publiceras gemensamt för hela konsumentområdet. Om en sådan gemensam publicering skulle administreras av statens institut för konsumentfrågor, såsom det största konsumentvaruforskande och konsumentupplysande statliga organet — vilketdera av följande alternativ för arbetets uppläggning anser Ni vara att föredraga? I båda alternativen förutsätts att vid den gemensamma publiceringen resp. institutioner framträder under egen rubrik eller på annat sätt med bibehållande av sin individualitet. (markera med kryss)

vederbörande institution själv svarar för att det önskvärda löpande samarbetet med konsumentinstitutet upprätthålls samt sätter upp och redigerar sådant upplysningsmaterial, som enligt vad nyss angivits kan vara ägnat att flyta in i en gemensam konsumenttidskrift

ansvaret för att det blir ett aktivt löpande samarbete mellan konsumentinstitutet och andra statliga och statsunderstödda institutioner, vilka sysslar med konsumentforskning, läggs på konsumentinstitutets upplysningsavdelning, som för det ändamålet förstärks med bl. a. en redaktörsgrupp med uppgift att i intimt samarbete med de utomstående institutionernas »upplysningschefer» arbeta fram sådant upplysningsmaterial, som enligt vad nyss angivits kan vara ägnat att flyta in i en gemensam konsumenttidskrift

12. Har Ni andra förslag till en ökad samordning på konsumentupplysningsområdet? (använd ev. särskild bilaga).....

Utredningen hemställer att Ni så snart som möjligt och senast den 17 april 1963 återställer denna skrivelse med svaren ifyllda. Handlingen torde benäget översändas till amanuensen i Handelsdepartementet Christina Gartz (tel. 22 45 00 ank. 1944), som biträder utredningen med vissa sekreterarsysslor.

Stockholm den 16 mars 1963.

För konsumentupplysningsutredningen

Erik Berggren

*Bilaga A 2**Frågeskrivelse I tillställs:*

1. Arbetarskyddsstyrelsen
2. Arméintendenturförvaltningen
3. Armétygförvaltningen
4. Bostadsstyrelsen
5. Byggstandardiseringen
6. Centrala sjukvårdsberedningen
7. Chalmers tekniska högskola
8. Farmaceutiska institutet i Stockholm
9. Flygförvaltningen
10. Försvarets fabriksstyrelse
11. Försvarets forskningsanstalt
12. Försvarets sjukvårdsstyrelse
13. Gymnastiska centralinstitutet
14. Göteborgs universitet
15. Institutet för metallforskning
16. Institutet för optisk forskning
17. Jordbrukets forskningsråd
18. Karolinska institutet
19. Konstfackskolan
21. Lantbrukshögskolan
22. Lantbruksstyrelsen
23. Lennings textiltekniska institut
24. Lunds universitet
25. Marinförvaltningen
26. Medicinalstyrelsen
27. Medicinalstyrelsens sjukvårdsberedskapsnämnd
28. Skolöverstyrelsen
29. Sprängämnesinspektionen
30. Statens brandinspektion
32. Statens institut för folkhälsan
33. Statens jordbruksnämnd
34. Statens lantbrukskemiska kontrollanstalt
35. Statens trafiksäkerhetsråd
36. Statens institut för hantverk och industri
37. Statens provningsanstalt
38. Veterinärstyrelsen
39. Statens växtskyddsanstalt
40. Stiftelsen för näringsforskning
41. Stockholms universitet
42. Svenska färgindustriens forskningslaboratorium
43. Svenska hemslöjdsföreningarnas riksförbund
44. Svenska institutet för konserveringsforskning
45. Svenska silikatforskningsinstitutet
46. Svenska slöjdföreningen
47. Svenska textilforskningsinstitutet
48. Svenska träforskningsinstitutet
49. Sveriges hantverks- och industriorganisation
50. Sveriges standardiseringskommission
51. Tandläkarhögskolorna i Stockholm, Malmö och Umeå
52. Tekniska högskolan i Stockholm
53. Uppsala universitet
54. Veterinärhögskolan
55. Väg- och vattenbyggnadsstyrelsen
56. Överstyrelsen för yrkesutbildning
57. Statens institut för byggnadsforskning
58. Sveriges industriförbund
59. Jordbrukstekniska institutet
60. Statens veterinärmedicinska anstalt

Fråga 1 f: På vilka områden forskar statliga eller statsunderstödda institutioner?

Institution ¹	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Livsmedel	Textilier, beklädnad, skodon, lädervaror, textiltillagöring	Kemiskt tekniska produkter	Hem- och hushållsapparater	Andra redskap för hem och hushåll, köksutensilier	Möbler, köksinredningar, sanitära inredningar inkl. bostadsplaneringsfrågor	Värme-pannor, kaminer och andra uppvärmningsanordningar m. tillbehör	Radio, TV bandspelare, kameror, klockor	Elektrisk materiel, ej förut åsyftad, ex. vis hörapparat, rater, torkapparat, rater, belysningsarmatur, glödlampor	Personbilar, mopeder, cyklar, småbåtar, båtmotorer	Sportartiklar och andra fritidsvaror, ej förut åsyftade
1	Arbetsstyrelsen										
2	Arméintendenturförvaltningen	×	×	×	×	×	×		×		
6	Centralsjukvårdsberedningen	×	×	×	×	×			×		
10	Forsvarets fabriksstyrelse	×									
11	Forsvarets forskningsanstalt	×	×								
18	Karolinska institutet	×									
23	Lennings textiltkniska institut	×						×			
28	Skolöverstyrelsen	×									
30	Statens brandsinspektion	×	×								
32	Statens institut för folkhälsan	×	×								
33	Statens jordbruksnämnd	×									
34	Statens lantbrukskemiska kontrollanstalt	×	×								
35	Statens trafiksäkerhetsråd	×									
36	Statens institut för hantverk och industri	×	×								
37	Statens provningsanstalt	×	×								

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Institution ¹	Livs- medel	Textilier, beklädnad skodon, lä- dervaror, textilren- göring	Kemiskt tekniska produkter	Hem- och hushålls- apparater	Andra redskap för hem och hus- håll, köks- utensilier	Möbler, köksin- redningar, sanitära inredning- ar inkl. bostads- plane- rings- frågor	Värme- pannor, kaminer och andra uppvärm- ningsan- ordningar med tillbehör	Radio, TV bandspe- lare, kameror, klockor	Elektrisk materiel, ej förut äsyftad, ex. vis hörappa- rater, torkappa- rater, be- lysnings- armatur, glöd- lampor	Person- bilar, mopeder, cyklar, småbåtar, båt- motorer	Sportar- tiklar och andra fri- tidsvanor, ej förut äsyftade
38 Veterinärstyrelsen	×		×			×					
42 Svenska färgindustriens forskningslaborato- rium											
44 Svenska institutet för konserveringsforsk- ning	×				×						
46 Svenska slöjdföreningen											
47 Svenska textilforsk- ningsinstitutet		×									
48 Svenska träforsknings- institutet											
50 Sveriges standardise- ringskommission											
51 Tandläkarhögskolan i Stockholm	×							×		×	×
52 Tekniska högskolan i Stockholm	×										
54 Veterinärhögskolan	×										
55 Väg- och vattenbygg- nadsstyrelsen										×	
57 Statens institut för byggnadsforskning											
59 Jordbruksvetenskapliga institutet	×										×

¹ Kommentarer av uppgiftslämnarna återges efter tabellen.

Kommentarer av uppgiftslämnarna:

- 2 Avser materialundersökningar i samband med leveranskontroll, utarbetande av kvalitetsbestämmelser för upphandling av livsmedel, utarbetande av tillverkningsbestämmelser i samband med projektering av ny materiel, omfattande kvalitetskontroll i samband med tillverkning och/eller leverans; prisundersökningar och vägning mellan pris och kvalitet i samband med upphandling; kostnadsvolym kan ej anges.
- 6 Kostnadsvolymen för år inom varugrupperna 2, 5, 6 och 9 utgör resp. 40 000, 5 000, 5 000 och 15 000 kr.
- 10 Avser utestående undersökningar inriktade på de speciella problem, som finns vid industriell tvättbehandling av textilpersedlar från sjukvårdsinrättningar eller militära förband; den approximativa kostnadsvolymen för år 40 000 kr.
- 11 Under varugrupp 3 avses smörjmedel och korrosionsskyddsmedel samt skyddsmateriel, bl. a. andningsskydd mot giftiga industrigaser; kostnadsuppgift går ej att lämna. — undersökningarna ingår som led i annan forskning för försvaret och kan ej särskiljas.
- 18 Under grupp 1 avses undersökningar rörande allergier mot i livsmedel ingående ämnen, under grupp 9 undersökningar beträffande elektriska hörapparater; i sistnämnda fall utgör årskostnaden uppskattningsvis 2 000 kr.
- 23 Kostnadsvolymen 15 000 kr. för år.
- 28 Under grupp 1 avses undersökningar på livsmedelsområdet i anslutning till skolmåltidsverksamheten, under grupp 4 forskning beträffande storhushållsapparater och under grupp 8 undersökningar beträffande skivspelare, projektorer, högtalare, ljudband m. m.; för sistnämnda varugrupp utgör kostnadsvolymen ca 40 000 kr. för år;
- 30 Under grupp 2 varierar årskostnaden mellan 1 000 och 20 000 kr., under grupp 3 utgör den ca 3 000 kr. för år.
- 33 Verksamheten gäller inte undersökningar om kvalitet och pris i konsumentledet utan närmast i producent- eller parthandlarledet.
- 34 Under grupp 3 avses krukväxtjord och krukväxtnäring; grupp 1 årskostnad 1 000 kr., grupp 3 årskostnad 5 000 kr.
- 35 Undersökningarna avser personbilar; kostnaderna utgör ca 300 000 kr. för år.
- 36 Under grupperna 1, 2, 3, 6, 7 och 10 räknas med årskostnader av resp. 50 000, 30 000, 15 000, 5 000, 5 000 och 3 000 kr.
- 42 Kostnadsvolym 250 000 kr. för år.
- 44 Kostnadsvolym 1 300 000 kr. för år.
- 47 Kostnadsvolym 1 200 000 kr. för år.
- 48 Gäller snickeriområdet, bl. a. möbler, samt normkontroll av plywood och spånskivor; årskostnad 30 000 kr.
- 50 Årskostnaden för fastställda av sådan standard, som kan sägas vara av direkt intresse för den enskilde intressenten, utgör uppskattningsvis 150 000 kr.
- 51 Årskostnaderna under grupperna 1, 3 och 9 utgör uppskattningsvis resp. 15 000, 20 000 och 5 000 kr.
- 52 Under grupp 6 avses sanitära inredningar för en uppskattad årskostnad av 25 000 kr.; årskostnaden under 7 utgör 100 000 kr.
- 54 Årskostnad 20 000 kr.
- 55 Under varugrupp 6 avses sanitära installationer, sammanhängande med vatten- och avloppsledningsnätet, under grupp 10 avses undersökningar beträffande motorfordonens konstruktion ur trafiksäkerhetsynpunkt.
- 57 Årskostnaden under 6 utgör ca 180 000 kr. och under 7 ca 300 000 kr.
- 59 Under varugrupp 1 (utsäde m. m.) räknas med en årskostnad av 250 000 kr., under 9 (torkapparater, belysningsarmatur för lantgårdar m. m.) med 10 000 kr. samt under 10 (traktorer) med 50 000 kr.

