

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

Економічний факультет
Кафедра міжнародної економіки та світового господарства

Реєстр № _____
Нормоконтролер

«До захисту»
В. о. завідувача кафедри
к.е.н., доц. Тетяна ШУБА

**УЧАСТЬ КИТАЮ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ:
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Кваліфікаційна робота магістра

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

Хан РУІ

Науковий керівник :
к. г. н., доцент

Олена ШУБА

Харків – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ.....	8
1.1. Основні етапи розвитку, специфічні риси, методи та форми міжнародної торгівлі	8
1.2. Еволюція теорій міжнародної торгівлі.....	15
1.3. Показники моніторингу результативності міжнародної торгівлі	22
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ УЧАСТІ КИТАЮ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ.....	29
2.1. Товарна та географічна структура експорту Китаю	29
2.2. Товарна та географічна структура імпорту Китаю.....	43
2.3. Зовнішньоторговельні відносини України та Китаю.....	56
Висновки до розділу 2.....	69
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ УЧАСТІ КИТАЮ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ.....	72
3.1. Особливості торговельної політики Китаю.....	72
3.2. Перспективи експорту та імпорту Китаю.....	82
Висновки до розділу 3.....	88
ВИСНОВКИ.....	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	96

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Економіка Китаю є експортно-орієнтованою, з високим рівнем диверсифікації. Останні десятиліття характеризуються зростанням ролі Китаю у світовій торгівлі, що стало можливим за рахунок реалізації економічних реформ, залученню іноземних інвестицій у розвиток інфраструктури та технологій. Роль Китаю у світовій торгівлі почала різко зростати після вступу до Світової організації торгівлі (СОТ) у 2001 році. Також посилюється зв'язок зовнішньоекономічної діяльності з інноваціями, продовжується процес трансформації існуючої моделі економічного зростання, яка передбачає зміщення уваги з експорту на стимулювання внутрішнього споживання. Незважаючи на те, що для Китаю погіршуються зовнішні умови експортної діяльності, включаючи американсько-китайську торговельну конфронтацію, в країні розроблено стратегією подальшого розвитку зовнішньої торгівлі за рахунок нових чинників зростання конкурентоспроможності. Країна залишається одним із найбільших експортерів та імпортерів у світі, а товари, виготовлені в Китаї, присутні на всіх континентах.

Перспективи експорту Китаю залежать від дії зовнішніх чинників, серед яких суттєвою перешкодою є зростання торговельних бар'єрів та торговельні конфлікти з великими економіками, зокрема США. Китай вже намагається переорієнтувати свій експорт до країн Південно-Східної та Південної Азії, але і ці країни запроваджують протекціоністські заходи. Так, уряд Індії планує збільшити тарифи на китайську сталь, уряд Індонезії оголосив про запровадження нових мит на імпорт текстилю, Малайзія вже ініціювала антидемпінгове розслідування стосовно імпорту пластику. Крім того, Китай зазнає тиску з боку міжнародної спільноти щодо зменшення викидів парникових газів і нехтування цих вимог може призвести до екологічних санкцій і втрати ринків розвинутих країн.

Важливим фактором, що сприятиме розвитку торговельних зв'язків між

Китаєм та іншими країнами, є інфраструктурний проєкт «Один пояс, один шлях» (Belt and Road Initiative), що має на меті будівництво транспортних коридорів, які дадуть можливість виходу на нові ринки. Особлива роль у міжнародній торгівлі відводиться Китаєм країнам, так званого, Глобального Півдня, що дозволить китайським компаніям отримувати в цих країнах потрібну їм сировину та виходити на ринки зі своєю продукцією.

Китай залишається одним з найбільших експортерів і імпортерів, зміцнюючи свої позиції за рахунок технологічних інновацій і торговим угодам, переорієнтовуючи торговельні потоки в країни так званого «Глобального Півдня». Разом з тим, нові виклики, серед яких торговельні конфлікти з США та країнами ЄС та зміни в глобальних ланцюгах постачання можуть змінити роль Китаю у світовій торгівлі, що робить тему дослідження актуальною.

