

Мехович Сергій Анатолійович, д.е.н., професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, +38(050)402-62-12, sm261245@gmail.com, ORCID ID:0000-0001-7080-7609

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
вул. Кирпичова, 2, Харків, Україна, 61002*

Лаушкін Аркадій Миколайович, кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин, +380(66)493-04-02, arkadiylaushkin@gmail.com.

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
вул. Кирпичова, 2, Харків, Україна, 61002*

ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ – НОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ У МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ

Анотація. В статті обґрунтовано новий вимір економічної дипломатії – цифрові платформи. Розкрито сутність таких цифрових платформ, як маркетплейси, B2B/B2C-мережі, fintech-рішення, платформи для спільного користування. Зазначено, що цифрові хаби стають новими каналами впливу та взаємодії держав, корпорацій і громадян у глобальній економіці. Показано, що вони відіграють роль неформальних інструментів «м'якої сили», формуючи довіру, стандарти й умови співпраці. Цифрові платформи вже сьогодні виступають новим виміром економічної дипломатії, створюючи інфраструктуру для економічного впливу, співпраці та конкуренції. Вони дозволяють державам бути активними учасниками глобальних економічних процесів без фізичної присутності, просувати національні інтереси через дані, сервіси та цифрові екосистеми. Країни, що стратегічно підходять до розвитку цифрових платформ, мають шанс зміцнити свої позиції в новій глобальній економіці та стати лідерами цифрової епохи міжнародної дипломатії. Визначено основні складові системи економічної дипломатії у МЕВ та їх функції. З урахуванням сучасних викликів цифрової трансформації, глобальної конкуренції та інтеграції в європейський і світовий економічний простір сформульовано ключові принципи побудови ефективної платформи економічної дипломатії України.

Ключові слова: економічна дипломатія, цифрові платформи, цифрова трансформація, КПП, діджитал-комунікація, цифрова майстерність.

Mekhovich Sergiy, D.E.Sc., professor of the Department of Business Economics and International Economic Relations, +38(050)402-62-12, sm261245@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7080-7609

*National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute".
2, Kirpychova St., Kharkiv, Ukraine, 61002.*

Laushkin Arkadiy, Postgraduate Student Department of Business Economics and International Economic Relations, +380(66)493-04-02, arkadiylaushkin@gmail.com

*National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute".
2, Kirpychova St., Kharkiv, Ukraine, 61002.*

DIGITAL PLATFORMS – A NEW TOOL OF ECONOMIC DIPLOMACY IN INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Abstract. The article substantiates a new dimension of economic diplomacy – digital platforms. The essence of such digital platforms as marketplaces, B2B/B2C networks, fintech solutions, and sharing platforms is revealed. It is noted that digital hubs are becoming new channels of influence and interaction between states, corporations, and citizens in the global economy. It is shown that they play the role of informal “soft power” instruments, forming trust, standards, and conditions for cooperation. Digital platforms are already a new dimension of economic diplomacy today, creating an infrastructure for economic influence, cooperation, and competition. They allow states to be active participants in global economic processes without a physical presence, to promote national interests through data, services, and digital ecosystems. Countries that strategically approach the development of digital platforms have a chance to strengthen their positions in the new global economy and become leaders in the digital era of international diplomacy. The main components of the economic diplomacy system in the MFA and their functions are identified. Taking into account the modern challenges of digital transformation, global competition and integration into the European and world economic space, we will formulate the key principles of building an effective platform for economic diplomacy of Ukraine.

Keywords: economic diplomacy, digital platforms, digital transformation, KPI, digital communication, digital skills.

Постановка проблеми. Економічна дипломатія – це цілеспрямована діяльність держави (через дипломатичні інституції, МЗС, торгових представників, посольства, спеціалізовані агентства тощо), спрямована на просування національних економічних інтересів за кордоном, підтримку національного бізнесу, залучення іноземних інвестицій, відкриття нових ринків збуту. Міжнародні економічні відносини (МЕВ) – це практична реалізація економічних зв'язків між державами: експорт/імпорт товарів, послуг, капіталів, технологій, інвестицій, міжнародне партнерство бізнесу. Економічна дипломатія – це інструмент підтримки, просування та захисту інтересів МЕВ. Дипломатична робота зазнала суттєвих трансформацій у XXI столітті внаслідок глобальних процесів діджиталізації та розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Активне запровадження ІКТ в дипломатичну практику вимагає опанування всіх аспектів дипломатичної діяльності у віртуальному просторі від цифрового етикету, правил комунікації в мережі до попередження інформаційних загроз та кібербезпеки. Одним із ключових напрямів цієї роботи є використання цифрових платформ, як нового інструменту економічної дипломатії. Цифрова дипломатія і цифрові платформи стали не лише бізнес-інструментом, а частиною геоекономічної стратегії. Цифровізація обумовила трансформацію економічної дипломатії та спричинила зміни у функціонуванні економічної дипломатії: від

традиційної дипломатії – до цифрової економічної дипломатії. Посольства і торгові місії все частіше використовують цифрові інструменти для підтримки експорту, залучення інвестицій і просування бренду країни. Фактично формується новий тип взаємодії – «платформна дипломатія», де ключову роль відіграє присутність країни в глобальних цифрових екосистемах. Дослідження цього питання є ключовим для розробки оптимальних стратегій адаптації дипломатичних підрозділів підприємств до процесів діджиталізації та розробки механізмів реалізації їх зовнішньої політики.

