



УДК 339.5

ЕКОНОМІЧНА ДИПЛОМАТІЯ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ

БАРАНЕЦЬКИЙ І.О.,
кандидат
економічних наук,
радник, Департамент
Америки,
Міністерство
закордонних справ
України

Стаття присвячена системі економічної дипломатії США, її особливостям та пріоритетам. Проаналізовано інституційну структуру забезпечення економічної дипломатії, ключові завдання зовнішньоекономічної політики США та інструменти їхньої імплементації.

Ключові слова: економічна дипломатія; США; підтримка експорту; залучення інвестицій; зовнішньоекономічна політика.

Сполучені Штати є однією з провідних держав світу з точки зору ефективного використання сучасних інструментів економічної дипломатії з метою реалізації своєї зовнішньоекономічної політики, захисту національних інтересів та забезпечення економічної безпеки держави.

В останні роки роль американської економічної дипломатії, її можливості та ефективність значно посилюються. Ще у 2012 році керівництво зовнішньополітичного відомства США визначило своїм послам, а також керівникам і співробітникам економічних відділів закордонних дипломатичних установ, залученим до просування американського бізнесу практично в усіх країнах світу, **три пріоритети сучасної економічної дипломатії США:** 1) просування і захист американського бізнесу за кордоном; 2) сприяння залученню додаткових обсягів іноземних інвестицій в американську економіку; 3) створення рівних умов діяльності і ринкової конкуренції для американського бізнесу в інших країнах світу.

При цьому **аналіз особливостей американської економічної дипломатії не є самоцілью даного дослідження, але можливістю використати напрацьований Сполученими Штатами досвід для підвищення ефективності вітчизняної дипломатичної служби на економічному напрямку.** В умовах триваючої військової агресії та безпрецедентного економічного тиску з боку РФ, успішність просування і захисту Україною своїх економічних інтересів на зовнішньому ринку є питанням національної безпеки.

Впродовж останніх років Державний департамент США, який взяв на себе роль координатора впровадження сучасних механізмів економічної дипломатії, провів безпрецедентну кількість заходів зовнішньоекономічного спрямування, що стало практичним втіленням ініціатив Президента США Б.Обами, озвучених ним, зокрема, під час звернення до Конгресу зі щорічним посланням «Про стан країни» у 2012 році. Так, **16 лютого 2012 року Держдепартамент США оприлюднив офіційну позицію Держсекретаря щодо реформатування зовнішньої політики США у напрямку економізації дипломатичної роботи та приділення більшої уваги зовнішньоекономічним інтересам США:** переосмислення пріоритетів зовнішньої політики США, яка раніше була спрямована здебільшого на упередження і подолання загроз національній безпеці, здебільшого у політико-військовій сфері, часто залишаючи при цьому поза увагою аналіз нових економічних можливостей Сполучених Штатів. Окрему увагу приділено посиленню кадрового складу дипломатичної служби США досвідченими фахівцями у сфері економіки та професіоналами у зовнішньоекономічних відносинах, що призвело до перегляду системи прийняття на дипломатичну службу, кар'єрного зростання, проведення спеціальних тренінгів та підвищення кваліфікації дипперсоналу. 21-22 лютого 2012 року відбулася перша Глобальна конференція з бізнесу під егідою Держдепу США, яка включала розширену панельну дискусію американських послів, присвячену обговоренню підтримки американського бізнесу за кордоном.

Офіційний **Вашингтон фактично задекларував початок більш жорсткої, прагматичної і навіть «відверто агресивної» зовнішньоекономічної політики США,** допускаючи більш широкі застосування економічних інструментів для вирішення своїх зовнішньополітичних викликів та захисту національних інтересів. Крім того, Держ-

департамент стандартизував інформацію з торговельно-економічних та інвестиційних питань на сайтах усіх своїх дипломатичних місій, започаткував проведення регулярних зустрічей американських послів з представниками бізнесу, посилив підготовку фахівців з економічної дипломатії та запровадив новий веб-ресурс для американського бізнесу (BusinessUSA) за зразком «єдиного вікна».

