

**Економічна теорія**

Хосе Мануель Маседо БОТЕЛЬЙО,
Івета МІЕТУЛЕ,
Ганна ПУРІЙ,
Ірина МАКСИМОВА,
Володимир КУЛІШОВ

**СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ
ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ПІСЛЯ СПОВІЛЬНЕННЯ
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ («СЛОВБАЛІЗАЦІЇ»)****Резюме**

Досліджено перехід від глобалізації до її більш обмеженої моделі, яка називається «повільна стабілізація» або «словбалізація», в контексті найбільшого виклику економічній дипломатії. Визначено проблеми глобалізації, окреслено її можливі причини та наслідки та розглянуто можливість повернення до всебічного протекціонізму як вияву економічної дипломатії національних економічних систем в умовах глобалізації та «словбалізації». Новизна

© Хосе Мануель Маседо Ботельйо, Івета Міетуле, Ганна Пурій,
Ірина Максимова, Володимир Кулішов, 2021.

Ботельйо Хосе Мануель Маседо, PhD, Еворський університет, Португалія. ORCID: 0000-0002-4001-6563 Email: jmmbinternationalization@gmail.com.

Міетуле Івета, д.е.н., професор, Факультет економіки та менеджменту, Технологічна академія Резекне, Латвія. ORCID: 0000-0001-7662-9866 Email: mietule@inbox.lv.

Пурій Ганна, PhD, доцент, Державний університет економіки і технологій, Україна. ORCID: 0000-0003-4226-4445 Email: puriy_av@kneu.dp.ua.

Максимова Ірина, PhD, доцент, кафедра міжнародної економіки, Державний університет економіки та технологій, Україна. ORCID: 0000-0001-9754-0414 Email: maksimova_ii@kneu.dp.ua.

Кулішов Володимир, д.е.н., професор, кафедра міжнародної економіки, Державний університет економіки та технологій, Україна. ORCID: 0000-0002-8527-9746 Email: kulishov_vv@kneu.dp.ua.

цієї роботи полягає у трактуванні економічної дипломатії як інструменту підтримки економічного відновлення в унікальному пандемічному контексті, сприянні визначення національної та міжнародної політики для створення розвинутої мережі, яка зможе об'єднати уряд, посольства, консульства, агентства, установи, компанії та домогосподарства для досягнення ефективної співпраці. Зроблено висновок, що економічна дипломатія загалом, а також агентства з просування експорту заохочують стимулювання експорту та зростання торгівлі. Виявлено, що стратегія економічної дипломатії є рушієм відновлення і може допомогти у випадку спадання, визначаючи чітку експортну стратегію, створюючи велику мережу, яка залучає всіх суб'єктів господарювання, мережу офісів за кордоном для поширення експортної політики, використовуючи широкий ряд інструментів, зокрема двосторонні, регіональні та багатосторонні угоди.

Ключові слова

Глобалізація; словбалізація; протекціонізм; економічна дипломатія; агентства з просування експорту (АПЕ).

Класифікація за JEL: F63, F68, O40.

4 рисунки, 2 таблиці, 28 джерел літератури.

Огляд літератури та постановка проблеми

Світова економіка переживає складний перехід від стрімкої глобалізації до її уповільнення, а протистояння між економічним націоналізмом та глобалізацією посилюється, що є одним із найбільших викликів для економічної дипломатії.

Незважаючи на значний науковий інтерес до питань глобалізації та широкого вивчення дипломатичної парадигми, проблема економічної дипломатії зазвичай розглядається з політичної точки зору та ґрунтується на заса-

дах міжнародних відносин. В останнє десятиліття у світовій економіці відбувся перехід від всебічної глобалізації до більш стриманої «словбалізації» (Bakas, 2015). Визнано, що економічна дипломатія впливає на економічний розвиток, оскільки вона може усунути бар'єри та відкрити ринки, а агенції з просування експорту активно сприяють зростанню торгівлі (Bergeijk et al., 2011).

Економічну дипломатію забезпечує уряд та підтримує національна й міжнародна мережа, що складається з посольств, консульств, агентств та установ підтримки бізнесу (Bayne & Woolcock, 2016; Okano-Heijmans, 2011). Уряд та його мережа економічної дипломатії контактують з компаніями (вітчизняними та іноземними) для стимулювання інвестицій та експортної торгівлі (Saner & Yiu, 2003). Кілька статей висвітлюють тісний зв'язок між економічною дипломатією та торгівлею (van Bergeijk, 2009).

На думку О. Шарова (Sharov, 2018), процеси глобалізації спонукають нових «гравців» вийти на дипломатичну арену, що значною мірою трансформує детермінанти класичної дипломатії та підкреслює важливість економічної дипломатії. Природно припустити, що процеси глобалізації мають трансформаційний вплив на коло дипломатичних відносин. Економічна дипломатія стає невід'ємною частиною світової економіки.