Аналіз останніх публікацій. Вперше термін «нова публічна дипломатія» або «публічна дипломатія 2.0» вжив у промові «Громадська дипломатія 2.0: новий підхід до глобальної взаємодії» Джеймс Гласман (2008 р.), позначивши новий підхід у межах публічної дипломатії, який передбачає використання соціальних мереж, блогів, ігрових мобільних додатків у реалізації зовнішньополітичних завдань США, перш за все, у боротьбі з тероризмом) [1]. Н. Калл у своїй праці «Довгий шлях до публічної дипломатії 2.0: Інтернет у публічній дипломатії США» запропонував розділити всю зовнішньополітичну діяльність США в інтернеті (digital diplomacy) на «публічну дипломатію 1.0» та «публічну дипломатію 2.0», виходячи з технологій Web 1.0 чи Web 2.0, що використовуються при її реалізації. На думку Н. Калла, «публічна дипломатія 2.0» має досить характерні риси: завдяки інформаційно-комунікаційним технологіям полегшує встановлення взаємозв'язків у соціальних мережах та Інтернет-спільнотах. Вона також залежить від створюваного користувачами контенту (від коментарів у соціальних мережах і блогах до відеороликів, що викладаються, і mashup-додатків), дає змогу людям у всьому світі отримувати все більше інформації через горизонтальні однорангові мережі, а не завдяки вертикальному процесу, за допомогою якого інформація надходила з традиційних джерел ЗМІ [2]. Дослідники Т.М.Краснопольська та І. М. Милосердна своє дослідження присвятили аналізу уявлень щодо цифрової дипломатії як основи нової публічної дипломатії. Авторами встановлено, що передумовами виникнення публічної дипломатії стали глобалізація, розвиток комунікаційних технологій та посилення

ролі та участі громад в міжнародних справах держав. Автори наголошують, що характерною рисою міжнародних відносин в умовах глобалізації стала гостра конкуренція держав за вплив на громадську думку, залучення її на свою сторону, формування згідно із своїми національними інтересами образу власної зовнішньої політики [3]. А. О. Руднєва та Ю. Г. Мальована аналізують важливість цифрової дипломатії в контексті формування системи національної безпеки України. Автори досліджують ключові аспекти цифрової дипломатії, які допомагають Україні забезпечити ефективний інструментарій взаємодії з міжнародними партнерами, а також зміцнити систему національної безпеки, а саме: веб-сайти та блоги, електронна дипломатія, соціальні медіа (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok), інформаційні кампанії та інші цифрові інструменти для протидії інформаційній війні та дезінформації [4]. У статті О. О. Сегеди аналізується еволюція поняття «публічна дипломатія» у світовій та українській дипломатичній практиці, досліджуються можливості використання потенціалу публічної дипломатії України в цифровому вимірі. Залежно від сучасних трактувань зазначеного терміна в дипломатичній практиці країн із найдовшою історією публічної дипломатії (Франції, США, Великобританії), визначаються ключові цілі публічної дипломатії в рамках зовнішньополітичного курсу держави. На основі короткого огляду інституалізації цифрової дипломатії України висвітлюються її проблемні питання на початкових етапах розвитку – нерозуміння потенціалу цифрової дипломатії, відсутність системного підходу в забезпеченні відповідного напрямку роботи в зовнішньополітичному відомстві, брак уваги до кадрових та організаційних питань.[5] В. П. Кононенко та Т. Г. Комарова (2024) цифрову дипломатію розглядають як засіб стратегічної комунікації держави. Слід погодитись із ствердженням авторів, що «цифровізація життя впливає на практику дипломатії, тобто на інститути та процеси, за допомогою яких держави та інші міжнародні актори спілкуються та представляють себе та свої інтереси один перед одним. Електронний уряд, електронна участь, поява великих баз даних, порядок денний кібербезпеки та цифрова трансформація – все це є частиною мінливого ландшафту дипломатії.

Кожне з них допомагає нам зрозуміти, якою мірою оцифровування впливає на все більш взаємопов'язані внутрішні та міжнародні політичні середовища» [6]. У. В. Ільницька присвятила свою статтю проблемі трансформації цифрової (віртуальної) дипломатії України в умовах інформаційно-комунікативних безпекових викликів XXI століття та забезпечення безпеки міждержавних відносин у глобальному інформаційному просторі. Слід погодитись з автором, що трансформація дипломатичних практик та актуалізація цифрової дипломатії стало пріоритетною зміною парадигми зовнішньої політики України. Автор влучно охарактеризувала етапи становлення інституту цифрової дипломатії України. Певний практичний інтерес представляє аналіз нормативно-правового виміру та інституційної бази, а також технології, форми та механізми цифрової дипломатії України в умовах безпекових викликів та інтеграції у глобальний інформаційний простір [7]. В. Кубко проаналізував роль цифрової дипломатії та її актуальність завдяки взаємодії таких факторів, як збільшення інформаційних потоків, включення стратегічної комунікації в глобальний контекст мережевої взаємодії, використання нових каналів, інструментів комунікації та її інтенсивності, застосування у практиці дипломатії нових видів впливу на громадськість і громадську думку [8]. Цифрова дипломатія набула важливого значення і для реалізації зовнішньої політики України. У Стратегії публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України цифрова дипломатія трактується як один із семи пріоритетних напрямків роботи у період із 2021 по 2025 рр. Стратегічні цілі цифрової дипломатії України – просування зовнішньополітичних інтересів, інформаційний вплив через Інтернет, соціальні мережі та он-лайн платформи [9].

