

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Економічний факультет
Кафедра міжнародної економіки та світового господарства

«До захисту»
Завідувач кафедри
к.е.н., доц. Тетяна ШУБА

**УЧАСТЬ ЯПОНІЇ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ:
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Кваліфікаційна робота магістра

Виконала:
студентка 2-го курсу
другого (магістерського) рівня
вищої освіти
денної форми навчання
гр. ЕМ-61

Яна ПАСЕЧНИК

Науковий керівник:
к. е. н., доцент

Марина ШУБА

Харків – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ	8
1.1. Сутність та закономірності розвитку міжнародної торгівлі.....	8
1.2. Класичні та сучасні концепції міжнародної торгівлі	16
1.3. Індикатори та методи оцінки ефективності участі країн у міжнародній торгівлі.....	24
Висновки до розділу 1.....	34
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН УЧАСТІ ЯПОНІЇ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ.....	36
2.1. Місце Японії у міжнародній торгівлі товарами	36
2.2. Участь Японії в міжнародній торгівлі послугами.....	52
2.3. Особливості двосторонньої торгівлі між Україною та Японією..	61
Висновки до розділу 2.....	74
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ УЧАСТІ ЯПОНІЇ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ.....	76
3.1. Адаптація торговельної політики Японії до нових глобальних викликів.....	76
3.2. Перспективні напрями участі Японії у міжнародній торгівлі.....	85
Висновки до розділу 3.....	94
ВИСНОВКИ.....	96
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	102

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасних умовах трансформації глобальної економічної системи, що характеризується посиленням геополітичної конкуренції, технологічними революціями та переосмисленням принципів міжнародної торгівлі, дослідження участі провідних торговельних держав у глобальному товарообміні набуває особливої актуальності. Японія, будучи четвертою економікою світу за ВВП та однією з найбільш технологічно розвинених країн, відіграє значну роль у світовій торгівлі та регіональних виробничих мережах Азійсько-Тихоокеанського регіону. Історично сформована експортно-орієнтована модель економічного розвитку зробила зовнішню торгівлю критично важливим компонентом економічної стабільності та процвітання японської держави.

Актуальність дослідження участі Японії в міжнародній торгівлі зумовлена кількома ключовими факторами. По-перше, японська економіка перебуває на етапі структурної трансформації, пов'язаної з демографічними викликами, необхідністю технологічного оновлення та адаптацією до нових форм глобальної конкуренції. По-друге, Японія активно переосмислює свою торговельну стратегію в умовах торговельних конфліктів між великими економіками, фрагментації глобальних ланцюгів постачання та зростання значення економічної безпеки. По-третє, японський досвід участі в регіональних торговельних угодах становить інтерес для інших країн, що прагнуть диверсифікувати свої зовнішньоекономічні зв'язки. По-четверте, перехід до низьковуглецевої економіки та цифровізація створюють нові можливості для японського експорту високих технологій, що вимагає наукового аналізу перспективних напрямів торговельної спеціалізації. Для України, яка розвиває двосторонні економічні відносини з Японією, розуміння особливостей японської участі в міжнародній торгівлі має практичне значення для ідентифікації можливостей поглиблення торговельно-економічного співробітництва.

Ступінь наукової вивченості. Серед науковців, які присвятили свої роботи концептуальним засадам дослідження міжнародної торгівлі, можна виділити Козака Ю., Логвінову Н., Притулу Н., Шубу М., Григорову-Беренду Л., Сидорова О., Фісуненко Н., Альошина Т. та інших.

Проблематика участі Японії в міжнародній торгівлі знайшла відображення в працях багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців. Питання японської економіки та зовнішньої торгівлі досліджували: Шевченко І., Зварич І., Венгер В., Романовська Н., Чижевська М., Верхал К., Щербініна С., Гілсон, Дж., Мацуура Т. та інші.

Водночас комплексний аналіз сучасного стану та перспектив участі Японії в міжнародній торгівлі в умовах нових глобальних викликів, включаючи цифровізацію, екологічну трансформацію та реконфігурацію глобальних ланцюгів постачання, потребує подальшого наукового опрацювання.

Мета і завдання дослідження. Мета роботи – визначення сучасного стану та перспектив участі Японії у міжнародній торгівлі.

На підставі мети були сформульовані та вирішені наступні завдання дослідження:

- розглянути сутність та закономірності розвитку міжнародної торгівлі;
- дослідити класичні та сучасні концепції міжнародної торгівлі;
- систематизувати індикатори та методи оцінки ефективності участі країн у міжнародній торгівлі;
- охарактеризувати місце Японії в міжнародній торгівлі товарами;
- дослідити специфіку участі Японії в міжнародній торгівлі послугами;
- визначити особливості двосторонньої торгівлі між Україною та Японією;
- дослідити особливості адаптації торговельної політики Японії до нових глобальних викликів;
- узагальнити перспективні напрями участі Японії в міжнародній торгівлі.

Об'єктом дослідження є процес міжнародної торгівлі товарами та послугами.

Предметом дослідження є сучасний стан, особливості та перспективи участі Японії у міжнародній торгівлі.

Методи дослідження. При дослідженні сучасного стану та перспектив участі Японії в міжнародній торгівлі використовувався комплекс загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. Метод аналізу та синтезу застосовувався для декомпозиції зовнішньої торгівлі Японії на складові елементи (товарна та географічна структура експорту й імпорту, торгівля товарами та послугами, двосторонні торговельні відносини) та формування цілісного уявлення про роль країни в міжнародній торговельній системі. Статистичний метод використовувався для обробки та інтерпретації даних щодо обсягів, структури та динаміки зовнішньої торгівлі Японії. Графічний метод забезпечував наочне представлення тенденцій розвитку японської зовнішньої торгівлі та структурних співвідношень між різними сегментами товарообміну. Метод класифікації застосовувався для систематизації торговельних відносин Японії за різними критеріями (товарні групи, торговельні партнери, види послуг). Системний підхід забезпечив розгляд участі Японії в міжнародній торгівлі як складної багатфакторної системи, що еволюціонує під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників.

Комплексне застосування зазначених методів дослідження дозволило забезпечити науковість, об'єктивність та достовірність отриманих результатів і сформульованих висновків щодо сучасного стану та перспектив участі Японії в міжнародній торгівлі.

Апробація результатів дослідження. Результати досліджень за тематикою кваліфікаційної роботи магістра опубліковані у збірнику матеріалів І Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених «Міжнародні економічні відносини в умовах глобальних змін» (8 листопада 2025 року, м. Харків). Назва доповіді «Сучасний стан участі Японії у міжнародній торгівлі».

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 103 найменувань. Загальний обсяг роботи – 112 сторінок, у тому числі 20 рисунків та 12 таблиць.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

1.1. Сутність та закономірності розвитку міжнародної торгівлі

Міжнародна торгівля як економічне явище супроводжує людство протягом тисячоліть і є однією з найдавніших форм міжнародних економічних відносин. Розуміння її сутності та закономірностей розвитку має фундаментальне значення для дослідження процесів глобальної економічної інтеграції та аналізу участі окремих країн у світових торговельних потоках.

У найзагальнішому розумінні міжнародна торгівля представляє собою сферу міжнародних товарно-грошових відносин, яка складається з експорту та імпорту всіх країн світу. Вона являє собою форму економічного зв'язку між товаровиробниками різних країн, що виникає на основі міжнародного поділу праці та виражає їх взаємну економічну залежність. Міжнародна торгівля є сполученням зовнішньої торгівлі країн світу [1, с. 11].

Отже, з економічної точки зору, міжнародна торгівля являє собою обмін товарами і послугами між резидентами різних країн, який здійснюється через національні кордони та регулюється як національним, так і міжнародним правом.

Фундаментальною основою міжнародної торгівлі є міжнародний поділ праці, який передбачає спеціалізацію окремих країн на виробництві певних видів продукції відповідно до їх природних, економічних та технологічних можливостей. Цей поділ праці зумовлюється нерівномірністю розміщення та розвитку природних ресурсів, відмінностями в кліматичних умовах, неоднаковим рівнем економічного та науково-технічного розвитку різних країн [2, с. 78]. Міжнародний поділ праці не є статичним явищем, а постійно еволюціонує під впливом технологічного прогресу, змін у структурі світового попиту, розвитку нових галузей виробництва та інших чинників.

Сутність міжнародної торгівлі розкривається через її основні характеристики та особливості. По-перше, вона є формою реалізації результатів міжнародного поділу праці, дозволяючи країнам обмінюватися продукцією, в якій вони мають відносні переваги. По-друге, міжнародна торгівля виступає механізмом перерозподілу світових ресурсів, забезпечуючи їх більш ефективне використання в глобальному масштабі. По-третє, вона є каналом передачі технологій, знань та інновацій між країнами, сприяючи прискоренню економічного розвитку.

Важливою характеристикою міжнародної торгівлі є її багатофункціональність. Вона виконує кілька ключових функцій у світовій економіці. Розподільча функція полягає в тому, що через міжнародну торгівлю здійснюється розподіл світового валового продукту між окремими країнами відповідно до їх участі в міжнародному поділі праці. Стимулююча функція виявляється в тому, що міжнародна торгівля стимулює розвиток національного виробництва, орієнтованого на зовнішні ринки, та сприяє модернізації економіки. Інтеграційна функція міжнародної торгівлі полягає в поєднанні національних економік в єдину світову економічну систему. Через торговельні зв'язки країни стають взаємозалежними, що створює основу для поглиблення економічної інтеграції. Інформаційна функція виявляється в тому, що міжнародна торгівля є джерелом інформації про кон'юнктуру світових ринків, попит та пропозицію на різні товари, технологічні новинки тощо [3].

Розглядаючи сутність міжнародної торгівлі, варто зазначити її відмінності від внутрішньої торгівлі. На відміну від внутрішньої торгівлі, міжнародна торгівля здійснюється між суб'єктами, які знаходяться під юрисдикцією різних держав і діють в умовах різних правових систем. Це зумовлює необхідність врегулювання торговельних відносин як на національному, так і на міжнародному рівнях. Крім того, міжнародна торгівля пов'язана з валютними операціями, оскільки учасники торгівлі користуються різними національними валютами.

Іншою важливою особливістю міжнародної торгівлі є її більша складність порівняно з внутрішньою торгівлею. Це обумовлено необхідністю подолання не лише географічних відстаней, але й культурних, мовних, правових та інших бар'єрів. Міжнародна торгівля також характеризується вищими трансакційними витратами, пов'язаними з митним оформленням, транспортуванням на великі відстані, страхуванням, валютними операціями тощо [4].

Аналіз історичного розвитку міжнародної торгівлі дозволяє виявити ряд об'єктивних закономірностей, які характеризують її еволюцію та визначають особливості сучасного етапу (рис. 1.1). Першою фундаментальною закономірністю є безперервність та динамічність розвитку міжнародної торгівлі, яка проявляється у постійному зростанні обсягів торговельних операцій протягом останніх століть [5].

Ця динамічність не є хаотичною, а має певну закономірність. Темпи зростання міжнародної торгівлі зазвичай перевищують темпи зростання світового валового внутрішнього продукту, що вказує на поглиблення міжнародного поділу праці та посилення економічної взаємозалежності країн. Дослідження показують, що протягом післявоєнного періоду міжнародна торгівля зростала в середньому в 1,5-2 рази швидше за світове виробництво [6].

Другою важливою закономірністю є нерівномірність розвитку міжнародної торгівлі як у часовому, так і в просторовому аспектах. Часова нерівномірність проявляється в циклічності розвитку міжнародної торгівлі, яка тісно корелює з економічними циклами у провідних країнах світу. Під час економічних спадів обсяги міжнародної торгівлі зазвичай скорочуються більшою мірою, ніж національний ВВП, а під час економічних підйомів зростають швидшими темпами. Це пов'язано з тим, що міжнародна торгівля є більш волатильною, ніж національне виробництво, оскільки торговельні потоки швидше реагують на зміни в економічній кон'юнктурі [7].

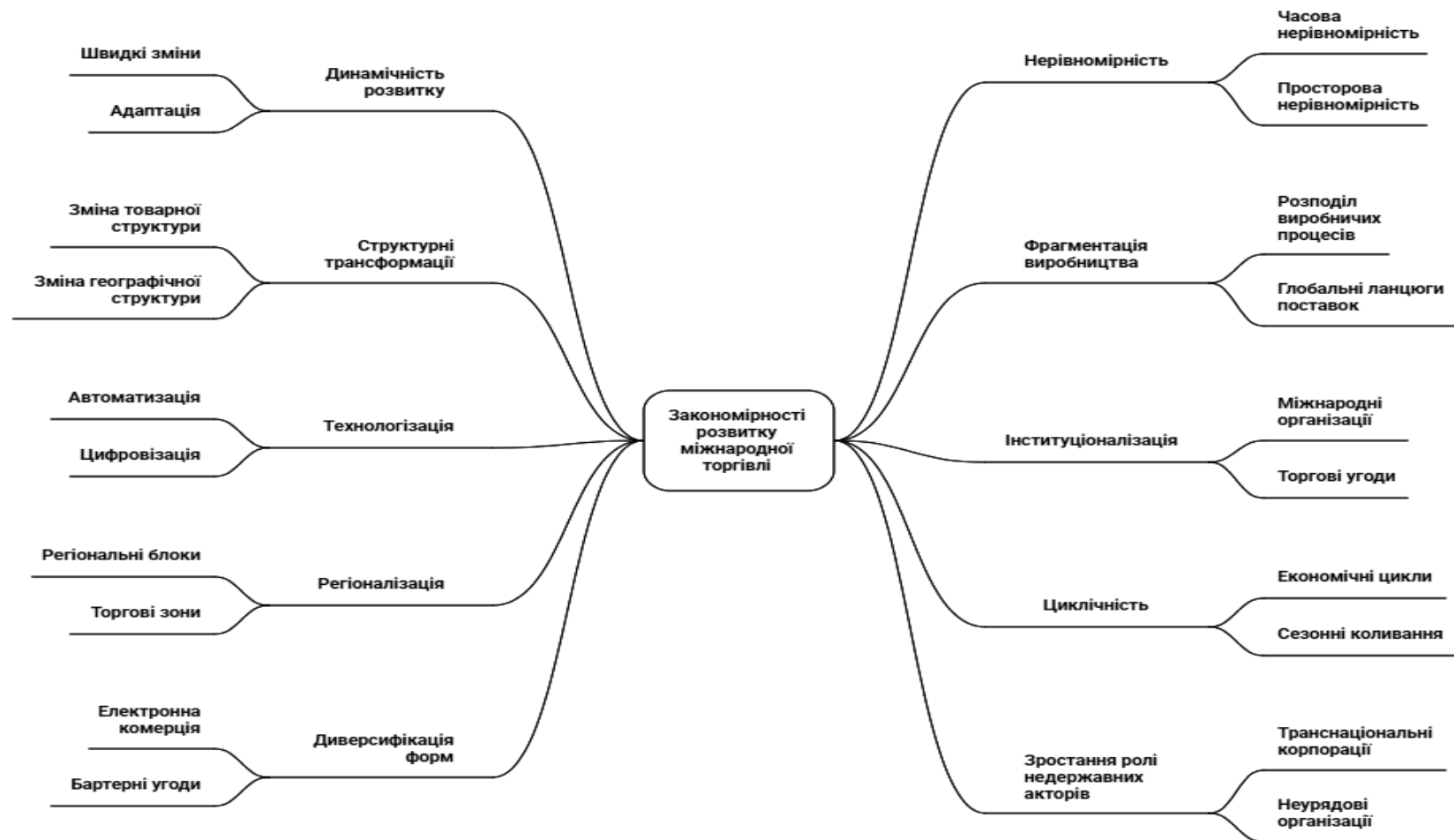


Рис. 1.1. – Закономірності, які характеризують еволюцію та визначають особливості сучасного етапу розвитку міжнародної торгівлі.

Джерело: складено автором на основі [1; 5; 7-15].

Просторова нерівномірність виявляється в концентрації основної частки світової торгівлі в руках обмеженої кількості країн та регіонів. За даними ЮНКТАД, на десять найбільших торговельних країн припадає близько 60% світового товарообороту [9]. Така концентрація зумовлена рівнем економічного розвитку, розміром внутрішнього ринку, географічним розташуванням, рівнем розвитку транспортної та комунікаційної інфраструктури, а також ефективністю державної політики у сфері зовнішньої торгівлі.

Географічна структура світової торгівлі характеризується домінуванням розвинених країн, хоча їх частка поступово скорочується на користь країн, що розвиваються, особливо азіатських.

Третьою закономірністю є постійні структурні трансформації у міжнародній торгівлі, які відображають еволюцію світової економіки та зміни в міжнародному поділі праці. Ці трансформації проявляються в декількох аспектах. По-перше, відбуваються зміни в товарній структурі міжнародної торгівлі. Спостерігається стійка тенденція до зростання частки готових виробів, особливо високотехнологічної продукції, при одночасному скороченні частки сировинних товарів та напівфабрикатів [10]. Це відображає процеси індустріалізації в країнах, що розвиваються, та переорієнтацію розвинених країн на виробництво наукомістких товарів і послуг.

По-друге, кардинально змінюється структура міжнародної торгівлі за видами економічної діяльності. Найбільш динамічно розвивається торгівля послугами, частка якої у світовій торгівлі постійно зростає [11]. Особливо швидко зростає торгівля сучасними послугами, такими як інформаційні та комунікаційні технології, фінансові послуги, консалтинг, дослідження та розробки.

По-третє, відбуваються зміни у формах організації міжнародної торгівлі. Традиційна модель міжгалузевої торгівлі, коли країни експортували товари одних галузей і імпортували товари інших галузей, поступається місцем внутрішньогалузевій торгівлі. Все більша частка міжнародних торговельних

потоків припадає на обмін подібними товарами в межах однієї галузі, що відображає поглиблення спеціалізації та диференціацію продукції.

Четвертою закономірністю є фрагментація виробничих процесів та формування глобальних ланцюгів створення вартості. Сучасне виробництво багатьох товарів здійснюється не в одній країні, а розподіляється між кількома країнами відповідно до їх конкурентних переваг на різних стадіях виробничого процесу. Це призводить до того, що один і той же товар може кілька разів перетинати національні кордони у процесі свого виробництва, що значно ускладнює структуру міжнародних торговельних потоків.

Формування глобальних ланцюгів створення вартості має далекосяжні наслідки для міжнародної торгівлі. По-перше, зростає значення торгівлі проміжними товарами та компонентами. По-друге, посилюється взаємозалежність національних економік, оскільки порушення в одній ланці може вплинути на весь ланцюг. По-третє, змінюються підходи до вимірювання міжнародної торгівлі, оскільки традиційна валова статистика не відображає реальний внесок кожної країни у створення вартості [12].

П'ятою закономірністю є технологізація міжнародної торгівлі, яка проявляється в зростаючій ролі технологічного фактору в усіх аспектах торговельних відносин. Технологічний прогрес суттєво впливає на розвиток міжнародної торгівлі в кількох напрямках. По-перше, розвиток транспортних технологій призвів до суттєвого зниження витрат на перевезення товарів.

По-друге, інформаційно-комунікаційні технології революціонізували способи ведення міжнародного бізнесу, значно знизивши інформаційні та трансакційні витрати. Розвиток інтернету, електронної пошти, систем електронного документообігу дозволив суттєво спростити процедури міжнародної торгівлі та зробити їх доступнішими для малих та середніх підприємств. По-третє, з'являються принципово нові товари та послуги, які стають предметом міжнародної торгівлі. Це стосується як матеріальних товарів (електроніка, біотехнології тощо), так і нематеріальних послуг (програмне забезпечення, цифровий контент тощо) [13].

Шостою закономірністю є інституціоналізація міжнародної торгівлі, яка полягає у створенні та розвитку системи міжнародних організацій, правил та процедур, що регулюють торговельні відносини. Цей процес розпочався ще в XIX столітті з укладення перших торговельних договорів і продовжується донині. Створення Світової організації торгівлі та регіональних торговельних угруповань є проявом цієї закономірності.

Інституціоналізація міжнародної торгівлі має кілька важливих аспектів. По-перше, вона сприяє зниженню невизначеності та ризиків у міжнародних торговельних операціях через створення передбачуваних правил гри. По-друге, забезпечує механізми вирішення торговельних спорів, що особливо важливо в умовах зростаючої складності міжнародних економічних відносин. По-третє, створює основу для поступової лібералізації міжнародної торгівлі через багатосторонні переговори та угоди [14].

Сьомою закономірністю є регіоналізація міжнародної торгівлі, яка проявляється у формуванні регіональних торговельних блоків та посиленні торговельних зв'язків між географічно близькими країнами. Ця тенденція має об'єктивні причини: географічна близькість знижує транспортні витрати, культурна та мовна спорідненість полегшує ведення бізнесу, а історичні зв'язки створюють основу для довіри між торговельними партнерами.

Регіоналізація міжнародної торгівлі може мати як позитивні, так і негативні наслідки для глобальної торговельної системи. З одного боку, регіональні торговельні угоди можуть сприяти загальній лібералізації торгівлі та економічному зростанню учасників. З іншого боку, вони можуть створювати дискримінацію щодо третіх країн та призводити до фрагментації глобальної торговельної системи [15].

Восьмою закономірністю є циклічність розвитку міжнародної торгівлі, яка тісно пов'язана з економічними циклами в провідних країнах світу та має свої специфічні особливості. Міжнародна торгівля характеризується вищою волатильністю порівняно з національним виробництвом, що пояснюється кількома факторами. По-перше, торговельні потоки швидше реагують на

зміни в економічній кон'юнктурі, оскільки підприємства можуть відносно легко перенаправити свою продукцію на внутрішній або зовнішній ринок.

По-друге, міжнародна торгівля більш чутлива до змін в очікуваннях економічних агентів та настроїв на фінансових ринках. Під час кризових періодів спостерігається скорочення кредитування торговельних операцій, що додатково обмежує торговельні потоки. По-третє, товари міжнародної торгівлі часто мають вищу еластичність попиту за доходом, що означає більш сильну реакцію на зміни в доходах споживачів [7].

Дев'ятою закономірністю є диверсифікація форм та методів міжнародної торгівлі, яка відображає пристосування торговельних відносин до мінливих умов світової економіки. Поряд з традиційною товарною торгівлею розвиваються нові форми міжнародного економічного співробітництва, такі як міжнародний лізинг, франчайзинг, толінг, бартерні операції тощо. Кожна з цих форм має свої переваги та недоліки і використовується в залежності від специфіки товару, особливостей ринку та стратегії компанії [1].

Десятою закономірністю є зростання ролі недержавних акторів у міжнародній торгівлі, що проявляється в посиленні впливу транснаціональних корпорацій, міжнародних неурядових організацій, професійних асоціацій та інших інституцій громадянського суспільства. Транснаціональні корпорації контролюють значну частину світових торговельних потоків і відіграють ключову роль у формуванні глобальних ланцюгів створення вартості. Міжнародні неурядові організації впливають на формування стандартів та правил міжнародної торгівлі, особливо в сферах екології, соціальної відповідальності та прав людини [8].

Розуміння цих закономірностей має принципове значення для формування ефективної стратегії участі країни в міжнародній торгівлі. Вони дозволяють прогнозувати тенденції розвитку світових торговельних процесів, оцінювати можливості та загрози для національної економіки, а також розробляти адекватні заходи торговельної політики. Водночас важливо

розуміти, що ці закономірності не є абсолютними і можуть модифікуватися під впливом нових факторів та обставин.

1.2. Класичні та сучасні концепції міжнародної торгівлі

Теоретичне осмислення міжнародної торгівлі пройшло тривалий шлях розвитку від перших меркантилістських уявлень до складних сучасних моделей, що враховують множину факторів впливу на торговельні потоки. Еволюція поглядів на природу та механізми міжнародної торгівлі відображає не лише розвиток економічної думки, але й зміни в самій структурі світової економіки та характері міжнародних економічних відносин.

Розвиток теоретичних концепцій міжнародної торгівлі можна умовно розділити на кілька етапів, кожен з яких характеризувався домінуванням певних підходів та шкіл економічної думки. Класичний період охоплює роботи від меркантилістів XVI-XVIII століть до неокласичних моделей першої половини XX століття. Неокласичний період включає теоретичні розробки середини XX століття, що базувалися на припущеннях досконалої конкуренції та незмінної віддачі від масштабу. Сучасний період характеризується розробкою нових торговельних теорій, що враховують недосконали конкуренцію, зростаючу віддачу від масштабу та роль транснаціональних корпорацій.

Меркантилістська концепція, яка домінувала в економічній думці XVI-XVIII століть, розглядала міжнародну торгівлю як гру з нульовою сумою, де виграш однієї країни обов'язково означав програш іншої. Основні представники цього напрямку, зокрема Томас Ман та Жан-Батист Кольбер, вважали, що багатство нації визначається кількістю золота та срібла в її розпорядженні, а міжнародна торгівля повинна забезпечувати позитивний торговельний баланс. Меркантилісти виступали за активне державне втручання у зовнішню торгівлю через високі імпорتنі тарифи, заборони на експорт сировини та стимулювання експорту готової продукції [16].

Хоча меркантилістські погляди були згодом піддані критиці класичними економістами, деякі їх елементи знайшли відображення в сучасних концепціях стратегічної торговельної політики. Зокрема, ідея про можливість покращення національного добробуту через активну промислову політику та підтримку експортно-орієнтованих галузей резонує з сучасними дискусіями про роль держави в забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки.

Надзвичайно важливою у розумінні природи міжнародної торгівлі стала концепція абсолютних переваг, розроблена Адамом Смітом у праці «Дослідження про природу і причини багатства народів». Сміт першим сформулював ідею про те, що міжнародна торгівля може бути взаємовигідною для всіх учасників, якщо кожна країна спеціалізується на виробництві тих товарів, в яких вона має абсолютну перевагу, тобто може виробляти з меншими витратами порівняно з іншими країнами [17]. Ця концепція заклала основи ліберального підходу до міжнародної торгівлі та стала аргументом на користь скасування торговельних обмежень.

Теорія абсолютних переваг базується на кількох ключових припущеннях: досконала мобільність факторів виробництва всередині країни при їх неможливості між країнами, повна зайнятість ресурсів, незмінна віддача від масштабу та відсутність транспортних витрат. Незважаючи на свою простоту, ця теорія вперше показала, що спеціалізація та торгівля можуть призвести до збільшення загального обсягу виробництва та споживання.

Проте теорія абсолютних переваг мала суттєве обмеження: вона не могла пояснити, чому торгують країни, жодна з яких не має абсолютної переваги у виробництві певних товарів. Цю проблему вирішив Давід Рікардо у своїй теорії порівняльних переваг, викладеній у праці «Принципи політичної економії та оподаткування». Рікардо довів, що навіть якщо одна країна має абсолютну перевагу у виробництві всіх товарів, взаємовигідна торгівля все одно можлива, якщо країни спеціалізуються відповідно до своїх порівняльних переваг [18].

Суть теорії порівняльних переваг полягає в тому, що кожна країна повинна спеціалізуватися на виробництві того товару, у виробництві якого її перевага найбільша або недолік найменший [1]. Класичним прикладом є модель Рікардо з торгівлі між Англією та Португалією сукном та вином. Навіть якщо Португалія має абсолютну перевагу у виробництві обох товарів, їй вигідно спеціалізуватися на виробництві вина (де її порівняльна перевага більша), а Англії - на виробництві сукна.

Теорія порівняльних переваг стала наріжним каменем класичної теорії міжнародної торгівлі і до сьогодні залишається однією з найвпливовіших економічних концепцій. Вона обґрунтовує переваги вільної торгівлі та спеціалізації, показуючи, що обидві країни можуть отримати вигоду від торгівлі навіть при значних відмінностях у рівнях продуктивності. Водночас теорія Д. Рікардо базується на досить жорстких припущеннях, включаючи існування лише одного фактора виробництва (праці), постійні витрати виробництва та відсутність транспортних витрат.

