

NORGES LANDBRUKSHØGSKOLE

Institutt for landbruksøkonomi

---

**PRIS- OG MARKEDSORDNINGER  
FOR LANDBRUKSVARER**

Av

Nils K. Nesheim

---

LANDBRUKSBOKHANDLEN

ISBN 82-557-0276-8

ÅS-NLH 1987

## FORORD

Emnene som er drøfta i dette kompendiet inngår i hovedkurset i markedsøkonomi. Kompendiet bygger på notater som er brukt i tilknytting til forelesningene i kurset og må sees på som et førsteutkast. Del 4 og del 5 er opprinnelig skrevet som "termpapers" under et studieopphold i USA, men tidspresset ved omlegging av hovedkursene i landbruksøkonomi har gjort at det må tas med her i den språkformen som de opprinnelig ble skrevet.

Ved nytt opptrykk av kompendiet er kapittel 3 omskrevet og ajourført. Resten av kompendiet er uendret.

Ås-NLH, Juni 1987

Nils K. Nesheim

# INNHold

Side

## D e l 1

### MARKEDSØKONOMI SOM ØKONOMISK SYSTEM

I.	INNLEDNING .....	1.1
II.	DET MARKEDSØKONOMISKE SYSTEMET .....	1.2
A.	Den samfunnsmessige betydning av markeds- mekanismen .....	1.4
1.	Bruken av ressursene under det markeds- økonomiske systemet .....	1.4
2.	Økonomisk vekst .....	1.5
3.	Hvordan inntektsnivået påvirkes av skift i etterspørselen (Inntektspåvirkningen) .....	1.6
4.	Sammenhengen mellom markedsetterspørselen og inntektsfordelinga i samfunnet .....	1.7
B.	Staten og markedene - myndighetenes korreksjon av markedssystemets tilpassing .....	1.8
1.	Inngrep overfor monopoldannelser .....	1.8
2.	Sviktende nytteevaluering hos forbrukeren som følge av mangelfull informasjon .....	1.9
3.	Eksterne virkninger på tilpassingen .....	1.10

## D e l 2

### PRIS- OG MARKEDSORDNINGENE I NORGE (Jordbruksavtalen)

I.	INNLEDNING .....	2.1
II.	HOVEDAVTALEN FOR JORDBRUKET .....	2.2
III.	DE KORTSIKTIGE JORDBRUKSAVTALENE .....	2.2
IV.	HOVEDTREKKENE AV PRIS- OG MARKEDSORDNINGENE .....	2.3
A.	Beskyttelsestiltak mot konkurranse fra utlandet	2.3
1.	Toll .....	2.3
2.	Importavgifter .....	2.3
3.	Kvantitative importrestriksjoner .....	2.4
4.	Statlig omsetningsmonopol .....	2.4

	Side
B. Produksjonstilpassende tiltak .....	2.5
1. Prisforholdet mellom produktene .....	2.5
2. Kraftfórordninga .....	2.5
3. Bonusordninga for mjølk .....	2.5
4. Topris-ordninga for mjølk .....	2.5
5. Premiært nedslakting .....	2.6
6. Kontraktproduksjon .....	2.6
7. Effektivitetsnormene .....	2.6
8. Kapitaltilgangen .....	2.7
C. Avsetningstiltak .....	2.7
1. Tilskott til diverse avsetningstiltak .....	2.7
2. Driftskreditt til markedsregulering .....	2.7
3. Grunntilskott på mjølk .....	2.7
4. Prisnedskrivning av råstoff fra jordbruket til fabrikasjon av industrivarer med fri- handelsstatus .....	2.8
D. Prisordninger .....	2.8
1. Garanterte priser .....	2.8
2. Maksimalpriser .....	2.8
3. Ansvarspriser (=Engrospriser) .....	2.9
4. Retningspriser (Normalpriser) .....	2.9
5. Fri prisdanning .....	2.9
E. Importordninger .....	2.10
1. Generelle regler .....	2.10
2. GATT-avtalen .....	2.11
3. EFTA-konvensjon .....	2.11
4. Handelsavtalen med EF .....	2.12
5. Imitasjons- og omgåelsesvarer uten import- vern .....	2.12

	Side
F. Inntektsregulerende tiltak .....	2.13
1. Distriktstilskott .....	2.13
2. Kvantumsavgrensa pristilskott .....	2.13
3. Kostnadsnedskrivende tiltak .....	2.14
4. Investeringsstøtte .....	2.14
G. Andre tiltak .....	2.14
LITTERATUR .....	2.15

D e l 3

PRIS- OG MARKEDSORDNINGENE I EF

I. MÅLSETTINGA FOR PRIS- OG MARKEDSORDNINGENE I EF ....	3.1
II. VIKTIGE INSTITUSJONER INNEN EF .....	3.2
1. Europaparlamentet .....	3.2
2. Ministerrådet .....	3.3
3. Kommisjonen .....	3.3
4. Domstolen .....	3.4
5. Den økonomiske og sosiale komité .....	3.4
6. Beslutningsgangen i landbrukspolitiske og markedsmessige spørsmål .....	3.4
III. PRISSYSTEMET OG DE INTERNE MARKEDSORDNINGENE I EF ..	3.6
A. Prissystemet .....	3.6
1. Målpris .....	3.7
2. Intervensjonspris .....	3.8
3. Terskelpris (Slusepris) .....	3.9
B. Markedsreguleringstiltak for landbruksvarer i EF	3.9
1. Intervensjonsoppkjøp .....	3.10
2. Støtte til privat lagring .....	3.10
3. Eksportsubsidier (Eksportrestitusjoner) ....	3.10
4. Importvern .....	3.10
5. Produksjonstilpassing .....	3.10
6. "Det agromonetære system".....	3.11

	Side
C. Regulering av handelen med tredje-land .....	3.11
D. Finansiering av markedsordningene.....	3.12
IV. MARKEDSDEKNINGEN FOR LANDBRUKSVARER I EF .....	3.12
V. PRIS- OG MARKEDSORDNINGENE FOR DE ULIKE PRODUKT- GRUPPENE .....	3.13
A. Pris- og markedsordninga for korn .....	3.13
1. Den interne markedsregulering i EF .....	3.13
2. Kornhandelen med tredje-land .....	3.14
B. Pris- og markedsordninga for mjølk og mjølke- produkter .....	3.15
1. Målprisen for mjølk .....	3.15
2. Intervensjonsordninga for mjølk og mjølke- produkter .....	3.16
a. Intervensjonsordninga for smør .....	3.17
b. Intervensjonsordninger for andre mjølke- produkter .....	3.18
3. Handelen med tredje-land .....	3.18
C. Pris- og markedsordninga for storfekjøtt .....	3.19
1. Orienteringspris for oksekjøtt .....	3.19
2. Intervensjonsordninga .....	3.20
3. Handelen med tredje-land .....	3.20
a. Toll .....	3.20
b. De variable importavgiftene .....	3.21
c. Eksportstøtte (Eksportrestitusjoner) ...	3.21
d. Lisenser .....	3.21
D. Pris- og markedsordninga for svinekjøtt .....	3.21
1. Basisprisen for svinekjøtt .....	3.21
2. Intervensjonsordninga .....	3.22
3. Handelen med tredje-land .....	3.22

	Side
E. Pris- og markedsordninga for egg og fjørfekjøtt	3.23
F. Pris- og markedsordninga for frukt og grønn- saker .....	3.24
1. Tiltak på det interne marked .....	3.24
2. Handelen med tredje-land .....	3.25
3. Forvaltningsutvalg og rådgivende komité ....	3.26
LITTERATUR .....	3.26

D e l 4

AGRICULTURAL MARKETING BOARDS

I. INTRODUCTION .....	4.1
A. What is a marketing board? .....	4.1
B. The objectives .....	4.2
II. DIFFERENT TYPES OF MARKETING BOARDS .....	4.2
A. Advisory and promotional boards .....	4.3
B. Regulatory boards .....	4.3
C. Boards stabilizing prices without trading .....	4.4
D. Boards stabilizing prices on domestic markets by trading alongside other enterprises .....	4.5
E. Export monopoly trading and price stabilizing boards .....	4.6
F. Domestic monopoly trading and price stabilizing boards .....	4.7
III. GENERAL REMARKS .....	4.8
LITTERATUR .....	4.10

D e l 5

MARKETING AGREEMENTS AND MARKETING ORDERS

A. Introduction .....	5.1
B. The objectives of the marketing scheme .....	5.2
C. The functions of marketing agreements and marketing orders .....	5.2

	Side
D. The process of instituting the scheme .....	5.3
E. Milk marketing orders .....	5.4
F. Marketing agreements and orders for commodities other than milk .....	5.4



## MARKEDSØKONOMI SOM ØKONOMISK SYSTEM

### I. INNLEDNING

Ved en sammenlikning av økonomiske system er det naturlig å ta utgangspunkt i de to motpolene, - det markedsøkonomiske systemet på den ene siden og det sentraldirigerte planøkonomiske systemet på den andre.

Ikke i noe land vil en imidlertid finne et reint markedsøkonomisk system, og heller ikke er det mulig å finne et reint sentraldirigert planøkonomisk system noe sted. I alle land vil vi finne en eller annen form for blandingsøkonomi, men innslaget fra den ene eller andre kanten kan være av høgst forskjellig omfang.

Det økonomiske systemet vi har i Norge og i de fleste land i den vestlige verden, bygger som kjent på det markedsøkonomiske systemet. Men det er allikevel slik at den offentlige sektoren her der myndighetene tar beslutningene, etter hvert har fått et nokså stort omfang. Betegnelsen blandingsøkonomi er derfor nokså treffende for det økonomiske systemet som vi finner i den vestlige verden.

Under et reint sentraldirigert system er det staten som har beslutningsmyndigheten over produksjonsmidlene, og det er myndighetene sentralt som bestemmer både hva som skal produseres, og hvor mye som skal produseres. Det utarbeides gjerne produksjonsplaner både på kort og lang sikt (Jfr. de såkalte 5-årsplanene for produksjonen av diverse jordbruks- og industrivarer). En må anta at det her ligger en slags kollektiv nyttevurdering til grunn for beslutningene om hvordan disse produksjonsplanene skal se ut.

Under et sentraldirigert system blir alle priser bestemt sentralt, det samme gjelder i stor grad for lønningene. Dette betyr at staten har fullstendig hånd om de viktigste elementene i fordelingsprosessen i samfunnet. Det tradisjonelle prissystemet, der markedsprisen bestemmes av tilbud og etterspørsel, er satt ut av kraft. Men fordi det er vanskelig å tilpasse produksjonen til forbrukernes reelle behov, oppstår det ofte et "svart marked" ved siden av, og hvor prismetanismen fungerer.

## II. DET MARKEDSØKONOMISKE SYSTEMET

Noe forenklet kan en si at de viktigste elementene i det markedsøkonomiske systemet er

- (1) forbrukeren som etterspør varer og tjenester
- (2) produsenten som tilbyr varer og tjenester
- (3) rammebetingelsene omkring etterspørselen og tilbudet

Disse rammebetingelsene kommer til uttrykk i det vi ofte omtaler som konkurranseformene i markedet, dvs. der hvor etterspørselen og tilbudet møtes og hvor prisdannelsen skjer.

Formålet med all produksjon er at produktene fra produksjonen skal tilfredsstillе gitte menneskelige behov, eller behov som er avledet av disse.

Etterspørselen etter varer og tjenester er avledet av disse behovene.

Behovene er antatt å være ubegrensede, men ressursene som må til for å tilfredsstillе behovene er begrenset. All etterspørsel må derfor skje innenfor den ramma som budsjettet setter (Jfr. budsjettlikningen:  $P_1X_1 + P_2X_2 + \dots + P_nX_n = R$ ).

Når forbrukeren etterspør varer og tjenester, skjer dette ut fra en målsetting om å bruke den disponible inntekta på en slik måte at han kan oppnå en optimal behovstilfredsstillelse av de godene han kjøper.

(Jfr. Gossens lov:  $\frac{u_1}{P_1} = \frac{u_2}{P_2} = \dots = \frac{u_n}{P_n}$  )

Under et reint markedsøkonomisk system forutsettes det at de såkalte markedskreftene, gjennom etterspørsel og tilbud og innenfor den budsjettmessige rammen, skal lede fram til en optimal behovstilfredsstillelse for forbrukerne (Adam Smith's "usynlige hånd").

Prisene som oppstår i markedet forutsettes da å gi uttrykk for hvor mye de ulike godene bidrar med i behovstilfredsstillelsesprosessen. Priser og prisdanning er derfor egentlig uttrykk for knapphet, fordi behovene er ubegrensa, men tilgangen på produksjonsfaktorer og ressurser i sin alminnelighet er begrensa.

Goder som det normalt er overflod på har ingen pris, selv om de kan ha stor verdi for menneskene (luft, vatn o.l.). For andre goder derimot, som det er begrenset tilgang på, gir prisen uttrykk for graden av knapphet. Det innbyrdes prisforholdet mellom godene er derfor et uttrykk for på den ene sida forbrukernes nyttevurdering, på den andre sida knappheten på produksjonsressurser og produksjonsteknikken.

Vi ser av dette at i det markedsøkonomiske systemet spiller forbrukeren en sentral og avgjørende rolle gjennom sin etterspørsel etter varer og tjenester.

Samspillet mellom etterspørselen og tilbudet vil i neste omgang være utslagsgivende for det som skjer på produksjonssida og for tilpassingen av produksjonen. Det som skjer i markedet, der som tilbud og etterspørsel møtes og der prisdannelsesprosessen foregår, står meget sentralt i det markedsøkonomiske systemet.

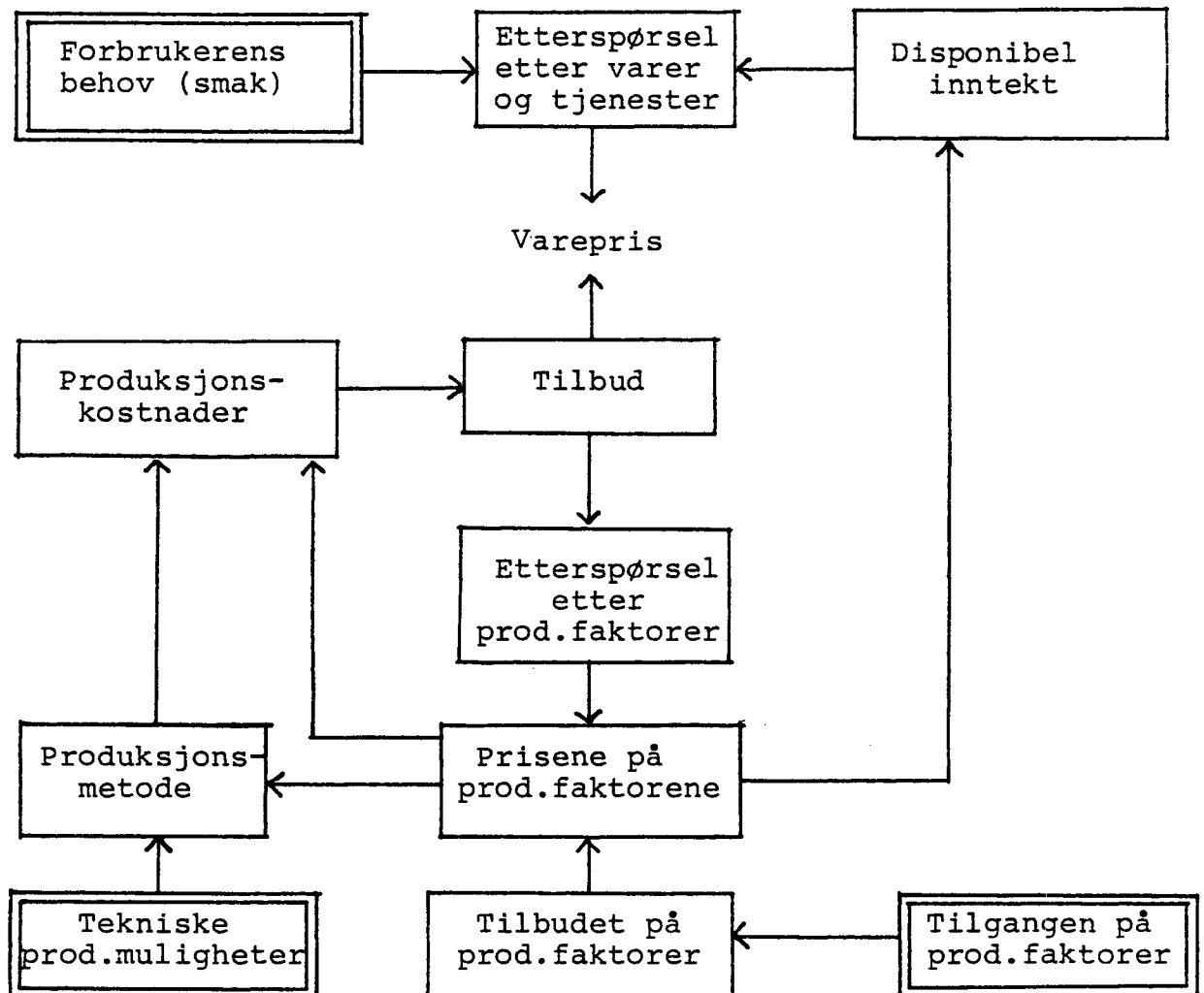


Fig. 1. En skjematisk oversikt som viser sammenhengen mellom de ulike faktorene som påvirker etterspørselen og tilbudet i markedet (Faktorene med dobbel ramme er sjølstendige faktorer, de andre blir bestemt i markedet)

Sammenhengene i fig. 1 vil en lettest kunne se om en tar utgangspunkt i en av de fastlagte eller uavhengige faktorene, og se hva som skjer når det skjer endringer i denne faktoren. Hva skjer når f.eks. forbrukernes smakspreferanser endres, når produksjonsteknikken endres, eller når tilgangen på produksjonsfaktoren endres (se fig. 1).

