



راهبرد دانمارك برای ارتقا صادرات

السلامة
التي
التي
التي

فهرست مطالب

۱	خلاصه مدیریتی
۳	مقدمه
۳	۱- راهبرد دولت در ارتقا صادرات و دیپلماسی اقتصادی
	۱-۱ تسهیل و هماهنگی برنامه‌های ارتقا صادرات و آسان‌سازی
۵	شرایط فعالیت‌های شرکت‌ها
	۲-۱ تقویت برنامه‌های درون وزارت‌خانه‌ای جهت تأمین منافع
۷	اقتصادی کشور در سطح جهانی
	۳-۱ تقویت اثر خدمات خارجی بر اشتغال و رشد اقتصادی بر
۱۰	مبنای صادرات
	۴-۱ بهینه‌سازی فعالیت‌های شورای تجارت در همکاری
۱۲	با جامعه کسب و کار کشور
۱۵	۵-۱ حضور جهانی با تمرکز بر رشد و حجم بازار
	۶-۱ همبستگی بهتر بین کمک‌های توسعه‌ای و اقدامات
۱۸	بازرگانی
۱۹	۷-۱ تسهیل دسترسی به تأمین مالی برای شرکت‌ها
	۸-۱ بین‌المللی‌سازی و ارتقا صادرات شرکت‌های کوچک و
۲۱	متوسط
	۹-۱ چارچوبی بهتر برای فعالیت‌های مؤثر و مبتنی بر کسب و
۲۴	کار جهت ارتقا صادرات

خلاصه مدیریتی

بازار داخلی دانمارک به دلیل اندازه کوچک، فرصت فروش چندانی در اختیار تولیدکنندگان کالا و خدمات آن نمی‌گذارد. با این حال، دانمارک یکی از صادرکننده‌های بزرگ دنیاست و دسترسی به بازارهای بین‌المللی از طریق صادرات، فرصت‌های بسیاری جهت فروش و عرضه کالا و خدمات در اختیار تولیدکنندگان این کشور قرار می‌دهد. دولت دانمارک جهت ارتقا صادرات ۹ راهبرد عمده را از طریق ابتکارهای مختلف و متعددی و با هماهنگی کامل با جامعه کسب و کار این کشور عملیاتی می‌کند. این راهبردها عبارتند از:

۱. تسهیل و هماهنگی برنامه‌های ارتقا صادرات و آسان‌سازی شرایط فعالیت شرکت‌ها (کمک به شرکت‌های داخلی برای حرکت از بازار داخلی به سوی بازارهای جهانی از طریق آشناکردن آنها با برنامه‌های ارتقا صادرات دولت و ایجاد ارتباط مؤثر با مقامات و مراجع ذی‌ربط به نحوی که شرکت‌ها بهترین خدمات را متناسب با نیازهای خود دریافت کنند).
۲. تقویت برنامه‌های درون‌وزارت‌خانه‌ای در جهت تأمین منافع اقتصادی کشور در سطح جهانی (هماهنگی بین وزارت‌خانه‌ها و شرکت‌های دانمارکی جهت ارائه بهینه خدمات و تسهیلات به شرکت‌ها)
۳. تقویت اثر خدمات خارجی بر اشتغال و رشد (همکاری با شرکت‌ها و دیگر شرکا، بازاریابی برای نقاط قوت دانمارک، برنامه‌ریزی کمک‌های توسعه‌ای، خدمات مشاوره، مدیریت مسائل اقتصادی و سیاسی در سطح اروپا و بین‌المللی و در نهایت، اهتمام به ارتقا جایگاه دانمارک در رشد اقتصاد جهانی)
۴. بهینه‌سازی فعالیت‌های شورای تجارت در همکاری با جامعه کسب و کار کشور (حرفه‌ای‌سازی شورای تجارت از طریق اقداماتی مانند دریافت هزینه برای خدمات تخصصی و ویژه‌ی مشاوره بازرگانی-سیاسی مربوط به منافع کسب و کارهای دانمارک در رابطه با مراجع دولتی و فرایندهای سیاسی، تصمیم‌گیران بخش خصوصی و سیاسی، مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها (Corporate Social Responsibility)، خطرها و چالش‌های سیاست تجاری در بازارهای خارجی)
۵. حضور جهانی با تمرکز بر رشد و حجم بازار (تغییر رویه سیاسی-اقتصادی دانمارک از اروپا به سمت

- مراکز رشد جدید (کشورهای در حال توسعه) و تأکید بر دیپلماسی اقتصادی از طریق اجرای اصلاحاتی در نمایندگی‌های دانمارک که همسو با تأمین منافع بازرگانی دانمارک و اقتصاد صادرات محور است).
۶. همبستگی بهتر بین کمک‌های توسعه‌ای و اقدامات بازرگانی (دستیابی به همبستگی بهتر بین کمک‌های توسعه‌ای و اقدامات بازرگانی مستلزم همبستگی و هماهنگی حداکثری همه فعالیت‌های این حوزه از جمله استفاده از روابط سیاسی برای معرفی و تبلیغ توانمندی‌ها و ظرفیت‌های دانمارک، کمک‌های توسعه‌ای دو جانبه و منطقه‌ای مانند همکاری و فعالیت‌های بخشی برای بهبود شرایط موجود و خدمات مشاوره بازرگانی برای شرکت‌های دانمارکی است).
۷. تسهیل دسترسی به تأمین مالی برای شرکت‌ها (راه‌اندازی طرح مشترک خدمات مشاوره‌ای توسط شورای تجارت و سازمان اعتبار صادرات. مشاوران تأمین مالی این طرح به شرکت‌های دانمارکی و مشتریان خارجی آنها کمک می‌کنند راه‌حل‌های تأمین مالی در حوزه اعتبار صادرات، بیمه اعتباری، کمک مالی، منابع چندبعدی و تضمین‌های سرمایه‌گذاری را شناسایی کنند. این طرح شامل راه‌حل‌های تأمین مالی دولتی و خصوصی می‌شود).
۸. افزایش صادرات و بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط (شورای تجارت موظف به ارتقا بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط، شرکت‌ها و کارآفرینان نوآور و مستعد رشد از طریق ابتکارهایی مانند برنامه‌های یارانه، خدمات مشاوره بلند مدت، شناسایی بازارهای بین‌المللی برای شرکت‌های کوچک و متوسط است).
۹. فراهم کردن چارچوبی بهتر برای فعالیت‌های مؤثر و مبتنی بر کسب و کار جهت ارتقا صادرات (تمرکز روی کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای نوظهور از طریق برنامه جمعی ارتقا صادرات که مشتمل بر یارانه برای شرکت‌های دانمارکی (به ویژه SME ها) جهت اجرای برنامه‌های توسعه صادرات و اجرای برنامه‌های فرهنگی جهت ارتقا آگاهی‌های عمومی از توانمندی‌های دانمارک در حوزه‌هایی چون فیلم، معماری، موسیقی ادبیات و طراحی است).

مقدمه

دانمارک یکی از کشورهای بزرگ صادرکننده دنیاست. برای کشوری کوچک که بازار داخلی آن فرصت فروش چندانی در اختیار تولیدکنندگان کالا و خدمات نمی‌گذارد، دسترسی به بازارهای بین‌المللی از طریق صادرات، فرصت‌های بسیاری جهت فروش و عرضه کالا و خدمات به تولیدکنندگان آن می‌دهد. در واقع، تجارت بین‌المللی به روش‌های مختلف بر قابلیت تولید و سطح رفاه جامعه تأثیر می‌گذارد که عبارتند از:

■ اثرات افزایش رقابت که شرکت‌های داخلی را مولدتر می‌کند،

■ فرصت‌های بهتر برای تخصصی‌شدن در حوزه‌هایی که شرکت‌های داخلی قوی هستند،

■ دسترسی بهتر به دانش جدید و توسعه.