Дослідження досвіду країн, яке провів К. Фліссак (Flissak, 2015), показало значущу кореляцію між макроекономічними показниками країни та «якістю» її економічної дипломатії. Отже, глобальні економічні показники та міжнародні ринки потрібно розглядати в контексті дипломатичного середовища.

Багато вчених визнають, що криза, зумовлена пандемією, різко посилила уповільнення глобалізації у світовому масштабі та майже в усіх регіонах світу (Кноета, 2020; Gygli et al., 2019). У цьому контексті економічна дипломатія надає цінну практичну методологію для відновлення на тлі уповільнення глобалізації, що спричинена унікальною в сучасному світі кризою в галузі охорони здоров'я. Необхідно терміново впроваджувати національну та міжнародну політику захисту бізнесу та сім'ї, що сприятиме зростанню торгівлі.

З огляду на цей факт національні уряди мають сформулювати стратегії економічної дипломатії, зосереджені на відновленні та відбудові в умовах «словбалізації». Агенції просування експорту (АПЕ) можуть бути ефективним інструментом, спрямованим на заохочення такої стратегії. Однак застосування АПЕ потребує додаткових досліджень, щоб забезпечити відновлення економіки.

Мета дослідження. Основною метою цього дослідження є визначення ролі стратегії економічної дипломатії у скороченні темпів уповільнення глобалізації. Завдання, поставлені для дослідження, пов'язані з агентствами з просування експорту:

1. Взаємозв'язок між АПЕ та впливом на стимулювання експорту;
2. Взаємозв'язок між АПЕ та впливом на здатність виходу та виживання компанії на зовнішніх ринках;
3. Взаємозв'язок між АПЕ та впливом на диверсифікацію продукції та географії ринків;
4. Взаємозв'язок між АПЕ та впливом на компетенції малого бізнесу;
5. Взаємозв'язок між економічною дипломатією через посольства і консульства та впливом на експорт.

Методологія дослідження

У статті використано якісний підхід з урахуванням контексту та масштабу дослідження. Якісний аналіз є більш доцільним для цієї тематики, оскільки метою є розуміння та інтерпретація досліджуваного явища. Дані, використані для цього дослідження, взяті з джерел, у т. ч. книг, академічних журналів та публікацій.

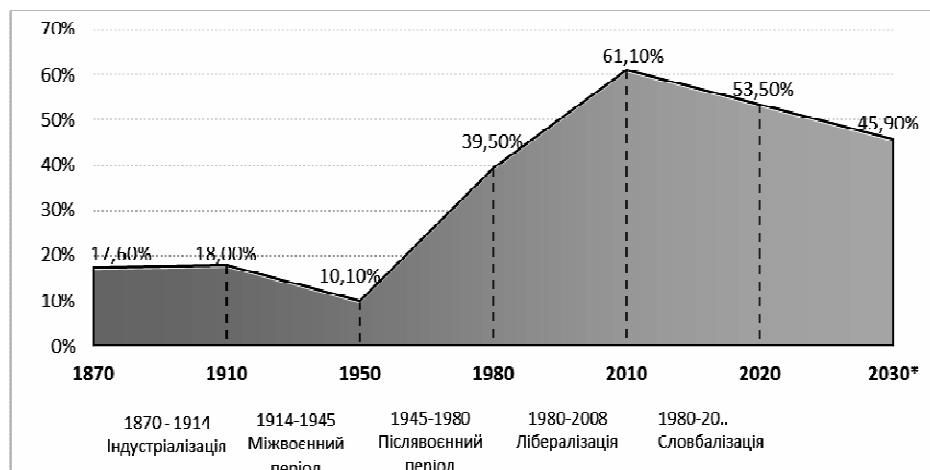
Результати дослідження

Глобалізацію можна визначити як вільний рух товарів, послуг, даних, капіталу та технологій у світі (Milanovic, 2012; Campbell, 1994). Три основні причини допомогли глобалізації досягти до-пандемічного рівня: (а) лібералізація торгівлі та усунення транскордонних бар'єрів; (б) економічна інтеграція та усунення контролю; (в) досягнення в галузі технологій та інфраструктури (транспорт, дороги, порти, аеропорти) та менші витрати на зв'язок. Ці вдосконалення зменшили бар'єри часу та відстані та створили враження «тіснішого світу» (Oxford Economics, 2011; Dicken, 1992). На рис. 1 показано п'ять етапів та дві хвилі сучасної глобалізації відповідно до значень індексу відкритості торгівлі (Ortiz-Ospina & Beltekian, 2018), що визначається як співвідношення: [(світовий експорт + світовий імпорт) / світовий ВВП].

Перша хвиля глобалізації закінчилася з початком Першої світової війни, коли лібералізм занепав, а націоналізм набув популярності, що призвело до спадання темпів міжнародної торгівлі. На рис. 1 показано великий спад у міжвоєнний період. Друга хвиля розпочалася після Другої світової війни. У післявоєнний період простежується зростання, яке тривало до 2010 р., після чого відбулося спадання (рис. 1).