Розвиток класичної теорії продовжив Джон Стюарт Міль, який у праці «Принципи політичної економії» розробив теорію взаємного попиту та запропонував механізм визначення умов торгівлі між країнами. Дж. Міль показав, що реальні умови торгівлі встановлюються в межах, визначених альтернативними витратами виробництва в кожній країні, і залежать від взаємного попиту країн на товари одна одної [19]. Чим сильніший попит однієї країни на товари іншої, тим менш сприятливими для неї будуть умови торгівлі.

Значний внесок у розвиток теорії міжнародної торгівлі зробили шведські економісти Елі Хекшер та Бертіль Олін, які в 1920-1930-х роках розробили теорію, що пояснювала порівняльні переваги через різну забезпеченість країн факторами виробництва. Модель Хекшера-Оліна, також відома як теорія співвідношення факторів виробництва, стверджує, що країна експортуватиме ті товари, для виробництва яких інтенсивно використовується фактор, яким ця країна відносно краще забезпечена, і імпортуватиме товари, для виробництва

яких інтенсивно використовується фактор, яким країна відносно гірше забезпечена [1].

Теорія Хекшера-Оліна базується на кількох ключових припущеннях: існування двох країн, двох товарів і двох факторів виробництва (капітал і праця); однакові технології виробництва в обох країнах; різна забезпеченість факторами виробництва; однакові переваги споживачів; досконала конкуренція та мобільність факторів всередині країн при їх неможливості між країнами. Ця модель передбачає, що міжнародна торгівля призводить до вирівнювання цін на фактори виробництва між країнами, що відоме як теорема про вирівнювання цін на фактори [1].

Важливим доповненням до теорії Хекшера-Оліна стала теорема Столпера-Самуельсона, сформульована в 1941 році. Вона показує, як міжнародна торгівля впливає на розподіл доходів всередині країни. Згідно з цією теоремою, розширення міжнародної торгівлі збільшує реальний дохід фактора, який інтенсивно використовується в експортних галузях, і зменшує реальний дохід фактора, який інтенсивно використовується в імпортозаміщуючих галузях [20]. Ця теорема має важливі політичні наслідки, оскільки пояснює, чому певні групи всередині країни можуть виступати проти лібералізації торгівлі.

Емпіричну перевірку теорії Хекшера-Оліна здійснив Василь Леонтьєв у 1953 році, проаналізувавши структуру зовнішньої торгівлі США. Результати його дослідження виявилися несподіваними: США, країна з відносно високою забезпеченістю капіталом, експортували переважно трудомісткі товари та імпортували капіталомісткі. Цей результат, який отримав назву «парадокс Леонтьєва», поставив під сумнів універсальність теорії Хекшера-Оліна та стимулював розвиток нових теоретичних підходів [1].

Спроби пояснити парадокс Леонтьєва призвели до появи кількох модифікацій класичної теорії. Одним з найбільш впливових стало врахування різних видів праці та людського капіталу. Дональд Кізінг показав, що якщо розрізняти кваліфіковану та некваліфіковану працю, то структура

американської торгівлі стає більш зрозумілою: США експортують товари, що вимагають високого рівня кваліфікації [21]. Це привело до розвитку багатofакторних моделей торгівлі, які враховують не лише капітал і працю, але й природні ресурси, людський капітал, технології тощо.

Іншим важливим напрямом розвитку стало врахування ролі природних ресурсів у міжнародній торгівлі. Концепція інтенсивності природних ресурсів, розроблена Едвардом Лімером та іншими дослідниками, показала, що багато країн спеціалізуються на експорті товарів, для виробництва яких інтенсивно використовуються природні ресурси, якими ці країни відносно краще забезпечені [22]. Це особливо актуально для аналізу торгівлі країн, що розвиваються, багато з яких є великими експортерами сировинних товарів.

Принципово новий етап у розвитку теорії міжнародної торгівлі розпочався в 1980-х роках з появою так званих «нових теорій торгівлі», які відмовилися від жорстких припущень неокласичних моделей про досконалу конкуренцію та постійну віддачу від масштабу. Піонерами цього напрямку стали Пол Кругман, Елханан Хелпман, Джеймс Брандер та інші економісти, які показали, що зростаюча віддача від масштабу та недосконала конкуренція можуть бути важливими факторами міжнародної торгівлі [23].

Модель Кругмана, розроблена в 1979 році, демонструє, як економія від масштабу може призвести до спеціалізації та торгівлі навіть між країнами з однаковими ресурсами та технологіями. У цій моделі кожна країна спеціалізується на виробництві обмеженої кількості різновидів товару, досягаючи тим самим економії від масштабу, а потім торгує з іншими країнами, щоб забезпечити споживачів широким асортиментом товарів [24]. Ця модель пояснює значну частину сучасної міжнародної торгівлі, особливо торгівлю між розвиненими країнами подібними товарами (внутрішньогалузева торгівля).

Важливим внеском нових теорій торгівлі стало пояснення внутрішньогалузевої торгівлі – явища, коли країни одночасно експортують та імпортують товари однієї галузі. Традиційні теорії не могли адекватно

пояснити цей феномен, оскільки передбачали, що кожна країна повністю спеціалізується на виробництві певних товарів. Нові теорії показали, що внутрішньогалузева торгівля може виникати через диференціацію продукції, споживчі переваги щодо різноманітності та економії від масштабу.

Стефан Ліндер у своїй теорії запропонував альтернативне пояснення структури торгівлі готовими виробами. Згідно з його гіпотезою, країни торгують переважно з тими партнерами, які мають схожий рівень доходу на душу населення, оскільки це зумовлює подібну структуру попиту [25]. Ця теорія особливо добре пояснює торгівлю між розвиненими країнами диференційованими товарами тривалого користування.

Розвиток концепції стратегічної торговельної політики, здійснений Джеймсом Брандером та Барбарою Спенсер, показав, що за певних умов активне державне втручання в міжнародну торгівлю може покращити національний добробут. У галузях з недосконалою конкуренцією та обмеженою кількістю фірм держава може використовувати субсидії або інші інструменти для підтримки національних компаній у конкурентній боротьбі з іноземними суперниками [26]. Проте ця теорія також показує, що стратегічна торговельна політика може призвести до торговельних війн та зниження глобального добробуту.

Теорія продуктового циклу Реймонда Вернона запропонувала динамічний підхід до аналізу міжнародної торгівлі, показавши, як структура торгівлі змінюється протягом життєвого циклу товару. На стадії впровадження нового продукту виробництво зосереджується в країнах з високим рівнем технологічного розвитку, потім поступово переміщується до країн з нижчими витратами виробництва [27]. Ця теорія добре пояснювала структуру міжнародної торгівлі в післявоєнний період, особливо домінування США в експорті високотехнологічних товарів.

Концепція технологічного розриву, розроблена Майклом Познером, підкреслює роль технологічних інновацій у створенні тимчасових торговельних переваг. Країни, які першими впроваджують нові технології або

розробляють нові товари, отримують тимчасову монополію на світових ринках, доки ці технології не поширяться в інші країни [28]. Ця концепція особливо актуальна для розуміння торгівлі високотехнологічними товарами та послугами.

Американський економіст Майкл Портер запропонував новий підхід до аналізу проблем міжнародної торгівлі. В його концепції вихідним положенням є твердження, що на світовому ринку основними суб'єктами конкуренції виступають не держави, а підприємства. Відповідно, для розуміння ролі країни у процесі міжнародної конкуренції необхідно дослідити, яким чином фірма формує та утримує власні конкурентні переваги. Відтак, ключовим чинником успішності на зовнішньому ринку є правильно обрана конкурентна стратегія [1].

За М. Портером, базовою одиницею конкуренції виступає галузь, яка об'єднує підприємства, що виробляють аналогічні товари або надають подібні послуги і безпосередньо змагаються між собою. Галузеві продукти мають спільні джерела конкурентних переваг, хоча межі між різними галузями залишаються досить умовними. Формування конкурентної стратегії підприємства визначається двома ключовими чинниками: структурою галузі, яка відображає специфіку конкурентної боротьби, та позицією, яку займає фірма всередині галузі, що залежить насамперед від наявності конкурентних переваг. Підприємство здатне випереджати своїх конкурентів лише за умови наявності стійкої конкурентної переваги.

М. Портер також визначив причини успіху тієї чи іншої країни в міжнародній конкуренції через систему чотирьох детермінант, об'єднаних у модель «конкурентного ромба». Сукупність цих факторів формує середовище, в якому функціонують національні підприємства та реалізують власні конкурентні стратегії [29].

Сучасні дослідження міжнародної торгівлі все більше зосереджуються на аналізі неоднорідності фірм та їх ролі у формуванні торговельних потоків. Модель Мелітца, розроблена в 2003 році, показала, що лише найбільш

продуктивні фірми стають експортерами, оскільки експорт пов'язаний з додатковими постійними витратами [30]. Ця модель пояснює, чому в межах однієї галузі одні фірми експортують, а інші працюють лише на внутрішньому ринку, і показує важливість продуктивності на рівні фірми для конкурентоспроможності.

Теорія глобальних ланцюгів вартості, розроблена Гері Джереффі, Ральфом Каплінскі та іншими дослідниками, аналізує, як сучасне виробництво фрагментується між різними країнами та компаніями. Ця концепція показує, що традиційні показники торгівлі можуть давати викривлену картину справжнього внеску кожної країни у створення вартості [31]. Розвиток концепції торгівлі доданою вартістю дозволяє більш точно оцінити справжні торговельні відносини між країнами.

Новий економічний географічний підхід, розвинутий Полом Кругманом, Масахісою Фуджитою та Ентоні Венейблсом, інтегрує просторові аспекти в аналіз міжнародної торгівлі. Ця теорія показує, як транспортні витрати, економія від масштабу та мобільність факторів виробництва взаємодіють у формуванні географічного розподілу економічної активності [32]. Вона пояснює, чому економічна діяльність має тенденцію до концентрації в певних регіонах та як це впливає на структуру міжнародної торгівлі.

Гравітаційна модель міжнародної торгівлі, хоча і має емпіричне походження, стала важливим інструментом аналізу торговельних потоків. Ця модель показує, що обсяг торгівлі між двома країнами прямо пропорційний розміру їх економік і обернено пропорційний відстані між ними. Сучасні варіанти гравітаційної моделі включають багато додаткових факторів, таких як спільна мова, історичні зв'язки, торговельні угоди тощо [33].

Інституціональний підхід підкреслює роль інституцій у формуванні структури міжнародної торгівлі. Якість інституцій, включаючи правову систему, рівень корупції, ефективність бюрократії, може суттєво впливати на торговельні потоки. Країни з кращими інституціями мають переваги в торгівлі складними товарами, які вимагають контрактної надійності [34].

Сучасні дослідження також зосереджуються на аналізі впливу торговельної політики на добробут різних груп населення. Нові підходи до аналізу розподільчих ефектів торгівлі показують, що вигоди та втрати від лібералізації торгівлі можуть бути розподілені нерівномірно не лише між факторами виробництва, але й між різними регіонами, віковими групами, рівнями кваліфікації тощо [35].

Розвиток теорії міжнародної торгівлі продовжується, враховуючи нові виклики та можливості, пов'язані з технологічним прогресом, кліматичними змінами, геополітичними напруженнями та іншими факторами. Сучасні дослідники все більше використовують міждисциплінарні підходи, поєднуючи економічний аналіз з досягненнями політології, соціології, психології та інших наук для більш повного розуміння складних процесів міжнародної торгівлі.

1.3. Індикатори та методи оцінки ефективності участі країн у міжнародній торгівлі

Оцінка ефективності участі країн у міжнародній торгівлі є складним багатовимірним процесом, який потребує використання комплексної системи індикаторів та аналітичних методів. У сучасній міжнародній торгівлі традиційні підходи до вимірювання торговельної ефективності еволюціонують під впливом глобалізації, цифровізації економіки та зростаючого значення глобальних ланцюгів вартості. Ефективне вимірювання торговельної діяльності країни вимагає розуміння не лише кількісних показників обсягів експорту та імпорту, а й якісних характеристик торговельної спеціалізації, конкурентоспроможності та інтеграції в міжнародні виробничі мережі.

Фундаментальною основою системи оцінки торговельної ефективності є традиційні торговельні індикатори, які забезпечують базове розуміння торговельних потоків та їх динаміки. Торговельний баланс залишається одним із ключових показників, який відображає співвідношення між експортом та імпортом товарів і послуг. Хоча цей показник часто критикується за

спрощеність інтерпретації, він продовжує відігравати важливу роль у макроекономічному аналізі. Більш інформативним є показник торговельного покриття (trade coverage ratio), який розраховується як відношення експорту до імпорту і дозволяє оцінити здатність країни покривати свої імпортні потреби за рахунок експортних доходів.

Особливо важливим є аналіз частки країни у світовому експорті та імпорті, який демонструє позицію держави на глобальному ринку. Цей показник розраховується як відношення експорту (імпорту) країни до загального світового експорту (імпорту) і виражається у відсотках. Зростання цієї частки свідчить про підвищення конкурентоспроможності національної економіки та її інтеграцію в світогосподарські зв'язки. Динаміка цього показника дозволяє оцінити ефективність торговельної політики та адаптацію економіки до змін у глобальному середовищі.

Індекс виявленої порівняльної переваги (Revealed Comparative Advantage, RCA), розроблений Белою Баласса у 1965 році, є одним із найбільш широко використовуваних інструментів для оцінки торговельної спеціалізації країн. RCA індекс визначається як відношення двох часток: чисельником є частка експорту товару в загальному експорті країни, а знаменником - частка світового експорту цього товару в загальному світовому експорті [36]. Математично індекс RCA розраховується за формулою:

$$RCA = (X_{ij} / X_{it}) / (X_{wj} / X_{wt}) \quad [36],$$

де X_{ij} - експорт товару j країною i , X_{it} - загальний експорт країни i , X_{wj} - світовий експорт товару j , X_{wt} - загальний світовий експорт.

Значення RCA більше одиниці вказує на наявність виявленої порівняльної переваги у виробництві та експорті відповідного товару, тоді як значення менше одиниці свідчить про відсутність такої переваги. Показники виявленої порівняльної переваги використовуються для оцінки експортного потенціалу країни та визначення того, чи розширює країна асортимент

продуктів, в яких вона має торговельний потенціал. Цей індикатор особливо корисний для ідентифікації секторів, в яких країна має найбільший потенціал для розвитку експорту та підвищення конкурентоспроможності.

Розвитком концепції RCA є симетричний індекс виявленої порівняльної переваги (RSCA), який усуває деякі недоліки оригінального показника, зокрема асиметрію розподілу значень [37]. Індекс RSCA обчислюється за формулою:

$$RSCA = (RCA - 1) / (RCA + 1) \quad [37].$$

Значення RSCA коливаються від -1 до +1, що робить інтерпретацію результатів більш зручною та статистично коректною.

Для більш детального аналізу торговельної структури використовуються індикатори товарної та географічної концентрації торгівлі. Індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ) застосовується для вимірювання рівня концентрації експорту за товарами або ринками призначення. Високий рівень концентрації може свідчити про залежність економіки від обмеженої кількості товарів або ринків, що підвищує вразливість до зовнішніх шоків [38]. Математично індекс ННІ розраховується як сума квадратів часток кожного товару або ринку в загальному експорті:

$$ННІ = \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad [38],$$

де s_i - частка i -го товару або ринку в загальному експорті.

Індекс торговельної комплементарності є важливим інструментом для оцінки потенціалу розвитку торговельних відносин між країнами. Він вимірює ступінь відповідності експортної структури однієї країни імпортній структурі іншої. Високі значення індексу комплементарності вказує на наявність сприятливих умов для розширення двосторонньої торгівлі. Цей показник

особливо корисний при аналізі ефективності регіональних торговельних угод та оцінці потенціалу створення торгівлі [39].

Оцінка експортної складності є ще одним важливим напрямком аналізу торговельної ефективності. Індекс економічної складності (Economic Complexity Index, ECI), розроблений Хаусманном та Хідальго, вимірює рівень знань та виробничих можливостей, втілених в експортній корзині країни. Цей індекс базується на принципі, що складні продукти можуть виробляти лише країни з розвиненими виробничими можливостями, тоді як прості продукти доступні для виробництва широкому колу країн. Високий рівень економічної складності корелює з вищими доходами на душу населення та стійким економічним зростанням [40].

Методологія розрахунку ECI включає ітераційний процес, який враховує як різноманітність експортної корзини країни, так і складність кожного продукту, визначену кількістю країн, що його виробляють. Продуктова складність (Product Complexity Index, PCI) є парним індикатором, який характеризує рівень знань та можливостей, необхідних для виробництва конкретного товару [40].

Для оцінки стійкості та передбачуваності торговельних потоків використовуються індикатори волатильності експорту. Коефіцієнт варіації експортних доходів, стандартне відхилення темпів зростання експорту та індекс нестабільності експорту дозволяють оцінити ступінь мінливості торговельних показників у часі. Висока волатильність може негативно впливати на планування економічної політики та інвестиційні рішення, особливо в країнах, що розвиваються [41].

Методологічні підходи до агрегування різноманітних торговельних індикаторів у комплексні показники ефективності включають використання методу головних компонент, факторного аналізу та створення композитних індексів. Індекс торговельної ефективності (Trade Performance Index), розроблений Міжнародним торговельним центром, є прикладом такого комплексного підходу, що поєднує показники поточної

конкурентоспроможності, ринкових можливостей, якості торговельного середовища та диверсифікації [42].

Застосування сучасних аналітичних методів, включаючи машинне навчання та штучний інтелект, відкриває нові можливості для аналізу торговельних даних. Методи data mining дозволяють виявляти приховані закономірності в торговельних потоках, а прогнозні моделі на основі штучних нейронних мереж можуть передбачати майбутні тренди торговельної ефективності з високою точністю [43].

Важливість якісної статистичної бази для розрахунку торговельних індикаторів не може бути переоцінена. Проблеми достовірності та порівнянності торговельних даних, різниці в методологіях збору інформації різними країнами та часові лаги в публікації статистики створюють серйозні виклики для точного вимірювання торговельної ефективності. Ініціативи по гармонізації торговельної статистики, такі як система національних рахунків ООН та стандарти СОТ, спрямовані на подолання цих проблем.

Інтерпретація результатів аналізу торговельної ефективності потребує врахування контекстуальних факторів, включаючи рівень економічного розвитку країни, її географічне положення, ресурсну базу та інституційне середовище. Індикатори, які свідчать про високу ефективність для однієї країни, можуть мати зовсім іншу інтерпретацію для іншої через різницю в їх економічних умовах та стратегічних цілях.

Динамічний характер міжнародної торгівлі вимагає регулярного оновлення методологічних підходів до оцінки торговельної ефективності. Поява нових форм торгівлі, таких як торгівля даними, сервісифікація промисловості та розвиток циркулярної економіки, створює потребу в адаптації існуючих індикаторів та розробці нових аналітичних інструментів.

Систематизація показників результативності зовнішньої торгівлі передбачає їх класифікацію за функціональними характеристиками та методологічними особливостями застосування. Комплексний підхід до оцінки торговельної ефективності вимагає використання різнотипових індикаторів,

які доповнюють один одного і забезпечують багатовимірну характеристику участі країни в міжнародних економічних відносинах.

На рис. 1.2 узагальнено основні показники міжнародної торгівлі. Абсолютні показники торговельної діяльності формують базовий рівень аналізу, забезпечуючи кількісну характеристику масштабів міжнародної торгівлі країни. Експорт як показник продажу товарів та послуг з їх вивезенням за кордон відображає здатність національної економіки створювати продукцію, конкурентоспроможну на міжнародних ринках. Імпорт, що характеризує купівлю товарів та послуг з їх ввезенням з-за кордону, демонструє рівень залежності економіки від зовнішніх постачань та її спроможність фінансувати закордонні закупівлі. Зовнішньоторговельний обіг, який обчислюється як сума вартісних обсягів експорту та імпорту, надає узагальнену характеристику масштабів участі країни в міжнародному товарообміні [44].

Особливого значення набуває торговельне сальдо як різниця вартісних обсягів експорту та імпорту, що відображає чистий результат зовнішньоторговельної діяльності країни. Позитивне сальдо вказує на переважання експорту над імпортом і може свідчити про конкурентоспроможність національної економіки, тоді як негативне сальдо може сигналізувати про структурні проблеми або високий рівень споживання імпортних товарів. Генеральна торгівля, що включає транзитні товари, перевезені через територію країни, розширює розуміння ролі держави в міжнародних торговельних потоках, особливо для країн з вигідним географічним положенням [44].



Рис. 1.2. – Основні показники міжнародної торгівлі.

Джерело: складено автором на основі [2; 44-46].

Відносні показники забезпечують динамічний аналіз торговельної ефективності та дозволяють проводити порівняння між країнами. Індeksi динаміки експорту та імпорту, включаючи темпи росту та приросту, характеризують швидкість змін у торговельній активності та дозволяють оцінити ефективність торговельної політики в часовій перспективі. Коефіцієнт покриття імпорту експортом, що розраховується як відношення обсягів експорту до обсягів імпорту, є важливим індикатором фінансової стійкості зовнішньоторговельної діяльності. Значення цього коефіцієнта більше одиниці вказує на здатність країни покривати свої імпортні потреби за рахунок експортних надходжень.

Індекс «умови торгівлі», який відображає співвідношення експортних та імпортних цін, є критично важливим для оцінки динаміки торговельної ефективності. Покращення умов торгівлі означає, що країна може отримати більше імпортних товарів за одиницю експортованої продукції, що свідчить про зростання її відносної конкурентоспроможності. Індекс імпоротної залежності країни, що визначається як питома вага імпорту в сукупному споживанні, характеризує ступінь залежності національної економіки від зовнішніх постачань критично важливих товарів та послуг [45].

Індекс чистої торгівлі надає деталізовану характеристику торговельного балансу по окремих видах продукції, показуючи рівень перевищення експорту над імпортом при позитивному значенні або рівень перевищення імпорту над експортом при негативному значенні. Цей показник особливо корисний для ідентифікації секторів конкурентних переваг та секторів торговельного дефіциту.

Показники структури торгівлі розкривають якісні характеристики експортно-імпоротної діяльності країни. Індекс концентрації експорту демонструє ступінь диверсифікації товарної номенклатури, що експортується країною. Високий рівень концентрації може свідчити про вузьку спеціалізацію економіки, що підвищує її вразливість до кон'юнктурних коливань на світових ринках. Індекс диверсифікації експорту характеризує відхилення структури

національного експорту від структури світового експорту, дозволяючи оцінити унікальність торговельної спеціалізації країни [45].

Критично важливими є структурні показники, що характеризують технологічний рівень експорту. Частка високотехнологічної продукції в експорті продукції обробної промисловості є індикатором інноваційного потенціалу економіки. Частка продукції обробної промисловості в загальному обсязі експорту відображає рівень індустріального розвитку країни та її здатність експортувати товари з високою доданою вартістю.

Індекс географічної концентрації експорту характеризує розподіл торговельних потоків за ринками призначення та дозволяє оцінити ризики, пов'язані з надмірною залежністю від обмеженої кількості торговельних партнерів. Цей показник особливо важливий для малих відкритих економік, які можуть бути вразливими до економічних та політичних змін у країнах-партнерах.

Показники інтенсивності торгівлі вимірюють ступінь інтеграції національної економіки в світогосподарські зв'язки. Експортна квота, що розраховується як відношення обсягу експорту до ВВП, характеризує залежність країни від збуту продукції на зовнішніх ринках та її орієнтованість на експорт. Імпортна квота показує значимість імпорту для національного господарства та окремих галузей, обчислюючись як відношення обсягу імпорту до ВВП. Зовнішньоторговельна квота, що характеризує співвідношення між вартістю експортно-імпортних поставок та ВВП, є узагальнюючим показником відкритості економіки [44].

Показники торгівлі на душу населення надають можливість проведення міжкраїнних порівнянь з урахуванням демографічних факторів та характеризують рівень участі окремого громадянина в міжнародній торгівлі. Інтенсивність внутрішньогалузевої торгівлі відображає паралельний експорт та імпорт виробів однієї галузі, що є характерною ознакою розвинених економік з диференційованою продукцією.

Показники економічної ефективності зовнішньої торгівлі на макроекономічному рівні включають комплексну оцінку результативності торговельної діяльності для національної економіки в цілому. Ефективність зовнішньоторговельного обороту визначається як відношення витрат на вітчизняне виробництво імпортованих товарів до національних витрат на виробництво експортної продукції, характеризуючи загальну ефективність міжнародного поділу праці для країни. Ефективність експорту розраховується як відношення валютної виручки від експорту до витрат на виробництво та реалізацію експортної продукції, відображаючи прибутковість експортної діяльності [45].

Бюджетна ефективність експорту та імпорту характеризує фінансові наслідки зовнішньоторговельної діяльності, що особливо важливо для країн з значною часткою митних платежів у державних доходах. Ефект державного бюджету від зовнішньоторговельного товарообміну узагальнює вплив торговельної діяльності на фінансовий стан держави.

На мікроекономічному рівні показники ефективності зосереджуються на результативності торговельної діяльності окремих підприємств. Ефективність виробництва продукції на експорт, рентабельність експорту та економічний ефект від експорту характеризують успішність експортно-орієнтованих виробництв. Інтегральний економічний ефект фірми від експортно-імпоротної діяльності надає комплексну оцінку впливу зовнішньоторговельних операцій на фінансові результати підприємства [44].

Використання системи різнотипових показників дозволяє сформувати комплексне уявлення про ефективність участі країни в міжнародній торгівлі, враховуючи як кількісні, так і якісні аспекти торговельної діяльності на різних рівнях економічної системи.

У підсумку, система індикаторів та методів оцінки ефективності участі країн у міжнародній торгівлі є складним та багатогранним інструментарієм, який продовжує еволюціонувати разом з розвитком світової економіки. Ефективне використання цих інструментів вимагає комплексного підходу, що

поєднує кількісний аналіз з якісною інтерпретацією результатів та врахуванням специфічних умов кожної країни. Лише такий підхід може забезпечити адекватну оцінку торговельної ефективності та сформуванню надійну основу для прийняття обґрунтованих рішень у сфері торговельної політики.

Висновки до розділу 1

Міжнародна торгівля являє собою складну систему економічних відносин, що еволюціонує під впливом технологічних змін, інституційних трансформацій та геополітичних факторів. Сутність сучасної міжнародної торгівлі визначається не лише обміном готовою продукцією між країнами, але й глибокою інтеграцією національних економік через глобальні ланцюги створення вартості, міжнародний рух послуг, капіталу та технологій. До основних закономірностей розвитку міжнародної торгівлі можна віднести: динамічність розвитку, нерівномірність (часову і просторову), структурні трансформації, фрагментацію виробництва, технологізацію, інституціоналізацію, регіоналізацію, циклічність, диверсифікацію форм та зростання ролі недержавних акторів.

Теоретичний аналіз класичних та сучасних концепцій міжнародної торгівлі свідчить про еволюцію наукових підходів від простих моделей абсолютних та порівняльних переваг до складних багатфакторних теорій, що враховують недосконалість ринків, економію на масштабі, роль транснаціональних корпорацій та інституційні чинники торгівлі. Класичні теорії А. Сміта та Д. Рікардо заклали фундаментальні принципи взаємовигідності міжнародного обміну, теорія Хекшера-Оліна розширила розуміння джерел порівняльних переваг через призму факторної наділеності, а парадокс Леонтьєва стимулював розвиток альтернативних пояснень структури торгівлі. Сучасні теорії, включаючи концепції внутрішньогалузевої торгівлі, нової торговельної теорії П. Кругмана, теорію конкурентних переваг Майкла

Портера тощо, забезпечують більш адекватне пояснення складності сучасних торговельних відносин, враховуючи диференціацію продукції, недосконалу конкуренцію та фрагментацію виробництва.