Проблемам цифрової дипломатії у міжнародних економічних відносинах останнім часом присвячена також ціла низка інших наукових публікацій, в яких аналізуються різні боки цифровізації дипломатії від «твіпломатії»¹ до глибшого

¹ Одним з різновидів сучасної інформаційної дипломатії стала так звана «твіпломатія» (англ. Twiplomacy) – від назви популярного мікроблогу Twitter. На відміну від України, де основні політичні баталії точаться у соціальній мережі Facebook, у західному світі більш політизованою та популярною серед лідерів громадської думки та політиків платформою є саме Twitter. Мікроблог дозволяє створювати стислі (до 280 символів) повідомлення, поширювати та коментувати їх. У ньому дописують і приватні користувачі, і популярні персони: зірки, політики, дипломати, журналісти, лідери громадської думки.

розуміння «цифровізації публічної дипломатії» та її виклики :медіатизація, розширення кола цільової аудиторії, підвищення відкритості роботи дипломатів, менеджмент дипломатичної діяльності тощо [10-18]. Віддаючи належне науковій та практичній значущості праць названих учених, слід зазначити, що в українській науці теоретичні питання визначення цифрових платформ як нового інструмента економічної дипломатії у міжнародних економічних відносинах залишається маловивченим. Бракує також прикладним дослідженням у цій галузі.

Мета дослідження – розкрити сутність, потенціал та механізми використання цифрових платформ як нового інструменту економічної дипломатії в умовах цифрової трансформації світової економіки, а також розробити практичні рекомендації щодо формування ефективної цифрової дипломатичної інфраструктури для вітчизняної економіки. **Об'єктом дослідження** виступають процеси трансформації економічної дипломатії в умовах цифровізації світової економіки. Предмет дослідження - роль, функції та механізми використання цифрових платформ як інструменту сучасної економічної дипломатії.

Виклад основного матеріалу. У ХХІ столітті цифровізація дедалі глибше трансформує не лише економіку, а й дипломатію. Цифрова дипломатія є формою нової публічної дипломатії, яка використовує Інтернет, нові інформаційні та комунікаційні технології та соціальні мережі як засіб для зміцнення дипломатичних відносин. Основні відмінності цифрової дипломатії від класичної публічної дипломатії полягають у ширшому доступі до інформації, більшій взаємодії між людьми та організаціями та більшій прозорості [11,12].

Сучасні держави та компанії ведуть перемовини, просувають свої інтереси й будують імідж не лише через класичні дипломатичні канали, а й через цифрові платформи – гнучкі, масштабовані і впливові механізми взаємодії у глобальному просторі. Цифрові платформи сьогодні не лише технологія, а й інструмент економічного впливу, дипломатичної присутності та міждержавного діалогу.

Традиційна економічна дипломатія включала фізичні торгові представництва, міжнародні виставки, укладення двосторонніх угод. Але зі зростанням глобального інтернет-простору держави почали шукати цифрові

альтернативи та доповнення до цих інструментів. Так виникла цифрова економічна дипломатія, де особливу роль відіграють національні експортні портали, цифрові хаби, fintech-рішення, системи е-резидентства, віртуальні виставки. Окремі програми дозволяють іноземцям зареєструвати бізнес дистанційно. Таким чином, країни забезпечують цифрову «присутність» на глобальному ринку [13,14]. Сучасні цифрові платформи перетворилися на інфраструктуру довіри, де відбувається не лише торгівля, а й стратегічна співпраця між державами та бізнесом. Цифрові платформи B2B і B2C (наприклад, Alibaba, Amazon) дають змогу компаніям виходити на нові ринки без необхідності фізичного представництва [15,16]. Державні експортні платформи (Japan External Trade Organization, Business France, Export.gov) допомагають МСП знайти партнерів, фінансування, сертифікацію. Платформа *France Export* інтегрує митні, логістичні й фінансові сервіси, пропонуючи французьким компаніям інструменти для легкого виходу на іноземні ринки [19]. У сучасному світі технологічні компанії стають «супердержавами». Контроль над платформами – це контроль над даними користувачів, стандартами транзакцій, алгоритмами рекомендацій та навіть ціноутворенням. Так, платформи *Amazon*, *Google* чи *Tencent* можуть фактично впливати на торгові процеси в усьому світі, діючи швидше й ефективніше за класичні дипломатичні інститути. Це створює новий вимір глобальної конкуренції, де держава має або створювати власні цифрові екосистеми, або залежати від чужих. Через цифрові платформи країна може представляти свої технології, підтримувати власні компанії на зовнішніх ринках, формувати цифровий імідж держави (Digital Nation Branding). Наприклад, *South Korea K-Startup Platform*² – урядова платформа для залучення іноземних стартапів до корейської екосистеми, просування національних технологій та залучення інвестицій.

Як і все нове, цифрові платформи несуть в собі певні виклики для дипломатії. Перший виклик – цифровий суверенітет. Країни стикаються з

² K-Startup Grand Challenge – програма підтримки стартапів від уряду Південної Кореї. Програму було засновано у 2016 році Національним агентством з промоції інформаційних технологій (NIPA) за фінансової підтримки Міністерства малих та середніх підприємств та стартапів Південної Кореї. Програма розташована в Долині технологій Пангью, яку також згадують як корейська кремнієва долина.

ризиком втрати контролю над даними, якщо платформи перебувають у власності іноземних компаній. Другий виклик – відсутність міжнародних правил. Поки що відсутні узгоджені міжнародні правила для цифрової дипломатії, обігу даних, кібербезпеки чи етичного використання ШІ. Третій виклик – кадровий розрив. Дипломати потребують нових цифрових компетентностей, знань про big data, платформну економіку, AI. Так, ЄС активно впроваджує принципи «цифрового суверенітету», підтримуючи розвиток власних хмарних платформ, як-от GAIA-X³.

