

Економічна дипломатія як стратегічний напрямок зовнішньої політики США

Олександр Горбачук,

к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: OleksandrGI@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0001-6511-9211

Одним з найдієвіших інструментів оперативного узгодження і врегулювання спірних питань в процесі здійснення зовнішньоекономічної діяльності, захисту національних інтересів та надійного забезпечення економічної безпеки держав є економічна дипломатія, яка стала унікальним явищем сучасних міжнародних відносин.

Термін «економічна дипломатія» (*economy diplomacy*) набув широкого вжитку в США наприкінці 20 ст., коли в результаті розпаду СРСР втрачала актуальність американська зовнішньополітична стратегія стримування часів холодної війни. Натомість уся політична система США з її підрозділами від посольств і консульств - до адміністрації Президента поставила перед собою стратегічне завдання: успішне просування вітчизняних товаровиробників і експортерів на зовнішній ринок. З цього часу будь-які політичні відносини США з країнами світу або міжнародними організаціями мали неодмінно приносити позитивний економічний ефект і це стало головним критерієм якості роботи Президента, його адміністрації, відповідних владних структур [1].

В цьому розумінні видається цікавою редакційна стаття, розміщена в газеті *Washington Post* за 23.11.2021р. з промовистою назвою: «Економічна дипломатія працює». Авторкою статті є Посол США, Барбара Стефенсон (*Barbara Stephenson*), котра в той час була президентом Американської асоціації дипломатичної служби (*American Foreign Service Association / AFSA*) [2].

Зокрема, пані Стефенсон у своїй статті розкриває основну ідею, яка працювала і працює на користь двопартійної Америки впродовж усіх років після Другої світової війни. Квінтесенція цієї ідеї полягає в тому, що маючи менше 5% населення планети та володіючи 20% світової економіки, Сполучені Штати більше, ніж будь-яка інша країна, зацікавлені у передбачуваних правилах гри на міжнародній арені, оскільки від цього безпосередньо залежить економічна могутність цієї держави і, відповідно, добробут і якість життя її громадян.

Саме тому для США життєво важливо зберігати таку модель міжнародних відносин, де:

- Керівники компаній, перебуваючи за кордоном, можуть вільно виходити на вулицю та повертатися додому, не остерігаючись пограбування, викрадення, чи терористичного акту;
- кораблі можуть вільно борознити океани без військового супроводу;
- контракти мають виконуватися, а суперечки вирішуватися справедливо, на основі міжнародного права.

Не важко здогадатися, що такий самий світ потрібний не лише Сполученим Штатам, але й іншим притомним країнам, громадяни яких обрали цивілізований шлях розвитку і готові дотримуватись принципів міжнародного права.

Для прикладу, однією з головних цілей Барбари Стефенсон на посаді Посла США в Панамі було забезпечення вільного проходження кораблів через Панамський канал, щоб торговий флот різних країн міг безперешкодно курсувати океанами задля підтримки світової торгівлі. Також за її каденції команда Посольства США багато часу і енергії присвятила справі розкриття обставин викрадення та вбивства американського бізнесмена, причому зроблено це було так, щоб у подальшому викрадення і утримання американських громадян з метою викупу для злочинного світу було непривабливим. Крім цього пані Посол допомагала місцевим правникам встановлювати прозорі та справедливі правила захисту інтелектуальної власності, які лягли в основу місцевої законодавчої бази і в подальшому почали захищати інтелектуальну власність громадян Панами так само ефективно, як і громадян США.

Увага автора акцентується на тому, що й для інших працівників дипломатичної служби США усунення перешкод для міжнародної торгівлі та відкриття ринків є беззаперечним першочерговим професійним обов'язком, що безумовно сприяє американському бізнесу в набутті рівноправних конкурентних можливостей задля економічного процвітання як у США, так і в усьому світі. У зв'язку з цим, пані Стефенсон згадує телеграму Державного Секретаря США Майка Помпео, яка була розіслана всім дипломатичним установам країни на початку листопада 2021 року «Розвиток комерційної дипломатії в усьому світі». В цій телеграмі чітко зазначено, що уряд США зробив економічну дипломатію пріоритетом зовнішньої політики і надає практичні поради щодо зміцнення країни шляхом дипломатичної підтримки бізнес-інтересів США [3].

Далі пані Посол наголошує на тому, що якби сьогодні вона вносила пропозиції щодо удосконалення роботи зовнішньополітичних представництв у відповідності до ключового пріоритетету зовнішньої політики США, то приєдналася б до вказівок, наданих в цій телеграмі: «Сприяння широкому, відповідальному та стійкому економічному зростанню допомагає стабілізувати різні регіони світу та створює нові зростаючі ринки для компаній США. Прозорі та рівні умови для американських інвестицій у країни, розташовані в цих регіонах протистоять викликам, таким як китайська ініціатива «Один пояс, один шлях».

Коли члени Конгресу США відвідують посольства, пані Стефенсон радить своїм колегам бути готовими розповісти народним обранцям, що конкретно робиться дипломатами задля допомоги американським компаніям конкурувати і перемагати на зовнішньому ринку. Адже успіх американських компаній за кордоном не лише поповнює національний бюджет, покращуючи якість життя громадян всередині країни, але й посилює лідерство США на світовій арені, нагадуючи громадянам інших країн про необхідність докладати зусиль до розвитку власних компаній, власного бізнесу, про важливість використовувати досягнення науково-технічного прогресу, маючи перед собою приклад США.

