

CENTRALISERET EKSPORT

- GRUNDLAGET FOR MARKEDSFØRINGEN AF DE GRØNLANDSKE PRODUKTER

Af kontorchef, cand. merc. *Poul D. Mønsted*

DEN KONGELIGE GRØNLANDSKE HANDEL

Det er bemærkelsesværdigt, at den grundlæggende tanke bag den forrige Grønlandskommissions forslag om en centralisering af den grønlandske eksport først og fremmest var dikteret af ønsket om at tilvejebringe et middel til at føre en konjunkturudlignende prispolitik ved indhandlingen af de grønlandske produkter. Kun sekundært pegede kommissionen på de mere praktisk betonedede fordele, som en sådan centralisering kunne indebære, dels i henseende til tilrettelæggelsen af en økonomisk transport af varerne til afsætningsmarkederne, dels med henvisning til salgsorganisationens bedre muligheder for at levere større kvantiteter af ensartet kvalitet.

Uden i øvrigt i nærværende fremstilling at tage standpunkt til den konjunkturudlignende idé's egnethed under de seneste års manglende balance mellem produktionens omkostningsniveau og de opnåelige salgsindtægter er der imidlertid grund til at fremhæve, hvorledes de økonomiske og kommercielle aspekter i årenes løb er trådt stærkere og stærkere i forgrunden, idet eksportens centralisering gradvis har udviklet sig til at være den afgørende forudsætning for selve markedsføringen af de grønlandske produkter.

Når der lejlighedsvis er givet udtryk for det ønskelige i, at den grønlandske produktion og eksport i højere grad blev ledet over på private hænder, fordi en sådan udvikling ville bidrage til en „normalisering“ af det grønlandske erhvervsliv, er det derfor rimeligt at gøre opmærksom på de afsætningsøkonomiske problemer, en sådan tendens ville indebære. Forestiller man sig, at en kommende erhvervslov for Grønland ville bryde med det princip, der er udtrykt i § 11 i den nugældende lov om udøvelse af erhverv i Grønland (lov nr. 277 af 27.5.1950), og hvorefter de grønlandske fiskere, fangere og fåreholdere har pligt til at afsætte den del af deres produktion, der er bestemt til salg uden for Grønland, til en central salgsorganisation, måtte den fulde konsekvens heraf blive en decentralisering af den økonomiske aktivitet.

Da Den kongelige grønlandske Handel selvsagt må formodes ikke at ville etablere nye produktionsanlæg på pladser, hvor det ville medføre konkurrence med private virksomheder, ville resultatet gradvis blive en række mindre foretagender, som hver især søgte at afsætte deres produkter bedst muligt og i indbyrdes konkurrence, hvorved man med stor sandsynlighed ville komme ud i en situation, som var uforenelig med fornuftige forretningsmæssige kriterier og helt i strid med hensynet til den grønlandske helhed.

På et tidspunkt, da man overalt i den vestlige verden er vidne til, hvorledes et avanceret erhvervsliv lader samtlige sine handlingsparametre udfolde sig med henblik på at tilvejebringe en afsætningsstruktur, som er kendetegnet ved „monopolistisk konkurrence“, måtte det være udtryk for en anakronistisk tankegang, om man lod udbudet af grønlandske produkter være underkastet vilkår, der nærmer sig situationen under fri konkurrence.

Udviklingen i de vesteuropæiske lande har på en lang række erhvervsområder medført, at man er gået bort fra virksomhedernes individuelle optræden på det produktions- og salgsmæssige område. De skærpede krav, som konkurrencen stiller til kvalitet, konkurrencedygtighed og stabilitet i markedstilførslen, har i betydeligt omfang medført vidtgående reguleringsordninger på statslig eller privat basis. Den danske landbrugseksport varetages således i det væsentlige af halv- eller helofficielle eksportudvalg, ligesom den færøske, den norske og den islandske fiskeeksport i det væsentlige foregår gennem fællesorganisationer. Tendensen til at oprette centralkøb har som sit naturlige modstykke affødt behovet for et centraliseret salg, og på samme måde er sammenslutning af virksomheder inden for samme branche med en vidtgående specialisering for enkeltvirksomhederne blevet almindeligt udbredte foreteelser i nutiden. Et udtryk for tidens tendens finder man bl. a. i den danske monopollovgivning, hvori tilskyndelsen til at foretage strukturrationalisering kommer til udtryk i den bemyndigelse, som er givet Monopoltilsynet til at dispensere fra kravet om godkendelse af prisaftaler, hvor formålet med integrationen har været at styrke de pågældende virksomheders effektivitet.