#### A. Den samfunnsmessige betydning av markedsmekanismen

Når det blir spørsmål om den samfunnsmessige betydningen av markedsmekanismen, skal vi i første rekke ha oppmerksomheten vendt mot tre forhold. Det gjelder (1) bruken av ressursene (ressursallokeringen), (2) spørsmålet om økonomisk vekst, og (3) inntektsfordelingen i samfunnet.

##### 1. Bruken av ressursene under det markedsøkonomiske systemet

Ressursene som et land rår over (naturressurser, kapitalutstyr og arbeidskraft) kan nyttes til å produsere mange slags varer og tjenester. Produksjonsteknikken som nyttes er avgjørende for hvor mye vi får igjen for en gitt innsats av ressurser av de ulike godene. Den totale ressurstilgangen sammen med produksjonsteknikken bestemmer den totale mengdene av varer og tjenester som kan bli produsert. Skal totalproduksjonen kunne økes, må enten ressurstilgangen økes, eller produksjonsteknikken forbedres, eller begge deler.

Produksjonsstatistikken forteller oss hvor mye som år om annet blir produsert av de ulike varer og tjenester (1 mill. tonn korn, 200 mill. kg kjøtt, 9 mill. m<sup>3</sup> tømmer osv.). Fra ett år til et annet varierer ikke disse tallene så veldig mye. Hvordan kan det ha seg at nettopp disse kvanta blir produsert og hvem er det som egentlig bestemmer dette?

Svaret er at under det markedsøkonomiske systemet er det både produsenten og forbrukeren, dvs. både tilbyder og etterspøreren i fellesskap som bestemmer dette.

De bakenforliggende kreftene er her på den ene sida forbrukerens nyttevurdering som kommer til uttrykk gjennom hans etterspørsel etter varer og tjenester, og på den andre sida ressurstilgangen og de tekniske produksjonsforhold som påvirker produsentens disposisjoner på produksjonssida.

Hver eneste forbruker som etterspør varer i butikken, og hver eneste produsent som enkeltvis eller kollektivt tilbyr et gode på markedet, deltar i denne beslutningsprosessen om hva som skal produseres og hvor mye som skal produseres.

Det er dette samspillet mellom produsent og forbruker som gjør at det markedsøkonomiske systemet gjerne blir karakterisert som et desentralisert system om vi jamfører det med det sentraldirigerte systemet. Der vil det være en sentral myndighet som tar disse beslutningene om både hva som skal produseres og hvor mye som skal produseres av de ulike godene.

Det er viktig å merke seg at når tilbud og etterspørsel i markedet bestemmer produksjonsomfanget av de ulike godene, vil samtidig anvendelsen (allokeringen) av produksjonsressursene i landet også bli bestemt. Om det av en eller annen grunn skjer en endring enten i etterspørselen eller i tilbudet, vil dette raskt føre til en endring i ressursallokeringen også.

La oss tenke oss at det skjer en endring i folks nyttevurdering av to goder. Dette vil raskt føre til en endring i etterspørselen etter de to godene, slik at etterspørselen øker for det godet som opp-prioriteres og avtar for det godet som ned-prioriteres. Denne endringen i markedsetterspørselen vil i neste omgang føre til en tilsvarende endring i produksjonen og samtidig føre til en omfordeling av produksjonsressursene. Arbeidskraft og kapital flyttes fra den produksjonsgreina som produserer vara som har en avtakende etterspørsel til den produksjonsgreina som produserer vara med økende etterspørsel.

På en tilsvarende måte vil endringer på tilbudssida føre til en omfordeling av produksjonen og dermed av ressursene som nyttes i produksjonen. Hvis en produsent finner fram til en ny og mer effektiv produksjonsmetode, vil produksjonskostnadene gå ned og han kan selge produktene sine billigere enn konkurrentene. Han vil raskt øke sin markedsandel, samtidig vil det skje en omfordeling av produksjonsressursene over til produksjonen av det nye produktet.

## 2. Økonomisk vekst

Hvordan bruken av ressursene (ressursallokeringen) er på et gitt tidspunkt bestemmer ikke bare produksjonen på det samme tidspunktet, men det påvirker også den framtidige produksjonen.

Dette skjer gjennom de investeringene som gjøres. Det er her tale om investeringer i diverse produksjonsutstyr, investering i utdanning av arbeidskraft, og investering i forskning som skaffer oss ny teknisk viten. Leteinnsatsen etter nye ressurser (f.eks. olje, metaller o.l.) kan også medtas her.

Dette betyr at en del av de disponible ressursene ikke nyttes til øyeblikkelige forbruk, men nyttes i stedet slik at de er med å utvide det framtidige ressursgrunnlaget, og legger forholdene til rette for økt produksjon i framtida.

En alminnelig godtatt teori er at den økonomiske veksten i et land i stor grad blir bestemt av hvordan ressursene i landet fordeles på (1) kapitalinvesteringer (2) utdanning og (3) forskning. Dersom denne sammenhengen mellom ressursutnytting og økonomisk vekst er riktig kan en si at også den økonomiske veksten i et samfunn blir bestemt av samspillet mellom tilbud og etterspørsel i markedet.

Dersom forbrukerne, både husholdningene og industrien, ble mer opptatt av ressursbevaringsspørsmålet, og la større vekt på framtida og kommende slekters ve og vel enn på dagens forbruk, ville dette føre til økt etterspørsel etter varer og tjenester for investeringsformål.

### 3. Hvordan inntektsnivået påvirkes av skift i etterspørselen (Inntektspåvirkningen)

Et skift i etterspørselen som fører til økt etterspørsel etter ei vare, fører ikke bare til økt omsatt kvantum, men som regel også til en økning i prisen på vara. (Bare i det tilfelle at etterspørselen er fullkommen elastisk vil det ikke skje noen prisøkning).

Når etterspørselen etter ei vare øker og produksjonen i neste omgang økes for å tilfredsstillere denne etterspørselen, fører dette normalt til økt etterspørsel etter arbeidskraft. Følgen av dette er at arbeidsbetlingen i alminnelighet også går opp. Hvis arbeidsinnsatsen til den enkelte arbeidstaker er den samme, betyr dette høyere godtgjørelse for arbeidet. Det skjer altså en påvirkning av lønnsinntekta som følge av omfordelinga av produksjonen, men hvor store utslagene blir er noe avhengig av hvor stramt arbeidsmarkedet er og på mobiliteten av arbeidskrafta. Vi ser av dette at i det markedsøkonomiske systemet skjer både ressursallokeringa og inntektsfordelinga samtidig

#### 4. Sammenhengen mellom markedsetterspørselen og inntektsfordelinga i samfunnet

Vi har tidligere pekt på at forbrukerens nyttevurdering kommer til uttrykk i hans etterspørsel. Han vil etterspørre de varer og tjenester som samlet gir vedkommende den høyeste behovstilfredsstillelse for en gitt inntekt. Dette vil etter hvert også påvirke sammensetningen av produksjonen. En endring i folks nyttevurdering eller smakspreferanser fører fort til en endring i etterspørselen. Dette gir igjen opphav til prisendringer. Disse prisendringene fungerer som signal om hvilke produksjonsomlegginger et foretak skal gjøre. Produksjonen av produkter som viser en økende etterspørsel og stigende pris som følge av den økte etterspørselen, bør følgelig økes, og det bør produseres mindre av slike goder som har en avtakende etterspørsel og pris. Dette omtales gjerne som forbrukersuvereniteten i det markedsøkonomiske systemet, og som tilkjenner en demokratisk og desentralisert beslutningsprosess.

I denne forbindelsen bør en da huske at forbrukerens etterspørsel ikke bare er avhengig av hans nyttevurdering, men i stor grad også av den disponible inntekta som vedkommende har til rådighet.

Høg inntekt fører til høgt forbruk og stor etterspørsel, og låg inntekt til mindre forbruk og mindre etterspørsel. Den rike vil derfor gjennom sitt forbruk ha en større innvirkning på produksjonssammensetningen og ressursbruken enn den fattige. Den samla etterspørselen i markedet kan en derfor si avspeiler også inntektsfordelinga i samfunnet. Dersom inntektsfordelinga ikke kan aksepteres som demokratisk, vil heller ikke etterspørselssammensetningen kunne godtas som et riktig uttrykk for befolkningens reelle behov. Her finner vi en viktig forklaring på hvorfor det kan være ønskelig med visse inngrep i markedsmekanismen fra samfunnets side.

B. Staten og markedene - myndighetenes korreksjon av markedssystemets tilpassing

Vi har sagt at prisdannelsen i markedet er med å bestemme både ressursbruken og inntektsfordelinga i samfunnet. Ved å gripe inn i prisdannelsen på forskjellig vis kan myndighetene fram- tvinge både en annen ressursbruk og en annen inntektsfordeling. Hvis dette skjer, og i vårt land skjer det ofte, betyr det at de politiske myndigheter underkjenner den tilpassingen som markedssystemet fører til når det gjelder ressursbruk og fordeling av godene. En må da forutsette at de direktiv og korreksjoner som myndighetene går ut med, gir uttrykk for flertallets ønske i samfunnet. Et samfunnsmedlem kan derfor påvirke ressursbruk og inntektsfordeling på to måter: (1) gjennom sin etterspørsel og tilbud i markedet, og (2) gjennom sin stemmegivning ved politiske valg.

At myndighetene finner det nødvendig å korrigere den tilpassing som markedssystemet fører til, kan ha flere årsaker.

Det kan f.eks. skyldes

- (1) monopoldannelser eller andre former for ufullkommen konkurranse som gjør at tilpassingen blir skeiv,
- (2) mangelfull forbrukerinformasjon som fører til urealistisk nyttevurdering hos forbrukeren,
- (3) forskjellige eksterne sammenhenger som resulterer i feiltilpassing i markedet.

1. Inngrep overfor monopoldannelser

Monopol og andre former for ufullkommen konkurranse fører ofte til redusert produksjon, til høyere markedspriser og til større fortjenestemarginer i omsetningen enn ved fullkommen konkurranse. Den tekniske produksjonseffektiviteten kan også bli dårligere i visse tilfelle.

Inngrep fra myndighetene overfor monopoldannelser kan da være begrunnet med ønske om høyere produksjonseffektivitet, rettferdigere inntektsfordeling, og en annen bruk av produksjonsressursene som samlet vil gi et bedre produksjonsresultat.

De fleste land har utviklet lovverket med sikte på å føre kontroll med monopoler og andre konkurranseregulerende sammen- slutninger.



I Norge har vi Prisloven som trekker opp strenge regler for hvilke konkurranseregulerende metoder som kan aksepteres eller ikke aksepteres. Det er Prisdirektoratet som fører tilsynet med dette.

Her i landet har også Staten tatt over en rekke funksjoner der monopoldrift ellers ville ha vært naturlig, eks. Norges Statsbaner, Televerket, Postverket, Statoil m.fl. Myndighetene kan da bestemme retningslinjene for virksomheten, og kan ta de sosiale hensyn eller andre hensyn som måtte være ønskelig sett fra samfunnets side.

I andre tilfelle griper staten inn i den private virksomhet med diverse reguleringsbestemmelser. Det kan være snakk om konsejnsbestemmelser (båt- og busstrafikk), maksimalpriser for råvarer eller ferdigvarer, eller skattlegging av monopolfortjenesten.

Det er samfunnsmessige betraktninger som ligger til grunn for alle slike inngrep fra statens side, med sikte på å hindre for store skjevheter om markedssystemet skulle rå grunnene alene.

## 2. Sviktende nytteevaluering hos forbrukeren som følge av mangelfull informasjon

Etterspørselen etter varer og tjenester bygger på forbrukernes nytteevaluering, som igjen er basert på forbrukernes kjennskap til de ulike godene. Dersom informasjonen om de ulike godene er uriktige eller mangelfull, skjer forbrukernes etterspørsel på sviktende premisser. I slike tilfelle kan det være nødvendig med visse inngrep fra myndighetenes side for å rette opp disse skjevhetene.

Forbud mot produksjon og omsetning har vi for visse varer som anses som farlige å bruke (narkotika og andre giftstoffer).

For andre varer er det innført streng kontroll med produksjon og omsetning (medisiner).

Atter andre kan være pålagt store avgifter for på den måten å redusere forbruket (tobakk, alkohol).

Subsidier er et annet virkemiddel som myndighetene kan bruke for stimulere forbruket av visse varer som det av helsemessige eller andre årsaker er ønskelig å øke forbruket av.

Det kan ellers være tale om ulike former for konsumentopplysning fra myndighetenes side med sikte på å øke kunnskaps-

underlaget hos forbrukerne, og dermed hjelpe dem til å treffe etterspørselsvalg som er i samsvar med deres egentlige nyttevurdering (eks. "Forbrukerrapporten").

### 3. Eksterne virkninger på tilpassingen

Med dette sikter vi til en situasjon der det forekommer en forskjell mellom den privatøkonomiske kostnad og den samfunnsøkonomiske kostnad ved produksjonen, eller at det er en forskjell mellom den privatøkonomiske inntekt og den samfunnsøkonomiske inntekt av et tiltak.

Når en produsent ikke betaler alle kostnadene ved produksjonen, eller en forbruker ikke betaler full pris for enkelte goder han forbruker, kan dette føre til en skjev og uønsket tilpassing som selvsagt får konsekvenser for ressursanvendelsen.

Et eksempel på det første har vi når ei treforedlingsbedrift forurensar et vassdrag, uten å innkalkulere kostnadene med rensing av avløpsvatnet i sine produksjonskostnader. Tilbudet fra denne bedriften bygger da på produksjonskostnader som er for låge i forhold til de virkelige kostnadene. Dette vil selvsagt få konsekvenser for såvel produktpriser som for ressursanvendelsen.

Et elveeierlag som driver fiskekultivering i den samme elva, eller et vannforsyningsanlegg som tar råvatnet fra elva, vil bli påført ekstrakostnader med rensing av vatnet som følge av virksomheten til treforedlingsbedriften.

Et annet eksempel er ei bedrift som driver spesialopplæring av sine ansatte. Dette kan være privatøkonomisk lønnsomt hvis bedriften alene får dra nytte av den økte ferdighet hos arbeidsstokken. En del av disse spesialarbeiderne vil imidlertid gå over til andre bedrifter, som da vil dra nytte av denne spesialopplæringa, uten å betale noe for den. I dette tilfelle er samfunnsnyttan større enn den nytten som opplæringsbedriften selv høster.