Варто відзначити, що загальна концепція реформатування зовнішньої політики США та основні ідеї Держдепартаменту США виявилися дуже близькими до українського досвіду «економізації зовнішньої політики» та посилення ролі вітчизняного зовнішньополітичного відомства у зовнішній торгівлі. Водночас, ініціативи щодо стимулювання експорту і кредитування національних експортерів, держпрограма залучення іноземних інвестицій в економіку, формат «єдиного вікна» для бізнесу та іноземних інвесторів, а також проведення періодичних куштових нарад з послами на тему економічної дипломатії отримали в США значно більшу політичну волю, фінансове та інституційне забезпечення.

Наразі зовнішньоекономічна політика США спрямовується на такі пріоритетні напрямки як просування і стимулювання зростання обсягів американського експорту та підтримка експансії американських компаній на нових ринках; покращення зовнішньоторговельного балансу шляхом захисту внутрішнього ринку від недобросовісної конкуренції, низькоякісного імпорту та розвитку імпортозаміщуючих виробництв; недопущення нової глобальної фінансово-економічної кризи; захист за кордоном прав інтелектуальної власності американських правласників; створення нових робочих місць; підвищення конкурентоспроможності економіки і розвиток інновацій, а також забезпечення енергетичної безпеки.

Комплексну систему захисту прав та інтересів американських товаровиробників за кордоном забезпечує: **Міністерство торгівлі США** (ключовий орган виконавчої влади, відповідальний за підтримку американського експорту) у **кооперації з Офісом Торговельного представника США** (торговельні переговори, захист інтелектуальної власності та прав американських інвесторів за кордоном) та **Державним департаментом США** (координація зовнішньополітичних аспектів експортної політики США, питання санкцій та «політичної доцільності» тощо), **Координаційний комітет зі сприяння торгівлі США (Trade**

Promotion Coordinating Committee), а також система **Комерційної служби Сполучених Штатів (Foreign Commercial Service)**, яка включає понад 100 місцевих представництв та 150 закордонних підрозділів в 80-ти країнах світу, **економічні відділи та представники галузевих міністерств** (енергетики і фінансів, митної та податкової служб тощо) у складі **американських Посольств, Адміністрація США з питань малого бізнесу (Small Business Administration, SBA), Експортно-Імпортний банк США (U.S. Export Import Bank), Корпорація закордонних приватних інвестицій (OPIC) та Агентство США з торгівлі та розвитку (USTDA)**.

Одними з головних завдань **Міністерства торгівлі (Department of Commerce)** є захист інтересів національних виробників закордоном, а також просування американських товарів на зовнішні ринки. Зокрема, Міністерство торгівлі забезпечує здійснення аналізу стану ринків інших країнах світу, опікується розробкою міжнародних торговельних угод, надає американським компаніям необхідний захист у випадках протиправних дій з боку іноземних держав та суб'єктів господарювання та інше. Підрозділом Міністерства торгівлі, який відповідає за роботу на міжнародному напрямку, є **Адміністрація з міжнародної торгівлі (Адміністрація створила та на постійній основі підтримує роботу основного інформаційно-аналітичного та консалтингового порталу з питань експорту: www.export.gov)**. Адміністрація сприяє забезпеченню конкурентоздатності галузей американської економіки на зовнішніх ринках, опікується впровадженням положень законів та угод щодо експортно-імпортних операцій, а також застосуванням антидемпінгових та компенсаційних мит (спільно з Офісом Торговельного представника США). Ця ж установа через свій відділ під назвою **Комерційна служба** опікується комерційними відділами у складі Посольств США за кордоном, фінансування яких здійснюється за рахунок бюджету Міністерства торгівлі США, а також за рахунок зборів, стягнених за надання послуг приватним фірмам (сприяння в участі в міжнародних виставках, дослідження ринків конкретних товарів тощо). На сьогодні Комерційна служба має 150 закордонних офісів у 80 країнах світу. В країнах, де представництва Комерційної служби відсутні, торговельні інтереси країни представляє економічна секція Посольства, але в цьому випадку бюджетне фінансування відбува-

ється за рахунок коштів, виділених на утримання Держдепартаменту США.