Рисунок 1

Етапи сучасної глобалізації



Джерело: створено авторами на основі Ortiz-Ospina & Beltekian (2018).

Примітка*: 2030 – прогнозовані значення.

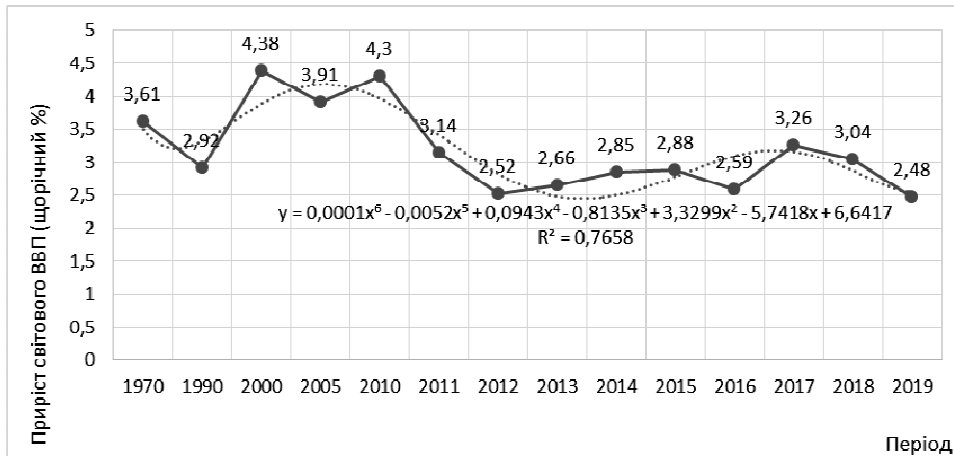
Як показано на рис. 2, зростання світового ВВП сповільнилося після Великої рецесії (економічний спад з 2007 по 2009 рр.), а потім перейшло до регулярного зниження, яке називають «словбалізацією» через зменшення або стагнацію обсягів транскордонних інвестицій, торгівлі, банківських позик та ланцюгів поставок.

Тренд показників світового експорту товарів та послуг виявляє значне зниження темпів зростання глобалізації після 2014 р. (18,74 трлн дол. США) з невеликим відновленням у 2018 р. (19,26 трлн дол. США).

Темпи глобалізації відрізняються залежно від того, чи вони реєструються щодо країн із високим рівнем доходу, країн із низьким та середнім рівнем доходу, чи країн з низьким рівнем доходу. В цьому розрізі чітка тенденція до зменшення глобалізації (рис. 4) виявляється в країнах з низьким рівнем доходу (коефіцієнт кореляції перевищує 0,8). Країни із середнім рівнем доходу демонструють цю тенденцію у меншому ступені (коефіцієнт вище 0,6), а країни з високим рівнем доходу – найслабше (0,3).

Рисунок 2

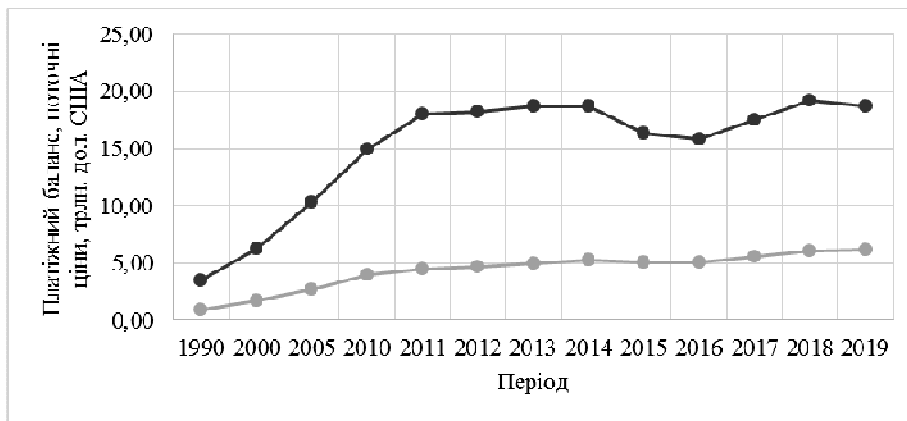
Зростання світового ВВП (річний показник), відсотки



Джерело: створено авторами на основі даних Кноета (2020).