Ступінь наукової вивченості. Значний вклад у дослідження сутності міжнародної торгівлі внесли такі науковці, як Л.М. Савчук, М.В. Корнеєва (досліджували становлення міжнародної торгівлі), Ю.Г. Козак, Н.С. Логвінова, М.І. Барановська (охарактеризували основні етапи розвитку міжнародної торгівлі), Т.М. Циганкова, Л.П. Петрашко, Т.В. Кальченко (висвітлили специфічні риси, методи та форми міжнародної торгівлі). Н.С. Мамонтенко, А.В. Манічева зосередились на основних перевагах та недоліках методів міжнародної торгівлі. Теорії міжнародної торгівлі та конкурентоспроможності розглядали В. Єрохін, Г. Тяньмін, Я.В. Андрій. Р. Зварич та Лінхай Вей аналізували торгові відносини Китаю з Україною. З.А. Атаманчук, Т.В. Орехова та Ю.Б. Поповський визначили пріоритетні напрямки розвитку українсько-китайського економічного співробітництва. О. Раєвнева та Руй Су провели аналіз зовнішньоекономічних відносин між Україною та Китаєм. В роботі Пун Ч.Х. розглянуто правила торгівлі Китаю. Роль Китаю в системі багатосторонньої торгівлі досліджували Штефан Пантекук, Івонн Бартманн і Хайо Ланц. Янь Х., Сяо В., Ден К., Сюн С. провели аналіз впливу невизначеності торговельної політики США на Китай. Вплив невизначеності

торговельної політики США на торговельну націнку китайського експорту до США визначили Р. Занг та Ю. Кіо. П. Файгельбаум та А.К. Хандельвел визначили економічні наслідки торговельної війни між США та Китаєм.

Мета і завдання дослідження. Мета роботи – на основі аналізу методології дослідження та статистики міжнародної торгівлі визначити сучасний стан, особливості та перспективи участі Китаю у міжнародній торгівлі. Мета роботи визначила такі основні дослідницькі завдання кваліфікаційної роботи, рішення яких подано в роботі:

- розглянути основні етапи розвитку, специфічні риси, методи та форми міжнародної торгівлі;
- дослідити еволюцію теорій міжнародної торгівлі;
- визначити найпоширеніші показники моніторингу результативності міжнародної торгівлі;
- проаналізувати товарну та географічну структуру експорту та імпорту Китаю;
- дослідити зовнішньоторговельні відносини України та Китаю;
- узагальнити особливості торговельної політики та основні перспективи участі Китаю в міжнародній торгівлі.

Об’єкт та предмет дослідження. Об’єктом виступає міжнародна торгівля. Предметом дослідження є сучасний стан, особливості та перспективи участі Китаю у міжнародній торгівлі.

Методи дослідження. При дослідженні сучасного стану та перспектив розвитку участі Китаю у міжнародній торгівлі нами були використані такі методи:

- аналіз та синтез – для розділення зовнішньої торгівлі Китаю на складові частини, такі як експорт, імпорт, торгові партнери тощо, та об’єднання отриманих знань для формування цілісного уявлення про роль Китаю в міжнародній торгівлі;
- графічний метод – для наочного представлення та аналізу участі Китаю у міжнародній торгівлі;

- індукція та дедукція – для узагальнення окремих фактів та даних (наприклад, статистичні показники експорту та імпорту) для виявлення загальних закономірностей участі Китаю в міжнародній торгівлі, а також виведення конкретних висновків із загальних положень та теорій;
- класифікація – для упорядкування даних про торговельні відносини Китаю за різними критеріями (галузі, ринки, типи продукції);
- систематизація – для структуризації знань про зовнішню торгівлю Китаю;
- прогнозування – для визначення подальшої участі Китаю у міжнародній торгівлі на основі аналізу поточних тенденцій, статистичних даних і сучасних економічних умов.

Також у роботі використано тренд-аналіз для прогнозу показників зовнішньої торгівлі Китаю.