Представництва Комерційної служби США за кордоном надають американським компаніям такі послуги: здійснюють маркетингові дослідження ринків країн перебування; розробляють експортні стратегії; займаються відбором надійних торговельних партнерів; допомагають налагоджувати зв'язки з урядами країн та компаніями державної форми власності; інформують про діюче в інших країнах законодавство, що регулює торговельну та економічну діяльність; надають консультації з юридичних питань; допомагають долати торговельні бар'єри; виконують на замовлення компаній різноманітні завдання, зокрема, беруть участь у тендерах; надають сприяння з просування товарів походженням зі США на ринки країн перебування; сприяють участі американських компаній в міжнародних ярмарках, виставках та інших заходах.

Зовнішня експансія американських компаній і банків та захист їхніх інтересів за кордоном знайшли відповідне відображення на законодавчому рівні. Значна кількість комітетів і підкомітетів **Конгресу США** опікується питаннями міжнародної торгівлі та ведення бізнесу за кордоном як першочерговими завданнями діяльності найвищого законодавчого органу держави. Про це свідчить, зокрема, прийняття Конгресом Закону про забезпечення безпеки при іноземному інвестуванні в США (Foreign Investment Security Act), а також Закону про адміністрування експорту (Export Administration Act). Серед нормативно-правових документів, в яких визначено пріоритети та шляхи досягнення цілей стимулювання експорту слід відзначити **“Національну експортну стратегію” (National Export Strategy)**, що розробляється на щорічній основі **Координаційним комітетом зі сприяння торгівлі США (Trade Promotion Coordinating Committee)**, який є одним з основних державних органів, що підтримують розвиток міжнародного економічного співробітництва США. До його складу входять 20 причетних державних структур та організацій.

Іншим документом, що має значний вплив на засади зовнішньоекономічної політики США у короткотерміновому періоді, є **“Звіт щодо бар'єрів у зовнішній торгівлі” (National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers)**, що розробляється Офісом Торговельного представника США за участю Держдепартаменту, Міністерств сільського господарства, торгівлі, транспорту, праці, юстиції,

а також Комісії з міжнародної торгівлі США. Значений документ включає в себе огляд найбільш значних зовнішніх бар'єрів для американського експорту та надає кількісну оцінку впливу цих бар'єрів на обсяги американського експорту. Крім того, у звіті надаються рекомендації щодо дій, які б сприяли усуненню відповідних бар'єрів.

Міжвідомчу координацію з федеральними міністерствами та відомствами, представники яких залучаються до розробки положень американського законодавства щодо міжнародної торгівлі, здійснює **Офіс Торговельного Представника США** (Office of the United States Trade Representative, ОТП). Офіс очолює Торговельний представник США, який є Послом за рангом та прямо підпорядковується Президенту та Конгресу. Торговельний представник є також заступником голови Корпорації зарубіжних приватних інвестицій, членом правління Експортно-імпортного банку без права голосу та членом Національної консультативної ради щодо зовнішньої валютної та фінансової політики.

У **Державному департаменті США** питання підтримки експортної та інвестиційної діяльності компаній та банків США координує **Бюро з питань економіки, енергетики та бізнесу** (Bureau of Economic, Energy and Business Affairs). За ініціативи Бюро при Держдепартаменті створено **Фонд стимулювання та сприяння бізнесу** (Business Facilitation Incentive Fund), який надає підтримку зовнішньоекономічним контрактам та інвестиційним проектам американських компаній і банків. Зовнішньоекономічною проблематикою і наданням сприяння та забезпечення інтересів американського бізнесу в Держдепартаменті також займаються Бюро з міжнародних інформаційних програм, Бюро досліджень і розвідки, Дорадча рада з питань міжнародної безпеки, Агентство США з міжнародного розвитку.

