

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему: **«ДВОСТОРОННЯ ТОРГІВЛЯ МІЖ ІНДІЄЮ ТА КНР:
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»**

Виконала:
студентка 4 курсу групи УОз-41
спеціальності
«Міжнародні економічні відносини»
освітньої програми «Міжнародні економічні
відносини»
першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти



Мосієнко Д. С.

Керівник:



к.с.н., доц. Макаrchук К.О.

Рецензент:

к.г.н., доц. Шуба О.А.

Харків 2024

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Кафедра міжнародних економічних відносин імені Артура Голікова

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 292 – «Міжнародні економічні відносини»

Освітня програма – «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри
міжнародних
економічних відносин
імені Артура Голікова
Іван МАРЧЕНКО

«___» _____ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Мосієнко Діани Сергіївни

1. Тема роботи

«Двостороння торгівля між Індією та КНР: сучасний стан та перспективи розвитку»

керівник роботи к.е.н., доц. Макарчук К.О.

затверджені наказом по університету від «24» січня 2024 р. № 4002-5/166

2. Строк подання студентом роботи 27.05.2024 р.

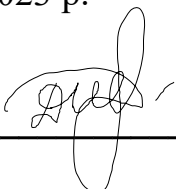
3. Перелік питань, які потрібно розробити:

Розглянути теоретичне підґрунтя розвитку зовнішньої торгівлі; дослідити сутність поняття та передумови розвитку зовнішньої торгівлі; визначити місце Індії та КНР у міжнародній торгівлі товарами та послугами; проаналізувати динаміку двосторонньої торгівлі Індії та КНР товарами та послугами; узагальнити перспективи розвитку двосторонньої торгівлі між Індією та КНР.

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Теоретичні засади дослідження зовнішньої торгівлі країн
2	Сучасний стан та перспективи розвитку двосторонньої торгівлі між Індією та КНР

5. Дата видачі завдання 01.12.2023 р.

Студент 

Мосієнко Д.С.

Керівник роботи 

Макарчук К.О.

ЗМІСТ

Вступ.....	5
Розділ 1. Теоретичні засади дослідження зовнішньої торгівлі країн.....	8
1.1. Теоретичне підґрунтя розвитку зовнішньої торгівлі.....	8
1.2. Сутність поняття та передумови розвитку зовнішньої торгівлі....	16
Висновки до першого розділу.....	21
Розділ 2. Сучасний стан та перспективи розвитку двосторонньої торгівлі між Індією та КНР.....	23
2.1. Місце Індії та КНР у міжнародній торгівлі товарами та послугами.....	23
2.2. Динаміка двосторонньої торгівлі Індії та КНР.....	40
2.3 Перспективи розвитку двосторонньої торгівлі між Індією та КНР.....	46
Висновки до другого розділу.....	50
Висновки.....	53
Список використаних джерел.....	57

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. На сучасному етапі розвитку світового господарства важливого значення набула міжнародна торгівля. Країни світу сьогодні залучені до світової торгівлі товарами та послугами. Розширення та поглиблення торговельних відносин країн позитивно впливає на розвиток економіки країни і долучає країну до світової співпраці. Великого значення для країн має міжнародна торгівля, яка надає можливість співпрацювати, розвивати виробництво, долучатись до міжнародного поділу праці, отримувати доступ до нових технологій та інвестицій.

Двостороння торгівля між Індією та Китаєм має історичні коріння. Багато років країни продовжують покращувати свої відносини та розвивати торгівлю. Індія та Китай є ключовими гравцями на світовій арені і мають значний вплив на глобальну економіку. Індія та Китай мають одні з найбільших економік у світі та швидко розвиваються. Їх торговельні відносини мають великий потенціал для зростання та взаємовигідного співробітництва. Сучасний стан та перспективи розвитку двосторонніх торговельних відносин між Індією та Китаєм мають важливе значення для економічного розвитку обох країн та міжнародної стабільності.

Двосторонні торговельні відносини між Індією та Китаєм є перспективними та обидві країни зацікавлені у поглибленні співробітництва. Зростаюча роль торговельних відносин між Індією та Китаєм робить цю тему важливою для подальшого дослідження.

Ступінь вивчення проблеми. Теоретичним дослідженням міжнародної торгівлі між країнами займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, а саме: Григорова-Беренда Л.І., Шуба М.В., Довгаль О.А., Голіков А.П., Гончаренко В.В., Karl Montevirgen, Рокоча В.В., Алькема В.Г., Терехов В.І., Павленко І. І., Варяниченко О. В., Навроцкая Н. та ін.

Метою дослідження є визначити сучасний стан, особливості розвитку та перспективи двосторонніх торговельних відносин між Індією та КНР.

Відповідно до мети було визначено наступні завдання:

- Розглянути теоретичне підґрунтя розвитку зовнішньої торгівлі;
- дослідити сутність поняття та передумови розвитку зовнішньої торгівлі;
- визначити місце Індії та КНР у міжнародній торгівлі товарами та послугами;
- проаналізувати динаміку двосторонньої торгівлі Індії та КНР товарами та послугами;
- узагальнити перспективи розвитку двосторонньої торгівлі між Індією та КНР.

Об’єктом дослідження є процес розвитку зовнішньої торгівлі країн.

Предметом дослідження є сучасний стан, особливості та перспективи розвитку двосторонньої торгівлі між Індією та КНР.

Для того щоб дослідити теоретичне підґрунтя розвитку міжнародної торгівлі використовувались метод синтезу історичного та логічного методів, метод абстракції. Для дослідження місця Індії та КНР у світовій торгівлі використовували статистичний метод та метод аналізу. Для аналізу динаміки двосторонньої торгівлі Індії та КНР використовувались порівняльно-описовий метод Методи економіко-математичного моделювання, а саме тренд-аналіз було використано у дослідженні перспектив двосторонньої торгівлі Індії і КНР. Графічний та табличний метод використовувався для побудови рисунків та таблиць зі статистичними даними для наповнення аналітичної частини кваліфікаційної роботи бакалавра.

Інформаційне забезпечення. Базою написання кваліфікаційної роботи бакалавра слугували роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, монографії, підручники, навчальні посібники, наукові статті та матеріали конференцій за темою дослідження.

Інформаційною базою кваліфікаційної роботи магістра є офіційні статистичні та аналітичні матеріали міжнародних організацій (СОТ, ООН, МВФ), постанови урядових органів Індії та КНР, статистичні матеріали

Національних статистичних агентств Індії та КНР, статистичні матеріали Міністерства торгівлі та промисловості Індії.

Робота складається з вступу, 2 розділів, висновків; містить 61 сторінка тексту, 22 рисунки, 4 таблиці. Список джерел включає 58 найменувань літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ КРАЇН

1.1. Теоретичне підґрунтя розвитку зовнішньої торгівлі країн

Зовнішня торгівля відіграє ключову роль у функціонуванні глобальної економіки. Протягом століть економісти досліджували цю сферу, розробивши множину теоретичних концепцій, які прагнуть пояснити переваги, принципи та динаміку, що лежать в основі торговельних відносин між країнами.

Міжнародна торгівля є складним процесом обміну товарами та послугами між різними країнами. Вона ґрунтується на переконанні, що такий обмін корисний для всіх сторін, оскільки кожна з них може мати вигоду від доступу до різних ресурсів, технологій та ринків.

Теоретичне формування міжнародної торгівлі розпочалося з обґрунтування процесу теоріями міжнародної торгівлі. Теорії міжнародної торгівлі розглядають різні аспекти цього процесу, включаючи фактори, які впливають на обсяги та напрямки торгівлі між країнами, ефективність різних торговельних стратегій та наслідки таких взаємовідносин для економічного розвитку [1].

Ще у давні часи почалося становлення міжнародної торгівлі. Люди займалися торгівлею тисячоліттями, наприклад Шовковий шлях – це сухопутні та водні торговельні шляхи, які охоплювали понад чотири тисячі миль і з'єднували Середземномор'я з Азією [1].

Сучасна світова торгівля формувалася за допомогою економічних поглядів економістів. Економісти розробили ряд теорій, які пояснюють механізми глобальної торгівлі. Перші історичні теорії, відомі як класичні, розглядаються з погляду країн, або на основі країн. Протягом середини ХХ ст. теорії почали переходити до пояснення торгівлі з точки зору компаній. Ці сучасні теорії, відомі як сучасні, зосереджуються на ролі фірм або компаній у

міжнародній торгівлі. Обидва ці підходи, класичний та сучасний містять кілька ключових міжнародних теорій [2].

У таблиці 1.1. представимо теорії міжнародної торгівлі.

Таблиця 1.1

Теорії міжнародної торгівлі

Класичні теорії міжнародної торгівлі	Сучасні теорії міжнародної торгівлі
Теорія меркантилізму	Теорія подібності країн Стефана Б. Ліндера
Теорія абсолютних переваг Адама Сміта	Теорія життєвого циклу товару Р. Вернона
Теорія порівняльних переваг Давіда Рекардо	Теорія глобального стратегічного суперництва
Теорія Хекшера-Оліна	Теорія національної конкурентної переваги Портера

Джерело: складено автором за матеріалом [3,4]

Першою класичною теорією яка пояснювала міжнародну торгівлю це меркантилізм. Він почав свій розвиток у XVI ст. та був однією з перших спроб розвитку економічної теорії. Положення теорії меркантилізму стверджували, що багатство країни визначається кількістю її запасів золота та срібла. Меркантилісти вважали, що країна повинна збільшувати свої запаси золота та срібла, сприяючи експорту та перешкоджаючи імпорту. Якщо люди в інших країнах купують у вас більше (експортують), ніж продають вам (імпортують), тоді вони повинні заплатити вам різницю золотом і сріблом. Ціль кожної країни полягала в тому, щоб мати позитивне сальдо торгового балансу, або коли вартість експорту перевищує вартість імпорту, і уникнути торговельного дефіциту [1,5].

Країни збільшували своє багатство, використовуючи свої колонії по всьому світу, намагаючись контролювати більше торгівлі та накопичувати більше багатств. Британська колоніальна імперія була одним із найуспішніших прикладів, вона прагнула збільшити своє багатство, використовуючи сировину з різних місць, починаючи від нинішньої Америки та Індії. Франція, Нідерланди, Португалія та Іспанія також досягли успіху в

розбудові великих колоніальних імперій, які створили значні багатства для правлячих країн [1].

Японія, Китай, Сінгапур, Тайвань і навіть Німеччина, все ще віддають перевагу експорту та перешкоджають імпорту через форму неомеркантилізму, за якої країни пропагують поєднання протекціоністської політики та обмежень і субсидій внутрішньої промисловості. Майже кожна країна в той чи інший момент запровадила певну форму протекціоністської політики для захисту ключових галузей економіки. Прихильники вільної торгівлі наголошують на тому, що вільна торгівля приносить користь усім членам світової спільноти, тоді як протекціоністська політика меркантилізму приносить користь лише вибраним галузям, за рахунок як споживачів, так і інших компаній, як у галузі, так і за її межами [1,2].

У 1776 році економіст Адам Сміт у своїй книзі «Багатство народів» вперше висунув теорію абсолютної переваги. Ця концепція вказувала на те, як країни можуть здобувати вигоду від торгівлі, спеціалізуючись у виробництві та експорті товарів, які вони можуть виробляти ефективніше, ніж інші країни. Країни з абсолютною перевагою могли зосередитися на виробництві та продажу певного товару чи послуги, використовуючи отримані кошти для придбання товарів і послуг в інших країнах [2,6,7].

А. Сміт стверджував, що спеціалізація на виробництві продуктів, в яких кожна з країн має абсолютну перевагу, а потім торгівля цими продуктами може здійснити позитивний вплив на розвиток країни. Якщо кожна країна має принаймні один продукт, у виробництві якого вона має абсолютну перевагу над іншими країнами, то це сприяє підвищенню загального економічного рівня [7].

Теорія Сміта стверджувала, що від збільшення ефективності люди в обох країнах отримають вигоду, а торгівлю слід заохочувати. Його теорія стверджувала, що багатство нації слід оцінювати не за кількістю золота та срібла, а за рівнем життя її народу [7].

Англійський економіст Девід Рікардо у 1817 році представив теорію порівняльних переваг. Рікардо наголошував, що навіть якщо країна А має абсолютну перевагу у виробництві обох продуктів, між двома країнами все одно може відбуватися спеціалізація та торгівля. Концепція стверджує, що країни можуть отримувати вигоду від торгівлі одна з одною, спеціалізуючись у виробництві тих товарів, у виробництві яких вони мають перевагу, а купуючи інші товари, які вони не виробляють. Ця теорія базується на ідеї, що кожна країна має свою власну структуру витрат та альтернативні витрати (витрати відмови від виробництва інших товарів). Зосереджуючись на своїх сильних сторонах, країни можуть виробляти товари більш ефективно. Дослідження Д. Рікардо показали, що навіть якщо одна країна може виробляти всі товари ефективніше, ніж інша країна, міжнародна торгівля все одно приносить користь [8].

Теорія Хекшера-Оліна була розроблена шведськими економістами Бертілем Оліном на основі робіт його вчителя Елі Філіпа Оліна. Модель Хекшера-Оліна є економічною теорією, яка стверджує, що країни експортують ті товари, у виробництві яких вони є найбільш ефективними і мають їх у великій кількості. Вона використовується для аналізу торгівлі та рівноваги торгівлі між двома країнами, які мають різні особливості та ресурси.

Теорія акцентує увагу на експорті товарів, для виробництва яких потрібні фактори виробництва, які країна має в надлишку. Вона також підкреслює імпорт товарів, які країна не може виробляти настільки ефективно. Згідно з цією теорією, ідеальною є ситуація, коли країни експортують матеріали та ресурси, які вони мають в надлишку, і в той же час пропорційно імпортують ресурси, які їм потрібні [9,10].

Головними аспектами моделі Хекшера-Оліна є:

- По-перше, ця модель допомагає зрозуміти, як встановлюється рівновага в торгівлі між двома країнами, які мають відмінні особливості та ресурси;
- по-друге, вона пояснює, як країна повинна організовувати свою працю та торгівлю, коли ресурси у світі розподілені нерівномірно. Це важливо для

розуміння того, як країни вирішують економічні виклики в умовах глобальної торгівлі;

- по-третє, модель не обмежується лише товарами, а включає інші фактори виробництва, такі як праця. Це дозволяє отримати більш повне уявлення про те, як економіки взаємодіють одна з одною на світовому ринку [9].

На зміну традиційних теорій після Другої світової війни почали виникати вже сучасні теорії, які були запропоновані переважно професорами бізнес-шкіл. Ці теорії розвивалися паралельно з поширенням багатонаціональних компаній (ТНК).

Теорія подібності країн, розроблена шведським економістом Стеффаном Ліндером, акцентує увагу на тому, що подібність між країнами є важливим чинником у міжнародній торгівлі. Ця подібність може бути визначена через різноманітні фактори, такі як культурні, географічні, політичні та економічні інтереси [11].

Згідно з цією теорією, країни з подібними характеристиками, такими як рівень розвитку економіки, споживчі вподобання, технологічні можливості та природні умови, мають схожі потреби та можуть здійснювати взаємовигідну торгівлю. Наприклад, розвинені країни часто торгують між собою, оскільки вони сприймають товари один одного як відповідні їхнім вимогам і стандартам [11].

Одним з ключових аспектів теорії подібності країн є те, що внутрішньогалузева торгівля, тобто обмін товарами в межах однієї і тієї ж галузі промисловості, може бути значною. Це пояснюється тим, що країни з подібними характеристиками можуть забезпечувати схожі продукти, проте диференціюють їх за допомогою брендів, якості або інших характеристик [11].

За теорією Ліндера, міжнародна торгівля промисловими товарами відбувається переважно між країнами з схожими рівнями економічного розвитку та споживчими вподобаннями. Таким чином, ця теорія підкреслює

важливість подібності між країнами як фактора, що визначає структуру міжнародної торгівлі [11,12]

Термін «життєвий цикл продукту» описує період від введення продукту на ринок до його вилучення з обігу. Ця концепція є важливою для керівників та фахівців з маркетингу, оскільки вона вказує на те, коли варто розглядати зміни в стратегії, такі як збільшення реклами, зниження цін, виходження на нові ринки або модифікація упаковки. Процес розробки такої стратегії та її подальше виконання для забезпечення стійкості та успішності продукту називається управлінням життєвим циклом продукту [13].

Теорія життєвого циклу продукту запропонована Реймондом Верноном у 1966 році, є важливою стратегією в маркетингу, яку компанії і досі використовують для планування розвитку своїх продуктів. Вона описує чотири етапи, які всі товари проходять від стадії проектування до виробництва. Тривалість кожного етапу може значно відрізнятися залежно від конкретного продукту. Фактори, такі як стратегія маркетингу, попит на товар та сам продукт, впливають на те, як швидко товар пройде через ці етапи [14].

Життєвий цикл продукту складається з чотирьох етапів: введення, зростання, зрілість і занепад. Перший етап – це введення, на цьому етапі продукт з'являється на ринку. Продажі зазвичай починаються повільно, оскільки споживачі тільки ознайомлюються з ним. Компанія проводить аналіз попиту та просуває новий продукт. Важливо створити очікування серед споживачів перед випуском на ринок [14].