For å rå bot med slike uheldige konsekvenser av ulike eksterne forhold, kan myndighetene gripe inn henholdsvis med avgifter eller subsider. Nettopp på dette feltet skjer det i dag en betydelig revurdering og en endret praksis når det gjelder ansvars- og erstatningsforhold.

PRIS- OG MARKEDSORDNINGENE I NORGE  
(Jordbruksavtalen)

I. INNLEDNING

Med jevne mellomrom diskuterer Stortinget retningslinjene for landbrukspolitikken og trekker opp de langsiktige målsettingene for landbruksnæringa. I hele etterkrigstida har det vært ført en aktiv landbrukspolitikk i Norge, i den forstand at samfunnet mer og mer har tatt på seg ansvaret for utviklinga i næringa, slik tilfelle har vært også for andre næringsgreiner. Dette er gjort både for å sikre yrkesutøvere i landbruket tryggere økonomiske og sosiale kår, men og for at landbruksnæringa skal kunne fylle viktige samfunnsmessige oppgaver. Det gjelder ikke minst sikring av forsyninga av viktige matvarer, sikring av bosettinga osv.

Med Stortingsvedtaket av 1. desember 1975 ble inntektsmålsettinga for landbruket klart og eksplisitt trukket opp. Det ble her slått fast at et årsverk i jordbruket på et rasjonelt drevet bruk skal sidestilles lønnsmessig med et årsverk i industrien.

Virkemidlene som skal nyttes for at produksjons- og inntektsmålene skal oppfylles kommer en fram til gjennom forhandlinger mellom Regjeringa på den eine sida og de to faglige organisasjonene i landbruket, Norges Bondelag og Norsk Bonde- og Småbrukarlag på den andre.

Bakgrunnen for valget av virkemidler har for det første vært den offentlige produksjonsmålsettinga for landbruksproduksjonen, for det andre at det norske markedet i hovedsak skal være reservert norsk jordbruksproduksjon. Import av jordbruksvarer har skjedd bare i den utstrekning det har vært nødvendig for å supplere den norske matproduksjonen.

## II. HOVEDAVTALEN FOR JORDBRUKET

Forhandlingene mellom Staten og landbruket bygger på "Hovedavtalen for jordbrukserneringa". Denne ble inngått i 1950.

I denne avtalen er det slått fast at det skal føres forhandlinger mellom Staten og de to jordbruksorganisasjonene om prisene på jordbrukets salgsprodukter og jordbrukets driftsmidler, og ellers om spørsmål som berører bøndenes inntekter og levekår i videste forstand. Hovedavtalen bestemmer videre hvordan forhandlingsapparatet skal være sammensatt. For Staten skal forhandlingene føres av et forhandlingsutvalg oppnevnt av Kongen. Jordbrukets forhandlingsutvalg skal bestå av et fellesutvalg for de to organisasjonene med tre representanter fra hver. Formannen i Statens forhandlingsutvalg skal lede forhandlingene.

Forhandlingene foregår for lukkede dører, og så lenge forhandlingene varer skal det bare gis de meldinger som partene er enige om. Jordbrukets totalregnskap og jordbrukets totalbudsjett, som blir utarbeidet av Budsjettnemnda for jordbruket, er det berekningsmateriale som i hovedsak skal legges til grunn for forhandlingene. Fra slutten av 1970-årene er modellbrukene kommet til som et viktig element under forhandlingene.

Hovedavtalen gir partene rett til å kreve forhandlinger opptatt i avtaleperioden dersom det har skjedd vesentlige endringer i forutsetningene for den avtalen som er inngått.

Hovedavtalen gir Norges Bondelag og Norsk Bonde- og Småbrukarlag rett til å forhandle på vegne av hele jordbruket, selv om en del bønder ikke er tilsluttet noen av organisasjonene.

## III. DE KORTSIKTIGE JORDBRUKSAVTALENE

På grunnlag av Hovedavtalen blir det inngått fortløpende korttidsavtaler for jordbruket. Disse avtalene er vanligvis 2-årige, men det finnes eksempel på både treårige og ettårige avtaler. Korttidsavtalen har som regel samme varighet som de tariffavtalene som LO og NAF inngår.

Jordbruksavtalen mellom Staten og jordbruksorganisasjonene trekker i hovedsak opp ramma for de pris- og markedsordningene som til hver tid gjelder i Norge.

#### IV. HOVEDTREKKENE AV PRIS- OG MARKEDSORDNINGENE

Av viktige element i pris- og markedsordningen kan vi peke på følgende tiltak:

- A. Beskyttelsestiltak
- B. Produksjonstilpassende tiltak
- C. Avsetningstiltak
- D. Pris- og importordninger
- E. Inntektsregulerende tiltak

Det er ikke noe klart skille mellom disse tiltakene, og det er også en viss overlapping mellom dem.

##### A. BESKYTTELSESTILTAK MOT KONKURRANSE FRA UTLANDET

###### 1. Toll

Vi har fra gammelt av hatt to typer toll: (1) Fiskaltoll og (2) Vernetoll. Betydningen av tollene som beskyttelsestiltak har vært avtakende, bl.a. fordi internasjonale avtaler legger bånd på de enkelte land når det gjelder bruken av slike restriksjoner (jfr. GATT).

###### 2. Importavgifter

Slike avgifter har den samme virkning som tollene, men er enklere å håndtere. Forskjellen er at mens tollsatsene bare kan endres av Stortinget, kan importavgiftene endres av departementet. Importavgiftene er derfor et langt smidigere virkemiddel. Ved å legge avgifter på de importerte varene forsøker en å hindre at den innenlandske produksjonen blir utkonkurrert av billige importvarer. Slike avgifter nyttes i stor utstrekning i EF.

### 3. Kvantitative importrestriksjoner

Dette er beskyttelsestiltak som representerer den mest effektive beskyttelse av innenlandsproduksjon. Her legger myndighetene ned et generelt forbud mot import av bestemte varer, og import kan da skje bare etter tildeling av importlisens fra departementet for gitte kvanta. Importreguleringen skjer i hovedsak med hjemmel i lov av 22.juni 1934 om midlertidig innførselsforbud, og en Kgl. resolusjon fra 1960. Våre veterinær- og plantevernlover kan under gitte betingelser ha den samme importbeskyttende virkning, men formålet med disse lovene er å beskytte landet mot smittsomme husdyr- og plantesjukdommer, og de blir bare brukt til det formålet.

For Norge er de kvantitative restriksjonene i dag det viktigste vernet mot konkurransen fra utlandet når det gjelder jordbruksvarer. GATT aksepterer også at slike restriksjoner brukes når de kan begrunnes ut fra veterinærmedisinske eller liknende årsaker. En del kvantitative importrestriksjoner er imidlertid *prisbetinget* (jfr. øvre prisgrense som utløser fri import).

### 4. Statlig omsetningsmonopol

Kornproduksjonen og kornomsetningen i Norge er et eksempel på hvordan innenlandsmarkedet beskyttes av et Statlig omsetningsmonopol. Statens Kornforretning, som ble opprettet i 1929, har enerett til all innførsel av kveite, rug, bygg og havre, fra 1951 også eneretten til all innførsel av kraftfôr. Kornforretningen er videre forpliktet til å kjøpe alt norskprodusert korn skikka til menneskemat eller kraftfôr til priser fastsatt av Stortinget. På denne måten kan korn- og kraftfôrimporten tilpasses nokså godt differansen mellom vårt forbruk og vår egen produksjon av korn og kornvarer. Kornordningen representerer en slags mellomlagsbetaling (deficiency payment) mellom avtalepriser for norsk korn og importprisene.

For norskprodusert ull har vi et tilsvarende omsetningsmonopol (Norges Kjøtt- og Fleskesentral), og med et liknende system med mellomlagsbetaling ved omsetning av norsk ull.

## B. PRODUKSJONSTILPASSENDE TILTAK

Tilpassing av produksjonen til de landbrukspolitiske målsettingene har en sentral plass i landbrukspolitikken og i forbindelse med jordbruksforhandlingene. Av de viktigste tiltaka her skal vi peke på følgende:

### 1. Prisforholdet mellom produktene

Gjennom ulike tiltak som påvirker prisforholdet mellom ulike produkter er det mulig å påvirke produksjonsomfanget produktene imellom. Her i landet er dette velkjent når det gjelder prisene for mjølk og korn, der prisforholdet disse produktene imellom bevisst er brukt bl.a. til å oppnå en ønsket regionalisering av produksjonen. Det synes likevel å være klare grenser for hvor store endringer i prisforholdene som kan gjøres før det får utilsikta virkninger.

### 2. Kraftfôrordninga

Kraftfôrordninga bygger i prinsippet på et toprissystem. Det importerte kraftfôret blir pålagt ei avgift, slik at kraftfôrprisen blir relativt høy. Videre ytes det en kraftfôr-rabatt etter nærmere fastsatte regler for et bestemt kvantum. Kraftfôrordninga er ment å tjene flere formål:

- a) Den skal virke produksjonstilpassende
- b) Kraftfôrforbruket skal søkes begrenset til det som er nødvendig for en god utnytting av det heimeavla grovfôret
- c) Sikre en stabil dekning av det innenlandske behovet for husdyrprodukter
- d) Den skal ha en inntektsutjæmnende virkning.

### 3. Bonusordninga for mjølk

Ordninga ble innført i 1977. Den hadde som siktemål å stabilisere mjølkeproduksjonen og hindre en overproduksjon som både er ulønnsom og som skaper markedsmessige problemer. Det er produsentene selv som har finansiert bonusordninga.

### 4. Topris-ordninga for mjølk

Ordninga ble vedtatt innført fra 1983 til avløsning av bonusordninga. Siktemålet er

å tilpasse mjølkeproduksjonen mer i samsvar med de landbrukspolitiske retningslinjene. Alle bruk som driver mjølkeproduksjon på ku eller geit blir tildelt en mjølkekvote som de vil få betalt full pris for. Mjølkeleveranser utover denne kvoten blir avrekna etter en betydelig lågere pris. Størrelsen på den mjølkekvoten som det blir betalt full pris for, fastsettes ut fra produksjonen i en basisperiode. Denne basiskvoten, som er gjennomsnittsleveransen for de tre siste åra (1980,1981,1982) blir videre justert i forhold til hvordan vedkommende produsent har tilpasset seg den gamle bonusordninga. Ved bruksutbygging, eierskifte, nydyrking osv. gjelder særskilte regler. For å komme fram til produksjonskvoten for bruket neste år, multipliseres basiskvoten med et forholdstall. Dette forholdstallet blir fastsatt mot slutten av inneværende år, og er avhengig av den aktuelle markedssituasjon på mjølkemarkedet.

Det er Norske Melkeprodusenters Landsforbund og meieriene som er tillagt ansvaret for den daglige ledelse og praktiske gjennomføringen av topris-ordninga.

#### 5. Premiert nedslakting

For å tilpasse produksjonskapasiteten i husdyrproduksjonen til avsetningsmulighetene, har premiært nedslakting av spedkalv, smågris og verpehøner i blant vært brukt. Dette er en rask og effektiv om enn en noe brutal metode å tilpasse produksjonskapasiteten på.

#### 6. Kontraktproduksjon

Kontraktproduksjon er en velkjent måte å tilpasse produksjonen til behovet på. Den er først og fremst brukt hos oss for konservesgrønsaker, <sup>nå også for poteter og egg,</sup> ellers har metoden vært lite brukt. Den nye potetordninga som trådte i kraft i 1982, har visse likhetstrekk med kontraktproduksjon ved at pris- eller produksjonstillegget er knyttet til innmeldt potetareal.

#### 7. Effektivitetsnormene

Effektivitetsnormene som ble innført i forbindelse med opptrappingsvedtaket for jordbruket, vil trolig også få en viss produksjonstilpassende effekt. Det er ennå for tidlig å si hvordan dette vil virke eller hvor sterke virkningene vil bli.



## 8. Kapitaltilgangen

Gjennom Statens Landbruksbank kan myndighetene gjennom lån og tilskott påvirke produksjonskapasiteten i norsk landbruk. I særlig grad gjelder dette lån til bygging av nye driftsbygninger, men også for andre produksjonsfremmende investeringer. Det samme gjelder tilskott fra Landbrukets Utbyggingsfond, som også i en viss grad kan påvirke produksjonskapasiteten.

### C. AVSETNINGSTILTAK

I samsvar med jordbruksavtalen er det satt i verk en rekke avsetningstiltak for de viktigste jordbruksvarene. Det kan være snakk om eksportstøtte for overskottskvanta, salgsfremmende tiltak av ymse slag, herunder subsidier eller prisnedskrivning for varer som omsettes på det norske marked. Vi skal peke på noen av disse tiltakene.

#### 1. Tilskott til diverse avsetningstiltak

Midlene her disponeres av Omsetningsrådet etter retningslinjer som partene i jordbruksoppgjøret blir enige om. Midlene stilles til disposisjon for de samme omsetningsorganisasjonene som for omsetningsavgiftens midler og blir nyttet f.eks. til å dekke tap ved billigsalg eller ved eksport o.l. Ved tildeling av midler følger Omsetningsrådet samme praksis som ved tidligere tildeling av kraftfôravgiftsmidler.

#### 2. Driftskreditt til markedsregulering

Jordbruksavtalen har bestemmelser om at Statens Landbruksbank, etter anmodning fra Omsetningsrådet, kan yte lån til markedsregulerende tiltak til en del spesifiserte omsetningsorganisasjoner i landbruket. Låna gis på vanlige kassakredittvilkår.

#### 3. Grunntilskott på mjølk

Som ledd i nedskrivning av mjølkepris til forbruker og motivering for en produksjon i samsvar med forbruket, blir det over Jordbruksavtalen bevilget et beløp som grunntilskott på

mjølk. Det er Norske Melkeprodusenters Landsforbund som disponerer midlene.

#### 4. Prisnedskrivning av råstoff fra jordbruket til fabrikasjon av industrivarer med frihandelsstatus

I denne kategorien kommer f.eks. tilskott til nedskrivning av prisen på tørrmjølk, kondensert mjølk, eggprodukter og glykose som går til fabrikasjon av diverse industrivarer med frihandelsstatus (sjokolade, drops, kjeks, majones o.l.)

### D. PRISORDNINGER

I gjennomsnitt får norske jordbruksprodusenter 60-70 % av sine inntekter gjennom markedsprisene. Resten kommer fra spesielle tiltak. I dag har vi fem forskjellige prissystemer for landbruksprodukter i vårt land:

#### 1. Garanterte priser

For korn og ull har vi i dag garanterte priser. Prisgarantien går ut på at Staten betaler mellomlaget mellom avtaleprisene og verdensmarkedets priser for disse produktene ("deficiency payments"). Prisgarantien for kornprisene dekkes over statsbudsjettet, mens tilskottet til ullprisene dekkes over Ullfondet, som igjen tilføres midler over jordbruksavtalen, tidligere fra kraftfōravgifta.

#### 2. Maksimalpriser

Eksempel på bruk av maksimalpriser finner vi i mjølke-sektoren. For mjølk og mjølkeprodukter gjelder maksimalpris ved salg fra meieribruket til detaljist. Produsentprisen for mjølk blir ikke fastsatt i jordbruksavtalen, men framkommer som et gjennomsnitt av salget av heilmjølk, ost og smør. Avrekningsprisen til produsent vil være påvirket av både kostnadsutviklingen i meieribruket, produksjonsutviklingen, og av forbruksutviklingen. En økning i maksimalprisen til detaljist vil i sin helhet slå ut i produsentprisen, under forutsetning av at produksjonsutvikling, forbruksutvikling og meierienes driftsutgifter ikke endrer seg. Dersom f.eks.

produksjonen øker, og/eller forbruket avtar med den følge at eksporten av overskottsproduksjonen øker, vil økningen i produsentprisen bli mindre. Dette skyldes at eksport normalt gir dårligere betaling for mjølka. Produsentprisen er et veid gjennomsnitt av oppnådd pris ved ulik mjølkeanvendelse.