در سال ۲۰۱۳، صادرات کالا و خدمات دانمارک بالغ بر ۱,۰۲۱ میلیارد کرون دانمارک^۱ بود که تقریباً معادل ۵۵ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور می‌باشد. در دانمارک از هر ۴ شغل، ۱ شغل به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به صادرات مربوط می‌شود.

۱- راهبرد دولت در ارتقا صادرات و دیپلماسی اقتصادی

در دانمارک شرکت‌هایی که به تجارت بین‌المللی می‌پردازند در مقایسه با شرکت‌های مشابه، مولدتر هستند و می‌توانند دیگر شرکت‌ها را به تجارت بین‌المللی ترغیب کنند. به پیشنهاد کمیسیون قابلیت تولید^۲ و به منظور تضمین منافع کلی کشور، لازم است یارانه‌های دولتی صادرات روی سرریزها^۳ و شکست‌های بازار^۴ تمرکز یابند. اقدامات دولت در بین‌المللی‌سازی و ارتقا صادرات می‌توانند در این زمینه بسیار مؤثر باشند،

۱ هر کرون دانمارک معادل ۰/۱۵۷۳۶۴ دلار آمریکا است (آگوست ۲۰۱۷)

2 Productivity Commission

3 Spill-overs

4 Market failures

زیرا این اقدامات دقیقاً روی ارزش افزوده شرکت‌ها و به طور کلی ارزش افزوده کشور متمرکز هستند. بنابراین، دولت یکی از وظایف اصلی خود را تقویت تجارت و صادرات از طریق کمک به شرکت‌های داخلی در بازارهای جهانی در حوزه‌هایی می‌داند که دارای ارزش افزوده هستند. این امر به نوبه خود منجر به فراهم کردن شرایط مناسب برای رقابت شرکت‌ها در فضای بین‌المللی است.



راهِبرد دولت دانمارک جهت ارتقا صادرات شامل ۹ اقدام کلی است که متشکل از ۴۰ ابتکار هستند:

۱. تسهیل و هماهنگی برنامه‌های ارتقا صادرات و آسان‌سازی شرایط فعالیت‌های شرکت‌ها
۲. تقویت برنامه‌های درون‌وزارت‌خانه‌ای در جهت تأمین منافع اقتصادی کشور در سطح جهانی
۳. تقویت اثر خدمات خارجی بر اشتغال و رشد اقتصادی
۴. بهینه‌سازی فعالیت‌های شورای تجارت در همکاری با جامعه کسب و کار کشور
۵. حضور جهانی با تمرکز بر رشد و حجم بازار
۶. همبستگی بهتر بین کمک‌های توسعه‌ای و اقدامات بازرگانی
۷. تسهیل دسترسی به تأمین مالی برای شرکت‌ها
۸. افزایش صادرات و بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط
۹. فراهم کردن چارچوبی بهتر برای فعالیت‌های مؤثر و مبتنی بر کسب و کار جهت ارتقا صادرات

چون صادرات توسط شرکت‌های دانمارک انجام می‌شود، لازم است اجرای این راهبردها با هماهنگی کامل با جامعه کسب و کار انجام شود.

۱-۱ تسهیل و هماهنگی برنامه‌های ارتقا صادرات و آسان‌سازی شرایط فعالیت‌های شرکت‌ها

بسیاری از شرکت‌های داخلی برای حرکت از بازار داخلی به بازار جهانی نیاز به کمک دولت دارند. لذا، لازم است این شرکت‌ها به خوبی برنامه‌های ارتقا صادرات دولت را بشناسند و با مقامات و مراجع ذی‌ربط

ارتباط مؤثر داشته باشند، به نحوی که شرکت‌ها بهترین خدمات را متناسب با نیازهای خود دریافت کنند. برنامه‌های ارتقا صادرات که مکمل فعالیت‌های شورای تجارت هستند، اغلب توسط مراکز توسعه کسب و کار منطقه‌ای ارائه می‌شوند که به شرکت‌های کوچک و متوسط کمک می‌کنند ضمن تعیین میزان آمادگی خود برای صادرات، بازارهای بالقوه را برای صادرات خود شناسایی کنند. برخی از مناطق حتی دارای دفاتری در خارج از کشور هستند که به ارائه خدمات بین‌المللی‌سازی می‌پردازند. این اقدامات همگی گزینه‌های متعددی را در اختیار شرکت‌ها جهت ارتقا صادرات قرار می‌دهند.

البته، برخی از برنامه‌ها هم‌پوشانی‌هایی دارند که موجب بروز قدری سردرگمی در فضای توسعه صادرات می‌شود. اگرچه برنامه‌های منطقه‌ای و استانی، حجم کمی از برنامه‌های حمایتی دولتی را تشکیل می‌دهند، اما به دلیل انجام مطالعه سنجش میزان آمادگی شرکت‌ها برای صادرات (به ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط)، این برنامه‌ها به منزله دروازه ورود شرکت‌ها به عرصه بین‌المللی هستند. لذا، لازم است جهت افزایش موفقیت برنامه‌های منطقه‌ای و ملی، حوزه فعالیت و وظایف هر یک به روشنی مشخص شود و با هم حداکثر هماهنگی را داشته باشند.

در سال ۲۰۰۰ ایجاد ساختاری منسجم برای ارتقا صادرات تحت عنوان شورای تجارت در وزارت امور خارجه، موجب یکپارچه‌سازی فعالیت‌های توسعه صادرات شد. وابستگی شورای تجارت به وزارت امور خارجه موجب دسترسی خوب این نهاد به بازارهای خارجی و در نتیجه، برخورداری از قابلیت ارائه خدمات حوزه بین‌المللی به شرکت‌هاست. بنابراین، نهادهای منطقه‌ای می‌توانند خدمات بین‌المللی تسهیل و توسعه صادرات را به شورای تجارت واگذارند و خود روی قابلیت‌های منطقه‌ای جهت آماده‌سازی شرکت‌ها برای حضور در بازارهای بین‌المللی تمرکز کنند.

همچنین لازم است همه اقدامات و فعالیت‌های حوزه ارتقا صادرات، صرف نظر از اینکه چه نهادی آنها را ارائه

مى كند، داراى شرايط و مقتضياتى يكسان برآى شركت‌هاى متقاضى باشند. دامنه برنامه‌هاى ارتقا صادرات نيز بايد روى ايجاد ارزش افزوده برآى شركت‌ها و كل كشور متمرکز باشد. بنا برآين، لازم است برنامه‌هاى دولتى روى خدماتى متمرکز شوند كه (۱) در بخش خصوصى هيچ معادل كارآمدى برآى آنها وجود ندارد (۲) فعاليت‌هاى كه منجر به رشد صادرات و بين‌المللى‌سازى مى‌شوند و (۳) فعاليت‌هاى كه بدون دخالت دولت امكان پذير نيستند.

نمونه‌هاى از ابتكارهاى اين بخش عبارتند از:

- راه‌اندازى پورتال (Ekspportguiden.dk) (به زبان دانماركى) جهت ارائه اطلاعات همه برنامه‌هاى ارتقا صادرات با توجه به وضعيت شركت مورد نظر در زنجيره ارزش،
- تقويت هماهنگى بين نهادهاى دولتى ارتقا صادرات؛ از جمله تقويت همكارى بين ۵ مركز توسعه صادرات منطقه‌اى و شوراى تجارت
- مشاركت و همكارى با نهادهاى ارتقا صادرات در بخش خصوصى؛ وزارت امور خارجه همكارى خود را با سازمان‌هاى تجارى و ديگر نهادهاى خصوصى در حوزه ارتقا صادرات تعميق مى‌بخشد تا از هرگونه هم‌پوشانى جلوگيرى شود.
- سنجش بهتر و دقيق‌تر اثر اقدامات به منظور بهينه‌سازى نتايج؛ با توجه به تجارب كنونى و گذشته شوراى تجارت و ديگر نهادها در سنجش اثر، جهت ارزىابى همه اقدامات ارتقا صادرات يك روش سنجش واحد تهيه خواهد شد.
- ايجاد يك انجمن جديد مشاوره اقتصاد خارجى جهت ارائه مشاوره در حوزه چگونگى مقابله با چالش‌هاى اقتصاد جهانى و بهره‌بردارى از فرصت‌هاى اقتصاد بين‌المللى.