Тут працює простий і дохідливий принцип: хочете жити так, як ми, - робіть так, як ми.

Такий підхід до дипломатичної служби, безсумнівні успіхи американських дипломатів у просуванні національного бізнесу на світові ринки, цілком виправдовує бюджетні витрати на утримання дипломатичних представництв. Ба більше, обґрунтовує необхідність додаткового фінансування, щоб образно кажучи «вивести на поле всю команду і виграти гру». Це особливо актуально нині, з огляду на зростання конкуренції з боку Китаю, росії та інших недемократичних країн, поширення їх деструктивного агресивного впливу в світі. Робота AFSA з членами Конгресу США безпосередньо залежить від економічної ефективності роботи всього дипломатичного корпусу в усьому світі. Тому кожному дипломатові потрібно відшліфувати власну історію успіху, ба навіть невдач, що може бути не менш повчальним.

У березні 2019 року відзначалося 100-річчя періодичного видання *The Foreign Service Journal*. У рамках підготовки до столітньої виставки з цієї нагоди, в партнерстві з Дипломатичним центром США, співробітники редакції уважно переглянули цифрові архіви FSJ. Зокрема, дуже цікавим виявилось перше видання, яке тоді називалося *American Consular Bulletin*. Більшість статей цього видання інформують про дії консульської служби США щодо сприяння торгівлі: від своєчасних авансових виплат морякам, які працюють на американських судах в іноземних портах, - до належної організації експортних поставок. З редакторського пояснення стає зрозуміло, що вже тоді, на початку 20 століття консульська служба була організована урядом з конкретною метою: просування інтересів американського бізнесу за кордоном.

Цей факт свідчить, що підтримка американського бізнесу з боку зовнішньополітичних представництв не є чимось новомодним. Більше того, ця діяльність не є допоміжною чи супутньою до основної. Навпаки: «Це основна наша мета! Це головна причина, створення Служби закордонних справ США і чому ми взагалі існуємо» - пише пані Стефенсон. Виконуючи свою роль президента AFSA як виразник інтересів і «голос дипломатичної служби», вона провела чимало часу в дорозі, розповідаючи горду історію дипломатичної служби США американцям по всій їх великій країні.

Основною частиною цієї історії, яка завжди резонує в будь-якій аудиторії, є чітка і зрозуміла відповідь на питання: що робить Служба закордонних справ США за межами країни, щоб забезпечити процвітання вдома. Так, наприклад, учасники щорічного агрофестивалю Farm Fest у південній Міннесоті після докладного пояснення, як Служба закордонних справ працює над відкриттям закордонних ринків для вирощеної в Америці сої, - одразу зрозуміли: те, що роблять дипломати, має велике значення для їх галузі і на пряму впливає на рівень і якість їх життя. Інший приклад: Служба закордонних справ допомогла місцевій фірмі встановити приголомшливої краси скляну скульптуру у фойє нового розкішного готелю в Китаї. Коли цей факт було озвучено і наочно показано для бізнес-аудиторії «Клубу Співдружності» в Сан-Франциско (The

Commonwealth Club World Affairs of California) - стало зрозуміло, як глобальна мережа американських посольств допомагає місцевому бізнесу демонструвати досконалість американського дизайну та можливості відчизняного виробництва. Такі кроки дипломатії безумовно покращують імідж США серед усіх, хто це бачить і врешті створюють сприятливу атмосферу для успішних дій американського бізнесу.

«...коли Міністерство закордонних справ виконує свою основну пріоритетну місію: допомогати американському бізнесу конкурувати та перемагати, - ми автоматично зміцнюємо глобальне лідерство Америки, яка відмовляється поступатися грою там, де правила цієї гри написані самими Сполученими Штатами...» - так завершує свою статтю Посол Барбара Стефенсон, президент Американської асоціації дипломатичної служби [2].

Оскільки економічно обгрунтований підхід до зовнішньої політики, який демонструє США є взірцем для наслідування іншими цивілізованими державами, то цілком природно аналогічний підхід має стати стратегічним напрямком зовнішньої політики й України. Для цього потрібно докорінно змінити парадигму дипломатичної служби, де отримання зростаючого економічного ефекту має стати пріоритетом і першим показником якості роботи всіх зовнішньополітичних представництв України за кордоном. Тоді економічна дипломатія запрацює і в нашій країні, приносячи реальні плоди у вигляді достойного рівня життя громадян України.

Ключові слова: економічна дипломатія; зовнішня політика держави; дипломатичні служби.

Список використаних джерел

1. Горбачук О.І. Економічна дипломатія як технологія реалізації експортного потенціалу / О.І. Горбачук // Сучасні технології реалізації експортного потенціалу: колективна монографія / за ред. В.В. Рокочої. - К.: Університет "КРОК", 2022. - С. 245-283.
2. Barbara Stephenson. *Economic Diplomacy Works*. URL: <https://afsa.org/economic-diplomacy-works>
3. Shaun Donnelly, Daniel Crocker. *Six Elements of Effective Economic/Commercial Diplomacy*. URL: <https://afsa.org/six-elements-effective-economic-commercial-diplomacy>