Рисунок 3

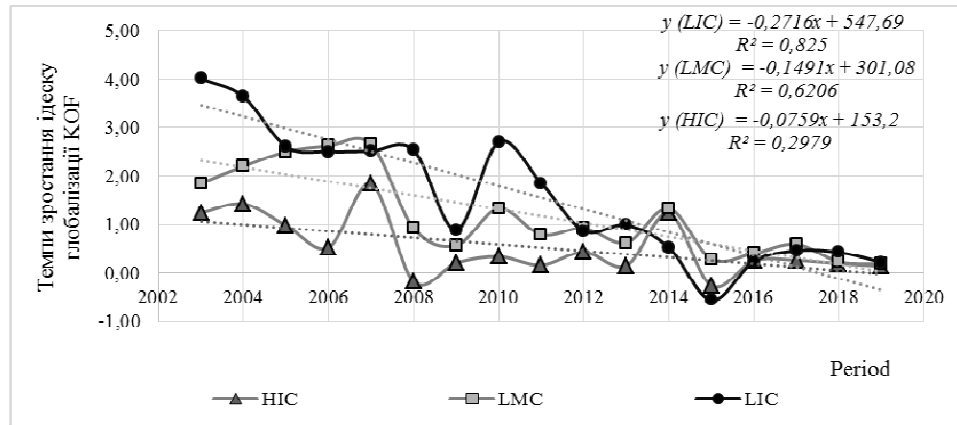
Світовий експорт товарів та послуг



Джерело: створено авторами на основі даних Кноета (2020).

Рисунок 4

Темпи глобалізації в країнах з різним рівнем економічного розвитку



Джерело: створено авторами на основі індексу глобалізації KOF (Gygli et al., 2019).

Примітка: HIC – країни з високим рівнем доходу; LMC – країни з середнім рівнем доходу; LIC – країни з низьким рівнем доходу

Аналіз прогнозів економічного зростання за регіонами світу (табл. 1) дає можливість зробити декілька спостережень:

- у Східній Азії та Тихоокеанському регіоні економічне зростання зменшилось до +0,9% (найнижчий показник з 1967 р.), зокрема показник Камбоджа знизився до -2,0%, Китаю – до +2,0%, Індонезії – до -2,2%, Малайзії – до -5,8% , Таїланду – до -6,5%, а В'єтнаму – до +2,8%;
- в Європі та Центральній Азії економічне зростання зменшилось до -2,9%, спадання відбулося майже у всіх країнах: у Польщі – до -3,4%, Російській Федерації – до -4,0%, Таджикистані – до +2,2%, Туреччині – до +0,5% та Україні – до -5,5%;
- у Латинській Америці та Карибському регіоні економічне зростання спало до -6,9%, зокрема в Бразилії – до -4,5%, а Чилі – до -6,3%;
- у країнах з розвинутою економікою економічне зростання знизилось до -5,4%, зокрема показник США – до -3,6%, Єврозони – до -7,4%, а Японії – до -5,3%;
- у Південній Азії економічне зростання впало до -6,7%, зокрема показник Афганістану зменшився до -5,5%, Бангладеш – до +2,0%;

Бутан – до +0,7%, Індія – до -9,6%, Мальдіви – до -21,5%, Непал – до +0,2%, Пакистан – до -1,5%, а Шрі-Ланка – до -6,7%;

- на Близькому Сході та в Північній Африці економічне зростання впало до -5,0%, зокрема Єгипет – до -3,6%, Ірак впав до -9,5%, Саудівська Аравія впала до -5,4%, а Об'єднані Арабські Емірати – до -6,3%;
- в Африці на південь від Сахари економічне зростання впало до -3,7%, зокрема показник Анголи – до -4%, Камерун – до -2,5%, Республіка Конго – до -8,9%, Ліберія – до -2,9%, Мозамбік – до -0,8%, Намібія – до -7,9%, Нігерія – до -4,1%, а Південна Африка – до -7,8%.

Таблиця 1

Реальний ВВП регіонів та країн світу

Регіон	Щорічні оцінки і прогнози (%)				
	2018	2019	2020 ^e	2021 ^f	2022 ^f
Світ	3.0	2.3	-4.3	4.0	3.8
Розвинені економіки	2.2	1.6	-5.4	3.3	3.5
Сполучені Штати	3.0	2.2	-3.6	3.5	3.3
Єврозона	1.9	1.3	-7.4	3.6	4.0
Японія	0.6	0.3	-5.3	2.5	2.3
Ринки та економіки, що розвиваються	4.3	3.6	-2.6	5.0	4.2
Східна Азія та Тихоокеанський регіон	6.3	5.8	0.9	7.4	5.2
Камбоджа	7.5	7.1	-2.0	4.0	5.2
Китай	6.6	6.1	2.0	7.9	5.2
Індонезія	5.2	5.0	-2.2	4.4	4.8
Малайзія	4.7	4.3	-5.8	6.7	4.8
Таїланд	4.1	2.4	-6.5	4.0	4.7
В'єтнам	7.1	7.0	2.8	6.7	6.5
Європа та Центральна Азія	3.4	2.3	-2.9	3.3	3.9
Польща	5.4	4.5	-3.4	3.5	4.3
Російська Федерація	2.5	1.3	-4.0	2.6	3.0
Таджикистан	7.3	7.5	2.2	3.5	5.5
Туреччина	3.0	0.9	0.5	4.5	5.0
Україна	3.4	3.2	-5.5	3.0	3.1
Латинська Америка та Карибський регіон	1.9	1.0	-6.9	3.7	2.8
Бразилія	1.8	1.4	-4.5	3.0	2.5
Чилі	3.9	1.1	-6.3	4.2	3.1