<i>Nr</i>	<i>Institution</i>	<i>Samarbetetar med</i> (inom varuområde enl. fråga 1 f)
1.	Arbetskyddsstyrelsen	svenska elektriska materialkontrollanstalten (4), statens institut för hantverk och industri (7), statens institut för konsumentfrågor (4), statens institut för folkhälsan (3)
2.	Arméintendenturförvaltningen	veterinärstyrelsen (1), veterinärhögskolan (1), statens institut för folkhälsan (1), svenska institutet för konserveringsforskning (1), statens veterinärmedicinska anstalt (1), statens växtskyddsanstalt (1), statens institutet för hantverk och industri (1), försvarets forskningsanstalt (2), svenska textilforskningsinstitutet (2), armétygförvaltningen (2 och 3), statens provningsanstalt (2)
4.	Bostadsstyrelsen	byggnadsstyrelsen, statens institut för byggnadsforskning, statens institut för konsumentforskning
6.	Centrala sjukvårdsberedningen	Sveriges standardiseringskommission (2, 5)
10.	Försvarets fabriksstyrelse	arméintendenturförvaltningen (2), centrala sjukvårdsberedningen (2), svenska textilforskningsinstitutet (2)
11.	Försvarets forskningsanstalt	Lunds universitet (2), ingenjörsvetenskapsakademien (3), statens institut för folkhälsan (3)
23.	Lennings textiltekniska institut	svenska textilforskningsinstitutet (2)
28.	Skolöverstyrelsen	statens institut för folkhälsan (1 och 4), statens institut för konsumentfrågor (1 och 4), statens provningsanstalt (8)
30.	Statens brandinspektion	civiltjänststyrelsen (2), försvarets forskningsanstalt (2), statens provningsanstalt (3)
32.	Statens institut för folkhälsan	statens institut för konsumentfrågor (1), statens institut för byggnadsforskning (6 och 7)
33.	Statens jordbruksnämnd	statistiska centralbyrån (1), statens pris- och kartellnämnd (1)
34.	Statens lantbrukskemiska kontrollanstalt	varudeklarationsnämnden (3), skogs- och lantbrukshögskolans trädgårdsskola (3)
35.	Statens trafiksäkerhetsråd	tekniska högskolan (10), statens väginstitut (10), Uppsala universitet (psykologiska institutionen) (10)
36.	Statens institut för hantverk och industri	varudeklarationsnämnden (1), statens konsumentråd (2), statens råd för byggnadsforskning (7), ingenjörsvetenskapsakademien (3)

42. Svenska färg-
industriens forsk-
ningslaboratorium byggestandardiseringen, Sveriges standardiseringskommission, statens institut för byggnadsforskning
44. Svenska institutet
för konserverings-
forskning statens institut för konsumentfrågor (1)
47. Svenska textilforsk-
ningsinstitutet statens institut för konsumentfrågor (2), statens institut för byggnadsforskning (2), varudeklarationsnämnden (2)
50. Sveriges standardi-
seringskommission statens institut för konsumentfrågor, varudeklarationsnämnden
52. Tekniska högskolan statens institut för byggnadsforskning (6, 7)
57. Statens institut för
byggnadsforskning bostadsstyrelsen (6, 7), byggnadsstyrelsen (6, 7) gymnas-
tiska centralinstitutet (6, 7), skolöverstyrelsen (6, 7),
statens trafiksäkerhetsråd (6, 7), statens institut för
hantverk och industri (6, 7), statens provningsanstalt
(6, 7), svenska slöjdföreningen (6, 7), svenska textil-
forskningsinstitutet (6, 7), svenska träforskningsinstitutet
(6, 7), Sveriges standardiseringskommission (6, 7)
59. Jordbrukstekniska
institutet lantbrukshögskolan, hushållningssällskapen, lantbrukets
byggnadsförening LBF, statens forskningsanstalt för
lantmannabyggnader

Enligt beslut av Kungl. Maj:t den 22 februari 1963 har en arbetsgrupp tillsatts för att utreda frågan om den framtida organisationen av upplysningsavdelningen vid statens institut för konsumentfrågor. Till ledamöter i utredningen har förordnats byråchefen Erik Berggren och direktören Oscar Westerlind. Dessa båda äger att med sig adjungera den ytterligare expertis m. m., som de finner behov av.

Det är utredningens uppgift att söka medverka till en effektivisering och utvidgning av konsumentupplysningen. I det syftet kommer utredningen att ta upp bl. a. frågan om ett vidgat samarbete på upplysningssidan mellan sådana statliga och statsunderstödda institutioner, vilka bedriver forskning och undersökningar på konsumentområdet. Utredningen kommer också att granska i vilken form och på vilka vägar upplysningsmaterialet, med hänsyn till sin användning i det särskilda fallet, bör publiceras och spridas för att nå en så stor del av konsumenterna som möjligt.

Skolorna liksom studie- och folkbildningsorganisationerna spelar en betydelsefull och växande roll i en aktiv konsumentupplysning. Detsamma gäller löntagare- och kvinnoorganisationerna. Det är därför viktigt att goda kontakter finns mellan konsumentupplysningsorganen och skolorna respektive de nämnda organisationerna. Frågan härom berördes av 1960 års prisövervakningskommitté i dess betänkande SOU 1961: 3 och i remissyttrandena över betänkandet. Kommittén föreslog bl. a. ett vidgat samarbete mellan statens pris- och kartellnämnd och statens institut för konsumentfrågor för att skaffa fram och via konsumentinstitutets skrifter sprida ett material, som belyser hela sammanhanget pris—kvalitet—service. Samtidigt lämnade kommittén i fråga om den enbart på priser inriktade konsumentupplysningen vissa exempel på hur ett direkt samarbete mellan pris- och kartellnämnden och organisationerna skulle kunna utformas.

Den nu tillsatta utredningen har aktualiserat frågan om ej konsumentinstitutet med fördel borde kunna sprida upplysning om — förutom den egna forskningen, i förekommande fall kompletterad med material från pris- och kartellnämnden — även sådana forskningar och undersökningar på varu- och prisområdet, vilka äger rum vid andra statliga och statsunderstödda institutioner. Det förutsätts att konsumentinstitutet därvid får de behövliga personella och materiella resurserna att kontinuerligt hålla nära kontakt med nämnda institutioner. Underlag skulle då finnas för att åstadkomma en löpande samlad redovisning i tidskriftsform över hela det statliga och statsunderstödda konsumentforskningsområdet. En dylik gemensam konsumenttidskrift skulle kunna tänkas väsentligen ta sikte på att tillgodose det i flera tidigare sammanhang redovisade behovet av en i lätt tillgänglig stil hållen, direkt på konsumenterna inriktad upplysningsverksamhet. Däremot skulle de olika pris- och varuforskande institutionerna även framgent själva svara för publiceringen av de huvudsakligen i vetenskaplig form upprättade rapporterna m. m. över hos dem gjorda undersökningar.

Det skulle vara till hjälp för utredningen att höra Eder uppfattning om värdet av en sådan samordning på konsumentupplysningssidan. Utredningen är givetvis också intresserad av att veta om Ni har andra önskemål i fråga om service från konsumentupplysningsorganen i syfte att främja Edert studie- och utbildningsarbete

eller Eder publiceringsverksamhet via egna tidskrifter m. m. Därför hemställs att Ni så snart som möjligt och senast den 17 april 1963 kommer in till utredningen med svar på de i härvid fogade *Bilaga* upptagna frågorna. Svaren torde benäget tillställas amanuensen i Handelsdepartementet Christina Gartz (tel. 22 45 00, ankn. 1944), som biträder utredningen med vissa sekreterarsysslor. Stockholm den 16 mars 1963.

För konsumentupplysningsutredningen:

Erik Berggren

Bilaga till frågeskrivelse
studieorganisationerna m. fl.

I Studie- och folkbildningsarbetet

(använd för svaren särskild bilaga)

1. I vilken utsträckning skulle en sådan för hela konsumentområdet gemensam upplysningstidskrift, varom talas i huvudskrivelsen till denna bilaga, vara av värde för Eder organisation vid planering och genomförande av utbildnings- och undervisningsverksamheten?
2. I vilket eller vilka (ytterligare) hänseenden anser Ni Er vara i behov av service från de statliga och statsunderstödda konsumentupplysningsorganen för att erhålla ett tillfredsställande grundmaterial för utbildnings- och undervisningsverksamheten?
3. I SOU 1961: 3, s. 113 och 114, har beträffande den enbart på priser inriktade konsumentupplysningen lämnats konkreta exempel på hur ett kontinuerligt samarbete mellan pris- och kartellnämnden och studieorganisationerna m. fl. kan läggas upp. Skulle det vara av värde för Eder att i liknande och/eller andra former vinna ett närmare samarbete med konsumentinstitutet såsom samordnare — enligt vad antytts i huvudskrivelsen till denna bilaga — av den statliga konsumentupplysningen?
4. Har Ni andra synpunkter på utformningen av en aktiv statlig konsumentupplysning?