۱-۲ تقویت برنامه‌های درون‌وزارت‌خانه‌ای جهت تأمین منافع اقتصادی کشور در

سطح جهانی

با توجه به اولویت دولت در ارتقا منافع بازرگانی دانمارک در خارج از کشور، اقدامات متنوعی برای تحقق این اولویت انجام گرفته است، از آن جمله یک راهبرد تهاجمی جدید در سیاست تجارت است که در سال ۲۰۱۳ ارائه شد و به موجب آن نقاط قوت دانمارک مانند آب و هوا، انرژی، محیط زیست، تحقیقات، غذا، سلامت و گردشگری به شدت مورد تأکید قرار گرفته‌اند و مراکز نوآوری جدیدی در بازارهای رشد منتخب راه‌اندازی شده‌اند. در عین حال، کنسرسیوم‌های بازاریابی بخش خصوصی و بخش دولتی تأثیر زیادی در ارتقا جایگاه قابلیت‌های دانمارک نزد ذینفعان خارجی داشته‌اند. باید توجه داشت همه این ابتکارها با هدف ایجاد تأثیر بلندمدت در رشد و اشتغال از طریق بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای دانمارک اجرا می‌شوند. در همین راستا، سفارت‌خانه‌ها، مقامات و کسب و کارهای دانمارک گروهی قدرتمند و منسجم در جهت تحقق اهداف بین‌المللی کشور تشکیل داده‌اند. با توجه به اینکه دانمارک علی‌رغم نقاط قوت و قابلیت‌های خوبی که دارد، در برخی از مناطق دنیا از جمله آفریقا حضور چندانی ندارد، دولت می‌کوشد با اقدامات منسجم در عرصه بین‌المللی این ضعف را برطرف سازد. لذا، کمک‌های توسعه‌ای دانمارک بیشتر متوجه شرکت‌های دانمارکی دارای رقابت‌پذیری بالا در ایجاد شغل و رشد در کشورهای فقیر و دانمارک است. همچنین، دولت سیاست تجارت فعال و تأثیرگذاری بر شرایط بازارهای بین‌المللی در جهت تأمین منافع شرکت‌های صادرکننده دانمارکی را تداوم می‌بخشد. نظام تجارت آزاد قانونمند، منصفانه و باز برای اقتصاد صادرات محور دانمارک و نیز کشورهای در حال توسعه سودمند است و می‌تواند در تحقق اهداف سیاست توسعه‌ای دانمارک مؤثر باشد. دانمارک از رویکردی سه‌جانبه در این خصوص استفاده می‌کند: داشتن ارتباطات چندجانبه از طریق

سازمان تجارت جهانی (WTO)^۱، ارتباطات دوجانبه در اتحادیه اروپا (زیرا موافقتنامه‌های تجاری می‌توانند مزایای قابل توجهی برای کسب و کار و صنعت دانمارک داشته باشند) و ارتباط با شرکت‌ها با هدف ارتقا دسترسی آنها به بازار و رفع موانع بازارهای صادرات.



ابتکارهای دولت در جهت تقویت برنامه‌های درون‌سازمانی به شرح زیر است:

* مشاوران رشد (بازار) در بازارهای هدف: ۱۵ تا ۲۰ موقعیت (شغلی) مشاور رشد در بازارهایی که بیشترین قابلیت همکاری اقتصادی را دارند، ایجاد خواهد شد که بیشتر شامل بازارهای هدف در کشورهای در حال توسعه خواهد بود. مشاوران رشد تحلیل‌های بنیادین درباره بازار در اختیار شرکت‌های دانمارکی

1 World Trade Organization

می‌گذارند و بین فعالیت‌های وزارت‌خانه‌ها و جامعه کسب و کار دانمارک ارتباط مؤثر برقرار می‌کنند.

* **تأمین مالی همکاری‌های راهبردی بخشی:** بر اساس نتایج حاصل از فعالیت‌های رشد بازار و همکاری‌های توسعه‌ای، دانمارک به تأمین بودجه پروژه‌های راهبردی همکاری‌های بخشی در بازارهای کلیدی می‌پردازد. در عین تداوم تأمین پروژه‌های بازارهای سنتی، بیشتر روی کشورهای در حال توسعه تمرکز می‌شود. بودجه‌ها به پروژه‌های کوتاه‌مدت هدفمند و پروژه‌های بلندمدت همکاری بخشی مطابق اعلام نیاز سفارت‌ها در کشورهای هدف، وزارت‌خانه‌ها، کسب و کارها و صنایع دانمارک تخصیص می‌یابد.

* **فرصت‌های بهتر برای توسعه بازار و صادرات خدمات عمومی:** دانمارک از فرصت‌های همکاری‌های بخش خصوصی و دولتی برای توسعه بازار و صادرات خدمات رفاهی و دیگر خدمات عمومی بهره‌برداری می‌کند. در همین راستا، دولت سعی می‌کند امکان دسترسی نهادهای خصوصی به دانش و تخصص موجود در بخش دولتی را فراهم نماید و همکاری بخش خصوصی و دولتی در تولید محصولات و خدمات جدیدی که بخش خصوصی از قابلیت صادرات آنها برخوردار است را تسهیل کند.

* **سیاست تهاجمی تجارت در راستای حمایت از شرکت‌های صادراتی:** دانمارک سعی دارد از طریق اتحادیه اروپا توافق‌نامه‌های دوجانبه با دیگر کشورهای اروپایی و نیز توافق‌نامه‌های چندجانبه در قالب سازمان تجارت جهانی را به گونه‌ای تنظیم کند که منافع شرکت‌های صادراتی دانمارک تأمین شود. همچنین، این کشور در پی انعقاد موافقت‌نامه با کشورهای در حال توسعه‌ای می‌باشد که هنوز حضور چندانی در آنها ندارد. در واقع، دولت به دنبال برداشتن موانع تجارت شرکت‌های صادراتی دانمارک در کشورهای دیگر است.

* **گروه جدید هماهنگی صادرات:** به منظور دستیابی به حداکثر هماهنگی بین اقدامات حمایتی دولت از

بین‌المللی‌سازی کسب و کارها و صنعت، با مشارکت مقامات و وزارت‌خانه‌های مرتبط یک گروه فراگیر هماهنگی برای دیپلماسی اقتصادی و صادرات ایجاد خواهد شد.