Методологічний інструментарій оцінки ефективності участі країн у міжнародній торгівлі охоплює широкий спектр індикаторів та аналітичних методів. До ключових показників належать абсолютні показники (наприклад, експорт, імпорт, зовнішньоторговельний обіг та сальдо), відносні показники (наприклад, коефіцієнт покриття імпорту експортом), показники структури (наприклад, індекс диверсифікації експорту (імпорту)), показники інтенсивності (наприклад, зовнішньоторговельна квота), показники економічної ефективності зовнішньої торгівлі (макро- та мікроекономічні показники), а також індекс виявлених порівняльних переваг (RCA), Індекс Херфіндаля-Хіршмана тощо. Комплексне застосування цих методів дозволяє здійснювати багатовимірну оцінку торговельної ефективності, виявляти структурні диспропорції, аналізувати динаміку конкурентоспроможності та обґрунтовувати стратегічні напрями зовнішньоторговельної політики.

Таким чином, концептуальні засади дослідження міжнародної торгівлі формують необхідну теоретико-методичну базу для аналізу участі окремих країн, зокрема Японії, у глобальній торгівлі.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН УЧАСТІ ЯПОНІЇ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

2.1. Місце Японії у міжнародній торгівлі товарами

Японія посідає одне з провідних місць у глобальній торговельній системі, будучи четвертою економікою світу за показником ВВП (рис. 2.1) та однією з найбільш індустріально розвинених країн [47]. Історично сформована експортно-орієнтована модель економічного розвитку зробила зовнішню торгівлю критично важливим компонентом економічної стабільності та процвітання держави.

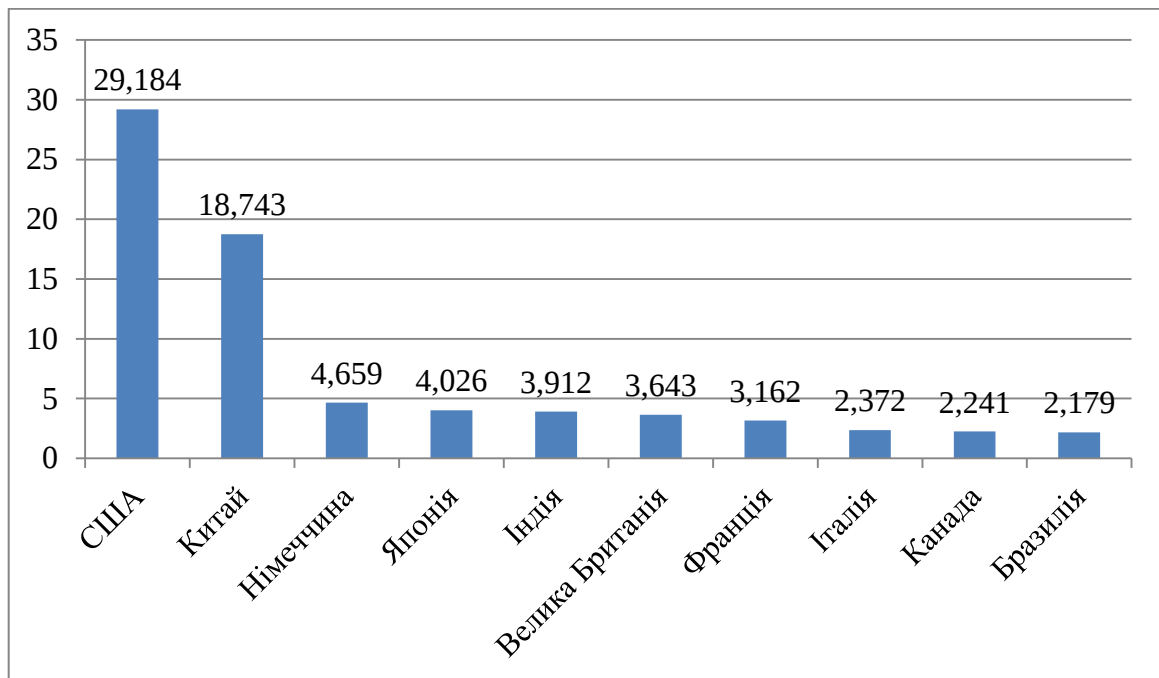


Рис. 2.1. – Провідні країни за обсягом ВВП у 2024 р., трлн дол. США.

Джерело: складено автором на основі [47].

Сучасна роль Японії у міжнародній торгівлі є результатом тривалої еволюції економічної політики та стратегічних пріоритетів розвитку. Після Другої світової війни країна обрала курс на індустріалізацію та інтеграцію у світову економічну систему, що принципово відрізнялося від попередньої політики автаркії. Економічне диво другої половини XX століття базувалося

на активній експортній стратегії, яка передбачала імпорту сировини, її переробку у високотехнологічну продукцію та подальший експорт готових товарів [48].

Ця модель виявилася надзвичайно ефективною в умовах післявоєнного відновлення світової економіки та зростання попиту на промислові товари. Японські корпорації швидко здобули репутацію виробників якісної та технологічно досконалої продукції, що дозволило країні стати одним з провідних світових експортерів. Державна підтримка стратегічних галузей, активна промислова політика та орієнтація на інновації створили міцний фундамент для торговельної експансії Японії [48].

Японія активно використовує різноманітні інституційні механізми для просування своїх торговельних інтересів. Участь у багатосторонній торговельній системі на базі Світової організації торгівлі доповнюється активним укладанням двосторонніх та регіональних торговельних угод. Така багаторівнева стратегія дозволяє максимізувати доступ японських товарів до закордонних ринків та створювати сприятливі умови для експорту.

Регіональні торговельні ініціативи відіграють дедалі важливішу роль у японській зовнішньоторговельній політиці. Японія виступає активним прихильником економічної інтеграції в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, підтримуючи створення масштабних зон вільної торгівлі. Ці ініціативи спрямовані не лише на лібералізацію торгівлі товарами, але й на створення єдиних правил для інвестицій, інтелектуальної власності та електронної комерції.

Японія має 16 двосторонніх угод про економічне партнерство (ЕРА) з такими країнами:

- Австралія,
- Бруней,
- Велика Британія,
- В'єтнам,

- Індія,
- Індонезія,
- Малайзія,
- Мексика,
- Монголія,
- Перу,
- Сінгапур,
- США,
- Таїланд,
- Філіппіни,
- Чилі,
- Швейцарія [49].

Японія має ще дві ЕРА – одну з Європейським Союзом та іншу з Асоціацією держав Південно-Східної Азії (АСЕАН).

15 листопада 2020 року Японія разом з Австралією, Китаєм, Новою Зеландією, Республікою Корея та всіма 10 країнами АСЕАН підписали угоду про вільну торгівлю в рамках Регіонального всеохоплюючого економічного партнерства. Угода набула чинності 1 січня 2022 року [50].

Важливим інституційним елементом системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності Японії є Японська організація зовнішньої торгівлі (JETRO, Japan External Trade Organization) – урядова структура, створена з метою сприяння розвитку взаємної торгівлі та інвестицій між Японією та іншими країнами світу. Діяльність JETRO спрямована на реалізацію стратегічних завдань державної торговельної політики, підтримку міжнародної конкурентоспроможності японських компаній, а також на залучення іноземних інвестицій у національну економіку [51].

Історично JETRO було засновано у 1958 році як інституцію, головним завданням якої було сприяння експорту японських товарів у період післявоєнного економічного відновлення. З часом функціональний фокус

організації розширився – від стимулювання експорту до формування збалансованої двосторонньої торгівлі, розвитку інвестиційних зв'язків, інноваційного співробітництва та інтеграції японських підприємств у глобальні ланцюги створення вартості.

У сучасних умовах JETRO виконує низку ключових функцій:

- інформаційно-аналітичну, забезпечуючи бізнес і державні інституції актуальними даними щодо тенденцій міжнародних ринків, змін у торговельному регулюванні та нових можливостей для експорту й інвестицій;
- просувальну, організовуючи міжнародні виставки, бізнес-форуми, торговельні місії та заходи, спрямовані на просування японських товарів і технологій на світових ринках;
- інвестиційно-посередницьку, що полягає у підтримці іноземних інвесторів, які планують вихід на японський ринок, зокрема через програму Invest Japan;
- інноваційну, сприяючи розвитку співпраці між стартапами, науково-дослідними установами та міжнародними партнерами у сферах високих технологій, зелених інновацій і цифрової трансформації [51].

JETRO також виступає важливим інструментом реалізації політики економічної дипломатії Японії, підтримуючи урядові ініціативи щодо участі країни в регіональних торговельних об'єднаннях. Завдяки цьому організація відіграє роль посередника між урядом, бізнесом та міжнародними партнерами, сприяючи інтеграції Японії у світову економіку на засадах взаємовигідного співробітництва.

У цілому, діяльність JETRO є системоутворювальним чинником забезпечення ефективності зовнішньоторговельної політики Японії. Вона не лише сприяє розширенню географії експорту та залученню інвестицій, але й формує інституційні умови для сталого розвитку міжнародної торгівлі, орієнтованої на інновації, екологічну збалансованість і цифрову інтеграцію.

На рис. 2.2 представлено динаміку експорту товарів Японії у 2015-2024 роках. До 2018 року вартісний обсяг експорту зростав і склав 738 млрд дол. США, але у 2019 відбулося спочатку не дуже значне зниження, за яким послідувало падіння у 2020 році до 641 млрд дол. США, пов'язане з пандемією Covid-19. Але вже у 2021 році експорт відновився і цей рік став рекордним за період, що досліджується (експорт товарів склав 757 млрд дол. США). У наступні роки показник поступово знижувався і у 2024 році склав 708 млрд дол. США.

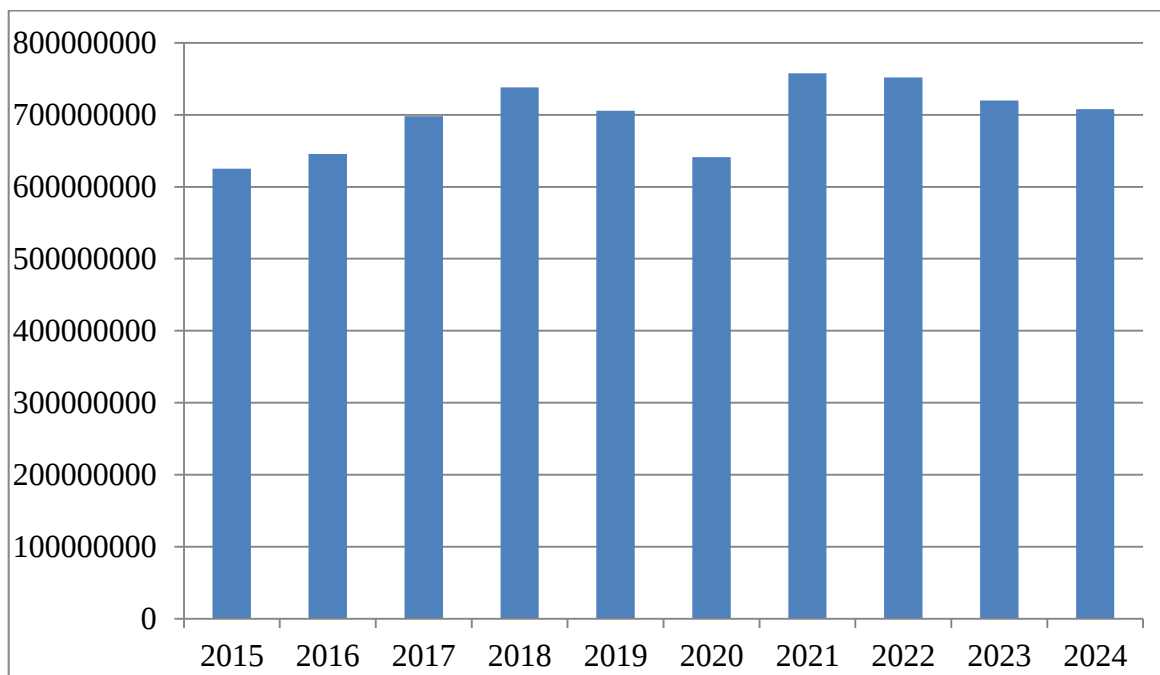


Рис. 2.2. – Динаміка експорту товарів Японії, тис. дол. США.

Джерело: складено автором на основі [52].

Динаміка імпорту товарів Японії демонструє тенденцію, відмінну від динаміки експорту цієї країни (рис. 2.3). У 2015-2016 рр. імпорт знизився (2016 р. зафіксовано нижчий рівень порівняно з 2015 р., що стало найменшим показником за період, що досліджується, – 698 млрд дол. США), після чого у 2017–2018 рр. відбулося помітне зростання. У 2019–2020 рр. простежується падіння обсягів імпорту (зокрема 2020 р. демонструє зниження порівняно з попереднім роком). Наступна фаза – різке зростання у 2021–2022 рр., причому 2022 р. є рекордним за цей період – 905 млрд дол. США. Після 2022 р. обсяги

імпорту знижуються: у 2023–2024 рр. спостерігається поступове скорочення від пікових значень 2022 р.

Така хвилеподібна динаміка, надана на рисунку, свідчить про високий ступінь чутливості імпорتنих потоків Японії до зовнішніх і внутрішніх шоків та циклічних змін у світовому попиті. Зокрема, локальні спади 2019–2020 рр. можуть корелювати з уповільненням світової торгівлі й наслідками пандемії COVID-19, тоді як різке нарощення імпорту у 2021–2022 рр. узгоджується з етапом відновлення економічної активності та зростанням світових цін на окремі товарні групи.

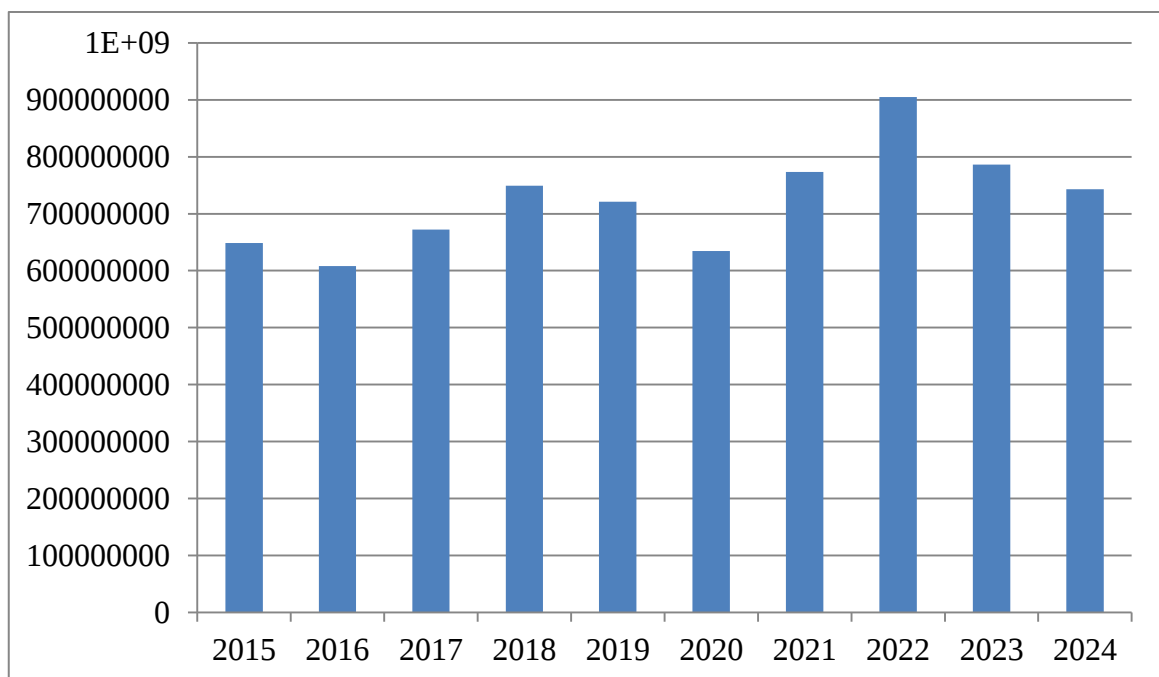


Рис. 2.3. – Динаміка імпорту товарів Японії, тис. дол. США.

Джерело: складено автором на основі [53].

Рисунок 2.4 представляє річну динаміку сальдо зовнішньої торгівлі за 2015–2024 роки. У 2015 р. сальдо було від’ємним; у 2016–2017 рр. зафіксовано позитивні значення сальдо з максимумом за період, що досліджується у 2016 р. Далі в 2018–2021 рр. сальдо наближається до нульового рівня з переходом у незначно від’ємну область з невеликим позитивним відхиленням у 2020 році. У 2022 р. відбувається різке погіршення торговельного балансу: сальдо суттєво від’ємне, що є найглибшим негативним значенням у всьому періоді. У

2023–2024 рр. показник демонструє часткове відновлення (рух у бік меншого дефіциту), проте в 2024 р. сальдо залишається від’ємним.

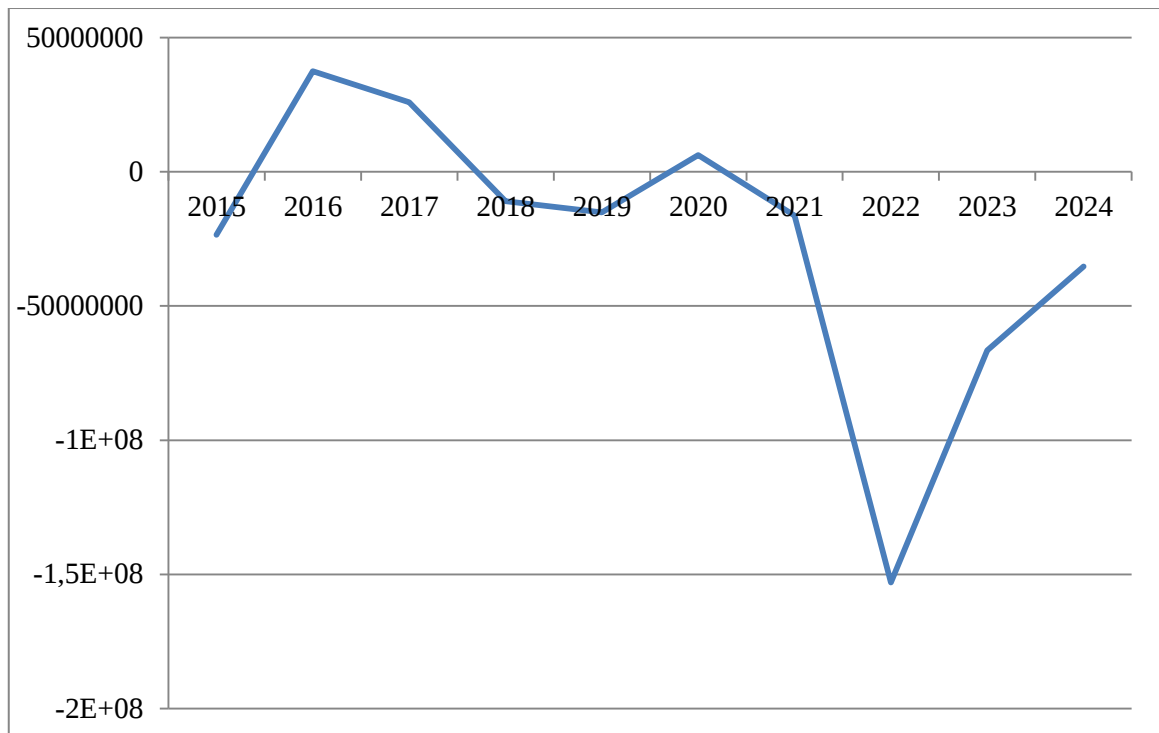


Рис. 2.4. – Сальдо торговельного балансу Японії, тис. дол. США.

Джерело: складено автором на основі [54].

Товарна структура японського експорту характеризується домінуванням високотехнологічної продукції та товарів з високою доданою вартістю. Ключовими експортними категоріями традиційно залишаються автомобілі та автокомплектуючі, електронне обладнання, промислові машини та устаткування, а також точні прилади (табл. 2.1). Ця структура відображає успішну реалізацію стратегії технологічного лідерства, яка стала основою японського економічного розвитку.

Рисунок 2.5 демонструє основні товарні позиції в японському експорті. Автомобільна промисловість займає особливе місце в експортному портфелі Японії. Японські автовиробники здобули глобальне визнання завдяки надійності, інноваційності та ефективності виробництва. Розвиток гібридних технологій та електромобілів також демонструє здатність японської індустрії адаптуватися до нових екологічних вимог та споживчих преференцій.

Таблиця 2.1. – Основні товарні групи у товарній структурі експорту Японії, тис. дол. США

Найменування товару	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Засоби наземного транспорту, крім залізничного чи трамвайного рухомого складу	122 472 997	137 910 174	136 685 557	157 704 277	150 996 588
Реактори ядерні, котли, обладнання та механічні пристрої; їх частини	121 671 782	147 382 627	142 824 672	130 042 450	125 822 128
Електричні машини та обладнання, їх частини; звукозаписна та звуковідтворююча апаратура	102 497 091	118 985 289	114 162 770	102 148 870	101 122 271
Товари, ніде не вказані	41 066 512	50 409 230	57 289 303	56 498 985	58 979 017
Інструменти та апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, контрольні	37 420 609	43 084 807	39 065 921	36 255 216	36 183 228
Чорні метали	22 794 115	34 789 490	35 162 139	30 569 365	27 418 610
Пластмаси та вироби з них	25 555 906	30 364 676	27 076 156	23 707 973	24 713 950
Перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, дорогоцінні метали	13 321 480	14 296 205	17 530 443	18 528 279	22 946 433
Органічні хімічні сполуки	14 904 098	18 343 821	17 268 619	14 811 937	14 312 132
Мідь та вироби з неї	9 349 547	12 905 374	12 566 245	12 491 822	13 373 051
Інша хімічна продукція	12 140 666	14 625 914	14 360 257	12 565 305	13 253 556

Джерело: складено автором за матеріалами [55].

Електронна промисловість, яка колись домінувала в японському експорті споживчих товарів, зазнала значних трансформацій під тиском азійської конкуренції. Проте Японія зберегла лідерство у виробництві електронних компонентів, напівпровідникового обладнання та високоточних приладів, які є критично важливими для глобальних виробничих ланцюгів. На рисунку 2.5 продемонстровано провідні товари, що експортувала Японія у 2024 році.

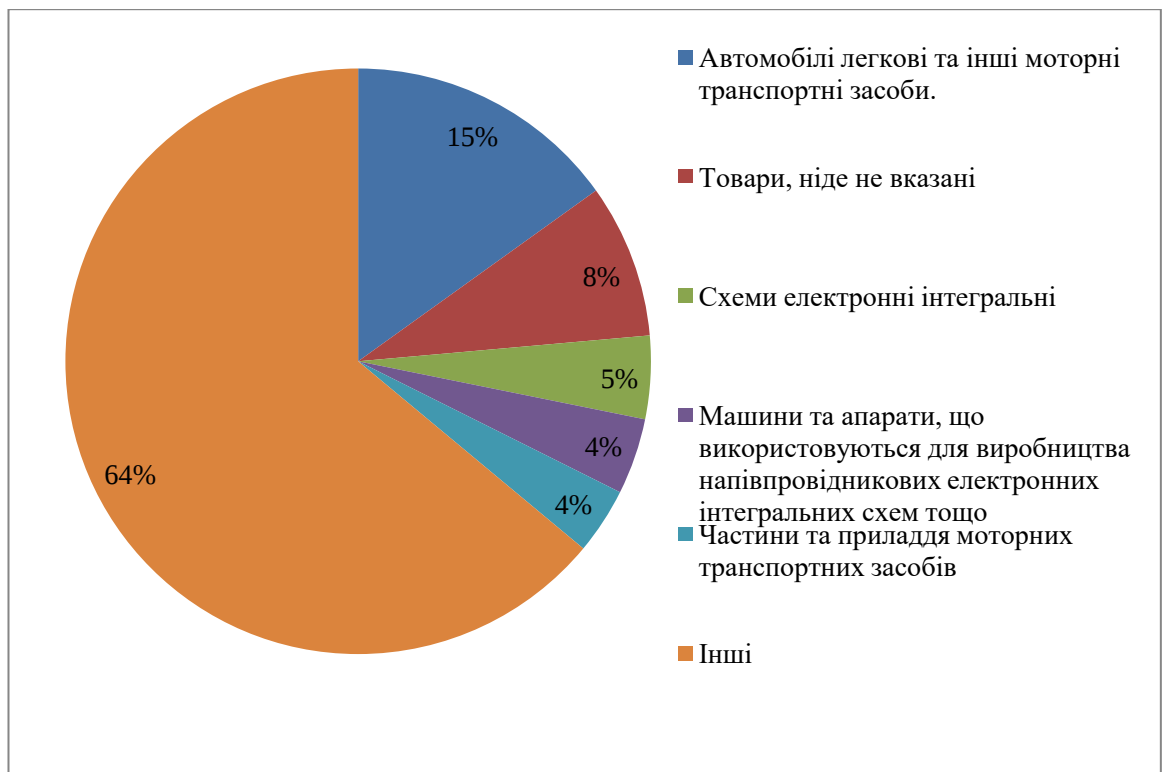


Рис. 2.5. – Основні товарні позиції в експорті Японії у 2024 році, %.

Джерело: складено автором на основі [55].

Імпортна структура Японії визначається насамперед обмеженістю власних природних ресурсів. Країна залежить від зовнішніх постачань енергоносіїв, сировинних матеріалів та продовольства (табл. 2.2). Особливо критичною є залежність від імпорту енергетичних ресурсів, що робить Японію вразливою до коливань цін на світових сировинних ринках та геополітичних потрясінь. Ця структурна особливість визначає стратегічні пріоритети зовнішньоекономічної політики, включаючи диверсифікацію джерел постачань та розвиток альтернативної енергетики.

Продовольча безпека також залишається важливим аспектом японської імпоротної політики. Незважаючи на високий рівень розвитку сільського господарства, країна імпортує значні обсяги зерна, м'яса та інших харчових продуктів для задоволення потреб населення.

Таблиця 2.2. – Основні товарні групи у товарній структурі імпорту Японії, тис. дол. США

Найменування товару	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Паливо мінеральне, нафту та продукти їх перегонки; бітумінозні речовини; воски мінеральні	105 563 726	155 154 898	256 499 455	195 164 367	168 776 061
Електричні машини та обладнання, їх частини; звукозаписна та звуковідтворююча апаратура	96 697 808	113 521 258	120 960 386	115 380 864	106 172 733
Реактори ядерні, котли, обладнання та механічні пристрої; їх частини	67 067 613	71 216 108	72 300 076	69 489 826	72 890 787
Фармацевтична продукція	28 624 227	37 507 878	39 320 553	30 904 325	30 243 922
Руди, шлак і зола	21 196 029	34 519 176	31 726 990	26 427 635	27 863 473
Інструменти та апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, контрольні тощо	25 899 055	28 289 036	28 075 791	28 805 087	27 269 529
Засоби наземного транспорту, крім залізничного чи трамвайного рухомого складу	19 788 530	23 111 199	22 257 524	24 958 815	22 968 156
Пластмаси та вироби з них	14 973 194	17 383 552	18 332 885	16 124 587	16 069 934
Перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, дорогоцінні метали	15 904 708	24 103 477	20 450 445	14 945 024	15 165 214
Органічні хімічні сполуки	15 832 458	16 901 262	18 403 998	15 387 056	14 672 999

Джерело: складено автором за матеріалами [56].

Дані рисунка 2.6 свідчать про те, що основними товарами, що імпортувала Японія у 2024 році, були нафта сира та нафтопродукти сирі, газу нафтові та вуглеводні інші газоподібні, вугілля кам'яне, брикети, котуни та аналогічні види твердого палива.