Український проект *Diia.Business*⁴ – платформа для розвитку підприємництва, яка вже почала виконувати роль економічного «цифрового аташе» на зовнішніх ринках.

Завдяки цифровим платформам малі та середні підприємства отримують можливість виходу на експорт без фізичної присутності, доступу до платіжних рішень, логістики, сертифікації, інтеграції в глобальні ланцюги доданої вартості.

Таким чином, цифрові платформи стали новим полем конкуренції та співпраці у міжнародних економічних відносинах. Їхній вплив виходить за межі технологій – це геоекономіка, публічна дипломатія, стратегічна взаємодія. Ті держави, які інвестують у розвиток власних платформ і здатні використовувати наявні інструменти, зміцнюють свою позицію на глобальній арені. У майбутньому економічна дипломатія дедалі більше базуватиметься не на паперах і протоколах, а на API, інтерфейсах взаємодії, алгоритмах і цифровій репутації.

Цифрові платформи представляють собою інституціоналізовані IT-структури, що виступають посередниками в транснаціональній економічній взаємодії, просуванні інтересів держав, бізнесу, інноваційних екосистем.

³ Gaia-X — це асоціація, покликана створити й контролювати стандартизовану систему, яка пов'язує велику кількість провайдерів хмарних послуг та користувачів у спільному середовищі на прозорих умовах. Така система дозволяє різним постачальникам хмарних послуг і власникам даних взаємодіяти на основі єдиних стандартів, при цьому дані завжди залишаються у їх власника та передаються відповідно до чітко сформованих правил. Назва Gaia-X походить від Гей, богині землі та родючості в грецькій міфології. Зараз повна назва звучить як *Gaia-X European Association for Data and Cloud AISBL*, де AISBL — це абревіатура з французького Association Internationale Sans But Lucratif. Повністю перекладається як Міжнародна неприбуткова організація Європейська асоціація з питань даних та хмар Gaia-X. За виконанням розроблених Gaia-X регуляторних рекомендацій слідкують численні *Gaia-X Digital Clearing Houses* (GXDCN, цифрові координаційні центри). Вони перевіряють, хто має право бути частиною екосистеми Gaia-X та сертифікують відповідність учасників і сервісів стандартам організації на основі цілої низки документів Gaia-X Framework. Відповідно до цього, вони видають доступи до спільної системи.

⁴ Проект *Diia.Business* Це масштабний національний проект із розвитку підприємництва та експорту, який був ініційований Міністерством цифрової трансформації України у лютому 2020 року. З травня 2021 року проект реалізується Міністерством цифрової трансформації України спільно з Офісом з розвитку підприємництва та експорту — державною установою, яка відповідає за розвиток та підтримку українського підприємництва на внутрішньому та зовнішніх ринках. Проект має дві складові онлайн-портал та мережу центрів підтримки підприємств.

Проведений авторами аналіз дозволяє виділити концептуальну, інституційну та технологічну новизну такого підходу. Концептуальна новизна полягає у тому, що досі економічна дипломатія традиційно асоціювалась з урядовими інструментами: торговими місіями, міжурядовими угодами, ВТО, двосторонніми/багатосторонніми переговорами.

Пропонується новий підхід: розглядати цифрові платформи як гібридний (публічно-приватний) інструмент м'якої сили і просування економічних інтересів країни. Інституційна новизна – у розкритті ролі недержавних суб'єктів (платформи Amazon, Alibaba, Booking, цифрові торгові хаби, B2B/FinTech-платформи) як нових дипломатичних посередників. Технологічна новизна полягає у застосуванні технологій AI, Big Data, blockchain, e-Residency для транснаціонального бізнесу й дипломатії, коли цифрові платформи перетворюються на “цифрові амбасади”, які представляють інтереси підприємців різних країн без участі традиційної дипломатії. Згідно з метою дослідження, гіпотеза буде полягати у тому, що цифрові платформи, як результат розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, поступово трансформуються у повноцінних суб'єктів економічної дипломатії, здатних не лише доповнювати, але й частково заміщати традиційні дипломатичні канали впливу на зовнішньоекономічні відносини, формуючи нові формати міжнародної взаємодії, орієнтовані на відкритість, швидкість і платформну інтеграцію.

Як новий інструмент економічної дипломатії вони набувають особливої значущості в контексті глобальної діджиталізації, геоекономічної конкуренції та зростаючої ролі публічно-приватних цифрових екосистем та розглядаються як «платформна дипломатія». Платформна дипломатія – це нова форма економічної дипломатії, що реалізується через цифрові платформи (торговельні, інвестиційні, фінансові, сервісні), які виступають інфраструктурними посередниками між державами, підприємствами, інвесторами та споживачами, забезпечуючи просування економічних інтересів, міжнародну інтеграцію бізнесу та формування цифрових коридорів взаємодії на глобальному рівні. Ключові характеристики «платформної дипломатії» полягають у наступному.

1. Недержавна або державно-приватна природа.
2. Автоматизовані канали зовнішньоекономічної взаємодії (API, e-contracting, Smart-угоди).
3. Інструменти впливу на глобальні ринки через рейтинги, алгоритми, правила доступу.
4. Формування нових цифрових “територій” (цифрове громадянство, е-резидентство, цифрові екосистеми).
5. Інституціоналізація довіри через технології (blockchain, AI, цифрові паспорти товару/бізнесу).

