

Konsumenter kan bli lurade

Hur konsumenterna kan skyddas på olika marknader är temat i en ny forskarantologi från Konkurrensverket.

Några av världens ledande experter på frågor som rör konsumenter och konkurrens har lämnat bidrag till boken. Det är tionde året i rad som Konkurrensverket publicerar forskarantologier på olika tema med anknytning till konkurrens. Titeln denna gång är "The Pros and Cons of Consumer Protection".

– Att på detta sätt bidra till kunskapsuppbyggnad på ett viktigt område känns tillfredsställande, säger Konkurrensverkets generaldirektör Dan Sjöblom.

– Fungerande konkurrens bidrar till att skapa bättre villkor för konsumenterna. Konkurrensrättsliga analyser förutsätter ofta att alla konsumenter är rationella, men är det alltid så? En slutsats är att detta är ett viktigt område att studera vidare, säger Dan Sjöblom.

Konkurrensverket har arrangerat en internationell forskarkonferens på samma tema som den antologi som nu presenteras. Fem bidrag finns samlade i skriften.

Bland de frågor som tas upp i skriften kan nämnas behovet av väl informerade konsumenter, och hur företag kan utnyttja en situation där konsumenterna inte har tillräcklig information. Vissa konsumenter tar själva reda på fakta, medan många litar till leverantörens ord. Ett annat område är konsumentens informationsunderläge och hur företag på olika sätt kan dölja de faktiska och slutliga kostnaderna vid ett köp av en vara eller tjänst.

För ytterligare information, kontakta:

Jimmy Dominius, pressekreterare, tfn 08-700 15 80, eller 076-542 15 80

Arvid Fredenberg, tf chefsekonom, tfn 08-700 15 41

Läs eller beställ skriften på www.konkurrensverket.se