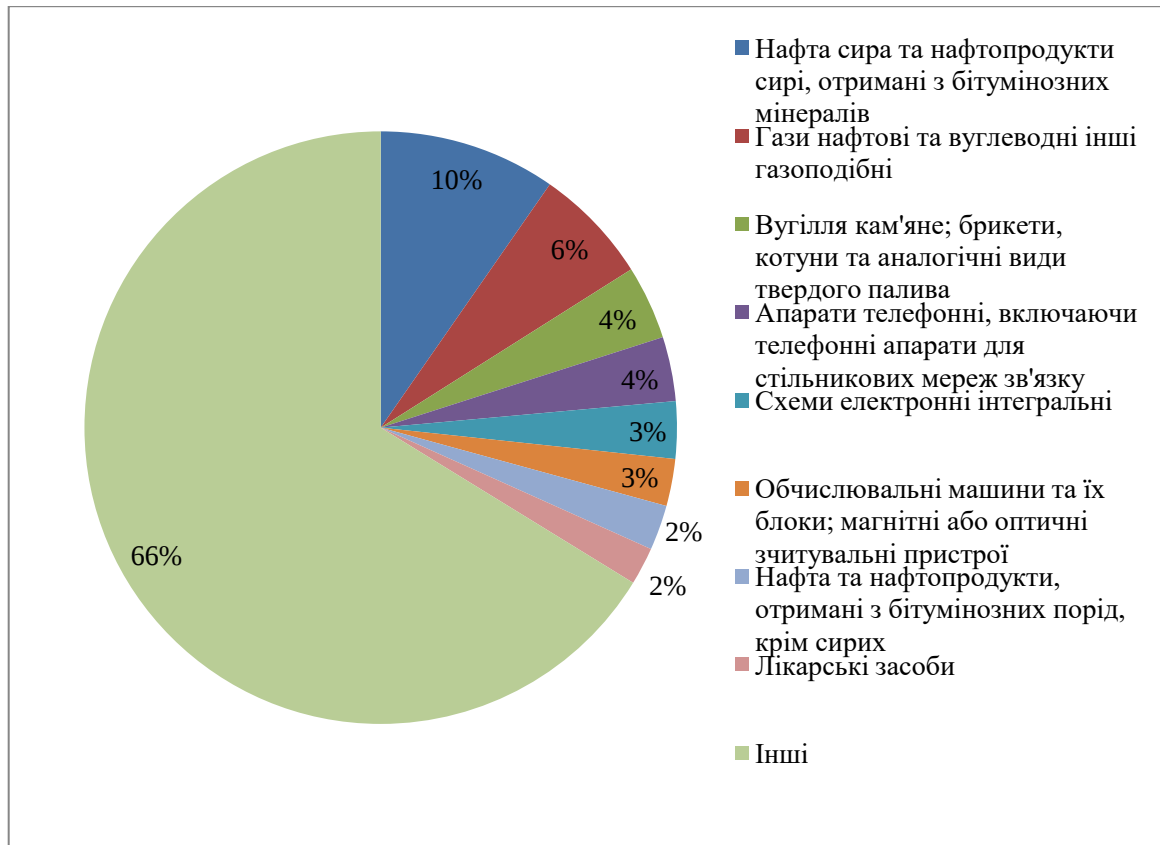


Рис. 2.6. – Основні товарні позиції в імпорті Японії у 2024 році, %.

Джерело: складено автором на основі [56].

Географічна структура японської зовнішньої торгівлі демонструє високий рівень регіональної концентрації з орієнтацією на Азійсько-Тихоокеанський регіон. Азійські країни поступово перетворилися на ключових торговельних партнерів Японії, витіснивши традиційно домінуючі західні ринки (табл. 2.3). Ця трансформація відображає загальносвітовий тренд економічного піднесення Азії та формування регіональних виробничих мереж.

Торговельні відносини з Китаєм набули особливого значення протягом останніх десятиліть. Економічна взаємодоповнюваність двох країн створила основу для інтенсивної торгівлі, хоча політичні напруження періодично створюють виклики для стабільності цих відносин. Китай виступає одночасно важливим ринком збуту для японської високотехнологічної продукції та джерелом імпорту споживчих товарів і проміжних продуктів.

Таблиця 2.3. – Основні країни-імпортери японських товарів, тис. дол. США

Країни-імпортери японських товарів	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
США	118 723 609	136 046 461	140 775 993	145 500 824	141 621 291
Китай	141 322 302	163 945 539	145 584 397	126 765 775	124 719 322
Республіка Корея	44 658 431	52 595 406	54 432 482	46 973 194	46 462 016
Китайський Тайбей	44 403 796	54 587 373	52 527 961	42 930 492	45 411 225
Гонконг	31 993 214	35 464 968	33 376 395	32 673 313	35 967 684
Таїланд	25 514 386	33 041 857	32 687 182	29 363 105	26 590 643
Сінгапур	17 694 529	20 061 019	22 503 833	18 776 678	19 834 807
Німеччина	17 592 633	20 775 846	19 693 624	19 387 662	17 381 701
Індія	9 099 174	12 863 279	14 028 425	15 950 543	17 220 374
В'єтнам	17 109 773	19 114 504	18 776 889	17 248 795	17 091 833

Джерело: складено автором за матеріалами [52].

Сполучені Штати Америки традиційно залишаються одним з найважливіших торговельних партнерів Японії. Американський ринок відіграв критичну роль у становленні японської експортної моделі та продовжує бути значним споживачем японської продукції. Торговельні відносини між двома країнами характеризуються високим рівнем інституціоналізації та стратегічного партнерства.

Країни Південно-Східної Азії становлять динамічно зростаючий сегмент торговельних зв'язків Японії. Японські компанії активно інвестують у виробничі потужності в регіоні, створюючи складні міжнародні виробничі мережі. Ця стратегія дозволяє оптимізувати витрати виробництва, зберігаючи контроль над технологічними процесами та якістю продукції.

Як видно з рисунка 2.7, структура експорту Японії у 2024 р. характеризується достатньо високим рівнем концентрації: на перші дві країни – США та Китай – припадає близько 40 % загального експорту. Така ситуація вказує на стратегічну орієнтацію японського експорту на великі економіки з

високим рівнем платоспроможного попиту, але водночас створює потенційні ризики у разі зовнішньополітичної або кон'юнктурної нестабільності.

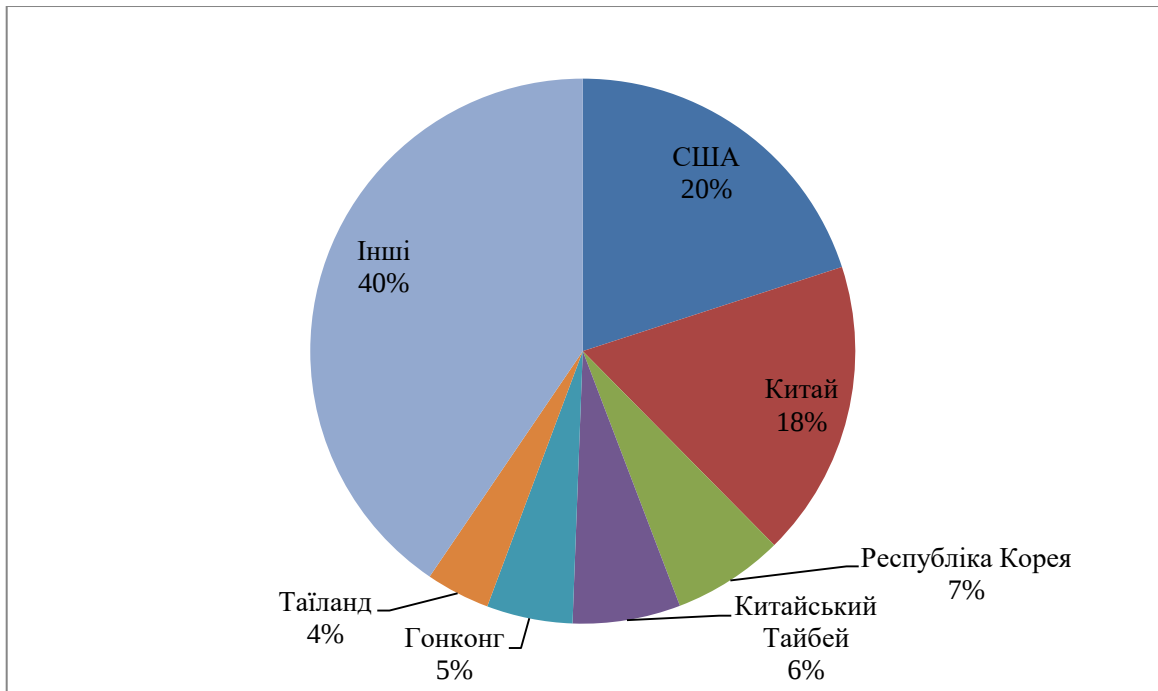


Рис. 2.7. – Основні торговельні партнери Японії з експорту її товарів у 2024 році, %.

Джерело: складено автором на основі [52].

Загалом, географічна структура експорту Японії у 2020–2024 рр. демонструє поєднання стабільності ключових напрямів і поступового розширення присутності на ринках країн Азії, що відповідає стратегічній меті Японії щодо посилення позицій у регіоні АТР. Європейський Союз також залишається важливим торговельним партнером, особливо у контексті високотехнологічних товарів та преміальних продуктів. Двостороння торгівля між Японією та ЄС характеризується високим ступенем взаємодоповнюваності та значним потенціалом для поглиблення співробітництва. Проте надмірна залежність від двох основних партнерів – США та Китаю – підкреслює потребу у подальшій диверсифікації експортних ринків та зміцненні торговельних відносин з іншими економіками світу.

Як видно з даних табл. 2.4, упродовж досліджуваного періоду основним торговельним партнером Японії серед країн-експортерів залишається Китай,

обсяги імпорту з якого становили 167 271 598 тис. дол. США у 2024 р. Незважаючи на певні коливання у проміжні роки, частка Китаю в загальному імпорті залишається домінуючою, що свідчить про глибоку виробничу взаємозалежність двох економік та інтеграцію в межах регіональних ланцюгів створення доданої вартості.

США посідають друге місце серед країн-постачальників, однак їхній внесок істотно менший порівняно з Китаєм. Імпорт товарів зі США склав 85 011 731 тис. дол. США у 2024 р. Третє місце стабільно утримує Австралія, імпорт з якої становив 52 891 494 тис. дол. США у 2024 р. Така динаміка пояснюється, насамперед, імпортом енергетичних ресурсів, зокрема зрідженого природного газу, вугілля та сировинних матеріалів, що є критично важливими для японської промисловості. Суттєву роль відіграють також Об'єднані Арабські Емірати. Зростання імпорту з цього напрямку зумовлене підвищенням цін на нафту та енергетичними потребами Японії. Аналогічна тенденція спостерігається щодо Саудівської Аравії, що підкреслює стійку енергозалежність Японії від країн Перської затоки.

Таблиця 2.4. – Основні країни-експортери товарів до Японії, тис. дол. США

Країни-експортери товарів до Японії	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Китай	163 760 523	185 800 620	190 223 513	174 260 232	167 271 598
США	71 703 352	83 130 275	91 341 148	83 832 265	85 011 731
Австралія	35 654 301	52 447 436	89 039 881	64 878 617	52 891 494
Об'єднані Арабські Емірати	16 391 766	27 147 184	46 136 111	37 067 123	36 868 595
Республіка Корея	26 591 377	32 099 820	33 818 223	31 114 771	31 459 124
Китайський Тайбей	26 762 797	33 530 408	38 917 274	35 650 203	30 543 273
Саудівська Аравія	18 452 565	27 524 404	42 657 588	34 772 571	29 855 157
В'єтнам	22 042 028	23 022 781	26 617 965	25 871 833	26 764 026
Таїланд	23 764 572	26 373 709	26 809 393	25 753 663	24 728 715
Індонезія	15 406 849	19 662 679	28 925 067	24 345 758	23 167 653

Джерело: складено автором за матеріалами [53].

Рисунок 2.8 ілюструє структуру імпорту до Японії у 2024 р. у відсотковому розрізі. Найбільшу частку становить Китай – 23 %, що підтверджує домінуючу позицію країни у торговельній системі Японії. Частка США становить 11 %, а Австралії – 7 %. Питома вага інших країн є значно нижчою.

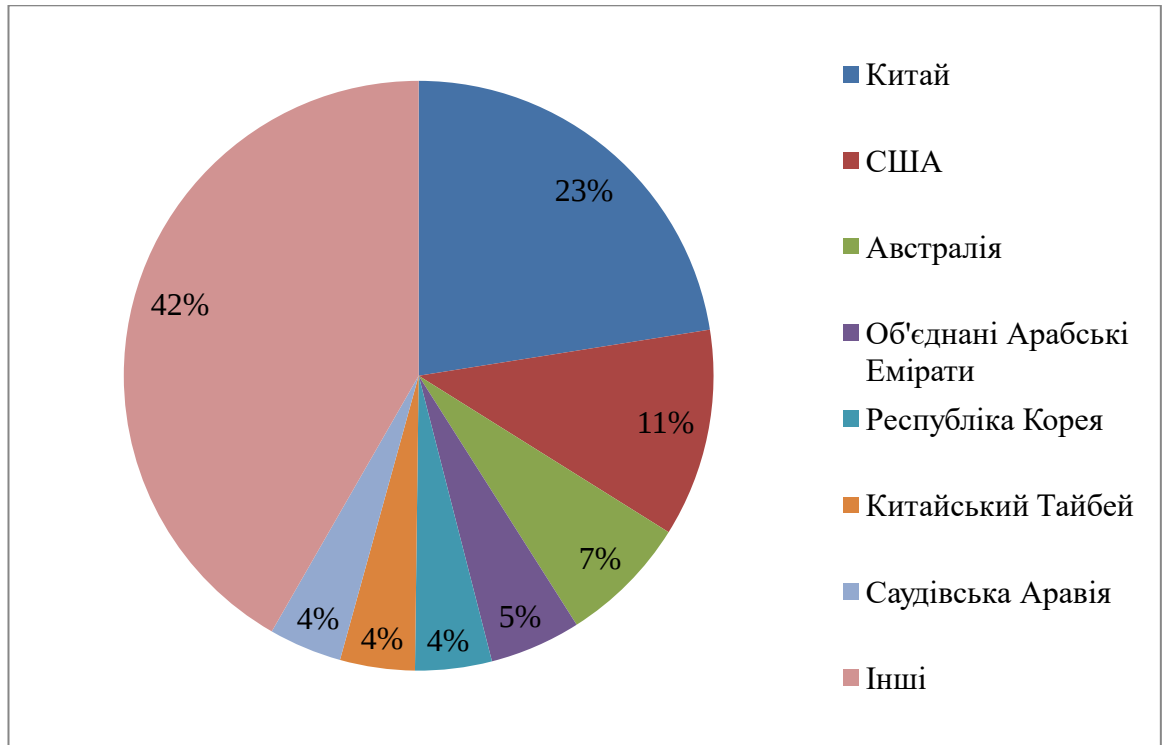


Рис. 2.8. – Основні торговельні партнери Японії з імпорту товарів до країни у 2024 році, %.

Джерело: складено автором на основі [53].

Таким чином, географічна структура імпорту Японії характеризується високим рівнем концентрації, де дві провідні країни – Китай і США – забезпечують третину всіх імпортних поставок. Це свідчить про стратегічну орієнтацію Японії на великі економіки, з якими вона пов'язана складними виробничими та технологічними зв'язками. Водночас суттєва частка постачань з Австралії та країн Перської затоки підкреслює енергетичну залежність японської економіки від імпорту сировини та палива.

Сучасний етап розвитку японської зовнішньої торгівлі характеризується низкою структурних викликів. Посилення конкуренції з боку інших азійських країн у традиційних для Японії секторах електроніки та машинобудування змушує японські компанії переосмислювати свої конкурентні стратегії. Втрата лідерських позицій у деяких сегментах споживчої електроніки стимулювала перехід до спеціалізації на компонентах та промисловому обладнанні.

Демографічні проблеми та старіння населення створюють довгострокові обмеження для економічного зростання та експортного потенціалу. Скорочення робочої сили та зростання соціальних витрат можуть негативно впливати на конкурентоспроможність японських товарів. Ці виклики потребують структурних реформ економіки та переосмислення моделі економічного розвитку [57].

Геополітична нестабільність та зростання протекціоністських настроїв у світовій економіці також створюють ризики для експортно-орієнтованої японської моделі. Торговельні конфлікти між великими економіками, порушення глобальних ланцюгів постачання та зростання економічного націоналізму вимагають від Японії гнучкості та адаптивності у зовнішньоекономічній політиці.

Водночас Японія активно адаптується до нових реалій глобальної торгівлі. Розвиток цифрової економіки, інвестування у екологічні технології та просування концепції стійкого розвитку створюють нові можливості для експорту інноваційних рішень. Японські компанії дедалі більше зосереджуються на нішевих сегментах з високою доданою вартістю, де технологічна досконалість та якість продукції забезпечують конкурентні переваги [58].

Таким чином, Японія зберігає статус важливого учасника міжнародної торгівлі товарами, хоча й стикається з необхідністю постійної адаптації до мінливих умов глобальної економіки. Історично сформована експортна модель трансформується під впливом технологічних змін, геополітичних факторів та внутрішніх структурних обмежень. Успіх майбутньої торговельної політики

залежатиме від здатності країни підтримувати технологічне лідерство, диверсифікувати торговельні зв'язки, ефективно використовувати інституційні механізми міжнародної торгівлі та адаптуватися до викликів.

2.2. Участь Японії в міжнародній торгівлі послугами

Міжнародна торгівля послугами набула критичного значення для сучасної глобальної економіки, відображаючи перехід від індустріального до постіндустріального типу суспільства. Японія, будучи однією з провідних економік світу, демонструє специфічну модель участі у глобальному обміні послугами. Сектор послуг відіграє важливу роль у структурі японської економіки, забезпечуючи значну частину валової доданої вартості та зайнятості населення. Проте ця внутрішня значущість не транлюється автоматично у високий рівень міжнародної конкурентоспроможності та активної участі у глобальній торгівлі послугами [59]. Така невідповідність стала предметом численних досліджень та дискусій серед економістів, які намагаються зрозуміти причини обмеженої інтернаціоналізації японського сектору послуг.

На рисунку 2.9 представлено динаміку торгівля послугами Японії у відсотках до її ВВП. У 2015 році торгівля послугами Японії у відношенні до ВВП становила 7,7 %. У 2016 році частка торгівлі послугами у ВВП дещо знизилася і склала 7,2 %. До 2019 року показник поступово зростав і склав 8,4 % у 2019 році. У 2020 році відбулося падіння до рівня 2016 року (7,2 %) через пандемію Covid-19. З 2021 року почався період зростання і у 2024 році показник був найбільшим за період, що досліджується, і склав 11,8 %.

Історично японська економічна модель орієнтувалася на розвиток виробничих галузей, тоді як сфера послуг розглядалася переважно як допоміжний сектор, спрямований на обслуговування внутрішнього ринку [59]. Ця орієнтація призвела до формування специфічної структури сектору послуг, яка характеризується високим рівнем регулювання, обмеженою конкуренцією

в окремих сегментах та відносно низькою продуктивністю порівняно з виробничим сектором.

Водночас окремі сегменти японського сектору послуг демонструють високий рівень розвитку та інноваційності. Зокрема, транспортні послуги, особливо залізничний транспорт, здобули світове визнання завдяки технологічній досконалості та ефективності [60]. Японські логістичні компанії також відомі своєю надійністю та здатністю забезпечувати складні міжнародні ланцюги постачання.

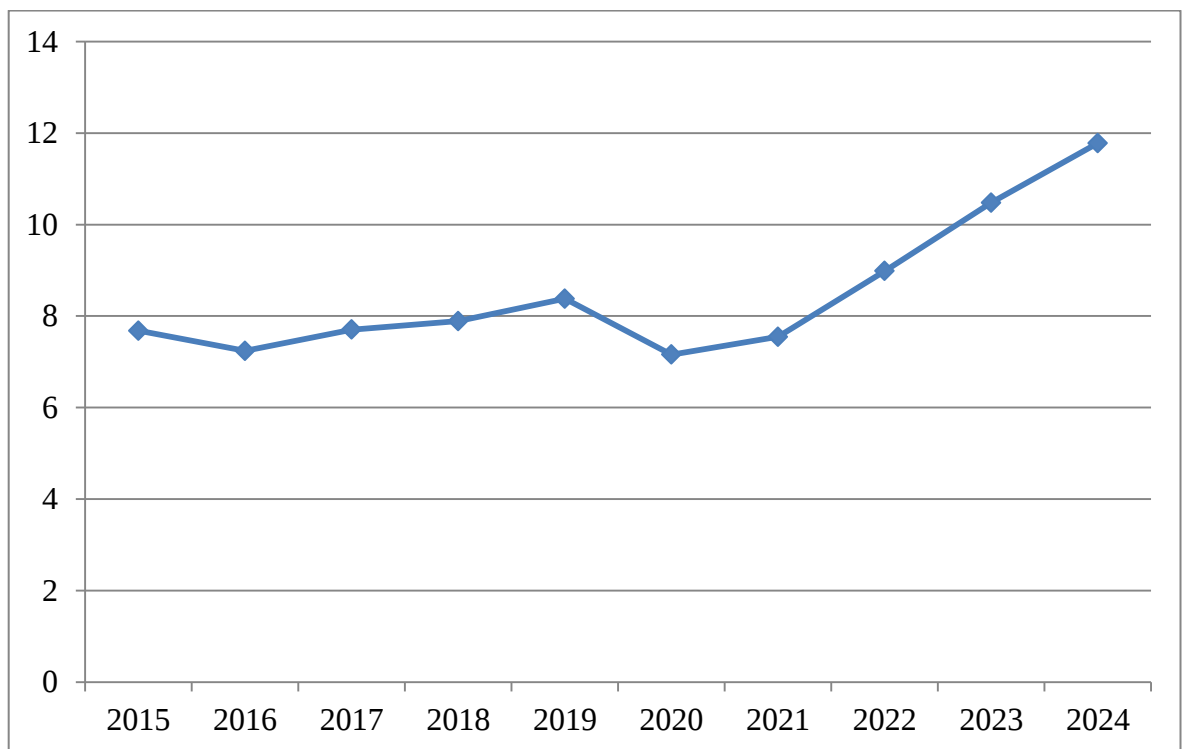


Рис. 2.9. – Торговля послугами Японії, % ВВП.

Джерело: складено автором на основі [61].

На рис. 2.10 наведено динаміку експорту послуг Японії за період 2015-2024 років. З 2015 року по 2019 рік відбувалося поступове зростання японського експорту послуг, але через пандемію Covid-19 у 2020-2022 роках показник знизився. У 2023 році відбулося повернення до показників перед пандемією, а у 2024 році було зафіксовано найбільший обсяг експорту за досліджуваний період, що склав 228,539 млрд дол. США.

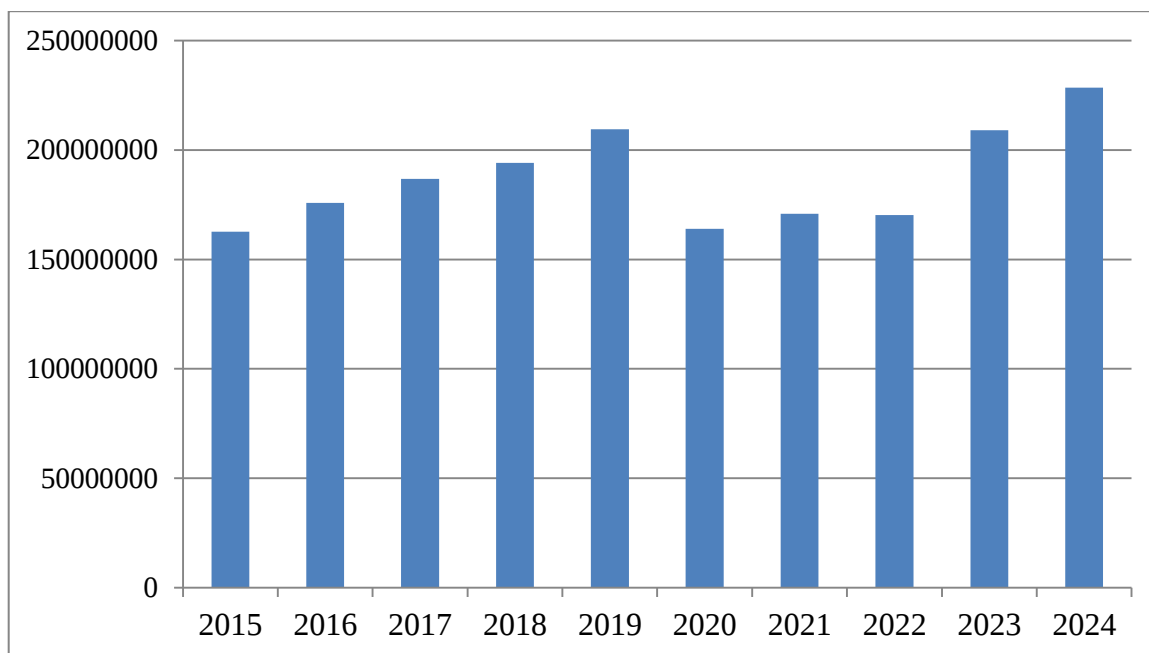


Рис. 2.10. – Динаміка експорту послуг Японії, тис. дол. США.

Джерело: складено автором на основі [62].

Динаміка імпорту послуг Японії схожа на динаміку експорту послуг країни, але падіння та збільшення обсягів імпорту відбувалося більш поступово, ніж у випадку експорту. Як видно з даних рис. 2.11, найбільшим показник імпорту, так само, як і експорту, було зафіксовано у 2024 році. Він склав 246,165 млрд дол. США.

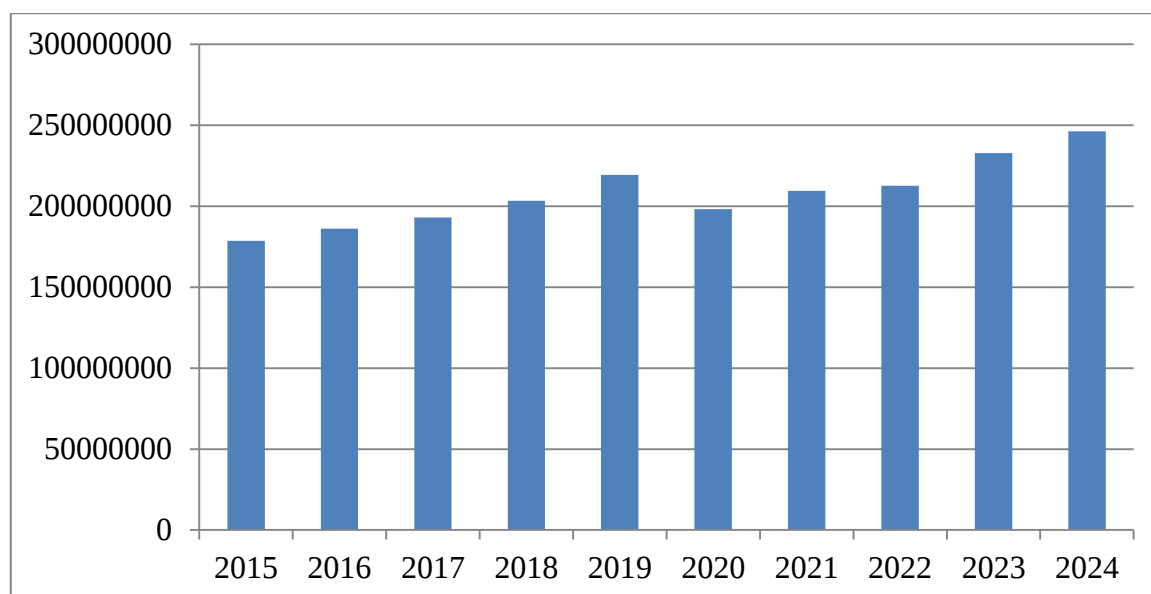


Рис. 2.11. – Динаміка імпорту послуг Японії, тис. дол. США.

Джерело: складено автором на основі [63].