Цифрові платформи взаємодіють із системою економічної дипломатії. Система економічної дипломатії – це сукупність інституцій, інструментів, механізмів та каналів, за допомогою яких держава (та її партнери) просуває економічні інтереси за кордоном, включаючи експорт, залучення інвестицій, захист суб’єктів господарювання, просування бренду країни, участь у формуванні глобальних економічних правил, тощо (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні складові системи економічної дипломатії у МЕВ та їх функції.

№	Складова	Функції	Приклади
1	Державні інститути	Формування стратегій, міжурядова взаємодія, підписання угод	МЗС, Мінекономіки, офіси торгпредств, митні органи
2	Інститути підтримки експорту	Допомога МСП, експортне фінансування, гарантії, консалтинг	Експортно-кредитне агентство, Офіс з просування експорту
3	Дипломатичні канали	Представництво інтересів держави за кордоном, економічні місії	Посольства, торгові аташе
4	Бізнес-асоціації та кластери	Лобіювання інтересів бізнесу, співпраця з державою	ТПП, галузеві об’єднання
5	Цифрові інструменти	Автоматизація процедур, платформи взаємодії, аналітика, візуалізація	Платформи типу Diia, e-Export, EEN

Всі складові економічної дипломатії у досягненні своєї місії, пов’язані поміж собою, одночасно виконуючи певні функції. Державні інститути визначають правила, цілі, стратегії. Інститути підтримки експорту як бізнес-кластери надають допомогу, приймають зворотній зв’язок. Дипломатичні канали

реалізують політичну підтримку для бізнесу. Цифрові платформи з'єднують усі компоненти, створюють інфраструктуру взаємодії, виконуючи роль медіатора і каталізатора (табл. 2).

Таблиця 2 – Схема взаємодії цифрової платформи з системою економічної дипломатії. Вхідна взаємодія.

Джерело	Що подається у цифрову платформу
Держава	Стратегії, нормативи, реєстри, сервіси, митні правила
Бізнес	Комерційні пропозиції, запити, експортні наміри
Дипломатичні установи	Інформація про ринки, ділові події, можливості
Аналітичні центри	Аналітика, тренди, ризики, прогнози

Взаємодія цифрової платформи з системою економічної дипломатії здійснюється через центральний вузол, який представляє цифрову платформу. Це може бути, наприклад, Diia.Business, e-Export, Digital Trade Hub, або інші платформи. Ця платформа виконує роль цифрового хабу або цифрового представництва держави/бізнесу, і взаємодіє з іншими елементами таким чином.

Обробка і функціонування цифрової платформи дозволяє отримати наступну інформацію:

- формування профілю країни та компаній;
- інтеграція з міжнародними мережами (EEN, eCustoms, eDelivery, ISO/GS1);
- матчмейкінг бізнес-партнерів (B2B, B2G);
- цифрові сервіси (реєстрація, сертифікація, смарт-контракти);
- аналітика та візуалізація економічної інформації;
- автоматизовані інтерфейси (API) для митниці, банків, бірж, рейтингів).

Таблиця 3 – Схема взаємодії цифрової платформи з системою економічної дипломатії. Вихідна взаємодія.

Отримувач	Що надає цифрова платформа
Бізнес	Інформація про ринки, партнерів, сервіси, митні маршрути
Держава	Аналітика щодо ефективності заходів, пропозиції щодо політик
Інвестори	Рейтинги компаній, звіти, доступ до стартапів
Платформи-партнери	Дані про українські компанії, експортні можливості

Функціональний ефект цифрової платформи полягає у трансформації дипломатії з аналогової у цифрову, зниженні транзакційних витрат для бізнесу, підвищенні прозорості і довіри до країни, інституціоналізації каналів впливу в цифровому середовищі та у забезпеченні рівного доступу до дипломатичних інструментів для малого та середнього бізнесу (МСП).

З урахуванням сучасних викликів цифрової трансформації, глобальної конкуренції та інтеграції в європейський і світовий економічний простір сформулюємо ключові принципи побудови ефективної платформи економічної дипломатії України.

1. Принцип стратегічної цілеспрямованості. Платформа має бути підпорядкована національним економічним інтересам і зовнішньоекономічним пріоритетам України, які полягають у просуванні експорту з високою доданою вартістю, залученні інвестицій у пріоритетні галузі та зміцненні економічної безпеки. Цей принцип формується на основі Національної економічної стратегії та Плану дій з економічної дипломатії.

2. Принцип цифрової інтегрованості. Платформа має бути пов'язана з національними цифровими системами (Diia, Customs API, Prozorro, реєстри) та міжнародними цифровими мережами (EEN, eDelivery, ISO-системи, Digital Single Market EU). Це забезпечує безперервну цифрову комунікацію та довіру між сторонами.

3. Принцип багатосторонньої взаємодії (multi-stakeholder model). У платформу мають бути інтегровані державні органи (МЗС, Мінекономіки, податкова, митниця), бізнес-асоціації, підприємства (особливо МСП), аналітичні та освітні центри. Це формує “екосистему економічної дипломатії”, а не лише набір цифрових сервісів.

4. Принцип прозорості та довіри. Усі дії, процедури, реєстрації та аналітика мають бути відкритими, перевіреними та зрозумілими міжнародним партнерам.

Це включає систему верифікації компаній, блокчейн-реєстри угод, наявність сертифікації.