Реґіон	Щорічні оцінки і прогнози (%)				
	2018	2019	2020 ^e	2021 ^f	2022 ^f
Близький Схід та Північна Африка	0.5	0.1	-5.0	2.1	3.1
Єгипет	5.3	5.6	3.6	2.7	5.8
Ірак	-0.6	4.4	-9.5	2.0	7.3
Саудівська Аравія	2.4	0.3	-5.4	2.0	2.2
Об'єднані Арабські Емірати	1.2	1.7	-6.3	1.0	2.4
Південна Азія	6.5	4.4	-6.7	3.3	3.8
Афганістан	1.2	3.9	-5.5	2.5	3.3
Бангладеш	7.9	8.2	2.0	1.6	3.4
Бутан	3.8	4.3	0.7	-0.7	2.3
Індія	6.1	4.2	-9.6	5.4	5.2
Мальдівські острови	8.1	7.0	-21.5	9.5	11.5
Непал	6.7	7.0	0.2	0.6	2.5
Пакистан	5.5	1.9	-1.5	0.5	2.0
Шрі-Ланка	3.3	2.3	-6.7	3.3	2.0
Субсахарська Африка	2.6	2.4	-3.7	2.7	3.3
Ангола	-2.0	-0.9	-4.0	0.9	3.5
Камерун	4.1	3.7	-2.5	3.0	3.4
Республіка Конго	-6.2	-3.5	-8.9	-2.0	1.3
Ліберія	1.2	-2.3	-2.9	3.2	3.9
Мозамбік	3.4	2.2	-0.8	2.8	4.4
Намібія	0.7	-1.1	-7.9	2.2	2.0
Нігерія	1.9	2.2	-4.1	1.1	1.8
Південна Африка	0.8	0.2	-7.8	3.3	1.7

Джерело: адаптовано авторами на основі World Bank. (2020). *Global Economic Prospects*. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1612-3>

Примітка: e = оцінка; f = прогноз.

Економічна дипломатія вважається важливою з трьох причин. По-перше, у багатьох країнах уряд відіграє активну роль в економічній політиці. По-друге, державні компанії можуть бути контрагентами підприємств, які функціонують на міжнародних ринках, що спонукає підприємців до пошуку шляхів співпраці з національним урядом. По-третє, уряд може втрутитися, щоб зменшити або зупинити міжнародні операції, що викликають проблеми. Економічну дипломатію вивчає наукова спільнота, а її актуальність серед політиків збільшує її популярність.

Одним з інструментів економічної дипломатії є агентства з просування експорту (АПЕ). АПЕ належать до урядового або державного сектору і відіграють ключову стратегічну роль у наданні допомоги компаніям, які прагнуть

збільшити обсяги експорту та товарообігу за допомогою служб підтримки маркетингу, фінансів, досліджень та публікацій. Уряд залучається у зв'язку з неспроможністю ринку та асиметрією інформації (Olarreaga et al., 2017). Існує інформація, яку критично важливо аналізувати та вивчити перед прийняттям рішення щодо виходу на зовнішній ринок; вона охоплює інформацію про можливості для бізнесу, встановлення мережі контактів та ланцюгів поставок, потреб споживачів, прийнятих податків та інших зборів, пов'язаних з комерційною діяльністю (Lederman et al., 2010; Hausmann & Rodrik, 2003). Невизначеність щодо різних законів та нормативних актів зовнішнього ринку представлена як причина підтримки з боку державного сектору, що реалізується через експортне страхування (Kneller & Greenaway, 2005).

АПЕ мають важливу мету, яка полягає у збільшенні кількості компаній-експортерів, оскільки економічний розвиток передбачає вихід на зовнішні ринки. Вихід на зовнішні ринки може підвищити продуктивність компаній (Yang & Mallick, 2010) завдяки технічному ноу-хау, який надають іноземні компанії, та високій якості, що необхідна для конкуренції на міжнародних ринках (Verhoogen, 2008), а також стимулу до розробки стратегії диверсифікації для розширення кількості ринків, на яких функціонує компанія. Компанії, що володіють ноу-хау та інноваційними можливостями, є більш конкурентоспроможними у виробництві та продажі товарів і послуг (Hausmann et al., 2007; Higoaldo et al., 2007).

АПЕ можуть зіграти велику роль у допомозі малим та середнім підприємствам (МСП) у процесі виходу на зовнішні ринки. МСП не мають великих структур підтримки, тому їм потрібна допомога у виявленні ринкових можливостей та забезпеченні здатності компанії конкурувати на ринку, оскільки лише найбільш конкурентоспроможні досягають стадії експорту (Melitz & Redding, 2014).