Другий етап – це зростання, на цьому етапі попит на продукт починає зростати. Компанія зазнає більше продажів, що призводить до збільшення прибутку. Продукт стає популярним, і конкуренти можуть спробувати ввести аналогічні товари на ринок. Інвестиції в маркетинг і просування на цьому етапі допомагають привернути якомога більше споживачів [14].

Третій етап – це зрілість, після того, як продукт стає добре відомим і часто купується споживачами, він входить в етап зрілості. Конкуренція на ринку зростає, і важливо забезпечити актуальність продукту, щоб зберегти своє

лідерство. У цей період реклама та підтримка бренду стають ключовими [13,14].

Четвертий етап – це занепад, на останньому етапі продукт втрачає популярність. Це може бути внаслідок втрати інтересу споживачів або виникнення конкуренції з іншими товарами. Продажі зменшуються, і компанія може прийняти рішення припинити виробництво. В ідеальному випадку компанія має плани заміни або модернізувати продукт, щоб уникнути занепаду [13].

Теорія глобального стратегічного суперництва з'явилася у 1980-х роках, розглядає конкурентну боротьбу між транснаціональними корпораціями (ТНК). Згідно з цією теорією, для успішної конкуренції фірми повинні розвивати конкурентні переваги над іншими глобальними компаніями у своїй галузі [15].

Одним з основних понять у цій теорії є бар'єри входу, які перешкоджають новим фірмам у вступі на ринок або в галузь. Ці бар'єри можуть включати:

- Дослідження та розвиток, а саме: великі витрати на дослідження та розвиток можуть створювати перешкоди для нових учасників ринку;
- права власності на права інтелектуальної власності, наявність патентів, авторських прав і торгових марок може допомогти існуючим компаніям захистити свої продукти від конкуренції;
- економія від масштабу, великі корпорації можуть мати значні економічні вигоди від масштабів виробництва, що ускладнює входження нових гравців на ринок;
- унікальні бізнес-процеси або методи, існуючі компанії можуть мати спеціалізовані бізнес-процеси або методи, які важко наслідувати;
- досвід роботи в галузі, компанії з великим досвідом в галузі можуть мати перевагу у вирішенні складних завдань або управлінні ризиками [15].
- контроль ресурсів або сприятливий доступ до сировини: компанії, які мають контроль над ключовими ресурсами або мають сприятливий доступ до сировини, можуть створити перешкоди для конкурентів [15].

У 1990 році Майкл Портер з Гарвардської школи бізнесу запропонував нову модель для пояснення національних конкурентних переваг. Згідно з його теорією конкурентоспроможність країни у певній галузі залежить від її здатності до інновацій та оновлення. Портер ідентифікував чотири ключові детермінанти, які впливають на цю конкурентоспроможність і це - ресурси та можливості місцевого ринку, умови попиту на місцевому ринку, місцеві постачальники та додаткові галузі, а також характеристики місцевої фірми [2,5].

Портер підкреслив важливість ресурсів країни, таких як природні ресурси та робоча сила, у визначенні того, які товари країна експортує чи імпортує. Він також врахував передові фактори, такі як кваліфікована робоча сила, інвестиції в освіту, технології та інфраструктуру, які забезпечують країну конкурентними перевагами [1,2,5].

Портер стверджував, що складний внутрішній ринок стимулює інновації та стійку конкурентну перевагу. Вимогливі споживачі в США, наприклад, заохочують американські компанії-розробники програмного забезпечення до постійних інновацій [1].

Крім чотирьох ключових факторів, Портер вказав на роль уряду та випадкових чинників у національній конкурентоспроможності. Теорія Портера, разом з іншими сучасними концепціями, дає новий погляд на міжнародну торгівлю [2].

Немає однієї домінуючої теорії, уряди та компанії використовують комбінацію підходів для аналізу та розробки стратегій. Протягом багатьох років ці теорії зазнавали змін, і вони продовжуватимуть еволюцію, адаптуючись до нових факторів, що впливають на міжнародну торгівлю.

Розуміння різноманітних теорій міжнародної торгівлі допомагає урядам та компаніям адаптуватися до змін у глобальному економічному середовищі та розвивати стратегії, спрямовані на збільшення конкурентоспроможності та ефективності в умовах світового ринку. Теорії міжнародної торгівлі виникли

як спроба пояснити та зрозуміти причини та наслідки обміну товарами та послугами між країнами.

1.2. Сутність поняття та передумови розвитку зовнішньої торгівлі

Успішний економічний розвиток країн передбачає участь країни у зовнішній торгівлі. Залучення країн до міжнародної торгівлі покращує економічне становище, розвиток виробництва, участь у міжнародному поділі праці, здійсненні валютно-кредитних відносин, налагодження зв'язків та розширення ринку збуту. Зовнішня торгівля передбачає обмін товарами, послугами і капіталом між різними країнами. Це включає купівлю та продаж споживчих товарів, сировини, продуктів харчування та обладнання на міжнародному ринку.

Однією з основних переваг міжнародної торгівлі є можливість для країн розширити свої ринки та отримати доступ до різних товарів і послуг, які можуть бути недоступні всередині їх меж. Це збільшує конкуренцію на ринку, що в свою чергу може призвести до зниження цін для споживачів та зростання конкурентоспроможності. Деякі країни застосовують національні стандарти до імпортованих товарів, обробляючи їх так само, як товари, вироблені власними силами [17].

У науковій літературі багато науковців надають визначення поняття «міжнародна торгівля» та «зовнішня торгівля». Науковці Григорова-Беренда Л.І. та Шуба М.В. зазначають, що міжнародна торгівля - це сфера товарно-грошових відносин, яка є сукупністю зовнішньої торгівлі країн світу [17].

Якщо країна одна здійснює торговельні відносини тоді використовують термін «зовнішня торгівля». За визначенням професорів Голікова А.П. та Довгаль О.А. зовнішня торгівля – це здійснення обміну товарів та послуг між державами світу [5].

За визначенням професора Рокоча В.В. зовнішня торгівля – це торгівля яка здійснюється однією країною з іншими та складається з експорту та імпорту товарів та послуг [18].

Зазвичай коли говорять про торгівлю однієї країни з іншими використовують термін «зовнішня торгівля». Коли торгівельні відносини стосуються двох країн між собою тоді використовують поняття «міждержавна», «взаємна» та «двостороння торгівля». Найбільш розповсюджено використовують поняття «міжнародна торгівля» і використовують його стосовно торгівлі всіх країн між собою [17].

Двостороння торгівля - це торгівля, яка здійснюється між двома країнами на підставі підписаної угоди про збалансованість товарних потоків та платежів (кліринг) [19].

Двостороння торгівля може бути взаємно вигідною для обох сторін, оскільки дозволяє країнам здійснювати спеціалізацію на виробництві тих товарів і послуг, в яких вони мають конкурентні переваги, та отримувати імпортовані товари та послуги з більш вигідних джерел. Двостороння торгівля може бути регульована різними угодами і торговельними домовленостями між країнами, такими як вільна торгівля, митні угоди або торгові обмеження. Вона може також відбуватися як міждержавна торгівля між урядами, так і між приватними компаніями кожної країни.

Існують дві форми зовнішньої торгівлі, що визначаються об'єктом обміну: міжнародна торгівля товарами та торгівля послугами.

Міжнародна торгівля послугами - це специфічний аспект глобальних економічних зв'язків, що стосується обміну різними послугами між продавцями та покупцями з різних країн [20].

Міжнародна торгівля товарами є основною формою міжнародних економічних відносин і має стійку тенденцію до росту. Це стимулюється кількома чинниками, такими як розвиток міжнародного поділу праці, інтернаціоналізацією виробництва, діяльністю транснаціональних корпорацій, а також лібералізацією міжнародної торгівлі через угоди, укладені в рамках

ГАТТ, або Світової організації торгівлі та інші. Ці процеси сприяють взаємодії національних економік, що в свою чергу підтримує зростання обсягів міжнародної торгівлі [20].

Міжнародна торгівля товарами та послугами є ключем до зростання світової економіки. У глобальній економіці попит і пропозиція, а отже, і ціни, впливають і піддаються впливу глобальних подій [20].

Зовнішня торгівля включає два зустрічних процеси, а саме: експорт та імпорт. Продукт, що продається на світовому ринку, є експортом, а продукт, придбаний на глобальному ринку, є імпортом. Зовнішня торгівля дозволяє країнам розширити свої ринки та отримати доступ до різних товарів та послуг, які можуть бути недоступними всередині їх меж. Основою зовнішньої торгівлі є спроможність країн виробляти товари та послуги, які цікаві для інших країн, що стимулює міжнародну торгівлю [20].

Світова торгівля дозволяє багатим країнам ефективніше використовувати свої ресурси, такі як праця, технології чи капітал. Різні країни наділені різними активами та природними ресурсами: землею, працею, капіталом і технологіями тощо. Це дозволяє деяким країнам виробляти той самий продукт більш ефективно, а саме швидше та з меншими витратами. Тому вони можуть продавати дешевше, ніж інші країни. Якщо країна не може виробляти продукт ефективно, вона може отримати його шляхом торгівлі з іншою країною, яка може [20,21].

Міжнародна торгівля визначається різноманітними показниками, які дозволяють оцінити її динаміку та структуру. На рис. 1.1. представимо показники міжнародної торгівлі.



Джерело: складено автором за матеріалом [23]

Становлення сучасної міжнародної торгівлі проходило у п'ять етапів. Кожен етап розвитку характеризувався своїми подіями. У таблиці 1.1. представимо етапи розвитку міжнародної торгівлі.

Таблиця 1.1

Етапи розвитку міжнародної торгівлі

Етапи	Характеристика
І-початковий (з XVIII до першої половини XIX ст.)	Період характеризується початком активного розвитку міжнародної торгівлі і це пов'язано зі зростанням торгівлі між Європою, Америкою та Азією. Відбувалось впровадження промислових революцій, які замінили мануфактурне виробництво масовою машинною індустрією в розвинених країнах. Розширення географії ринків товарообміну, розвиток транспортної системи світу, збільшення тоннажу суден, перехід від вітрильних до пароплавів та відкриття Суецького каналу все це вплинуло на розвиток міжнародної торгівлі. Відбувався прогрес у зв'язку, винайшли електричний телеграф та прокладання трансатлантичного кабелю у 1866 році, який надав можливість у зв'язку між Європою та Америкою. На цьому етапі почалося активне вивезення товарів (експорт) з країни виробництва. У цей період регулювання міжнародної торгівлі відбувалось з застосуванням політики фрітрейдерства.

Продовження таблиці 1.1.

II - друга половина XIX ст. - початок Першої світової війни (1914 р.)	Саме у цей період відбулося стрімке зростання міжнародної торгівлі і цьому слугували індустріалізація, поява залізниць, пароплавів та інших технологічних новацій. Фактори які сприяли розвитку: науково-технічний прогрес, розвиток транспортної інфраструктури. На цьому етапі відбувалось вивезення капіталу, що призвело до збільшення експорту товарів та розширення ринків збуту та джерел сировини для виробництва. Це відкрило можливості для компаній для покращення фінансового становища та отримання високих прибутків. Почали створюватись ТНК, динамічне зростання товарообігу, країнами лідерами стала невелика кількість розвинених країн.
III - період між двома світовими війнами (1914–1939 рр.)	Протягом цього етапу відбувалось сповільнення світового товарообігу і це пов'язано зі збільшенням застосування політики протекціонізму. Дії урядів були спрямовані на захист своїх ринків від іноземної конкуренції. На цьому етапі відбувалися труднощі у міжнародній торгівлі і це пов'язано зі світовою нестабільністю. Перша світова війна та її наслідки негативно вплинули на розвиток європейських економік, а також формуванням нових світових господарських систем: соціалістичної та капіталістичної. Особливостями цього етапу є: порушення торговельних відносин, економічні та політичні умови вплинули на скорочення обсягів торгівлі, основними товарами експорту є сировина, продовольство та паливо. Розпочався процес формування нових валютних організацій, що будуть регулювати валютно-кредитні відносини.
IV - повоєнний (50–60 роки)	Розпочалося відновлення міжнародної торгівлі країн світу. Основними факторами, що сприяли цьому були: поява капіталістичного та соціалістичного блоку, було засновано Раду економічної взаємодопомоги (РЕВ), яка об'єднала соціалістичні країни Європи. Відновився процес отримання політичної незалежності колишнім колоніям. На початку післявоєнного періоду було створено РЕВ, Бенілюкс, Європейську асоціацію вільної торгівлі та Європейську економічну спільноту.
V - сучасний (з початку 70 років XX ст.)	На сучасному етапі відбувся значний розвиток міжнародної торгівлі і це відбулося з посиленням глобалізації, розвитком технологій, розширенням міжнародних ринків та укладанням багатьох торговельних угод. Цей етап можна поділити на два періоди: перший – період конкуренції двох світових систем існував до початку 90 р. Другий – період глобалізації світової економіки (розпочався з 90-х р.). У цей період розвинені країни розвивають виробництво наукомісткої продукції, країни Азії «нові індустріальні країни» реструктурують експорт.

Джерело: складено автором за матеріалами [21,24]

Розвиток міжнародної торгівлі відобразився у ряді ключових етапів, від початку промислової революції до епохи глобалізації. Кожен з цих етапів відзначався своїми характерними умовами, сприяв певним тенденціям у розвитку економіки та міжнародних відносин. Наслідком цього є зміна

балансу сил на світовому ринку, зростання конкуренції, а також формування нових економічних блоків та альянсів. Розуміння цих етапів допомагає краще розуміти сучасні тенденції в міжнародній торгівлі та передбачати її майбутні перспективи.

Висновки до першого розділу

1. Теоретичне підґрунтя міжнародної торгівлі надзвичайно різноманітне і включає в себе різні економічні теорії і концепції. Теорії міжнародної торгівлі надають основні положення, що обумовлюють процес міжнародної торгівлі. Першими теоріями, які виникли були теорія меркантилізму, теорія абсолютних переваг А. Сміта, теорія порівняльних переваг Д. Рікардо, теорія Хекшера –Оліна та ін. Зі зміною економічного середовища почали виникати вже сучасні теорії, а саме теорія подібності країн С.Б. Ліндера, теорія життєвого цикла Р.Вернона, теорія глобального стратегічного суперництва, теорія порівняльних переваг М. Портера та ін.

Теоретичне підґрунтя міжнародної торгівлі надає важливі інструменти для розуміння та аналізу процесів, що відбуваються на світових ринках, а також допомагає в розробці стратегій торгівлі для країн і бізнесу.

2. У своєму розвитку міжнародна торгівля пройшла п'ять етапів, починаючи з XVIII ст. і до сьогодні. Кожен етап характеризувався своїми особливостями. Сформована система міжнародної торгівлі залучила більшість країн світу до участі. Поглиблення зовнішньої торгівлі країн позитивно впливає на економічний розвиток країни та розширює географію співробітництва та можливостей.

Міжнародна торгівля є ключовим елементом сучасної глобальної економіки, що забезпечує обмін товарами та послугами між країнами. Розвиток зовнішньої торгівлі сприяє економічному зростанню, підвищенню життєвого рівня населення та розширенню можливостей бізнесу.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДВОСТОРОННЬОЇ ТОРГІВЛІ МІЖ ІНДІЄЮ ТА КНР

2.1. Місце Індії та КНР у міжнародній торгівлі товарами та послугами

Індійська економіка є однією з найбільших економік у світі, яка має значний вплив на глобалізований світ. За останні десятиліття Індія має один з найшвидших темпів економічного зростання серед країн світу. Країна збагачена природними ресурсами, а саме: вугіллям, нафтою, газом, різноманітними металами, а також родючими ґрунтами, які сприяють розвитку сільського господарства.

Економіка Індії має розвинені сектори, такі як інформаційні технології, фармацевтика, автомобільна промисловість, текстильна промисловість тощо. Сільське господарство забезпечує працездатне населення та експорт деяких сільськогосподарських продуктів.

Індія має одну з найбільших та найбільш молодих робочих сил у світі, що може стати суттєвим джерелом конкурентної переваги в майбутньому.

У 2023 році Індія займала п'яту позицію у світі за обсягом ВВП у поточних доларах США, 40-е місце за ВВП на душу населення [26]. На рис. 2.1 представимо динаміку ВВП Індії у 2013-2023 рр.

На рубежі 21-го століття Індія швидко просувалася до вільної ринкової економіки. Розвиток Індії продовжується, і тепер вона належить до групи БРІК економічних держав, що швидко розвиваються. Сполучені Штати Америки, Китай, Німеччина, Японія та Індія є найбільшими економіками світу у 2023 році згідно з даними ВВП [26].