Baggrunden for hele denne udvikling har været de enkelte virksomheders kamp for at overleve og for at tilpasse sig de ændrede vilkår, som var følgen af den tekniske udbygning af produktionsapparatet og af det stigende internationale handels-samkvem. Det skønnes dog lidet formålstjenligt heraf at udlede, at udviklingen i det grønlandske erhvervsliv nødvendigvis først skal gennemløbe de samme stadier – at historien om man så må sige skal gentage sig – således at man først gennem en flerhed af virksomheder, der udkonkurrerer hinanden til skade for producenterne og den grønlandske helhed, når frem til at finde sammen i et fornuftigt produktions- og afsætningssamarbejde. Et decentraliseret erhvervslivs muligheder for at gøre sig

gældende i konkurrence med veludbyggede og traditionsrige organisationer i de øvrige fiskeproducerende lande vil givetvis være meget små.

Den nugældende grønlandske erhvervslovgivning indebærer ikke nogen ubetinget monopolstilling for KGH til at udøve produktion eller foretage eksport fra Grønland. Enhver kan på basis af en fornuftig produktion, der opfylder kvalitetslovens krav, opnå eksporttilladelse for grønlandske produkter mod at betale en afgift til K-fonden af en sådan størrelse, at fonden i princippet modtager samme bidrag, som den ville have opnået, om de pågældende produkter var blevet eksporteret gennem den centrale salgsorganisation. Uanset at en sådan mulighed for privat eksport har foreligget, har det dog i realiteten – bortset fra ret uvæsentlige kvanta – været KGH, der forædlede de grønlandske produkter til eksport, og som tillige forestod afsætningen.

Den enhed, der hermed blev skabt i produktion og afsætning, er – hvis vi et øjeblik kan se bort fra KGH's status som statsinstitution – noget nær den ønskesituation, som enhver brancheledelse måtte kunne forestille sig. Indordning under en fælles ledelse – med ensartede normer for kvalitet og teknisk udstyr – har i sjælden grad tilvejebragt et grundlag for et homogent nationalt udbud. Markedet er vænnet til og har gjort sig fortrolig med det grønlandske kvalitetsniveau, og dette i forbindelse med enheden i markedsføringen har på væsentlige områder givet betydelige prismæssige fordele til Grønland. Sammenfattende kan det siges, at de grønlandske produkter i øjeblikket produceres og afsættes under en form, der i det store og hele svarer til, hvad der er nødvendigt for at hævde sig i dagens konkurrence, idet der naturligvis her ses bort fra KGH's særlige status.

Hvad der måtte kunne indvindes for Grønland på det produktionsmæssige område ved at gøre kredsen af producenter mange gange større – f. eks. ved udnyttelse af lokale fangstmuligheder, som storproducenten enten kan have overset eller måske ikke har midler til at udnytte – kan hurtigt sættes over styr og mere end det, hvis der samtidig løbes en risiko for underbud virksomhederne imellem på eksportmarkederne.

Alt taget i betragtning bør dette synspunkt dog ikke tillægges en sådan vægt, at det kan motivere, at den grønlandske økonomi også fremover alene skal bæres af én storproducent. Tværtimod taler stærke sociale og pædagogiske hensyn for at fremelske det private initiativ på produktionsmæssige områder, så vist som bevidstheden om den private ejendomsret til produktionsmidlerne vil være et stærkt incitament for den grønlandske befolkning til at udvide produktionens omfang. Der vil givetvis i en overgangsperiode være brug for at yde de private producenter teknisk bistand ved produktbehandlingen, og der må sættes meget ind på, at kvalitetskontrollen gøres effektiv, således at man ikke løber risiko for, at en enkelt producent kommer til at

skade de grønlandske produkters omdømme. Så langt man ved disse midler kan nå i henseende til at bevare en fælles standard i den grønlandske produktion, vil der intet være til hinder for at bevare en fælles salgsorganisation, der kan videreudvikle de markedsfordele og den position, som KGH gennem årene har opnået på eksport-salgets område.

Hvilke konkrete fordele frembyder eksportens centralisering?

