

**[Udenrigsministeren og ministeren for udviklingsbistand]**

Dansk erhvervsliv er karakteriseret ved små og mellemstore virksomheder. For mange af disse virksomheder vil eksport til de fjernere markeder ikke være relevant, mens afsætningen inden for EU's indre marked og de nordiske markeder i stigende grad vil blive en naturlig del af hjemmemarkedet. Andre og i reglen større virksomheder vil have den nødvendige erfaring og kapacitet til også at trænge ind på fjernere og vanskeligere tilgængelige markeder. Det er især de fjernøstlige markeder og visse latinamerikanske lande, hvor der har vist sig markant stigning i vækst- og importtallene.

Der må gøres en indsats for bedst muligt at udnytte disse vækstmarkeder. I Udenrigsministeriet er der allerede truffet beslutning om at øge antallet af repræsentationer på disse markeder samt styrke handelsarbejdet på de eksisterende ambassader og generalkonsulater. Samtidig er det dog vigtigt, at man fastholder indsatsen på EU- og EFTA-nærmarkederne, der aftager ca. ¾ af den danske eksport. En virkelig mængdemæssig forøgelse af dansk eksport forudsætter således, at der fortsat kan vindes markedsandele på disse markeder. En styrkelse af erhvervslivets konkurrenceevne er derfor afgørende.

Den stigende internationalisering indebærer, at en lang række danske virksomheder må lægge de mere løntunge og lavteknologiske dele af deres produktion ud til de lande i Østeuropa eller i Fjernøsten, der i kraft af deres langt lavere lønomkostningsniveau har særlige konkurrencefordele inden for disse områder.

Selv om denne omstillingsproces på kort sigt kan føre til nedlæggelse af arbejdspladser, er der tale om en nødvendig produktionstilpasning, som en række virksomheder må igennem for at bevare deres internationale konkurrenceevne og dermed mulighed for at overleve også på længere sigt.

For udenrigstjenestens kommercielle arbejde betyder denne omstilling, at eksportfremmearbejde i stigende grad må suppleres med bistand til virksomheder, der i internationaliseringsprocessen ønsker oplysninger om investerings- og samarbejds muligheder i udlandet. I takt med internationaliseringen af erhvervslivet må Danmark fremover i stadig højere grad satse på at udvikle nye produkter med et højere indhold af teknologi og viden, således at de kan produceres i Danmark og afsættes interna-

tionalt på konkurrencemæssige vilkår. Den viden, der er opbygget i den danske velfærdssektor, må udnyttes eksportmæssigt bedst muligt. Der er behov for et styrket samarbejde mellem den private og den offentlige sektor. Virksomhederne bliver stillet over for krav om betydelige ændringer i produktion og afsætning som følge af ændrede internationale forhold. Denne omstillingsproces kan man fra offentlig side medvirke til at fremme. Udenrigstjenesten kan bidrage til at sikre information om de internationale forhold, der påvirker dansk erhvervsliv, samt konkret bistå med markedsføring og fremme af internationalt virksomhedssamarbejde.

Et af hovedformålene for den danske erhvervspolitik er at sikre danske virksomheder rammebetingelser, der er på niveau med det, der tilbydes konkurrenterne i de lande, vi kan sammenligne os med. Den virkelige effekt af en god erhvervspolitik vil primært vise sig på eksportmarkederne. Det hjemlige marked er næppe stort nok til at sikre den vækst og beskæftigelse, som er det overordnede formål med en effektiv erhvervspolitik.

Det er derfor vigtigt, at udenrigstjenestens eksportfremmeindsats effektivt supplerer den hjemlige erhvervspolitik. Eksportfremme og udenrigstjenestens indsats på dette område er en naturlig forlængelse af en lang række af de initiativer, der iværksættes inden for regeringens erhvervspolitik. Udenrigstjenesten med sit omfattende netværk af ambassader og generalkonsulater samt repræsentation ved diverse internationale organisationer har specielt gode muligheder for at tilvejebringe de informationer om dels økonomiske/politiske forhold, dels afsætnings-, investerings- og finansierings spørgsmål, som ministerier, organisationer og virksomheder har behov for.

Udenrigsministeriets repræsentationer bliver i stigende grad involveret i etablering af partnerskabsalliancer mellem danske og udenlandske virksomheder. Denne opgave har især været accentueret i EU-landene i takt med gennemførelsen af det indre marked og på det seneste i Østeuropa. En række vækstøkonomier i Fjernøsten tiltrækker sig nu særlig interesse, ligesom Danida i sit privatsektorprogram yder en særlig indsats i udviklingslandene.

Repræsentationernes rolle er dels at finde udenlandske partnere, som kan supplere de