

Strategien er et vigtigt bidrag til styring og allokering af Udenrigsministeriets eksportfremmeressourcer, f.eks. når der skal oprettes nye ambassader og generalkonsulater, i forbindelse med omfordeling af udenrigstjenestens personaleressourcer på eksportfremmeområdet samt i den løbende planlægning og iværksættelse af eksportfremmeaktiviteter.

På udenrigstjenestens repræsentationer anvendes strategien som et arbejdsredskab i forbindelse med den løbende planlægning og iværksættelse af eksportfremmeaktiviteter. Således anvendes strategien af repræsentationerne til at udvælge de sektorer, hvor repræsentationen primært udfører opsøgende arbejde, og de sektorer, hvor det vil være relevant at gennemføre kollektive eksportfremstød samt at koncentrere arbejdet med at udarbejde varerapporter m.v.

Der sigtes i år mod en større udbredelse af oplysninger om indholdet i strategien til danske virksomheder. Det er tanken, at strategien af danske virksomheder kan anvendes som et vigtigt instrument i forbindelse med udvælgelse og prioritering af virksomhedernes fremtidige markeder.

Regeringen har siden sin tiltræden gjort en ekstra indsats for at fremme dansk eksport. Et af midlerne hertil har været en ekstrabevilling på 30 mio. kr., som har muliggjort oprettelse af nye generalkonsulater i Shanghai og Ho Chi Minh City i 1994 og udsendelse af 10 sektoreksperter inden for sektorer, man fra regeringens og erhvervsorganisationernes side har set som særlig lovende for danske eksportører.

På grundlag af informationer indsamlet fra repræsentationerne og internationale organisationer udgiver Sekretariatet for Udenrigshandel et større antal publikationer, hvori viden om markedsforhold og eksportmuligheder stilles til rådighed for det danske erhvervsliv. Denne orientering er i det forløbne år blevet udbygget og vil bl.a. på grundlag af brugerundersøgelser løbende blive forbedret. Det er i denne forbindelse også vigtigt, at der sker en tilpasning til den udvikling, der foregår i samfundet og i virksomhederne i disse år i retning af videnssamfundet og i retning af globalisering af produktion. Denne udvikling vil medføre nye krav til Sekretariatet for Udenrigshandels produkter.

Regeringen søger at styrke indsatsen for systemeksport, bl.a. til Østeuropa, og at fortsætte og udbygge den systematiske og koordinerede indsats til støtte for eksporten af tjeneste-

ydelse. Regeringen agter at igangsætte en koordineret og målrettet indsats over for udenlandske myndigheder med ansvar for offentlige indkøb i lyset af liberaliseringen på dette felt i EU- og EFTA-landene.

Det offentlige i EU indkøber årligt for mere end 5.000 mia. kr., hvoraf omkring en fjerdedel udbydes i offentlig licitation. EU's strukturfonde og Samhørighedsfonden har i perioden 1994-1999 et budget på godt 156 mia. ecu. Ud over 14 ambassader i EU-landene har Udenrigsministeriet 10 konsulære repræsentationer. Til disse repræsentationer er knyttet udsendte og lokalt ansat personale med handel som speciale, herunder sektoreksperter og projektattachéer. Viden om de omfattende muligheder formidles bl.a. via artikler og seminarer. Regeringen virker for, at danske virksomheder får en stor andel af de omfattende ordrer i disse forbindelser.

Et andet centralt område for udviklingen af nye danske eksportaktiviteter er eksporten af tjenesteydelser. Det er i den forbindelse især eksport af rådgivning, viden og knowhow, der bør have en central plads som led i den langsigtede naturlige udvikling af alle danske eksportprodukter, herunder rådgivning til et højt »forarbejdet« niveau. Danmark vil på lang sigt kun med stigende besvær kunne konkurrere med de udviklingslande, der som følge af lavt lønniveau kan fastsætte meget lave produktpriser. Markedet for tjenesteydelser som rådgivning m.v. er imidlertid præget af restriktioner, og det vil også i de kommende år være en central opgave for Udenrigsministeriet at følge og videreformidle den udvikling, der måtte vise sig som et led i liberaliseringen af tjenestehandelen i EU og udviklingen på området i WTO-regi.

Danmark taber markedsandele i forbindelse med internationale projekter finansieret af internationale udviklingsorganisationer i udviklingslandene, men vinder andele i Central- og Østeuropa, således at den samlede projekteksport fortsat stiger. Sekretariatet for Udenrigshandel har i samarbejde med hovederhvervsorganisationerne intensiveret orienteringen af danske virksomheder om mulighederne for projekteksport.

Secretariatet for Udenrigshandel har gennem de seneste år styrket indsatsen for at rådgive danske virksomheder med hensyn til at opnå international finansiering til deres eksportprojektgennemførelse. I de fleste udviklingslande, i Central- og Østeuropa og for større infrastruk-