II Publiceringsverksamheten

1. I vilken utsträckning tar Ni in konsumentupplysande artiklar i Edra periodiska publikationer? (markera med kryss)

ofta	sällan	aldrig
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Varifrån brukar Ni i förekommande fall hämta det konsumentupplysande materialet för publicering? (markera med kryss)

Dags- och vecko- pressen	Konsumentinsti- tutets publika- tioner	Pris- och kartell- nämndens publi- kationer	Annat statligt konsumentupp- lysningsorgans publikationer
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Annan källa (publikationer inom näringslivet, muntliga informationer från upplysningsorganen etc.)

3. Hur presenterar Ni det konsumentupplysande materialet? (markera med kryss)

I refererade delar
in extensoefter redaktionell
omarbetning,
som Ni själv
utförefter redaktionell
omarbetning i
nära samråd med
vederbörande
upplysningsorgan

4. Studie-, löntagare- och kvinnoorganisationerna m. fl. har uttryckt önskemål om att få tillgång till mera konsumentupplysande material för bl. a. publicering i resp. organisationers tidskrifter m. m. Om de statliga konsumentupplysningsresurserna byggs ut med sikte bl. a. på att möjliggöra en dylik breddning av upplysningsarbetet — skulle det därvid för planering och genomförande av Eder organisations publiceringsverksamhet i vad gäller konsumentområdet vara av värde att ha tillgång till en sådan för hela området gemensam konsumenttidskrift, varom talas i huvudskrivelsen till denna bilaga? (markera med kryss)

ja nej

5. Skulle det vara av värde för planering och genomförande av Eder organisations publiceringsverksamhet om konsumentinstitutet såsom samordnare — enligt vad antytts i huvudskrivelsen till denna bilaga — av den statliga konsumentupplysningen fick de personella resurserna att lämna journalistisk och annan service, avseende — förutom fortlöpande informationer om planerade och pågående undersökningar — ex. vis redaktionell omarbetning av sådant konsumentupplysande material, vilket med hänsyn till den vetenskapliga utformningen eller av annan grund ej är ägnat att via Edra tidskrifter m. m. föras direkt ut till konsumenterna? (markera med kryss)

ja nej

6. Om fråga 4 och/eller 5 besvaras nekande — angiv orsaken.
-
-

7. Har Ni när det gäller Eder publiceringsverksamhet andra önskemål i fråga om service från konsumentupplysningsorganen? (använd ev. särsk. bilaga)
-
-

*Bilaga B 2**Frågeskrivelse II tillställs:*

1. Arbetsmarknadens kvinnonämnds kansli
2. Arbetarnas bildningsförbund (ABF)
3. Brevskolan
4. Centerpartiets kvinnoförbund
5. Centerns ungdomsförbund
6. Centralförbundet Folk och försvar
7. Folkpartiets kvinnoförbund
8. Folkpartiets ungdomsförbund
9. Fredrika-Bremer-Förbundet
10. Förbundet Hem och ungdom
11. Godtemplarordens studieförbund
12. Hermods
13. Hushållningssällskapens förbund
14. Hushållslärarnas riksförening
15. Högerns kvinnoförbund
16. Högerns ungdomsförbund
17. Jordbrukare-Ungdomens förbund
18. K A K
19. Kooperativa förbundet
20. Kooperativa kvinnogillesförbundet
21. Kursverksamheten
22. Landsorganisationen i Sverige
23. Liberala studieförbundet
24. Motormännens riksförbund
25. Målmännens riksförbund
26. Nationaltemplarordens studieförbund
27. N K I
28. Riksförbundet landsbygdens folk
29. Riksförbundet Sveriges 4 H
30. SACO
31. SECO
32. Samverkande bildningsförbunden
33. Skolöverstyrelsen
34. Svenska sparbanksföreningen
35. Sparfrämjandet
36. Statstjänstemännens riksförbund
37. Studieförbundet Medborgarskolan
38. Svenska kvinnors vänsterförbund
39. Svenska landsbygdens kvinnoförbund
40. Svenska landsbygdens studieförbund
41. Svenska landsbygdens ungdomsförbund
42. Svenska lanthushållslärarnas förening
43. Svenska scoutförbundet
44. Svenska slöjdföreningen
45. Sveriges blåbandsförenings studieförbund
46. Sveriges folkpensionärers riksorganisation
47. Sveriges hantverks- och småindustri-förbund
48. Sveriges hemkonsulenters förening
49. Sveriges husmodersföreningars riksförbund
50. Sveriges lantbruksförbund
51. Sveriges lottakårer
52. Sveriges socialdemokratiska kvinnoförbund
53. Sveriges socialdemokratiska ungdomsförbund
54. Tjänstemännens bildningsverksamhet
55. Tjänstemännens centralorganisation
56. Unga Örnar
57. Veterinär- och medicinalstyrelsernas hygienkommitté
58. YKR, Yrkeskvinnors klubbars riksförbund
59. Yrkeskvinnors samarbetsförbund
60. Överstyrelsen för yrkesutbildning
61. Svenska hemslöjdsföreningarnas riksförbund
62. Sveriges köpmannaförbund

*Bilaga B 3**Nr Organisation**Fråga 1 u*

- Är Ni för planering och genomförande av Eder utbildnings- och undervisningsverksamhet intresserad av en sådan gemensam konsumenttidskrift, som här åsyftas?
2. Arbetarnas bildningsförbund
Det vore en stor tillgång i ABF:s arbete, om upplysningsverksamhet från hela konsumentområdet samlades i en gemensam upplysningstidskrift. Dit skulle då lätt kunna hänvisas som komplement i studiearbetet.
3. Brevskolan
En gemensam konsumenttidskrift skulle vara av stort värde för Brevskolans verksamhet — skolan skulle då kontinuerligt kunna följa utvecklingen på konsumentområdet, vilket skulle medverka till en bättre planering i kursutgivningen.
5. Centerns ungdomsförbund
Förbundet genomför årligen tillsammans med Sv. landsbygdens studieförbund eller LT:s Korrespondensskola studiekampanjer, kombinerade med rikstävlingar. Ofta tas därvid upp konsumentupplysning på mycket bred bas. Det skulle såväl för planeringen av dessa kampanjer som för informationen till deltagarna vara värdefullt att ha deklARATIONER och undersökningar samlade och lättillgängliga. Presentationen i SLU-bladet skulle även underlättas. Förbundet genomför dessutom inom den lokala organisationen kontinuerligt tävlingar om varukunskap. Ej minst för frågeframställning och kommentarer, såväl lokalt som centralt, skulle det vara värdefullt med den gemensamma upplysningstidskriften.
8. Folkpartiets ungdomsförbund
Innehållet i konsumentupplysningen faller normalt utanför ramen för en politisk organisations verksamhet. Där emot diskuterar förbundet naturligtvis de politiska problemen, som kan vara förenade med konsumentupplysning, reklam etc.
11. Godtemplarnas studieförbund
Konsumentupplysningen intar f. n. en begränsad plats på förbundets program. En gemensam upplysningstidskrift skulle emellertid fylla ett stort behov i förbundets successiva information till lokalavdelningarna och dessutom vara av betydelse vid planeringen för framtiden.
12. Hermods
I någon utsträckning för att få egna uppslag från skilda håll, möjligen också för att sprida information om egen verksamhet.

13. Hushållningssällskapens förbund
- Otvivelaktigt skulle en samlad redovisning vara till fördel. Den av utredningen skisserade tidskriften i populärform skulle dock bli av begränsat värde för planering av utbildningsverksamheten — materialet kan knappast få den bredd och det djup, som erfordras för att utgöra underlag för konsulenters och studieledares framställning vid kurser, demonstrationer etc. Däremot torde man vid förfrågningar och i andra jämförbara sammanhang kunna hänvisa till artiklar och sammanfattningar, som publicerats i tidskriften.
14. Hushållsläraarnas riksförening
- Det skulle vara av värde för föreningens medlemmar om en sådan tidskrift distribuerades så att den når alla hushållslärare.
15. Högerens kvinnoförbund
- En sådan tidskrift skulle underlätta för medlemmarna att följa den utveckling och forskning, som gäller hemarbete och konsumtionsvaror. Tidskriften bör informera om hela konsumtionsområdet och kompletteras med material även från den privata sektorn, från företag med välkänt gott namn, som bedriver omfattande varuforskning. Även om man den vägen får uppgifter enbart om en varas positiva egenskaper, kan dessa ligga till grund för jämförelser och underlätta bedömningen av nya varor, som ännu inte hunnit undersökas neutralt. Konsumentupplysningen måste anpassas efter en marknad som hastigt förändras. Men man kan inte i framtiden räkna med att kunna göra grundliga provningar av alla varor. Resultaten blir då föråldrade redan innan de publiceras.
17. Studieförbundet
- Det skulle vara av stort värde för Studieförbundet att ha tillgång till en för hela konsumentområdet gemensam upplysningstidskrift. Den bör även innehålla en avdelning för litteraturtjänst, bestående av artikelreferat och bokanmälningar. Det skulle även vara värdefullt om det via en gemensam upplysningstidskrift och anslutande verksamhet kunde skapas ett organ som fungerade som en dokumentationscentral för uppsamling, sovring och spridning av informationsmaterial på konsumentområdet.
19. Kooperativa förbundet
- En i lättillgänglig stil hållen, direkt till konsumenterna riktad konsumenttidskrift framstår icke som ett angeläget behov. Den statliga och statsunderstödda konsumentupplysningen bör i stället i första hand inrikta sig på att arbeta genom förefintliga massmedia, d. v. s. radio, TV, dagspress, veckopress och specialtidskrifter. Däremot finns behov av bättre samordning av upplysningen från olika statliga och statsunderstödda forsknings- och upplysningsorgan. Samtidigt bör informeras om en varas egenskaper och pris, köpvillkor och andra förhållanden, som kan vara av intresse ur konsumentens synpunkt. Man bör sålunda pröva möjligheten att åstadkomma en sam-

ordnad upplysning genom en särskild upplysningscentral. Denna kan tänkas bl. a. sprida upplysning via en tidskrift, som har till uppgift att informera bildningsorganisationer, hemkonsulenter, hushållsskolor och särskilt intresserade konsumenter. Av denna tidskrift bör givetvis krävas en vaken, journalistiskt skicklig redigering. Informationen via massmedia bör kompletteras med mer djupgående och mer varaktig upplysning i form av sammanfattande undersökningsrapporter och köpråd.