۱-۳ تقویت اثر خدمات خارجی بر اشتغال و رشد اقتصادی بر مبنای صادرات

وزارت امور خارجه دانمارک در صدد اولویت بخشیدن به دیپلماسی اقتصادی است و به همین دلیل سعی می‌کند همه ابزارهای لازم برای حمایت از منافع بازرگانی و اقتصادی دانمارک در سطح بین‌المللی را فراهم آورد. این امر شامل همکاری با شرکت‌ها و دیگر شرکا، بازاریابی برای نقاط قوت دانمارک، برنامه‌ریزی کمک‌های توسعه‌ای، خدمات مشاوره، مدیریت مسائل اقتصادی و سیاسی در سطح اروپا و بین‌المللی و در نهایت اهتمام به ارتقا جایگاه دانمارک در رشد اقتصاد جهانی می‌شود. چنین اقداماتی اثری مشهود بر ابزارهای بازرگانی و فعالیت‌های بین‌المللی در حوزه اقتصاد و بازرگانی وزارت امور خارجه و نیز اقدامات مشترک و فراسازمانی دولت در عرصه اقتصاد خارجی دارد که همکاری بیشتر با مقامات ذی ربط با انگیزه حفظ منافع کسب و کارهای دانمارکی و در نتیجه سود بیشتر برای کل اقتصاد و نیز شرکت‌ها را در پی دارد. ساختار سازمانی وزارت امور خارجه دانمارک بستر بسیار مناسبی را برای اجرای ابتکارهای راهبردی و تقویت‌کننده ارزش افزوده در خارج از کشور فراهم می‌کند. از طرفی، افزایش یکپارچگی اقتصادی بین‌المللی موجب افزایش پیوندهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی بین کشورها شده است. لذا، همکاری بیشتر در حوزه‌ای خاص می‌تواند منجر به همکاری در حوزه‌های دیگر شود و فرصت‌هایی نیز جهت تأثیرگذاری بر کشور میزبان در حوزه‌هایی که برای دانمارک حائز اهمیت هستند، فراهم کند. وزارت امور خارجه به منظور تأمین هر چه بیشتر منافع دانمارک و به عنوان بخشی از اولویت‌های دیپلماسی اقتصادی، روی تعامل بیشتر با شرکت‌های بزرگ بین‌المللی که شرایط کسب و کار بین‌المللی را تعیین می‌کنند، تأکید دارد. به عنوان مثال، در سال ۲۰۱۱، سفارت دانمارک در پکن یک دپارتمان برای سیاست‌های بخشی، رشد و

اقتصاد^۱ تأسیس کرده است که حوزه فعالیت آن بیشتر اولویت‌های بازرگانی و ارتباط با مقامات دولتی است. این امر موجب ارتقا سیاست بخشی سفارت از جمله ایجاد فرصت‌های اقتصادی در بخش‌هایی مانند گردشگری و تنظیم بازار برای دانمارک می‌شود.

وزارت امور خارجه به منظور تحقق اهداف دیپلماسی اقتصادی ابتکارهای زیر را به اجرا می‌گذارد:

■ **برنامه اقدام جامع برای دیپلماسی اقتصادی:** به موجب برنامه اقدام جامع سال ۲۰۱۴، ابتکارهای خارج از کشور این وزارت روی موارد زیر تمرکز خواهد داشت: بهینه‌سازی و ایجاد فرصت‌های بازار، تقویت دسترسی و نفوذ بازرگانی و سیاسی دانمارک، جذب دانش و سرمایه‌گذاری به دانمارک. به علاوه، اقداماتی در جهت ارتقا سطح خدمات وزارت نیز انجام می‌گیرد، از جمله: به کارگیری نیروی‌های مجرب در حوزه‌های کسب و کار و بازرگانی در موقعیت‌های شغلی مرتبط.

■ **شورای رشد در سفارت دانمارک:** وزارت امور خارجه در برخی از سفارت‌خانه‌های خود در کشورهای که ظرفیت قابل توجهی برای شرکت‌های دانمارکی دارند، شورای رشد تأسیس خواهد کرد. به عنوان مثال، این شوراها می‌تواند شامل ۳-۴ نماینده از جامعه کسب و کار دانمارک و ۲-۳ نماینده از وزارت خانه‌ها/مراجعی باشد که کشور مورد نظر را واجد ظرفیت قابل توجهی از نظر صادرات، سرمایه‌گذاری و اقتصادی می‌دانند. این شوراها در قالب طرح آزمایشی در سفارت‌های دانمارک در کشورهای برزیل، ایالات متحده، فرانسه، آفریقای جنوبی و ویتنام ایجاد خواهند شد. شوراها رشد با ارائه مشاوره درباره حوزه‌های مورد تمرکز سفارت، مشاوره بازرگانی و همکاری هدفمند با مراجع دولتی و با هدف پرورش بخش‌هایی که از ظرفیت صادرات برای آینده برخوردارند، به فعالیت‌ها و اقدامات وزارت خارجه کمک می‌کنند.

1 Economy, growth and sector policies

▣ برنامه جدید برای پروژه‌های بازرگانی دارای ظرفیت قابل توجه: به منظور شناساندن و تبلیغ راه‌حل‌های دانمارکی در پروژه‌های بزرگ بین‌المللی، یک برنامه آزمایشی دو ساله برای پروژه‌های دارای ارزش بالا اجرا خواهد شد. این امر دریافت سفارش برای شرکت‌های دانمارکی در حوزه‌هایی که دانش و تجربه کافی دارند را تضمین می‌کند. این برنامه در کنار دیگر برنامه‌های توسعه‌ای بیشتر روی کشورهای در حال توسعه تمرکز خواهد داشت.

▣ مدیریت ویزا، مطبوعات و دیپلماسی عمومی: وزارت امور خارجه، نمایندگی‌های دانمارک و کنسرسیوم‌های بازاریابی بخش خصوصی و دولتی امور دیپلماسی عمومی را در بازارهای خارجی مدیریت می‌کنند. این نهادها با مدیریت مداوم شهرت دانمارک (تلاش برای معرفی نقاط قوت و توانمندی‌های دانمارک) و ارتباطات متمرکز و هدفمند به افزایش آگاهی عمومی از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های شرکت‌های دانمارکی کمک می‌کنند. بین‌المللی‌سازی توانمندی‌های دانمارک از طریق سیاست‌های ویزا نیز انجام می‌شود، برخی از این سیاست‌ها عبارتند از: برنامه فرش قرمز^۱ به منظور تسهیل و تسریع روند اعطای ویزای تجاری، برنامه‌های ویزای ویژه برای آژانس‌های مسافرتی خارجی و تسهیل روند درخواست ویزا از طریق تمرکززدایی مرجع رد درخواست ویزا.

۱-۴ بهینه‌سازی فعالیت‌های شورای تجارت در همکاری با جامعه کسب و کار کشور

دولت دانمارک اقدام به حرفه‌ای‌سازی شورای تجارت این کشور نموده است و در نتیجه، این سازمان می‌تواند مدل مناسبی برای کشورهای دیگر باشد. سالانه بیش از ۶۰۰۰ شرکت دانمارکی از خدمات بین‌المللی مشاوره بازرگانی این شورا بهره‌مند می‌شوند. همکاری شورای تجارت با جامعه کسب و کار به روش‌های مختلف انجام می‌شود، از جمله انجمن اقتصاد خارجی، کمیته ارتباط با سازمان‌های تجاری اصلی، همکاری

1 Red Carpet Program

در حساب‌های کلیدی^۱ و تمرکز مداوم بر حفظ و توسعه توانمندی‌های بازرگانی کارکنان شورای تجارت. از جمله اقدامات انجام شده در جهت حرفه‌ای سازی شورا، دریافت هزینه برای خدمات تخصصی و ویژه است به نحوی که در حال حاضر، این شورا تا ۲۵ درصد هزینه‌های خود را تأمین می‌کند. همچنین، شورای تجارت باید در حوزه خدمات مشاوره بازرگانی سیاسی (امور عمومی جهانی^۲) با دیگر نهادهای ارائه‌کننده خدمات خارجی همکاری کند زیرا به دلیل ارتباط شورا با دولت، در این حوزه دارای قابلیت‌های بالایی است. خدمات مشاوره بازرگانی-سیاسی مربوط به منافع کسب و کارهای دانمارک در رابطه با مراجع دولتی و فرایندهای سیاسی، تصمیم‌گیران بخش خصوصی و سیاسی، مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها^۳ (CSR) خطرها و چالش‌های سیاست تجاری در بازارهای خارجی می‌باشد. این خدمات از بالاترین ظرفیت برای ایجاد درآمد برای شورا و نیز ایجاد ارزش افزوده برای شرکت‌ها برخوردارند. به منظور افزایش کارایی این خدمات، قیمت‌های استاندارد برای آنها تعیین می‌شود تا شرکت‌ها متناسب با نیاز خود از خدمات شورا بهره‌مند شوند.