Det kan være nyttigt udover de mere principielle motiver at konkretisere nogle af de rent praktiske fordele, som knytter sig til bevarelsen af den centrale grønlandske salgsorganisation. Man stilles derved samtidig ansigt til ansigt med de konsekvenser, som vil blive følgen, såfremt man af andre hensyn foretrækker en løsning, hvor eksporten enten frigives eller antager en løsere form end den nuværende.

Det centraliserede udbud af grønlandske produkter har især betydning på følgende områder:

- : besparelser i de med varernes transport til markederne forbundne omkostninger.
- : afsætningsapparatet kan udnyttes rationelt, hvorved salgsmkostningerne kan begrænses.
- : muliggørelse af mærke- og virksomhedsdifferentiering med deraf følgende basis for at føre egen prispolitik.

Omkostningsreduktion.

Grønlands geografiske beliggenhed vil strukturelt belaste produktionens økonomi med store transportomkostninger. Enhver mulighed for at billiggøre fragttudgiften bør derfor tilstræbes, specielt for sådanne varer, hvor fragten udgør en relativ stor andel af varens cif-værdi på købers plads. I den omstændighed, at varer som saltfisk og frysefisk hidtil alene er blevet afsat gennem én kanal – KGH/Det Grønlandske Fiskeri-Kompagni A/S – har det været muligt at afslutte salgskontrakterne på en sådan måde, at man har kunnet samstemme leveringsterminerne på de forskellige markeder med den forhåndenværende tonnage og rent kvantitativt har formået at udnytte denne, således at der er skabt basis for direkte afskibninger uden en mellemliggende oplagring eller omladning i København. Den centraliserede dirigering af produktionen af frysefisk har skabt basis for chartring af specialskibe, der hurtigt og økonomisk kan bringe varerne frem til det amerikanske marked og udnytte fordelene ved dettes relativt nære beliggenhed ved Grønland.

Ved en ophævelse af den centraliserede afsætning ville man næppe kunne påregne, at det i praksis ville være muligt at synkronisere afskibningstidspunkter og præstere

lastesammensætninger, som vil gøre en tilsvarende udnyttelse af tonnagen mulig. Da den ved hjemsending over København opståede merfragt ikke kan overvæltet på køberne, vil den medføre et ringere økonomisk udbytte for producenterne.

Rational udnyttelse af afsætningsapparatet.

Det er klart, at en række af de omkostninger, som knytter sig til produktionens afsætning, vil være proportionale med dennes størrelse; det gælder fragt, forsikringspræmier, bankomkostninger o. l. Provisions- og kommissionsudgifter vil ligeledes være variable, men i praksis degressivt stigende jo større den afsatte mængde er.

Derimod vil de faste udgifter til administration og ledelse være nogenlunde upåvirkede – i hvert fald indtil et vist punkt – af omsætningens størrelse, og de vil derfor tynge med en mindre vægt pr. omsat krone ved stigende udbud. Det er ikke mindst udgifterne ved at etablere og opretholde et salgsapparat, der i de senere år har fået erhvervslivets omkostningsbudgetter til at gå i vejret. Konkurrencen nødvendiggør markedsbearbejdning på et højt niveau med indsats af højt kvalificeret og højt betalt personale. Det er indlysende, at produktiviteten af salgsapparatet står og falder med, om der er en tilstrækkelig varemængde til at udnytte dette apparat fuldt ud.

Men ligesom man for visse omkostningers vedkommende klart kan påpege „stor-driftens fordele“, må man omvendt erkende, at et stigende udbud naturligvis også vil medføre en del salgsfremmende omkostninger, som tilmed normalt vil udvikle sig progressivt. Jo flere kunder man vil have i tale, jo mere man vil afsætte til de gamle aftagere, desto større salgsanstrengelser må producenten sætte ind. I erkendelse heraf er det bemærkelsesværdigt, at den grønlandske eksport har kunnet udvikle sig fra en værdi i 1957 på ca. 30 mill. kroner til en værdi i 1962 af ca. 52 mill. kroner, uden at de samlede salgsmarkomkostninger er steget nævneværdigt. Ser man bort fra det særlige arrangement, som KGH har med Det Grønlandske Fiskeri-Kompagni A/S om afsætningen af frysefisken, andrager Handelens totale udgifter til den centrale salgsorganisation kun ca. 2 % af eksportværdien. Forklaringen vil formentlig navnlig skulle søges i den praktiserede salgspolitik med gradvis inddragning af nye markeder, hvorved afstanden mellem udbudets og efterspørgslens størrelse vedvarende har kunnet opretholdes i et for sælgeren fordelagtigt omfang.