5. Принцип адаптивності та модульності. Платформа має легко масштабуватись і адаптуватись до змін зовнішньополітичного контексту (санкції, війна, нові ринки), до технологічних змін (AI, Big Data, Smart Contracts), до різних галузевих потреб (агро, ІТ, машинобудування). Модульна архітектура дозволяє підключати нові інструменти та сервіси без зупинки всієї системи.

6. Принцип аналітичності та прогнозності. Платформа має не лише обслуговувати угоди, а й генерувати аналітику, наприклад: ринки, що зростають, зміна попиту, конкурентні позиції України, нові можливості для інтервенцій дипломатії. Принцип орієнтує на інтеграцію елементів foresight, AI-аналітики, економетрії та ВІ-систем.

7. Принцип користувацької орієнтації. Інтерфейс і логіка мають бути зрозумілими навіть **малому бізнесу з регіонів**, без необхідності залучення посередників або знання дипломатії. Цей принцип представляє фактично інтуїтивну навігацію, багатомовність, вбудовані поради та цілодобову підтримку (24/7).

8. Принцип суверенності даних. Платформа має гарантувати захист економічно чутливої інформації: комерційні пропозиції, переговорні історії, дані про партнерів і проєкти. Принцип суверенності даних орієнтує на використання національних дата-центрів, криптографії, стандартів кібербезпеки.

9. Принцип дипломатичного інтерфейсу. Платформа має виконувати функції цифрового посольства для бізнесу, віртуального економічного аташе, інструменту економічного лобіювання. Це дозволяє МСП вести «паралельну дипломатію» за підтримки держави. Практичний інтерес представляють визначені можливості цифрової платформи економічної дипломатії України.

У стратегічному плані це стосується формування нових ринків через форсайт і платформну аналітику, залучення до кластерних і торговельних союзів через платформу та створення публічної цифрової дипломатичної екосистеми. Слід також звернути увагу на загрози, та в першу чергу, на можливий тиск з боку конкурентів, які вже мають подібні цифрові інструменти (Китай, ЄС), високу

залежність від стабільності IT-інфраструктури та держфінансування та недовіру бізнесу до державних інструментів (через попередній негативний досвід).

Висновки.

1. Цифрові платформи – новий вимір економічної дипломатії. Такі цифрові платформи, як маркетплейси, B2B/B2C-мережі, fintech-рішення, платформи для спільного користування, цифрові хаби стають новими каналами впливу та взаємодії держав, корпорацій і громадян у глобальній економіці. Вони відіграють роль неформальних інструментів «м'якої сили», формуючи довіру, стандарти й умови співпраці. Цифрові платформи вже сьогодні виступають новим виміром економічної дипломатії, створюючи інфраструктуру для економічного впливу, співпраці та конкуренції. Вони дозволяють державам бути активними учасниками глобальних економічних процесів без фізичної присутності, просувати національні інтереси через дані, сервіси та цифрові екосистеми. Країни, що стратегічно підходять до розвитку цифрових платформ, мають шанс зміцнити свої позиції в новій глобальній економіці та стати лідерами цифрової епохи міжнародної дипломатії.

2. Цифрові платформи здійснюють вплив на структуру міжнародних відносин. Завдяки діджиталізації створюється нова архітектура міжнародної торгівлі, інвестицій, інноваційної співпраці. Держави конкурують уже не тільки через традиційну дипломатію, а й через якість цифрових середовищ, доступ до технологій, платформ, даних.

3. Змінюється економічна дипломатія. Сучасна економічна дипломатія стає цифрово орієнтованою: посольства, торгові представництва, агентства з просування експорту створюють національні платформи для підтримки бізнесу, інвесторів, стартапів (напр., Estonia e-Residency, France Export, UkraineInvest).

4. Цифрові платформи стимулюють інтернаціоналізацію бізнесу. Завдяки платформам навіть малі й середні підприємства (МСП) можуть виходити на міжнародні ринки без посередників, отримуючи доступ до глобальних ланцюгів створення доданої вартості.

5. Цифрові платформи стають інструментом формування цифрового іміджу держави. Країни, які розвивають національні або транснаціональні цифрові екосистеми, зміцнюють свій імідж як інноваційні, відкриті до співпраці, ефективні економіки. Це підвищує їхню привабливість для інвесторів та партнерів.

6. Виникає потреба в цифровому суверенітеті та стандартах. Використання цифрових платформ у міжнародній взаємодії піднімає питання цифрового суверенітету, кібербезпеки, етичного використання даних, що потребує нових міжнародних стандартів і угод.

7. Для традиційної дипломатії з'являються нові виклики. Класичні дипломатичні інститути мають трансформуватись: розвивати цифрові компетентності, впроваджувати інноваційні підходи, діяти швидше і гнучкіше. З'являється цифрова дипломатія 2.0, де важливу роль відіграють big data, аналітика, AI.

Таким чином, цифрові платформи – не лише технології, а геоекономічний ресурс. Той, хто володіє інфраструктурою даних і керує цифровими потоками, здобуває нову форму економічного впливу у світі.