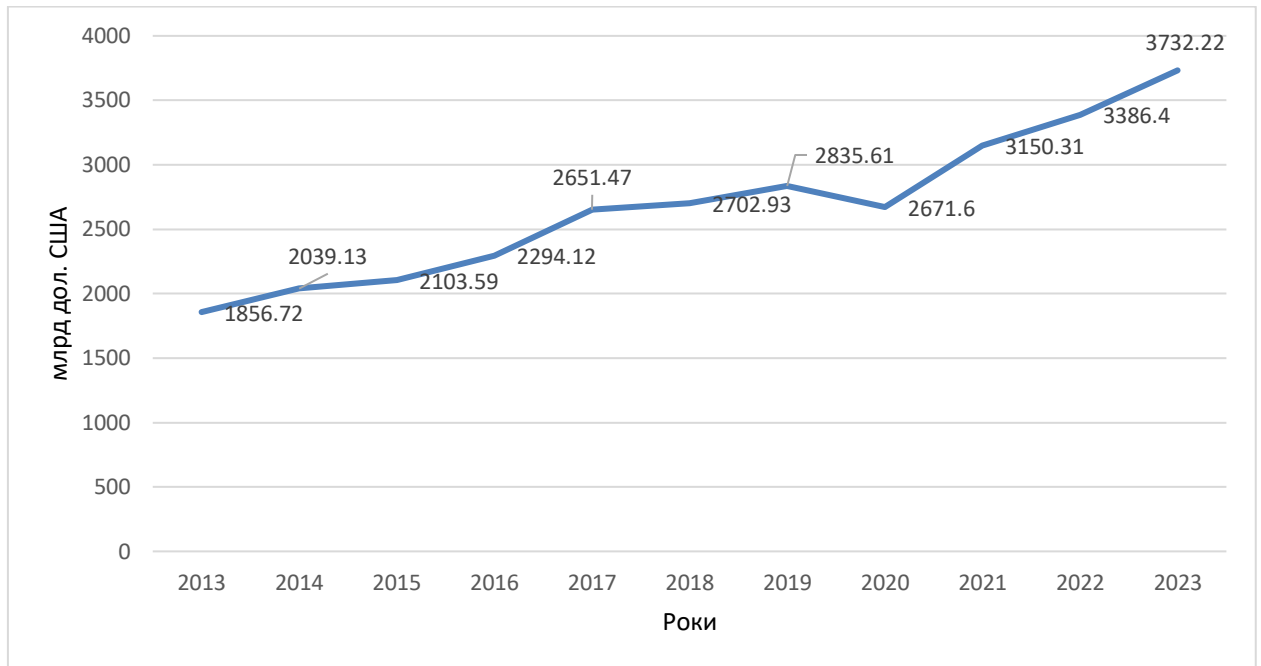


Рис. 2.1. Динаміку ВВП Індії у 2013-2023 рр., млрд дол. США

Джерело: складено автором за матеріалом [26]

Серед величезного ландшафту світових економік Індія виділяється своїм стрімким підйомом і непохитною рішучістю досягти нових висот. Зі своєю багатою культурною спадщиною та населенням понад 1,4 мільярда людей Індія стала економічним центром. Аналізуючи динаміку ВВП Індії з 2013 року можна побачити зростання, яке відбувалося кожного року. У 2020 р. відбулося зниження ВВП до 2671,6 млрд дол. США у зв'язку з пандемією коронавірусу. Вже у 2021 році відбулось зростання ВВП Індії до 3150,31 млрд дол. США. У 2023 році відбулися зміни у індійській економіці, різко зріс ВВП зміцнивши позиції лідера світової економічної гонки [26,27].

Індія залишається однією з найбільш швидкозростаючих економік у світі, але вона стикається з проблемами, загальними для багатьох інших країн, такими як інфляційний тиск, нестабільність цін на сировинні товари та збої в ланцюжках поставок після пандемії COVID-19 і війни Росії в Україні, що триває [28].

Серед країн світу Індія посідає 18-те місце у світовому експорті та 7-е місце у світовому імпорті. У таблиці 2.1. надано динаміку міжнародної торгівлі товарами Індії у 2018-2022 рр.

Таблиця 2.1

Динаміка міжнародної торгівлі товарами Індії у 2018-2022 рр., млн дол.

США

Показник	2018	2019	2020	2021	2022
Експорт	324,778	324,340	276,302	395,425	452,684
Імпорт	514,464	486,059	372,854	572,909	732,565
Зовнішньоторговельний обіг	839,242	810,399	649,156	968,334	1185,248
Сальдо	-189,686	-161,719	-96,607	-177,484	-279,881

Джерело: складено автором за матеріалом [29,30]

Можна відзначити, що імпорт товарів Індії перевищує експорт, показник сальдо торговельного балансу протягом 2018-2022 рр. має від'ємне значення. Відбувається зростання експорту та імпорту і показник експорту у 2022 р. склав 452,684 млн дол. США [29,30]. На рис. 2.2. представимо графічно динаміку міжнародної торгівлі товарами Індії у 2018-2022 рр.

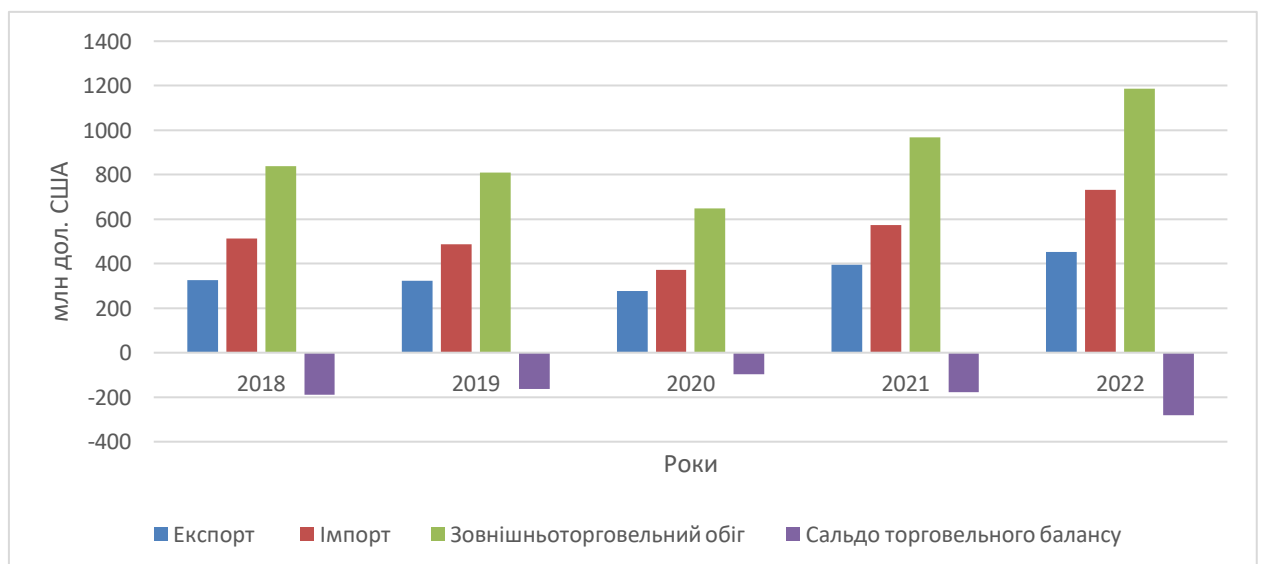


Рис. 2.2. Динаміка міжнародної торгівлі товарами Індії у 2018-2022 рр., млн дол. США

Джерело: складено автором за матеріалом [29,30]

Аналізуючи рис. 2.2. зазначимо, що протягом 2018-2023 рр. відбувалось зростання експорту та імпорту. Показники зменшились у 2020 р., але після поширення світової пандемії вже у 2021 році вони збільшились і відмічається позитивна динаміка на зростання.

Імпорт є значною складовою частиною індійської економіки, оскільки він забезпечує різні сектори та задовольняє потреби споживачів, сприяючи доступності товарів і послуг, які можуть бути складно доступними на місцевому рівні.

На рис. 2.3. представимо географічну структуру експорту товарів Індії у 2022 році.

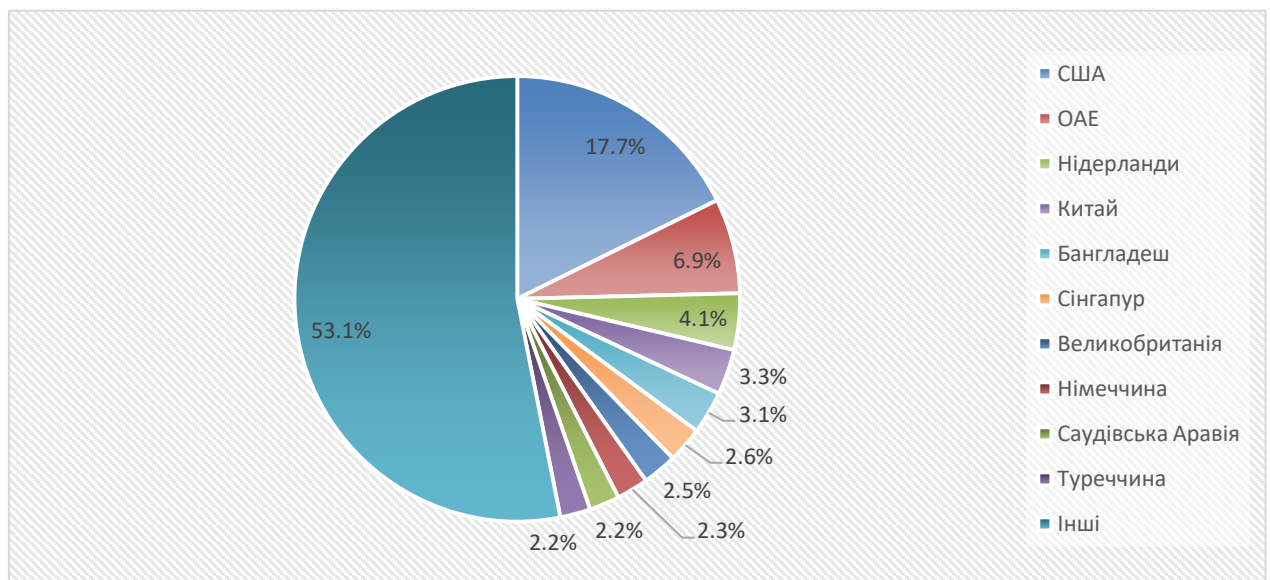


Рис. 2.3. Географічна структура експорту товарів Індії у 2022 році, %

Джерело: складено автором за матеріалом [29-33]

Займаючи перше місце у географічній структурі експорту, США відігравали ключову роль у вивезенні товарів з Індії, з часткою у 17,7%, що склало приблизно 80 млрд доларів США. Об'єднані Арабські Емірати стали другим найбільшим напрямком експорту для Індії, складаючи 6,9% від загального обсягу і це становить близько 31 млрд доларів США. Нідерланди, з часткою у 4,1%, що відповідає приблизно 18,5 млрд доларів США.

Інші країни, такі як Китай, Бангладеш, Сінгапур, Велика Британія, Німеччина, Саудівська Аравія та Туреччина, також були важливими партнерами Індії з часткою експорту від 2,2% до 3,3% [29-33].

Ці напрямки експорту є ключовими для економіки Індії та сприяють її торговельним відносинам з різними країнами світу.

На рис. 2.4. представимо частку експорту у товарній структурі Індії у 2022 році

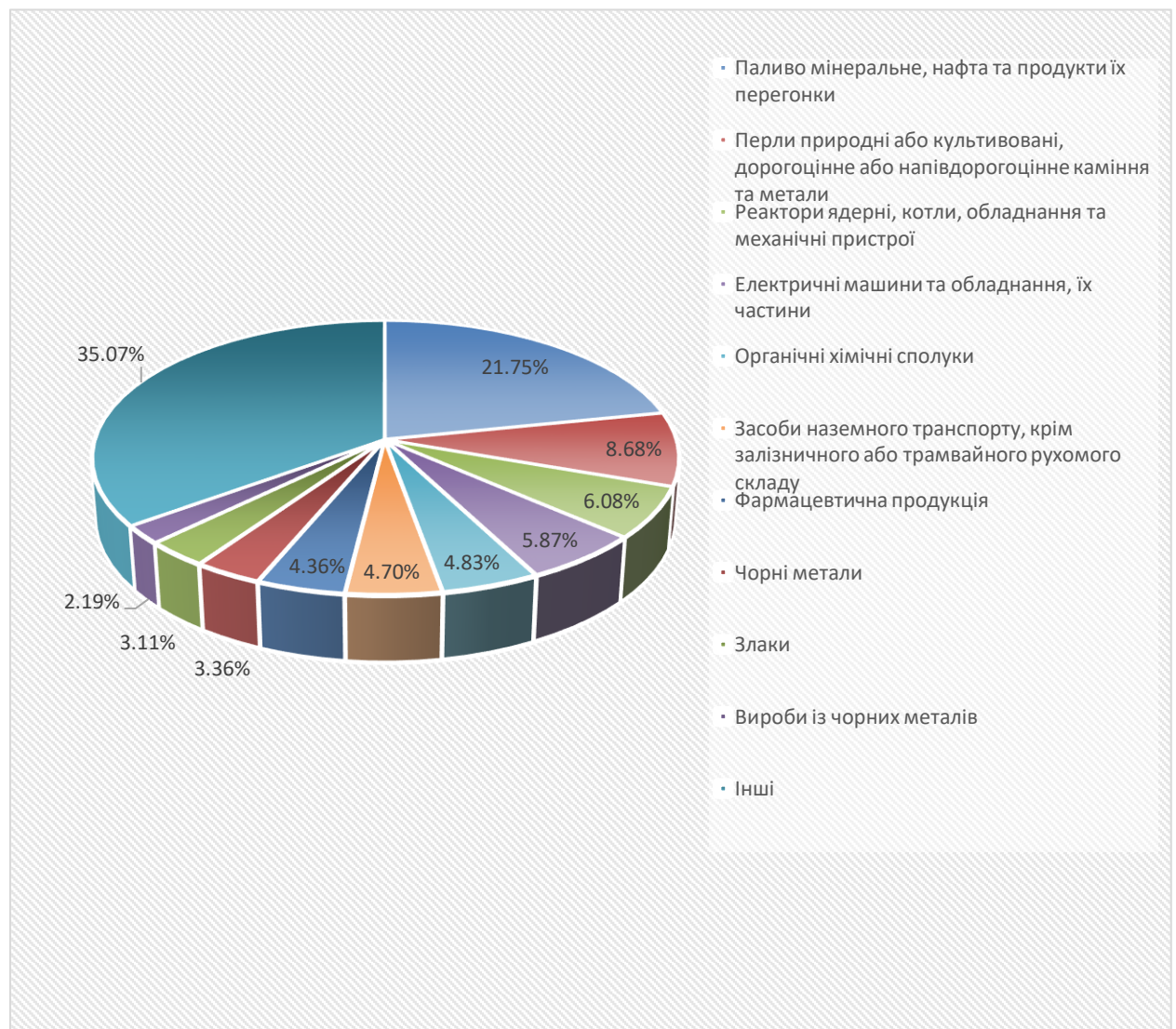


Рис. 2.4. Частка експорту у товарній структурі Індії у 2022 році, %

Джерело: складено автором за матеріалом [29-33]

У 2022 році Індія виділялася на світовому ринку як провідний експортер деяких товарних позицій. Зокрема, країна стала найбільшим у світі експортером

діамантів, обійшовши конкурентів з великим відривом, з доходом від експорту у розмірі 23 млрд доларів США. Експорт палива, нафти та продукти їх перегонки дорівнював 21,75%, ядерні реактори, котли та обладнання – 6,08%, електричні машини та обладнання, їх частини – 5,87%. Крім того, Індія відзначилася як провідний експортер рису 10,7 млрд доларів США. Такий успішний експорт демонструє силу та диверсифікацію економіки Індії на міжнародному ринку [29-33].

Індія імпортує широкий спектр товарів, таких як обладнання для виробництва товарів, машини, нафтопродукти, електроніка та інше. Основними партнерами Індії по імпорту є США, Китай, Об'єднані Арабські Емірати та інші, які вносять значний внесок у розмаїття товарів, які доступні на індійському ринку [29-33].

На рис. 2.5. представимо географічну структуру імпорту Індії у 2022 році.