Згідно з багатьма дослідженнями АПЕ позитивно впливають на допомогу компаніям у просуванні експорту, надання їм навичок виходу та функціонування на зовнішньому ринку, надання їм ноу-хау для географічної та товарної диверсифікації на зовнішніх ринках (табл. 2).

Роуз (Rose, 2007) є винятком у дослідженнях щодо впливу АПЕ на експорт. Він оцінив вплив економічної дипломатії (посольств чи консульств) на експорт і дійшов висновку, що експорт зростає на 6–10% за рахунок кожного нового консульства за кордоном. Роуз стверджує, що посольства та консульства втратили значення в рамках прийняття рішень через низькі витрати на зв'язок, а отже, перетворилися на агентів з просування експорту.

Таблиця 2

Дослідження з питань стимулювання експорту

Дослідження на рівні підприємств показують позитивний вплив АПЕ на:	Автори	Рік	Посилання:
стимулювання експорту	Альварез і Креспі	2000	Alvarez, R. E., & Crespi, G. T. (2000). <i>Exporter Performance and Promotion Instruments: Chilean Empirical Evidence</i> . Estudios de Economía.
	Горг, Генрі, і Штробль	2008	Gorg, H., Henry, M., & Strobl, E. (2008). Grant Support and Exporting Activity. <i>The Review of Economics and Statistics</i> , 90(1), 168–174.
	Фрайксанет	2012	Freixanet, J. (2012). Export promotion programs: Their impact on companies' internationalization performance and competitiveness. <i>International Business Review</i> , 21(6), 1065–1086. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2011.12.003
	Гельдрес-Вайсс і Карраско-Роа	2016	Geldres-Weiss, V. V., & Carrasco-Roa, J. A. (2016). Impact evaluation of national export promotion programs on export firms using contrast groups. <i>International Journal of Export Marketing</i> , 1(1), 77–95.
здатність підприємства виходити та функціонувати на зовнішніх ринках	Круз	2014	Cruz, M. (2014). <i>Do Export Promotion Agencies Promote New Exporters?</i> The World Bank. https://doi.org/10.1596/1813-9450-7004
	Ледерман, Оларреага, і Завала	2016	Lederman, D., Olarreaga, M., & Zavala, L. (2016). Export promotion and firm entry into and survival in export markets. <i>Canadian Journal of Development Studies</i> , 37(2), 142–158. https://doi.org/10.1080/02255189.2016.1131671
	Брукс і Ван Бізебройк	2017	Broocks, A., & Van Biesebroeck, J. (2017). The impact of export promotion on export market entry. <i>Journal of International Economics</i> , 107, 19–33. https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2017.03.009
	Манч і Шаур	2018	Munch, J., & Schaur, G. (2018). The effect of export promotion on firm-level performance. <i>American Economic Journal: Economic Policy</i> , 10(1), 357–387. https://doi.org/10.1257/pol.20150410

Дослідження на рівні підприємств показують позитивний вплив АПЕ на:	Автори	Рік	Посилання:
географічну, а також товарну диверсифікацію	Альварез і Креспі	2000	Alvarez, R. E., & Crespi, G. T. (2000). <i>Exporter performance and promotion instruments: Chilean empirical evidence</i> . <i>Estudios de Economía</i>
	Вольпе Мартінкус і Карбальйо	2010	Volpe Martincus, C., Estevadeordal, A., Gallo, A., & Luna, J. (2010). Information barriers, export promotion institutions, and the extensive margin of trade. <i>Review of World Economics</i> , 146(1), 91–111. https://doi.org/10.1007/s10290-009-0043-0
	Кадот, Фернандес, Гурдон, Матту	2015	Cadot, O., Fernandes, A. M., Gourdon, J., & Mattoo, A. (2015). Are the benefits of export support durable? Evidence from Tunisia. <i>Journal of International Economics</i> , 97(2), 310–324. https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2015.07.005
	Вольпе Мартінкус і Карбальйо	2010	Volpe Martincus, C. V., & Carballo, J. (2010). Entering new country and product markets: Does export promotion help? <i>Review of World Economics</i> , 146(3), 437–467.
компетенції малого бізнесу	Вольпе Мартінкус і Карбальйо	2010	Volpe Martincus, C., & Carballo, J. (2010). Beyond the average effects: The distribution impacts of export promotion programs in developing countries. <i>Journal of Devel. Economics</i> , 92(2), 201–214. https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2009.02.007
	Леоніду, Саміє, Гельдрес	2014	Leonidou, L. C., Samiee, S., & Geldres, V. V. (2014). Using national export promotion programs to assist smaller firm's international entrepreneurial initiatives. In P.N. Ghauri, & V.H.M. Kirpalani (Eds.), <i>Handbook of research on international entrepreneurship strategy: Improving SME performance globally</i> . Edward Elgar Publishing Ltd. https://doi.org/10.4337/9781783471584.00023
	Манч і Шаур	2018	Munch, J., & Schaur, G. (2018). The effect of export promotion on firm-level performance. <i>American Economic Journal: Economic Policy</i> , 10(1), 357–387. https://doi.org/10.1257/pol.20150410

Джерело: створено авторами на основі De Falcis et al. (2018).