Апробація результатів дослідження. Результати досліджень за тематикою кваліфікаційної роботи були оприлюднені в тезах «Роль Китаю у світовій торгівлі», Науковий простір: аналіз, сучасний стан, тренди та перспективи: матеріали VI Всеукраїнської студентської наукової конференції, м. Київ, 18 жовтня, 2024 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2024. — 544 с., с. 144-146 та в статті: Шуба О. А., Хан Руї. Позиції автовиробників КНР на світовому автомобільному ринку. Бізнес Інформ. 2023. №10. С. 63–70.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 74 найменувань. Загальний обсяг роботи – 104 сторінок, у тому числі 18 рисунків та 27 таблиць.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

1.1. Основні етапи розвитку, специфічні риси, методи та форми міжнародної торгівлі

Міжнародна торгівля, яка відноситься до складових міжнародних економічних відносин (становить майже 80%), відноситься до основних рушійних сил економічного розвитку сучасного світового господарства. Історично, саме міжнародна торгівля товарами стала першою і головною сферою міжнародних економічних відносин. Класичне визначення поняття «міжнародна торгівля» полягає у його розумінні як сфери міжнародних товарно-грошових відносин, тобто сукупності зовнішньої торгівлі усіх країн світу [1].

Колектив авторів підручника «Міжнародна торговельна діяльність» (за ред. В. Рокочи), дає наступне визначення терміну «міжнародна торгівля»: це «форма зв'язку між споживачами та товаровиробниками різних держав, яка з'являється на базі розвитку міжнародного поділу факторів виробництва» [2, с. 12].

Зазвичай поняття «міжнародна торгівля» та «зовнішня торгівля» використовують як тотожні, але є науковці, які стверджують, що зовнішня торгівля та міжнародна торгівля схожі, але не обов'язково ідентичні [3].

Разом з цим, існує і підхід, згідно якого термін «міжнародна торгівля» є більш широким поняттям, ніж «зовнішня торгівля»: так, термін «міжнародна торгівля» відноситься до характеристики торгівлі всіх країн між собою, а термін «зовнішня торгівля» характеризує торгівлю двох країн між собою [4, с. 80-81].

Існують різні критерії, які використовують для періодизації розвитку міжнародної торгівлі, серед яких найчастіше використовують критерій, який

називають «основні події в світі», згідно якого виділяють п'ять етапів еволюції міжнародної торгівлі [5, с. 29]:

I етап – початковий період (1500-1850 рр.), який починається з великих географічних відкриттів, що безпосередньо вплинули на створення експортних потоків з метрополій у нововідкриті землі. Експортні товари в метрополіях вироблялись з сировини, яка імпортувалась з колоній. Така колоніальна торгівля сприяла становленню зовнішньої та міжнародної торгівлі. З часом мануфактурне виробництво, машинна індустрія, розвиток транспорту (автомобільні перевезення, залізниці та пароплави) радикально змінили експортні та імпортні можливості, національні ринки почали розширюватися до регіональних, а потім сформовані локальні центри міжнародної торгівлі створили світовий ринок. В цей період зростає значення міжнародної торгівлі для економік окремих країн і темпи зростання міжнародного товарообігу починають випереджати темпи зростання промислового виробництва, а центр міжнародної торгівлі формується в Європі.

До основних характеристик першого етапу відносяться наступні:

- зростає вплив держави на взаємовідносини країн в міжнародній торгівлі;
- поширюється протекціонізм, який використовувався урядами для підтримки національних товаровиробників;
- виникнення перших ознак майбутньої політики вільної торгівлі [6].

II етап – період становлення політики вільної торгівлі та розширення міжнародного товарообігу (1850-1914 рр.), який характеризується індустріальним розвитком країн Європи та США. В цей період продовжується тенденція зростання торгівлі більш швидшими темпами, ніж виробництва. Економіка європейських країн стала більш відкритою, також змінилася товарна структура міжнародної торгівлі: торгівля сировинними товарами поступово змінюється на обмін промисловими виробами.

До основних характеристик другого етапу відносяться наступні:

- подальший розвиток технології виробництва продукції;

- інноваційний розвиток транспортної галузі;
- поява нових ринків збуту;
- посилення протекціонізму в окремих країнах. Сам характер протекціонізму змінюється з захисного на наступальний, який спрямований вже не на захист слабких галузей національної економіки, а на підтримку експортної експансії розвинутих та монополізованих галузей [6].