З даних таблиці 2.5 можна побачити, що торговельний обіг демонстрував зростання у 2015–2019 рр. (з 341,2 млрд дол. США до 428,9 млрд дол. США). У 2020 році відбулося зниження, однак з 2021 року відбулося відновлення. Найвищий показник спостерігався у 2024 році (474,7 млрд дол. США), що перевищило рівень 2019 року – другого за величиною показника за досліджуваний період – на 10,7 %.

У всі роки сальдо було від’ємним, тобто Японія імпортувала більше, ніж експортувала (табл. 2.5). Найменший дефіцит був у 2017 році (–6,2 млрд дол. США). Найбільший дефіцит – у 2022 році (–42,2 млрд дол. США). У 2023–2024 рр. дефіцит дещо скоротився (–23,8 та –17,6 млрд дол. США).

Таблиця 2.5. – Показники зовнішньої торгівлі послугами Японії, тис. дол. США

Рік	Експорт	Імпорт	Сальдо	Торговельний обіг
2015	162 637 000	178 587 400	–15 950 400	341 224 400
2016	175 807 300	186 182 700	–10 375 400	361 990 000
2017	186 879 200	193 036 700	–6 157 500	379 915 900
2018	194 130 100	203 378 700	–9 248 600	397 508 800
2019	209 500 600	219 427 000	–9 926 400	428 927 600
2020	163 953 900	198 186 300	–34 232 400	362 140 200
2021	170 818 300	209 502 100	–38 683 800	380 320 400
2022	170 359 182	212 607 700	–42 248 518	382 966 882
2023	209 021 179	232 797 500	–23 776 321	441 818 679
2024	228 538 549	246 165 963	–17 627 414	474 704 512

Джерело: складено автором за матеріалами [62; 63]

Таким чином, у 2024 році торговельний обіг досяг рекордних значень, що свідчить про активізацію міжнародної торгівлі країни. Проте торговельне сальдо стабільно від’ємне, що вказує на залежність від імпорту. Структура японського експорту послуг характеризується певною концентрацією у декількох ключових категоріях, про що свідчать дані таблиці 2.6, де наведено основні види послуг у структурі експорту Японії. Туристичні послуги стали динамічно зростаючим сегментом японського експорту послуг протягом останніх десятиліть. Популяризація японської культури, унікальна гастрономія, історична спадщина та сучасна технологічна інфраструктура

зробили Японію привабливим напрямком для міжнародного туризму. Стратегічна підтримка розвитку туристичної галузі з боку уряду сприяла зростанню потоків іноземних туристів, що позитивно впливало на торговельний баланс послуг. Якщо вартісні обсяги експорту туристичних послуг значно зросли за декілька останніх років, то збори за використання інтелектуальної власності, що не віднесена до інших категорій, інші ділові послуги та транспортні послуги мали стабільно високі обсяги за весь досліджуваний період.

Таблиця 2.6. – Основні види послуг у структурі експорту Японії, тис. дол. США

Найменування послуги	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Туристичні послуги	10 700 500	4 861 400	9 237 600	38 587 100	54 945 813
Збори за використання інтелектуальної власності, що не віднесена до інших категорій	43 342 500	48 277 400	45 756 700	52 123 600	51 701 555
Інші ділові послуги	45 329 100	48 995 500	45 207 400	45 412 200	46 724 650
Транспортні послуги	20 891 000	25 359 100	29 538 182	30 322 079	31 498 255
Фінансові послуги	15 733 600	13 564 600	11 935 900	13 519 900	13 758 365
Телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги	10 211 100	10 489 100	11 153 600	11 725 300	10 984 824
Будівництво	7 503 600	8 315 000	7 264 500	6 984 100	8 081 552
Державні товари та послуги, не віднесені до інших категорій	4 003 200	3 921 900	3 409 900	3 445 700	3 192 639
Страхові та пенсійні послуги	2 162 600	2 184 300	2 115 800	2 224 500	2 255 018
Послуги з технічного обслуговування та ремонту, не віднесені до інших категорій	1 234 600	1 167 800	1 304 200	1 492 900	1 902 421
Послуги приватним особам та послуги у сфері культури та відпочинку	1 408 900	1 925 100	1 934 800	1 684 300	1 756 467
Виробничі послуги щодо фізичних вихідних ресурсів, що знаходяться у власності інших осіб	1 433 100	1 757 100	1 500 600	1 499 500	1 736 989

Джерело: складено автором за матеріалами [62].

На рисунку 2.12 наведено частку окремих видів послуг в експорті послуг Японії у 2024 році. У структурі експорту послуг Японії на туристичні послуги припало 24 %, збори за використання інтелектуальної власності – 23 %, інші ділові послуги – 21% [64].

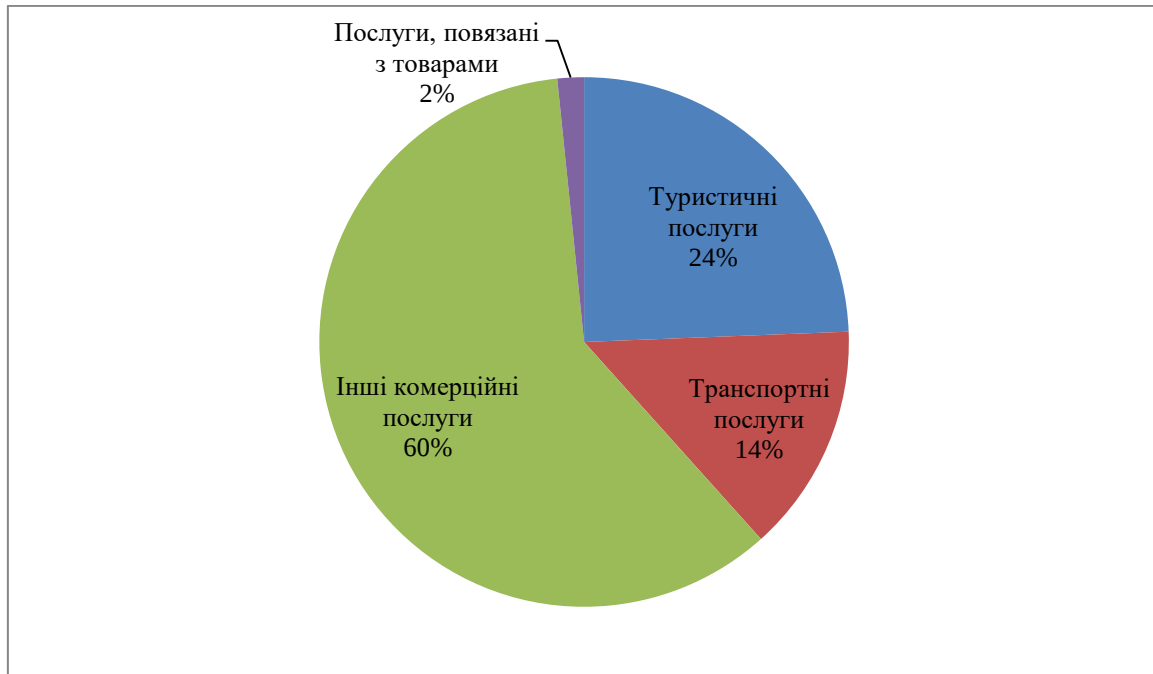


Рис. 2.12. – Частка окремих видів послуг в експорті послуг Японії у 2024 році, %.

Джерело: складено автором на основі [64].

Структура японського імпорту послуг відображає специфічні потреби високорозвиненої економіки та географічне положення країни. Найбільший вартісний обсяг в імпорті послуг Японії належить іншим діловим послугам (табл. 2.7), показник яких зростає щорічно, а також більше, ніж вдвічі, перевищує за вартісним обсягом наступний вид послуг, а саме транспортні послуги. Транспортні послуги становлять значну частину імпорту, що пов'язано з необхідністю забезпечення міжнародних перевезень товарів та пасажирів. Острівне розташування Японії робить морський та авіаційний транспорт критично важливими для зовнішньоекономічних зв'язків.

Таблиця 2.7. – Основні види послуг у структурі імпорту Японії, тис. дол. США

Найменування послуги	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Інші ділові послуги	72 074 700	75 747 100	78 260 700	78 523 700	80 946 789
Транспортні послуги	27 558 800	32 333 600	36 584 300	34 855 500	36 270 683
Збори за використання інтелектуальної власності, що не віднесена до інших категорій	28 553 600	29 632 300	27 788 200	29 012 200	29 584 198
Телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги	22 553 200	25 931 800	22 555 200	26 294 700	28 835 701
Страхові та пенсійні послуги	10 397 500	11 598 300	13 034 200	19 221 800	23 835 667
Туристичні послуги	5 500 800	2 832 200	5 143 000	12 740 100	14 414 387
Фінансові послуги	10 702 100	10 045 400	9 467 900	8 888 500	8 958 043
Послуги з технічного обслуговування та ремонту, не віднесені до інших категорій	7 088 700	5 720 400	5 841 400	7 395 200	7 998 252
Будівництво	5 538 000	5 534 100	5 547 400	6 640 900	6 056 429
Виробничі послуги щодо фізичних вихідних ресурсів, що знаходяться у власності інших осіб	5 414 300	5 826 000	4 847 500	4 829 100	4 243 538
Державні товари та послуги, не віднесені до інших категорій	1 818 300	2 128 200	2 148 400	2 390 100	2 940 724
Послуги приватним особам та послуги у сфері культури та відпочинку	986 400	2 172 800	1 389 500	2 005 800	2 081 551

Джерело: складено автором за матеріалами [63].

На рисунку 2.13 наведено частку окремих видів послуг в імпорті послуг Японії у 2024 році. У структурі імпорту послуг Японії на інші ділові послуги припало 33 %, транспортні послуги – 15 %, збори за використання інтелектуальної власності – 12 %, телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги – 12% [64].

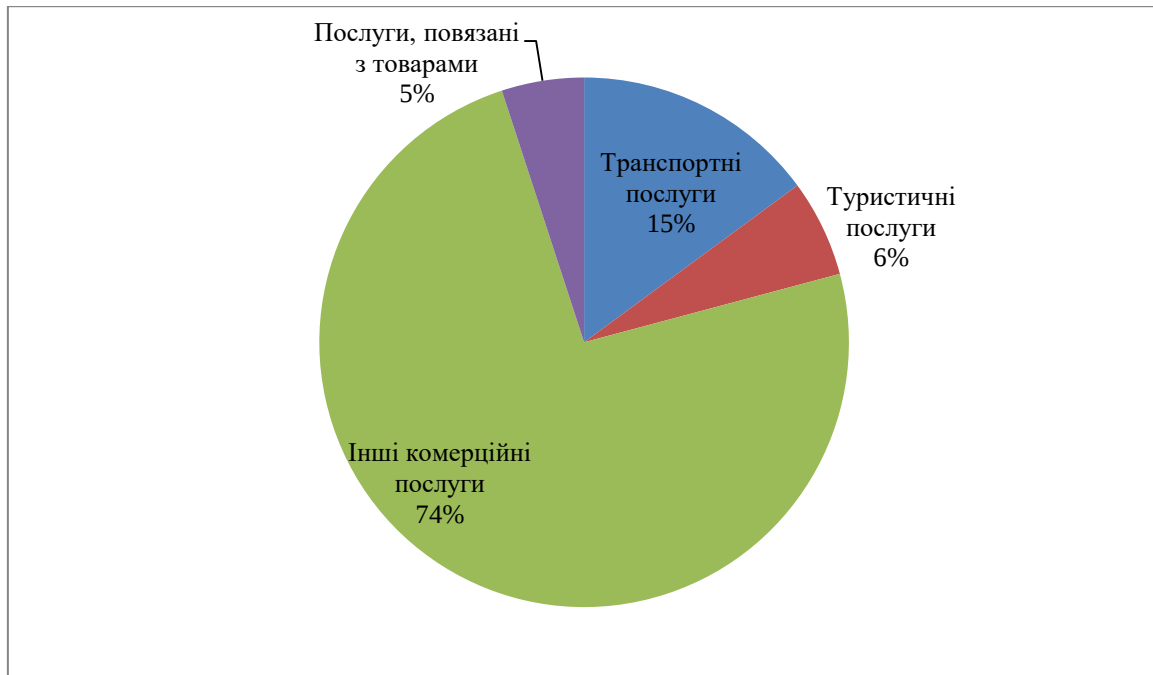


Рис. 2.13. – Частка окремих видів послуг в імпорті послуг Японії у 2024 році, %.

Джерело: складено автором на основі [65].

Японська участь у міжнародній торгівлі послугами стикається з низкою структурних викликів. По-перше, мовний бар'єр залишається серйозним обмеженням для інтернаціоналізації багатьох категорій послуг. Обмежене володіння англійською мовою серед японського населення ускладнює експорт професійних, освітніх та інших послуг, що вимагають інтенсивної комунікації.

По-друге, культурні особливості японської бізнес-практики можуть створювати перешкоди для міжнародної експансії. Специфічні підходи до ведення бізнесу, довгострокові відносини між компаніями та складні процедури прийняття рішень, які є нормою в Японії, не завжди легко адаптуються до міжнародного контексту.

Демографічні зміни створюють як виклики, так і можливості для сектору послуг. Старіння населення генерує зростаючий попит на медичні та соціальні послуги, що може стимулювати інновації та створювати експортний потенціал у цих сферах. Японський досвід адаптації до суспільства, що старіє, може бути

цінним для інших країн, які стикаються з подібними демографічними тенденціями.

Цифровізація створює нові можливості для міжнародної торгівлі послугами. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій дозволяє надавати багато видів послуг дистанційно, знижуючи значення географічних бар'єрів [66]. Японські компанії мають потенціал використовувати свої технологічні компетенції для розширення експорту цифрових послуг, включаючи розробку програмного забезпечення, цифровий контент та онлайн-освіту [67].

Пандемія Covid-19 продемонструвала як вразливість, так і адаптивність сектору послуг. Різке скорочення міжнародного туризму негативно вплинуло на торговельний баланс послуг, проте водночас прискорило цифрову трансформацію та створило нові можливості для дистанційного надання послуг.

Екологічна трансформація економіки створює нові можливості для експорту японських послуг у галузі екологічних технологій, енергоефективності та сталого розвитку. Японські компанії володіють значною експертизою у цих сферах, що може бути конвертоване у конкурентні переваги на міжнародних ринках послуг.

Таким чином, участь Японії в міжнародній торгівлі послугами характеризується певною асиметрією порівняно з її позиціями у торгівлі товарами. Інтернаціоналізація сектору послуг залишається обмеженою структурними, регуляторними та культурними факторами. Водночас існують значні можливості для розширення експорту послуг через використання технологічних компетенцій, культурних активів та досвіду адаптації до демографічних викликів. Успішна реалізація цього потенціалу вимагає подальшої лібералізації внутрішнього ринку послуг, інвестицій у розвиток людського капіталу та активної підтримки інтернаціоналізації компаній сектору послуг.

2.3. Особливості двосторонньої торгівлі між Україною та Японією

Торговельно-економічні відносини між Україною та Японією являють собою приклад взаємодії між країнами з асиметричними рівнями економічного розвитку, але зі значним потенціалом для взаємовигідного співробітництва. Географічна віддаленість, різниця в економічних моделях та історичні особливості розвитку двосторонніх відносин створюють специфічний контекст для торговельної взаємодії.

Торговельні відносини між Україною та Японією у їхньому сучасному вигляді розпочалися після здобуття Україною незалежності у 1991 році. Японія була однією з перших країн, що визнала незалежність України та встановила дипломатичні відносини [68]. Початковий етап формування двосторонніх торговельних зв'язків характеризувався відносно незначними обсягами товарообміну, що відображало загальні труднощі періоду трансформації української економіки та обмежену обізнаність японського бізнесу щодо можливостей українського ринку [69].

Протягом 1990-х років торговельні відносини розвивалися повільно, з переважанням експорту сировинних товарів з України до Японії та імпорту японської високотехнологічної продукції. Ця модель відображала загальну специфіку зовнішньої торгівлі України того періоду та структурні характеристики японського попиту на імпортні товари.

На початку 2000-х років спостерігалось поступове зростання торговельного обороту, стимульоване економічним зростанням в Україні та диверсифікацією торговельних зв'язків з обох сторін [69]. Проте обсяги двосторонньої торгівлі залишалися відносно невеликими у порівнянні з торгівлею кожної з країн з іншими основними партнерами, що свідчило про нереалізований потенціал економічної взаємодії.

Рисунок 2.14 відображає зміну обсягів експорту українських товарів до Японії у період 2005–2024 рр., що дозволяє простежити довгострокові тенденції у розвитку двосторонніх торговельних відносин між країнами.

Загалом динаміка характеризується високою волатильністю, що свідчить про значний вплив зовнішньоекономічних, політичних та кон'юнктурних чинників на український експортний сектор.

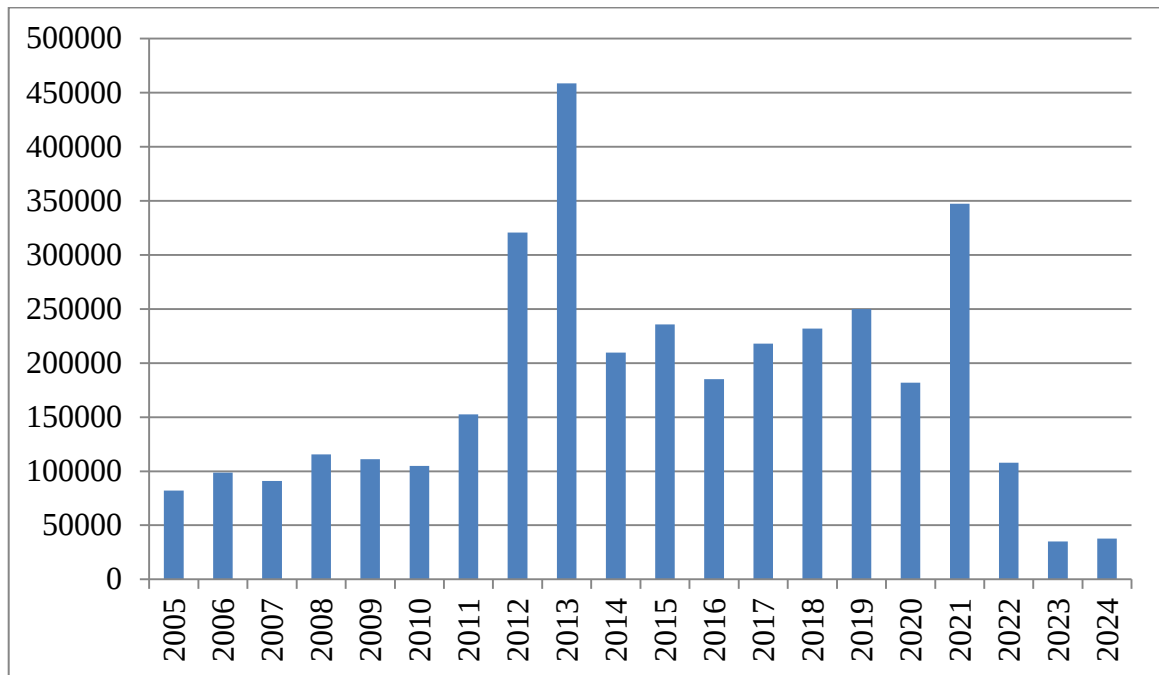


Рис. 2.14. – Динаміка експорту товарів України до Японії, тис. дол. США.
Джерело: складено автором на основі [70].

У 2005–2011 рр. обсяги експорту залишалися відносно стабільними, коливаючись у межах близько 80–150 тис. дол. США. Цей період можна охарактеризувати як етап помірної активності без суттєвих коливань, коли торговельно-економічні відносини між Україною та Японією розвивалися переважно у межах традиційних товарних груп – сировинних матеріалів, аграрної продукції та напівфабрикатів.

Починаючи з 2012 року, спостерігається помітне зростання експорту – його обсяг зріс приблизно до 320 тис. дол., а вже у 2013 р. зафіксовано різкий стрибок до рекордного рівня – понад 450 тис. дол. США, що стало найвищим показником за весь аналізований період. Такий стрибок можна пов'язати з окремими великими контрактами у металургійній чи хімічній галузі, а також із посиленням попиту на окремі види української продукції на азійському ринку.

У наступному 2014 році обсяг експорту різко скоротився, хоча залишався на відносно високому рівні (приблизно 210 тис. дол. США). Цей спад збігся у часі з початком бойових дій на сході України, анексією Криму та першими проявами економічної рецесії, що негативно позначилося на стабільності експортних потоків.

У 2015–2020 рр. динаміка експорту характеризується помірними коливаннями, переважно у межах 180–250 тис. дол. США, що свідчить про відновлення і певну стабілізацію двосторонньої торгівлі. У 2019 р. спостерігається відносно високий показник (близько 250 тис. дол. США), який може бути пов’язаний із активізацією торгівлі агропродовольчими товарами та продукцією машинобудування.

У 2021 р. відбувається нове суттєве зростання експорту – до рівня понад 340 тис. дол. США, що свідчить про короткострокове пожвавлення українсько-японських торговельних відносин. Водночас уже у 2022 р. простежується різке падіння експорту до приблизно 108 тис. дол. США, а в 2023–2024 рр. – до 35–38 тис. дол. США, що є найнижчими рівнями за весь період дослідження. Таке скорочення пов’язане передусім із масштабними деструктивними наслідками повномасштабної війни Росії проти України, що розпочалася у 2022 році, а також із порушенням логістичних ланцюгів постачання, зниженням виробничого потенціалу та переорієнтацією українського експорту на ринки країн ЄС.

Загалом динаміка експорту товарів України до Японії у 2005–2024 рр. демонструє нестійкий характер із чергуванням періодів зростання та спаду. Для українсько-японської торгівлі характерна епізодичність активізації, що залежить від окремих великих контрактів або сприятливих ринкових умов. Серед системних тенденцій можна виокремити обмежену товарну диверсифікацію експорту та його високу чутливість до глобальних і внутрішніх економічних шоків.

Дані таблиці 2.8 демонструють, що у 2024 році експорт України до Японії мав виражену товарну концентрацію (у таблиці наведено провідні

товарні групи за вартісними обсягами у 2024 році). Найбільшу частку в експорті 2024 р. посідає алюміній та вироби з нього – 12685 тис. дол. США, причому це значення близьке до обсягу 2020 р. (12194 тис. дол. США).

Таблиця 2.8. – Основні товарні групи у товарній структурі експорту України до Японії, тис. дол. США

Найменування товару	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Алюміній та вироби з нього	12 194	26 755	3 786	7 444	12 685
Злаки	54	25 755	115	12 663	9 487
Молочна продукція; яйця птахів; мед натуральний; харчові продукти тваринного походження	1 245	4 014	2 299	771	3 160
Продукти переробки овочів, фруктів, горіхів та інших частин рослин	2 699	1 528	1 007	136	2 316
Деревина та вироби з неї; деревне вугілля	4 494	23 502	8 888	2 017	1 722
Продукти неорганічної хімії; неорганічні сполуки або органічні дорогоцінних металів	1 006	2 615	5 892	2 401	1 365
Інші хімічні продукти	4 695	5 826	1 908	1 591	1 280
Жири та олії тваринного або рослинного походження та продукти їх розщеплення	6 479	4 912	1 140	366	1 117
Органічні хімічні сполуки	625	887	442	816	1 015
Реактори ядерні, котли, обладнання та механічні пристрої; їх частини	1 477	2 557	1 044	270	602

Джерело: складено автором за матеріалами [70].

На другому місці за обсягом у 2024 р. – злаки (9487 тис. дол. США). Зернові культури, зокрема кукурудза, становлять основу експортних поставок, що відображає високий потенціал українського сільського господарства та потреби Японії в імпорті продовольства. Японія є значним споживачем фуражного зерна для своєї тваринницької галузі, що створює стабільний попит на українську сільськогосподарську продукцію.

Третє місце займають молочна продукція та харчові продукти тваринного походження (3160 тис. дол. США), далі йдуть продукти переробки овочів, фруктів, горіхів (2316 тис. дол. США), та деревина і вироби з неї (1722 тис. дол. США).

Варто зазначити, що товари, які до початку повномасштабного вторгнення (у 2020–2021 рр.) формували значну частку поставок до Японії, зокрема руди, шлак і зола та чорні метали, у 2024 році фактично не фігурують, тобто їх експорт до Японії практично припинився.

Рисунок 2.15 відображає динаміку імпорту Україною японських товарів у період 2005–2024 років. Вона характеризується значною мінливістю, що відображає як внутрішні економічні трансформації в Україні, так і зовнішні чинники, пов'язані з глобальними кризами та геополітичними подіями.

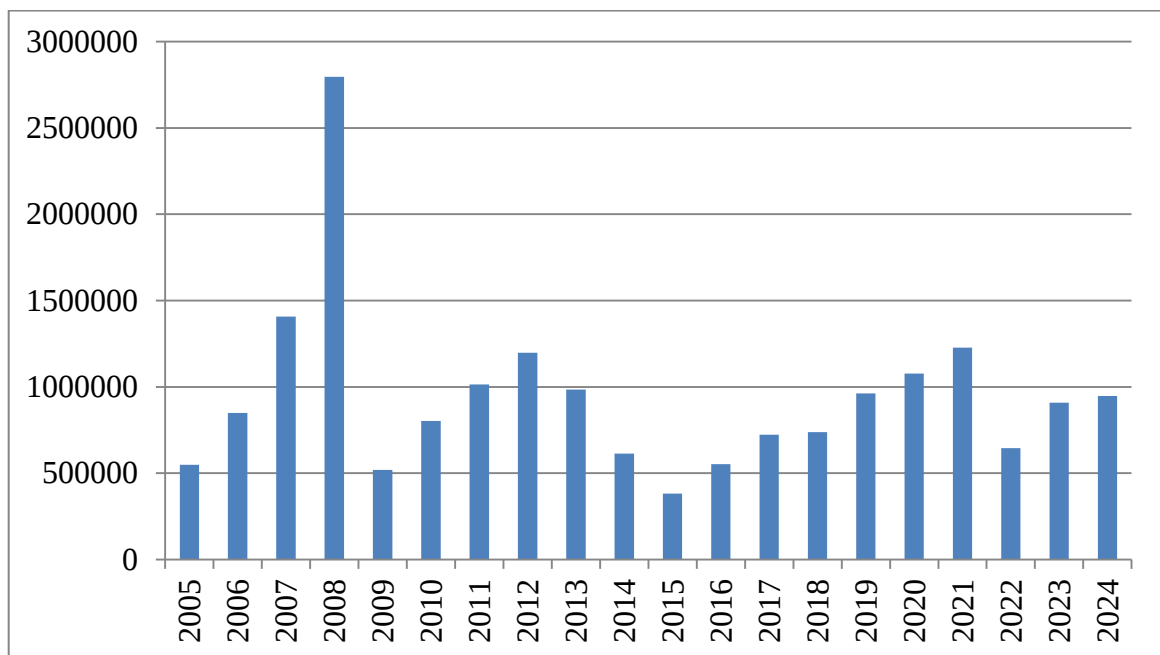


Рис. 2.15. – Динаміка імпорту товарів України з Японії, тис. дол. США.
Джерело: складено автором на основі [70].

На початку аналізованого періоду спостерігалось поступове зростання обсягів імпорту: з 548,2 млн дол. США у 2005 р. до 2795,4 млн дол. США у 2008 р., що стало найвищим показником за весь досліджуваний період. Така динаміка пояснюється активізацією торговельно-економічного співробітництва між країнами до світової фінансової кризи 2008 р.

У 2009 р. обсяги імпорту різко скоротилися до 519,5 млн дол. США, тобто майже у 5,4 рази менше, ніж роком раніше. Це було наслідком глобальної рецесії, падіння світового попиту та скорочення валютних резервів

України. У наступні роки, з 2010 р. по 2013 р., імпорт із Японії поступово відновлювався, досягнувши 1197,8 млн дол. США у 2012 р.