Висновки

У нинішніх економічних умовах рух проти глобалізації, зумовлений зростанням невдоволення через нерівність доходів, збільшив популярність протекціоністської торгової політики. У 2017 р. країни G20 не змогли гарантувати дотримання зобов'язань щодо вільної торгівлі та уникнути протекціонізму. Ці зміни можуть призвести до більш протекціоністських заходів, які можуть створити бар'єри для вільної торгівлі та зіпсувати архітектуру багатосторонніх правил, що застосовувалася з 1940-х років (Lakatos & Kutlina-Dimitrova, 2017).

Існує велика ймовірність повернення до протекціонізму, який буде відповіддю країн на глобальні виклики. Очікується, що торгова політика країн буде більш консервативною, що, можливо, приведе до нових заходів щодо впровадження більших тарифів на імпорту та більшої кількості нетарифних бар'єрів (ліцензування, котирування імпорту). Національні уряди можуть навіть спробувати захистити деякі національні галузі.

Щоб скористатися перевагами глобалізації, уряди повинні викорінювати нерівність у світовій торгівлі, усувати торгові бар'єри та впроваджувати більш справедливу торговельну систему з акцентом на дипломатичну політику.

Якщо уявити сценарій кількісного оцінювання впливу протекціоністських заходів за умов, коли всі торгові угоди були скасовані, а комерційні послуги зросли на 3 відсотки, результати показали би 40-відсоткове зростання середніх загальносвітових тарифних ставок з 2,7 до 3,8%. Це гіпотетичний сценарій, але у ньому враховані наслідки подальшого протекціонізму (Lakatos & Kutlina-Dimitrova, 2017).

Глобалізація стала можливою завдяки лібералізації ринку та торгівлі, усуненню транскордонних бар'єрів, вільному руху товарів, капіталу, технологій, даних, людського капіталу та підтримці держави, коли ринок зазнавав невдач. Після Другої світової війни глобалізація уповільнилася внаслідок зростання протекціонізму та стагнації транскордонних інвестицій, торгівлі, банківських позик та ланцюгів поставок.

У зв'язку з кризою, що зумовлена пандемією, необхідні спеціальні заходи для захисту компаній та сімей за допомогою економічної дипломатії. Економічна дипломатія може допомогти при словбалізації (уповільненні глобалізації) шляхом реалізації двосторонніх, регіональних та багатосторонніх угод. Посольства та консульства є агентами просування експорту, і, за підрахунками, відкриття консульства чи посольства може збільшити експорт на 6% до 10% (Rose, 2007).

Агентства з просування експорту (АПЕ) також є потужним інструментом національних урядів для сприяння та збільшення експорту. За останні десятиліття структура АПЕ змінилася і стала більш орієнтованою на експорт. АПЕ мають реальний вплив на національний експорт. За оцінками, збільшення бюджету АПЕ на 10% приведе до приросту експорту від 0,6 до 1%. Крім того, АПЕ відіграють важливу роль у подоланні торгових бар'єрів або виправленні асиметричної інформації. АПЕ позитивно впливають на стимулювання експорту, на здатність компанії виходити та функціонувати на зовнішніх ринках, на географічну та торгову диверсифікацію, а також на компетенцію малого бізнесу.

Успішні АПЕ, тобто ті, що мають найбільший національний експорт, належать до приватного сектору, але мають велику частку фінансування з державного сектору. Одне надійне агентство є кращим, ніж наявність декількох невеликих агентств, і більше впливає на збільшення експорту.

Економічна дипломатія – це ключ до визначення національної та міжнародної політики, стимулювання торгівлі та інвестицій та вирішення міжнародних суперечок. Завдання економічної дипломатії охоплюють розвиток імпортно-експортних відносин, розширення економічних інтересів та ведення переговорів про торгові угоди та комерційне співробітництво. АПЕ мають важливе значення для виходу МСП на зовнішні ринки, а отже, збільшення експорту та інвестицій.

Список використаної літератури

- Bakas, A. (2015). *Capitalism & Slowbalization: The Market, the State and the Crowd in the 21st Century*. Dexter.
- Bayne, N. & Woolcock, S. (2016). *The new economic diplomacy: Decision making and negation in international economic relations* (4th ed.). Taylor & Francis Group.
- Bergeijk, P. A., Okano-Heijmans, M., & Melissen, J. (Eds.). (2011). *Economic diplomacy: economic and political perspectives* (Vol. 1). Martinus Nijhoff Publishers.
- Campbell, D. (1994). Foreign investment, labour immobility and the quality of employment. *International Labour Review*, 133(2), 185–188.
- De Falcis, E., Valentina, R., Solleder, O., & Ticku, R. (2018). What bang for the buck? Export promotion and trade extensive margin. *ITC Working Paper Series, WP-02-2018.E*. https://www.intracen.org/uploadedFiles/intracencorg/Content/Redesign/Projects/SME_Competitiveness/TPO%20-%20WP-02-2018.E.pdf