برنامه عمل دولت در راستای تحقق این اهداف شامل ابتکارهای زیر است:

■ **تأکید خدمات بر مشاوره بازرگانی-سیاسی:** شورای تجارت به شدت بر اجرای خدمات مشاوره بازرگانی-سیاسی به عنوان عنصری اساسی در اولویت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه و دولت تأکید خواهد داشت.

■ **مدیریت راهبردی تر با تمرکز بر ارزش افزوده و اثر:** شورای تجارت علاوه بر اهداف درآمدی، بر اهداف دیگری نیز تأکید خواهد داشت، از جمله خدمات مشاوره بازرگانی-سیاسی به منظور افزایش سهم

1 Key account cooperation

2 Global Public Affairs

3 Corporate Social Responsibility

این خدمات از ۱۹ درصد در سال ۲۰۱۳ به ۳۰ درصد در سال ۲۰۱۷ و ۴۰ درصد در سال ۲۰۲۰، خدمات مشاوره بلندمدت به منظور افزایش سهم ۳۳ درصدی این خدمات در سال ۲۰۱۳ به ۳۷ درصد در سال ۲۰۱۷ و ۴۰ درصد در سال ۲۰۲۰.

❑ **ایجاد کیفیت بالا در همه خدمات غیر رایگان:** برای شمار بسیاری از خدمات استاندارد شده قیمت مشخصی تعیین می‌شود و بر قیمت‌گذاری خدمات تخصصی‌تر و پیچیده‌شورا نیز نظارت دقیقی اعمال خواهد شد.

❑ **تقویت همکاری منطقه‌ای در حوزه کیفیت، بازاریابی و دانش بخشی:** مشارکت‌های کنونی شورای تجارت در قالب ۲۰ مشارکت بازار متحدالشکل ساماندهی می‌شود. همچنین یک برنامه بازاریابی منطقه‌ای جدید در ۶ تا ۸ منطقه نسبتاً بزرگ با هدف افزایش دانش و آگاهی جامعه کسب و کار دانمارک درباره فرصت‌های بازار در منطقه مورد نظر اجرا خواهد شد. تیم‌های مشاوره منطقه‌ای نیز در بخش‌های اولویت‌دار (محیط زیست و آب، سلامت و تأمین اجتماعی، آب و هوا و انرژی، صنایع خلاق و طراحی، مواد غذایی ماندگار) ایجاد می‌شود.

❑ **افزایش حمایت از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای شرکت‌های دانمارکی واقع در بازارهای رشد:** شورای تجارت با ایجاد باشگاه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در تعدادی از بازارهای نیازمند به خدمات مشاوره، حمایت خود را از این حوزه افزایش می‌دهد. در همین راستا، شورای تجارت با کمک برخی نهادهای دیگر از جمله صندوق سرمایه‌گذاری کشورهای در حال توسعه^۱ (IFU) یک جایزه مسئولیت اجتماعی شرکت ایجاد کرده است که به شرکت‌هایی که بیشترین تلاش را برای ارتقا مسئولیت اجتماعی شرکت در خارج با استفاده از فناوری و دانش دانمارکی انجام می‌دهند، اعطا می‌شود.

1 Investment Fund for Developing Countries



۱-۵ حضور جهانی با تمرکز بر رشد و حجم بازار

سازمان جهانی شورای تجارت دانمارک متشکل از ۲۵۸ مشاور بازرگانی، ۵۷ کارمند مستقر و ۲۰۱ کارمند محلی است که در دپارتمان تجارت سفارت ها، شوراهای تجارت و مراکز نوآوری این کشور مستقر هستند. در سفارت هایی که کارمندان شورای تجارت حضور ندارند، سفیر وظایف بازرگانی از جمله خدمات مشاوره بازرگانی-سیاسی از طریق ارتباط با سیاست گذاران بخش خصوصی و دولتی را انجام می دهد. با توجه به تغییر رویه سیاسی-اقتصادی دانمارک از اروپا به سمت مراکز رشد جدید و تأکید بر دیپلماسی اقتصادی، دولت در سال ۲۰۱۴ اصلاحاتی را در نمایندگی های دانمارک به اجرا گذاشت که همسو با تأمین منافع بازرگانی دانمارک و اقتصاد صادرات محور است. بسیاری از شرکت های دانمارکی در پی سرمایه گذاری

در بازارهای دور و چالش‌برانگیزی هستند که جزء اولویت‌های دولت دانمارک می‌باشند (کشورهای در حال توسعه).

از دیگر اولویت‌های دولت تقویت فعالیت‌های توسعه صادرات در بازارهای محلی سنتی است زیرا حضور فیزیکی در این بازارها نیز برای دستیابی به اهداف تأمین منافع دانمارک از اهمیت حیاتی برخوردار است. همچنین، شورای تجارت با کار منظم و سازمان‌یافته به تحلیل بازار و داده‌های بخشی مربوط به نقاط قوت دانمارک می‌پردازد. چنین پیش‌بینی‌هایی از قابلیت‌های دانمارک در بازار صادرات در کنار ارتباط نزدیک با جامعه کسب و کار امکان انتصاب صحیح نیروهای متخصص در نمایندگی‌های دانمارک را به وجود می‌آورند. برخی از ابتکارهای دولت در دستیابی به این اهداف به شرح زیر است:

*** افزایش جهت‌گیری رشد در سفارت‌های دانمارک:** با گشایش سفارت دانمارک در کشورهای نیجریه، فیلیپین و کلمبیا در سال ۲۰۱۴، دانمارک از فرصت‌های فراوان این کشورها بهره‌مند خواهد شد. همچنین، طبق سیاست‌های دولت دانمارک و با تمرکز و تأکید بر فرصت‌های بازرگانی و اقتصادی، سفارت‌های این کشور در چین، آفریقای جنوبی، پرو، ترکیه و اریل تقویت می‌شوند. ساختار جدید نمایندگی‌ها شامل تخصیص سالانه بیش از ۲۵ میلیون کرون دانمارک به فعالیت‌های شناسایی و به دست گرفتن بازارهای رشد جدید (کشورهای دارای قابلیت رشد اقتصادی) و بازارهای با جمعیت تقریبی ۳۰۰ میلیون نفر می‌باشد.

*** اولویت‌دادن به مهم‌ترین بازارهای رشد و بازارهای بزرگ کلیدی:** دولت دانمارک همچنان ۱۰ کشور در حال رشد^۱ را نقطه تمرکز فعالیت‌های اقتصادی در اولویت‌های سیاست اقتصادی خود می‌داند، زیرا

۱ کشورهای برزیل، روسیه، هند، چین، کره جنوبی، آفریقای جنوبی، ویتنام، ترکیه، مکزیک، اندونزی ده کشوری هستند که تا سال ۲۰۱۷، ۶۰ درصد رشد جهانی را به خود اختصاص می‌دهند و در نتیجه دانمارک آنها را در توسعه روابط تجاری در اولویت قرار داده است.

انتظار می‌رود این کشورها تا سال ۲۰۱۷، ۶۰ درصد رشد جهانی را به خود اختصاص دهند. همچنین، میزان تقاضا در این کشورها با توانمندی‌های دانمارک متناسب هستند. شورای تجارت ضمن تأکید بر ابتکارهای صادرات و رشد در بازارهای بزرگ کلیدی از قبیل ایالات متحده، آلمان و ژاپن، مصمم است حضور خود را در این ۱۰ کشور نیز افزایش دهد.

*** تداوم اولویت‌بخشی به حضور جهانی پویا و مبتنی بر داده: در سال‌های آینده وزارت امور خارجه**

بر حضور پررنگ‌تر و پویاتر شورای تجارت در بازارهای جدید و دارای جذابیت اقتصادی تأکید خواهد داشت. همچنین، شورای تجارت بستر سیاست‌گذاری را برای انتصاب کارکنان ارتقا تجارت با استفاده از تحلیل‌های تخصصی ظرفیت‌های صادرات و به صورت کاملاً سازمان‌یافته و علمی آماده خواهد کرد.