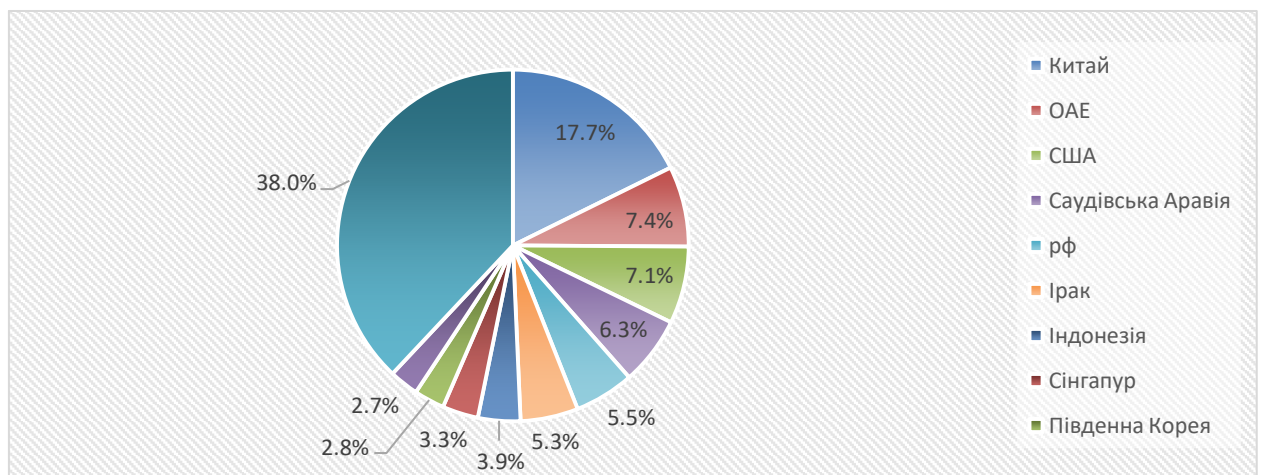


Рис. 2.5. Географічна структура імпорту Індії у 2022 році, %

Джерело: складено автором за матеріалом [29-33]

У 2022 році Індія мала значні торговельні зв'язки з різними країнами, що відображалось у великих обсягах імпорту. На першому місці серед основних торгових партнерів є Китай, який забезпечив понад 17,7% імпортних операцій Індії, Об'єднані Арабські Емірати - 7,4%, США - 7,1%. Інші країни, такі як Саудівська Аравія, рф, Ірак, Індонезія, Сингапур, Південна Корея також мали важливе значення як торговельні партнери Індії [29-33].

На рис. 2.6. представимо частку імпорту у товарній структурі Індії у 2022 році.

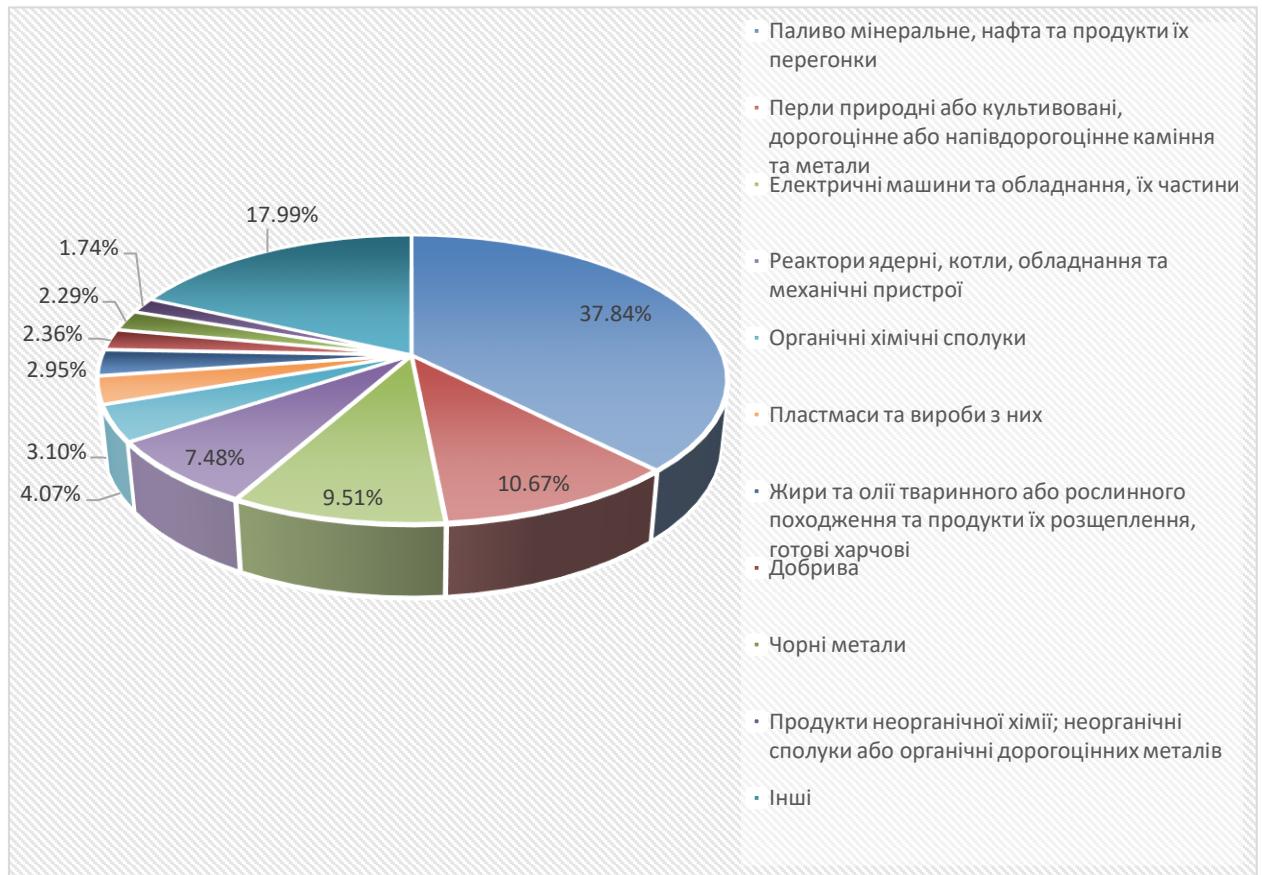


Рис. 2.6. Частка імпорту у товарній структурі Індії у 2022 році, %

Джерело: складено автором за матеріалом [29-35]

Основними товарними позиціями імпорту Індії у 2022 році були паливо мінеральне, нафта та продукти її перегонки – 37,84%, дорогоцінні та напівдорогоцінні каміння – 10,67%, електричні машини та обладнання – 9,51%, реактори ядерні, котли і обладнання – 7,48%, органічні хімічні сполуки – 3,1 % та ін. [29-35].

За прогнозами міжнародних організації передбачається, що зовнішня торгівля країни буде зростати, обсяг експорту та імпорту товарів та послуг буде збільшуватись.

Торгівля послугами Індії за останні роки відзначається динамічним зростанням, але частка послуг у експорті та імпорті все ж таки менше торгівлі товарами. У 2022 році експорт послуг Індії склав 309,3 млн доларів США, а

імпорт 249,5 млн дол. США. Відзначається, що сальдо торговельного балансу послуг має позитивне значення [32,33].

На рисунку 2.7 представимо частку експорту послуг у галузевій структурі Індії у 2022 р.

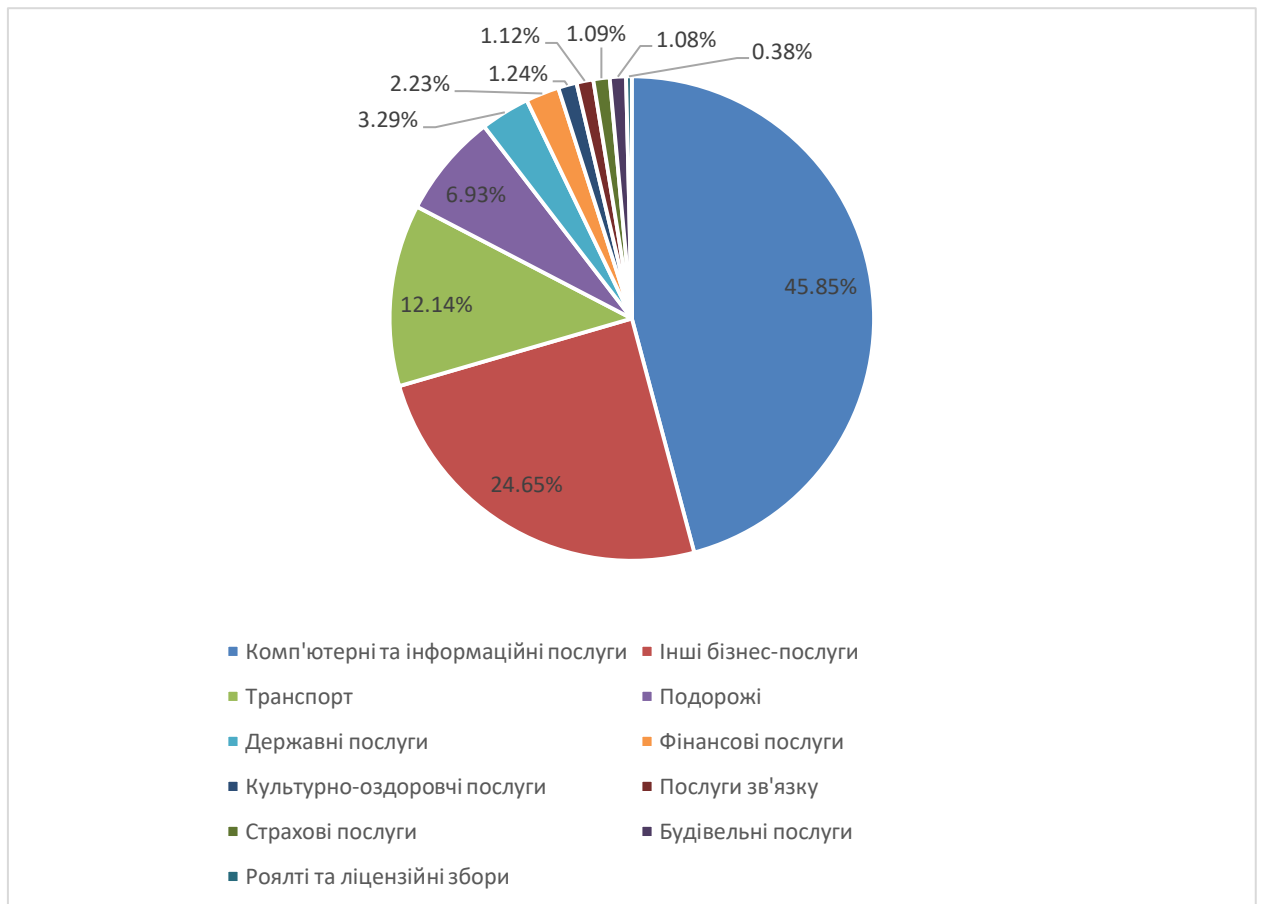


Рис. 2.7. Частка експорту послуг у галузевій структурі Індії у 2022 р., %

Джерело: складено автором за матеріалом [32,33]

У 2022 році Індія виділялася на світовому ринку експорту послуг представляючи широкий спектр галузей. Основними галузями експорту послуг були комп'ютерні та інформаційні послуги, що складала 45,85% від загального обсягу експорту послуг. Це відображає високий рівень розвитку ІТ-індустрії в Індії та популярність її ІТ-послуг на світовому ринку [32,33].

Інші бізнес-послуги займали друге місце за обсягом експорту, складаючи 24,65%. Ця категорія включає в себе різні послуги, такі як консалтинг,

інжиніринг, аутсорсинг та інші послуги підтримки бізнесу, які також є ключовими сферами експорту для Індії [32,33].

Також значну частку у експорті послуг займають послуги транспорту - 12,14% та подорожі - 6,93%, що відображає значний внесок туризму та транспортної інфраструктури в економіку країни [32,33].

Державні послуги - 3,29%, фінансові послуги - 2,23% та культурно-оздоровчі послуги - 1,24% також мають своє місце у структурі експорту послуг Індії, відображаючи різноманітність та розвиток різних секторів економіки [32,33].

На рис. 2.8 представимо частку імпорту послуг у галузевій структурі Індії у 2022 р.

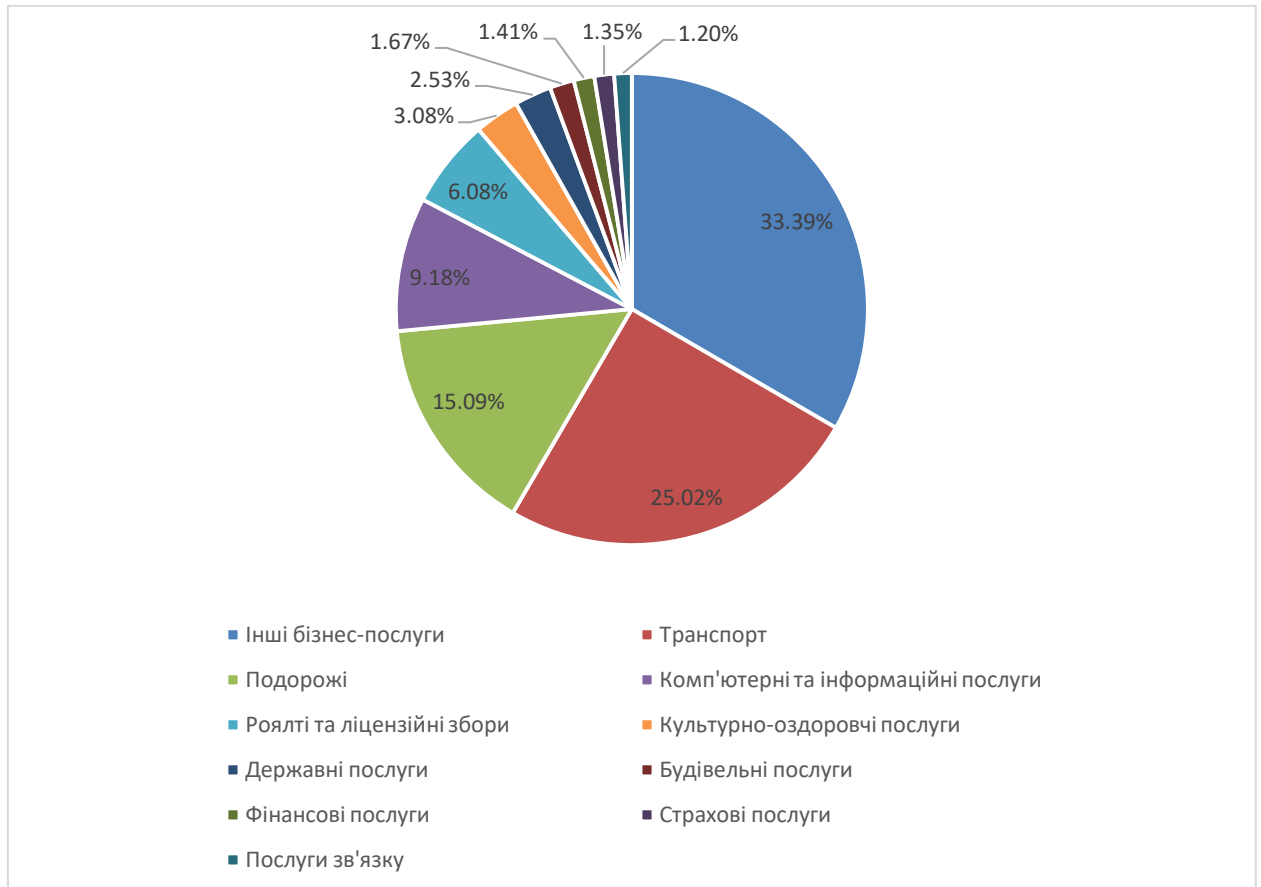


Рис. 2.8. Частка імпорту послуг у галузевій структурі Індії у 2022 р., %

Джерело: складено автором за матеріалом [32,33,36]

Проаналізувавши рисунок 2.8 можна зазначити, що у 2022 році Індія продовжувала активно імпортувати послуги різних секторів, що

відображається у складній структурі імпорту. Найбільша частка імпортованих послуг належить Інші бізнес-послуги та які складали 33,39% від загального обсягу імпорту послуг. До складу цих послуг відносяться консалтинг, аутсорсинг, технічна підтримка і це свідчить про значний попит на ці послуги в Індії [32,33,36].

Транспортні послуги у структурі імпорту Індії припадає 25,02%. Це відображає важливість транспортної інфраструктури для країни та потребу в імпорті транспортних послуг. Подорожі становили 15,09%, комп'ютерні та інформаційні послуги - 9,18%. Інші категорії імпорту, такі як роялті та ліцензійні збори, культурно-оздоровчі, фінансові та страхові послуги, мали меншу, але все ж важливу частку в загальній структурі імпорту послуг Індії [32,33,36].

Сучасний розвиток Індії свідчить, про те, що країна обрала шлях розвитку та поглиблення міжнародної торгівлі, концентруючи виробництва товарів. Залучення до світової мережі становить перед країною задачі розвитку торговельних зв'язків та участь у МПП.

Протягом останніх кількох років Китай зумів підтвердити свою позицію як найбільшого експортера у світі, а також зайняти друге місце серед найбільших світових імпортерів. Навіть при впровадженні суворої політики країна залишалася досить відкритою для зовнішньої торгівлі, з обсягом, що становив 38,4% її ВВП у 2022 році. Китай залишається шостий рік поспіль найбільшим торговельним партнером країн світу [29,37].

У таблиці 2.2 та на рисунку 2.9. представимо динаміку міжнародної торгівлі товарами Китаю у 2019-2023 рр. Аналізуючи динаміку міжнародної торгівлі Китаю у 2019-2023 рр. можна відзначити, що експорт перевищує імпорт. Китай є найбільшим світовим експортером товарів і обсяг експорту склав у 2023 р. 3388,7 млн дол. США. Показник імпорту у 2023 році дорівнював 2559,3 млн дол. США [29].