- Dicken, P. (1992). *Global shift: The internationalization of economic activity*. Paul Chapman Publishing Ltd.
- Flissak, K. (2015). Economic diplomacy mechanism: World experience and Ukraine. *Journal of global economy review*, 2(1), 26-33. https://mogmat.uowm.gr/wp-content/uploads/sites/19/2021/03/JGER_2_2015.pdf#page=27
- Gygli, S., Haelg, F., Potrafke, N., & Sturm, J.-E. (2019). The KOF Globalisation Index – revisited. *Review of International Organizations*, 14(3), 543–574. <https://doi.org/10.1007/s11558-019-09344-2>
- Hausmann, R., Hwang, J., & Rodrik, D. (2007). What you export matters. *Journal of economic growth*, 12(1), 1-25. <https://doi.org/10.1007/s10887-006-9009-4>
- Hausmann, R., & Rodrik, D. (2003). Economic development as self-discovery. *Journal of development Economics*, 72(2), 603–633.
- Hidalgo, C. A., Klinger, B., Barabási, A. L., & Hausmann, R. (2007). The product space conditions the development of nations. *Science*, 317(5837), 482–487. <http://dx.doi.org/10.1126/science.1144581>
- Kneller, R., & Greenaway, D. (2005). Firm heterogeneity, exporting and foreign direct investment: A survey. *University of Nottingham Research Paper Series*, 2005/32. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.863964>
- Knoema. (2020). National accounts main aggregates database (Version of December 16, 2020) [Data set]. <https://knoema.ru/UNNAMAD2018/national-accounts-main-aggregates-database>.
- Lakatos, C., & Kutlina-Dimitrova, Z. (2017). The global costs of protectionism. *Policy Research Working Paper, No. 8277*. <http://documents.worldbank.org/curated/en/962781513281198572/The-global-costs-of-protectionism>
- Lederman, D., Olarreaga, M., & Payton, L. (2010). Export promotion agencies: Do they work?. *Journal of development economics*, 91(2), 257–265. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2009.09.003>
- Melitz, M. J., & Redding, S. J. (2014). Heterogeneous firms and trade. In G. Gopinath, E. Helpman, & K. Rogoff, (Eds.), *Handbook of International Economics*. Elsevier.
- Milanovic, B. (2012). Global income inequality by the numbers: In history and now – An overview. *World Bank Policy Research, Working Paper 6259*. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-6259>
- Okano-Heijmans, M. (2011). Conceptualizing economic diplomacy: The crossroads of international relations, economics, IPE and diplomatic studies. *The Hague journal of diplomacy*, 6(1-2), 7–36. <http://dx.doi.org/10.1163/187119111X566742>

- Olarreaga, M., Sperlich, S., & Trachsel, V. (2017). Export promotion: What works?. *FERDI Working Paper, No. 184*. <https://ferdi.fr/dl/df-N3jtnfSNX3EaQeYSq1tdSCzv/ferdi-p184-export-promotion-what-works.pdf>
- Oxford Economics. (2011). *The new digital economy: How it will transform business*. <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/the-new-digital-economy.pdf>
- Ortiz-Ospina, E., & Beltekian, D. (2018). *Trade and globalization*. Our World in Data. <https://ourworldindata.org/trade-and-globalization>
- Rose, A. K. (2007). The foreign service and foreign trade: embassies as export promotion. *World Economy, 30*(1), 22–38.
- Saner, R., & Yiu, L. (2003). International economic diplomacy: Mutations in post-modern times. *Discussion Papers in Diplomacy, No. 84*. http://www.businessdiplomats.com/images/articles/files/Postmodern_diplomacy.pdf
- Sharov, O. (2018). Economic diplomacy as a symbiosis of science and politics. *International Economic Policy, 1*, 64–87. http://iepjournal.com/journals_eng/28/2018_3_Sharov.pdf
- van Bergeijk, P. A. G. (2009). *Economic diplomacy and the geography of international trade*. Edward Elgar Publishing
- Verhoogen, E. A. (2008). Trade, quality upgrading, and wage inequality in the Mexican manufacturing sector. *The Quarterly Journal of Economics, 123*(2), 489–530. <https://doi.org/10.1162/qjec.2008.123.2.489>
- World Bank (2020). *Global Economic Prospects*. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1612-3>
- Yang, Y., & Mallick, S. (2010). Export premium, self-selection and learning-by-exporting: Evidence from Chinese matched firms. *The World Economy, 33*(10), 1218–1240. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2010.01277.x>

Стаття прийнята: 20 квітня, 2021.
Стаття рецензована: 27 квітня, 2021.
Стаття прийнята: 17 травня, 2021.