



AALBORG UNIVERSITY
DENMARK

Aalborg Universitet

Økonomi, teori og økologi

Ingemann, Jan Holm

Published in:
ICROFS Nyt

Publication date:
2010

Document Version
Accepteret manuscript, peer-review version

[Link to publication from Aalborg University](#)

Citation for published version (APA):
Ingemann, J. H. (2010). Økonomi, teori og økologi. *ICROFS Nyt*, 2010(3), 9-11.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



Økonomi, teori og økologi

Af Jan Holm Ingemann, lektor, Ph.D,
 Institut for Økonomi, Politik og Forvaltning,
 Aalborg Universitet

Den danske økologipolitik i international sammenligning må siges at være succesfuld. Dette er en udfordring for den gængse, landbrugsøkonomiske teori. I en del af FØJO III projektet COP arbejdes der med at reformulere teoretiske sammenhænge for at forklare succesen.

Inden for økonomisk teori taler man om "ortodokse" og "heterodokse" teorier. Ortodoks teori baserer sig på en række grundlæggende antagelser, herunder om markedet som en afgørende, effektiv og retfærdig mekanisme til at skabe det korrekte udbud og den korrekte efterspørgsel. Ud fra disse antagelser beskæftiger ortodokse økonomer sig med analyser, hvor samfundet i øvrigt (politik og civilsamfund) i det store og hele holdes udenfor og betragtes som irrelevante for den økonomiske analyse. Den *ortodokse økonomi* er for tiden dominerende, og den bliver derfor også benævnt som hovedstrømmen (en direkte oversættelse fra det engelske

udtryk "mainstream").

Der findes dog også, hvad nogle kalder et modstykke og andre et supplement, nemlig *heterodoks økonomi*. Benævnelsen dækker over en bred vifte af teoridannelser, men det kan betragtes som et fælles karakteristikum, at disse teorier ikke har ubegrænset tiltro til, at markedet overladt til sig selv automatisk sikrer effektivitet, hensigtsmæssighed og retfærdighed.

Som konsekvens inddrager de heterodokse teoretikere gennemgående en større del af samfundet i deres analyser – det vil sige, at de ser på samspil mellem især økonomi, politik og civilsamfund.

Hvis vi indsnævrer

perspektivet til landbrugsøkonomisk teori, så har den ortodokse teori også i en længere periode været dominerende. Det har bl.a. medført, at det teoretiske fokus hovedsageligt har kredset omkring spørgsmål om, hvordan man kan effektivisere den enkelte bedrift og ad den vej effektivisere primærsektoren.

Teori og landbrugspolitik

Den gængse, landbrugsøkonomiske teori har dog også inddraget landbrugspolitiske spørgsmål, og i den sammenhæng har to perspektiver været dominerende. Det første drejer sig om sult og vedkommer hovedsageligt u-lande, hvor teoretikerne har stillet sig det spørgsmål: Hvordan

kan vi forøge udbuddet af fødevarer? Det andet perspektiv drejer sig primært om mæthed og vedkommer hovedsageligt de rige lande, og i denne sammenhæng har teoretikerne stillet sig spørgsmålet: Hvordan kan vi fortsat effektivisere de enkelte bedrifter og samtidigt undgå overproduktion?

Set i forhold til de seneste 5-6 årtiers historiske udvikling har disse spørgsmål været oplagte og på mange måder hensigtsmæssige at stille. U-landene har fortsat været præget af sult, og de udviklede lande af tendens til (statssubventioneret) overproduktion – tænk bare på begreber som "smørbjerg" og "vinsøer".

Uanset om perspektivet





har været sult eller mæthed, så har det gennemgående træk dog været, at teorien hovedsageligt har begrænset sit fokus til optimering af udbudssiden.

Når vi arbejder med landbrugspolitik med henblik på at fremme økologisk jordbrug, så er det imidlertid en anden problemstilling, der er tale om; den handler ikke umiddelbart om sult eller mæthed. Den har heller ikke alene et mål om at optimere udbuddet ud fra given teknologi, men om at skabe marked for produktion og forbrug baseret på en særlig teknologi, der respekterer økologiske principper. Hermed handler opgaven om at realisere en flerhed af delmål: At få flere til at lægge om, at tilvejebringe ny teknologi, rådgivning samt forarbejdnings- og afsætningskanaler, at skabe tillid til hele den økologiske sektor på mellemlangt og langt sigt hos såvel producenter som forbrugere m.m. Og frem for alt handler det om at etablere og udvikle markeder for økologiske fødevarer – vel at mærke markeder med en hensigtsmæssig efterspørgsel.

Udvikling af markeder for økologiske varer

I COP-projektet gennemføres analyser af sammenhængen mellem udvikling af markeder for økologiske fødevarer og den økologiske landbrugspolitik i en række lande. De hidtidige resultater understreger, at den danske økologipolitik må karakteriseres som forholdsvis succesfuld, fordi den netop har etableret og udviklet markeder. Hermed har den indeholdt initiativer på såvel udbuds- som efterspørgselssiden og medført et hensigtsmæssigt samspil mellem staten og den private sektor.

Når vi, i projektet, teoretisk skal begrunde og forklare denne succes, så har den ortodokse teori ikke særlig meget at byde på. Vi inddrager derfor heterodokse teorier – primært institutionel økonomi – med henblik på at udvikle den teoretiske begrundelse og forklaring. Hermed bliver det muligt at opnå en større bevidsthed om, hvordan den økologiske landbrugspolitik kan gøres endnu bedre.

Marked – hvad/hvor?

”Markedet” er ikke en entydig størrelse. Der er mange,

forskelligartede fænomener som kan karakteriseres som markeder. Når jeg går i Brugsen er det udtryk for et marked. Når jeg går på internettet, er det udtryk for et andet marked. Når jeg køber dagligvarer, sker det på markeder med særlige karakteristika, og når jeg handler fast ejendom sker det på markeder med andre karakteristika.

Markedet er heller ikke territorielt afgrænset. Hvor ligger f.eks. markedet for korn eller markedet for parceller? Det er sjældent, at producenter og forbrugere i fysisk forstand møder hinanden, men alligevel bliver der skabt forbindelser, der resulterer i køb og salg samt udvikling af produkter, teknikker og måder at handle på. Det er disse forbindelser, der udtrykker markeder, men deres form antager vidt forskellig karakter afhængig af tid og sted, kultur og tradition. Markeder er med andre ord kontekstuelle, relationelle fænomener.

Markeder må skabes og udvikles

Dette syn på markeder indebærer således en erkendelse af, at markeder ikke er givne, ikke kommer af sig

selv, og at markeder forandrer form. De skal skabes, vedligeholdes og udvikles som en relation mellem mennesker, og markedernes form må skabes og udvikles under hensyntagen til de sædvaner, normer, rutiner og udviklingstendenser, som nu gælder for det givne land og den givne tid.

I en kommende *ICROFS nyt*-artikel bliver der fulgt op med en nærmere redegørelse for hvordan institutionel økonomi kan bidrage til teoretisk at forklare den danske økologipolitiks succes.

Læs mere

Læs mere om COP - projektet på: www.icrofs.dk/Sider/Forskning/foejoIII_cop.html

FØJO III-projektet er støttet af Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri.