Таблиця 2.2

Динаміка міжнародної торгівлі товарами Китаю у 2019-2023 рр., млн дол. США

Показник	2019	2020	2021	2022	2023
Експорт	2498,3	2588,4	3361,8	3593,6	3388,7
Імпорт	2066,5	2057,0	2675,6	2715,9	2559,3
Зовнішньоторговельний обіг	4564,8	4645,4	6037,4	6309,5	5948
Сальдо	431,8	531,4	686,2	877,7	829,4

Джерело: складено автором за матеріалом [29]

Зовнішньоторговельний обіг товарів Китаю протягом 2019-2022 року зростав і склав у 2022 році 6309,5 млн дол. США. Вже у 2023 році товарообіг товарів Китаю зменшився до 5948 млн дол. США.

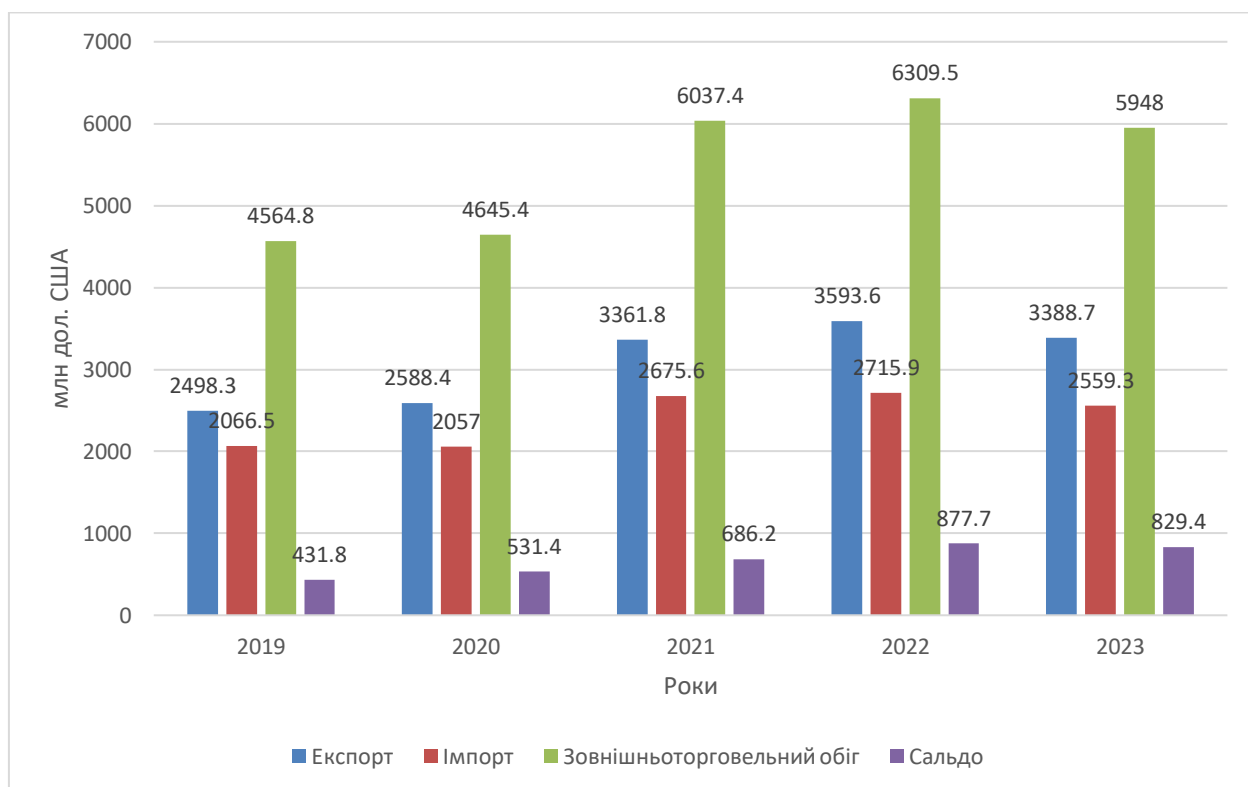


Рис. 2.9. Динаміка міжнародної торгівлі Китаю у 2018-2023 рр., млн дол. США

Джерело: складено автором за матеріалом [29]

Протягом всього періоду сальдо торговельного балансу Китаю має позитивне значення і у 2023 р. склало 829,4 млн дол. США. Торгівля стає все більш важливою частиною для економіки Китаю, і вона є важливим інструментом, який використовується для економічної модернізації [29,41].

На рис. 2.10 представимо географічну структуру торговельних партнерів КНР з експорту у 2023 р.

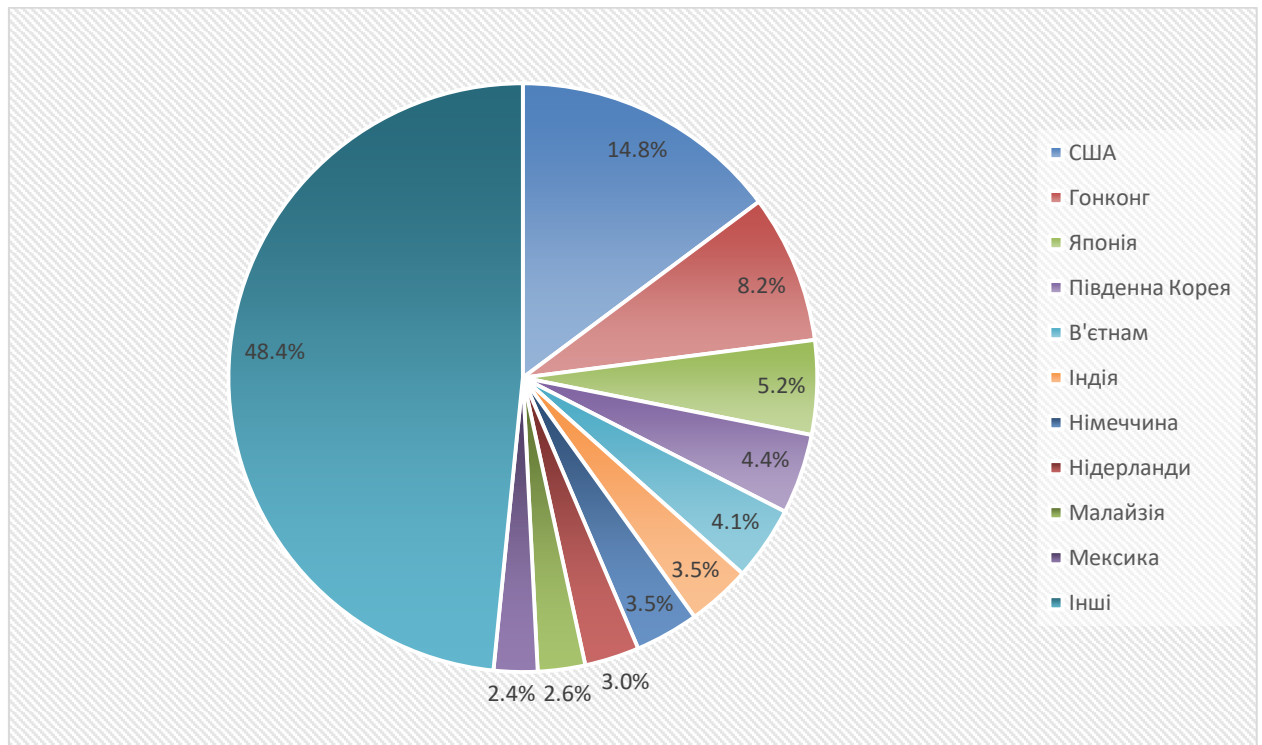


Рис. 2.10. Географічна структура торговельних партнерів КНР з експорту у 2023 р., %

Джерело: складено автором за матеріалом [29]

Вже протягом багатьох років КНР є головним експортером товарів у світі. У 2023 році головним торговельним партнером залишались США - 502,0 млрд дол. США (14,8%), Гонконг - 276,4 млрд дол. США (8,2%), Японія - 157,5 млрд дол. США (5,2%), Південна Корея - 149,2 млрд дол. США (4,4%), В'єтнам - 138,2 млрд дол. США (4,1%), Індія - 117,8 млрд дол. США (3,5%) тощо [29,40,41].

На рис. 2.11 представимо товарну структуру експорту Китаю у 2022 р.



Рис. 2.11. Товарна структура експорту Китаю у 2022 р., млн дол. США

Джерело: складено автором за матеріалами [29,40,41]

Основними товарними позиціями експорту Китаю у 2022 році були електричні машини та обладнання – 954,7 млн дол. США, атомні реактори котли та машини – 551,9 млн дол. США, транспортні засоби, крім залізничного та трамвайного – 150,2 млн дол. США, пластмаси та вироби з них – 143,5 млн дол. США тощо [29,40,41].

На рис. 2.12 представимо географічну структуру торговельних партнерів КНР з імпорту у 2023 р.

Основними торговельними партнерами Китаю з імпорту у 2023 році були Тайбей – 199,5 млн дол. США (7,8%), США – 166,0 млн дол. США (6,5%), Південна Корея – 162,2 млн дол. США (6,3%), Японія – 160,5 млн дол. США (6,3%), Австралія – 155,5 млн дол. США (6,0%), Бразилія – 122,4 млн дол. США (4,8%) тощо [29,40,41].

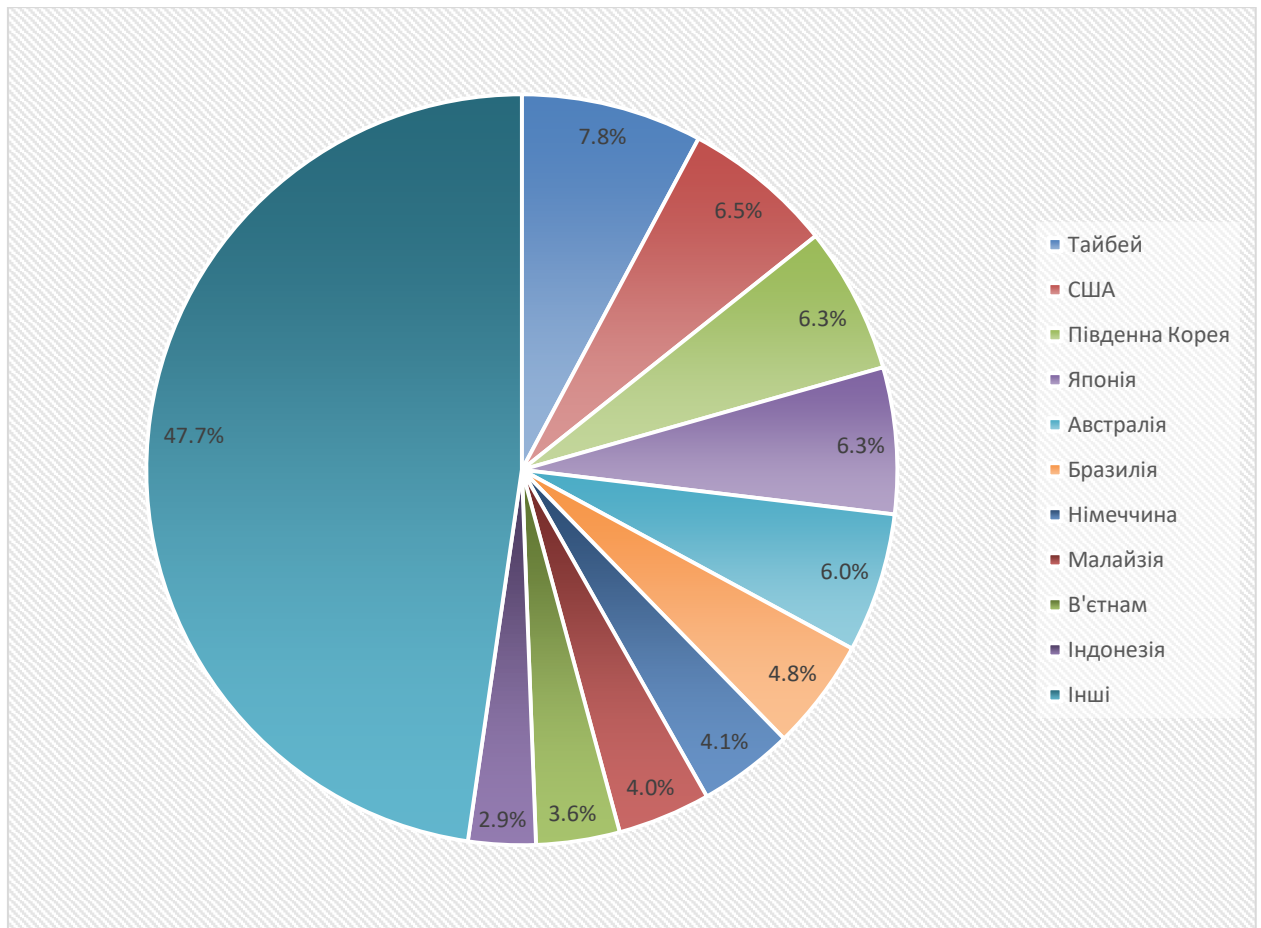


Рис. 2.12. Географічна структура торговельних партнерів КНР з імпорту у 2023 р., %

Джерело: складено автором за матеріалами [29,40,41]

На рис. 2.13. наведено товарну структуру імпорту Китаю у 2022 році. Найбільший обсяг імпорту припадає на електричні машини та обладнання – 644,6 млн дол. США, мінеральне паливо, нафтопродукти та продукти їх перегонки – 535,3 млн дол. США, руди, шлаки та золи – 224,7 млн дол. США, атомні реактори, котли, машини та механічні пристрої – 202,1 млн дол. США, натуральні або культивовані перли, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння – 103,7 млн дол. США, вино та вироби з нього – 93,4 млн дол. США тощо [29,40,41].



Рис. 2.13. Товарна структура імпорту Китаю у 2022 році, млн дол. США

Джерело: складено автором за матеріалами [29,40,41]

Міжнародна торгівля послугами Китаю має важливе значення у економічному розвитку країни. Торгівля послугами склала 4,6% у структурі ВВП Китаю у 2022 р. Китай став одним з провідних світових постачальників різноманітних послуг, пропонуючи свої послуги як в більш розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються [29,40,41].

На рис. 2.14 представимо динаміку торгівлі послугами Китаю у 2018-2022 рр. Аналізуючи динаміку торгівлі послугами експорт у 2018 році склав 271,4 млн дол. США, показник змінювався кожен рік і у 2019 році склав 283,1 млн дол. США. У 2020 році відбулося зниження експорту до 280,6 млн дол. США у зв'язку з пандемією COVID 19. У 2022 році експорт послуг з Китаю збільшився на 33,8% і дорівнювався 424,05 млн дол. США [29].

Показники імпорту послуг Китаю значно більше експорту, відзначаються зміни протягом досліджуваного періоду. Найбільший обсяг імпорту послуг був у 2018 році і склав 525,1 млн дол. США. Різне зниження імпорту послуг Китаю було у 2020 році – 381 млн дол. США і це пов'язано з закриттям

кордонів спричинено світовою пандемією, але вже починаючи з 2021 року відбувалось зростання та обсяг імпорту склав 465,05 млн дол. США у 2022 році [29].