Водночас відбувається процес безпосереднього впливу провідних організацій американського бізнесу, його лобістських та інформаційно-медійних структур на процес розробки та реалізації зовнішньополітичного та зовнішньоекономічного курсу держави з метою максимального врахування інтересів американського бізнесу на зовнішніх ринках. Державний департамент залучає представників провідних американських компаній до спільних заходів, спрямованих на посилення міжнародного іміджу держави, надаючи широке сприяння приватному бізнесу США за кордоном. Подібну співпрацю забезпечують такі структури:

- **Консультативний комітет з питань міжнародної економічної політики при Державному департаменті** (State Department's Advisory Committee on International Economic Policy), який готує пропозиції Уряду США з питань зовнішньоекономічної політики, двосторонніх відносин, запровадження економічних санкцій проти окремих держав та компаній.

- **Консультативна рада з питань міжнародних комунікаційних зв'язків та інформаційної політики при Державному департаменті** (International Communications and Information Policy), яка опікується наданням сприяння провідним американським компаніям-виробникам та провайдерам інформаційно-комунікаційної техніки і послуг у реалізації їхньої продукції за кордоном.

- **Національна рада з питань зовнішньої торгівлі** (National Foreign Trade Council), членами якої є понад 550 компаній і банків, які взаємодіють з провідними державними установами США щодо розробки зовнішньоекономічного курсу держави, оподаткування прибутків, отриманих за кордоном, субсидювання експортних програм, сприяння і захисту інтересів бізнесу США за кордоном. Національна рада з питань зовнішньої торгівлі є найбільш впливовою бізнесовою організацією країни, на долю членів якої припадає близько 70% експорту США та обсягу іноземного інвестування.

Система торгових палат США, які є важливим елементом зовнішньоекономічної політики країни, розгалужена та багаторівнева. Якщо на рівні окремих міст може нараховуватися кілька торгових палат різного розміру, типу та галузевого спрямування, то на рівні штатів США кількість торгових палат подекуди перевищує 100. В США під поняттям торгово-промислової палати розуміють організацію, що об'єднує зацікавлених у веденні бізнесу сторін для представлення їхніх колективних інтересів в місті, штаті, регіоні або країні. Представники місцевого бізнесу добровільно створюють торгові палати з метою захисту та підтримки власних бізнес інтересів в певному регіоні, в цілому у країні чи закордоном. Приватні підприємці та компанії США, які як правило представляють певний регіон (місто, район, штат тощо) або окрему галузь чи сферу діяльності створюють добровільні об'єднання, які можуть називатися по-різному, наприклад, асоціаціями торгівлі, діловими радами, але по-суті є торгово-промисловими палатами. В США статус торгово-

промислових палат та їх діяльність законодавчо не регулюється на федеральному рівні, проте можуть існувати певні вимоги чи обмеження щодо діяльності палат на рівні окремих штатів. Більшість палат тісно співпрацюють з владою, і, як правило, впливають не лише на прийняття й імплементацію окремих рішень, але й подекуди відіграють важливу роль у процесі обрання і призначення місцевих чиновників.

Найстарішою американською торговою палатою є створена у 1768 році Нью-Йоркська торгова палата. У 1825 році була створена торгова палата у Бостоні. На даний момент в США функціонує більше 5000 торгових палат. Така велика кількість торгово-промислових палат виникла історично, що було пов'язано з різним розвитком регіонів, прагненням місцевого бізнесу до захисту своїх інтересів та конкурентною боротьбою. Кількісний склад членів торгово-промислових палат в США може коливатись від декількох десятків учасників до понад кількох десятків тисяч. Окрім власне торгових палат на території США, існує близько 115 американських торгових палат у 108 країнах світу, які є представництвами Торгової палати США (U.S. Chamber of Commerce) (www.uschamber.com). З понад 10 тисяч палат в усьому світі, зареєстрованих Міжнародною торговою палатою, половина палат належать США, у т.ч. понад 3 тисячі входять до Торгової палати США (у 2012 році Палата відзначила своє сторіччя).