### 3. Ansvarspriser (=Engrospriser)

Ordningen med ansvarspriser gjelder for *kjøtt, flesk* og *egg*. Ansvarsprisene er knyttet til nærmere spesifiserte representantvarer av disse produktene/<sup>ved salg til grossist</sup> Ordninga går ut på at omsetningsorganisasjonen påtar seg ansvaret for at avtaleprisene for produktene holdes. Det tillates at prisene svinger noe gjennom året, svarende omtrent til en normal sesongvariasjon. Det er innført ei såkalt øvre prisgrense, som for kjøtt og flesk ligger 10 % og for egg 15 % over avtaleprisen. Ligger markedsprisen to uker på rad over *øvre prisgrense*, vil importen bli fri, og kan da presse markedsprisen nedover.

### 4. Retningspriser (Normalpriser)

En ordning med såkalte retningspriser gjelder for *poteter, frukt, bær, grønnsaker* og *levende planter* og *plantedeler*. Retningsprisene gjelder for engrossalg fra produsent på Oslomarkedet. Systemet tar hovedsakelig sikte på å markere et avtalt "vernennivå" mot import av disse produktene. Det fastsettes normalpriser uke for uke etter forslag fra et Importråd som Landbruksdepartementet har nedsatt. For de viktigste vareslag er det innført ei øvre prisgrense på 12 % over normalprisen. Kommer prisene over denne, vil det enten bli fri import, eller myndighetene fastsetter maksimalprisen.

### 5. Fri prisdanning

Fri prisdanning har vi for pelsdyrskinn, huder og skinn, og for blomster. Det meste av pelsskinnene selges på auksjon til utenlandske oppkjøpere, og det internasjonale prisnivået er avgjørende for prisene. Det samme er stort sett tilfelle for huder og skinn. Det er ingen regulering av blomsterprisene, men det norske markedet er beskyttet mot konkurranse fra importerte blomster.

## E. IMORTORDNINGER

### 1. Generelle regler

Det er i prinsippet importforbud for de fleste jordbruksvarer i Norge. Det norske markedet er i hovedsak reservert de norske produsentene så sant de kan dekke etterspørselen. De produksjonstilpassende og markedsregulerende tiltakene som er satt i verk har som formål å hindre et såkalt *indre* prispress. Importordningene derimot skal hindre *ytre* prispress.

Etter Jordbruksavtalen har omsetningsorganisasjonene påtatt seg ansvaret for at det norske markedet for jordbruksvarer til enhver tid skal være dekket. Ved hjelp av markedsregulerende tiltak og prisnoteringer påtar organisasjonene seg å holde gjennomsnittsprisene på de enkelte vareslag for året (1.juli - 30.juni) på eller under de avtalte gjennomsnittspriser. Klassifiseringsreglene må ikke endres i avtaletiden på en slik måte at de klassene som avtaleprisene er knyttet til blir utvidet til dårligere varer.

Dersom markedet for jordbruksvarer ikke dekkes ved norsk produksjon, må det importeres så sant det er mulig. Det er fastsatt bestemte spilleregler for slik import.

For det første vil fri import bli utløst når prisen på ei eller flere representantvarer ligger over øvre prisgrense i to på hverandre <sup>følgende</sup> ukenoteringer. Da blir det fri import av alle varer innen gruppa. Importregulering innføres når ukenoteringene igjen ligger på eller under øvre prisgrense. Varer som er bestilt i perioden med fri import, forutsettes å være utklarert innen ei uke etter at den frie importen er suspendert.

Staten kan fastsette øvre prisgrense som maksimalpris dersom ikke den frie importen presser prisen tilstrekkelig nedover. For varer og varekvaliteter utenom representantvarene kan det i tilfelle fastsettes maksimalpriser som svarer til prisene på representantvarene. Disse reglene gjelder for både kjøtt, egg og for produktene i den grønne sektor (poteter, grønsaker, frukt og bær). Prisgrunnlaget for kjøtt er engrosprisnoteringen ved Norges Kjøtt- og Fleskesentral for hele slakt. For egg og fjørfeslakt gjelder engrosprisnoteringene fra Norske Eggcentraler, og for den grønne sektor er det Gartnerhallens engrosprisnoteringer som legges til grunn.

Det kan også bli snakk om import av jordbruksvarer selv når markedsprisen ligger under øvre prisgrense. Dette er tilfelle når utviklingen i markedet tyder på at prisene trolig vil gå over øvre prisgrense i nær framtid. Slik import vil da være *kvoteregulert*. Det er Landbruksdepartementet i samråd med Norges Bondelag og Norsk Bonde- og Småbrukarlag som da bestemmer importkvotens størrelse og tidspunktet for slik import.

For den grønne sektor er det oppnevnt et eget importråd som foreslår størrelsen av og tidspunktet for den suppleringsimport som til enhver tid ansees nødvendig for en rimelig markedsdekning av frukt og grønnsaker etc. Importrådet gir også nærmere forslag om fordeling og omsetning av suppleringsimporten. - Utenom reguleringsperioden er importen fri.

Med hensyn til importvern står vi ikke helt fritt til å gjøre som vi vil. Norge har inngått en del internasjonale og bilaterale avtaler som begrenser vår handlefrihet noe. Det gjelder i første rekke GATT-avtalen, EFTA-avtalen, og handelsavtalen med EF.

## 2. GATT-avtalen (General Agreement on Tariffs and Trade)

GATT har som siktemål å få fjernet flest mulige hindringer for internasjonal handel. Som medlem av GATT er vi i følge avtalen forpliktet til å innrømme alle medlemsland den samme behandling når det gjelder toll, avgifter og andre restriksjoner i forbindelse med import av varer (mestbegunstigelsesklausulen). Men i avtalen er det en bestemmelse som gir et land tillatelse til å ta i bruk kvantitative importrestriksjoner dersom dette er nødvendig for landets betalingsbalanse, av veterinære årsaker, eller hvis det er nødvendig for effektiviteten av produksjonstilpassende tiltak. Det er det siste hensynet vi påberoper oss for å bruke kvantitative importrestriksjoner.

## 3. EFTA-konvensjon

Konvensjonen fra 1960, som Norge har undertegnet, har bestemmelser om at toll og alle andre handelsrestriksjoner skal avvikles mellom medlemslanda. Jordbruksvarene er imidlertid unntatt fra regelen om frihandel. Derimot kommer en del industrivarer som har jordbruksvarer som råvare inn under begrepet frihandelsvarer. Dette gjelder varer som f.eks.

sjokolade, drops, kjeks m.v. For at denne industrien skal ha mest mulig like konkurransevilkår, er det tillatt å bruke virkemidler som har som formål å jevne ut prisene på de råvarene industrien bruker. Det vil her være snakk om prisnedskrivning eller bruk av importavgifter. I Norge er det i hovedsak prisnedskrivning på råvarene som nyttes. Dette gjelder råvarer som f.eks. tørrmjølk, kondensert mjølk, eggprodukter og glykose for at de norske sjokolade- og kjeksprodusentene skal få disse råvarene til samme pris som deres utenlandske konkurrenter.

Landbruksdepartementet utferdiger bestemmelsene for gjennomføringen av denne råvareprisutjevningen.

#### 4. Handelsavtalen med EF

Frihandelsavtalen mellom Norge og EF omfatter ikke landbruksvarer, med unntak av en del industrivarer som har landbruksvarer som råstoff. Omtrent de samme bestemmelsene som i EFTA-avtalen er her gjort gjeldende. I EF er fiskeripolitikken en del av den felles landbrukspolitikk, og i internasjonal handel blir fiskevarer som regel betraktet som landbruksvarer. I handelsavtalen med EF ønsket Norge visse lettelser for handelen med fiskevarer. Som motytelse måtte vi gi visse ensidige innrømmelser for jordbruksvarene. Dette gjelder først og fremst for frukt og grønnsaker, der importreglene ble lempet på ved at perioden for importregulering ble kortet inn. Det er også fri import av levende planter og plantedeler. Disse innrømmelsene har gjort det vanskelig for oss å øke markedsdekningen og sjølforsyningsgraden for disse produktene.

#### 5. Imitasjons- og omgåelsesvarer uten importvern

Eksempel på imitasjonsvarer er industrielt bearbeidde kjøttlignende varer med soyamjøl og soyaolje som råstoff. Ei rekke slike produkter finnes på markedet. Såkalte omgåelsesvarer er jordbruksvarer som er iblanda ei råvare som ikke er importregulert. Eksempel på dette er tørrmjølk iblanda litt kakao eller sukker. For landbruksvarer av denne typen er det i dag ikke noe importvern.

## F. INNTEKTSREGULERENDE TILTAK

Dette er ei stor gruppe landbrukspolitiske tiltak som tar sikte på å utjevne noe av inntektsforskjellene i landbruket som skyldes de store variasjonene i strukturelle og naturgitte vilkår. I tillegg kan de være med på å fremme bestemte produksjonsretninger eller produksjonsmetoder. De fleste av tiltakene er også differensierte på grunnlag av de strukturelle og naturgitte forhold i landbruket. Disse tiltakene vil også, direkte eller indirekte, ha markedsmessige virkninger.

De viktigste av disse tiltakene kan deles i (1) distriktstilskott (2) kvantumsavgrensa pristilskott (3) kostnadsnedskrivende tiltak (4) investeringsstøtte.

### 1. Distriktstilskott

Spesielle distriktstilskott gis i dag til produksjonen av f.eks. mjølk, kjøtt, frukt, og fra 1978 også til kornproduksjonen. For mjølk er pristillegget sterkt differensiert (8 prissoner), for kjøtt noe mindre (2 prissoner). Pristillegget er ment som en kompensasjon for større kostnader i produksjon som foregår under vanskelige driftsforhold. Pristilleggene blir fastsatt i Jordbruksavtalen, og sonegrensene for mjølkeproduksjonen f.eks. fastsettes med bindende virkning av et eget oppnevnt utvalg. Distriktstilskottet i kjøttproduksjonen gis til kjøttprodusenter som bor i områdene som får distriktstilskott for mjølk. Distriktstilskottet for frukt gjelder for Vestlandfylkene.

### 2. Kvantumsavgrensa pristilskott

For å kompensere større enhetskostnader og derved bedre økonomien på små bruk, er det innført en ordning med kvantumsavgrensa pristilskott på mjølk både for kumjølk og geitemjølk. Dette er en indre utjevning i jordbruket med sikte på å styrke økonomien og mjølkeproduksjonen på små bruk.

Det er i prinsippet innebygt et liknende system i kraftfôrordninga, men her er produksjonstillegget pr. dyr differensiert etter areal.

### 3. Kostnadsnedskrivende tiltak

Under denne typen av tiltak kan en nevne prisnedskrivning av frakt på kunstgjødsel og kalk. Dette gjelder generelt. Videre gis det tilskottet som har som siktemål å bedre økonomien på de små bruk ved å stimulere til økt kunstgjødselbruk. Tilskottet gis til bruk mellom 10 og 75 dekar når inntekta til brukeren ikke overstiger ei bestemt grense. Tilsvarende ordninger med fraktnedskrivning finnes for de fleste av landbruksproduktene. Tilskott til innfrakt av mjølk f.eks. er innført bl.a. som følge av at mjølkeproduksjonen har fått sin tyngde i markedsfjerne områder. Frakttilskottet finansieres gjennom kraftførfondet (som nå finansieres over statsbudsjettet), og administreres av Norske Melkeprodusenters Landsforening. Prisnedskrivning av brendselolje til veksthus og nedskrivning av emballasjekostnader for frukt og grønnsaker er andre eksempler. I denne kategorien av tiltak kan en også plassere grovfôrtillegget til husdyrprodusentene.

### 4. Investeringsstøtte

I 1971 ble Landbrukets Utbyggingsfond oppretta for å samordne og koordinere forskjellige investeringstiltak i landbruket. Midlene som Utbyggingsfondet disponerer inngår som en del av jordbrukets inntektsramme og er en del av Jordbruksavtalen. Til forskjell fra investeringsmidlene til jordbruket over statsbudsjettet, tar midlene over Jordbruksavtalen sikte på å redusere investeringskostnadene for bonden.

Over fondet gis det støtte til bygging av driftsbygninger i landbruket, til siloer, bakkeplanering, vatningsanlegg, planting av fruktre m.m., og vil på denne måten påvirke både kapasiteten og effektiviteten i jordbruksproduksjonen.

## G. ANDRE TILTAK

For helhetens skyld skal vi her peke på de viktigste velferdstiltaka som i løpet av 1970-åra er blitt innført i forbindelse med Jordbruksavtalen. Vi sikter her til avløser- og ferieordninga, landbruksvikarordninga, sjukepengeordninga m.v.,



- ordninger som har som siktemål å sidestille yrkesutøverne i landbruket med de fleste andre grupper i samfunnet når det gjelder ferie og fritid, sjukeforsikring osv. Ingen av disse tiltakene kan vel sies å ha nevneverdige markedsmessige virkninger, men indirekte er de av betydning.

#### LITTERATUR

- DALBERG, P.M.,                    Personlige opplysninger.
- NORGES BONDELAG,                Jordbruksavtale 1980-82, m/tilleggsavtale, Oslo 1982.
- NORGES BONDELAG,                Avtaleguide, Oslo 1982.

## I. MÅLSETTINGA FOR PRIS- OG MARKEDSORDNINGENE I EF

Romatraktaten har et eget avsnitt som omhandler landbruket. Artikkel 38 fastslår at det felles marked også skal omfatte handelen med landbruksvarer. Med landbruksvarer forstås jord- og hagebruksprodukter, husdyrprodukter, fisk, og videre foredlingsprodukter av disse når produktene ikke har gjennomgått mer enn første trinn i bearbeidingsprosessen.

Målsettinga for den felles landbrukspolitikken finner vi i artikkel 39:

1. Å øke produktiviteten i landbruket ved å fremme tekniske framskritt og sikre en rasjonell utvikling av landbruksproduksjonen gjennom en optimal utnyttning av produksjonsfaktorene, særlig arbeidskrafta.
2. På denne måten sikre landbruksbefolkningen en rimelig levestandard, først og fremst gjennom en økning av den individuelle inntekt til de personene som er sysselsatte i landbruket.
3. Stabilisere markedene for landbruksprodukter.
4. Garantere sikre tilførsler av landbruksprodukter.
5. Sikre rimelige forbrukerpriser.

En vil her legge merke til at flere av disse målsettingene er nesten identiske med noen av målsettingene som kom til uttrykk i Havana Charteret fra 1947 om stabilisering av verdenshandelen med landbruksvarer.

Traktaten erkjenner de spesielle forhold som gjelder for landbruksproduksjonen og for omsetningen av landbruksvarer i sin alminnelighet. Den felles landbrukspolitikken må derfor i første rekke være basert på felles ordninger som kan påvirke både produksjonen, omsetningen og prisdannelsen for disse produktene. Artikkel 40 nevner tre hovedformer:

1. Felles konkurranseregler.
2. Samordning av de nasjonale markedsordningene.
3. Opprettelse av en europeisk markedsorganisasjon.

Det er pekt på flere konkrete tiltak som kan nyttes for å samordne markedet, f.eks. prisregulering, produksjons- og omsetningssubsidier, reguleringslagring, og tiltak for å stabilisere import og eksport. Generelt setter traktaten strenge regler for bruk av subsidier, men for landbruksvarer gjør traktaten unntak når bruk av subsidier synes påkrevet. Det er ellers full anledning til å opprette spesielle markedsreguleringsfond med sikte på å stabilisere markedet.

## II. VIKTIGE INSTITUSJONER INNEN EF

Begrepet "De Europeiske Fellesskap" (EF) omfatter tre viktige sammenslutninger. Det er (1) Det Eurpoeiske Økonomiske Fellesskap (undertegnet 1957) (2) Det Europeiske Kull- og Stålfellesskap (undertegnet 1951), og (3) Det Europeiske Atomenergifellesskap (undertegnet 1957).