20. Kooperativa kvinno- gillesförbundet

I förbundets upplysningsverksamhet skulle det vara av stort värde att ha tillgång till den fylligare konsumentinformation, som en av statlig institution redigerad konsumenttidskrift skulle kunna bjuda. Tidskriften skulle otvivelaktigt få störst effekt, om den presenterade aktuellt grundmaterial för i första hand organisationer och tidningspress för vidareinformation. Den statliga informationen skulle vara av större värde för konsumenterna, om den var samordnad, så att man samtidigt kunde få upplysning om en varas egenskaper, pris, köpvillkor och andra förhållanden ur konsumentsynpunkt.

22. Landsorganisationen

LO är visserligen engagerad i en intensiv studieverksamhet, men den sker i stor utsträckning i samarbete med ABF. En sådan upplysningstidskrift som avses i utredningens skrivelse vore av mer direkt betydelse för LO:s medlemmar. En stor del av LO:s verksamhet på konsumentområdet går ut på att väcka medlemmarnas intresse för konsumentproblematiken. LO sysslar därför mindre med detaljproblem om t. ex. varors egenskaper men mer med allmänna problem, typ köptechnik. I frågor av denna principiella art finns mycket litet material. En konsumenttidskrift i lätt tillgänglig stil, riktad direkt till konsumenterna torde kunna fylla en uppgift även som idégivare för dem som sysslar med »väckelseverksamheten» genom att stimulera till debatt. »Råd och rön» samt »Pris- och kartellfrågor» skulle ej bli överflödiga — de skulle fylla en uppgift för dem som vidarebefordrar sakkunskaper och vill ha specialkunskaper. »Råd och rön» har fyllt en mycket viktig uppgift i sitt försök att kombinera uppgiften att vara en både direkt till konsumenterna och en till vidareförmedlarna riktad upplysning. Men huvuduppgiften för »Råd och rön» torde ha varit att ställa upplysning till förfogande för dags- och veckopressen. En ny konsumenttidskrift torde kunna göra en stor insats för att lära konsumenten den allmänna problematik som finns i konsumentens valsituation. Det är väsentligt vem som blir huvudman för tidningen — den bör ges ut av ett organ som samtidigt kan få uppgifter från alla de organ som sysslar med pris—kvalitet och övrig konsumentforskning och -upplysning och som kan överblicka hela fältet.

23. Liberala studieförbundet
- En sådan gemensam konsumenttidsskrift, som åsyftas av utredningen, måste bli av stort allmänt värde. Den kan givetvis också användas i kurs- och cirkelverksamhet som värdefullt kompletteringsmaterial. Det går dock ej att basera cirkelarbetet mer eller mindre helt på en sådan periodisk tidskrift.
28. Riksförbundet landsbygdens folk
- En för hela konsumentområdet gemensam upplysningstidskrift, redigerad och utformad efter journalistiska principer, bör kunna vara av värde för många av förbundets medlemshushåll.
29. Riksförbundet Sveriges 4 H
- Förbundet medverkar i främst tre hänseenden i konsumentupplysningen, nämligen genom 1) programinslag från ämnesområdet vid centrala och lokala kurser för 4 H-ledare, 2) särskilda arbets- och studieuppgifter av värde ur konsumentupplysningssynpunkt, ex.vis kunskaps tävlingar, demonstrationer och färdighetsprov, 3) initiativ till och medverkan i genomförande av studietävlingar under ledning av Studieförbundet. För samtliga dessa grenar torde en gemensam upplysningstidskrift av den art utredningen åsyftar kunna bli av stort värde som inspirationskälla och vägledning vid planeringen.
30. SACO
- SACO erinrar om att organisationen vid flera tillfällen framhållit, att det finns behov av ökade insatser för att förbättra den statliga konsumentupplysningen. Organisationen är därför positivt inställd till en utökad verksamhet på detta område och till tanken på att skapa en gemensam upplysningstidskrift för hela det statliga och statsunderstödda konsumentforskningsfältet.
34. Svenska sparbanksföreningen
- Som svar hänvisar föreningen till vad Sparförbundet (35) anför i frågan.
35. Sparförbundet
- Det skulle vara av värde för de centrala sparbanksorganisationerna, inklusive Sparförbundet, som förutom tidskriftutgivning har en omfattande kursverksamhet, och även för de lokala sparbankerna om en för hela konsumentområdet gemensam upplysningsverksamhet kunde inrättas, ex.vis i form av en gemensam upplysningstidskrift. Det är värdefullt att få en samlad överblick över de fakta, som är av värde vid konsumentupplysning. En sådan tidskrift bör ägna ett ej alltför knappt utrymme åt upplysning även om konsumtionskreditens kostnader och liknande ämnen. Det finns olika alternativ för utformningen av en sådan tidskrift. Man kan tänka sig en tidskrift för vidareupplysare, vilken redovisar uppnådda fakta från konsumentupplysningsområdet. Man kan också tänka sig en tidskrift i mer populär form, utgiven direkt till allmänheten på kommersiell bas. Förbundet vill helst ha alternativ 1.

36. Statstjänstemännens riksförbund En för hela konsumentområdet gemensam upplysningstidskrift skulle vara av stort värde för SR och dess underorganisationer för såväl studie- och utbildningsarbetet inom organisationerna som för publiceringsverksamheten via egna tidskrifter. SR tillstyrker därför livligt att en dylik upplysningstidskrift kommer till stånd.
37. Studieförbundet Medborgarskolan En för hela konsumentområdet gemensam upplysningstidskrift skulle för förbundet betydligt förenkla och förbilliga möjligheterna att följa utvecklingen och forskningen inom hemarbets- och konsumentvaruområdena. En sådan tidskrift skulle också underlätta arbetet med att hålla medarbetare inom distrikts- och lokalavdelningar à jour med konsumentområdet samt förenkla arbetet med handledarkurserna. Tidningen bör som komplement innehålla information om den privata sektorn. I sistnämnda hänseende anförs samma motiv, som har refererats under p. 15 Högerns kvinnoförbund.
40. Svenska landsbygdens studieförbund Naturligtvis skulle det vara värdefullt att ha en tidskrift som den skisserade som kompletteringsmaterial vid studiet av frågor som rör konsumenterna. Av stort värde är just att artiklar från hela det statliga och statsunderstödda konsumentforskningsområdet kan samlas på ett ställe. Det måste också vara värdefullt att artiklarna är populärt och lätt tillgängligt skrivna, så att man inte behöver göra någon överarbetning.
48. Sveriges hemkonsulenters förening Hemkonsulenterna behöver ständig tillgång till aktuella uppgifter rörande den forskning, provning och kontroll, som utföres på konsumentområdet. Den åsyftade konsumenttidskriften skulle i dessa hänseenden till en del kunna underlätta hemkonsulenternas möjligheter att erhålla uppgifter från de statliga och statsunderstödda forskningsorganen.
49. Sveriges husmodersföreningars riksförbund En sådan tidskrift skulle genom sin mångsidighet kunna verka stimulerande på intresset för konsumentfrågor och bli det samlade material, som hittills saknats för en fortlöpande upplysningsverksamhet på detta område. Dock bör tidskriften ej i första hand vända sig till den stora allmänheten utan snarare till konsumentupplysare av skilda kategorier såsom skolor, studieorganisationer, journalister m. fl. samt kvalificerade och särskilt intresserade konsumenter. Tidskriften bör innehålla material även om andra än statliga undersökningar under förutsättning att det rör sig om objektiva och vederhäftiga upplysningar. Då skulle tidskriften komma till stor användning inom förbundet, dels som studiematerial i studiecirkelarna, dels som underlag för olika typer av mötesprogram.
50. Sveriges lantbruksförbund Förbundet anser det mycket värdefullt om ett ökat samarbete på varuforskningsområdet kan komma till stånd. Den skisserade tidskriften borde förmedla in-

formation även från icke statlig forskning. Flera av de organisationer ex.vis, som är anslutna till Lantbruksförbundet, gör omfattande provningar på livsmedelsområdet och sprider även upplysning om resultaten av dessa provningar, LTK utger konsumentupplysande kursböcker och läroböcker etc. I tidskriften bör också olika slag av konsumentupplysande litteratur kunna recenserars och studieförbundens cirkelverksamhet presenteras.

52. Socialdemokratiska
kvinnoförbundet

Förbundet anser att det skulle vara bra med en tidskrift så utformad och med ett så bearbetat och lätt tillgängligt material, att den efterfrågades av den stora allmänheten. En dylik tidskrift kan i viss utsträckning tjäna som studie- och mötesmaterial, men det bör inte vara dess primära syfte. Pris- och kartellfrågor, Köpråd, Vår föda etc. är exempel på skrifter, vilka erbjuder ett värdefullt grundmaterial, som efter bearbetning kan nyttiggöras i studieverksamheten. Om konsumentinstitutet eller annat organ bör vara huvudman för tidningen är kvinnoförbundet inte på nuvarande stadium berett att uttala sig om.

55. Tjänstemännens
centralorganisation

Ur konsumentsynpunkt vore det helt naturligt värdefullt med en för hela konsumentområdet gemensam konsument-tidskrift. Denna bör referera ej enbart resultat från statlig eller statsunderstödd konsumentforskning utan även resultat som framkommer på andra håll. Redaktionen för en sådan tidskrift bör om möjligt ha en sådan omfattning och sammansättning att den även skall kunna utföra egna intervjuer och reportage samt referera utländska forskningsresultat. Tidskriften bör innehålla artiklar som behandlar konsumentfrågorna mera principiellt, ex.vis redogörelser för vilka faktorer som i första hand är av betydelse vid köp av skilda varor.

56. Unga Örnars Riks-
förbund

Förbundet har f. n. ganska litet av konsumentupplysning på sitt program, till en stor del på grund av bristen på lämpligt material. Kunde bristen på information och uppslag undanröjas, skulle säkert föreningslivet kunna göra ökade insatser på konsumentområdet. En för hela området gemensam tidskrift med den utformning, som skisserats i utredningens skrivelse, skulle få en mycket stor betydelse i studietarbetet och för tidningsverksamheten, genom att den skulle ge föreningslivet kontinuerliga upplysningar på konsumentområdet.