Наприкінці лютого 2015 року, Міністерство торгівлі США оголосило про зростання обсягів американського експорту за результатами 2014 року – п'ятий рік поспіль. 34 штати США продемонстрували зростання показників експорту, при цьому 26 з них – навіть перевищили свої минулорічні рекорди у порівнянні з 2013 роком. Загалом, за результатами 2014 року обсяг експорту товарів і послуг з США досяг 2,35 трильйони дол., що забезпечило близько 11,7 млн. робочих місць в США, з них 7,1 млн. за рахунок експорту товарів і 4,6 млн. за рахунок експорту послуг *(за оцінками Мінторгу, кожний мільярд американського експорту забезпечує 5,8 тис. робочих місць в США)*. З-поміж 50-ти штатів США, які забезпечили у США найбільші обсяги експорту за результатами 2014 року, варто відзначити: Техас (289 млрд. дол.), Каліфорнію (174,1 млрд. дол.), Вашингтон (90,6 млрд. дол.), Нью-Йорк (86 млрд. дол.), Іллінойс (68,2 млрд. дол.) та Луїзіану (65,1 млрд. дол.) *(для порівняння: сукупний обсяг експорту това-*

рів і послуг України за результатами 2014 року склав лише 65,2 млрд. дол.).

США не визначають пріоритетні напрямки підтримки експорту штучно, а намагаються оперативно реагувати на потреби і можливості ринку. Власне сама поточна структура американського експорту, в цілому, яскраво свідчить про пріоритетні напрямки національного експорту. В першу чергу, такі пріоритети визначаються самими американськими експортерами і, в разі потреби надання сприяння з боку держави, виносяться на розгляд відповідних місцевих і федеральних органів влади. Водночас, федеральна влада США може реагувати на «диспропорції» національного експорту і надавати додаткове сприяння в розрізі штатів (наприклад, підтримка т.зв. депресивних регіонів) *(у цьому контексті яскравим прикладом є державна програма підтримки експорту з «відсталих» регіонів США “Made in Rural America” Initiative)* або стосовно окремих галузей економіки (наприклад, IT-сфера, ВПК та видобуток сланцевого газу). Продовженням зусиль Б.Обами щодо подвоєння обсягу американського експорту стала започаткована у травні 2014 року друга фаза Національної експортної ініціативи (National Export Initiative, NEI/NEXT), до якої долучилися 20 різних федеральних відомств.

Окремої цілісної системи податкових та митних пільг для американських експортерів не існує. Водночас, на федеральному рівні та на рівні штатів діє величезна кількість програм, які дозволяють знижувати податкове навантаження чи уникати сплати експортного та/або імпортного мита, зокрема, в рамках угод про вільну торгівлю, Генералізованої системи преференцій (частина сировини, напівфабрикатів та товарів, які можуть безмитно ввозитися на територію США в рамках ГСП, піддаються подальшій переробці та можуть експортуватися до третіх країн), спеціальних економічних зон тощо. Сполучені Штати, в першу чергу, приділяють увагу створенню сприятливих умов для розвитку бізнесу і забезпечення нових робочих місць в своїй країні, стимулювання інновацій та високотехнологічного виробництва, залучення іноземних інвестицій та аутсорсингових послуг тощо – прямим наслідком чого є зростання американського експорту товарів і послуг, зокрема продукції з високою доданою вартістю, сучасної електроніки, побутової техніки і транспортних засобів, програмного забезпечення та генетично-модифікованих продуктів.