8. Діджиталізація обумовила виклики та потреби в нових підходах. Поширення цифрових платформ вимагає розробки міжнародних стандартів і угод у сфері цифрової торгівлі, захисту даних, кібербезпеки, посилення цифрових компетенцій дипломатів, створення нових форм інституційної взаємодії та забезпечення цифрового суверенітету держави у межах глобального цифрового простору.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Glassman J. K. Public Diplomacy 2.0 : A New Approach to Global Engagement. U.S. Department of State, 03.12.2008. URL : <http://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm>
2. Cull N. J. The long road to public diplomacy 2.0: the Internet in US public diplomacy. International Studies Review, 2013. URL: <https://ash.harvard.edu/files/cull.pdf> (дата звернення: 12.11.2023).
3. Краснопольська Т. М., Милосердна І. М. Цифрова дипломатія як основа нової публічної дипломатії. *Актуальні проблеми політики*, 2022. Вип. 69. С. 13–20. URL: http://app.nuoua.od.ua/archive/69_2022/2.pdf (дата звернення: 12.11.2023).
4. Руднева А. О. Цифрова дипломатія у формуванні системи національної безпеки України в умовах війни з рф / А. О. Руднева, Ю. Г. Мальована // Регіональні студії: науковий збірник /

- редкол.: М. М. Палінчак (голов. ред.), І. М. Вегеш, Є. І. Гайданка та ін. – Ужгород : Видавничий дім "Гельветика", 2023. Вип. 34. С. 111–115. Бібліогр.: с. 115 (4 назви); рез. укр., англ. URL <http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/34/19.pdf>
5. Сегеда О.О. Цифрова дипломатія України як елемент нової публічної дипломатії. *Політикус: науковий журнал*. Випуск 3, 2020. С. 139–147. URL: http://politicus.od.ua/3_2020/23.pdf (дата звернення: 22.12.2022).
6. Кононенко В. П., Комарова, Т. Г. Цифрова дипломатія як засіб стратегічної комунікації держави. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, серія «Питання політології»* № 45, 2024. С. 15–20. <https://doi.org/10.26565/2220-8089-2024-45-02>.
7. Ільницька У. В. Цифрові технології дипломатії у міжнародній діяльності України у глобальному інформаційно-комунікативному просторі: особливості та трансформація. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/483/13051/27286-1?inline=1>. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-448-1-28>
8. В. Кубко. Цифрова дипломатія в сучасних міжнародних відносинах. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. Студії*, 2023. Випуск 50, с. 170–176. DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2023.50.22>.
9. Стратегія публічної дипломатії Міністерства закордонних справ України 2021–2025 : веб-сайт. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%/public-diplomacy-strategy.pdf>.
10. Скоробагатько А. В. Цифрова дипломатія як інструмент зовнішньої політики держави. URL: <https://int-konf.org/uk/2013/innovatsiji-ta-traditsiji-v-suchasnij-naukovij-dumtsi-15-17-08-2013-r/482-skorobagatko-a-v-tsifrova-diplomatiya-yak-instrument-zovnishnojipolitiki-derzhavi> (дата звернення: 12.11.2023).
11. Булега К. І., Чарських І. Ю. Цифрова дипломатія як елемент зовнішньополітичної діяльності держав. *Вісник НАДУ. Серія «Державне управління»*, 2020. URL: <https://jvestniksss.donnu.edu.ua/article/download/5447/5474> (дата звернення: 13.11.2023)
12. Гуцал С. А. Публічна дипломатія як сучасний пріоритет зовнішньої політики держави. *Стратегічні пріоритети*, 2010. № 3(16). С. 106–114.
13. Glassman J. K. Public Diplomacy 2.0: A New Approach to Global Engagement. U.S. Department of State, 03.12.2008. URL: <https://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm> (дата звернення: 11.11.2023)
14. Ghazavi Vafa. Five ideas from Allan Gyngell for a better foreign policy. URL: <https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/five-ideas-allan-gyngell-better-foreign-policy> (дата звернення: 12.11.2023).
15. Affairs, 2004. 191 p. URL: <http://www.tinyurl.com/mug36ku> (дата звернення: 12.11.2023).
16. Hanson F. Baked in and wired: eDiplomacy@State. Foreign Policy Paper Series, 2012 N. 30. URL: <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/baked-in-hansonf-5.pdf> (дата звернення: 13.11.2023).
17. Опанасюк О. І. Особливості сучасної публічної дипломатії. *Гілея: науковий вісник*, 2017. Вип. 117. С. 238–243.
18. Літра Л., Кононенко Ю. Твітер-дипломатія: як новітні технології можуть посилити міжнародні позиції України? *Institute of world policy*, 2013. № 1. С. 1–12.
19. План «Восстановление Франции» представлен на сайте правительства: <https://www.gouvernement.fr/france-reliance>
<https://www.diplomatie.gouv.fr/ru/politique-etrangere/diplomatie-economique-et-commerce-exterieur/soutenir-les-entreprises-francaises-a-l-etranger/export-une-priorite-du-gouvernement/>
20. OECD (2022). *Digital Trade and Globalisation*.
21. European Commission. *Digital Strategy* (<https://digital-strategy.ec.europa.eu>)
22. e-Residency Estonia (<https://e-resident.gov.ee>)
23. GAIA-X Initiative (<https://www.gaia-x.eu>)
24. France Export (<https://www.teamfrance-export.fr>)
25. UkraineInvest, Diia.Business (<https://diia.gov.ua/business>)

REFERENCES:

1. Glassman J. K. Public Diplomacy 2.0 : A New Approach to Global Engagement. U.S. Department of State, 03.12.2008. URL : <http://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm>
2. Cull N. J. The long road to public diplomacy 2.0: the Internet in US public diplomacy. *International Studies Review*, 2013. URL: <https://ash.harvard.edu/files/cull.pdf> (data zvernennia: 12.11.2023).
3. Krasnopolska T.M., Myloserdna I.M. Tsyfrova dyplomatiia yak osnova novoi publichnoi dyplomatii. *Aktualni problemy polityky*, 2022. Vyp. 69. S. 13–20. URL: http://app.nuoua.od.ua/archive/69_2022/2.pdf (data zvernennia: 12.11.2023).
4. Rudnieva, A. O. Tsyfrova dyplomatiia u formuvanni systemy natsionalnoi bezpeky Ukrainy v umovakh viiny z rf / A. O. Rudnieva, Yu. H. Malovana // *Rehionalni studii: naukovyi zbirnyk / redkol.: M. M. Palinchak (holov. red.), I. M. Vehesh, Ye. I. Haidanka ta in. – Uzhhorod : Vydavnychyi dim "Helvetyka", 2023. Vyp. 34. S. 111–115. Bibliohr.: s. 115 (4 nazvy); rez. ukr., anhl. URL <http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/34/19.pdf>*
5. Seheda O.O. Tsyfrova dyplomatiia Ukrainy yak element novoi publichnoi dyplomatii. *Politykus: naukovyi zhurnal*. Vypusk 3, 2020. S. 139–147. URL: http://politicus.od.ua/3_2020/23.pdf (data zvernennia: 22.12.2022).
6. Kononenko V. P., Komarova, T. H. Tsyfrova dyplomatiia yak zasib stratehichnoi komunikatsii derzhavy. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina, seriia «Pytannia politolohii»* № 45, 2024. P. 15–20. <https://doi.org/10.26565/2220-8089-2024-45-02>.
7. Ilnytska U. V. Tsyfrovi tekhnolohii dyplomatii u mizhnarodnii diialnosti Ukrainy u hlobalnomu informatsiino-komunikatyvnomu prostori: osoblyvosti ta transformatsiia. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/483/13051/27286-1?inline=1>. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-448-1-28>.
8. V. Kubko. Tsyfrova dyplomatiia v suchasnykh mizhnarodnykh vidnosynakh. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia filos.-politoh. Studii*, 2023. Vypusk 50, p. 170–176. DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2023.50.22>
9. Stratehiia publichnoi dyplomatii Ministerstva zakordonnykh sprav Ukrainy 2021–2025 : veb-sait. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%/public-diplomacy-strategy.pdf>.
10. Skorobahatko A.V. Tsyfrova dyplomatiia yak instrument zovnishnoi polityky derzhavy. URL: [https://int-konf.org/uk/2013/innovatsiji-ta-traditsiji-v-suchasnij-naukovij-dumtsi-15-17-08-2013-r/482-skorobahatko-a-v-tsyfrova-diplomatiya-yak-instrument-zovnishnojipolitiki-derzhavi\(12.11.2023\)](https://int-konf.org/uk/2013/innovatsiji-ta-traditsiji-v-suchasnij-naukovij-dumtsi-15-17-08-2013-r/482-skorobahatko-a-v-tsyfrova-diplomatiya-yak-instrument-zovnishnojipolitiki-derzhavi(12.11.2023))
11. Buleha K. I., Charskykh I. Iu. Tsyfrova dyplomatiia yak element zovnishnopolitychnoi diialnosti derzhav. *Visnyk NADU. Seriia «Derzhavne upravlinnia»*, 2020. URL: <https://jvestniksss.donnu.edu.ua/article/download/5447/5474> (data zvernennia: 13.11.2023)
12. Hutsal S.A. Publichna dyplomatiia yak suchasnyi priorytet zovnishnoi polityky derzhavy. *Stratehichni priorytety*. 2010. № 3(16). S. 106–114.
13. Glassman J. K. Public Diplomacy 2.0: A New Approach to Global Engagement. *U.S. Department of State*, 03.12.2008. URL: <https://2001-2009.state.gov/r/us/2008/112605.htm> (data zvernennia: 11.11.2023)
14. Ghazavi Vafa. Five ideas from Allan Gyngell for a better foreign policy. URL: <https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/five-ideas-allan-gyngell-better-foreign-policy> (data zvernennia: 12.11.2023).
15. Affairs, 2004. 191 p. URL: <http://www.tinyurl.com/mug36ku> (data zvernennia: 12.11.2023).
16. Hanson F. Baked in and wired: eDiplomacy@State. *Foreign Policy Paper Series*, 2012 N. 30. URL: <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/baked-in-hansonf-5.pdf> (data zvernennia: 13.11.2023).
17. Opanasiuk O.I. Osoblyvosti suchasnoi publichnoi dyplomatii. *Hileia: naukovyi visnyk*, 2017. Vyp. 117. S. 238–243.
18. Litra L., Kononenko Yu. Tviter-dyplomatiia: yak novitni tekhnolohii mozhut posylyty mizhnarodni pozytsii Ukrainy? *Institute of world policy*, 2013. № 1. S. 1–12.

19. Plan «Vosstanovlenye Frantsyy» predstavlen na saite pravytelstva: <https://www.gouvernement.fr/france-relance>. <https://www.diplomatie.gouv.fr/ru/politique-etrangere/diplomatie-economique-et-commerce-exterieur/soutenir-les-entreprises-francaises-a-l-etranger/export-une-priorite-du-gouvernement/>
20. OECD (2022). Digital Trade and Globalisation.
21. European Commission. Digital Strategy (<https://digital-strategy.ec.europa.eu>)
22. e-Residency Estonia (<https://e-resident.gov.ee>)
23. GAIA-X Initiative (<https://www.gaia-x.eu>)
24. France Export (<https://www.teamfrance-export.fr>)
25. UkraineInvest, Diia.Business (<https://diia.gov.ua/business>)

Надійшла до редакції 23.02.2025р.