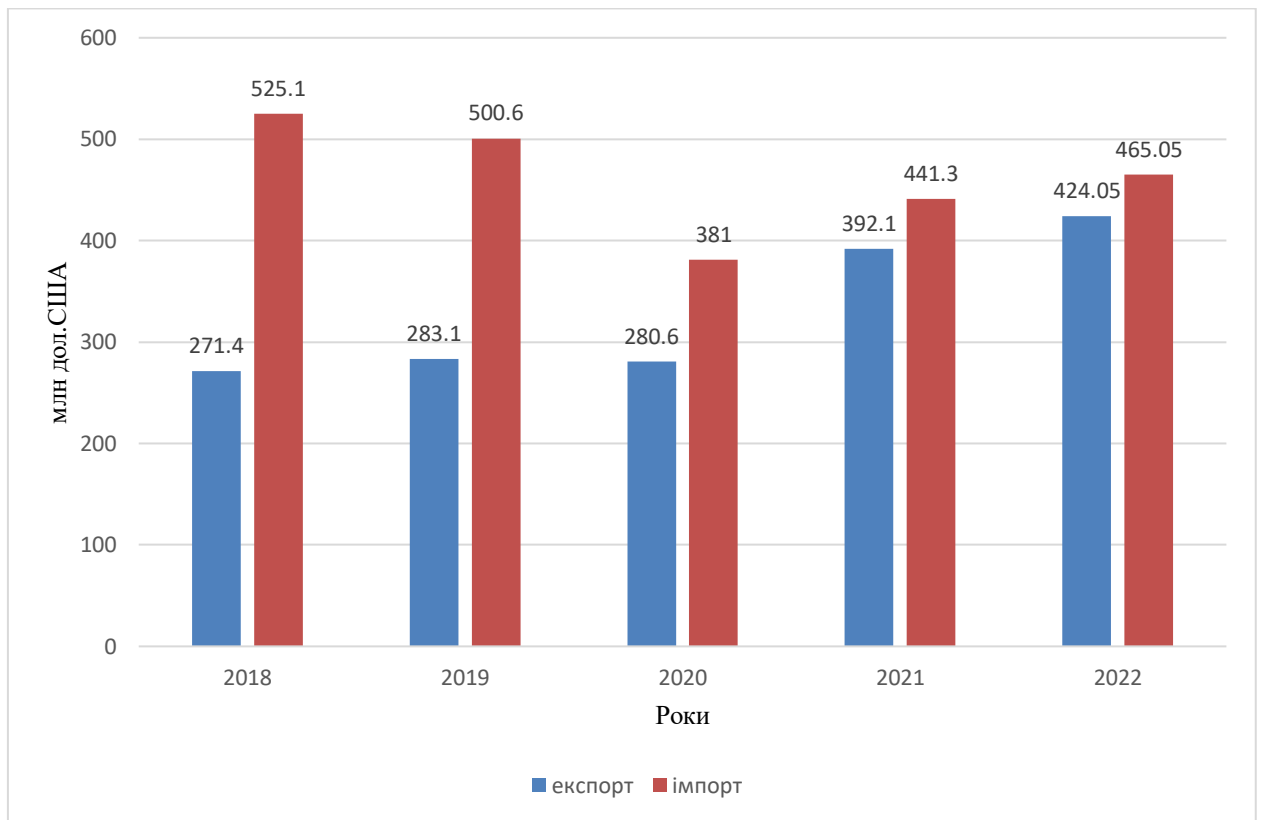


Рис. 2.14. Динаміка торгівлі послугами Китаю у 2018-2022 рр., млн дол. США

Джерело: складено автором за матеріалом [29,41]

У галузевій структурі експорту послуг Китаю найбільш значимою категорією є транспортні послуги, які складають 33,63% від загального обсягу експорту послуг. Подорожі складають 25,09%, інші бізнес-послуги - 12,16%, роялті та ліцензійні збори - 10,75%, комп'ютерні та інформаційні послуги - 9,17% і страхові послуги - 4,44%. Будівельні послуги, фінансові послуги, державні послуги і культурно-оздоровчі послуги, складають менш значний внесок у загальний експорт послуг [29,41]. (див. рис. 2.15)

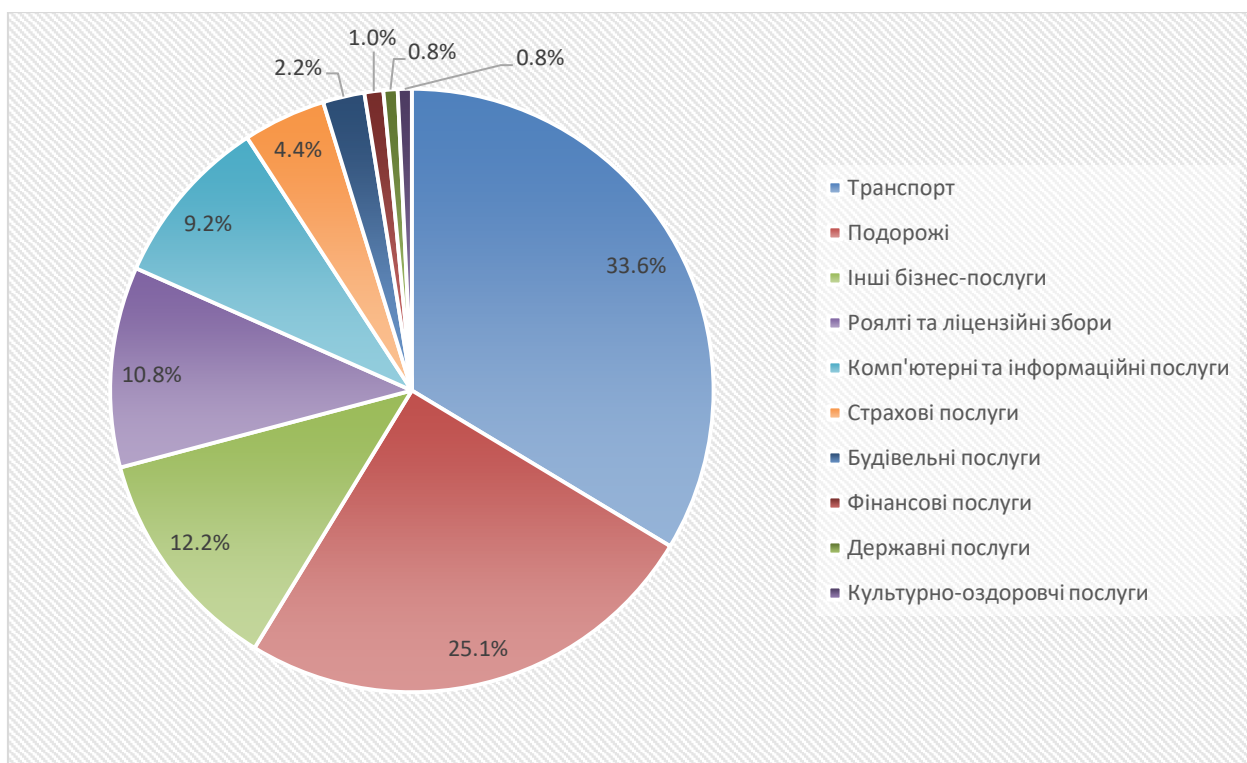


Рис. 2.15. Галузева структура експорту послуг Китаю у 2022 р., %

Джерело: складено автором за матеріалом [29,41]

На рис. 2.16 наведемо галузеву структуру імпорту послуг Китаю у 2022 р. У імпорті послуг переважають є комп'ютерні та інформаційні послуги, які складають 45,85%.

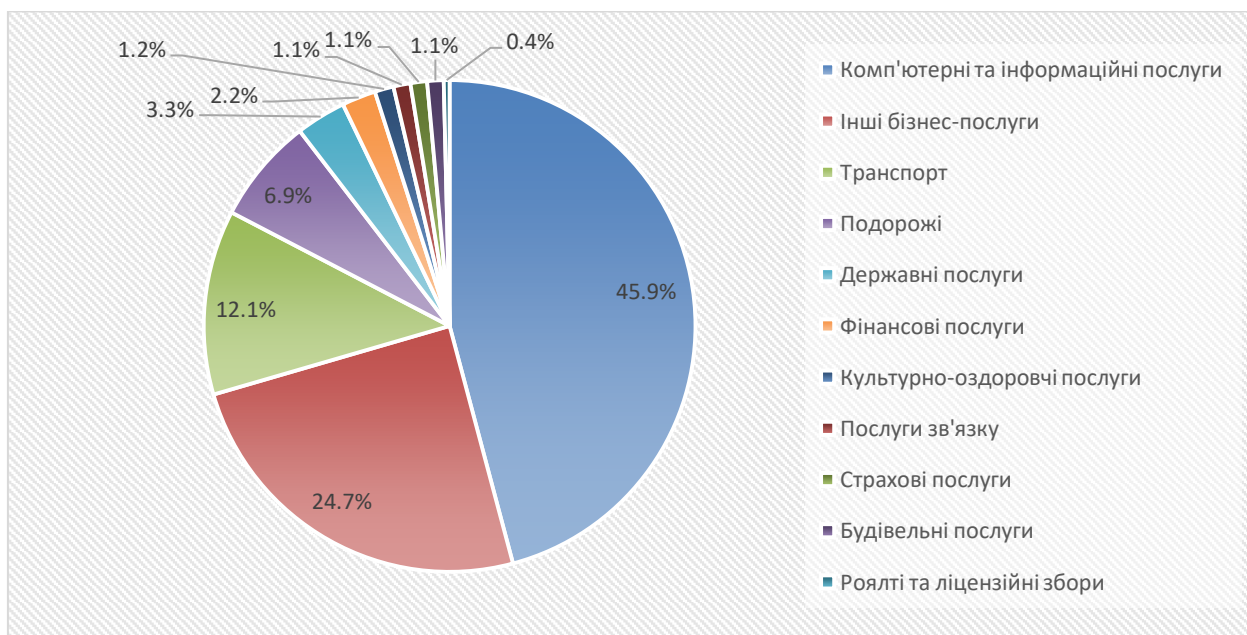


Рис. 2.16. Галузева структура імпорту послуг Китаю у 2022 р., %

Джерело: складено автором за матеріалом [29,41]

На інші бізнес-послуги склали 24,65%, послуги транспорту - 12,14%, подорожі - 6,93%, державні послуги - 3,29% і фінансові послуги - 2,23%. Решта категорій, такі як культурно-оздоровчі послуги, послуги зв'язку, страхові послуги, будівельні послуги і роялті та ліцензійні збори, складають менш значний внесок у загальний імпорт послуг [29,41].

Для Індія та КНР міжнародна торгівля відіграє ключову роль у економічному розвитку. Політика урядів спрямована на розширення виробництва та вихід на ринки різних країн. Географічна структура експорту та імпорту різноманітна і надає можливість тісному співробітництву між країнами, розширювати можливості споживачів та зміцнювати міжнародні відносини.

2.2. Динаміка двосторонньої торгівлі Індії та КНР

Економічні відносини між Індією та КНР протягом багатьох років стрімко розвиваються. Двостороння торгівля суттєво зросла на початку 2000-х років. З 1 квітня 1950 року Індія стала першою країною поза соціалістичним блоком, яка встановила дипломатичні зв'язки з Китайською Народною Республікою. Угода про уникнення подвійного оподаткування між Індією та Китаєм була підписана 18 липня 1994 року. Обидві країни також виявили бажання приєднатися до багатосторонньої торговельної системи відповідно до зобов'язань СОТ. Сьогодні Індія та Китай виступають як ключові торгові партнери та підтримують значні економічні та двосторонні відносини [43].

Швидке розширення індійсько-китайської двосторонньої торгівлі з початку цього століття спонукало Китай до 2008 року стати найбільшим партнером Індії з торгівлі товарами. З початку минулого десятиліття двостороння торгівля між двома країнами зафіксувала стрімке зростання [44]. Динаміку двосторонньої торгівлі Індії та КНР у 2015-2022 рр. представимо на рис. 2.17.

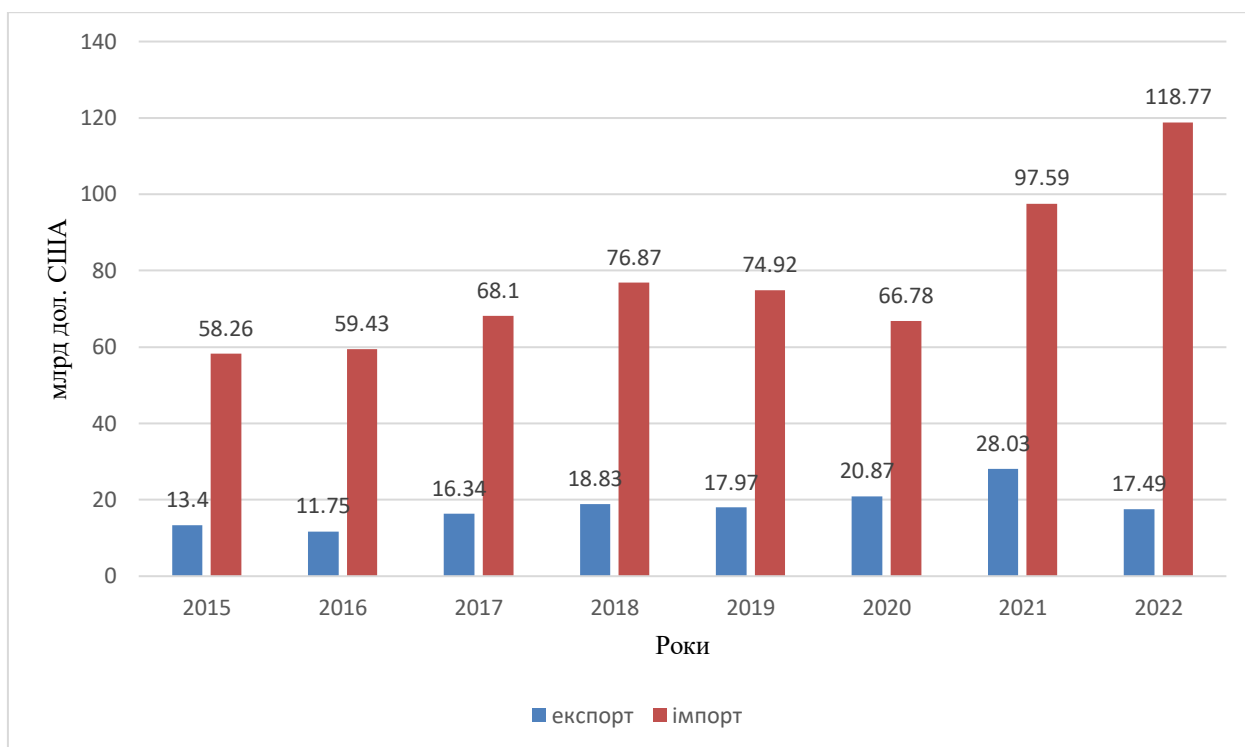


Рис. 2.17. Динаміка двосторонньої торгівлі Індії та КНР у 2015-2022 рр., млрд дол. США

Джерело: складено автором за матеріалом [43, 44]

З 2015 по 2022 рік індійсько-китайська двостороння торгівля зросла на 90,14%, середньорічне зростання становило 12,87%. У 2022 році загальний товарообіг з Китаєм зріс на 8,47% порівняно з аналогічним періодом минулого року до 136,26 млрд доларів США. Дефіцит торговельного балансу склав 101,28 мільярда доларів США, оскільки імпорт Індії з Китаю збільшився на 21,7% до 118,77 мільярда доларів США, тоді як експорт Індії до Китаю скоротився на 37,59% у порівнянні з минулим роком і досяг 17,49 мільярда доларів США [43, 44].

Хоча активна торгівля мала свої переваги, такі як доступність доступних товарів у Індії, вона також призвела до найбільшого торговельного дефіциту. У 2022 році дефіцит ще більше збільшився на 45,60% у річному обчисленні, досягнувши 101,28 мільярдів доларів США [43, 44].

Зростання торговельного дефіциту з Китаєм можна пояснити двома факторами: обмеженим асортиментом товарів, переважно сировини, які Індія

експортує до Китаю, та перешкодами у доступі до ринків для більшості сільськогосподарської продукції та конкурентоспроможних секторів, таких як фармацевтика тощо [43, 44].

На рис. 2.18 представимо товарну структуру експорту Індії до Китаю у 2022 році.

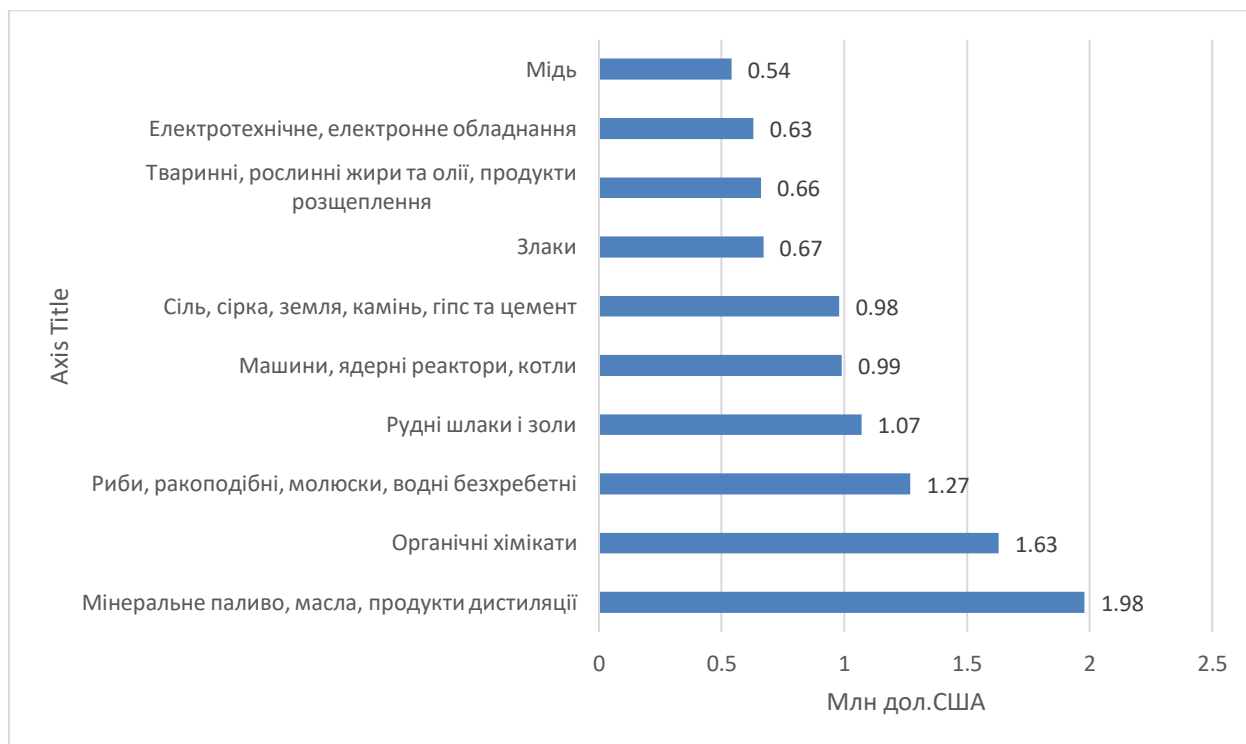


Рис. 2.18. Товарна структура експорту Індії до Китаю у 2022 році, млн дол. США

Джерело: складено автором за матеріалом [44]

Основними товарними позиціями, які експортувала у 2022 році Індія до Китаю були мінеральне паливо, масла – 1,98 млн дол. США, органічні хімікати – 1,63 млн дол. США. Риба та морепродукти – 1,27 млн дол. США, рудні шлаки та золи – 1,07 млн дол. США, машини, ядерні реактори та котли – 0,99 млн дол. США, сіль, сірка, камінь та цемент – 0,98 млн дол. США тощо [44].