При цьому Адміністрація Б.Обами приділяє

особливу увагу ефективному застосуванню існуючих та укладенню нових угод про зону вільної торгівлі (www.Trade.gov/FTA). Станом на початок 2015 року США уклали 14 угод про вільну торгівлю з 20-ма країнами світу, у т.ч. з Австралією, Бахрейном, Чилі, Колумбією, Ізраїлем, Йорданією, Південною Кореєю, Марокко, Оманом, Панамою, Перу і Сінгапуром, в рамках NAFTA з Канадою і Мексикою та в рамках угоди DR-CAFTA з Коста-Рікою, Домініканською Республікою, Сальвадором, Гватемалою, Гондурасом і Нікарагуа (у 2014 році 47% усього американського експорту надійшло до країн-членів зазначених ЗВТ). У 2015 році Сполученим Штатам вдалося завершити переговори щодо створення Тихоокеанської зони вільної торгівлі (Trans-Pacific Partnership, TPP) з Австралією, Брунеєм-Даруссаламом, Канадою, Чилі, Японією, Малайзією, Мексикою, Новою Зеландією, Перу, Сінгапуром і В'єтнамом. Також з червня 2013 року ведуться складні переговори щодо укладення Трансатлантичної угоди з торгівлі та інвестицій з ЄС (Transatlantic Trade and Investment Partnership, TTIP)

Основний «тягар» витрат на підтримку і розвиток експорту несуть окремі штати (в залежності від своїх бюджетних можливостей та пріоритетів). В цілому, загальний щорічний національний бюджет на підтримку експорту включає витрати на систему Комерційної служби США, Центри з підтримки експорту (U.S. Export Assistance Centers, USEACs), окремі підрозділи та програми Державного департаменту США, міністерств торгівлі, сільського господарства, енергетики, фінансів, Офісу Торговельного представника США, державних аналітичних центрів, інших регіональних і федеральних відомств.

В контексті здійснення державою кредитування, страхування та гарантування експортних операцій на загальнонаціональному рівні, в першу чергу, необхідно зазначити Експортно-Імпортний банк США, Корпорацію з закордонних приватних інвестицій (OPIC) та Агентство США з торгівлі та розвитку (USTDA), на рівні штатів – складна система регіональних кредитних і страхових агентств, банків, торгових палат і ділових об'єднань тощо.

Крім того, в складі урядів кожного з 50-ти штатів США діє окремий підрозділ (департамент), відповідальний за питання економіки, зовнішньоекономічної діяльності, розвитку підприємництва, залучення інвестицій та просування експорту. Такі місцеві економічні підрозділи підтримують роботу

відповідних веб-сайтів. Наприклад, взірцевими є веб-сайти економічних департаментів штатів Меріленд, Північної Кароліни, Луїзіани, а також штатів-лідерів за показниками американського експорту – Техас, Каліфорнія і штат Вашингтон. Так, мерілендський Офіс з питань міжнародної торгівлі та інвестицій у складі Департаменту з питань розвитку бізнесу та економіки штату (Department of Business and Economic Development, Office of International Investment and Trade: <http://business.maryland.gov/grow/expand-to-international-markets>), надає сприяння місцевим компаніям у виході на зовнішні ринки. Більше того, на додаток до федеральної системи Комерційної служби США окремі американські штати мають свої комерційні офіси чи постійних представників за кордоном (як правило, в залежності від експортної потужності штату та ключових ринків збуту продукції), наприклад, штат Меріленд має свої представництва в Китаї, Кореї, В'єтнамі, Тайвані, Франції, ОАЕ, Бразилії, Ізраїлі, Індії та Нирері. На сайті SelectUSA (<http://selectusa.commerce.gov>) наведено корисні посилання на підрозділи з підтримки експорту на рівні штатів. Корисними джерелами інформації є також веб-портал з питань ведення бізнесу в США (<http://business.usa.gov>) та веб-сайт Адміністрації США з питань малого бізнесу (www.sba.gov).

На завершення варто відзначити, що хоча в теоретичному плані низка ініціатив України на кілька років навіть випередила окремі нововведення американського Конгресу в контексті економізації зовнішньої політики, проте практичне втілення, фінансове забезпечення і ефективна реалізація цих ініціатив в реальних умовах досі, на жаль, залишає більше питань, ніж відповідей.

В умовах фактичної втрати російського ринку, можливість виходу вітчизняних експортерів на нові ринки є питанням виживання національної економіки. В цьому контексті розширення присутності вітчизняних компаній на висококонкурентному американському ринку є не стільки питанням економічної доцільності в короткостроковій перспективі, скільки можливістю отримати доступ до передових технологій, інтеграції до міжнародної системи виробництва комплексної високотехнологічної продукції, виходу на ринки третіх країн в рамках спільної діяльності з американськими партнерами, а також здобуття безцінного досвіду щодо захисту своїх економічних інтересів та ведення експортної експансії на нових ринках. Доступ до американського ринку традиційно вважа-

ється своєрідним «зеленим світлом» для просування продукції у будь-якій іншій країні світу.