Fra 1967 har disse tre fellesskapene etablert en felles administrativ og felles utøvende organer:

### 1. Europaparlamentet

Dette består av parlamentarikere fra alle medlemsland i EF, i alt 518 medlemmer. De fire store medlemsland, Frankrike, Vest-Tyskland, Italia og Storbritannia har 81 medlemmer hver, Spania 60, Nederland og Belgia 25, Hellas og Portugal 24 hver, Danmark 16 og Irland 15, og Luxembourg 6 medlemmer. Medlemmene er organisert i partigrupper på tvers av nasjonalstatene. Arbeidet foregår gjennom fagkomitéer som rapporterer til forsamlingen. Det er etablert i alt 18 permanente fagkomitéer med hver sitt saksområde. Komitéene har som oppgave å opprettholde kontakten med kommisjonen i Brüssel når Parlamentet ikke er samla. Europaparlamentet har ingen lovgivende makt, men har etter sine statutter en rådgivende og kontrollerende funksjon. Forsamlingen kan imidlertid stille mistillitsforslag til Kommisjonen, og dersom dette blir vedtatt med totredjedels flertall og minst halvparten av representantene tilstede, må Kommisjonen ta avskjed.

Europaparlamentet velges ved direkte valg. Det holder vanligvis sine møter i Strasbourg.

## 2. Ministerrådet

Dette er sammensatt av regjeringsmedlemmer fra hvert medlemsland. Sammensetningen av Rådet vil derfor variere noe alt etter hvilke saker som står på kartet. Formannsstillingen i Rådet går på omgang mellom medlemslanda. Ministerrådet er den høyeste besluttede myndighet i EF, og har som hovedoppgave å samordne og ta beslutninger i saker av felles interesse. Rådet er imidlertid avhengig av at det foreligger et formelt forslag fra Kommisjonen å ta stilling til, men i visse tilfelle kan Rådet handle på eget initiativ. Rådet kan i prinsippet treffe vedtak med simpelt flertall når ikke annet er bestemt i traktaten. Dette skjer meget skjelden. I de fleste tilfellene treffes vedtakene med kvalifisert flertall, og slik at rådsmedlemmenes stemmer er tillagt ulik vekt alt etter hvilket medlemsland det representerer. I særlig viktige saker kreves det enstemmighet.

Ministerrådet har sitt eget sekretariat, dessuten er en rekke komitéer underordnet Rådet.

## 3. Kommisjonen

Kommisjonen er det utøvende organet innen EF, dvs. en slags EF-regjering. Den består av i alt 17 medlemmer, og disse er ansvarlige for virksomheten innen de ulike sektorene av fellesskapets virksomhet. Romatraktaten slår fast at kommisjonen både har plikt og enerett til å fremme forslag. Dette er gjort for å sikre seg at beslutningene i Ministerrådet skal bygge på en sakkyndig vurdering av hva som tjener fellesskapet best. Medlemmene er utpekt av regjeringene i medlemslanda for en fireårsperiode, men skal forøvrig være uavhengige og ikke be om eller motta instruksjon verken av regjeringene eller fra private organisasjoner.

Kommisjonen, som har sete i Brüssel, har en stor stab av tjenestemenn under seg som er rekruttert fra alle medlemslanda i EF.

#### 4. Domstolen

EF-domstolen har som oppgave å sikre at lov og rett blir fulgt ved fortolkning og utøvelse av Roma-traktatens bestemmelser. Den er felles for de tre fellesskapene. Domstolen har sitt sete i Luxembourg og består av 13 dommere som er valgt for seks år. Avgjørelser som domstolen tar får umiddelbar rettskraft i medlemslanda.

#### 5. Den økonomiske og sosiale komité

Denne komitéen hører også med til de faste institusjonene innen EF. Hovedfunksjonen er å være et rådgivende organ i alle viktige sosiale og økonomiske spørsmål. Komitéen er sammensatt av representanter for både arbeidstakere, arbeidsgivere og forbrukere, og blir utnevnt av Ministerrådet etter forslag fra myndighetene i de ulike medlemsland.

#### 6. Beslutningsgangen i landbrukspolitiske og markedsmessige spørsmål

Den avgjørende myndighet i viktige landbrukspolitiske og markedsmessige spørsmål ligger hos Ministerrådet. Initiativet til utforminga av de ulike forordninger og direktiv tilligger imidlertid Kommisjonen. I praksis vil Rådet gi Kommisjonen fullmakt til å sette forordningene ut i livet.

I det forberedende arbeidet med utforminga av de ulike markedsordningene, bruker Kommisjonen ulike ekspertutvalg. Disse består av fagfolk fra både den offentlige administrasjon og fra ulike nærings- og bransjeorganisasjoner i medlemslanda. Disse ekspertutvalga har bare rådgivende status, men øver stor innflytelse på Kommisjonens forslag fordi de representerer fagkunnskapen på vedkommende område.

Alle forslag fra Kommisjonen som er av grunnleggende karakter, sendes først Europaparlamentet og Den økonomiske og sosiale komité til uttalelse, før Ministerrådet tar sin endelige beslutning.

Alle forslag som omhandler landbruksspørsmål, går først til Spesialkomitéen for landbrukssaker for å bli vurdert der, før rådet tar sin beslutning.

I det administrative arbeidet med landbruksspørsmål, herunder pris- og markedsordningne, har Kommisjonen to typer komitéer å støtte seg til. I den første gruppa kommer de såkalte Forvaltningsutvalgene som er opprettet for hver gruppe av produkt som kommer inn under fellesmarkedsordningen. Utvalgene har ingen beslutningsmyndighet, men dersom forslagene som Kommisjonen sender over til Forvaltningsutvalgene ikke får tilslutning fra utvalgenes side, skal Ministerrådet underrettes. Dette hindrer allikevel ikke Kommisjonen i å sette sine forslag ut i livet.

I den andre gruppa administrative komitéer kommer (1) Fondskomiteen som forvalter saker under Landbruksfondet, og (2) Strukturkomitéen som behandler de utviklingsprosjektene som finansieres av Landbruksfondet.

Ved sida av disse forvaltningsutvalgene er det opprettet diverse andre komitéer som skal ivareta interessene til de ulike interessegruppene innen fellesskapet, men disse har bare rådgivende status.

Selve gjennomføringa av de pris- og markedsregulerende tiltakene i EF er overlatt til de såkalte intervensjonsorganene. Dette er nasjonale, offentlige eller halvoffentlige markedsorgan som er tillagt betydelig myndighet i markeds-spørsmål.

### III. PRISSYSTEMET OG DE INTERNE MARKEDSORDNINGENE I EF

#### A. PRISSYSTEMET

Den felles landbrukspolitikken i EF forutsetter fri omsetning av landbruksvarer innen fellesskapet på samme vilkår som i et nasjonalt marked. Hensikten med den frie handelen mellom medlemslanda er å kunne dra fordelene av det større markedet som EF representerer, beskytte seg mot konkurranse fra tredjeland, samtidig med at nødvendige handelsforbindelser med tredjeland blir opprettholdt. Det er en klar forutsetning at det skal skapes et felles prisnivå for landbruksvarene i EF. Men når det tales om et felles prisnivå, betyr ikke det at samme vare koster det samme i alle medlemsland, men det betyr at visse priselement fastsettes på samme måte.

Det forutsettes også at den frie handelen med landbruksvarer mellom medlemslanda på lengre sikt skal skape likevekt mellom tilbud og etterspørsel, medrekna eksport og import.

Utforminga av markedsordningene varierer fra produktgruppe til produktgruppe. Dette kan skyldes produsentenes karakter, omfanget av produksjonen, internasjonale forpliktelser under GATT, osv. Hovedprinsippet for vern mot konkurranse utenfra er bruk av variable importavgifter. Den interne markedsregulering bygger i hovedsak på to hovedelement, - intervensjons- eller støtteoppkjøp og eksportstøtte.

Litt forenklet kan en si at markedsordningene for landbruksvarer er utformet for fire hovedgrupper av varer, de to første gruppene med intervensjonspris og støtteoppkjøp, de to siste bare med vern mot utenlands konkurranse, eller med produksjonsstøtte.

Gruppe 1 omfatter korn, mjølkeprodukter, sukker, oksekjøtt, sauekjøtt og ris. Ordningen for disse produktene går ut på fastsetting av en garantert minstepris til produsent. Virkemidlene for å oppnå dette er støtteoppkjøp og vern mot import fra tredje-land ved hjelp av variable importavgifter, tollsatser og importlisenser.

Gruppe 2 omfatter svinekjøtt, grønnsaker, frukt og bordvin. For disse produktene virker intervensjonsmekanismen mindre automatisk enn for gruppe 1, men det er forutsatt vern mot utenlandsk konkurranse i form av toll og visse importreguleringer.

Gruppe 3 omfatter egg, fjørfekjøtt, blomster, frukt, grønnsaker og vin som ikke er med i gruppe 2. Det er såleis her tale dels om arealavhengige produkter, dels om slike som ikke er rubrisert som såkalte basisprodukter. For produktene i gruppe 3 forutsettes det ikke annen støtte enn vern mot utenlands konkurranse ved hjelp av toll eller importavgifter, eller en kombinasjon av disse. Omlag 25% av landbruksproduksjonen i EF kommer i denne gruppa.

Gruppe 4. For noen produkter som bare representerer en liten del av landbruksproduksjonen i EF (bomull, tobakk, raps, solsikke, olivenolje), omfatter markedsordningene en direkte produksjonsstøtte. Direktestøtten er ment som en kompensasjon for et ubetydelig grensevern for disse produktene, med sikte på å sikre forbrukerne akseptable priser og produsentene rimelige inntekter.

I 1986 var 91% av landbruksproduksjonen på en eller annen måte med i markedsordningene i EF. Det er bare for poteter og landbruksalkohol at det ikke er opprettet markedsordninger.

EF's markedsordning er basert på at det er produktprisene som er avgjørende for både inntektsutviklinga og produksjonsutviklinga. Det opereres med en rekke forskjellige pristyper som vi skal se alle har forskjellige funksjoner.

#### 1. Målpris

For en del viktige jordbruksvarer fastsettes det en såkalt målpris. En målpris er ikke en garantert pris, men som navnet sier er det et mål som det siktes imot.



Målpriser fastsettes for korn, mjølk, sukker, olivenolje, raps og solsikke. Det er forutsetningen at produsentene skal oppnå disse prisene for hele salgsproduksjonen i løpet av sesongen, og skal i prinsippet svare til den årlige gjennomsnittspris som produsentene kan oppnå i det EF-markedet som har størst underskott av vedkommende vare.

Alle målpriser skal være fastsatt innen 1. august hvert år og gjelde for ett år framover. De må bestemmes så tidlig for at produsentene skal kunne ta hensyn til de innbyrdes prisforholda når de legger opp sine driftsplaner for kommende år. Systemet med målpriser har på denne måten et innebygd element av produksjonstilpasing i seg.

Det er Ministerrådet som gjør endelig vedtak om målprisene etter forslag fra Kommisjonen, som igjen bygger sine forslag på årlige rapporter om produksjonsutviklingen og markedsforholdene for de ulike landbruksvarene.

For kjøtt tales det ikke om målpriser slik som for korn og mjølk. For oksekjøtt er det i stedet tale om en orienteringspris, for svinekjøtt om en basispris. Også orienterings- og basisprisene skal være fastlagte innen 1. august hvert år, men sikkerheten for å oppnå disse prisene for hele kjøttproduksjonen er noe mindre enn for de produktene målprisen gjelder for. (Jfr. varegruppe 1, 2 og 3.)

## 2. Intervensjonspris

Intervensjons- eller støtteoppkjøpsprisene er egentlig garanterte minstepriser som representerer det prisnivået som utløser støtteoppkjøp fra intervensjonsorganenes side. Hensikten med støtteoppkjøpene er å stabilisere markedet og bidra til at målprisen, eventuelt orienterings- eller basisprisen igjen kan opprettes.

Intervensjonsprisene ligger vanligvis 8-10 pst. under målprisen, eventuelt orienterings-/basisprisen. Hagebruksproduktene (varegruppe 3) er et unntak. Her ligger intervensjonsprisene gjerne 40-70 pst. under den tilsikta markedspris.

For frukt og grønnsaker opereres det også med en såkalt tilbaketrekningspris. Det er en pris litt høyere enn intervensjonsprisen, og som utløser produsentorganisasjonenes sjølpålagte støtteoppkjøp av disse produktene.

Intervensjonssystemet gir såleis ingen garanti for at de tilsikta produktprisene kan oppnås, men intervensjonstiltaka sikrer en "inntektsbunn" for produsentene. På grunn av overproduksjonsproblemene i EF for visse produkter er virkningen av intervensjonsordningene og av intervensjonsprisen som garantert minstepris svekket. For visse produkter er intervensjonsoppkjøp suspendert for deler av året, og tiden mellom leveringstidspunkt og oppgjør til produsent er forlenget.

### 3. Terskelpris (Slusepris)

Den såkalte terskelpris er den prisen som produkter fra tredjeland kan tillates importert til. Med utgangspunkt i terskelprisen bereknes de variable importavgiftene slik at verdensmarkedspris og importavgift til sammen kommer opp på samme nivå som terskelprisen. Terskelprisen er satt så høgt at den effektivt hindrer import fra tredjeland som kan presse produsentprisene på EF-markedet. Samtidig sikrer terskelprisen forsyninger fra tredjeland dersom produsentprisene på EF-markedet øker sterkt på grunn av underdekning innenfor EF. Terskelpris med tillegg av losse- og transportkostnader, skal være lik med EFs målpris.

## B. MARKEDSREGULERINGSTILTAK FOR LANDBRUKSVARER I EF

Markedsorgana innen EF har til disposisjon ei rekke virkemidler som kan brukes til å regulere markedet for landbruksprodukter. Virkemidlene kan være noe forskjellige for de ulike varegruppene, men det er noen virkemidler som er karakteristiske for markedsordninga i EF.

1. Intervensjonsoppkjøp

Dersom tilførslene av viktige jordbruksvarer blir så store at den frie markedsprisen faller under nedre prisgrense, er intervensjonsorgana forpliktet til å gå til intervensjonsoppkjøp av vedkommende produkt. Oppkjøpet som skjer til faste intervensjonspriser, har til hensikt å fjerne pristrykkende varekvanta slik at markedsprisen igjen kan nærme seg målprisen. (Jfr. varegruppe 1 og 2.)

2. Støtte til privat lagring

For å jevne ut tilførslene og redusere prispresset i overskottsperioder, gis det støtte til privat lagring av visse produkter, f.eks. kjøtt og fleisk. Intervensjonsorgana bestemmer når produktene som er lagra skal markedsføres.

3. Eksportsubsidier (Eksportrestitusjoner)

Til støtte av eksport til tredje-land av overskottsproduksjon i EF utbetales eksportsubsidier, de såkalte eksportrestitusjonene. Subsidiene tar sikte på å dekke differansen mellom prisene innen EF og prisene på eksportmarkedet.

4. Importvern

Dette tar i prinsippet sikte på å hindre pristrykkende import fra tredje-land. De viktigste elementene i importvernet er de variable importavgiftene og importlisenser ved sida av den ytre tolltariffen i EF.

5. Produksjonstilpassing

En viss form for produksjonstilpassing produksjonsgreinene imellom er innebygt i systemet med målpris, orienteringspris og basispris. Den totale produksjonskapasiteten i landbruket vil ellers bli mest direkte påvirket gjennom strukturpolitikken i EF, som har som uttalt målsetting å tilpasse produksjonen til avsetningsmulighetene. På grunn av overproduksjonsproblemene, spesielt innenfor mjølkeproduksjon, kjøtt og korn har imidlertid visse mer direktevirkende produksjonstilpassende tiltak blitt innført de siste årene. I 1984 ble innført en kvoteordning i mjølkeproduksjonen og samtidig en medansvarsavgift. I 1986 ble en medansvarsavgift på 3% (trekk i produsentpris) innført i kornproduksjonen (jfr. det som er

sagt i avsnittet om intervensjonspris).