Selvstændig prispolitik.

For samtlige grønlandske produkter gælder det, at de på verdensmarkedet har måttet tage konkurrencen op med tilsvarende varer af anden oprindelse. For den grønlandske salgsorganisation har det været af afgørende betydning at kunne diffe-

rentiere de grønlandske varer ud fra andre landes på en måde, der rummer visse lighedspunkter med den markedsføring, som er blevet anvendt på danske landbrugsprodukter.

Bortset fra de animalske olieprodukter (for hvilke efterspørgselskonstitutionen umuliggør det) er der grund til at påpege, at samtlige vigtigere grønlandske eksportvarer i dag har opnået en sådan placering på de udenlandske markeder, at det kun kan tilskrives den meget koncentrerede markedifferentiering, som salgsorganisationen har forfulgt i afsætningsarbejdet. I sig selv er det såre begrænset, hvor stærkt et land, hvis totale eksportproduktion kun udgør en værdi på ca. 50 mill. kroner årligt, er i stand til at slå igennem og gøre sig gældende i verdenshandelen.

Så meget vigtigere er det naturligvis, at den produktion, der er, ikke spredes for alle vinde, men derimod indgår i et samlet marketingprogram, hvor den har en chance for at skabe opmærksomhed om sig. Den ene vare støtter den anden, i Italien banede saltfiskens vejen for rejerne, i Schweiz banede rejerne vej for lammene o. s. fr.

Ved den koncentration, som KGH har været eksponent for, har det grønlandske udbud af varer fået en sådan styrke, at der er blevet mening i markedifferentieringen, således at forstå, at denne har haft gunstig indflydelse på efterspørgselselastiteten for grønlandske varer. Det centraliserede salg har dannet basis for at udvirke det sæt af efterspørgselsdeterminanter for grønlandske varer, der er typisk for mærkevarer (specielt rejerne) eller for varer med mærkevarelignende karakter (bl. a. saltfisk, stokfisk, lam og skind).

Takket være markedsføringen af de grønlandske produkter under een fællesnævner i form af KGH's kronede bjørnemærke blev det muligt at føre „aktiv salgspolitik“ gennem markedsopdelinger, selektive distributionskanaler, eksklusivitetsaftaler med køberne o. l., og efterspørgslen lod sig derved ofte påvirke til at antage større dimensioner, end udbudets maximale størrelse i og for sig kunne bære. Ved at kunne spille på disse muligheder er der i ikke ringe omfang opnået højere priser for eller givet bedre vilkår til de grønlandske produkter, end det ville have været muligt, om disse var blevet udbudt i fri konkurrence. Specielt har indgåelsen af eneforhandlingsaftaler med udenlandske købere været udslagsgivende for de opnåede priser, ligesom køberne under sådanne forudsætninger har påtaget sig selv at bekoste de med salg og distribution på deres respektive markeder forbundne omkostninger.

En væsentlig forudsætning for at kunne fastholde en markedsposition specielt for markedifferentierede varer er muligheden for at præstere regelmæssige forsyninger. Det må tillægges afgørende betydning, at KGH for en lang række varer har haft mulighed for at indrette sin afsætning på kontinuerlig lagerføring, således at aftagerne kun i ringe grad har været berørt af de store udsving i produktion og besejling, som er følgen af de klimatiske betingelser i Grønland.



Den kongelige grønlandske Handel bringer de grønlandske eksportartikler på markedet under et fælles mærke: isbjørnen i det kronede skjold.

Et parallelt træk kan påpeges for afsætningen af de grønlandske skindprodukter, hvor hele forudsætningen for at kunne afholde de årlige auktioner i København med deltagelse af den internationale pelshandel naturligvis må bygge på udbudets centralisering. For prisdannelsen af sælskind er det af største betydning:

- : at udbudet er tilstrækkeligt omfangsrigt til, at det kan tiltrække de udenlandske købere —
- : at udbudet er stort nok til at muliggøre den kvalitetsopdeling på auktionslodder, hvor igennem køberne er i stand til at byde netop på det sortiment, som i kraft af hårlag, farve, tegning m. m. dækker deres behov.