Події 2014 р. призвели до падіння імпорту більш ніж на 35 %: до 612,6 млн дол. США у 2014 р. і до мінімального значення 382,2 млн дол. США у 2015 р. Надалі, у 2016–2019 рр., спостерігалось стійке зростання: з 551,8 млн до 962,9 млн дол. США, що свідчить про часткове відновлення економічних зв'язків та поживлення промислового виробництва.

У 2020–2021 рр. імпорт знову зріс, досягнувши 1076,5 млн дол. США у 2020 р. і 1227,3 млн дол. США у 2021 р., що можна пов'язати з відновленням ділової активності після пандемічних обмежень та попитом на японську техніку, автомобілі та обладнання.

Після початку повномасштабного вторгнення РФ у 2022 р. обсяг імпорту скоротився майже вдвічі (до 644,3 млн дол. США), що зумовлено порушенням логістичних ланцюгів, зниженням купівельної спроможності та переорієнтацією зовнішньої торгівлі на забезпечення критичних потреб. Водночас у 2023–2024 рр. простежується тенденція до відновлення: 908,3 млн дол. США у 2023 р. та 947,8 млн дол. США у 2024 р., що свідчить про поступову стабілізацію торговельних відносин і адаптацію українських підприємств до нових умов співпраці.

Отже, динаміка імпорту товарів України з Японії у 2005–2024 рр. демонструє циклічний характер із кількома етапами зростання та падіння. Після глибокого спаду у 2022 р. спостерігається поступове відновлення імпорту, що свідчить про збереження стратегічного інтересу України до японських технологій, машинобудівної та транспортної продукції.

Дані таблиці 2.9 демонструють, що провідною товарною групою в імпорті України з Японії за період 2020–2024 рр. стабільно виступали засоби наземного транспорту. Незважаючи на скорочення імпорту за цією позицією порівняно з 2020 р., вона зберігає ключове значення у двосторонній торгівлі.

Суттєве зростання продемонструвала група реакторів, котлів, механічного обладнання, що може свідчити про відновлення індустріальних

поставок і зміцнення техніко-технологічного співробітництва. Відносно стабільною залишалася динаміка оптичних, вимірювальних та фотографічних приладів. Натомість різке скорочення спостерігалось щодо фармацевтичної продукції і виробів з гуми та каучуку, що може бути наслідком перебоїв у постачанні та зміни логістичних ланцюгів після 2022 року.

Таблиця 2.9. – Основні товарні групи у товарній структурі імпорту України з Японії, тис. дол. США

Найменування товару	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Засоби наземного транспорту, крім залізничного чи трамвайного рухомого складу	698 007	797 211	404 641	611 390	552 274
Реактори ядерні, котли, обладнання та механічні пристрої; їх частини	77 501	91 086	44 278	77 748	115 868
Інструменти та апарати оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, контрольні тощо	88 396	108 654	60 933	70 216	87 248
Вироби із чорних металів	10 999	8 799	4 521	2 861	43 136
Електричні машини та обладнання, їх частини; звукозаписна та звуковідтворююча апаратура	40 100	49 216	33 015	39 542	41 924
Фармацевтична продукція	45 794	47 908	23 609	22 060	19 174
Каучук, гума та вироби з них	39 293	35 776	18 731	18 578	13 322
Органічні хімічні сполуки	5 400	7 446	8 236	8 320	9 954
Хімічні волокна	9 830	9 426	9 619	9 042	8 548
Пластмаси та вироби з них	6 441	11 536	6 980	6 904	6 993
Інші хімічні продукти	7 808	7 217	3 984	4 727	6 845
Різні готові вироби	10 763	9 671	4 310	5 343	6 805

Джерело: складено автором за матеріалами [70].

Позитивну динаміку демонстрували органічні хімічні сполуки та вироби з чорних металів, імпорт яких у 2024 р. зріс більш ніж утричі. Водночас частка інших позицій (пластмас, хімічних волокон, різних готових виробів) залишалася незначною та відносно стабільною.

Отже, структура імпорту товарів з Японії для України у 2024 р. характеризується високою концентрацією у транспортному секторі, частковим

відновленням промислових поставок і поступовим зростанням технологічно складних товарів машинобудівної та хімічної груп. Це свідчить про збереження стратегічної ролі Японії як постачальника високотехнологічної продукції для української економіки.

Двостороння торгівля товарами між Україною та Японією характеризується певною асиметрією як у обсягах, так і в структурі товарообміну. Торговельний баланс між країнами зазнавав коливань протягом різних періодів, відображаючи зміни в кон'юктурі міжнародних ринків основних експортних товарів України, валютні коливання та загальні економічні умови в обох країнах. Сальдо торговельного балансу протягом усього періоду, що досліджується, залишалося негативним для України (рис. 2.16). Структурна асиметрія, коли Україна експортує переважно сировинні та сільськогосподарські товари, а імпортує високотехнологічну продукцію, відображає різницю в рівнях економічного розвитку та промислових спеціалізаціях.

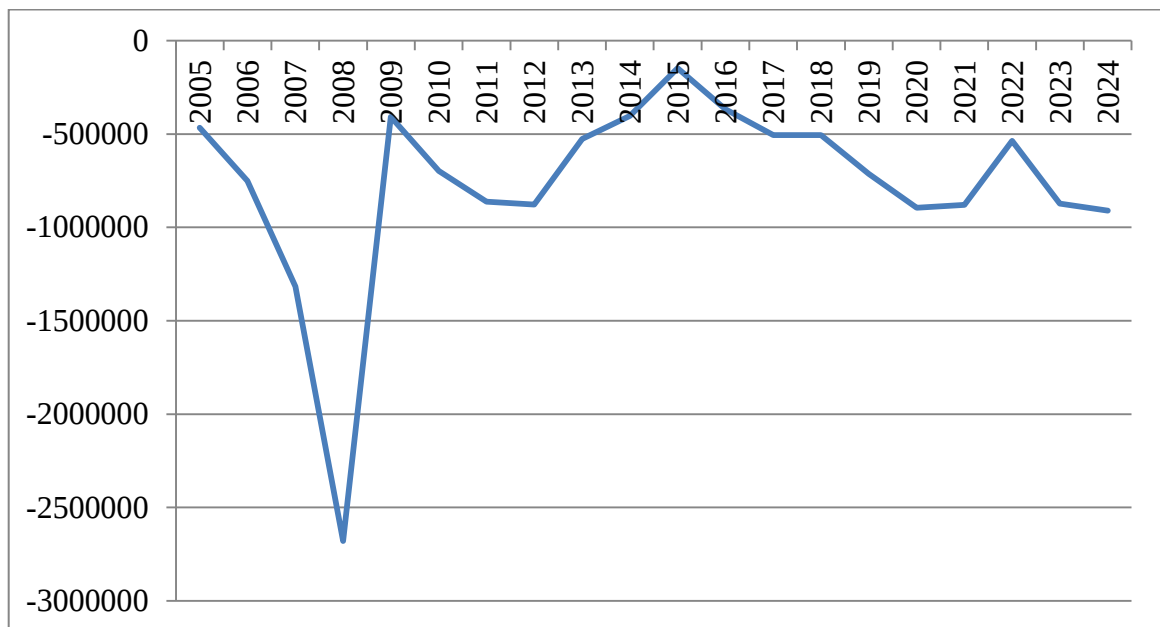


Рис. 2.16. – Сальдо торгівлі товарами України та Японії, тис. дол. США.

Джерело: складено автором на основі [70].

Обсяг двосторонньої торгівлі послугами між Україною та Японією є незначним. За останніми наявними даними у 2022 році він склав 10,97 млн дол. США, що стало зменшенням порівняно з 2021 роком на 30,6 % [71].

У 2022 році структура експорту послуг України до Японії відзначалася високою концентрацією у сфері інформаційних та транспортних послуг, які разом становили понад 57 % загального обсягу експорту (табл. 2.10).

Таблиця 2.10. – Структура експорту послуг України до Японії у 2022 р.

Вид послуг	Частка у загальному обсязі, %	Обсяг експорту, млн дол. США	Зміни
Послуги у сфері телекомунікацій, комп'ютерні та інформаційні послуги	29,5	2,92	↑ 5,1 %
Транспортні послуги	27,6	2,73	↑ у 2,9 рази
Ділові послуги	26,7	2,64	↓ 62,4 %
Послуги з ремонту та технічного обслуговування, не віднесені до інших	10,6	1,05	↓ 26,7 %
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	3,3	0,33	↓ 19,1 %

Джерело: складено автором за матеріалами [71].

Найбільшу частку у структурі займали телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги (29,5 %), обсяг яких зріс у 2022 році на 5,1 % порівняно з попереднім роком. Це свідчить про стійкість та конкурентоспроможність українського ІТ-сектору навіть за умов воєнного часу.

Вагомим напрямом залишалися транспортні послуги (27,6 %), експорт яких збільшився майже утричі. Така динаміка пояснюється частковим відновленням логістичних ланцюгів та підвищенням попиту на транспортно-експедиційні послуги, пов'язані з перенаправленням зовнішньоторговельних потоків.

Водночас спостерігалось значне скорочення ділових послуг (–62,4 %), що відображає загальне зниження активності у сфері консалтингу, інжинірингу та професійної підтримки бізнесу через воєнні ризики.

Аналогічна тенденція спостерігалась щодо послуг з ремонту і технічного обслуговування (–26,7 %) та фінансових послуг (–19,1 %), що свідчить про звуження ринку допоміжних сервісів.

Узагальнюючи, структура експорту послуг України до Японії у 2022 році демонструє зміщення акценту на технологічні та транспортно-логістичні напрями, тоді як традиційні ділові та фінансові сервіси втратили позиції. Це підтверджує підвищення ролі цифрової економіки у формуванні конкурентних переваг України на японському ринку послуг.

У 2022 році структура імпорту послуг України зазнала суттєвих змін під впливом воєнних і економічних чинників. Найбільшу частку в імпорті становили державні та урядові послуги (28,6%), хоча їх обсяги скоротилися більш ніж удвічі (–62,1%), що може свідчити про зменшення міжнародних міждержавних проєктів та офіційних замовлень (табл. 2.11).

Таблиця 2.11. – Структура імпорту послуг України з Японії у 2022 р.

Вид послуг	Частка у загальному обсязі, %	Обсяг експорту, млн дол. США	Зміни
Державні та урядові послуги	28,6	0,31	↓62,1%
Транспортні послуги	27,7	0,30	↑69,4%
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	14,5	0,15	↓71,7%
Ділові послуги	11,9	0,13	↑ у 3 рази
Послуги зі страхування	8,6	0,09	↓29,3%

Джерело: складено автором за матеріалами [71].

Транспортні послуги (27,7%) продемонстрували суттєве зростання (+69,4%), що відображає адаптацію логістичних маршрутів та зростання потреби у міжнародних перевезеннях.

Імпорт послуг, пов'язаних із фінансовою діяльністю (14,5%), скоротився на 71,7%, що свідчить про зниження активності фінансових ринків та інвестиційних операцій.

Водночас ділові послуги (11,9%) продемонстрували значне зростання (утричі), що може бути наслідком активізації консультаційних, управлінських і професійних сервісів, пов'язаних із кризовим управлінням.

Послуги зі страхування (8,6%) зменшилися на 29,3%, імовірно через зростання ризиків, що ускладнило діяльність міжнародних страхових компаній.

Узагальнюючи, структура імпорту послуг у 2022 році відображає перехід від державного та фінансового секторів до більш гнучких і прикладних галузей – транспорту та бізнес-консалтингу, що засвідчує процес адаптації української економіки до умов воєнного часу.

Розвиток двосторонньої торгівлі між Україною та Японією стикається з низкою об'єктивних бар'єрів та обмежень. Географічна віддаленість створює додаткові логістичні виклики та підвищує транспортні витрати, що негативно впливає на конкурентоспроможність товарів. Відсутність прямого морського сполучення вимагає використання транзитних маршрутів, що подовжує час доставки та збільшує вартість перевезень.

Різниця в технічних стандартах та регуляторних вимогах також може створювати перешкоди для торгівлі, особливо у сегментах високотехнологічної продукції та продовольства. Японські стандарти якості та безпеки продукції є одними з найсуворіших у світі, що вимагає від українських експортерів значних зусиль для відповідності цим вимогам.

Обмежена обізнаність бізнес-спільнот обох країн про можливості та специфіку партнерського ринку також стримує розвиток торгівлі. Культурні та мовні відмінності додатково ускладнюють встановлення та розвиток ділових контактів.

Попри існуючі обмеження, двостороння торгівля між Україною та Японією має значний нереалізований потенціал. Структура потенційного українського експорту до Японії охоплює кілька ключових категорій товарів та послуг. У товарному сегменті перспективними позиціями є продукція агропромислового комплексу, зокрема зернові культури, продукти бджільництва, олійна продукція, перероблені плодоовочеві товари, продукція тваринного походження та спеціалізовані харчові інгредієнти. Окрему нішу становлять товари органічної косметології та промислові матеріали,

включаючи лісопродукцію, альтернативні джерела енергії на біологічній основі, феросплавну продукцію та мінеральну сировину.

У сфері послуг спостерігається формування сприятливої кон'юнктури для українських постачальників інформаційно-технологічних рішень. Зокрема, перспективними напрямками є аутсорсинг програмного забезпечення, розробка цифрових продуктів, послуги інформаційної безпеки, дизайнерські рішення, тривимірна візуалізація, освітній мультимедійний контент та продукція креативної економіки. Експансія електронної комерції, цифрових платформ та систем корпоративного розвитку персоналу генерує додаткові можливості для реалізації українського експертного потенціалу у цих сегментах.

Японський ринок характеризується підвищеними вимогами до постачальників, інтенсивною конкуренцією та складною регуляторною системою. Водночас ключовими цінностями для японських бізнес-партнерів залишаються гарантована якість продукції, надійність поставок та довгострокова репутація. Конкурентоспроможність українських компаній на цьому ринку може забезпечуватися через індивідуалізацію комерційної пропозиції відповідно до специфічних вимог, систему верифікації якості та встановлення прозорих комунікаційних каналів з партнерами [72].

Сучасний етап українсько-японських економічних відносин характеризується активізацією торговельно-інвестиційного співробітництва, орієнтованого на відновлення економіки України, технологічну модернізацію та розвиток промислового потенціалу. Одним із ключових напрямів взаємодії є створення спільних японсько-українських підприємств і впровадження японського досвіду у сфері індустріальних парків, що розглядається Урядом України як елемент державної політики «Зроблено в Україні» [73].

Важливу інституційну роль у розбудові двосторонніх економічних відносин відіграють Японська організація зовнішньої торгівлі (JETRO) та Японське агентство міжнародного співробітництва (JICA). Відкриття офісу JETRO у Києві у 2024 році сприяє розширенню бізнес-присутності японських компаній, розвитку автомобілебудівного кластеру, а також залученню

інвестицій у виробничу сферу. У свою чергу, JICA реалізує низку проєктів у галузях енергетики, промисловості, аграрного сектору, гуманітарного розмінування та виробництва техніки [73].

Особливої уваги заслуговує координація дій у межах Японсько-української спільної робочої групи зі стратегії відновлення сільського господарства (Joint Task Force – JTF), яка передбачає впровадження японських технологій, цифрових рішень та інновацій у вітчизняний аграрний сектор. Японські компанії, серед яких NTC International, Greein Inc., Seiwa Co., Zensho Holdings та Mayekawa MFG, уже долучилися до реалізації проєктів, спрямованих на відновлення і підвищення продуктивності українського сільського господарства [74].

У 2024 році спостерігалось зростання двосторонньої торгівлі та обсягів прямих японських інвестицій в Україну порівняно з 2023 роком. Нині в Україні працює близько 40 великих японських компаній, що забезпечують робочі місця і сплачують податки до державного бюджету. Японія є другим за величиною донором українського бюджету, реалізуючи понад 30 проєктів через міжнародні організації у сферах сільського господарства, медицини, розмінування та інфраструктури [75].

Подальшому зміцненню двосторонньої співпраці сприятиме участь України у Всесвітній виставці «Експо-2025» в Осаці, яка стала платформою для представлення українського потенціалу у високотехнологічних, аграрних та промислових галузях [75].

Таким чином, сучасна українсько-японська зовнішня торгівля поєднує торговельний, інвестиційний та технологічний виміри, що свідчить про перехід від традиційних товарообмінних відносин до стратегічного партнерства, спрямованого на індустріальний розвиток, інновації та сталу післявоєнну відбудову України.

Отже, особливості двосторонньої торгівлі між Україною та Японією відображають як потенціал взаємовигідної економічної співпраці, так і об'єктивні обмеження, пов'язані з географічною віддаленістю, різницею в

рівнях економічного розвитку та структурними характеристиками обох економік. Подальший розвиток торговельних відносин вимагає активних зусиль з обох сторін щодо усунення бар'єрів, просування взаємних інтересів та використання нових можливостей, які виникають у контексті глобальних економічних трансформацій та післявоєнного відновлення України.

Висновки до розділу 2

Японія зберігає статус однієї з провідних торговельних держав світу, займаючи вагомі позиції у міжнародній торгівлі товарами. Товарна структура японського експорту характеризується домінуванням високотехнологічної продукції з високою доданою вартістю, зокрема автомобілів, електронного обладнання, промислових машин та точних приладів, що відображає успішну реалізацію стратегії технологічного лідерства. Імпортна структура визначається обмеженістю власних природних ресурсів, що створює критичну залежність від зовнішніх постачань енергоносіїв, сировинних матеріалів та продовольства. Географічна конфігурація японської торгівлі товарами демонструє високий рівень регіональної концентрації з орієнтацією на Азійсько-Тихоокеанський регіон, де ключовими партнерами виступають Китай, країни Південно-Східної Азії, а також США. Водночас японська торгівля товарами стикається з викликами посилення конкуренції з боку інших азійських країн, демографічних обмежень та необхідності адаптації до нових глобальних реалій.

Участь Японії в міжнародній торгівлі послугами характеризується певною асиметрією порівняно з її потужними позиціями у торгівлі товарами. Незважаючи на домінування сектору послуг у внутрішній економіці, його інтернаціоналізація залишається обмеженою через структурні, регуляторні та культурні фактори. Експорт послуг концентрується у декількох ключових сегментах, включаючи туристичні послуги, що демонструють динамічне зростання, транспортні послуги, де японські компанії здобули визнання

завдяки технологічній досконалості, збори за використання інтелектуальної власності та бізнес-послуги. Імпорт послуг відображає потреби високорозвиненої економіки, включаючи транспортні послуги, збори за використання інтелектуальної власності, ділові послуги, телекомунікаційні та комп'ютерні послуги тощо. Регуляторне середовище, мовні бар'єри та специфіка японської бізнес-культури створюють обмеження для поглиблення інтернаціоналізації сектору послуг, хоча цифровізація та демографічні зміни відкривають нові можливості для розширення експорту послуг у перспективі.

Двостороння торгівля між Україною та Японією демонструє значний нереалізований потенціал для поглиблення економічної співпраці. Товарна структура українського експорту до Японії традиційно характеризується домінуванням аграрної продукції, зокрема зернових культур, а також сировинних товарів, що відображає природні конкурентні переваги України та потреби японської економіки. Імпорт з Японії складається переважно з високотехнологічної продукції, включаючи автомобілі, промислове обладнання та електроніку. Торговельні відносини характеризуються асиметрією як у обсягах, так і в структурі товарообміну, відображаючи різницю в рівнях економічного розвитку та промислової спеціалізації. Географічна віддаленість, різниця в технічних стандартах, обмежена взаємна обізнаність бізнес-спільнот та політична нестабільність створюють об'єктивні бар'єри для розвитку торгівлі. Водночас існують перспективи для розширення співробітництва у сферах інфраструктурного розвитку, енергетики, інформаційних технологій та освітніх обмінів, особливо в контексті післявоєнного відновлення України.

Таким чином, сучасний стан участі Японії у міжнародній торгівлі відображає як сильні позиції країни у торгівлі високотехнологічними товарами, так і певні обмеження у сфері послуг та нереалізований потенціал двосторонньої взаємодії з окремими партнерами, що визначає необхідність стратегічної адаптації торговельної політики до нових викликів та можливостей глобальної економіки.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ УЧАСТІ ЯПОНІЇ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

3.1. Адаптація торговельної політики Японії до нових глобальних викликів

Сучасна глобальна торговельна система переживає період глибоких трансформацій, спричинених технологічними змінами, геополітичним протистоянням, екологічними викликами та переосмисленням принципів міжнародної економічної взаємодії. Японія, будучи однією з провідних торговельних держав світу, стикається з необхідністю переосмислення своєї торговельної політики для збереження конкурентоспроможності та забезпечення національних економічних інтересів у мінливих умовах. Традиційна японська модель торговельної політики, що сформувалася в умовах післявоєнного відновлення та глобалізації другої половини ХХ століття, потребує значної адаптації до реалій багатопольярного світу, цифровізації економіки та зростаючих вимог до екологічної сталості.

Одним з найбільш значущих викликів для японської торговельної політики стало посилення геополітичної конкуренції та фрагментація глобальної торговельної системи. Торговельне протистояння між США та Китаєм, два найбільші економічні партнери Японії, створює складні дилеми для японської зовнішньоекономічної стратегії. Японія змушена балансувати між стратегічним альянсом зі США, який є основою її безпекової політики, та глибокими економічними зв'язками з Китаєм, що є критично важливими для японського бізнесу. Ця ситуація вимагає виваженої торговельної політики, яка дозволяє підтримувати економічні відносини з обома країнами, не жертвуючи при цьому стратегічними інтересами та не створюючи надмірних ризиків для стабільності ланцюгів постачання [76].

У відповідь на зростаючу геополітичну напруженість Японія активізувала свою політику економічної диверсифікації та зміцнення

регіональних торговельних зв'язків. Стратегія «економічної безпеки», яка набула особливого значення в японській політичній риторичі останніх років, передбачає зменшення критичних залежностей у стратегічних секторах, диверсифікацію джерел постачання критично важливих товарів та захист технологічних активів від несанкціонованого доступу. Ця концепція інтегрується в торговельну політику через механізми контролю експорту високих технологій, перегляд інвестиційних режимів для іноземних компаній у чутливих секторах та створення програм підтримки переміщення виробничих потужностей японських компаній з геополітично ризикованих регіонів [77].

Паралельно з політикою економічної безпеки Японія активно просуває стратегію поглиблення регіональної торговельної інтеграції як засіб диверсифікації економічних зв'язків та формування сприятливого регуляторного середовища для японського бізнесу [77]. Участь у Всеосяжній та прогресивній угоді про Транстихоокеанське партнерство (СРТПР) стала ключовим елементом цієї стратегії. Після виходу США з початкової версії угоди Японія взяла на себе лідерську роль у збереженні та реалізації цієї торговельної ініціативи, демонструючи свою прихильність до правил багатосторонньої торгівлі та регіональної економічної інтеграції [78]. СРТПР не лише забезпечує японським компаніям преференційний доступ до швидкозростаючих ринків Азійсько-Тихоокеанського регіону, але й встановлює високі стандарти регулювання торгівлі, включаючи інтелектуальну власність, електронну комерцію та державні закупівлі, що відповідає довгостроковим інтересам Японії як технологічно розвиненої країни.

Підписання Регіонального всеосяжного економічного партнерства (RCEP) стало ще одним важливим кроком у японській торговельній стратегії. Ця угода, яка включає Китай, створила першу торговельну платформу, що об'єднує Японію та Китай у спільній преференційній торговельній зоні. Незважаючи на геополітичні напруження, Японія визнала необхідність

підтримання економічних зв'язків з Китаєм та регіоном Південно-Східної Азії через інституціоналізований механізм, який забезпечує передбачуваність та зменшує транзакційні витрати для бізнесу. RCEP також відображає прагматичний підхід японської торговельної політики, яка намагається балансувати між ідеологічними міркуваннями та економічними реаліями [79].

Угода про економічне партнерство Японії з Європейським Союзом (Japan-EU Economic Partnership Agreement (EPA)), яка набула чинності в 2019 році, демонструє ще один аспект японської адаптації до глобальних викликів – зміцнення зв'язків з однодумцями у питаннях правил міжнародної торгівлі [80]. Японія та ЄС мають спільні інтереси у підтримці багатосторонньої торговельної системи, протидії протекціонізму та просуванні високих стандартів торговельного регулювання. Ця угода створила найбільшу зону вільної торгівлі між розвиненими економіками та символізує співпрацю між демократичними країнами з ринковою економікою у відповідь на виклики авторитарного капіталізму та економічного націоналізму.

Угода про економічне партнерство між ЄС та Японією передбачає високий рівень лібералізації торгівлі: після повного впровадження буде скасовано мита для 99% тарифних ліній для ЄС та 97% – для Японії, з частковою лібералізацією решти ліній [81].

Дещо нижчий ступінь лібералізації для Японії можна пояснити чутливістю сільськогосподарського сектору. Однак, щодо 3% тарифних позицій, які не повністю лібералізовані, Японія зробила значні поступки щодо тарифних квот та/або зниження тарифів. Крім того, нижчий показник також значною мірою компенсується значними зусиллями, докладеними Японією для вирішення проблеми великої кількості нетарифних заходів.

Угода передбачає повне скасування промислових тарифів після завершення перехідного періоду. Водночас вона відкрила японський аграрний ринок для експортерів ЄС, зокрема, завдяки тарифним квотам на 25 видів сільськогосподарської продукції (сири, крохмалі, м'ясо тощо) та подальшій частковій або повній лібералізації тарифів [81].

У сфері санітарних і фітосанітарних заходів реалізація Угоди поліпшила доступ європейських постачальників яловичини на японський ринок після ухвалення відповідних заявок низки країн-членів ЄС. Також триває робота над розширенням доступу для продукції птахівництва, свинарства та фруктів, а також над спрощенням процедур для імпорту рослинної продукції.

Крім того, 1 липня 2024 року до Угоди було додано положення щодо транскордонних потоків даних, що посилює цифрову співпрацю між сторонами та стало важливим кроком проти цифрового протекціонізму.

З моменту впровадження угоди загальний обсяг торгівлі товарами зріс на 14,2 %, загальний обсяг торгівлі послугами зріс на 27%. Угода про економічне співробітництво між ЄС та Японією покращила двосторонню торгівлю товарами в багатьох секторах [81].

Цифровізація глобальної економіки створює як можливості, так і виклики для японської торговельної політики. Зростання транскордонних потоків даних, розвиток електронної комерції та цифрових платформ вимагають нових регуляторних підходів, які б забезпечували баланс між сприянням інноваціям, захистом споживачів та національною безпекою. Японія активно просуває концепцію «вільного потоку даних з довірою» (Data Free Flow with Trust), яка передбачає створення міжнародних правил для транскордонного обміну даними при забезпеченні належного рівня конфіденційності та безпеки. Ця ініціатива відображає спробу знайти середній шлях між американським підходом мінімального регулювання та європейською моделлю суворої регуляції даних [82].

У контексті цифрової торгівлі сучасна торговельна політика Японії дедалі активніше спрямовується на подолання структурних дисбалансів, пов'язаних із високою залежністю від іноземних цифрових платформ і сервісів. У першій половині 2025 року країна зафіксувала профіцит поточного рахунку платіжного балансу на рівні 14,6 трлн єн. Водночас у структурі рахунку послуг сформувався дефіцит у розмірі 1,38 трлн єн, значною мірою зумовлений від'ємним сальдо цифрових послуг у 3,48 трлн єн. Хоча цей

показник на 3,3% нижчий, ніж у 2024 році, він залишається другим за величиною в історії та перевищує рівень 2015 року у 2,6 рази [83].

Дефіцит цифрових послуг охоплює телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні сервіси (зокрема хмарні технології), професійні та консультаційні послуги, що включають онлайн-рекламу, а також роялті й ліцензійні платежі за цифровий контент і потокове мовлення. Незважаючи на рекордні надходження від туризму (3,61 трлн єн за цей самий період) зростання доходів від в'їзного туризму було майже повністю нівельовано відтоком коштів у цифровій сфері [83].