58. Yrkeskvinnors
klubbars riksförbund

En sådan tidskrift kommer att vara värdefull som komplement vid många typer av kurser och diskussioner.

61. Svenska hemslöjds-
föreningarnas riks-
förbund

Förbundet är berett att med egna artiklar medverka i en för hela konsumentområdet gemensam upplysningstidskrift. Det i en sådan tidskrift samlade materialet skulle

säkerligen bli till nytta dels för alla dem, som inom hemslöjden sysslar med upplysningsfrågor, dels för den publiceringsverksamhet, som bedrivs i »Hemslöjden», i övriga tidskrifter och dagliga tidningar runt om i landet. Vid sidan om en sådan gemensam tidskrift bör finnas småskrifter upptagande olika detaljer inom resp. områden. Dessa skulle utarbetas med anlitande av den sakkunskap som finns på varje särskilt område.

62. Sveriges köpmannaförbund

Den av utredningen skisserade upplysningstidskriften skulle få ett relativt begränsat värde för planeringen och genomförandet av förbundets utbildnings- och undervisningsverksamhet, eftersom denna väsentligt måste bygga på primärmaterialet från de pris- och varuforskande institutionerna. En populärt upplagd konsumenttidskrift kan därutöver givetvis fylla en viss uppgift. Svårigheten tycks dock vara att göra innehållet i en sådan tidskrift objektivt och samtidigt intresseväckande och begärligt för konsumenterna. En viktig fråga blir därför att ta ställning till vem som skall stå som utgivare.

Nr Organisation

Frågorna 2 u och 3 u

I vilket eller vilka (ytterligare) hänseenden anser Ni Er vara i behov av service från de statliga och statsunderstödda konsumentupplysningsorganen för att erhålla ett tillfredsställande grundmaterial för utbildnings- och undervisningsverksamheten?

Skulle det vara av värde för Er att på konsumentvaruområdet vinna ett samarbete med konsumentinstitutet i sådana former, som avses i SOU 1961: 3, s. 113 och 114?

Svar

- | | |
|---------------------------------|---|
| 2. Arbetarnas bildningsförbund | Den av statens konsumentråd utgivna programsatsen »Konsumentfrågor på programmet» är ett gott initiativ, som bör följas av fler liknande. Eventuellt bör sådana programsatser kompletteras med filmer, bildband eller stillbilder, som vid behov skall kunna rekvireras till ringa eller ingen kostnad. Även den av statens pris- och kartellnämnd utgivna »Prisaktuellt» är ett gott initiativ, som ABF varit betjänt av i studiearbetet. |
| 3. Brevskolan | Brevskolan anser det vara av största värde för alla parter om en samordning av den konsumentupplysande verksamheten kan äga rum genom konsumentinstitutet. Speciellt är det praktiskt att kunna erhålla information om hela området från <i>en</i> institution. Det material som går ut från konsumentinstitutet måste emellertid för att kunna användas i studiecirkelarna redan från början få en pedagogisk bearbetning, som gör det lämpat för gruppdiskussioner, eller också vara så utformat, att det kan ligga till grund för en särskilt utarbetad studiehandledning. |
| 5. Centerns ungdomsförbund | Förbundet skulle vara betjänt av samarbete med konsumentinstitutet i sådana former som avses i SOU 1961: 3. Inom riksorganisationen är två personer helt sysselsatta med studie-, upplysnings- och tävlingsverksamhet bland medlemmarna. |
| 11. Godtemplarnas studieförbund | Förbundet är mycket intresserat av både ett vidgat samarbete på konsumentupplysningsområdet och förstärkta resurser åt den centrala konsumentupplysningen. Bl. a. önskar förbundet service i form av presentation av fakta och sammanställningar av gjorda undersökningar. |
| 12. Hermods | Institutet är knappast intresserat av samarbete med konsumentinstitutet annat än möjligen på vissa tekniska områden. |

13. Hushållningssällskapens förbund
- För hushållningssällskapens del föreligger behov av en centralt verkställd redovisning, sammanställning och förmedling av resultat från forsknings- och provningsverksamhet på konsumentområdet inom såväl statliga och statsunderstödda institutioner som andra organ. Förbundet vill i det sammanhanget hänvisa till Lantbruks-högskolans s. k. specialrådgivning för konsulenter m. fl. på jordbruksområdet.
14. Hushållslärarnas riksförening
- Vad föreningen vill ha är bra undervisningsmaterial, anpassat för olika elevkategorier, t. ex. bildband, filmer, material för flaneltavlor, bläddertavlor, utställningsmaterial m. m., som iordningsställs i samråd med skolöverstyrelsen och överstyrelsen för yrkesutbildning. Vidare behövs saklig, vederhäftig och aktuell litteratur för dels hushållslärarna, dels de olika elevkategorierna. Slutligen behövs pedagogiskt lämpliga trycksaker (broschyrer, arbetsblad m. m.) för eleverna att användas vid grupparbeten. Ett samarbete med konsumentinstitutet i samma former som anges i SOU 1961: 3 är naturligtvis av värde.
15. Högerens kvinnoförbund
- Från *ett* ställe bör alla som vill ha konsumentupplysning kunna få aktuell information om allt det konsumentupplysande material som finns i landet, vilka som utger det och vad det behandlar. Det gäller ex. vis bildband, filmer, utställningar, studiecirkelmaterial, litteratur, brevsolor, broschyrer etc. Alla som framställer sådant material borde automatiskt sända det till konsumentinstitutet, som bedömer dess värde och meddelar vidare det som förtjänar att spridas. Konsumentinstitutet bör vidare i större utsträckning än f. n. följa forskning och upplysning inom andra länder samt verka för ett vidgat internationellt samarbete, fram för allt med de nordiska länderna. Förbundet tror på värdet av ett samarbete med konsumentinstitutet i de former som anges i SOU 1961: 3.
17. Studieförbundet
- Det är angeläget att organisationer för studiecirkel- och folkbildningsarbete får möjlighet att vända sig till *ett* organ, som för den statliga och statsunderstödda sektorn fungerar som en gemensam informations- och dokumentationscentral, anknuten till konsumentinstitutet. Dess service bör även omfatta möjligheter för studieförbunden till fortlöpande samråd angående produktionen av studie- och informationsmaterial i vederbörande förbunds egen regi, möjlighet till förhandsgranskning av material från studieförbunden, information från ifrågavarande organs sida om möjligheterna till utnyttjande av AV-hjälpmiddel etc. För konferenser och kurser m. m. är det vidare värdefullt att ha tillgång till förteckning över lämpliga medverkande i ämnen inom ramen av konsumentupplysningen, innefattande även uppgifter om kostnader och bidragsmöjligheter för att anlita vederbörande.

19. Kooperativa förbundet

Utöver vad förbundet anfört under fråga 1 u vill förbundet understryka att det bör finnas möjligheter via upplysningscentralen till direktkontakter mellan press, radio och TV å ena sidan samt fackmedarbetarna inom berörda forskningsinstitutioner å andra sidan. Det är vidare angeläget att man eftersträvar både mer aktualitet i undersökningarna och breddning av området för dessa undersökningar. Bl. a. behövs ökade kunskaper om konsumenternas handlingsmönster och preferenser. Fram för allt saknas systematiska bearbetningar av konsumenternas egna erfarenheter av t. ex. varaktiga konsumtionsvaror såsom bilar, TV-apparater, fritidsverktyg. Ej ens inom hushållssektorn finns aktuella undersökningar av hur hemmen använder hushållsmaskiner. För studie- och folkbildningsarbetet vore det av värde att i god tid få förhandsinformation om pågående undersökningar och utredningar. Det önskvärda samarbetet mellan folkrörelserna och de olika konsumentorganen bör ske i form av direktkontakter med en upplysningscentral, som kan förmedla kontakter, lämna informationer om förefintligt utredningsmaterial och sammanföra de olika konsumentorganens undersökningsresultat, då det gäller priser, varukvaliteter och andra frågor av betydelse inom berörda områden.

20. Kooperativa kvinnogillesförbundet

Det angelägnaste önskemålet beträffande den statliga informationsverksamheten på konsumentområdet är att den får avsevärt större bredd och en kapacitet som medger att väsentliga nya produkter bedöms utan alltför långt dröjsmål. Då först kan konsumentupplysningen tjäna som motvikt till reklamen. Ett samarbete av det slag som åsyftas i SOU 1961: 3 skulle otvivelaktigt underlätta förbundets konsumentupplysning. Förbundet är emellertid inte övertygat om vilket organ som lämpligast bör handha den här förutsatta informationsverksamheten utan föreslår, att organisationsfrågan blir föremål för ytterligare utredningar, innan den slutligen avgörs.

22. Landsorganisationen

För att konsumentupplysningsorganen skall kunna tillhandahålla tillfredsställande grundmaterial för utbildnings- och undervisningsverksamheten behövs stora personella resurser. Möjlighet att få tillgång till ledare för konferenser, för studieledarträning och för allmän upplysning vore av värde. Speciellt väsentligt är tillhandahållande av sådant material, som kan läggas till grund för konsumenternas egen aktivitet på pris- och kvalitetsområdet. Många lokala organisationer har intresse att handla på konsumentområdet men vet ej hur de skall gå tillväga. En bas för denna verksamhet är en väsentlig ökning av undersöknings- och publikationsverksamheten. Den ökade kontakt med SPK, som kom till stånd som resultat av SOU 1961: 3, har varit av nytta för LO:s verksamhet på konsumentupplysningsområdet. Beträf-

fande en ökad kontakt med andra organ torde inte konsumentinstitutet ha den allmänna överblick som är nödvändig för att kunna leda ett samarbete mellan studieorganisationerna och SPK och övriga organ på upplysningsområdet. Konsumentrådet skall enligt sin instruktion vara rådgivande och samordnande på konsumentupplysningsområdet. Rådet bör alltså vara ansvarigt för dessa kontakter. Kontaken också med konsumentinstitutet bör intensifieras. »Råd och rön» är grundmaterial för studieverksamheten. Ökade möjligheter att få hjälp med talare och instruktörer från konsumentinstitutet vore av stort värde. Speciellt på det lokala planet torde ett bättre samarbete mellan de konsumentupplysande och informationsframställande organen och studieorganisationerna kunna medföra en mer omväxlande och meningsfylld verksamhet.