De grønlandske sælskindsauktioner har opnået en international placering i pelsbranchen, hvis kommercielle værdi for producenterne ikke kan overvurderes. Omend den til enhver tid gældende mode vil være det primære efterspørgselskriterium, kan man ikke se bort fra, at den systematiske og organiserede markedsføring med regel-

mæssige forårs- og efterårsauktioner af et relativt betragteligt antal skind i sig selv har indflydelse på modens styrke, fordi udbudets form og omfang nu er blevet attraktivt for pelsbranchen, således at denne føler sig tilskyndet til at give sælskindene en naturlig plads i kollektionerne.

En centraliseret afsætnings eventuelle organisationsform.

Den foranstående gennemgang har fortrinsvis tilsigtet at beskrive såvel principielle som praktiske vilkår for den grønlandske eksport under en centraliseret afsætningsform i almindelighed. Derimod har der ikke været gjort forsøg på nogen vurdering af, hvorvidt en central grønlandsk salgsorganisation skulle have det ene eller det andet fortegn, m. a. o. om den med størst fordel skulle opretholdes som en funktion under KGH, eller om den som alternativ kunne antage en anden – frivillig eller lovfæstet – organisationsform.

Så længe ejerforholdet i produktionsleddet er knyttet til KGH i et omfang, som det er tilfældet i dag, ville det selvsagt være ret meningsløst at søge afsætningsfunktionen privatiseret. Står man derimod over for en stærk udbygning af den private sektor i produktionen, og sker denne under iagttagelse af de nødvendige forudsætninger for at opretholde en nogenlunde entydig kvalitetsnorm, kan der principielt ikke være noget til hinder for at knytte de enkelte producenter sammen i en eller anden organisationsform, en kooperativ salgsforening – eller en grønlandsk „salgsring“ på aktieselskabsbasis med domicil i København, Hamborg eller London, alt efter hvad der måtte tjene formålet bedst.

Eksempler på sådanne privat organiserede sammenslutninger er jo kendt fra både Island og Færøerne, hvor der i afsætningen af de pågældende landes produkter har fundet en meget vidtgående centralisering sted, hvorimod der i produktionen overvejende arbejdes på individuel basis. I Norge giver lovgivningen det offentlige vidtgående beføjelser til at kontrollere afsætningen af fiskeprodukter og til at begrænse eksporten til særlige udvalg, der enten selv (som for saltfiskens vedkommende) varetager afsætningen eller overdrager denne til særligt udpegede selskaber (gælder bl. a. frysefisk og klipfisk). Et fællestræk i disse ordninger synes at være, at man dels vil have hånd i hanke med, at den enkelte producent ikke kvalitetsmæssigt eller konkurrencemæssigt skader helheden, dels at man i koncentrationen af udbudet ser et middel til mere effektiv markedsføring.

I nærværende indlæg skal kun til slut gives en mere summarisk oversigt over nogle sider af det specielle arbejdsgrundlag, som foreligger for en afsætning af Grønlands produkter under KGH's auspicer.

Først må det vel være rimeligt at pege på, at KGH i årenes løb har skabt et omfattende internationalt afsætningsapparat, som har været i stand til at absorbere



Udsnit af forårsauktionen 1963 i Nationalmuseets festsal, hvor en talstærk repræsentation for den internationale pelshandel mødte frem for at byde på de grønlandske sælskind.

den store stigning i produktionen. I voksende omfang har KGH selv udbygget sine kontakter på de fremmede markeder fremfor blot som i tidligere tid at afsætte produktionen til danske kommissionærer og eksportører. At dette allerede udbyggede afsætningsapparat repræsenterer et endog meget betydeligt aktiv er indlysende, når man tager i betragtning, hvad en dansk virksomhed ellers må yde af arbejde og økonomisk indsats for at vinde fodfæste på verdensmarkedet.

I princippet var der vel intet i vejen for, at en privat salgsorganisation kunne glide ind i det bestående afsætningsapparat og i en vis udstrækning erstatte KGH's plads.

Om en sådan mulighed vil foreligge i praksis, må dog alvorligt betvivles. KGH har ved opbygningen af sine udenlandske kontakter i meget væsentlig grad nydt fordel af at være en officiel dansk statsinstitution. I det internationale handels-

samkvem er betydningen af sælgerens omdømme og hele „standing“ et forhold af afgørende betydning. KGH har i medfør af sin status automatisk haft den gunstigst mulige placering i så henseende og har i vid udstrækning kunnet benytte sig af, at det for mange udenlandske virksomheder øvede en ganske særlig tiltrækning at få overdraget repræsentationen for en dansk statsinstitution.