Домінування американських та китайських технологічних компаній створює виклики для японських бізнесів, які прагнуть конкурувати в цифровому просторі. Японська торговельна політика намагається вирішити ці питання через включення положень про цифрову торгівлю в регіональні та двосторонні торговельні угоди, а також через участь у міжнародних дискусіях щодо оподаткування та регулювання цифрової економіки.

Одним із ключових викликів є посилення залежності Японії від американських технологічних корпорацій, що проявляється у зростанні витрат на онлайн-рекламу, хмарні сервіси та цифровий контент. Після пандемії відбулося суттєве розширення використання хмарних технологій, а також зросли витрати на підписки на відеострімінгові платформи. Додатковим чинником стає широке впровадження інструментів штучного інтелекту, більшість із яких постачаються іноземними компаніями. Це посилює імпорт цифрових послуг і збільшує дефіцит у сфері цифрової торгівлі, водночас знижуючи переговорні позиції країни на глобальній арені. На відміну від секторів виробництва або енергетики, у цифровій сфері Японія не має можливості компенсувати торговельні дисбаланси експортом власних цифрових продуктів, що підвищує її вразливість у переговорах, зокрема зі США.

За оцінками Міністерства економіки, торгівлі та промисловості Японії (METI), цифровий торговельний дефіцит може сягнути 18 трлн єн до 2035

року, що майже утричі перевищує показник 2024 року (6,8 трлн єн). У песимістичному сценарії, коли іноземні компанії ще більше посилять свої позиції на японському ринку, дефіцит може зрости до 28 трлн єн, перевищивши рівень витрат країни на імпорт мінерального палива у 2024 році (25 трлн єн) [84].

Водночас уряд Японії не розглядає цифровий дефіцит виключно як негативне явище: він може відображати активну цифрову трансформацію бізнесу. Ключовим чинником є ефективність використання імпортованих цифрових технологій, тобто чи сприяють вони підвищенню продуктивності, інноваційності та конкурентоспроможності національної економіки. Якщо ці імпортні сервіси не створюють достатньої доданої вартості всередині країни, Японія ризикує закріпити модель цифрової залежності без належного економічного ефекту.

Міністерство економіки, торгівлі та промисловості підкреслює, що для зменшення структурного дефіциту та зміцнення позицій Японії у цифровій торгівлі необхідно нарощувати внутрішні інвестиції в інновації, усувати нестачу кваліфікованих фахівців у сфері цифрових технологій і розвивати власні потужності з обробки даних. Особливу увагу приділяють питанням відкритості цифрових ринків, забезпеченню рівних умов для національних і зарубіжних компаній, а також запобіганню дискримінаційним практикам із боку великих цифрових платформ, які можуть зловживати домінуючим становищем [84].

Таким чином, японська торговельна політика у сфері цифрової економіки спрямована на досягнення балансу між лібералізацією цифрових ринків та захистом національних інтересів. Стратегічна мета полягає у перетворенні цифрового торговельного дефіциту з показника залежності на інструмент стимулювання інновацій, зміцнення цифрового суверенітету та формування більш справедливого глобального цифрового середовища, що ґрунтується на принципах прозорості, недискримінації та взаємної вигоди.

Екологічні виклики та глобальний перехід до низьковуглецевої економіки також суттєво впливають на формування японської торговельної політики. Зобов'язання Японії досягти вуглецевої нейтральності до 2050 року вимагає трансформації не лише внутрішньої економіки, але й зовнішньоторговельної стратегії. Торговельна політика адаптується через включення екологічних положень у торговельні угоди, підтримку експорту «зелених» технологій та координацію з міжнародними партнерами щодо механізмів вуглецевого коригування на кордонах [85]. Японія прагне використати свою технологічну експертизу в галузі енергоефективності та екологічних інновацій для створення конкурентних переваг у нових сегментах глобального ринку, що формуються навколо кліматичних рішень.

Питання стійкості ланцюгів постачання набуло особливої актуальності після пандемії COVID-19, яка продемонструвала вразливість глобальних виробничих мереж до системних шоків. Японська торговельна політика відповідає на цей виклик через програми підтримки диверсифікації виробництва, стимулювання повернення критично важливих виробництв до Японії або переміщення їх у більш надійні країни регіону, а також через розвиток стратегічних резервів критично важливих товарів. Ця політика відображає зсув від виключної орієнтації на економічну ефективність до більш збалансованого підходу, який враховує ризики та забезпечує стійкість економічної системи [86].

Реформа Світової організації торгівлі залишається важливим пріоритетом японської торговельної політики, незважаючи на складнощі досягнення консенсусу серед членів організації. Японія підтримує зусилля щодо модернізації правил СОТ для адаптації до нових форм торгівлі, включаючи цифрову економіку та електронну комерцію, а також виступає за посилення механізмів вирішення спорів та підвищення прозорості торговельної політики країн-членів [87]. Багатостороння торговельна система залишається важливою для Японії як засіб обмеження односторонніх дій

великих економік та забезпечення передбачуваного торговельного середовища для японського бізнесу.

Адаптація японської торговельної політики також проявляється в переосмисленні підходів до захисту інтелектуальної власності в умовах глобальних викликів. Посилення конкуренції за технологічне лідерство, особливо з боку Китаю, змусило Японію переглянути свою політику щодо трансферу технологій, захисту комерційних таємниць та міжнародного співробітництва в галузі досліджень та розробок. Японський уряд запровадив більш суворі механізми контролю за експортом технологій подвійного призначення та критично важливих напівпровідникових технологій, координуючи ці заходи з партнерами по альянсу безпеки для створення узгодженого підходу до запобігання витоку стратегічних технологій. Водночас Японія модернізує свою внутрішню систему захисту інтелектуальної власності, включаючи посилення санкцій за крадіжку комерційних таємниць, спрощення процедур отримання патентів у швидкозмінних технологічних галузях та створення спеціалізованих судових механізмів для розгляду складних справ про порушення прав інтелектуальної власності. Торговельні угоди, які укладає Японія, містять посилені положення щодо захисту інтелектуальної власності, що охоплюють не лише традиційні патенти та авторські права, але й нові форми інтелектуальних активів, такі як дані, алгоритми та цифровий контент, відображаючи прагнення зберегти технологічні переваги японських компаній у глобальній конкуренції. Особлива увага приділяється механізмам правозастосування, оскільки наявність правових норм без ефективних інструментів їх реалізації виявилася недостатньою для забезпечення реального захисту японських інновацій на міжнародних ринках. Крім того, Японія активно просуває міжнародні стандарти та норми у сфері захисту інтелектуальної власності через багатосторонні форуми, включаючи Всесвітню організацію інтелектуальної власності, прагнучи сформувати глобальне регуляторне середовище, яке

відповідає інтересам технологічно розвинених країн та стимулює інновації замість їх несанкціонованого запозичення [88].

Таким чином, адаптація торговельної політики Японії до нових глобальних викликів характеризується багатовимірним та прагматичним підходом, який поєднує участь у багатосторонніх, регіональних та двосторонніх торговельних ініціативах, інтеграцію принципів економічної безпеки у зовнішньоекономічну стратегію, просування нових правил для цифрової торгівлі та екологічної трансформації, а також зміцнення стійкості ланцюгів постачання (рис. 3.1).



Рис. 3.1. – Основні інструменти уряду Японії з метою адаптації торговельної політики до нових глобальних викликів.

Джерело: складено автором.

Еволюція торговельної політики відображає усвідомлення необхідності балансування між економічною ефективністю та стратегічними міркуваннями, між відкритістю до міжнародної торгівлі та захистом національних інтересів, між прихильністю до багатосторонньої системи та розвитком регіональних

альтернатив. Успіх цієї адаптації визначатиме здатність Японії зберігати та посилювати свої позиції у глобальній економіці в умовах зростаючої невизначеності та структурних трансформацій міжнародної торговельної системи.

3.2. Перспективні напрями участі Японії у міжнародній торгівлі

Еволюція глобальної торговельної системи, технологічні трансформації та геополітичні зміни створюють новий контекст для визначення стратегічних пріоритетів участі Японії у міжнародній торгівлі. Традиційна експортно-орієнтована модель, що забезпечила японське економічне диво другої половини XX століття, потребує адаптації до реалій XXI століття. Аналіз перспективних напрямів участі Японії у міжнародній торгівлі вимагає розгляду технологічних інновацій, екологічної трансформації, регіональної інтеграції, цифровізації та нових форм торговельної взаємодії.

Визначення перспективних напрямів участі Японії у міжнародній торгівлі вимагає комплексного аналізу поточних тенденцій та прогнозних оцінок динаміки зовнішньоторговельної активності країни. Динаміка обсягів експорту та імпорту товарів і послуг відображає як циклічні коливання, пов'язані з кон'юктурою світових ринків, так і структурні зміни у спеціалізації японської економіки.

Аналіз прогнозних показників зовнішньої торгівлі Японії на 2025–2029 рр., наведених у таблиці 3.1, свідчить про поступове, хоча й помірне, зростання обсягів експорту та імпорту товарів і послуг у середньостроковій перспективі.

Згідно з прогнозом, обсяг експорту товарів і послуг Японії у 2025 р. зазнає незначного скорочення на 0,2 %, що може бути зумовлено тимчасовими коливаннями зовнішнього попиту або впливом внутрішніх структурних факторів, зокрема, високими енергетичними витратами та валютними коливаннями. Починаючи з 2026 р., очікується стаке відновлення експорту:

темпи його приросту становитимуть 0,6 % у 2026 р., 1,7 % – у 2027 р., 1,6 % – у 2028 р. і 1,5 % – у 2029 році. Така динаміка відображає поступову стабілізацію зовнішньоекономічної активності Японії.

Таблиця 3.1. – Прогноз зміни показників зовнішньої торгівлі Японії на 2025-2029 рр., %

Показник	2025	2026	2027	2028	2029
Обсяг експорту товарів і послуг (річна відсоткова зміна)	-0,2	0,6	1,7	1,6	1,5
Обсяг імпорту товарів і послуг (річна відсоткова зміна)	0,4	1,3	1,7	1,4	1,3

Джерело: складено автором за матеріалами [89].

Імпорт товарів і послуг демонструє більш стає зростання протягом усього прогностного періоду. У 2025 р. його приріст становитиме 0,4 %, а в наступні роки темпи підвищення залишатимуться в межах 1,3–1,7 %. Збільшення імпорту пов'язане, з одного боку, із поступовим пожвавленням внутрішнього попиту та необхідністю забезпечення виробничих процесів імпортними компонентами, а з іншого – із триваючою енергетичною залежністю країни від імпорту сировини, енергоносіїв та продовольства.

Загалом позитивна динаміка як експорту, так і імпорту свідчить про поступову адаптацію японської економіки до глобальних структурних зрушень, зокрема до процесів цифровізації, енергетичного переходу та змін у міжнародних виробничих ланцюгах. Однак випереджальні темпи зростання імпорту порівняно з експортом в окремі роки можуть призвести до помірного розширення дефіциту торговельного балансу, що вимагатиме посилення заходів із підтримки конкурентоспроможності національного виробництва та просування експорту товарів з високою доданою вартістю.

Таким чином, прогностні показники свідчать про тенденцію до стабільного, проте помірного зростання зовнішньоторговельної активності Японії у 2025–2029 рр., що формуватиметься на тлі глобальної економічної

адаптації та зміцнення структурних основ зовнішньоекономічної політики країни.

У цьому контексті ідентифікація стратегічних напрямів зовнішньої торгівлі Японії набуває особливого значення (рис. 3.2).



Рис. 3.2. – Основні стратегічні напрями розвитку зовнішньої торгівлі Японії.

Джерело: складено автором.

Глобальний перехід до низьковуглецевої економіки створює унікальні можливості для японських компаній, які володіють передовими екологічними технологіями та значним досвідом у сфері енергоефективності. Японія історично була піонером у розробці «зелених» технологій, стимульована обмеженістю власних природних ресурсів та високими цінами на енергоносії. Цей досвід перетворюється на конкурентну перевагу в умовах зростаючого глобального попиту на екологічні рішення [90].

Технології відновлюваної енергетики представляють перспективний напрямок японського експорту. Сонячні панелі, вітрові турбіни, системи акумулювання енергії та супутнє обладнання знаходять зростаючий попит на

світових ринках. Японські компанії можуть пропонувати не лише обладнання, але й комплексні рішення для впровадження відновлюваних джерел енергії, включаючи інженерні послуги та технічну підтримку.

Водневі технології становлять особливо перспективний сегмент, де Японія прагне зайняти лідерські позиції. Концепція «водного суспільства» активно просувається японським урядом як стратегічний пріоритет розвитку [91]. Експорт технологій виробництва, зберігання та використання водню, а також водного обладнання може стати важливим джерелом доходів та впливу у майбутній глобальній енергетичній системі.

Технології енергоефективності та «розумних» систем управління енергоспоживанням також мають значний експортний потенціал. Японський досвід створення енергоефективних будівель, промислових процесів та міської інфраструктури є цінним для країн, що прагнуть зменшити свій вуглецевий слід. Експорт цих технологій може супроводжуватися наданням консалтингових послуг та передачею управлінського досвіду.

Цифрова трансформація економіки відкриває нові можливості для міжнародної торгівлі послугами, знижуючи значення географічних бар'єрів та дозволяючи компаніям досягати глобальних ринків без необхідності фізичної присутності. Японія має потенціал використати свої технологічні компетенції для розширення експорту цифрових послуг у різних сегментах.

Розробка програмного забезпечення та цифрових рішень представляє перспективний напрямок, особливо у сферах штучного інтелекту, автоматизації виробництва та інтернету речей [92]. Японські компанії володіють значною експертизою у створенні промислового програмного забезпечення та систем управління, що може знайти попит на глобальних ринках.

Цифровий контент, включаючи відеоігри, анімацію та інші форми розваг, вже демонструє високий експортний потенціал. Подальший розвиток цього напрямку може базуватися на унікальних культурних характеристиках японського контенту, які забезпечують йому глобальну привабливість.

Монетизація інтелектуальної власності через цифрові платформи дозволяє досягати масової аудиторії з мінімальними граничними витратами [93].

Електронна комерція та цифрові платформи створюють нові канали для міжнародної торгівлі як товарами, так і послугами. Японські компанії можуть розвивати власні глобальні платформи або інтегруватися в існуючі міжнародні екосистеми. Особливо перспективним є експорт високоякісних японських товарів через онлайн-канали, що дозволяє долати традиційні бар'єри доступу до закордонних ринків.

Фінансові технології представляють ще один динамічний сегмент, де японські компанії можуть посилити свою міжнародну присутність. Цифрові платіжні системи, блокчейн-рішення та інші фінансові інновації мають потенціал для експорту, особливо в азійському регіоні [90].

Поглиблення регіональної економічної інтеграції залишається стратегічним пріоритетом японської торговельної політики та створює важливі передумови для розширення експортних можливостей у майбутньому. Азійсько-Тихоокеанський регіон, який демонструє найвищі темпи економічного зростання у світі, є фокусом японських зусиль щодо посилення торговельної присутності та формування сприятливого регуляторного середовища для бізнесу.

Всеосяжна та прогресивна угода про Транстихоокеанське партнерство (СРТРР) відкриває значні перспективи для японського експорту через можливості розширення угоди за рахунок залучення нових членів та поглиблення лібералізації у сферах послуг, цифрової торгівлі та державних закупівель. Потенційне приєднання до СРТРР таких економік, як Таїланд, Філіппіни або навіть Велика Британія, розширить географію преференційного доступу для японських компаній та посилить привабливість цієї платформи як альтернативи двостороннім угодам. Високі стандарти захисту інтелектуальної власності та правила електронної комерції, закладені в СРТРР, створюють сприятливі умови для експорту японських високотехнологічних товарів та цифрових послуг [94].

Регіональне всеосяжне економічне партнерство (RCEP) відкриває нові горизонти для японського бізнесу через спрощення правил походження товарів та уніфікацію торговельних процедур у найбільшій світовій зоні вільної торгівлі. Перспективність цієї платформи полягає у можливості оптимізації регіональних ланцюгів постачання, коли японські компанії можуть гнучко комбінувати виробничі потужності у різних країнах-учасниках без втрати преференційного режиму [79]. Особливо важливими є перспективи розширення експорту промислового обладнання, автокомпонентів та електронних компонентів до швидкозростаючих ринків АСЕАН, які активно розбудовують виробничі потужності.

Двосторонні торговельні угоди відкривають можливості для адресного просування японських товарів та послуг на конкретних ринках з урахуванням їх специфіки. Угода з Європейським Союзом створює перспективи для нарощування експорту японських автомобілів, зокрема гібридних та електричних моделей, преміальної електроніки, високоякісних харчових продуктів та культурного контенту до платоспроможних європейських споживачів. Потенціал поглиблення співпраці з ЄС також простягається на сферу «зелених» технологій, де обидві сторони мають спільний інтерес у просуванні стандартів сталого розвитку та можуть координувати зусилля щодо експорту екологічних рішень до третіх країн [81].

Одним із стратегічно важливих напрямків, де Японія прагне посилити свої глобальні позиції, є сектор біотехнологій та фармацевтики. Старіння населення стимулює інновації у медичній галузі, створюючи технології та продукти, що можуть мати глобальний попит у контексті демографічних змін у багатьох розвинених країнах.

Розробка інноваційних ліків та терапевтичних рішень становить пріоритетний напрямок досліджень та розробок. Японські фармацевтичні компанії інвестують значні ресурси у створення препаратів для лікування онкологічних, серцево-судинних та нейродегенеративних захворювань. Комерціалізація цих розробок на глобальних ринках може генерувати значні

експортні доходи та посилити позиції Японії у світовій фармацевтичній індустрії [95].

Медичне обладнання та діагностичні системи також представляють перспективний експортний сегмент. Японські компанії традиційно сильні у виробництві високоточного медичного обладнання, включаючи системи візуалізації, хірургічні інструменти та діагностичні прилади. Зростаючий глобальний попит на якісну медичну техніку створює сприятливі умови для розширення експорту.

Регенеративна медицина та клітинна терапія становлять інноваційний напрямок, де Японія здобула значний науковий досвід та регуляторну підтримку. Експорт цих передових медичних технологій може відбуватися як через продаж продуктів, так і через трансфер технологій та надання консалтингових послуг [96].

Трансформація автомобільної промисловості під впливом електрифікації, автономізації та цифровізації створює як виклики, так і можливості для японських автовиробників. Перехід від традиційних двигунів внутрішнього згоряння до електричних силових установок вимагає переосмислення виробничих процесів та ланцюгів постачання, але водночас відкриває нові ринкові можливості.

Гібридні технології, де японські компанії історично займали лідерські позиції, продовжують бути важливим перехідним рішенням на шляху до повної електрифікації. Експорт гібридних автомобілів та відповідних технологій залишається перспективним, особливо на ринках, де інфраструктура для чисто електричних транспортних засобів ще недостатньо розвинена [97].

Технології автономного керування представляють революційний напрямок розвитку автомобільної індустрії. Японські компанії активно інвестують у розробку систем автономного водіння різних рівнів. Експорт цих технологій може здійснюватися як через продаж готових автомобілів, так і

через ліцензування програмного забезпечення та надання технологічних рішень іншим виробникам.

Концепція мобільності як послуги (MaaS) трансформує традиційну бізнес-модель автомобільної індустрії. Японські компанії можуть експортувати не лише транспортні засоби, але й комплексні рішення для організації міської мобільності, включаючи інтеграцію різних видів транспорту та цифрові платформи для управління переміщеннями [98].

Розробка та виробництво передових матеріалів становлять традиційну сферу японської компетентності, що має значний потенціал для майбутнього експорту. Нові матеріали є критично важливими для розвитку багатьох інноваційних галузей, від електроніки до аерокосмічної промисловості, що забезпечує стабільний попит на високоякісні матеріали.

Вуглецеві нанотрубки, графен та інші наноматеріали знаходять застосування у широкому спектрі галузей. Японські дослідницькі центри та компанії володіють передовими технологіями синтезу та обробки наноматеріалів. Комерціалізація цих розробок може створити нові експортні потоки високотехнологічної продукції [99].

Функціональні матеріали для електроніки, включаючи напівпровідникові матеріали, оптичні компоненти та спеціалізовані покриття, залишаються важливим сегментом японського експорту. Зростаюча складність електронних пристроїв та розвиток нових застосувань створюють постійний попит на інноваційні матеріали.

Біосумісні матеріали для медичних застосувань представляють ще один перспективний напрямок. Старіння населення та розвиток медичних технологій стимулюють попит на матеріали для імплантатів, протезів та інших медичних виробів [96].

Японська експертиза у галузі робототехніки та автоматизації виробництва створює значні можливості для експорту промислових рішень. Глобальні тренди до підвищення продуктивності праці, зменшення

виробничих витрат та покращення якості продукції стимулюють попит на автоматизоване обладнання та робототехніку.

Промислові роботи для різних галузей становлять основу японського експорту у цьому сегменті. Від автомобільної промисловості до електроніки та харчового виробництва, японські роботи використовуються у всьому світі завдяки своїй надійності та точності [100]. Розширення застосування робототехніки у нових галузях створює додаткові експортні можливості.

Сервісні роботи для невиробничих застосувань також демонструють зростаючий потенціал. Роботи для догляду за людьми похилого віку, роботи для громадського харчування, логістичні роботи та інші спеціалізовані рішення можуть знайти попит на глобальних ринках [101]. Японський досвід розробки роботів для соціальних застосувань є унікальним та може бути експортований разом з відповідними знаннями та послугами.

Системи штучного інтелекту для управління виробничими процесами доповнюють апаратні рішення, створюючи комплексні пропозиції для автоматизації підприємств. Експорт цих інтелектуальних систем може здійснюватися як самотійно, так і в комплексі з обладнанням та навчальними послугами.

Попри обмежені земельні ресурси, Японія розвинула передові аграрні технології, що можуть мати експортний потенціал в умовах глобальних викликів продовольчої безпеки. Технології точного землеробства, вертикального фермерства та біотехнологій у сільському господарстві демонструють можливості підвищення продуктивності та сталості виробництва продовольства.

Системи контрольованого середовища для рослинництва дозволяють вирощувати сільськогосподарські культури у несприятливих кліматичних умовах або на обмежених площах [102]. Експорт цих технологій може бути особливо актуальним для країн з дефіцитом орних земель або складними кліматичними умовами.

Технології переробки та збереження харчових продуктів також представляють потенційний експортний сегмент. Японські методи забезпечення безпеки та якості продовольства, включаючи інноваційні способи пакування та логістики, можуть бути цінними для міжнародних ринків [103].

Таким чином, перспективні напрями участі Японії у міжнародній торгівлі охоплюють широкий спектр галузей та технологій, від зелених технологій до цифровізації та біотехнологій. Успішна реалізація цього потенціалу вимагає активної інноваційної політики, підтримки інтернаціоналізації компаній, розвитку людського капіталу та ефективної торговельної дипломатії. Здатність Японії адаптуватися до змінюваних глобальних умов та використати свої технологічні сильні сторони визначатиме її майбутню роль у світовій торгівлі та забезпечить підтримку конкурентоспроможності у довгостроковій перспективі.

Висновки до розділу 3

Адаптація японської торговельної політики до нових глобальних викликів характеризується багатовимірним та прагматичним підходом, що поєднує відповіді на геополітичні, технологічні та екологічні виклики сучасності. Посилення геополітичної конкуренції та фрагментація глобальної торговельної системи спонукали Японію до розробки концепції економічної безпеки, яка інтегрує принципи диверсифікації критичних залежностей, захисту стратегічних технологій та посилення стійкості ланцюгів постачання. Водночас Японія зберігає прихильність до багатосторонньої торговельної системи, активно просуваючи регіональну економічну інтеграцію через участь у СРТПР, РСЕР та двосторонніх торговельних угодах з ключовими партнерами, що дозволяє балансувати між ідеологічними міркуваннями та економічними реаліями. Цифровізація глобальної економіки стимулювала

Японію до формування інноваційних регуляторних підходів, зокрема концепції вільного потоку даних з довірою, яка прагне забезпечити баланс між сприянням цифровій торгівлі та захистом національних інтересів у сфері даних та кібербезпеки.

Ідентифікація перспективних напрямів участі Японії у міжнародній торгівлі виявила значний потенціал диверсифікації експортної спеціалізації через використання технологічних компетенцій та адаптацію до глобальних трендів сталого розвитку. Зелена економіка та екологічні технології становлять стратегічно важливий напрям, де японська експертиза у сфері енергоефективності, відновлюваної енергетики та водневих технологій може бути конвертована у конкурентні переваги на швидкозростаючих глобальних ринках кліматичних рішень. Цифровізація відкриває нові можливості для експорту програмного забезпечення, цифрового контенту, фінансових технологій та комплексних цифрових рішень, дозволяючи долати традиційні географічні бар'єри та досягати глобальних ринків з мінімальними граничними витратами. Біотехнології та фармацевтика, розумна мобільність та автономні транспортні системи, передові матеріали та нанотехнології, роботизація та автоматизація виробництва, а також аграрні технології представляють додаткові сегменти, де японські компанії володіють значними технологічними активами та можуть посилити свої глобальні позиції.

Таким чином, перспективи участі Японії в міжнародній торгівлі визначаються складною взаємодією викликів та можливостей, що виникають у процесі трансформації глобальної економіки. Успішна адаптація торговельної політики до нових реалій та ефективне використання технологічного потенціалу у перспективних секторах можуть забезпечити Японії збереження та посилення її позицій як одного з провідних учасників системи міжнародної торгівлі, незважаючи на демографічні виклики та інтенсивну конкуренцію з боку інших азійських економік.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження отримані наступні результати та сформульовані висновки:

1. Встановлено, що міжнародна торгівля являє собою динамічну форму міжнародних економічних відносин, яка еволюціонує під впливом технологічних інновацій, інституційних трансформацій та геополітичних зрушень. Сутність сучасної міжнародної торгівлі виходить за межі традиційного обміну готовою продукцією між країнами та характеризується глибокою інтеграцією національних економік через глобальні ланцюги створення вартості, транскордонний рух послуг, капіталу, технологій та інтелектуальних активів. Ключовими закономірностями розвитку міжнародної торгівлі визначено: динамічність, що проявляється у випереджаючих темпах зростання торгівлі порівняно зі світовим виробництвом; нерівномірність у часовому та просторовому вимірах; структурні трансформації, пов'язані зі зміною співвідношення між торгівлею товарами та послугами; фрагментацію виробництва та формування складних міжнародних виробничих мереж; технологізацію торговельних процесів; інституціоналізацію через створення багаторівневої системи регулювання; регіоналізацію торговельних потоків; циклічність коливань обсягів торгівлі; диверсифікацію форм міжнародного товарообміну та зростання ролі недержавних акторів у формуванні торговельної архітектури.

2. Встановлено, що теоретичні концепції міжнародної торгівлі пройшли еволюцію від простих пояснювальних моделей до комплексних багатофакторних теорій, які враховують складність сучасних економічних реалій. Класичні теорії абсолютних переваг А. Сміта та порівняльних переваг Д. Рікардо заклали фундаментальні принципи взаємовигідності міжнародного обміну, демонструючи, що країни можуть отримувати переваги від спеціалізації навіть за відсутності абсолютних переваг у виробництві. Неокласична теорія Хекшера-Оліна розширила теоретичну базу через

концепцію факторної наділеності, хоча парадокс Леонтьєва виявив її обмеженість. Нова торговельна теорія П. Кругмана, теорія конкурентних переваг М. Портера та інші сучасні теорії забезпечують більш адекватне розуміння сучасних торговельних відносин. Ці теоретичні розробки дозволяють пояснити феномени внутрішньогалузевої торгівлі подібними товарами між розвиненими країнами, роль транснаціональних корпорацій у формуванні торговельних потоків, значення фрагментації виробництва для сучасної глобальної економіки тощо.