III етап – період, який був між двома світовими війнами (1914-1945 рр.), за цей період перша світова війна зруйнувала економіку європейських країн; друга світова війна зруйнувала світову економічну систему, тому всі характеристики цього періоду пов'язані саме з цими подіями:

- внаслідок військових дій була знищена інфраструктура міжнародної торгівлі;
- торговельні зв'язки між країнами практично не існували;
- зростання міжнародної торгівлі відставало від темпів розвитку виробництва;
- основними експортними товарами знову стали сировина, продовольство та паливо;
- посилення митного протекціонізму (тарифні та нетарифні методи) регулювання торгівлі [6].

Велика економічна депресія (1929-1933 рр.) негативно вплинула на ефективність внутрішньої торгівлі та змінила відношення до торгівлі, яку раніше визначали як рушійну силу економічного зростання. Після Другої світової війни сформувались дві світові системи господарств і уряди більшості країн світу зосередились на питаннях лібералізації міжнародної торгівлі, чому мала сприяти створена Бреттон-Вудська валютна система.

IV етап – повоєнний період, який почався з 1945 р. і продовжився до першої половини 70-х рр. В цей період відбулись значні події, які вплинули на розвиток міжнародної торгівлі, серед яких можна виділити наступні:

- закінчився розпад світової колоніальної системи, в наслідок чого колишні колоніальні держави стали новими учасниками на світовому ринку товарів;

- почався вивіз капіталу з метою освоєння нових ринків збуту та отримання можливостей доступу до джерел сировини;

- створення міжнародних організацій, поява яких сприяла співробітництву держав в економічній сфері. Так, у 1947 р. була заснована Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ), яка суттєво прискорила лібералізацію в сфері митно-тарифних заходів, результатом чого середні щорічні темпи зростання обсягів світової торгівлі склали в різні роки від 6% до 8,9 % [6].

Також відбулись зміни в товарній структурі експорту: збільшувалась частка машин, устаткування та транспортних засобів з одночасним зменшенням сільськогосподарської продукції. Знову посилився вплив держави на розвиток міжнародної торгівлі, почався перехід від протекціонізму до лібералізації, якій сприяло формування інтеграційних угруповань, в межах яких застосувались преференційні митно-тарифних заходи.

V етап – сучасний період, який почався з кінця 70-х років під впливом глобалізації світової економіки і супроводжувався такими основними подіями:

- відбувся крах Бреттон-Вудської валютної системи (внаслідок світової фінансової кризи в 1971 - 1973 рр.), та формування принципово нової Ямайської валютної системи;

- нафтові кризи 1974 і 1979 років, причиною яких було стрімке підвищення цін на нафту та нафтопродукти однією з нових організацій – ОПЕК (Організація країн-експортерів нафти);

- банківська криза, яка розпочалась в США (1979 р.), результатом якої стало значне підвищення відсоткових ставок по кредитам і одержувачі приватних банківських кредитів, серед яких більшістю були країни, що розвиваються, опинились на межі банкрутства;

- світова криза заборгованості 1982 р., яка напряду була пов'язана з підвищенням відсоткових ставок по кредитах і призвела до значних проблем з обслуговування зовнішнього боргу країнами, що розвиваються;

- продовження тенденції до зміцнення існуючих інтеграційних угруповань та поява нових;

- перехід від централізовано-планової економіки до ринкової багатьох країн (1989 – 1992 роки) східноєвропейських країн та окремих країн Азії та Латинської Америки, завдяки чому ці країни перетворились в привабливі ринки збуту [6];

- створення в 1995 р. Світової організації торгівлі (СОТ), яка стала правонаступницею Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ) і значно сприяла збільшенню обороту світової торгівлі;

- світова фінансова криза (2008-2009 рр.), наслідком якої стало падіння світового попиту, з відповідним падінням обсягів виробництва в країнах Європи, Китаї та Індії, що зменшило і обсяги міжнародної торгівлі [5];