23. Liberala studieförbundet

Som underlag för studieplaner och studiehandledningar behövs material från forskning och aktuella undersökningar. Det skulle vara en stor vinst om sådant grundmaterial kunde systematiseras och distribueras genom en för de olika forskningsinstitutionerna gemensam upplysningscentral. De av forskningsinstitutionerna i vetenskaplig form upprättade rapporterna bör kunna tjäna som grundmaterial för av studieförbunden själva utformat studiematerial. I andra fall bör det bli fördelaktigt att materialet bearbetas till populära broschyrer eller lättillgängliga skrifter av en gemensam upplysningsavdelning. Demonstrationsmaterial, ljusbildsserier och liknande material, som kan utnyttjas av många organisationer, bör kunna tillhandahållas. Studieförbundet är intresserat av ett samarbete med konsumentinstitutet i de former som åsyftas i SOU 1961: 3.

28. Riksförbundet landsbygdens folk

En samordning av den statliga konsumentupplysningen är nödvändig. Det nuvarande förhållandet, då varje institution, som bedriver forskning på området, svarar för sin egen upplysning, är mycket otillfredsställande. Förbundet är dock tveksamt beträffande möjligheterna att genom förstärkning av upplysningsavdelningen vid konsumentinstitutet ge denna möjlighet och befogethet att svara för denna samordnade upplysning. I stället bör en fristående upplysningsinstitution tillskapas. RLF:s eget behov gäller i första hand medlemstidningen. För dem som arbetar därmed måste det givetvis vara till stor fördel med en samordning till *en* institution, inom vilken upplysningar från olika områden kan ges.

29. Riksförbundet Sveriges 4 H

Det är av stort vikt för förbundet att det någonstans — oavsett omfattningen av olika statliga organs informationsverksamhet — finns *en* kontaktpunkt, där förbundet kan få material från hela det statliga konsumentupplysningsområdet. Förbundet skulle vilja ha service

även i form av fortlöpande orientering om sådant konsumentupplysande material, som helt tillkommit utan medverkan av statliga organ. En sådan information skulle kunna gälla filmer, bildserier, böcker och tidskrifter.

34. Svenska sparbanksföreningen Som svar hänvisar föreningen till vad Sparfrämjandet (35) anfört i anledning av utredningens frågeskrivelse.
35. Sparfrämjandet Det vore värdefullt om den statliga konsumentupplysningen kunde ges ökade möjligheter att ställa grundmaterial till förfogande för utbildning och undervisning. Ekonomiska och personella resurser bör finnas att bistå med mera individuellt anpassad service. Det vore också värdefullt om konsumentinstitutet samt statens pris- och kartellnämnd kunde få möjligheter att i större omfattning genomföra utredningar och forskningsuppdrag, som enskilda organisationer ansåg sig ha behov av i sitt konsumentupplysande arbete.
36. Statstjänstemännens riksförbund Statstjänstemännens riksförbund vill ha möjligheter att från konsumentupplysningsorganen erhålla muntliga informationer som komplement till de i upplysningstidskriften lämnade uppgifterna. Dessa organ bör vidare kunna ställa åskådningsmaterial till SR:s och de andra organisationernas förfogande för deras utbildnings- och undervisningsverksamhet. SR ställer sig positivt till ett samarbete med konsumentinstitutet även på de vägar som anges i SOU 1961: 3.
37. Studieförbundet Medborgarskolan Förbundet anför i huvudsak samma synpunkter, som refererats under p. 15, Högerns kvinnoförbund.
40. Svenska landsbygdens studieförbund Förbundet skulle vara betjänt av ett samarbete med konsumentinstitutet i de former som anges i SOU 1961: 3. Vad förbundet behöver är just grundmaterial för framställning av broschyrer, folders och demonstrationsmaterial samt hjälp vid uppläggning av kurser och konferenser liksom vid framställning av filmer och bildband. Det verkar synnerligen vettigt med en samordning av allt det material, som tillverkas och ges ut av de olika konsumentupplysande organen. Det är f. n. tidsödande att hos så många olika instanser leta reda på vad man behöver. Många gånger skulle det också vara värdefullt att ha reda på vilka undersökningar som pågår och vilka som planeras samt ungefär när de kommer att publiceras och i vilken form. Man kunde då lättare planera för användningen av detta material i studiearbetet.
48. Sveriges hemkonsumenters förening Förutom uppgifter från statliga och statsunderstödda forskningsinstitutioner på konsumentområdet föreligger behov av central insamling, gallring, sammanställning och förmedling av forsknings- och provningsresultat från övriga organ, som bedriver dylik verksamhet på olika konsumentområden, såväl i Sverige som i andra länder.

49. Sveriges husmoders-
föreningars
riksförbund
- Förbundet anser det bra att utredningen aktualiserar tanken att konsumentinstitutet skall sprida upplysning även från andra konsumentupplysande organ, men det förutsätter en genomgripande omorganisation av upplysningsavdelningen med avsevärt utökade personella och ekonomiska resurser. — En föredrags- och föreläsarservice är önskvärd, som omfattar hela konsumentområdet. Ej minst för arrangörer ute i landet vore det värdefullt att för hjälp med föredrag och föreläsningar kunna vända sig till *en* institution. Upplysning via fasta utställningar har givit goda erfarenheter. Denna verksamhet bör få fortsätta och hållas aktuell. Även vandringsutställningar bra. De kanske skulle kunna anordnas även för visning i TV och därigenom nå en större publik. Ett löpande samarbete mellan konsumentinstitutet och förbundet är givetvis önskvärt.
50. Sveriges lantbruks-
förbund
- Korrespondensskolornas kurser med konsumentupplysande innehåll är i behov av material från de statliga och statsunderstödda upplysningsorganen. Ofta måste detta material uppsamlas från olika håll. Det vore givetvis av största värde om konsumentinstitutet kunde svara för denna samordning. Om institutet redan då en artikel eller en skrift i ett ämne planerades tog kontakt med ex. vis brevsolor, som förser studieförbunden med cirkelmaterial, skulle artikeln eller skriften kunna så utformas, att den fick ökad användning i studiearbetet. Redan nu används dock institutets böcker i studiecirkelarna. — Sedan konsumentupplysning blivit ett allt viktigare ämne både i skolorna och inom olika organisationer finns behov av *ett* organ som kan ge upplysning om allt det konsumentupplysningsmaterial av värde som finns inom landet, såväl material från statliga institutioner som material, som framkommer i t. ex. olika företags provkök.
52. Socialdemokratiska
kvinnoförbundet
- I större utsträckning än som sker f. n. bör de statliga organen arbeta fram material som är lämpat att läggas till grund för upplysning. Rapporter och liknande i ämnen, som är lämpade för bred publicitet, bör utformas så att de lättare kan användas av press, radio-TV, organisationer och andra. Om sådan popularisering skall ske av fackman eller journalist får bedömas från fall till fall. Minst lika viktigt som att få del av sådant material vore det dock för kvinnoförbundet att få hjälp med att genomföra egna uppslag, ex. vis olika typer av undersökningar, provningar och enkäter, som kan utföras genom de egna medlemmarnas försorg. Det är naturligtvis önskvärt med ett utvidgat samarbete mellan kvinnoförbundet och konsumentupplysningsorganen. Till en del bör detta samarbete alltfört ske genom kontakter direkt mellan förbundet och vederbörande institution. Samtidigt kan emellertid diskuteras om ej för en önskvärd

breddning och fördjupning av upplysningsverksamheten ett gemensamt serviceorgan bör inrättas för utformning av upplysningsmaterial av den typ, som tidigare omnämnts. I så fall kunde dit förläggas den föreslagna konsumenttidskriften. För en organisation som kvinnoförbundet, vilken tjänstgör som upplysningskanal ut till konsumenterna, skulle det vara önskvärt att det fanns ett organ, dit förbundet kunde vända sig för att erhålla antingen erforderlig information i olika frågor eller tillförlitlig hänvisning om var sådan kan inhämtas. Om man för dessa samordnande och för flera områden gemensamma uppgifter skall använda konsumentinstitutet eller något annat redan befintligt organ är förbundet inte nu berett att ta ställning till. Det måste bli föremål för ingående prövning. Upprustning av konsumentinstitutets upplysningsavdelning måste dock under alla förhållanden komma till stånd.

55. Tjänstemännens centralorganisation

Inom utbildningsområdet på konsumentområdet finns behov av audiovisuellt material. Det vore bl. a. önskvärt med tillgång till fler filmer, stillbilder, planscher, demonstrationsmaterial, modeller, principskisser etc. Ett närmare samarbete med konsumentinstitutet i sådana former som avses i SOU 1961: 3 är givetvis önskvärt. Men det ställer krav inte bara på en tidning och utvidgning av institutets upplysningsavdelning. I betänkandet talas även om att organisationerna skall kunna framställa önskemål om undersökningar, i detta fall önskemål om forskning rörande viss vara eller ett varuområde. En sådan beställningsmöjlighet ställer betydande anspråk på en utvidgning av laboratoriet. För att tillgodose önskemålet om fortlöpande information till organisationerna måste institutet kontinuerligt insamla och sammanställa de olika forskningsorganens planer, vilket även det kräver ökade personella resurser. Biträde med uppläggning av studiekurser förutsätter vidare att institutet anställer pedagogiskt skolad och erfaren personal.

62. Sveriges Köpmanförbund

Den service som förbundet erhåller från de statliga och statsunderstödda konsumentupplysningsorganen är på det hela taget tillfredsställande. Möjligheter har förelegat att i erforderlig utsträckning begära kompletterande material. Säkerligen skulle ett ännu närmare samarbete med konsumentinstitutet vara till nytta.

*Bilaga B 5*Nr *Organisation**Fråga 4 u*

Har Ni andra synpunkter på utformningen av en aktiv statlig konsumentupplysning?