3. Систематизовано широкий спектр індикаторів та методів оцінки ефективності участі країн у міжнародній торгівлі, які дозволяють здійснювати багатовимірний аналіз торговельної діяльності. До ключових груп показників віднесено: абсолютні показники (наприклад, експорт, імпорт, зовнішньоторговельний обіг та сальдо), відносні показники (наприклад, коефіцієнт покриття імпорту експортом), показники структури (наприклад, індекс диверсифікації експорту (імпорту)), показники інтенсивності (наприклад, зовнішньоторговельна квота), показники економічної ефективності зовнішньої торгівлі (макро- та мікроекономічні показники), а також індекс виявлених порівняльних переваг (RCA), Індекс Херфіндаля-Хіршмана тощо. Комплексне застосування цього методологічного інструментарію створює необхідну аналітичну базу для оцінки торговельної ефективності, виявлення структурних дисбалансів, моніторингу динаміки конкурентоспроможності та обґрунтування стратегічних напрямів зовнішньоторговельної політики країн.

4. Визначено, що Японія займає вагомі позиції в міжнародній торгівлі товарами, зберігаючи статус четвертої економіки світу та одного з провідних світових експортерів високотехнологічної продукції. Товарна структура японського експорту характеризується домінуванням продукції з високою доданою вартістю, зокрема автомобілів та автокомпонентів, які становлять основу експортного портфеля, електронного обладнання та електронних компонентів, промислових машин та устаткування, точних

приладів, що відображає успішну реалізацію стратегії технологічного лідерства та інноваційного розвитку. Імпортна структура визначається фундаментальним обмеженням у вигляді дефіциту власних природних ресурсів, що створює критичну залежність від зовнішніх поставок енергоносіїв (нафти, природного газу, вугілля), мінеральної сировини та продовольства. Географічна архітектура японської торгівлі товарами демонструє виразну орієнтацію на Азійсько-Тихоокеанський регіон, де ключовими партнерами виступають Китай як найбільший торговельний партнер, США, країни АСЕАН та країни ЄС. Водночас Японія стикається з системними викликами у торгівлі товарами, включаючи інтенсифікацію конкуренції з боку інших азійських економік у традиційних сегментах електроніки та машинобудування, демографічні обмеження, пов'язані зі старінням населення та скороченням робочої сили, а також необхідність адаптації виробничих процесів до екологічних вимог та цифрової трансформації.

5. Встановлено, що участь Японії в міжнародній торгівлі послугами характеризується асиметрією порівняно з її потужними позиціями у торгівлі товарами, незважаючи на домінування сектору послуг у структурі внутрішньої економіки. Сектор послуг забезпечує близько 70% валової доданої вартості японської економіки, проте його інтернаціоналізація залишається обмеженою через комплекс структурних, регуляторних та культурних факторів. Експорт послуг концентрується у декількох ключових сегментах: туристичні послуги, що демонструють динамічне зростання завдяки популяризації японської культури та стратегічній підтримці уряду; транспортні послуги, де японські компанії здобули світове визнання завдяки технологічній досконалості залізничного транспорту та надійності логістичних систем; збори за використання інтелектуальної власності; бізнес-послуги, включаючи інженерний консалтинг та технічні послуги. Імпорт послуг відображає потреби високорозвиненої економіки, включаючи транспортні послуги, збори за використання інтелектуальної власності, ділові послуги, телекомунікаційні

та комп'ютерні послуги тощо. Обмежуючими факторами виступають мовний бар'єр, високий рівень внутрішнього регулювання у професійних послугах, специфіка японської бізнес-культури. Водночас цифровізація, демографічні зміни та розвиток дистанційних форм надання послуг створюють нові можливості для розширення експорту цифрових, медичних та освітніх послуг.

6. Виявлено, що двостороння торгівля між Україною та Японією демонструє значний нереалізований потенціал, характеризуючись асиметрією у структурі та обсягах товарообміну. Український експорт до Японії традиційно концентрується на аграрній продукції (зернові культури), а також сировинних товарів, що відображає природні конкурентні переваги України та потреби японської економіки. Імпорт складається переважно з високотехнологічної японської продукції, включаючи автомобілі, промислове обладнання, електроніку та точні прилади. Торговельні відносини стикаються з об'єктивними бар'єрами: географічна віддаленість, що підвищує логістичні витрати; різниця в технічних стандартах та регуляторних вимогах; обмежена взаємна обізнаність бізнес-спільнот; культурні та мовні відмінності; політична та економічна нестабільність в Україні. Водночас ідентифіковано перспективні напрями поглиблення співробітництва: участь японських компаній в інфраструктурних проєктах та післявоєнному відновленні України; енергетична співпраця у сфері відновлюваної енергетики та водневих технологій; розширення експорту українських ІТ-послуг; освітні та науково-технічні обміни. Структура потенційного українського експорту охоплює органічну продукцію, натуральну косметику, біопаливо, а у сфері послуг – ІТ-аутсорсинг, кібербезпеку, дизайн та креативні індустрії.

7. Доведено, що адаптація японської торговельної політики до нових глобальних викликів здійснюється через багатовимірну стратегію, яка інтегрує відповіді на геополітичні, технологічні та екологічні виклики. Геополітична конкуренція та торговельне протистояння між США та Китаєм спонукали Японію до розробки концепції економічної безпеки, що передбачає диверсифікацію критичних залежностей, захист стратегічних технологій через

механізми експортного контролю, підтримку переміщення виробництв з геополітично ризикованих регіонів. Паралельно Японія активізувала політику регіональної торговельної інтеграції через участь у CPTPP, де взяла лідерську роль після виходу США, RCEP, що створив першу торговельну платформу, яка об'єднує Японію та Китай, та двосторонню угоду з ЄС як платформу співпраці демократичних економік. Цифровізація стимулювала формування концепції «вільного потоку даних з довірою», яка прагне збалансувати сприяння цифровій торгівлі та захист даних. Екологічна трансформація інтегрується через включення кліматичних положень у торговельні угоди та підтримку експорту «зелених» технологій. Пандемія COVID-19 актуалізувала питання стійкості ланцюгів постачання, стимулюючи програми диверсифікації виробництва. Посилено політику захисту інтелектуальної власності через суворіші механізми контролю експорту технологій, модернізацію внутрішньої системи захисту та включення розширених положень про інтелектуальну власність у торговельні угоди.

8. Визначено перспективні напрями участі Японії у міжнародній торгівлі, які базуються на технологічних компетенціях країни та відповідають глобальним трендам трансформації економіки. Зелена економіка та екологічні технології становлять пріоритетний напрям, де японська експертиза у відновлюваній енергетиці, водневих технологіях та енергоефективності може бути конвертована у конкурентні переваги на ринках кліматичних рішень. Цифровізація відкриває можливості для експорту програмного забезпечення, цифрового контенту (анімація, відеоігри), фінансових технологій та цифрових платформ, дозволяючи долати географічні бар'єри. Біотехнології та фармацевтика представляють стратегічний сегмент, де японський досвід адаптації до старіючого суспільства генерує інновації з глобальним попитом (інноваційні ліки, медичне обладнання, регенеративна медицина). Розумна мобільність охоплює гібридні та електричні транспортні засоби, технології автономного керування, концепцію мобільності як послуги (MaaS). Передові матеріали (наноматеріали, функціональні матеріали для електроніки,

біосумісні матеріали) зберігають високий експортний потенціал. Роботизація та автоматизація включають промислових роботів, сервісних роботів для соціальних застосувань, системи штучного інтелекту для управління виробництвом. Аграрні технології (точне землеробство, вертикальне фермерство, системи контролюваного середовища) можуть знайти попит у країнах з обмеженими земельними ресурсами. Поглиблення регіональної інтеграції через CPTPP, RCEP та двосторонні угоди створює інституційну основу для реалізації експортного потенціалу у цих напрямках.

Таким чином, проведене дослідження підтверджує, що Японія зберігає вагомі позиції у міжнародній торгівлі. Водночас успішність майбутньої участі країни у міжнародній торгівлі визначатиметься здатністю до адаптації торговельної політики до геополітичних викликів, ефективного використання технологічного потенціалу у перспективних секторах, подолання структурних обмежень у сфері послуг та демографічних викликів. Багатовимірна стратегія, що поєднує участь у багатосторонніх та регіональних торговельних ініціативах, інтеграцію принципів економічної безпеки, просування інновацій у цифровій та зеленій економіці, може забезпечити Японії збереження та посилення ролі як одного з провідних учасників системи міжнародної торгівлі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Теорія і практика зовнішньої торгівлі : навчальний посібник / Л. І. Григорова-Беренда, М. В. Шуба. 2-ге вид., випр., перероб. і доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. 136 с.
2. Козак Ю. Г. Міжнародна торгівля: навч.посібник / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, Н. В. Притула та інші. 5-те вид., перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 272 с.
3. Сутність торгівлі та її функції. URL: <https://buklib.net/books/22298/> (дата звернення 04.10.2025)
4. External Trade Functions. URL: <https://www.mtic.go.ug/external-trade-functions/> (дата звернення: 04.10.2025)
5. Міжнародна торгівля: методичні рекомендації до виконання практичних робіт / уклад.: Л.М. Алавердян, О.В. Романенко. Київ: КНУБА, 2023. 40 с.
6. World Trade Organisation. URL: <http://wto.org> (дата звернення: 04.10.2025)
7. Сидоров О. А., Фісуненко Н. О., Альошина Т. В. Світова економіка та міжнародні економічні відносини: підручник; кол. авторів; за заг. ред. д. е. н. Фісуненко П. А. Дніпро: Арт-Прес. 2023. 400 с.
8. What is the role of international trade. URL: <https://www.esce.fr/en/faq-all-the-answers-to-your-questions/what-is-the-role-of-international-trade/> (дата звернення: 05.10.2025)
9. UNCTAD. World Investment Report 2021: Investing in Sustainable Recovery. United Nations, 2021. 248 p.
10. Динаміка та тенденції світової торгівлі URL: <https://buklib.net/books/26905/> (дата звернення: 05.10.2025)
11. Мельничук О. Міжнародна торгівля послугами. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2020. № 4. С. 115–128. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2020_4_10 (дата звернення: 05.10.2025)

12. Миценко В.І. Роль глобальних ланцюгів створення вартості для економічного розвитку країн. Збірник наукових праць "Вчені записки". 2023. № 32(3). С. 79-89. URL: http://doi.org/10.33111/vz_kneu.32.23.03.07.052.058 (дата звернення: 05.10.2025).

13. The role of technology in international trade. URL: <https://www.thetradeadviser.com/post/the-role-of-technology-in-international-trade> (дата звернення: 06.10.2025)

14. Шолом А.С. Глобальна інституціоналізація системи міжнародної торгівлі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02. Харків, 2019. 23 с.

15. Дзяд О. В., Пащенко О. В. Регіоналізація торгівлі як середовище для міжнародного інвестування. Вісник Дніпропетровського університету . Сер. : Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2014. Т. 22, Вип. 6. С. 9-15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sv_g_2014_22_6_4 (дата звернення: 06.10.2025)

16. Основні теорії міжнародної торгівлі. URL: <http://kimo.univ.kiev.ua/MEO/75.htm> (дата звернення 06.10.2025)

17. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. University of Chicago Press, 1976. 1152 p.

18. Ricardo D. On the Principles of Political Economy and Taxation. 3rd Edition. John Murray, 1821. 447 p.

19. Mill J. S. Principles of Political Economy with Some of Their Applications to Social Philosophy. Longmans, Green and Co, 1909. 1013 p.

20. Stolper W., Samuelson P. Protection and Real Wages. Review of Economic Studies. 1941. Vol. 9. № 1. P. 58-73.

21. Keesing D. Labor Skills and Comparative Advantage. American Economic Review. 1966. Vol. 56. № 2. P. 249-258.

22. Leamer E. Sources of International Comparative Advantage: Theory and Evidence. MIT Press, 1984. 353 p.

23. Helpman E., Krugman P. Market Structure and Foreign Trade. MIT Press, 1985. 271 p.

24. Krugman P. Increasing Returns, Monopolistic Competition, and International Trade. *Journal of International Economics*. 1979. Vol. 9. № 4. P. 469-479.
25. Linder S. *An Essay on Trade and Transformation*. John Wiley & Sons, 1961. 167 p.
26. Brander J., Spencer B. Export Subsidies and International Market Share Rivalry. *Journal of International Economics*. 1985. Vol. 18. № 1-2. P. 83-100.
27. Vernon R. International Investment and International Trade in the Product Cycle. *Quarterly Journal of Economics*. 1966. Vol. 80. № 2. P. 190-207.
28. Posner M. International Trade and Technical Change. *Oxford Economic Papers*. 1961. Vol. 13. № 3. P. 323-341.
29. Porter, M. E. The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review* 68, № 2 (March–April 1990): 73–93. URL: <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations> (дата звернення: 06.10.2025)
30. Melitz M. The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity. *Econometrica*. 2003. Vol. 71. № 6. P. 1695-1725.
31. Gereffi G., Humphrey J., Sturgeon T. The Governance of Global Value Chains. *Review of International Political Economy*. 2005. Vol. 12. № 1. P. 78-104.
32. Fujita M., Krugman P., Venables A. *The Spatial Economy: Cities, Regions, and International Trade*. MIT Press, 1999. 367 p.
33. Anderson J., van Wincoop E. Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle. *American Economic Review*. 2003. Vol. 93. № 1. P. 170-192.
34. Nunn N. Relationship-Specificity, Incomplete Contracts, and the Pattern of Trade. *Quarterly Journal of Economics*. 2007. Vol. 122. № 2. P. 569-600.
35. Autor D. H., Dorn D., Hanson G. H. The China Shock: Learning from Labor-Market Adjustment to Large Changes in Trade. *Annual Review of Economics*. Annual Reviews. 2016. vol. 8(1). P. 205-240. URL: <https://ideas.repec.org/a/anr/reveco/v8y2016p205-240.html> (дата звернення: 07.10.2025)

36. Орловська Ю. В., Карпенко К. О. Теоретичні та методологічні аспекти оцінки міжнародної спеціалізації країн. Економічний простір. 2017. № 121. С. 31-46. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/handle/123456789/571> (дата звернення: 07.10.2025)

37. Laursen K. Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialization. Eurasian Business Review. 2015. 5(1). P. 99-115. URL: <https://doi.org/10.1007/s40821-015-0017-1> (дата звернення: 07.10.2025)

38. Окрепкий Р. Б., Мигаль О. Ф. Методичні аспекти використання кількісних індикаторів концентрації товарного ринку та ступеня його монополізації. Український журнал прикладної економіки. 2016. Том 1. № 4. С. 81-88.

39. Власенко Л. В. Комплементарність торгівлі України та країн європейського союзу як індикатор успішності євроінтеграції. Ефективна економіка. 2021. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9070> (дата звернення: 07.10.2025).

40. Mealy P., Farmer J. D., Teytelboym A. A New Interpretation of the Economic Complexity Index. 2018. URL: <https://ssrn.com/abstract=3075591> (дата звернення: 07.10.2025)

41. Іванов Є. Методичні підходи до оцінювання диверсифікації зовнішньої торгівлі. Підприємництво та інновації. 2020. № 12. Р. 9-14. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/12.1> (дата звернення: 07.10.2025)

42. Trade Performance Index. International Trade Centre. URL: <https://tradecompetitivenessmap.intracen.org/Documents/TradeCompMap-Trade%20Performance%20Index-Technical%20Notes-EN.pdf> (дата звернення: 07.10.2025)

43. Король М.М., Васько Д., Бабинець Р. Застосування технологій машинного навчання та штучного інтелекту в міжнародній торгівлі. Підприємництво та інновації. 2025. Випуск 35. С. 129-135. URL: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/35.22> (дата звернення: 07.10.2025)

44. Основні показники міжнародної торгівлі. URL: <https://buklib.net/books/26721/> (дата звернення: 08.10.2025)
45. Лимар В., Сафаров У.А.о. Сутність поняття та основні показники міжнародної торгівлі. Економіка і організація управління. 2024. Р. 29-41. URL: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2024.2.3>. (дата звернення: 07.10.2025)
46. Міжнародні економічні відносини : підручник. 2-ге вид., переробл. та доповн. / [кол. авт.]; за ред. О. А. Довгаль. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. 852 с.
47. GDP (current US\$). World Bank Group. URL: https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?most_recent_value_desc=true&year_high_desc=true (дата звернення: 08.10.2025)
48. Shiohara H. The Japanese Economic Miracle. Berkeley Economic Review. 2023. URL: <https://econreview.studentorg.berkeley.edu/the-japanese-economic-miracle/> (дата звернення: 09.10.2025)
49. EPA and FTA. Ministry of Foreign Affairs of Japan. URL: <https://www.mofa.go.jp/policy/economy/fta/> (дата звернення: 14.10.2025)
50. Japan trade agreements. URL: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/japan-trade-agreements> (дата звернення: 14.10.2025)
51. Japan External Trade Organization. URL: <https://www.jetro.go.jp/en/> (дата звернення: 14.10.2025)
52. List of importing markets for a product exported by Japan. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 16.10.2025)
53. List of supplying markets for a product imported by Japan. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 16.10.2025)

54. List of partners markets for a product commercialized by Japan. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c3%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 16.10.2025)

55. List of products exported by Japan. URL: https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 16.10.2025)

56. List of products imported by Japan. URL: https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 17.10.2025)

57. Combating depopulation in Japan. URL: <https://eastasiaforum.org/2024/03/05/combating-depopulation-in-japan/> (дата звернення: 18.10.2025)

58. Kushida K. Japan's Aging Society as a Technological Opportunity. Carnegie Endowment for International Peace. 2024. URL: <https://carnegieendowment.org/research/2024/10/japans-aging-society-as-a-technological-opportunity?lang=en> (дата звернення: 18.10.2025)

59. OECD. Enhancing the Productivity of the Service Sector in Japan. URL: https://www.oecd.org/en/publications/enhancing-the-productivity-of-the-service-sector-in-japan_230272412875.html (дата звернення: 18.10.2025)

60. Research for TRAN Committee – the Japanese transport system. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/585900/IPOL_BRI\(2016\)585900_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/585900/IPOL_BRI(2016)585900_EN.pdf) (дата звернення: 19.10.2025)

61. Trade in services (% of GDP). URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BG.GSR.NFSV.GD.ZS?end=2024&locations=JP&start=2015> (дата звернення: 20.10.2025)

62. List of services exported by Japan. URL: https://www.trademap.org/Service_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7c%7c%7c

%7c%7c%7c%7cS00%7c1%7c3%7c1%7c2%7c2%7c1%7c5%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 20.10.2025)

63. List of services imported by Japan. URL: https://www.trademap.org/Service_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c392%7c%7c%7c%7c%7c%7cS00%7c1%7c3%7c1%7c1%7c2%7c1%7c5%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 20.10.2025)

64. Commercial services, Exports, 2024. URL: https://stats.wto.org/dashboard/services_en.html (дата звернення: 21.10.2025)

65. Commercial services, Imports, 2024. URL: https://stats.wto.org/dashboard/services_en.html (дата звернення: 21.10.2025)

66. Reiji Ishida. Approaches to trade digitalization by the Japanese government. Ministry of Economy, Trade and Industry of Japan. URL: https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/pages/RCAP/day_1_biz_track_2_mr._ishida_reiji.pdf (дата звернення: 23.10.2025)

67. Шевченко І., Зварич І. Цифрова трансформація японської економіки та перспективи впровадження досвіду в розвиток цифрової торгівлі України. Вісник Економіки. 2023. № 1. pp. 94-108. URL: <https://doi.org/10.35774/visnyk2022.04.094>. (дата звернення: 23.10.2025)

68. Українсько-японські відносини. Посольство України в Японії. URL: <https://japan.mfa.gov.ua/ukrayina-yaponiya/ukrayinsko-yaponski-vidnosini> (дата звернення: 25.10.2025)

69. Venger V., Romanovska N., Chyzhevskaya M., Verhal K., Shcherbinina S. Прогнозування показників зовнішньої торгівлі промислової продукції між Україною та Японією. Економіка і регіон Economics and Region. 2023. 4(91), P. 68–78. URL: [https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4\(91\).3196](https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4(91).3196) (дата звернення: 25.10.2025)

70. Bilateral trade between Ukraine and Japan. URL: https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c804%7c%7c392%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 25.10.2025)

71. Поточний стан економічного співробітництва. Посольство України в Японії. URL: <https://japan.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/264-torgovelyno-ekonomichne-spivrobitnictvo/potochnij-stand-ekonomichnogo-spivrobitnictva> (дата звернення: 27.10.2025)

72. Аналіз ринку Японії для визначення перспективних секторів української економіки, продукція яких має експортний потенціал, з урахуванням регуляторного та конкурентного середовища Японії. 2025 р. Торгово-промислова палата України. URL: <https://uccr.org.ua/media/filemanager/JAPAN/Japan%20markets%20research.pdf> (дата звернення: 27.10.2025)

73. Україна та Японія актуалізували напрями бізнес-співпраці у 2025 році. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail/783c75db-e924-43f3-b0f2-8551d52b319f?lang=uk-UA&title=UkrainaTaYaponiiaAktualizuvaliNapriamiBiznesspivpratsiU2025-Rotsi> (дата звернення: 29.10.2025)

74. Японія та Україна посилюють стратегічне партнерство у сфері відновлення сільського господарства. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/yaponiia-ta-ukraina-posyliuiut-strategichne-partnerstvo-u-sferi-vidnovlennia-silskoho-hospodarstva> (дата звернення: 29.10.2025)

75. Україна та Японія посилюють двосторонню економічну співпрацю. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail/02ae4351-3f1b-423b-8fee-3e49eb5947c2?lang=en-GB&title=UkraineAndJapanStrengthenBilateralEconomicCooperation> (дата звернення: 29.10.2025)

76. Toshiyuki Matsuura. Navigating Trade Shocks: The Impact of the US-China Trade War on Japanese Exporters and MNEs. Working Papers e213. 2025. Tokyo Center for Economic Research. URL: <https://www.tcer.or.jp/wp/pdf/e213.pdf> (дата звернення: 30.10.2025)

77. Japan's economic security strategy looks beyond the United States. URL: <https://eastasiaforum.org/2025/06/24/japans-economic-security-strategy-looks-beyond-the-united-states/> (дата звернення: 30.10.2025)

78. Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership. URL: <https://www.mofa.go.jp/files/000420486.pdf> (дата звернення: 30.10.2025)

79. Mie Oba. Japan and the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) 2022. URL: [https://www.eria.org/uploads/media/discussion-papers/FY22/Japan-and-the-Regional-Comprehensive-Economic-Partnership-\(RCEP\).pdf](https://www.eria.org/uploads/media/discussion-papers/FY22/Japan-and-the-Regional-Comprehensive-Economic-Partnership-(RCEP).pdf) (дата звернення: 30.10.2025)

80. About the EU-Japan EPA. URL: <https://www.eu-japan.eu/eubusinessinjapan/procedures/economic-partnership-agreement/about-eu-japan-era> (дата звернення: 31.10.2025)

81. EU-Japan Economic Partnership Agreement. URL: <https://surl.li/ccukkj> (дата звернення: 31.10.2025)

82. Data Free Flow with Trust. URL: <https://www.digital.go.jp/en/policies/dfft> (дата звернення: 02.11.2025)

83. Japan Faces Mounting Digital Trade Deficit Amid Accelerating Tech Transition. URL: https://www.fastbull.com/news-detail/japan-faces-mounting-digital-trade-deficit-amid-accelerating-4339023_0 (дата звернення: 02.11.2025)

84. Ministry of Economy, Trade and Industry (METI). URL: <https://www.meti.go.jp/english/press/index.html> (дата звернення: 02.11.2025)

85. Gilson J. Sustainable development and the environment in EU and Japanese free trade agreements: embedding anthropocentric narratives. *Environmental Politics*. 2023. № 33(4). P. 727–748. URL: <https://doi.org/10.1080/09644016.2023.2274750> (дата звернення: 02.11.2025)

86. Supply chain sustainability practices in Japan. S&P Global Sustainable1. URL: https://www.jpx.co.jp/english/corporate/sustainability/news-events/sjacobq0000025ddp-att/SupplyChain_Final_ENG.pdf (дата звернення: 05.11.2025)

87. Japan news archive. WTO. URL:
https://www.wto.org/english/news_e/archive_e/country_arc_e.htm?country1=JPN
 (дата звернення: 05.11.2025)

88. Protecting Intellectual Property. Japan Country Commercial Guide. URL:
<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/japan-protecting-intellectual-property>
 (дата звернення: 05.11.2025)

89. Japanese foreign trade in figures. URL:
<https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/japan/foreign-trade-in-figures>
 (дата звернення: 05.11.2025)

90. Japan's blueprint for climate finance sets global standard. URL:
<https://www.japantimes.co.jp/commentary/2025/10/06/japan/japans-blueprint-for-climate-finance/>
 (дата звернення: 07.11.2025)

91. Global Hydrogen Policy: Assessing Japan's Hydrogen Society. URL:
<https://www.institutmontaigne.org/en/expressions/global-hydrogen-policy-assessing-japans-hydrogen-society>
 (дата звернення: 07.11.2025)

92. Broeckert L. Digital Transformation in Japan. Tokyo. 2022. URL:
<https://www.eu-japan.eu/sites/default/files/publications/docs/Digital-Transformation-Japan-Assessing-opportunities-forEU-SMEs.pdf>
 (дата звернення: 07.11.2025)

93. Atsuo Nakayama. The Potential of Japan's Content Industry in the Global Market. Cool Japan Public-Private Partnership Platform. 2025. URL:
<https://cjpgf.jp/en/modelcase/33contents/>
 (дата звернення: 07.11.2025)

94. The Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) Mini-Trade Reports. URL:
https://www.asiapacific.ca/sites/default/files/publication-pdf/CPTPP_Japan_EN_0.pdf
 (дата звернення: 08.11.2025)

95. Japan's Biotech Ecosystem Could Be Headed For An Upswing. URL:
<https://insights.citeline.com/IV154631/Japans-Biotech-Ecosystem-Could-Be-Headed-For-An-Upswing/>
 (дата звернення: 08.11.2025)

96. KANSAI Gateway to Your Business Success in Japan and Asia. Life Science. 2025. URL: https://www.kansai.meti.go.jp/3-1toukou/_INVEST_support_eng/2025invest_eng/2025_english_lifesciences.pdf (дата звернення: 09.11.2025)

97. The Rise of Electric Vehicles in Japan: An Exploration of Market Trends. URL: <https://bolt.earth/blog/japan-ev-market?srsltid=AfmBOoqwCXCyk7L5Jw3azQ6q-VFN6ExWVyUp3ov21Fw1MMOhdjCC5hOR> (дата звернення: 09.11.2025)

98. Tran Y., Hashimoto N. Mobility-As-A-Service Trials in Japan: Initial Result from a National Project. IEEE International Conference on Consumer Electronics (ICCE). Las Vegas, NV, USA. 2022. pp. 1-5, URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9730155>. (дата звернення: 09.11.2025)

99. Nanotechnology in Japan: Market Report. URL: <https://www.azonano.com/article.aspx?ArticleID=3559> (дата звернення: 10.11.2025)

100. Japan Industrial Robotics Market. URL: <https://www.marketsandmarkets.com/ResearchInsight/japan-industrial-robotics-market.asp> (дата звернення: 10.11.2025)

101. Japan's social robots – pioneering human-robot interaction. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/japans-social-robots-pioneering-human-robot-interaction-wehle/> (дата звернення: 10.11.2025)

102. The Future of Agritech in Japan: Machinery Driving Innovation in Smart Farming. URL: <https://itbusinesstoday.com/industrial-tech/the-future-of-agritech-in-japan-machinery-driving-innovation-in-smart-farming/> (дата звернення: 10.11.2025)

103. Innovations in food manufacturing technology supporting global demand for Japanese food. URL: <https://foodbeverageasia.com/innovations-in-food-manufacturing-technology-supporting-global-demand-for-japanese-food/> (дата звернення: 10.11.2025)