#### 6. "Det agromonetære system"

Dette er opprettet for å motvirke den konkurransevridende effekt på landbruksvaremarkedet av valutasvingningene, og for å stabilisere jordbruksinntektenes kjøpekraft innenfor de enkelte medlemsland. I praksis virker det slik at land med sterk valuta (spesielt DM) mottar eksportstøtte, og kan pålegge importavgift i handelen med andre medlemsland. I land med svak valuta pålegges det følgelig en eksportavgift samtidig som det gis importsubsidier.

### C. REGULERING AV HANDELEN MED TREDJE-LAND

Importen fra land utenfor Fellesskapet er i dag fri i den forstand at den ikke er kvantumsregulert. For å sikre heimemarkedet mot pristrykkende import, blir de aller fleste importvarene pålagt en variabel importavgift. Hensikten med dette er at prisene på importvarene når de omsettes skal ligge på det samme eller over det prisnivå som ønskes opprettholdt innen EF. De variable importavgiftene er derfor lik forskjellen mellom det prisnivå som søkes opprettholdt innen EF og tilbudsprisen fra tredje-land.

EF er ikke bare importør, men også en betydelig eksportør av visse jordbruksprodukter. For at EF skal kunne konkurrere på verdensmarkedet, får eksportørene en støtte, eksportsubsidier, som i prinsippet dekker differansen mellom det interne prisnivået i EF og de prisene som oppnås på verdensmarkedet. Eksportstøtten som omtales som eksportrestitusjoner, dekkes av Landbruksfondet i EF.

Både eksport og import er avhengig av lisenser som utstedes av myndighetene i de ulike medlemsland.

#### D. FINANSIERING AV MARKEDSORDNINGENE

Finansieringa av markedsordningene i EF skjer gjennom Det europeiske utviklings- og garantifond, mer kjent som EF's Landbruksfond. Landbruksfondet dekker såleis alle utgiftene med intervensjonsoppkjøp, lagring og eksport. Videre blir alle utviklingstiltak som kan rasjonalisere produksjonen og omsetningen av jordbruksvarene i medlemslanda finansiert gjennom Landbruksfondet.

Landbruksfondet inngår i EF's felles budsjett, uten noen separat finansiering av fondet fra de enkelte medlemsland. Midlene som tilflyter fondet kommer fra såkalte "egne midler", og de viktigste inntektskildene her er følgende:

1. De variable importavgiftene på landbruksvarer som blir importert til EF-land, pluss eventuelt andre avgifter på landbruksvarer.
2. Inntektene fra den felles ytre tolltariff.
3. Inntekter tilsvarende maksimum 1,4 prosent-poeng av den felles merverdiavgift.

Utgiftene til Landbruksfondet er den dominerende utgifts-posten i EF. Utgiftene til EF-administrasjonen og de øvrige EF-organ er beskjedne i forhold. Landbruksfondet har såleis år om annet lagt beslag på ca. 2/3 av Fellesskapets budsjett.

#### IV. MARKEDSDEKNINGEN FOR LANDBRUKSVARER I EF

EF er sjølforsynt med de viktigste landbruksvarene. For visse produkter som smør, skummetmjølkpulver, korn, vin, olivenolje har det de siste årene vært store overskottsproblemer. For enkelte andre produkter er det imidlertid regelmessig eller periodemessig import. Samtidig som EF er verdens nest største eksportør av landbruksvarer, er Fellesskapet fremdeles verdens største importør av landbruksprodukter og matvarer. Tabell 1 viser sjøforsyningsgraden for en del av de viktigste landbruksproduktene i EF.

Tabell 1: Sjølfor­synings­graden for en del viktige landbruks­varer i EF. (Gjennomsnitt 1982, 1983 og 1984.)<sup>1)</sup>

---

Korn i alt (unntatt ris)	109
Bløt kveite	126
Bygg	114
Mais	79
Vin	102
Fettstoffer og olje i alt (unntatt smør)	53
Oljefrø	35
Kjøtt	101
Frukt	85
Grønnsaker	100
Skummetmjølkpulver	142
Smør	131
Friske meieriprodukter (unntatt fløyte)	101

---

Kilde: Europeisk dokumentasjon, Nr. 1/1987, Luxembourg.

1) Tallene gjelder før Spania og Portugal kom med i EF. Etter at disse landa ble medlemmer i 1985, økte sjølfor­synings­graden noe, spesielt for frukt, grønnsaker og oljer.

## V. PRIS- OG MARKEDSORDNINGENE FOR DE ULIKE PRODUKTGRUPPENE

### A. PRIS- OG MARKEDSORDNINGA FOR KORN

#### 1. Den interne markedsregulering i EF

Markedsordninga omfatter alle de viktigste kornslaga, men også mjøl og grøpp av disse, pluss en del forarbeide produkt­er.

De viktigste elementene i markedsordninga for korn er målprisen og intervensjonsprisen. Målprisen fastsettes for ett år om gangen. Det gjelder målprisen for både bløt og hard kveite, og den felles målpris for rug, bygg og mais.

Målprisen er knytta til en gitt standardkvalitet, og gjelder fritt levert engrosforhandler i Duisburg (dvs. det markedet innen EF som har størst kornunderskott).

Markedsprisen for korn kan svinge omkring den fastsatte målprisen. For å hindre alt for stort prisfall på korn, er det fastsatt en såkalt basis intervensjonspris (i intervensjons-senteret Ormes-Orléans). Markedsprisen i overskottsområdet skal holdes innenfor en margin som ligger litt over intervensjonsprisen: 2% for bygg, 6% for kveite, 10% for mais og 4% for rug.

Dersom markedsprisen kommer ned på eller under intervensjonsprisen, skal intervensjonsorgana gå til støtteoppkjøp av korn til denne prisen.

På grunnlag av basis intervensjonspris i Duisburg bestemmes intervensjonsprisene for korn i de andre medlemslanda i EF. Intervensjonsprisene i de andre kornmarkedene blir lik basis intervensjonspris Duisburg minus fraktkostnadene til vedkommende marked.

Kornet som kjøpes opp legges på egne lagre, og kan ikke markedsføres igjen så lenge dette antas å kunne skade det interne kornmarkedet.

For å bremse produksjonsutviklingen er det innført et system med garantiterskler. Dersom denne terskelen overskrides, faller de garanterte prisene gradvis. Det er også innført et system med 3% medansvarsavgift for korn som også skal være med på å trekke produsenter inn i finansieringen av kostnadene med å eksportere kornoverskottet.

## 2. Kornhandelen med tredje-land

Toll og kvantitative importrestriksjoner er opphevet for korn. For å hindre at kornprisene innen EF undergraves av billig importert korn, nyttes det variable importavgifter. Størrelsen på disse avgiftene er lik differansen mellom den såkalte terskelprisen for korn og importkornets cif-pris i Rotterdam. Både terskelprisen og cif-prisen blir fastlagt av kommisjonen i Brüssel etter bestemte regler (Fig. 1).

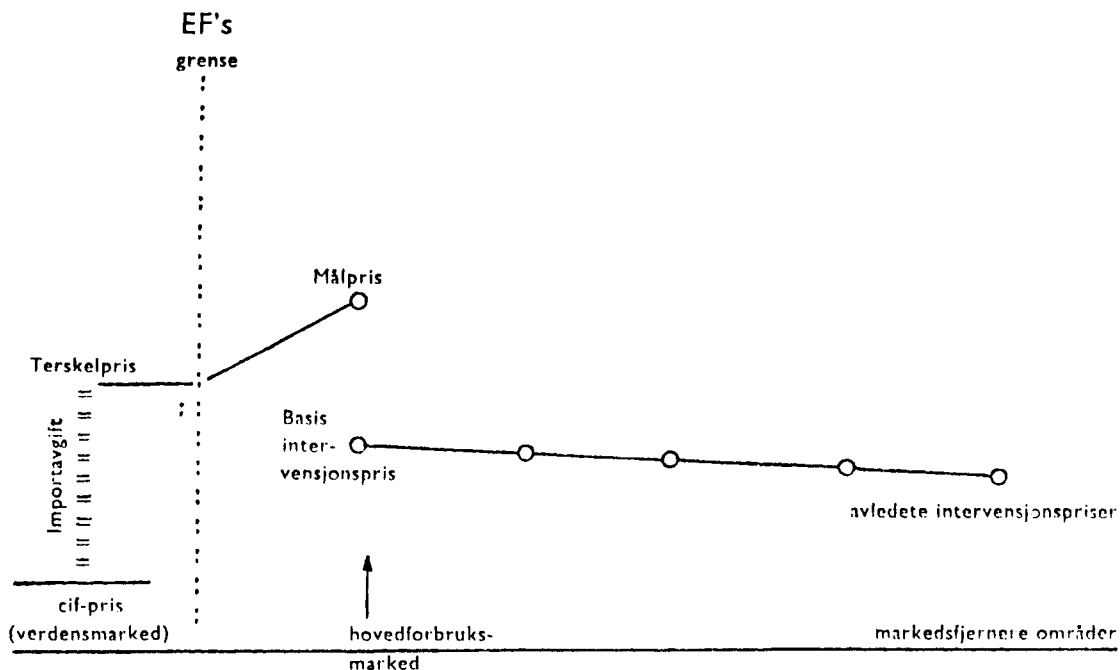


Fig. 1. Skjematisk framstilling av prissystemet for korn i EF.

I tillegg til de variable importavgiftene, er kornmarkedet i EF også beskyttet av en lisensordning. All import eller eksport av korn kan bare skje på grunnlag av spesielle lisenser utstedt av myndighetene i de enkelte medlemsland.

## B. PRIS- OG MARKEDSORDNINGA FOR MJØLK OG MJØLKEPRODUKTER

Markedsordninga omfatter konsummjølk og fløte, kondensert mjølk og fløte, smør, ost, lactose (mjølkesukker) og tørrmjølk.

### 1. Målprisen for mjølk

På samme måten som for korn er målprisen og intervensjonsprisen de viktigste elementene i markedsordninga for mjølk og mjølkeprodukter.



Målprisen for mjølk er den mjølkepris som tilstrebes utbetalt produsentene for all mjølk som leveres meieri i løpet av året. Ministerrådet, etter forslag fra Kommisjonen, fastsetter målprisen, og prisen er den samme for alle medlemsland. Den er ikke garantert, og det er avsetningsmulighetene for mjølk og mjølkeprodukter innenfor EF og på eksterne markeder som avgjør om målprisen kan oppnås. Målprisen for mjølk skal på samme måten som for alle andre målpriser, være fastlagt innen 1. august, og skal gjelde for det følgende meieriår (1/4 - 31/3).

Målprisen for mjølk søkes oppnådd ved hjelp av ulike pris- og markedsregulerende tiltak på det interne markedet, og ved hjelp av ulike beskyttelsestiltak mot konkurrerende import som kan undergrave målprisen.

For å få bukt med overproduksjonen av mjølk er det vedtatt et forbud mot samlet vekst i produksjonen. Dette er forsøkt gjennomført ved hjelp av en kvoteordning. For å gjøre denne ordningen effektiv, har hvert medlemsland fått tildelt en kvote, som deretter fordeles på meierier eller direkte til den enkelte produsent. Produsenter som overskrider kvotene, pålegges en straffeavgift. Med sikte på å finansiere avsetningen av overskottsproduksjon og utvidelse av markedet for meieriprodukter er det innført en medansvarsavgift (for tiden 2% av målprisen) for leverte mengder. Vanskeligstilte områder i EF er imidlertid fritatt for denne avgiften. Til nå har ikke denne ordningen klart å redusere overproduksjonen, men ved slutten av 1986 ble det vedtatt innstramminger i ordningen med det mål å redusere mjølkeproduksjonen med nærmere 10% i løpet av en 2-årsperiode.

## 2. Intervensjonsordninga for mjølk og mjølkeprodukter

Det viktigste markedsregulerende tiltak på det interne marked er intervensjonsordninga med offentlig oppkjøp av smør, skummetmjølkpulver og noen spesifiserte italienske osteslag, når markedsprisen går under nedre prisgrense. For andre mjølkeprodukter forutsettes det at tilbudet må tilpasses etterspørselen, og at mjølkeoverskottet derved kanaliseres over til smør og skummetmjølkpulver.

Intervensjonsbestemmelsene gjelder normalt hele året, men kan under bestemte markedsforhold oppheves midlertidig. Intervensjonsordninga vil, sjøl om den ikke gir noen prisgaranti, representere en "inntektsbunn" for mjølkeprodusentene kan vi si. Intervensjonsorganas virksomhet og finansieringa av støtteoppkjøpa dekkes av Landbruksfondet i EF.

Salget av intervensjonsvarene må ikke forstyrre den prismessige målsettinga på det interne marked. Det er forutsatt at særlige tiltak blir satt i verk for intervensjonsvarer som ikke kan omsettes til akseptable priser.

a. Intervensjonsordninga for smør.

I målsettinga for intervensjonsordninga er det fastslått at intervensjonsbestemmelsene skal gjennomføres slik at (1) smørets konkurranseevne bevares, (2) smørets opprinnelige kvalitet beholdes, og at (3) lagerholdet blir så rasjonelt som mulig.

Intervensjonsorgana skal bare kjøpe smør som er produsert av godkjent produsent og som oppfyller visse kvalitets- og holdbarhetskrav. Det skal videre være produsert innenfor en 14-dagers periode forut for den dagen smøret blir oppkjøpt av intervensjonsorganet. Dispensasjon fra denne regelen kan gis.

Det oppkjøpte smøret skal prøvelagres i 2 måneder. Dersom det i denne perioden inntreffer en unormal kvalitetsendring, skal avtalen om kjøp oppheves for vedkommende vareparter.

Smøret skal leveres til nærmeste intervensjonskjølelager. Intervensjonsprisen gjelder for smør, og leveres kjølelager innen en avstand av høgst 100 km. Hvis det lageret som smøret leveres til befinner seg utenfor denne avstand, blir merfraktkostnadene dekket av intervensjonsorganet.

Intervensjonsorganene kan i det åpne marked bare markedsføre smørpartier på minst 10 tonn, og salgsprisen må ikke underskride en viss minstepris. Salget fra intervensjonsorganene skjer i alminnelighet ved utskrivning av anbud. Visse

salg er imidlertid gjort løpende (uten anbud) for å lette avsetningen av lagersmør (f.eks. salg av smør til foredlingsindustrien).

Når intervensjonsorgana selger smør med sikte på eksport, kan bestemte betingelser fastsettes, bl.a. for å hindre at smøret anvendes til andre formål eller avhendes til andre områder enn forutsatt.

b. Intervensjonsordninger for andre mjølkeprodukter.

Særskilte intervensjonsordninger gjelder også for visse ostesorter, for skummetmjølk og skummetmjølkpulver til fôr, og for kasein.

3. Handelen med tredje-land

Toll og kvantitative importrestriksjoner er opphevet for alle mjølkeprodukter, unntatt for frisk mjølk og fløte. For å regulere handelen med tredje-land nyttes i første rekke variable importavgifter. Disse avgiftene bereknes som differansen mellom terskelpris og gunstigste tilbudspris på vedkommende produkt ved EF's grense. Terskelprisen fastsettes vanligvis så høgt at billig import ikke skal kunne undergrave målprisen for mjølk.

For å forenkle avgiftssystemet, fastsettes det terskelpriser bare for et visst antall representantvarer, som hver for seg representerer en gruppe varer.

All import av meieriprodukter i EF krever forøvrig importlilsens. Denne utstedes av de nasjonale myndigheter.

Eksporten av meieriprodukter fra EF støttes ved subsidier, de såkalte eksportrestitusjoner. Eksportsubsidiene skal muliggjøre eksport ved å utligne forskjellen mellom den interne pris i EF og prisene på eksportmarkedene.

Restitusjons- eller subsidiebeløpet pr. vareenhet er det samme for samtlige medlemsland ved eksport til det samme eksportmarkedet, men det kan variere fra ett marked til et annet. Størrelsen på eksportsubsidiene bestemmes bl.a. på grunnlag av den aktuelle markedssituasjon, og på prognoser for både produksjons- og prisutviklingen for mjølk og mjølkeprodukter.