*** تفکیک و تمایز انواع حضور شورای تجارت: شورای تجارت تصمیم دارد در ۳ شکل متمایز حضور**

جهانی داشته باشد. (۱) نمایندگی‌های ارائه‌کننده خدمات کامل که می‌توانند همه خدمات مشاوره بازرگانی و نیز برخی خدمات تخصصی بخش‌های اقتصادی را به شرکت‌ها ارائه کنند. (۲) نمایندگی‌های ارائه‌کننده خدمات پایه که مجموعه منتخبی از راه‌حل‌ها و اغلب با سطح کمتر تخصص بخشی - در مقایسه با گروه اول - به شرکت‌ها ارائه می‌کنند. (۳) نمایندگی‌های عمومی بدون کارکنان تخصصی ارتقا تجارت که اساساً خدمات عمومی سیاسی و بازرگانی به شرکت‌ها ارائه می‌کنند و این خدمات اغلب از طریق همکاری با وزارت امور خارجه در کپنهاک یا همکاری‌های منطقه‌ای ارائه می‌شود.

*** تقویت حضور جهانی در حوزه نوآوری: وزارت امور خارجه با همکاری وزارت علوم و آموزش عالی با**

تأسیس مراکز نوآوری در کشورهای مختلف امکان دسترسی به دانش پیشرفته دیگر کشورها و نیز عرضه توانمندی‌های دانمارک در سطح جهانی را فراهم کرده است. در همین راستا، وزارت امور خارجه قصد دارد در توکیو پایتخت ژاپن نیز حضور گسترده‌تری در زمینه نوآوری داشته باشد.

۱-۶ همبستگی بهتر بین کمک‌های توسعه‌ای و اقدامات بازرگانی

دستیابی به همبستگی بهتر بین کمک‌های توسعه‌ای و اقدامات بازرگانی مستلزم همبستگی و هماهنگی حداکثری همه این فعالیت‌هاست، از جمله استفاده از روابط سیاسی برای معرفی و تبلیغ توانمندی‌ها و ظرفیت‌های دانمارک، کمک‌های توسعه‌ای دوجانبه و منطقه‌ای مانند همکاری و فعالیت‌های بخشی برای بهبود شرایط موجود و خدمات مشاوره بازرگانی برای شرکت‌های دانمارکی. ابتکارهایی که در زیر ارائه می‌شوند، مکمل ابتکارهای پیشین این راهبرد هستند که تأکید بیشتری بر هماهنگی بین فعالیت‌های بازرگانی و توسعه‌ای دارند، از جمله مشاوران رشد و یک برنامه مشترک برای تقویت اقدامات ارتقا صادرات. اجرای این ابتکارها به نیاز و تقاضا در کشورهای هدف، ابتکارهای بخشی و ابزارهای کمکی و قابلیت‌ها و تقاضای شرکت‌های دانمارکی بستگی دارد.

* **ارائه خدمات مشاوره درباره بازارهای جدید از طریق یک مسیر مشترک:** سفارت‌های دانمارک در کشورهای حائز اولویت برای همکاری‌های توسعه‌ای به عنوان ایستگاه اصلی خدمات مشاوره کسب و کار تقویت خواهند شد و از طریق ابزارهای «کسب و کار دانیدا»^۱ و دیگر برنامه‌های مرتبط یا از طریق ترکیبی از ابزارهای موجود، شرکت‌های دانمارکی را به استفاده از خدمات شورای تجارت تشویق می‌کنند.

* **کمک در آغاز فعالیت در بازارهای جدید:** تعداد شرکت‌ها و نیز میزان تأمین سرمایه پروژه «جوینده کسب و کار دانیدا»^۲ افزایش می‌یابد. (رجوع شود به ضمیمه) این طرح به شرکت‌ها در یافتن فرصت‌های

۱ دانیدا یا Danida در واقع برند و بستر ارتباطات دانمارک برای مجموعه فعالیت‌های همکاری‌های توسعه‌ای وزارت امور خارجه دانمارک محسوب می‌شود. دانیدا یک سازمان مستقل نیست، بلکه زیرمجموعه وزارت امور خارجه است و عنوانی کلی برای همه فعالیت‌های این وزارت در حوزه توسعه و رشد می‌باشد.

کسب و کار در زمینه تأمین نیازهای توسعه‌ای در کشورهای در حال توسعه کمک می‌کند. در گذشته،



این طرح فقط محدود به کشورهای اولویت‌دار بود ولی اکنون به همه کشورهای دانمارک در آنها نمایندگی دارد، تعمیم داده شده است.

* ایجاد صندوق سرمایه‌گذاری کشاورزی: این

صندوق به منظور حمایت از پروژه‌های پایدار و سودآور در حوزه کشاورزی و فرآوری مواد غذایی در کشورهای در حال توسعه ایجاد می‌شود.

* شرکت‌های دانمارکی دخیل در بهبود زیرساخت‌های کشورهای در حال توسعه: پروژه تأمین مالی

کسب و کار دانیدا^۱ (DBF) در راه‌حل‌های تأمین مالی و تقسیم خطر مشارکت می‌کند و به شرکت‌های دانمارکی کمک می‌کند در ارائه راه‌حل‌های زیرساختی پایدار نقش آفرینی کنند.

۱-۷ تسهیل دسترسی به تأمین مالی برای شرکت‌ها

دولت دانمارک می‌داند تأمین بودجه پروژه‌های بلندمدت صادرات حتی با وجود حمایت‌های سازمان اعتبار صادرات دانمارک^۲ (EKF) همچنان یکی از چالش‌های پیش‌روی شرکت‌های دانمارکی است. این امر می‌تواند موجب عدم موفقیت شرکت‌ها در رقابت با رقبای خود در تأمین نیازهای سرمایه‌ای مشتریان (در کشورهای در حال توسعه) شود. لذا، در سال ۲۰۱۳ شورای تجارت و سازمان اعتبار صادرات یک طرح مشترک خدمات مشاوره‌ای راه‌اندازی کردند که متشکل از گروهی در کپنهاک است. ۷ بازار در حال رشد نیز انتخاب شده است که این گروه شرکت‌های دانمارکی در زمینه تأمین مالی صادرات به آنها، خدمات مشاوره ارائه می‌دهد. مشاوران تأمین مالی این طرح به شرکت‌های دانمارکی و مشتریان خارجی آنها کمک می‌کنند

1 Danida Business Finance

2 (Eksport Kredit Fonden) Denmark's Export Credit Agency

راه‌حل‌های تأمین مالی در حوزه اعتبار صادرات، بیمه اعتباری، کمک مالی، منابع چندبعدی و تضمین‌های سرمایه‌گذاری را شناسایی کنند. این امر شامل راه‌حل‌های تأمین مالی دولتی و خصوصی می‌شود. برخی از شرکت‌ها به ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند بخش کوچکی از سهام خود را به سرمایه‌گذاران خارجی بفروشند تا از طریق این سرمایه‌گذاران به بازار دسترسی پیدا کنند. از طرف دیگر، بسیاری از تولیدکنندگان و شرکت‌های خارجی در کشورهایمانند چین و ایالات متحده می‌توانند از قابلیت‌های راه‌حل‌های پیشرفته دانمارک بهره‌مند شوند. این شرکت‌ها، اغلب شرکت‌هایی با سرمایه‌هایی بزرگ هستند که می‌خواهند به طور راهبردی با شرکت‌هایی ادغام شوند که محصولات پیشرفته آنها می‌تواند مکمل محصولات ایشان باشد. البته، شرکت‌های دانمارکی اغلب قادر به شناسایی چنین سرمایه‌گذارانی نیستند. لذا، وزارت امور خارجه سعی می‌کند به کمک نمایندگی‌های خود فرصت‌های خوبی برای چنین مشارکت‌هایی در اختیار شرکت‌های دانمارکی بگذارد. این امر می‌تواند دسترسی شرکت‌های دانمارکی به سرمایه‌گذاری خارجی را تسهیل کند و در نتیجه قابلیت‌های رشد و صادرات آنها را افزایش دهد.