Nogle vil måske drage betydningen af den i øvrigt på mange andre områder (Kgl. Hofleverandør!) velbekendte „snob value“ i tvivl, men det er dog et faktum, at KGH har kunnet udnytte det handlingsparameter, som bestod i den officielle status, med betydelig fordel, og at man må tillægge dette udgangspunkt for virksomhedsdifferentieringen samme betydning, som det kronede bjørnemærke har for de enkelte produkters mærkedifferentiering. Forholdet kan vel nærmest udtrykkes således, at KGH qua sin status har været i stand til at placere sig i et sådant styrkeforhold til sine aftagere, at det har været muligt at fastholde forretningsbetingelser, som en privat virksomhed nok ville have haft vanskeligere ved at opnå.

Som et typisk eksempel herpå kan nævnes, hvorledes KGH har kunnet afparere krav fra købere om at få leveret varer under de pågældendes egne private mærkebetegnelser. Var dette ikke sket, ville til eksempel den grønlandske rejeproduktion i dag have været ført på markedet under en lang række forskellige benævnelser, og følgelig havde der ikke eksisteret en international kendt mærkevare som „Royal Greenland Shrimps“. Hvad der alligevel fik de udenlandske aftagere til at acceptere at købe rejerne under standardmærket var interessen for den præsentable og „royale“ vare samt tilliden til sælgerens hele forretningsmæssige adfærdsmønster.

Det er tidligere påpeget, hvorledes den grønlandske produktion uanset sit stigende omfang har kunnet afsættes uden nævneværdig indsats af øgede reklameomkostninger. En medvirkende årsag hertil har utvivlsomt været, at KGH har kunnet drage fordel af den omfattende publicity, som de forskellige kommunikationsmidler på eget initiativ har givet de grønlandske produkter. Radio- og fjernsynsreportager, redaktionel presseomtale af grønlandske produktions- og afsætningsforhold, officielle udstillingsarrangementer i ind- og udland, alt dette har kunnet finde sted uden betænkelighed hos de kommunikerende media, fordi denne publicity trods sin kommercielle følgevirkning tjente almenvellet i Grønland uden at favorisere nogen enkelt privat virksomheds egeninteresser.

Ingen vare sælger sig selv, ej heller de grønlandske og navnlig ikke i det omfang, udbudet efterhånden antager. Forudsætningen for al efterspørgsel er – bortset fra behovet – at forbrugerne har kendskab til og interesse for de varer, der sendes på markedet. Den nyhedstjeneste, som i de senere år har udbredt kendskabet til udviklingen i Grønland, har utvivlsomt lettet produktionens økonomi for meget betydelige omkostninger, som i modsat fald måtte have været investeret i propagandakroner.

Også de officielle Grønlandsudstillinger, som lejlighedsvis har været afholdt her og i udlandet, har på en meget virkningsfuld måde været medvirkende til at påkalde offentlighedens interesse for de grønlandske produkter. Grønlands fremmedartede natur, det grønlandske folks særprægede kultur og de usædvanlige betingelser for at friste en tilværelse under arktiske himmelstrøg, alt dette er så godt „stof“ i sig selv, at man fra udlandets side er mere end interesseret i at give plads for et samlende udstillingsarrangement, der kan belyse disse forhold. Ved at stå som den samlende eksponent for Grønlands produktion har KGH i nært samarbejde med andre offentlige institutioner og private fonds været i stand til at supplere disse udstillinger med et kommercielt islæt, hvis virkninger klart har kunnet aflæses i eksporttallene for de respektive lande. Hertil har naturligvis i særlig grad bidraget, at KGH hos udenrigstjenesten har fået den fornødne bistand til at træde i forbindelse med de udenlandske importører på en autoritativ baggrund.

Da KGH såvel før som efter nyordningen i 1950 har forestået eksporten af den grønlandske produktion, vil ingen naturligvis på forhånd med sikkerhed kunne afgøre, hvorvidt et privat organiseret afsætningsorgan måtte have bedre forudsætninger for at kunne udføre dette arbejde under de moderne markedsforhold. Ovenstående tjener da også blot det formål at pege på nogle omstændigheder ved den hidtil bestående ordning, som ikke umiddelbart falder i øjnene, når det ene alternativ sættes op mod det andet, men som dog bør drages med ind i overvejelserne, da de sammenlagt vil være af en sådan økonomisk størrelsesorden, at en ændring af selve virksomhedsformen vil påvirke produktionens driftsresultat på følelig vis.