Det er Kommisjonen som bestemmer, vanligvis for fire uker om gangen, hvor store eksportsubsidiene skal være.

For produkter som blir importert fra tredje-land og som seinere blir eksportert, gis det refusjon for den importavgift som gjaldt på innførselsdagen.

#### C. PRIS- OG MARKEDSORDNINGA FOR STORFEKJØTT

Markedsordninga omfatter levende slaktefe, ferskt, frosset eller salta kjøtt, innmat, pølsevarer og konserver. Det er Den rådgivende komité for storfekjøtt som fører tilsyn med kjøttmarkedet. Komitéen er sammensatt av representanter for de ulike bransjegruppene og for forbrukerne. Komitéen gir uttalelser i pris- og markedsspørsmål etter oppfordring fra Kommisjonen i Brüssel, men den kan også oppfordre Kommisjonen om å be om komitéens syn. Et såkalt Forvaltningsutvalg, sammensatt av funksjonærer fra medlemslanda, bistår Kommisjonen med forvaltninga av markedsordninga.

##### 1. Orienteringspris for oksekjøtt

Før 1. august hvert år skal det fastsettes en såkalt orienteringspris for kalv og en for storfe. En orienteringspris representerer en årlig gjennomsnittspris som alle oksekjøttprodusentene i EF bør oppnå. Disse prisene gjelder fra første mandag i april det påfølgende år. Når orienteringsprisen fastsettes skal det tas hensyn til: (1) Trenden i oksekjøttproduksjonen, (2) forbruksutviklingen, (3) markedsforholda for mjølk og mjølkeprodukter, og (4) tidlige erfaringer.

## 2. Intervensjonsordninga

For å hindre et større prisfall på oksekjøtt, eller mest mulig avgrense prisfallet, kan følgende tiltak settes i verk:

- 1) Intervensjonsoppkjøp av oksekjøtt
- 2) Støtte til privat lagring

Intervensjonsoppkjøp iverksettes når markedsprisen for oksekjøtt i et medlemsland har ligget under 93 pst. av orienteringsprisen i to på hverandre følgende uker, og når samtidig den felles markedspris har ligget under 98 pst. av orienteringsprisen.

Intervensjon skal iverksettes når den felles markedsprisen i to på hverandre følgende uker har ligget under 93 pst. av orienteringsprisen. Intervensjonstiltakene fortsetter inntil markedsprisen igjen er kommet over den nedre prisgrense.

Støtte til privat lagring av kjøtt er et ledd i intervensjonssystemet og kan ytes til alle fysiske og juridiske personer som er etablert innen EEC. Støtten skal gis såfremt kravene til lagring blir oppfylt, men lagringen skjer for egen regning og risiko.

For å kunne motta støtte til privat lagring, må hver mottaker deponere et nærmere bestemt beløp som garanti for at lagringen blir utført på en forskriftsmessig måte. Beløpet blir tilbakebetalt helt eller delvis etter i hvilken grad forpliktelsene er oppfylt.

Kostnadene med intervensjonsoppkjøp eller støtte til privat lagring dekkes av Landbruksfondet.

## 3. Handelen med tredje-land

Kjøttmarkedet i EF er beskyttet ved hjelp av toll, variable importavgifter, eksportstøtte og import- og eksportlisenser.

### a. Toll

Importen av oksekjøtt fra tredje-land pålegges en toll på 16 pst. for levende dyr og 20 pst. for kjøtt. På grunn av de høge tollsatsene representerer derfor tollene kanskje det viktigste vernet mot kjøttimport i EF.

b. De variable importavgiftene

For okse og kalv blir det på grunnlag av prisnoteringene i tredje-land stipulert en importpris for disse kjøttslagene. Importavgifta blir da lik differansen mellom orienteringspris og importpris tillagt toll.

På grunnlag av konserverindustriens behov, tillates det år om annet en avgiftsfri import av frosset oksekjøtt til framstilling av kjøttkonserveres.

c. Eksportstøtte (Eksportrestitusjoner)

I den grad det er nødvendig med eksport av kjøtt- eller kjøttvarer, kan differansen mellom EF-pris og den oppnådde pris på eksportmarkedet dekkes av eksportsubsidier. Subsidiene eller restitusjonene kan være forskjellige for de ulike eksportmarkedene.

d. Lisenser

All import og eksport av kjøtt og kjøttvarer er avhengig av lisenser som utstedes av offentlige myndigheter i medlemslanda.

D. PRIS- OG MARKEDSORDNINGA FOR SVINEKJØTT

Markedsordninga omfatter levende slaktesvin, ferskt, frosset eller salta svinekjøtt, innmat, pølsevarer og konserver. Ellers er ordninga i prinsippet lik den for oksekjøtt. Også for svinekjøtt finnes en rådgivende komité med tilsvarende funksjoner som komitéen for oksekjøtt.

1. Basisprisen for svinekjøtt

I stedet for en orienteringspris som gjelder for oksekjøtt, fastsettes det en såkalt basispris for svinekjøtt. Forskjellen ligger i måten disse prisene fastsettes på. Ved fast-

settelse av basisprisen skal det tas hensyn til både sluseprisen for svinekjøtt og til den variable importavgifta for svinekjøtt pr. 1. august. Den såkalte sluseprisen, som er aktuell ved handel med tredje-land, fastsettes på grunnlag av verdien av en nærmere bestemt fôrblanding som skal til for å produsere 1 kg svinekjøtt i tredje-land.

Basisprisen skal stipuleres slik at en oppnår et mest mulig stabilt svinekjøttmarked.

## 2. Intervensjonsordninga

Intervensjonstiltak kan settes i verk når prisen på hele eller halve svineskrotter ser ut til å bli liggende under basisprisen i lengre tid. Prisene som her legges til grunn, noteres på noen representative markeder i forskjellige medlemsland.

Intervensjonstiltakene kan bestå av støtte til privat lagring eller oppkjøp gjennom intervensjonsorganer. Intervensjonen skal skje til en pris på mellom 78 pst. og 92 pst. av basisprisen.

Støtte til privat lagring av svinekjøtt gis etter samme regler som for oksekjøtt.

## 3. Handelen med tredje-land

Handelen med tredje-land er regulert gjennom importavgifter og eksportrestitusjoner. Det kreves dessuten lisens for eksport og import av svinekjøtt. På grunnlag av en berekna slusepris, som fungerer som en slags minsteimportpris, legges det på en variabel importavgift. I tilfelle det er nødvendig, legges det også på en tilleggsavgift som skal utlikne differansen mellom tilbudsprisen fra tredje-land og sluseprisen.

Den variable importavgifta for svinekjøtt blir fastsatt på grunnlag av henholdsvis fôrkostnadene i eksportlandet og av sluseprisen. Den gjelder for tre måneder om gangen. Både importavgifta og sluseprisen skal justeres når fôrkornprisen på verdensmarkedet endrer seg med mer enn 3 prosent.

I tilfelle markedsoverskott av svinekjøtt, gis det eksportsubsidier med sikte på å fjerne overskottet.

E. PRIS- OG MARKEDSORDNINGA FOR  
EGG OG FJØRFEKJØTT

Markedsordninga onmfatter ferske og konserverte egg, diverse produkter av egg, pluss ferskt og frosset fjørfekjøtt.

Ordninga har visse likhetspunkter med ordningene for okse- og svinekjøtt, men er ikke så gjennomgripende som disse. Den har for det første ingen fastsatt pris tilsvarende orienteringspris eller basispris, for det andre er egg og fjørfekjøtt ikke gjenstand for markedsintervensjon. Det er derfor i prinsippet ingen botn i markedet, dvs. ingen nedre prisgrense, for disse produktene.

På samme måte som for svinekjøtt blir det interne markedet i EF beskyttet ved hjelp av variable importavgifter og slusepriser som fastsettes og justeres etter samme prinsipper som for svinekjøtt. Det stilles imidlertid ikke noe krav om lisens ved eventuell import.

For å beskytte mot import til meget låge priser, beregnes det en avgift i tillegg til importavgiften for produkter som tilbys til priser under terskelprisen.

Det gis også eksportsubsidier ved eksport av egg og fjørfeslakt.



F. PRIS- OG MARKEDSORDNINGA FOR  
FRUKT OG GRØNNSAKER

Markedsordninga omfatter alle viktige frukt og grønnsaks-  
lag, unntatt poteter. Den har som mål å fremme en regional  
produksjonsfordeling og en produksjonstilpassing i grøntsek-  
toren som er avpasset forholda innen EF, også med rimelige  
hensyn til samhandelen med tredje-land.

1. Tiltak på det interne marked

Pris til produsent av frukt og grønnsaker i EF er i første  
rekke avhengig av balansen mellom tilbud og etterspørsel på  
det interne markedet. Det interne markedet vernes mot  
pristrykkende import ved hjelp av variable importavgifter.

Med sikte på å oppnå balanse mellom tilbud og etterspørsel  
er det satt i verk tiltak for å etablere produsentorgani-  
sasjoner av frukt- og grønnsakprodusenter. Formålet med dette  
er bl.a. å få sentralisert utbudet, utjevne produsentprisene  
internt, og søke mot en rimelig tilpassing i produksjonen.

Markedsordninga forutsetter at det i første rekke er disse  
produsentorganisasjonene som skal ha ansvaret for markeds-  
reguleringa av frukt og grønnsaker. Markedsreguleringa skjer  
da ved tilbaketrekning av varer fra omsetningen. Tilbake-  
trekninga skjer når markedsprisen faller under den såkalte  
tilbaketrekningsprisen som normalt ligger litt høyere enn de  
oppkjøpspriser Ministerrådet har fastsatt. Finansieringen av  
denne tilbaketrekninga skjer gjennom et såkalt tilbake-  
trekningsfond som får midlene sine gjennom trekk i oppgjør til  
medlemsprodusentene. Fondet får også tildelt en del statlige  
midler i form av lån.

Regulære støtteoppkjøp kan komme på tale i krisesitua-  
sjoner. Dette gjelder bare for visse spesifiserte produkter  
(f.eks. epler, pærer, druer, appelsiner, blomkål, tomater).  
Etter forslag fra Kommisjonen fastsetter Ministerrådet hvert  
år en basispris og en intervensjonspris for disse produktene.  
Basisprisen er en gjennomsnittspris basert på en del spesifi-

serte overskottsmarkeder med låge priser. Intervensjonsprisen ligger på 40-70 pst. av basisprisen for disse produktene (40-50 pst. for blomkål og tomater, 50-55 pst. for epler og pærer, og 60-70 pst. for appelsiner og druer). Intervensjonsoppkjøp finansieres av Landbruksfondet i EF.

Offentlig støtteoppkjøp praktiseres bare i Italia. De øvrige medlemsland regulerer markedet utelukkende gjennom produsentorganisasjonenes tilbaketrekningskjøp.

Tidligere ble de støtteoppkjøpte produkter i stor utstrekning ødelagt, men da dette vakte stor motstand ble det utformet regler for forskjellige anvendelsesmuligheter. Produktene kan nå fritt distribueres til veldedige institusjoner, selges som husdyrfôr i fersk eller bearbeidet tilstand, eller selges til foredlingsindustrien i den grad dette ikke medfører forvridning av konkurranseforholdene. Eventuelle inntekter ved slik anvendelse går til fradrag i refusjonen fra Landbruksfondet.

## 2. Handelen med tredje-land

Den felles ytre tolltariff er hovedelementet i importbeskyttelsen overfor tredje-land, men kvantitative importrestriksjoner kan nyttes i visse tilfelle. For å oppnå ytterligere beskyttelse mot import fra tredje-land til ekstremt låge priser, nyttes variable importavgifter. Dersom importprisen synker under et fastsatt lavmål, referanseprisen, blir importen pålagt en avgift som er lik differansen mellom referansepris og inngangsprisen. Denne siste er en bereknet pris som varierer for ulike opphavsland.

Importlisens kreves for import av gitte produkter, bl.a. for import av epler.

Eksportsubsidier (eksportrestitusjoner) nyttes også i grøntsektoren. Siktemålet er det samme her som for de andre produktgruppene, nemlig å sikre eksportørene samme pris for eksportvarene som den som oppnås på det innenlandske markedet. Dermed kan det lette et indre prispress.

Restitusjonsordningen gjelder for følgende produkter: Blomkål tomater, appelsiner, sitroner, druer, epler, pærer, fersken, mandler og nøtter.

### 3. Forvaltningsutvalg og rådgivende komité

Forvaltningsutvalget som består av funksjonærer fra medlemslanda, skal bistå Kommisjonen i administrasjonen av markedsordninga for frukt og grønnsaker. Utvalget avgir uttalelser, men har sjøl ingen avgjørelsesmyndighet.

En rådgivende komité for frukt og grønnsaker, sammensatt av bransjerepresentanter, forelegges alle praktiske spørsmål i forbindelse med markedsordninga. Komitéen tar opp saker etter henstilling fra Kommisjonen, men kan sjøl fremme forslag overfor Kommisjonen om den finner det påkrevet.

### LITTERATUR

EUROPEISK DOKUMENTASJON, 1987. Den fælles landbrugspolitik og reformen deraf. Fjerde utg. Kontoret for De Europeiske Fællesskabers offisielle Publikasjoner, Luxemburg. ISBN 92-825-6818-0

UTENRIKSDEPARTEMENTET, 1970. Rapport fra arbeidsgruppen for kjøtt, egg og fjørfekjøtt om EEC's markedsordninger og prisbestemmelser. Stensilert.

UTENRIKSDEPARTEMENTET, 1970. Rapport fra arbeidsgruppen for gartneri- og hagebruksprodukter. Stensilert.

UTENRIKSDEPARTEMENTET, 1971. Rapport om De Europeiske Fellesskap. Markedsutvalgets rapport IV. Avgitt 21. april 1971.

## AGRICULTURAL MARKETING BOARDS

### I. INTRODUCTION

The first attempt with marketing schemes backed by statutory powers of compulsion were made in Canada in 1927 and at about the same time also in Australia. The background was the struggle of some agricultural cooperatives to increase their bargaining power by storing surplus production of fruit. They found, however, that non-members profited most from their effort because they could gain from the improved market conditions without bearing any of the storage costs. They came to the conclusion that they needed some form of government authority which would permit them to control the marketing of the whole group.

During the depression years of the early 1930's, compulsory marketing schemes were applied to many agricultural products in countries like United Kingdom, Canada, USA, Australia, New Zealand, and South Africa. Even if these measures were mostly intended to help farmers through a difficult period, a common view when the depression lifted was that continuing government intervention in agricultural marketing was necessary.

In the developing countries marketing boards were introduced during World War II when normal marketing channels were disrupted. The West African Cocoa Board and The West African Control Board (1942) in the British West African territories were among the very first to be organized. The advantages of these wartime boards were so obvious that the West African governments resisted to return to the prewar unstable marketing conditions. New marketing boards for different products were instead established in countries like Nigeria, Ghana, Sierra Leone, and Gambia.

#### A. WHAT IS A MARKETING BOARD?

A Marketing Board is a public body set up by government action and delegated legal powers of compulsion over producers and handlers of primary or processed agricultural products.

A main distinction from a direct government service is assignment of responsibility and authority to a body with considerable autonomy of management and procedure.

#### B. THE OBJECTIVES

The basic purpose of a marketing board is almost always to improve the economic position of the agricultural producers concerned. Of more specific objectives, the following five should be mentioned:

- 1) Obtaining funds for sales promotion, research and extension
- 2) Increase the bargaining power of agricultural producers on domestic or export markets
- 3) Improving marketing organization and methods by regulating quality, packing standards, market procedure, sales practice, etc.
- 4) Equalizing returns from sales to different price markets or outlets
- 5) Protecting producers and consumers against the impact of sharply internal and external price fluctuation

#### II. DIFFERENT TYPES OF MARKETING BOARDS

The marketing boards can be divided into the following six types:

- 1) Advisory and promotional boards
- 2) Regulatory boards
- 3) Boards stabilizing prices without trading
- 4) Boards stabilizing prices on domestic markets by grading alongside other enterprises
- 5) Export monopoly trading and price stabilizing boards
- 6) Domestic monopoly and price stabilizing boards

#### A. ADVISORY AND PROMOTIONAL BOARDS

This is the simplest type of board set up for advisory and promotional purposes. Its main duties are to carry out market research on behalf of specific commodities, including pilot programs to develop new uses and outlets.