برنامه عمل دولت در این زمینه شامل ابتکارهای زیر می‌باشد:

- * **برنامه وام صادرات:** دولت برنامه وام صادرات را تا سال ۲۰۲۰ تمدید می‌کند. این برنامه به صادرکنندگان دانمارکی این فرصت را می‌دهد که به مشتریان خود ابزارها و تسهیلات مالی جامع و رقابتی پیشنهاد کنند.
- * **تقویت حضور صندوق سرمایه‌گذاری کشورهای در حال توسعه (IFU)^۱ در آمریکای لاتین:** با توجه به تمایل زیاد شرکت‌های دانمارکی به سرمایه‌گذاری مستقیم در آمریکای لاتین، این صندوق درصدد تأسیس یک دفتر منطقه‌ای در بوگوتا (پایتخت کلمبیا) در کنار سفارت دانمارک است.
- * **ایجاد تسهیلات جدید سرمایه‌گذاری ویژه اوکراین:** با همکاری صندوق سرمایه‌گذاری دانمارک، یک

1 Investment Fund for Developing Countries

واحد تسهیلات سرمایه‌گذاری در اکراین تأسیس می‌شود که به ارتقا رشد، اشتغال و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط در اکراین کمک خواهد کرد.

* **مشاوره تأمین مالی در ایالات متحده:** با توجه به تجربه خوب شورای تجارت در ارائه برنامه خدمات تأمین مالی، این برنامه از ۷ بازار به ۸ بازار تعمیم می‌یابد و یک مشاور تأمین مالی برای ایالات متحده (نیویورک) نیز تعیین خواهد شد.

* **سرمایه رشد برای صادرات شرکت‌های کوچک و متوسط:** شورای تجارت یک پروژه آزمایشی برای مالکیت مشترک به عنوان راهبرد صادرات برای شرکت‌های کوچک و متوسط راه‌اندازی می‌کند. شورای تجارت به شرکت‌های کوچک و متوسط در فروش بخش کوچکی از سهام خود به شرکت‌های بزرگ خارجی کمک می‌کنند. این امر ضمن کمک به شرکت‌های کوچک و متوسط در تأمین سرمایه خطرپذیر جهت گسترش بازار، به آنها در دستیابی به دانش بازار و کانال‌های توزیع نیز کمک می‌کند.

۱-۸ بین‌المللی‌سازی و ارتقا صادرات شرکت‌های کوچک و متوسط

شرکت‌های کوچک به دلیل نداشتن منابع لازم برای غلبه بر موانع تجاری با چالش‌های بسیاری در بازار مواجه هستند. شورای تجارت موظف به ارتقا بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط، شرکت‌ها و کارآفرینان نوآور و مستعد رشد از طریق ابتکارهایی مانند برنامه‌های یارانه است.

اقدامات حمایتی شورای تجارت در طول دوره ۲۰۱۱-۲۰۰۱ منجر به رشد ۴ تا ۸ درصدی شرکت‌های کوچک و متوسط شده است. همچنین، بررسی‌ها نشان می‌دهد خدمات مشاوره بلندمدت در مقایسه با خدمات کوتاه‌مدت، تأثیر بیشتری بر رشد شرکت‌های کوچک و متوسط داشته‌اند. همچنین، شورای تجارت در همکاری نزدیک با مراکز منطقه‌ای توسعه کسب و کار، خدمات مشاوره‌ای که به شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه می‌کند را بهینه و تقویت می‌نماید. در همین راستا شورای تجارت تلاش می‌کند شرکت‌های

کوچک و متوسط را در همه مناطق کشور از خدماتی که می‌تواند در اختیار آنها بگذارد، مطلع نماید. مراکز محلی توسعه کسب و کار و نیز شوراهای کسب و کار محلی در این زمینه با شورای تجارت همکاری بسیاری دارند.

مراکز نوآوری دانمارک در خارج از کشور با شناسایی بازارهای مناسب برای محصولات و فناوری‌های شرکت‌های دانمارکی هزینه‌های بازاریابی آنها را تا حد زیادی کاهش می‌دهند. در واقع، همکاری شبکه‌های نوآوری دانمارک با خوشه‌های بین‌المللی بزرگ باید تداوم و تعمیق یابد، زیرا تجارب گذشته نشان می‌دهد این نوع همکاری‌ها در معرفی شرکت‌های دانمارکی به عرصه بین‌المللی تجارت بسیار مؤثر هستند. تمرکز این نوع فعالیت‌ها باید روی آن دسته از نقاط قوت دانمارک باشد که کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. برنامه عمل دولت در راستای تحقق اهداف این حوزه شامل ابتکارهای زیر می‌باشد:

*** برنامه‌های شرکت‌های کوچک و متوسط با تمرکز بر ایجاد ارزش از طریق همکاری بلندمدت:** از سال ۲۰۱۴، شورای تجارت سیاست جدیدی برای شرکت‌های کوچک و متوسط به اجرا گذاشته است که بر تفکر کلی‌نگر، ایجاد ارزش و انعطاف‌پذیری تأکید دارد. برنامه‌های جدید از طریق همکاری بلندمدت در حوزه مشاوره نوآوری و توسعه صادرات سعی در ایجاد ارزش برای شرکت‌ها دارند.

*** تقویت مشاوره بخشی و آماده‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط برای صادرات:** انجام مطالعات تحلیل نیازهای داخلی و غربالگری آنها می‌تواند امکان ارائه کمک‌های کاربردی به بازارهای صادرات شرکت‌ها را افزایش دهد. لذا، شورا خدمات مشاوره بخشی خود را با همکاری مراکز منطقه‌ای توسعه کسب و کار برای شرکت‌های کوچک و متوسط گسترش می‌دهد. با توجه به اینکه خدمات مشاوره باید متناسب با نیازهای خاص شرکت‌ها باشد، شورای تجارت از طریق پیگیری فعالیت‌ها و تعامل مستمر با مراکز منطقه‌ای توسعه کسب و کار سعی دارد همواره تناسب خدمات با نیازها و چالش‌های شرکت‌ها را

در بالاترین سطح ممکن حفظ نماید.

* **تقویت همکاری‌های بین‌المللی نوآوری از طریق شبکه‌های نوآوری:** وزارت علوم و آموزش عالی از شبکه‌های نوآوری و دیگر سازمان‌های مرتبط که می‌توانند در ایجاد همکاری نوآوری بین شرکت‌های دانمارکی و شرکت‌های خارجی مؤثر باشند، حمایت می‌کند. به شرکت‌های عضو و به ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط بودجه‌هایی برای فعالیت‌های بین‌المللی سازی و نوآوری اعطا خواهد شد. فعالیت‌های بین‌المللی شبکه‌های نوآوری در همکاری نزدیک با مراکز نوآوری دانمارک، شورای تجارت و سازمان سرمایه‌گذاری در دانمارک انجام می‌گیرد.

راهبرد دولت دانمارک برای بین‌المللی‌سازی و ارتقا صادرات شرکت‌های کوچک و متوسط

۱ ایجاد ارزش برای شرکت‌های
کوچک و متوسط از طریق
همکاری بلندمدت

۲ تقویت مشاوره بخشی و
آماده‌سازی شرکت‌های کوچک
و متوسط برای صادرات



۳ تقویت همکاری‌های
بین‌المللی نوآوری از
طریق شبکه‌های نوآوری

۹-۱ چارچوبى بهتر برآى فعاليت‌هاى مؤثر و مبتنى بر كسب و كار جهت ارتقا صادرات

امروزه بسيارى از كشورهاي در حال توسعه در پى ادغام در اقتصاد جهانى و توسعه و رشد تجارت خود هستند. بسيارى از شركت‌هاى دانمارك از جمله صنايع داروسازى و آب از نظر فنى در دنيا پيشگام هستند. لذا، گسترش تجارت با كشورهاي در حال توسعه از طريق فعاليت‌هاى جمعى توسعه صادرات و ديگر ابتكارهاي «كسب و كار دانيدا» مى‌تواند برآى دو طرف سودمند باشد. تقويت تأمين بودجه فعاليت‌هاى جمعى ارتقا صادرات مى‌تواند در ايجاد مشاركت‌هاى كسب و كار با كشورهاي در حال توسعه و افزايش رشد بازار شركت‌هاى دانمارك بسيار مؤثر باشد.