Структура експорту Індії до Китаю вказує на різноманітність товарів, які Індія експортує до Китаю, та підкреслює важливість торговельних відносин між двома країнами.

На рис. 2.19 представимо товарну структуру експорту Китаю до Індії у 2022 році.



Рис. 2.19. Товарна структура експорту Китаю до Індії у 2022 році, млн дол. США

Джерело: складено автором за матеріалом [29]

За даними можна побачити, що товарну структуру експорту Китаю до Індії у 2022 році складалась з електричних машин та обладнання та їх частин – 33,83 млн дол. США, ядерні реактори, котли, машини та механічні пристрої – 21,95 млн дол. США, органічні хімікати – 13 млн дол. США, пластмаси та вироби з них – 6,03 млн дол. США, залізо та сталь – 3,88 млн дол. США, вироби з чавуну та сталі – 3,68 млн дол. США тощо. Товарна структура експорту Китаю до Індії складається з різних товарів та має велике значення для економіки обох країн [29].

З останніми роками відмічається зростання двосторонньої торгівлі між Індією та Китаєм, що призвело до того, що багато індійських компаній розпочали свою діяльність в Китаї з метою обслуговування як внутрішніх, так і міжнародних клієнтів. Ці компанії займаються різноманітними сферами,

такими як виробництво (фармацевтика, вогнетриви, ламіновані труби, автомобільні компоненти, вітрова енергетика тощо), ІТ та ІТ-послуги (включаючи навчання, програмні рішення та спеціалізовані програмні продукти), торгівля та банківська справа. Ці компанії можуть працювати в Китаї як представництва, іноземні підприємства з повною іноземною власністю (WOFЕ) або у спільних підприємствах з китайськими компаніями [47].

Деякі з відомих індійських компаній у Китаї включаючи Dr. Reddy's Laboratories, Aurobindo Pharma, Matrix Pharma, NIIT, Bharat Forge, Infosys, TCS, APTECH, Wipro, Mahindra Satyam, Dr. Reddy's, Essel Packaging, Reliance Industries, SUNDARAM Fasteners, Mahindra & Mahindra, TATA Sons, Binani Cements тощо працюють та розвивають свою діяльність [48].

Згідно з інформацією посольства Індії, понад 100 китайських компаній розпочали свою діяльність в Індії. У сфері машинобудування та будівництва інфраструктури здійснюють свою діяльність багато великих китайських державних компаній. Серед них Sinosteel, Shougang International, Baoshan Iron and Steel Ltd, Sany Heavy Industry Ltd, Chongqing Lifan Industry Ltd, China Dongfang International, Sino Hydro Corporation та інші [48].

Значна доля у двосторонній торгівлі між Китаєм та Індією належить торгівлі послугами. На рисунку 2.20 представимо динаміку двосторонньої торгівлі послугами між Китаєм та Індією у 2015-2021 рр. Експорт послуг з Китаю до Індії протягом семи років відзначався поступовим збільшенням. У 2015 році експорт послуг склав 3508 млн дол. США, зростання відбувалось до 2020 року і об'єм експорту дорівнювався 5073 млн дол. США. Зниження на 12% відбулося у 2020 році, торгівля послугами зменшилась у зв'язку з закриттям кордонів, що спричинила пандемія COVID 19. Після вжитих заходів до адаптування до ситуації, яка спричинена була пандемією у 2021 році обсяг експорту послуг Китаю до Індії знов збільшився до 5327 млн дол. США. Індія є експортером послуг з Китаю, основними послугами, що експортуються є:

бізнес послуги, подорожі, телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги, туристичні та ін [50].



Рис. 2.20. Динаміка двосторонньої торгівлі послугами між Китаєм та Індією у 2015-2021 рр., млн дол. США

Джерело: складено автором за матеріалом [50]

Імпорт послуг Китаю з Індії дещо менший за обсягом якщо порівнювати з експортом. У 2015 році показник дорівнював 2839 млн дол. США та поступово кожного року показник збільшувався до 2019 року. Протягом чотирьох років зростання відбулося на 38%. Також у 2020 році було зниження обсягу імпорту послуг, але вже у 2021 році показник збільшився, перевищив експорт і дорівнював 5536 млн дол. США. Переважно Китай імпортував до Індії бізнес послуги, транспортні, найбільше - це перевезення морським транспортом, подорожі тощо [50].

Двосторонні торговельні відносини між Індією та КНР дуже важливі через їхні великі економічні потенціали. Обидві країни мають значні ринки споживання та виробництва, що робить їх ключовими партнерами в глобальній економіці. Індія та Китай є великими торговельними партнерами.

2.3 Перспективи розвитку двосторонньої торгівлі між Індією та КНР

Торговельні відносини між Індією та Китаєм мають давню історію, в тисячолітніх культурних та торговельних зв'язках між двома державами. Найбільш систематичний початок двосторонніх торговельних відносин відзначається у більш сучасні часи. В період між 1950 та 1970 роками, торговельні відносини між Індією та Китаєм були обмеженими через різні політичні та геополітичні чинники, такі як Холодна війна та суперництво між двома країнами. Проте в 1978 році обидві країни відновили дипломатичні відносини та почали процес нормалізації своїх стосунків [51].

Після цього періоду почалися активніші торговельні взаємовідносини між Індією та Китаєм. Вони поступово розвивалися та зміцнювалися з плином часу. Обидві країни почали активно обмінюватися різними товарами та послугами, такими як текстиль, електроніка, хімічні продукти та інші.

З кожним роком торгівельні зв'язки між Індією та Китаєм посилювалися, хоча вони також зазнавали періодичних коливань через політичні та економічні фактори. Торгівля між цими двома країнами залишається важливою частиною їхніх економік і продовжує розвиватися в наш час, враховуючи глобалізаційні та технологічні тенденції [52, 53].

Менше ніж десять років тому, економічні відносини між Індією та Китаєм проявляли стійкі тенденції до зміцнення. Китай виступав як найбільший торговельний партнер Індії, і під час візиту Сі Цзіньпіна до Індії у 2014 році, тоді прогнозували надходження китайських прямих іноземних інвестицій до Індії. Індія та Китай – це дві з найбільш швидко розвиваючихся економік у світі, які мають глибокі історичні та культурні зв'язки.

Економічні відносини між Китаєм та Індією мали певні особливості. Індія спробувала реформувати та відкрити економіку в 1991 році, але цей процес не був таким успішним, як це було для Китаю. Однією з ключових відмінностей між двома економіками був рівень заощаджень [53].

Вищий поріг заощаджень у Китаї дозволив країні самостійно фінансувати масштабну модернізацію логістичної та транспортної інфраструктури. Це підтримало розвиток виробництва за рахунок прямих іноземних інвестицій, щоб стати двигуном світового експорту. Натомість Індія лише нещодавно, особливо після того, як президента Н. Моді було переобрано активізувала свої зусилля щодо залучення прямих іноземних інвестицій у виробничий сектор та сектор інфраструктури [53].

Обидві країни пройшли шлях від реформ до значного економічного зростання. З сукупним населенням понад 2,5 мільярда людей вони створюють один із найбільших ринків у сучасному світі. Крім того, вони мають численні спільні інтереси і позиції щодо глобальних питань. Індія та Китай прагнуть підсилити співпрацю та інвестиції в таких сферах, як сільське господарство, фармацевтика, ІТ-послуги, стартапи, малі та середні підприємства та туризм. Китай вже є одним з провідних прямих іноземних інвесторів в Індії, і обсяг двосторонньої торгівлі перевищив 100 млрд дол. США за останні роки. Навіть з урахуванням проблем торгового дисбалансу обидві країни розглядають можливість розширення двосторонньої взаємодії в економічній та геополітичній сферах [51].

Останні роки відбувається покращення у двосторонніх торговельних відносинах між Індією та Китаєм. Керівництво країн почало налагоджувати дипломатичні контакти, що призводить до зближення між Індією та Китаєм. Посилюється співпраця у виробничій сфері, торговельних відносинах, інвестиційній співпраці тощо. Країни розвивають спільні проекти та ініціативи, що сприяє покращенню їхніх взаємовідносин. Проводяться економічні дії, які приведуть до зниження тарифів і торговельних бар'єрів між Індією та Китаєм, що може сприяти зростанню обсягів торгівлі між країнами [54,55].

На рис. 2.21 представимо прогноз динаміки двосторонньої торгівлі між Індією та Китаєм з 2015-2026 рр.

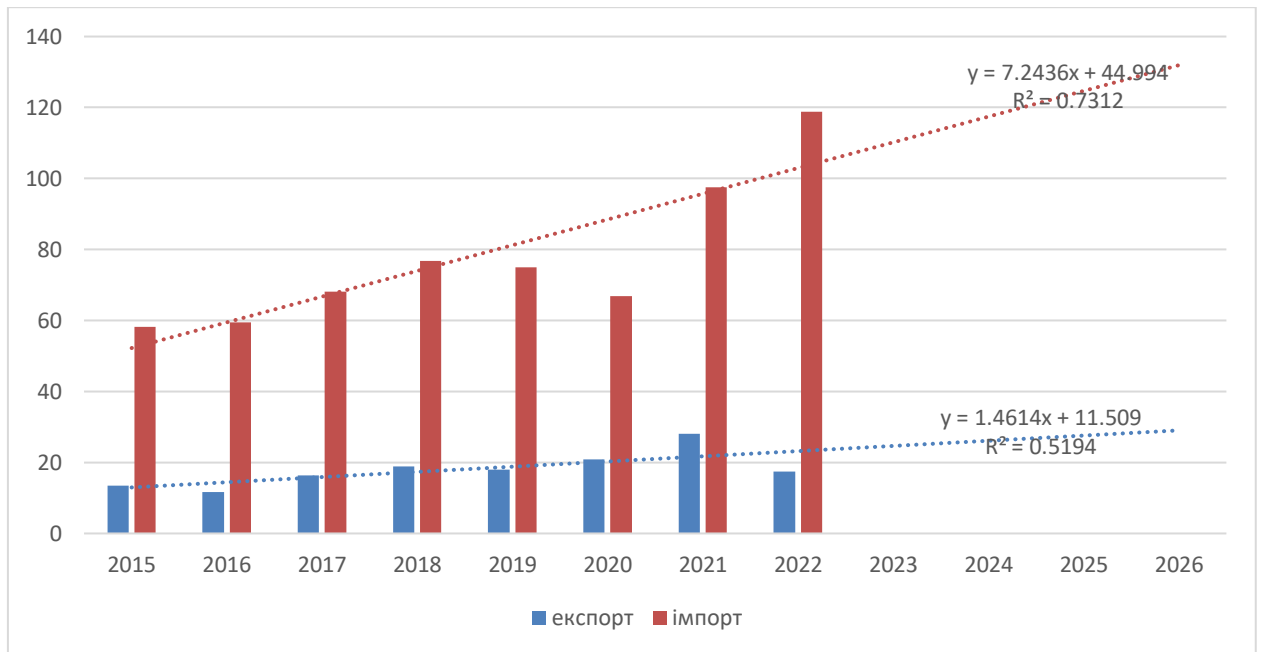


Рис. 2.21. Прогноз динаміки двосторонньої торгівлі між Індією та Китаєм з 2015-2026 рр., млрд дол. США

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів [50]

За допомогою тренд-аналіз побудували прогноз динаміки експорту товарів з Індії до Китаю з 2015 року по 2026 рік. Коефіцієнт апроксимації R^2 свідчить про те, що вірогідність прогнозу становить 51%.

Побудовано прогноз динаміки імпорту товарів з Китаю до Індії з 2015-2016 рр., за яким коефіцієнт апроксимації склав 73% і це свідчить про те, що прогноз має високу вірогідність.

У відносинах Індії та Китаю відбулися певні покращення, але важливо зауважити на те, що торговельні відносини між Індією та Китаєм залишаються складними і залежать від багатьох факторів, включаючи політичні та економічні зміни у світі.

Китайсько-індійські економічні відносини мають дві ключові проблеми. По-перше, торговельний баланс, який на користь Китаю стає все більш незбалансованим. Експорт товарів Індії до Китаю значно менше обсягу імпорту товарів Індії з Китаю. По-друге, модель економіки Індії стає схожою на китайську, особливо у сфері промислової політики [53].

Двостороння торгівля Індії з Китаєм, незважаючи на низку торговельних обмежувальних заходів, запроваджених урядом Індії, відображає стійкість і взаємодоповнюваність економік двох країн на нинішньому етапі розвитку. Потужний імпорт із Китаю в основному підтримується сильним попитом країни на проміжні товари, такі як активні фармацевтичні інгредієнти, життєво важливі інгредієнти для її фармацевтичної промисловості та електронні компоненти для індустрії виробництва смартфонів [57].

Для покращення співпраці індійсько-китайські економічні відносини формуються через різні механізми діалогу, такі як:

- Спільна група з економічних відносин, науки і технологій (JEG), очолювана міністрами торгівлі Індії та Китаю. Спільна економічна група (JEG) була створена в 1988 році під час візиту прем'єр-міністра Раджива Ганді до Китаю для обговорення питань торговельної співпраці. Наразі було проведено 11 JEG, остання в Делі в березні 2018 року. Під час 9-ї JEG сторони також створили три робочі групи з економічного та торговельного планування (ETPC), статистичного аналізу торгівлі (TSA) та сприяння торгівлі послугами [46].

- Стратегічний економічний діалог (SED) було започатковано під час візиту прем'єр-міністра Китаю Вень Цзябао до Індії в грудні 2010 року для обговорення макроекономічної співпраці. Наразі відбулося 5 засідань SED, останнє відбулося в Пекіні в квітні 2018 року. Працює 5 робочих груп під SED: інфраструктура, навколишнє середовище, енергетика, високі технології та координація політики.

- NITI Aayog – Центр досліджень розвитку Китаю. Центр було створено відповідно до Меморандуму про взаєморозуміння, підписаного під час візиту прем'єр-міністра Нарендри Моді до Китаю в травні 2015 року для обговорення питань глобального економічного співробітництва та ін.

Двосторонні торговельні відносини Індії та Китаю відзначаються позитивними перспективами співробітництва. Головною складовою є зростання торгівлі у сфері електроніки, текстилю, фармацевтичній галузі

тощо. Існують деякі проблеми, які пов'язані з напруженістю через політичні конфлікти. Індія та Китай стикаються зі змінами в балансі торгівлі. Індія часто має торговельний дефіцит з Китаєм, що може стати питанням для обговорення та впливати на торговельні відносини.

Співробітництво Індії та Китаю відбувається у спільних інвестиційних проектах. Країни розвивають спільні інвестиційні проекти та покращенням інфраструктури у регіоні. Цей напрямок співпраці покращить економічні зв'язки та позитивно відзначиться на розвитку торгівлі між країнами.

Останнім часом Китай був головним торговим партнером Індії. Економічні відносини між двома країнами вважаються одними з найбільш значущих двосторонніх відносин у сучасному глобальному економічному світі. Індія також докладає постійних зусиль для досягнення більш збалансованої торгівлі з Китаєм, включаючи двосторонні зобов'язання щодо усунення нетарифних бар'єрів для індійського експорту до Китаю. Завдяки великому обміну товарами та послугами дві країни рухаються вперед неймовірною швидкістю та представляють собою найдинамічніші економіки.

Висновки до другого розділу

1. Китай та Індія є активними учасниками світового ринку товарів та послуг. Індія є країною, що активно розвивається та налагоджує торговельні зв'язки з країнами світу. Експорт товарів Індії менше імпорту і це свідчить про те, що країна більше імпортує товарів. Географія торговельного співробітництва налічує такі країни, як США, ОАЕ, Нідерланди, Китай тощо. Країна має великий внутрішній споживчий ринок за рахунок великої кількості населення. Індія експортує широкий спектр товарів, включаючи текстильні вироби, дорогоцінне каміння та природні ресурси, хімічні продукти, інженерні товари, програмне забезпечення та послуги з інформаційних технологій. Індія продовжує активно розвивати свою участь у світовій торгівлі, при цьому виступаючи як великий експортер та імпортер різних товарів і послуг.