This type of board does not own marketing installations and equipment, and does not engage itself in trade directly. The existing pattern of marketing enterprises and marketing channels remains mainly unchanged. The only element of compulsion is usually a compulsory levy on sales to finance the board's operation. Some boards have to submit their budget to a responsible government service, which raises the necessary funds by taxing producers and/or traders. A marketing board of this type will often hire the services of private firms to carry out research, promotion or similar activities on its behalf. In developing countries particularly, it may be required that expenditure and investment of fund by such a board receive governmental approval.

Examples of advisory and promotional boards are The Indian Coffee Board, The Rhodesian Tobacco Export Promotion Council, The Ceylon Tea Propaganda Board and The Malayan Rubber Fund.

#### B. REGULATORY BOARDS

The establishment of a profitable export trade depends very much on ability to offer a regular supply of standard quality produce. The formulation, issuance and enforcement of quality and other marketing regulations can be undertaken directly by a government service, which is the practice in many countries. Alternatively, it can be assigned to a statutory control agency established for the purpose.

The main functions of a regulatory board are:

- 1) To advise the government on quality, grade and packing standards, labeling procedures, etc., and secure their application by means of export licensing and inspection procedure.

- 2) To provide and operate control laboratories and necessary assembling, packing and processing facilities.
- 3) To provide and operate markets, exchanges, auction sales systems, etc., to facilitate the general use of improved sales methods.
- 4) To negotiate conditions of transport, handling and storage of certain products with trade associations and individual companies.

A regulatory board frequently undertakes also the market information, research, sales promotion and other functions. In developing countries regulatory boards have generally had to limit their intervention to export crops.

The capital as well as the staff requirements of regulatory boards depends upon the method of intervention, the nature and quantities of the products handled. Sources of income to cover running costs will be:

- (a) Charges for licenses,
- (b) A levy on all of the controlled products which pass through specified markets or export points,
- (c) Processing and handling fees,
- (d) Proceeds from renting marketing installations to cooperatives, trade associations or individuals,
- (e) Proceeds from investment of funds in hand.

Examples of Regulatory Boards are The Sisal and Tea Board in Kenya, The Democratic Republic of Congo Control Boards, The Iraq Grain Board, and The Australian Fruits and Wine Boards.

#### C. BOARDS STABILIZING PRICES WITHOUT TRADING

The essential function of this type of board is to achieve greater stability within a given industry by financial methods. Several methods have been applied for accomplishing the purpose:

- 1) Accumulation of reserve funds during prosperous trade years and drawn from them to make up internal prices when markets were less favorable.
- 2) Determination of total volume of sales in some or all markets,
- 3) Regulating the rate of flow to the market, or
- 4) Negotiation of contracts on behalf of producers.

This type of board is well adapted to export crops handled by small number of firms which are operating fairly efficiently and are willing to collaborate. It may also be used to stabilize the flow of fruit, vegetables, milk, etc. to domestic markets where producers, traders and outlets can all be identified and movements controlled by issuance of specific instructions in such a way as to raise returns to the producers inside the scheme. This type of board has also been applied to protect the interest of farmers who are growing perishable produce for sale to large-scale processing enterprises, especially in Canada.

A common limitation on the authority of such a board is that its main decision in the field of price policies, sales quantities and production restrictions, levies, accumulation of funds and use of funds for purposes other than price stabilization, are subject to official approval by a responsible minister.

Examples of this type of marketing scheme are the federal marketing orders for californian fruits, vegetables and tree nuts, the United States milk marketing orders, the Dairy Products Marketing Boards in Canada and Australia, and the Argentine Meat Board.

#### D. BOARDS STABILIZING PRICES ON DOMESTIC MARKETS BY TRADING ALONGSIDE OTHER ENTERPRISES

The primary function of this type of agency is to maintain buffer stocks of basic food (grains, beans, etc.), and to stabilize internal prices to producers and consumers. This is



done by buying on the open market when and where prices are very low, store the product, and sell again when prices are very high. This is of great importance especially under circumstances with wide seasonal ranges between prices obtained by producers at harvest time and prices paid by domestic consumers later in the year, or where sharp annual fluctuations in domestic supplies of basic foodstuffs exist, due to climatic influences on production.

These boards own marketing installations and equipment, and trade extensively on their own account. They may or may not have powers to compel producers and traders to follow certain procedures, including observing fixed prices.

Buffer stock programs for perishable products such as vegetables, fruit, meat and dairy produce are relatively rare, especially in developing countries.

A buying and selling operation of this type can theoretically be made financially self-supporting. Its operating costs, including maintenance of buffer stocks, can be met from the margin between its purchasing and selling prices.

Marketing boards of this type are the South African Potatoe Boards, The Moroccan Grain Board, and The National Production Councils of Costa Rica, El Salvador and Honduras.

#### E. EXPORT MONOPOLY TRADING AND PRICE STABILIZING BOARDS

The monopoly export boards represent another method of stabilizing the prices received by the growers of products which are sold on fluctuating international markets. The board is made sole buyer and seller of specified products primarily produced for export, including sales to domestic enterprises for processing into products for export. However, most of the purchasing, physical handling and selling is done by existing trading enterprises on the behalf of the board.

Its price stabilization policy is normally based on fixed producer prices backed by reserve funds. An export monopoly of this type offers is sure outlet to all suppliers of the product in question. It usually sets its own grading

and packing standards and practices a substantial price differential between grades at the producer buying level, in order to stimulate production of the quality demanded.

Production research and extension programs as well as market research and sales promotion programs are also often undertaken.

This type of board is most suited to tackle the marketing problems for export crops in countries where most of the producers of an export crop are small and have little knowledge of the markets where their produce is sold and of the factors determining its price, and where the existing export marketing structure is calling for a radical reorganization. It might also facilitate the arrangement of government-to-government sales, as well as facilitate participation in international export control schemes (Kfr. the International Coffee Agreement).

Under this type of board can be listed the Ghana Cocoa Marketing Board, the exports boards of Nigeria, the Senegal Agricultural Marketing Board, the Jamaica Banana Board and the Australian Wheat Board.

#### F. DOMESTIC MONOPOLY TRADING AND PRICE STABILIZING BOARDS

This type of marketing board is given monopoly power in trading and processing a commodity in specified areas or market channels within a country.

Conditions in which this scheme is useful are: First, where a substantial portion of total output must be exported at prices lower than those prevailing on domestic market, and where producer price should be based on the average return from domestic sale and export. (It is often used for milk to keep separate sales for fluid consumption and for manufacturing, and so maintains a higher average return to the producers.) Secondly, it is useful under situations where expensive marketing and processing installations have to be established, and the volume of business to be handled is only enough to support one enterprise on an economic scale. (Livestock slaughtering and processing facilities.)

Methods of cooperation vary widely. There might be one-channel marketing schemes, monopoly for specific areas, or monopoly for specific channels. In India for instance all coffee growers must sell their entire crop to a central pool controlled by the Coffee Board. All producers are registered and must deliver either to local buying depots or directly to the pool's curing establishment. Under the Kenya Maize Board System, traders cannot transport the controlled product out of a growing area without having a permit issued by a market inspector.

A common way to assemble the output of small-scale growers under this scheme and widely used in African and Asian countries is to license existing commercial channels or agents which do the physical handling of the products.

Examples of this type of board are the Rhodesian Dairy Board and the Rhodesian grain board, the Deciduous Fruit Board of South Africa, the Maize Marketing Board of Kenya and the Moroccan Grain Board.

### III. GENERAL REMARKS

As to the composition of the boards there is a clear tendency toward owner centralizations in boards under government direction. On the other hand, boards set up under pressure from producers may be unduly subject to sectional considerations. Close cooperation is always necessary in countries where several multi-commodity boards exist on a regional basis covering common crops.

In developing countries governments are looking for ways of accelerating the pace of growth. They will obviously consider marketing board structures in terms of their potential contribution to this goal. This will probably be the case where the agricultural export industries represent a main source of national income and foreign currency earnings. Under such circumstances, it might be required that part of accumulated stabilization funds be devoted to financing general development and social aid schemes, as well as to meet current budget deficits. The result is therefore often that the funds

are not always available for the purpose for which they were accumulated. As an example should be mentioned the rapid industrialization of Japan, which to a great extent was financed by taxes on agriculture. In the long run, however, it raised agricultural incomes in Japan by providing an expanding market and drawing of surplus labor.

In underdeveloped societies there will always be a risk of misuse of marketing board powers. The directors of some of the government-sponsored boards have been subject to political pressure leading to misuse of funds. Another result of political influence may be the appointment of board and staff members on the basis of political affiliations. Personal integrity and attitudes of individual board directors and staff may also fall below desirable standards. However, evidence of such human weaknesses is forthcoming to varying degree from most countries and institutions.

Types of safeguards against malpractices are:

- 1) the exclusion from a board directorate of members directly involved in political campaigns,
- 2) the introduction of strict accounting procedure,
- 3) adequate auditing and reviews of accounts,
- 4) placing international personnel at strategic points in the administrative structure of a board, etc.

As to the staffing of a marketing board in a developing country two main problems exist: First, to find personnel with the necessary qualifications to carry on operations successfully. Second, to avoid overloading with staff who are unnecessary, incompetent or both. Where qualified personnel hardly exist in a country, it is almost essential to bring for the first years at least a nucleus of trained personnel from outside. If the prospect of obtaining adequate staff seems too poor, parts of the work of the board should be delegated to other bodies, for instance a government department, when training of personnel are going on.

A marketing board, adequately organized and staffed with qualified personnel, has proved to be a very useful instrument in achieving orderly marketing conditions and improvement of economic conditions for the farmers in developed as well as in developing countries.

LITTERATUR

- ABBOTT, J.C. and CREUPELANDT, H.C., 1966. Agricultural Marketing Boards, Their Establishment and Operation. FAO Marketing Guide No. 5, FAO and Agriculture Organization of the United Nations. Rome
- DIGBY, M., 1951. Agricultural Co-operation in the Commonwealth. Basil Blackwell, Oxford
- MORLEY, I., 1975. Brittish Agricultural Cooperatives. Hutchinson Benham, London
- SARGENT, M., 1982. Agricultural Co-operation. Gower Publishing Co., Hampshire

NKN

12.4.68

## MARKETING AGREEMENTS AND MARKETING ORDERS

### A. INTRODUCTION

Marketing agreement programs were authorized in the United States by the Agricultural Adjustment Act of 1933. This act, however, placed principal emphasis on acreage control, which was to be brought about through contracts with each farmer on a voluntary basis. Payments would be made to him in return for his agreement to reduce acreage, and a basic acreage for each crop was to be determined for each grower.

As a mean of financing such agreements, the act provided that a processing tax would be levied on any basic commodity (wheat, cotton, corn, tobacco, rice, hogs and milk).

For non-basic commodities (like fruits and vegetables) and for basic commodities which did not fit into the acreage adjustment scheme (like milk), marketing agreements were regarded as an alternative.

The Secretary of Agriculture was authorized to enter into marketing agreements with processors, producers, associations of producers (cooperatives) and others.

The act gave him also authority to license such processors and associations as a means of enforcing compliance with the agreements, i.e., to prevent unfair and inefficient trade practices. Such agreements were not to be considered violations of the anti-trust laws of the United States.

The effort to bring opposing minorities into line by means of licenses were not successful, partly because of doubts about the enforceability of the licensing provision. The Supreme Court case of 1935, which invalidated the licencing practice, virtually broke down the first marketing agreement program.

After this court case, the section of the Agricultural Adjustment Act of 1933 pertaining the marketing agreements were rewritten and expanded in an amendment of August 24, 1935. The authorization was now limited to a small list of commodities, and the Secretary of Agriculture was given authority to use Marketing Orders instead of the licensing power granted in the original act.

In 1937 a new act was passed, The Agricultural Marketing Agreement Act of June 3. This act, however, is largely a restatement of the provisions relating to Marketing Agreements and Marketing Orders of the amendment of 1935 to the AAA of 1933.

#### B. THE OBJECTIVES OF THE MARKETING SCHEME

1. To establish and maintain orderly marketing conditions for agricultural products in interstate commerce as will establish parity prices to farmers.
2. To protect the interest of the consumer (a) by approaching the parity price level by gradual correction of the current price level; (b) by no acceptance of prices above parity.
3. Establish and maintain minimum standards of quality, establish grading and inspection requirements for agricultural commodities.
4. Establish and maintain an orderly flow of supply throughout the normal marketing season to avoid unreasonable fluctuations in supplies and prices.

#### C. THE FUNCTIONS OF MARKETING AGREEMENTS AND MARKETING ORDERS

Marketing Agreements are voluntary contracts which may be entered into by the Secretary of Agriculture and processors, producers, associations of producers (cooperatives) and others. It is an agreement to control marketing in interstate commerce, by establishing minimum prices, quality controls, standardization rules, etc. Marketing agreements, however, bind only those who sign them.

A Marketing Order is issued by the Secretary of Agriculture, and makes the terms of marketing agreement effective upon all handlers and producers in the industry, regardless of whether or not they signed the agreement.

The Marketing Agreement Act gives wide latitude as to the commodities that may be regulated, and the types of regulation that may be used in marketing agreements. The act specifies the commodities eligible for a marketing order, and the types of regulation permissible in an order.

A marketing agreement alone is seldom effective, and is rarely used without an accompanying order. The reason is that if too many handlers refuse to sign the agreements, the intended effect on market conditions might be nullified. In the case of fluid milk, however, most programs provide only for marketing orders. In the case of fruit and vegetables, both marketing agreements and marketing orders are used.

#### D. THE PROCESS OF INSTITUTING THE SCHEME

Several steps usually are involved in instituting a marketing agreement and a marketing order. Public hearings have to be held, and the producers must be in favor of the program.

A marketing order may be issued for a commodity only if (a) at least two-thirds of the producers, or those who produce two-thirds of the volume have approved the order, and (b) handlers of at least one-half of the volume must have signed the marketing agreement.

If the issuance of an order has the necessary producer approval, but the required proportion of handlers fail to sign the marketing agreement, the Secretary of Agriculture still may issue an order if he finds that this is the only practical way to accomplish the objectives of the Act.

A marketing order can be terminated at any time by the Secretary of Agriculture if he thinks that the order no longer tends to achieve the purposes of the Marketing Agreement Act.

He is required to terminate the order whenever one-half or more of the producers, or those who produce at least one-half of the commodity regulated, request that the order to be terminated.



#### E. MILK MARKETING ORDERS

Each milk marketing order provides for an agency with following tasks:

- 1) To administer the terms of the order;
- 2) Define the marketing area to which the order applies;
- 3) Establish minimum producer prices according to the use made of milk by handlers, and
- 4) Provide for a method of distributing among producers the total receipts from milk sale to handlers.

The degree of control over price, do to the marketing order, is made possible by shifting the proportion of current receipt going into fluid milk and into other uses, i.e. a classified price practice. Total market supplies of milk products cannot be so controlled, because there is no control over the total supply over these product.

#### F. MARKETING AGREEMENTS AND ORDERS FOR COMMODITIES OTHER THAN MILK

This type of agreements and order provides for a committee of growers and handlers appointed by the Secretary of Agriculture, with the following tasks:

- 1) Regulation of the quantity and quality of the products to be shipped
- 2) Rate of shipments from the producing area to individual markets

Unlike the milk order, they do not fix the price of the commodity. The main reason for this is the rapid changes in demand and supply conditions, which cannot be sufficient controlled for that purpose.

The effect of the agreement and order in this case, is through the effect on the quality and quantity of the product shipped from the area which is covered by the orders.

The Marketing Agreement Act of 1937 gives wide latitude as to the commodities that may be regulated and the types of regulation that may be used. Marketing agreement and order programs have been used primarily for fluid milk and for fruits and vegetables.

In 1965 approximately 12 percent of farm income came from products marketed through federal orders.

NKN

Apr. -68