برنامه ارتقا جمعى صادرات شامل يارانه‌هاى تا ۵۰ درصد هزينه‌هاى برنامه‌ريزى و اجراى برنامه‌هاى توسعه صادرات مى‌باشد. اين يارانه‌ها به ويژه برآى شركت‌هاى كوچك و متوسط كه از منابع محدودترى برخوردارند، بسيار مؤثر مى‌باشد. سالانه حدود ۱۰۰ برنامه ارتقا جمعى صادرات با مشاركت حدود ۱۲۰۰ شركت انجام مى‌شود كه ۶۰ درصد آنها را شركت‌هاى كوچك و متوسط تشكيل مى‌دهد. نتايج بررسى‌هاى انجام شده نشان مى‌دهد به طور ميانگين ۸۷ درصد شركت‌ها از اين برنامه رضایت كامل يا زيادى داشته‌اند. همچنين فعاليت‌هاى فرهنگى در جهت افزايش آگاهى عمومى نسبت به ادبيات، موسيقى، فيلم، طراحي و معماری دانمارك نيز مى‌تواند در کنار اين برنامه‌ها در جهت افزايش فرصت‌هاى صادرات شركت‌هاى دانماركى بسيار مفيد باشد.

دولت به منظور ايجاد چارچوبى مؤثرتر برآى ارتقا صادرات ابتكارهاي زير را به اجرا مى‌گذارد:

■ **برنامه مشترك ارتقا صادرات:** دانيدا و شوراي تجارت دانمارك يك برنامه مشترك ارتقا صادرات با هدف بهبود صادرات شركت‌ها، بين‌المللى‌سازى و تجارت با كشورهاي در حال توسعه و ديگر كشورها

اجرا خواهد کرد. این برنامه دو بخش خواهد داشت: ۱. برنامه‌های سنتی ارتقا صادرات که شامل فعالیت‌هایی در کشورهای غیر عضو کمیته کمک به توسعه (DAC)^۱ می‌باشند و ۲. هیئت‌های کسب و کار دانیدا که در کشورهای عضو کمیته کمک به توسعه فعالیت دارد و مطابق با معیارهای توسعه در پاسخ به نیازهای این کشورهای در حال توسعه عمل می‌کنند. همچنین، بودجه قابل توجهی به برنامه مشترک توسعه صادرات تخصیص داده شده است که در تسریع اجرای ابتکارها و پروژه‌های آن بسیار مؤثر است. این برنامه می‌تواند به تقویت هماهنگی بین فعالیت‌های توسعه‌ای و منافع بازرگانی کمک کند و در نتیجه، ضمن تأمین نیازهای سرمایه‌گذاری کشورهای در حال توسعه می‌تواند برای صنعت و کسب و کار دانمارک نیز بسیار مفید باشد.

مشارکت‌های جدید هیئت‌های رسمی: از طریق مشارکت بخش خصوصی و دولتی یک گروه جدید در وزارت امور خارجه تشکیل خواهد شد که هدف آن اجرای برنامه‌های رسمی ارتقا صادرات است به نحوی که از نظر عملیاتی و راهبردی مؤثر و کارآمد باشند. شرکای این مشارکت عبارتند از وزارت امور خارجه و سازمان‌های مرتبط تجاری که در قالب انتصاب کارکنان یا تخصیص بودجه با آن جهت ارتقا صادرات همکاری می‌کنند. این گروه در شورای تجارت مستقر خواهد شد و یکی از کارکنان مجرب وزارت امور خارجه ریاست آن را برعهده خواهد داشت. وظیفه اصلی این واحد حمایت از سفارت‌ها و دیگر نمایندگی‌های دانمارک در تهیه و اجرای برنامه‌های رسمی ارتقا صادرات است و در عین حال به کسب دانش و تجربه به منظور تداوم و ارتقا این فعالیت‌ها نیز می‌پردازد. (۱)

1 Development Assistance Committee



ضمیمه: همبستگی بهتر بین کمک‌های توسعه‌ای و اقدامات بازرگانی

اخیراً دولت دانمارک در راستای توسعه و ارتقا فعالیت‌های دانیدا، پیش‌نویس راهبرد جدید دانمارک برای همکاری‌های توسعه‌ای و کمک‌های بشردوستانه خود را تهیه کرده است. به موجب این راهبرد دانمارک برای اولین بار راهبرد کمک‌های بشردوستانه و راهبرد همکاری‌های توسعه‌ای را در هم ادغام نموده و در قالب یک راهبرد مشترک ارائه کرده است. پس از تهیه این پیش‌نویس در سال ۲۰۱۶ و به دنبال مشاوره‌ها و مذاکرات طولانی، در نهایت در سال ۲۰۱۷ بر اساس آن، راهبرد «دنیای ۲۰۳۰» تدوین شد. این راهبرد به زبان دانمارکی در وبسایت وزارت امور خارجه موجود است و ترجمه انگلیسی و فرانسه آن نیز به زودی در دسترس خواهد بود.

در همین راستا، در اولویت‌هایی که برای سال ۲۰۱۷ تعیین شده است توجه به رفع فقر، ایجاد اشتغال، توسعه آموزش و مراقبت‌های بهداشتی و سلامت، بهبود برابری جنسیتی و برداشتن موانع توسعه پایدار در کشورهای که دانمارک با آنها همکاری‌های توسعه‌ای دارد یا به آنها کمک‌های بشردوستانه ارائه می‌کند، از اهمیت بالایی برخوردار است. به عبارتی، کشور دانمارک در پی کمک به کشورهای دنیا از طریق همکاری‌های توسعه‌ای هدفمند است تا کمک‌های مستقیم بشردوستانه را با راهکارهای توانمندسازی کشورها جایگزین نماید. (۲)

در جدول زیر نمونه‌های از برنامه‌هایی که در سال ۲۰۱۵ و با هدف توسعه پایدار در کشورهای هدف اجرا شده است، نمایش داده شده است.

کشور	فعالیت	سرمایه گذاری (میلیون کرون دانمارک)
زیمبابوه	رشد و کشاورزی	۴۵
	حاکمیت خوب	۵۵
سومالی	حامیت خوب و رشد اقتصادی	۴۵۰
تانزانیا	حاکمیت خوب	۲۵۰
کنیا	سلامت	۳۷۵
	رشد سبز و اشتغال	۶۳۰
	حاکمیت خوب	۲۰۰
موزامبیک	قرارداد توسعه	۹۰
غنا	قرارداد توسعه	۲۲۰
مالی	حاکمیت خوب	۶۶
	مدیریت منابع طبیعی و آب	۴۵
	ایجاد نهادهای دولتی ^۱	۱۰۴
کل آفریقا		۲,۵۳۰
پاکستان	دموکراسی و جامعه مدنی	۳۴
	ایجاد ثبات و بازسازی	۴۶

۱۴۷	ایجاد نهادهای دولتی	فلسطین
۱۵	فرصتهای اقتصادی برابر	
۱۷۰	حاکمیت خوب	افغانستان
۳۴۵	آموزش	
۷۵۷	کل آسیا و آمریکای لاتین	

منابع:

- 1- Government Strategy on Export Promotion and Economic Diplomacy, The Danish Government, May 2014.
- 2- <http://um.dk/en/danida-en/goals>