Китай у світовій торгівлі товарами посідає перше місце серед усіх країн світу. Країна є однією з найбільших економік світу. Основними торговельними партнерами Китаю є США, Гонконг, Японія, Південна Корея, Індія тощо. Китай постачає на світові ринки велику кількість товарів, включаючи електроніку, текстиль, іграшки, автомобілі, меблі та інші товари. Китай є великим імпортером сировини, такої як нафта, природний газ, метали та інші сировинні матеріали, для своєї промисловості. Китай відіграє важливу роль у глобальній економіці через свою велику та різноманітну промисловість, активну участь у міжнародній торгівлі та значні обсяги експорту та імпорту.

2. В останні роки Китай став головним торговельним партнером Індії, а їхні економічні зв'язки вважаються одними з найбільш значущих у сучасному світовому економічному ландшафті. Двосторонні торговельні відносини Індії та Китаю протягом багатьох років мають динамічний характер. Експорт товарів та послуг з Китаю до Індії перевищує, імпорт. За останні роки показники обсягу двосторонньої торгівлі між країнами зростають і це спричинено близьким географічним положенням, активністю та розміром внутрішнього споживчого ринку Індії, різноманітністю товарів та послуг Китаю.

3. Перспективи торговельних відносин між Індією та Китаєм залежать від різних факторів, включаючи політичні, економічні та геополітичні чинники. Політика індійського уряду робить постійні зусилля для створення більш збалансованих торговельних відносин з Китаєм, у тому числі шляхом двосторонніх зобов'язань у виключенні нетарифних бар'єрів для індійського експорту до Китаю. Завдяки великому обсягу торгівлі товарами та послугами обидві країни рухаються вперед швидко та являють собою прогресивні економіки, які визначають нові стандарти у міжнародних відносинах. Індія та Китай працюють над збільшенням обсягів торгівлі та інвестицій між собою. Розвивають нові ринки та галузі співпраці, такі як технології, інфраструктура та послуги. Враховуючи різноманіття та потенціал

Індії та Китаю, розвиток торговельних відносин між ними може мати значний вплив на глобальну економіку та регіональну стабільність.

ВИСНОВКИ

При написанні кваліфікаційної роботи бакалавра ми дійшли наступних висновків:

1. Початок розвитку міжнародної торгівлі сприяв появі теорій міжнародної торгівлі. Наукові погляди представляють теоретичне функціонування міжнародної торгівлі. Різноманітні теорії та концепції пояснюють теоретичне підґрунтя міжнародної торгівлі. Теорії міжнародної торгівлі почали розвиватися вже в XVIII столітті. Меркантилістська теорія, теорія абсолютної переваги Адама Сміта, відносної переваги Д. Рікардо тощо. У Другій половині XX століття неокласичні економісти, наприклад Пол Кругман представив теорію ефекту масштабу. У 1970-1980 роках почали з'являтися теорії нової торгівлі: теорія подібності країн С.Б. Ліндера, теорія життєвого циклу Р. Вернона, теорія глобального стратегічного суперництва, теорія порівняльних переваг М. Портера тощо. Різноманітність теорій разом утворюють широкий спектр концепцій та моделей, які допомагають розуміти, пояснювати явища та тенденції в міжнародній торгівлі.

2. Міжнародна торгівля - це обмін товарами та послугами між країнами. Вона є ключовим елементом глобалізації та економічного розвитку. Сутність міжнародної торгівлі полягає у взаємному обміні товарами та послугами між країнами, який базується на спеціалізації виробництва та використанні відносних переваг. Розвиток міжнародної торгівлі поділяється на п'ять етапів. Кожному етапу присутні свої особливості та характеристики. Сутність міжнародної торгівлі полягає в створенні можливостей для країн розвивати економіку, збільшувати виробництво та забезпечувати споживачів більш широким асортиментом товарів і послуг за доступними цінами. Для сучасного глобалізованого світу міжнародна торгівля відіграє велике значення. Надає можливості для обміну товарами та послугами між різними країнами, відкриває нові ринки для виробників, сприяє розвитку виробництва,

залученню інвестицій, зростанню зайнятості та підвищенню життєвого рівня населення, розвитку міжнародного бізнесу та електронної комерції тощо.

3. Азіатські країни Китай та Індія на світовому ринку товарів та послуг є активним учасниками. На сучасному етапі розвитку Індія та Китай є світовими країнами-лідерами з експорту товарів та послуг. Китай посідає перше місце серед країн світу за експортом товарів і друге за імпортом. Індія посідає вісімнадцяте місце за експортом товарів. Географічна структура експорту та імпорту Індії характеризується значною кількістю торговельних партнерів, а саме: США, ОАЕ, Нідерланди, Китай, Бангладеш, Сінгапур, Великобританія тощо. Основними торговельними партнерами Китаю є США, Гонконг, Японія, Південна Корея, Індія, В'єтнам, Німеччина тощо. Експорт товарів Китаю кожного року зростає і відрізняється своєю динамічністю та різноманітністю товарної структури. Індія експортує різні товари, включаючи текстильні вироби, дорогоцінне каміння та природні ресурси, хімічні продукти, інженерні товари, програмне забезпечення та послуги з інформаційних технологій.

Міжнародна торгівля послугами Індії є значним компонентом глобальної економіки, оскільки Індія стала однією з найбільших експортерів послуг у світі. Індія відома своїм розвиненим сектором інформаційних технологій, який включає розробку програмного забезпечення, обробку даних, аутсорсинг ІТ-послуг та інші ІТ-послуги. Багато компаній зі Сполучених Штатів, Європи та інших країн аутсорсують свої ІТ-проекти в Індію через її високу експертизу та конкурентоспроможні ціни. Індія також розвивається як центр фінансових послуг, таких як банківські послуги, страхування, управління активами та інвестиційні послуги.

Китай в останні десятиліття став великим постачальником різноманітних послуг на світовий ринок. Китайські компанії надають послуги в галузі розробки програмного забезпечення, інформаційних технологій, інженерії та консалтингу. Китай розвивається як центр фінансових послуг у регіоні,

китайські компанії пропонують послуги банкінгу, страхування, управління активами та інвестиційні послуги для іноземних клієнтів.

4. Двосторонні торговельні відносини між Індією та Китаєм характеризуються поступовою економічною співпрацею та взаємодією в різних сферах. Для Індії Китай є одним з головних торговельних партнерів. Індія та Китай активно торгують між собою різними товарами. Основними товарними позиціями є мінеральне паливо, органічні хімікати, риба та ракоподібні, рудні шлаки та золи, машини та обладнання тощо. Експорт товарів з Китаю до Індії перевищує імпорт Китаю з Індії.

Країни взаємодіють у торгівлі послугами, зокрема в галузях інформаційних технологій, фінансів, медицини тощо. Незважаючи на співпрацю, між Індією та Китаєм існують конкурентні відносини у деяких галузях, таких як виробництво товарів та залучення іноземних інвестицій. Торговельні відносини між Індією та Китаєм є важливим елементом їхньої взаємодії в економічній сфері, але вони також можуть бути ускладнені економічними та політичними причинами.

5. Визначено перспективи торговельних відносин між Індією та Китаєм, які включають в себе фактори, що сприяють розвитку торгівлі, інвестиційної співпраці та інших сфер. Обидві країни мають великі економіки з високим потенціалом для зростання двосторонньої торгівлі. Проаналізувавши проведений нами тренд аналіз можна зазначити, що імпорт товарів з Китаю до Індії буде продовжувати зростати, а експорт товарів з Індії до Китаю може збільшитися, але з незначними змінами. Двостороння співпраця між Індією та Китаєм буде продовжувати поглиблюватись, що призведе до посилення співпраці у торгівлі товарами та послугами, налагодженню діалогу у політичній співпраці. З високим рівнем експертизи в галузі інформаційних технологій та інших послуг, Індія та Китай можуть розвивати більш глибоку співпрацю в цих секторах. Це може включати спільні проекти з програмування, аутсорсингу, фінансові послуги та інше. Індія та Китай будуть розширювати співпрацю в галузі прямих інвестицій. Це може

включати спільні проекти в інфраструктурі, виробництві та інших галузях. Політичні та геополітичні зміни можуть впливати на торговельні відносини між країнами. Індія та Китай враховуючи свої економічні можливості у подальшому двосторонньому торговельному співробітництві будуть розвивати та покращувати свої торговельні відносини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. What Is International Trade Theory? URL: <https://open.lib.umn.edu/internationalbusiness/chapter/2-1-what-is-international-trade-theory/>
2. What Is International Trade? What Are the Different International Trade Theories? URL: https://saylordotorg.github.io/text_international-business/s06-01-what-is-international-trade-th.html
3. Гарбера О. Є. Теоретичні основи дослідження міжнародного ринку послуг в світовій економічній системі. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2009/18.pdf
4. Jahongir Ergashov. International trade theories. Tashkent State University of Economics. 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/376173324_International_trade_theories
5. Міжнародні економічні відносини: підручник / За редакцією А. П. Голікова, О. А. Довгаль. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. 602 с.
6. Maurice Allais, Bela Balassa, Trent J. Bertrand. International trade, Mar. 08, 2024. URL: <https://www.britannica.com/money/international-trade>
7. Absolute Advantage: Definition, Benefits, and Example. The Investopedia Team. September 30, 2023. URL: <https://www.investopedia.com/terms/a/absoluteadvantage.asp>
8. Karl Montevirgen. comparative advantage/economic theory. The Editors of Encyclopaedia Britannica/ Mar. 14, 2024. URL: <https://www.britannica.com/money/comparative-advantage>
9. Carol M. Kopp. Heckscher-Ohlin Model Definition: Evidence and Real-World Example. April 27, 2022. URL: <https://www.investopedia.com/terms/h/heckscherohlin-model.asp>
10. Heckscher-Ohlin theory. URL: <https://www.britannica.com/money/Heckscher-Ohlin-theory>

11. Country Similarity Theory of International Trade. MBA Knowledge Base. URL: <https://www.mbaknol.com/international-business/country-similarity-theory-of-international-trade/>
12. Козик В.В., Пайкова Л.А., Давиленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник. URL: <https://buklib.net/books/21990/>
13. Carol M. Kopp. Product Life Cycle Explained: Stage and Examples. February 26, 2024. URL: <https://www.investopedia.com/terms/p/product-life-cycle.asp#:~:text=A%20product%20life%20cycle%20is,growth%2C%20maturity%2C%20and%20decline.>
14. Guide to the Product Life Cycle Theory (With Examples). Indeed Editorial Team/September 29, 2023. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/product-life-cycle-theory>
15. What Is International Trade Theory? BUS501: Strategic Management. URL: <https://learn.saylor.org/mod/book/view.php?id=32092&chapterid=10526>
16. Reem Heakal. International (Global) Trade: Definition, Benefits, Criticisms. December 18, 2023. URL: <https://www.investopedia.com/insights/what-is-international-trade/>
17. Теорія і практика зовнішньої торгівлі : навчальний посібник / Л. І. ГригороваБеренда, М. В. Шуба. – 2-ге вид., випр., перероб. і доп. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. – 136 с.
18. Міжнародна торгівельна діяльність: підручник / Рокоча В.В., Алькема В.Г., Терехов В.І. та ін. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/pidruchniki/rokocha_0004.pdf
19. Коваленко П.К. Зовнішня торгівля України. URL: <https://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/53-dvadtsyat-tretya-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/578-zovnishnya-torgivlya-ukrajini>
20. What is Foreign Trade? What Are The Types? URL: <https://perralojistik.com/en/what-is-foreign-trade>

21. Павленко І. І., Варяниченко О. В., Навроцкая Н. Міжнародна торгівля та інвестиції: навчальний посібник. URL: <https://library.nusta.edu.ua/depository/%D0%9E%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D1%96%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8/%D0%9C%D0%86%D0%96%D0%9D%D0%90%D0%A0%D0%9E%D0%94%D0%9D%D0%90%20%D0%A2%D0%9E%D0%A0%D0%93%D0%86%D0%92%D0%9B%D0%AF.pdf>
22. Основні показники міжнародної торгівлі. URL: <https://buklib.net/books/26721/>
23. Міжнародна торгівля. URL: <https://studfile.net/preview/5483864/>
24. Ярмач О. В., Черняєва А. О. Сучасні тенденції розвитку міжнародної торгівлі та глобалізації. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/43_2020_ukr/9.pdf
25. Етапи розвитку міжнародної торгівлі. Реферат. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/international-relations/19120/>
26. India: Gross domestic product (GDP) in current prices from 1987 to 2028. URL: <https://www.statista.com/statistics/263771/gross-domestic-product-gdp-in-india/>
27. GDP of India: Current and historical growth rate, India's rank in the world. URL: <https://www.forbesindia.com/article/explainers/gdp-india/85337/1>
28. International Trade Administration. URL: <https://www.trade.gov/knowledge-product/exporting-india-market-overview>
29. Trade Map. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
30. India Exports, Imports, and Trade Partners. URL: <https://oec.world/en/profile/country/ind>
31. India China Trade. India Brand Equity Foundation. Mar, 2024. URL: <https://www.ibef.org/indian-exports/india-china-trade>

32. World o meter. URL: <https://www.worldometers.info/gdp/gdp-by-country/>
33. Santandertrade. URL: <https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/india/foreign-trade-in-figures>
34. Trend Economy. URL: <https://trendeconomy.com/data/h2/India/TOTAL>
35. India's Top Imports: A Comprehensive Analysis By Country Of Origin/ Import, export federation. URL: <https://importexportfederation.com/import-export-business/>
36. WTO. URL: https://stats.wto.org/dashboard/services_en.html
37. China Trade to GDP Ratio 1960-2024. URL: <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/CHN/china/trade-gdp-ratio>
38. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/263661/export-of-goods-from-china/>
39. China Trade Balance 1960-2024. URL: <https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/CHN/china/trade-balance-deficit#:~:text=China%20trade%20balance%20for%202022,a%2045.14%25%20increase%20from%202018.>
40. OEC. URL: <https://oec.world/en/profile/country/chn>
41. Chinese foreign trade in figures. URL: https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/china/foreign-trade-in-figures?url_de_la_page=%2Fen%2Fportal%2Fanalyse-markets%2Fchina%2Fforeign-trade-in-figures&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser
42. Офіційний сайт Світового Банку. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BG.GSR.NFSV.GD.ZS?locations=CN>
43. Navigating India-China Economic Relations: Scrutiny, Investment, and Policy Outlook. <https://moderndiplomacy.eu/2024/03/15/navigating-india-china-economic-relations-scrutiny-investment-and-policy-outlook/>

44. India Exports to China. URL:
<https://tradingeconomics.com/india/exports/china>
45. China Exports to India. URL:
<https://tradingeconomics.com/china/exports/india>
46. Trade and Economic Relations. URL:
https://www.eoibeijing.gov.in/eoibeijing_pages/MjQ,#:~:text=From%202015%20to%202022%2C%20India,second%20time%20in%20a%20row
47. Rishi Dwesar, Ankit Kesharwani· Examining Intra-Industry Trade between India & China: Is India on the Right Track Scientific Research. URL:
<https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=94335>
48. Naina Bhardwaj. India-China in 2023: Bilateral Trade and Investment Prospects. URL: <https://www.india-briefing.com/news/india-china-bilateral-trade-and-investment-prospects-26894.html/>
49. The General Administration of Customs of the People's Republic of China (GACC). URL:
<http://english.customs.gov.cn/Statistics/Statistics?ColumnId=1&page=2>
50. World trade organization. URL:
https://stats.wto.org/dashboard/services_en.html
51. The Shifting Dynamics of China-Indian Relations: A New Chapter in Global Politics. URL: <https://medium.com/@IRExplained/the-shifting-dynamics-of-china-indian-relations-a-new-chapter-in-global-politics-84c75802e3f0>
52. Future Perspectives of India-China Relations. URL:
<https://asiasociety.org/hong-kong/events/future-perspectives-india-china-relations>
53. China-India relations and their impact on Europe. URL:
<https://www.bruegel.org/newsletter/china-india-relations-and-their-impact-europe>
54. India-China Relations Are Unlikely to See Much Progress. URL:
<https://chinapower.csis.org/analysis/rajagopalan-india-china-relations/>
55. Navigating India-China Economic Relations: Scrutiny, Investment, and Policy Outlook. URL: <https://moderndiplomacy.eu/2024/03/15/navigating-india-china-economic-relations-scrutiny-investment-and-policy-outlook/>

56. The Shifting Dynamics of China-Indian Relations: A New Chapter in Global Politics. URL: <https://medium.com/@IRExplained/the-shifting-dynamics-of-china-indian-relations-a-new-chapter-in-global-politics-84c75802e3f0>

57. China's trade with India expands 15.8% in first two months, one of the fastest growth rates among major trade partners. URL: <https://www.globaltimes.cn/page/202403/1308387.shtml>

58. Кваліфікаційна робота : методичні рекомендації до виконання для студентів спеціальності «Міжнародні економічні відносини»; перший (бакалаврський) рівень вищої освіти / уклад. Л. І. Григорова-Беренда, Н. А. Казакова, С. А. Касьян, Н. В. Непрядкіна, О. В. Ханова (5-те вид., перероб. і доп.). – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. 38 с.