Svar

5. Centerns ungdoms-
förbund Risk för byråkrati föreligger när ett organ skall presentera både egen och andra organs forskning. Det får inte bli så att det presenterande organet blir eller uppfattas som en värderingsinstans ovanpå ett undersökande organ.
8. Folkpartiets ung-
domsförbund De knappa resurser, som ställts till konsumentinstitutets förfogande, har ibland resulterat i att undersökningar beträffande varor, som snabbt förändras, har varit inaktuella vid publiceringen, t. ex. angående TV-apparater och tvättmaskiner. De bristande resurserna har också medfört att konsumentupplysningen haft svårt att nå ut till en bred allmänhet. Ej heller har institutet kunnat ge allmänheten direkt service i önskvärd omfattning. En utbyggnad av upplysningsverksamheten — som självklart är värdefull av en rad skäl — skulle troligen också innebära ett effektivare utnyttjande av redan nu anslagna medel.
11. Godtemplarnas
studieförbund Det skulle vara av värde om forskningen och upplysningen beträffande alkoholfria drycker kunde utvidgas.
13. Hushållningssällska-
pens förbund Massmedia som radio, TV och tidskrifter är värdefulla hjälpmedel i konsumentupplysningen och bör därför utnyttjas i större utsträckning. Den information, som går ut på någon av dessa vägar, medför emellertid en påtaglig ökning av konsumenternas förfrågningar och önskemål om ytterligare upplysningar i anslutning till och med beaktande av de egna förhållandena, förutsättningarna etc. Detta ställer stegrade krav på den upplysningsverksamhet, individuell rådgivning etc. som de lokala organen bedriver. Hänsyn härtill måste tas vid avvägningen av de totala resurserna för konsumentupplysningen. Bl. a. måste kontakterna mellan den centrala institutionen och de lokalt verksamma organen förstärkas.
14. Hushållslärarnas
riksförening »Aktiv» måste understrykas och betonas. Samordning bör ske även med privat konsumentupplysning. En förstärkt konsumentupplysning bör hålla en fortlöpande intim kontakt med hushållslärarna.

15. Högerens kvinnoförbund
- Konsumentinstitutet — som redan f. n. lånar ut bilder till läroböcker, studiecirkelmaterial, tidskrifter och dagspress mot gängse ersättning — borde också utan avgift kunna förmedla bilder, som av olika företag och industrier ställts till institutets förfogande.
17. Studieförbundet
- Några av förutsättningarna för att en aktiv statlig konsumentupplysning skall ge effekt är dessa: 1) understödjande av kurs- och konferensverksamhet, anordnande av informationsdagar, 2) information via radio och TV om värdet för lokala sammanslutningar och enskilda personer av att utnyttja material från informations- och dokumentationscentralen, 3) tillhandahållande av bilder, stillbilder och smalfilmer, lämpade som inslag i mötesprogram för information till allmänheten om den konsumentupplysande verksamheten, 4) tillräckliga personella resurser för att man från informations- och dokumentationsorganets sida skall kunna ägna skälig uppmärksamhet åt olika kontaktgrupper och dessas särpräglade problem.
19. Kooperativa förbundet
- Bristerna i den nuvarande statliga konsumentupplysningen bottnar dels i otillräckliga resurser på forskningsområdet, dels i otillräcklig samordning av upplysningen. Det är sålunda angeläget att forskningsresurserna förstärks, bl. a. genom att konsumentinstitutet utrustas med ändamålsenliga lokaler och ges möjlighet att utöka sin personalstyrka. Det är också angeläget med en sådan samordning, att prisundersökningar på ett visst område lätt kan samordnas med motsvarande kvalitetsundersökningar.
- Även en bättre samordning av upplysningsverksamheten bör till. Om allt detta genomföres, bör det möjliggöra en snabbare och bredare information till allmänheten, i första hand via radio-TV och press, och en vidgning av folkbildningsarbetet på konsumentupplysningsområdet.
22. Landsorganisationen
- Upplysningen måste bedrivas på flera linjer, som delvis riktar sig till olika grupper. En speciell sort av information behövs för dem, som handhar primär vidareinformation, d. v. s. journalister, radioreporters etc. På nästa nivå, d. v. s. den upplysning som riktar sig till cirkelledare etc. är det väsentligt att förklara var information finns att få samt att ge synpunkter på allmänna sammanhang, principer och viktiga problem. Konsumenten slutligen har behov av dels en allmän konsumentfostran, dels upplysning om metoder för t. ex. hemarbetets rationalisering. — Men konsumentupplysningen bör ej avse bara hemområdet — hela tjänstesektorn både den privata och offentliga måste räknas som en angelägen del av konsumentupplysningen. Det största problemet för konsumentupplysningen är sammankopplingen av priset med kvaliteten under hänsynstagande till servicen samt

- tid och plats för varans inköp och vård. Konsumentupplysningen får ej bli för tekniskt inriktad. Den bör söka uppfostra konsumenten till medvetande men även hjälpa honom till att icke behöva sådan uppfostran genom att ställa information till hans förfogande, som innebär att han behöver mindre allmänkunskaper på konsumentområdet. — En utvidgning av mässystemet, typ Byggtjänst, är en väg som kanske borde prövas som en lämplig form av köpråd vid disken. En upplysningscentral, som kan meddela dagspriser och kvalitetsinformation är en annan tanke. Dit skulle man kunna ringa och få besked och även kunna köpa konsumentupplysande litteratur.
29. Riksförbundet Sveriges 4 H En aktiv statlig konsumentupplysning måste tillförsäkras erforderliga resurser i fråga om personal m. m. så att den kan understödja värdefull konsumentupplysning inom ramen av olika organisationers verksamhet etc. Särskilt viktigt är det att få rätt konsumentupplysning för ungdom. Konkurrens om det samordnade statliga serviceorganets tjänster kan leda till att ungdomsarbetets intressen blir tillbakasatta.
36. Statstjänstemännens riksförbund För en aktiv statlig konsumentupplysning bör man i större utsträckning än hittills utnyttja TV, radio och dagspressen.
37. Studieförbundet Medborgarskolan Studieförbundet anför i huvudsak samma synpunkter, som nyss refererats under 15. Högers kvinnoförbund.
39. Svenska landsbygdens kvinnoförbund I skolorna bör man lägga den första grunden. Det statliga stödet genom konsumentrådet till studiecirkel har varit ytterst värdefullt.
48. Sveriges hemkonsumenters förening Forsknings- och provningsverksamheten till grund för en objektiv konsumentupplysning måste få ökade resurser, så att den kan breddas och intensifieras. Resurserna för konsumentupplysande program i radio och TV bör också utökas. Likaså resurserna för enskild och grupprådgivning. Informationer via massmedia har nämligen visat sig i hög grad öka konsumenternas behov av ytterligare upplysningar i anslutning till den egna situationen. Vidare bör den direkta kontakten mellan den statliga konsumentupplysningen och utbildade konsumentupplysare förstärkas, så att framkomna resultat snabbt kan kanaliseras ut till dessa. Slutligen bör ett register över undersökta produkter, aktuella informationer o. dyl. sammanställas och hållas à jour. Detta register bör även innehålla källanvisningar.
49. Sveriges husmodersföreningars riksförbund Upplysningen borde sikta till att hjälpa köparna att bedöma sina egna behov och ge träning i att använda de hjälpmedel som finns. Behovsanalysen är ett av de viktigaste momenten vid ett köp och en förutsättning för bedömning av den aktuella varan. Upplysningsmaterial

av typ »Köpråd» och »VDN informerar» borde finnas tillgänglig i köpögonblicket, d. v. s. i butiker som saluför det varuslag som behandlas i resp. broschyrer. De rent intressestimulerande program, som nu i viss utsträckning förekommer i radio och TV, borde kompletteras med andra sakligt kunskapsmeddelande program, innefattande även upplysning om varans användning och vård.

50. Sveriges lantbruksförbund

Den statliga konsumentupplysningen bör aktiveras. Så mycket som möjligt av den varuforskning, som bedrivs inom och utom landet, bör tas till vara. Alla lämpliga media bör utnyttjas, såsom press, radio och TV, skolor och kursverksamhet.

52. Socialdemokratiska kvinnoförbundet

Det är viktigt att man finner metoder att nå direkt till den enskilde konsumenten. Konsumentupplysningen bör beredas ett betydligt ökat utrymme i TV. Man bör vidare inrikta informationen på nya grupper av konsumenter, bl. a. ungdomen. En annan fråga som måste ägnas uppmärksamhet är utformningen av metodiken för upplysningen — det gäller för de statliga konsumentupplysarna att ta upp tävnan med reklamen. Skall detta lyckas måste upplysningens uttrycksmedel studeras och genomarbetas på ett annat sätt än som hittills varit fallet.

Förslag till Instruktion för statens institut för konsumentfrågor

Inledande bestämmelse

1 §.

Allmänna verksstadgan den 7 januari 1955 (nr 3) skall, med undantag för 3 § 1., tillämpas på statens institut för konsumentfrågor.

Verksamhetsområde m. m.

2 §.

Statens institut för konsumentfrågor har till uppgift att verka för att arbetsförhållandena i enskilda hem och kollektiva hushåll rationaliseras samt för att produktion och konsumtion inriktas på goda och ändamålsenliga konsumentvaror.

3 §.

Till fullgörande av sin uppgift har institutet att bedriva forskning och upplysning rörande de tekniska, ekonomiska, hygieniska och andra problem, som äro förbundna med hemmen och hushållen som konsumtionscentra och arbetsplatser.

Forskningsverksamheten skall bedrivas främst genom provningar och praktiska undersökningar, varvid samarbete bör ske med andra statliga, kommunala och enskilda organ, som bedriva liknande verksamhet.

För upplysningsverksamheten skall institutet samla i första hand egna men även andra institutioners forskningsresultat och rön på konsumentvaruområdena och efter lämplig bearbetning bringa dem till allmänhetens kännedom i överensstämmelse med de allmänna riktlinjer för konsumentupplysningen, som statens konsumentråd anger.

4 §.

Provningar och undersökningar må utföras även på uppdrag av offentlig myndighet eller enskild. Uppgift om resultaten av provning eller undersökning, som utförts för uppdragsgivares räkning, må ej offentliggöras utan samtycke av denne.