Розвиток українсько-американського співробітництва у торговельно-економічній сфері, підтримка вітчизняних експортерів у виході на ринок США, а також залучення американських інвестицій в економіку України залишаються головними пріоритетами роботи МЗС та Посольства України в США на економічному напрямку. За останні 2 роки варто відзначити, наприклад, успішне проведення першого Українсько-американського бізнес форуму у Вашингтоні 13 липня 2015 року; посилення позицій України у рейтингу захисту прав інтелектуальної власності в рамках Спецповіді 301 Офісу Торговельного представника США; розширення доступу вітчизняної експортної продукції в рамках Генералізованої системи преференцій США; скасування низки антидемпінгових обмежень; посилення двостороннього співробітництва в енергетичній та сільськогосподарській сферах; відновлення прямого авіасполучення з США; розширення американської фінансової та технічної допомоги нашій державі тощо.

Окремим важливим питанням ефективної реалізації економічної дипломатії є координація зусиль усіх ЦОВВ, зокрема, в таких питаннях як

сприяння просуванню вітчизняного експорту, залучення прямих іноземних інвестицій, скасування антидемпінгових обмежень, зняття технічних бар'єрів, посилення захисту прав інтелектуальної власності, розвиток двосторонньої нормативно-правової бази, підвищення ефективності роботи з міжнародними фінансовими організаціями тощо. На додаток до початку повноцінної роботи з 1 січня 2016 року зони вільної торгівлі з ЄС, необхідно проводити роботу з пошуку додаткових можливостей спрощення умов торгівлі для вітчизняного бізнесу на зовнішніх ринках шляхом використання таких багатосторонніх інструментів, як, наприклад, СОТ (імплементация Україною положень Угоди СОТ про спрощення процедур торгівлі). Не дивлячись на традиційно провідну роль у вітчизняному експорті продукції сільського господарства, металургії та товарів хімічної промисловості, Україні необхідно приділяти більше уваги підтримці високотехнологічного експорту, адже за оцінками фахівців Світового банку, ціни на більшість основних сировинних товарів у середньостроковій перспективі мають тенденцію до повільного зниження через достатні обсяги пропозиції та ослаблення рівня споживання.

ПОСИЛАННЯ:

1. Використано робочі матеріали на основі особистого досвіду роботи в Посольстві України у Сполучених Штатах Америки на посадах першого секретаря з економічних питань та в.о. керівника економічного відділу Посольства у 2011-2015 рр.

2. Інформаційно-аналітичні матеріали, розміщені на сайтах Державного Департаменту США (www.state.gov), Офісу Торговельного представника США (<https://ustr.gov>), Міністерства торгівлі США (www.commerce.gov) та Міністерства фінансів США (www.treasury.gov).

Baranetskyi I. Economic Diplomacy of the United States of America / Ministry of Foreign Affairs of Ukraine

The article is devoted to the peculiarities and priorities of economic diplomacy system of the USA. Analysis covers institutional structure of the economic diplomacy, key tasks and instruments of external economic policy of the USA.

Keywords: economic diplomacy; the USA; export support; FDI attraction; external economic policy.

Баранецкий И.О. Экономическая дипломатия Соединённых Штатов Америки / Министерство иностранных дел Украины

Статья посвящена системе экономической дипломатии США, её особенностям и приоритетам. Проанализировано институциональную структуру обеспечения экономической дипломатии, ключевые задания внешнеэкономической политики США и инструменты их имплементации.

Ключевые слова: экономическая дипломатия; США; поддержка экспорта; привлечение инвестиций; внешнеэкономическая политика.

Стаття надійшла до редакції: 27.10.2015

Рекомендовано до друку: 26.11.2015