Därest uppdrag av offentlig myndighet eller enskild föranleder utgift, som institutet prövar icke böra bestridas med institutets medel, äger institutet därför be-tinga sig särskild gottgörelse.

Organisation

5 §.

Ledningen av institutet utövas av en styrelse bestående av ordförande och ytterligare fem ledamöter. Av ledamöterna utses en bland ledamöterna i statens konsumentråd och en bland ledamöterna i eller tjänstemännen hos statens pris- och kartellnämnd.

Chef för institutet är en direktör.

6 §.

Inom styrelsen finnes ett arbetsutskott, bestående av styrelsens ordförande samt ytterligare minst en ledamot.

7 §.

Institutets verksamhet bedrivs å fem avdelningar, nämligen en livsmedels- och kemisk-teknisk avdelning, en textilavdelning, en avdelning för hushållsorganisation m. m., en laboratorieavdelning och en upplysningsavdelning, samt ett kansli.

8 §.

Vid institutet äro anställda tjänstemän i enlighet med gällande personalförteckning samt dessutom annan personal i mån av behov och tillgång på medel.

Institutet äger därjämte för särskilda uppgifter i mån av tillgång på medel anlita experter och sakkunniga, som ej äro anställda vid institutet.

Verksamhetens bedrivande

9 §.

På styrelsen ankomma

1. frågor rörande institutets arbetsordning samt viktigare frågor i övrigt rörande dess organisation och tjänsteföreskrifter;
2. frågor om omfattningen och inriktningen av anstaltens verksamhet;
3. frågor rörande offentliggörande av forskningsresultat samt övriga med upplysningsverksamheten sammanhängande frågor;
4. anslagsäskanden, avsedda att föreläggas riksdagen, frågor om grunder för bestämmande av gottgörelse för provningar och undersökningar samt andra ekonomiska frågor av större vikt;
5. frågor rörande tillsättning av tjänst i lägst lönegraden 21 å löneplan A och antagande av annan personal med arvode motsvarande lägst löneklassen 21 å sagda löneplan;
6. frågor angående åtal mot eller disciplinär bestraffning av tjänsteman;
7. andra frågor av större vikt som arbetsutskottet eller direktören hänskjuter till styrelsens avgörande.

10 §.

Arbetsutskottet äger besluta i sådana i 9 § avsedda ärenden, som av styrelsen överlämnas eller av direktören hänskjutas till utskottets avgörande.

11 §.

Övriga ärenden avgöras av direktören.

Direktören äger överlämna åt chef för avdelning eller annan tjänsteman att avgöra på direktören eljest ankommande ärende, som icke är av beskaffenhet att böra avgöras av honom.

12 §.

För beslutförhet erfordras, i styrelsen att minst tre ledamöter och i arbetsutskottet att minst två ledamöter deltaga i avgörandet.

Såsom beslut gäller, utom i fall som avses i 27 § allmänna verksstadgan, den mening, varom de flesta förena sig, eller vid lika röstetal den som biträdes av ordföranden.

13 §.

Uppkommer hinder för direktören, skola dennes åligganden fullgöras av den avdelningschef, som styrelsen utser därtill.

14 §.

Ärende avgöres i styrelsen och arbetsutskottet efter föredragning, som ankommer på direktören eller, beträffande frågor som avses i 9 § 3., chefen för upplysningsavdelningen. Ärende må ock föredragas av särskilt förordnad föredragande.

Vid handläggning av ärende i styrelsen och arbetsutskottet skola direktören och chefen för upplysningsavdelningen äga att närvara.

15 §.

Därest vid handläggning av ärende fattas beslut, som strider mot ledamots, föredragandens eller annan vid ärendets slutliga handläggning närvarandes åsikt, åligger det denne att låta till protokollet anteckna sin skiljaktiga mening.

Tjänstetillsättning m. m.

16 §.

1 mom. Ordföranden och övriga ledamöter i styrelsen förordnas av Kungl. Maj:t för en tid av högst tre år.

Styrelsen utser inom sig vice ordförande.

Ledamot i arbetsutskottet, utom styrelsens ordförande, utses av styrelsen.

2 mom. Direktören och chefen för upplysningsavdelningen tillsätts efter anmälan av styrelsen.

3 mom. Annan ordinarie och extraordinarie tjänst i lägst lönegraden 24 å löneplan A tillsättes efter förslag av styrelsen.

4 mom. Tjänster i lönegraderna 10—23 å löneplan A tillsätts och annan personal med avlöning lägst motsvarande löneklassen 10 å samma löneplan antages av styrelsen.

5 mom. Övriga tjänster tillsätts och annan ej förut nämnd personal antages av direktören.

6 mom. Tjänst med lönegradsbeteckningen Bo tillsättes genom fullmakt. Tjänst med lönegradsbeteckningen Ao tillsättes, om den har lägst lönegradsnumret 19, genom fullmakt och eljest genom konstitutorial.

17 §.

Tjänsteman må ej utan tillstånd i varje särskilt fall för egen eller annans räkning driva eller hava del i företag, som faller inom institutets verksamhetsområde, och ej heller av kommun eller enskild åtaga sig uppdrag, varmed institutet kan taga befattning.

Tillstånd meddelas av Kungl. Maj:t såvitt rör tjänst, som tillsatts av Kungl. Maj:t, och eljest av styrelsen.

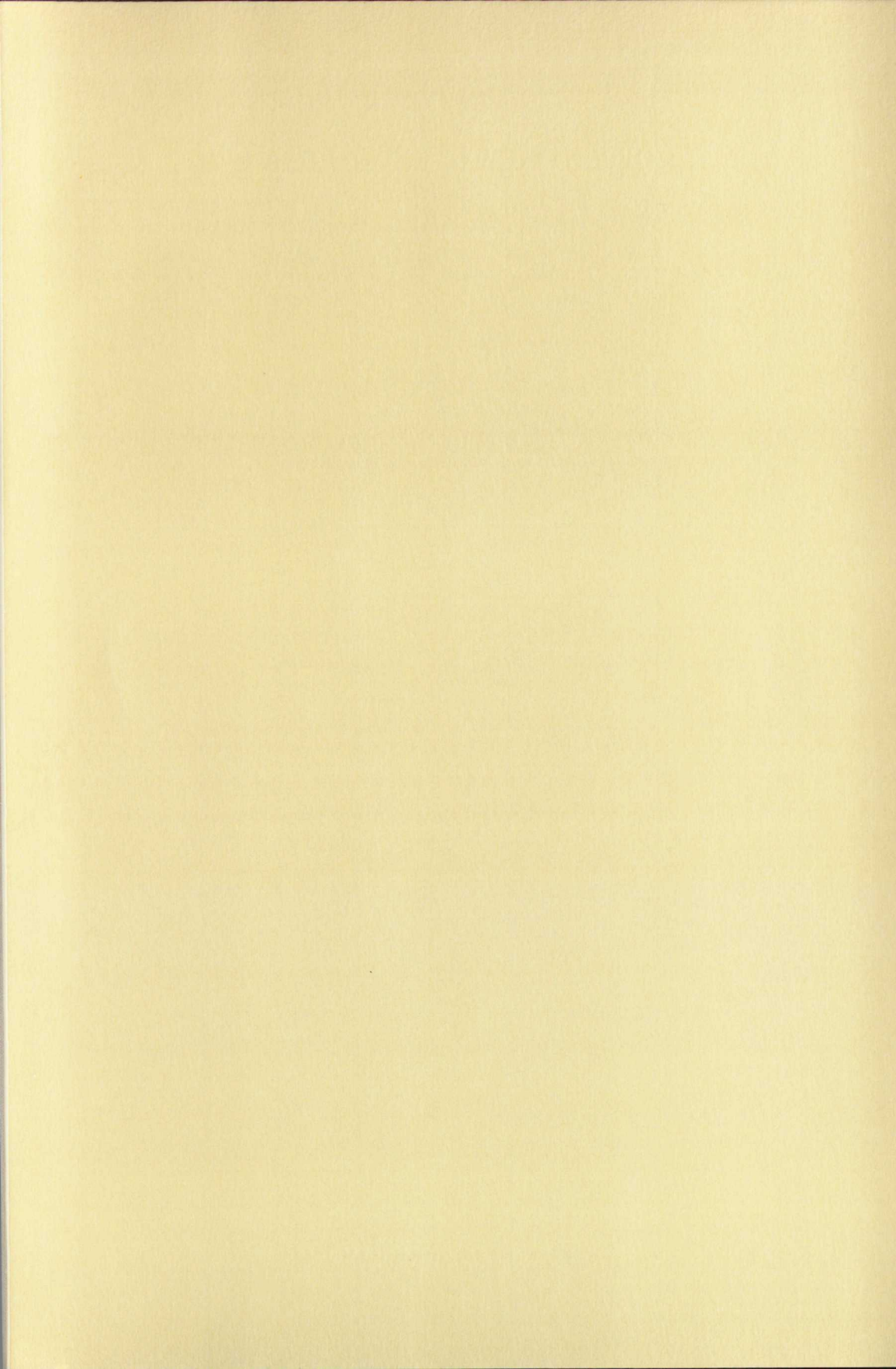
Tystnadsplikt

18 §.

Ej må någon i oträngt mål yppa vad han i egenskap av ledamot i styrelsen eller såsom tjänsteman, sakkunnig eller expert hos institutet erfarit rörande provning eller undersökning som utföres för uppdragsgivares räkning.

Denna instruktion träder i kraft den 1 juli 1964, då instruktionen för statens institut för konsumentfrågor den 20 augusti 1956 (nr 453) upphör att gälla.

KUNGL. BIBL.
50 JAN 1964
STOCKHOLM



STATENS
OFFENTLIGA UTREDNINGAR 1964

Systematisk förteckning

(Siffrorna inom klammer beteckna utredningarnas nummer i den kronologiska förteckningen)

Finansdepartementet

Värdesäkringskommittén 1. Indexlån. Del I. [1]
2. Indexlån. Del II. [2]

Handelsdepartementet

Effektivare konsumentupplysning. [4]

Inrikesdepartementet

Konsumtionsmönster på bostadsmarknaden. [3]

ESSELTE AB, STOCKHOLM 1964