- пандемія коронавірусу (2019 р.), яка стала серйозним викликом для міжнародної торгівлі: карантинні обмеження, закриття магазинів та крамниць призвели до стрімкого падіння попиту на товари та послуги (до 18,5%). Саме пандемія виявила слабкі сторони глобалізації: значна кількість постачальників, які були розташовані у різних країнах світу, примусила виробників пристосовуватись до локдаунів у кожній країні;

- торговельні обмеження (мита та квоти), запроваджені більшістю країн у 2018-2020 рр. призвели до суттєвого зростання світових цін на сировину та готову продукцію, а також загострило цілу низку проблем, включаючи інфляцію та енергетичну кризу [7];

- військова агресія РФ, із-за якої зменшується обсяг торгівлі та виробництва, зростають ціни на продукти харчування та енергоносії, що призводять до зменшення реальних доходів і платоспроможного попиту на імпорт. Не зважаючи на те, що питома вага України та РФ у світовій торгівлі є невеликими, вони є значними постачальниками продуктів харчування та

енергії: у 2019 році на світовий ринок експортували близько 25 % пшениці, 15 % ячменю та 45 % соняшнику, 20 % викопного палива. Основними імпортерами продуктів харчування були Єгипет, Ліван і Туніс; основними імпортерами палива були Фінляндія і Туреччина. Згідно прогнозів, міжнародна торгівля продовжить сповільнення і може стати фрагментованою, шляхом переорієнтації ланцюгів постачання. Війна РФ проти України викликала світовий дефіцит продовольства, енергетичний та логістичний шоки, а запровадження санкцій проти країни-агресорки призвело до поділу на регіональні ринки сировини та готової продукції [8];

- деглобалізація та регіоналізація світової економіки. Глобалізація була провідним трендом міжнародної торгівлі впродовж декількох десятиліть, але торговельні війни; нокдауни; розриви складних виробничих і логістичних ланцюжків внаслідок війни; санкції, наслідком яких стали структурна деформація ринків і зростання цін призвели до зворотного глобалізаційного процесу;

- поєднання запроваджених обмежень торгівлі з технологічними бар'єрами (так званий «кліматичний» протекціонізм);

- заходи з обмеження експорту. Так, Європейський Союз обмежує експорт металобрухту; Росія та Індія обмежують експорт кукурудзи, зерна, рису, добрив (тощо) [9].

Усі події, що відбувалися і відбуваються, впливають на міжнародну торгівлю, у товарній структурі якої зростає частка високотехнічної продукції, торгівля послугами і одночасно знижується частка сировинних та продовольчих товарів. Не зважаючи на подальшу співпрацю країн у рамках СОТ, спостерігається тенденція до протекціонізму, або так званого «неопротекціонізму» і деякі країни світу застосовують нетарифні торговельні обмеження з метою захисту внутрішніх ринків.

Серед специфічних рис, притаманних сучасному етапу розвитку міжнародної торгівлі можливо виділити наступні:

1. Наявність її географічної (розподіл торговельних потоків між окремими країнами та їх групами) та товарної (розподіл на основні групи товарів: продовольство; сировина; мінеральне паливо; продукція переробної промисловості) структури.

2. Зростання частки торгівлі високотехнологічної продукції і скорочення частки сировини.

3. Значний вплив з боку урядового регулювання міжнародної торгівлі (ліцензування, імпорتنі та експортні квоти, мита, ембарго, експортні субсидії, система валютного контролю, стандарти якості, безпеки тощо).

4. Суттєві соціально-культурні відмінності країн, які задіяні у міжнародній торгівлі.

5. Фінансові (валютні та кредитні ризики) та комерційні ризики, хеджування яких вимагає наявності кваліфікаційних спеціалістів та потребує значних витрат.

Розрізняють методи та форми міжнародної торгівлі. Так, існують два методи: пряма (безпосередньо між виробником та споживачем) та непряма (через посередників, товарні біржі, аукціони) торгівля. Кожен з методів має свої переваги та недоліки. Так, пряма торгівля зменшує фінансові витрати та спрощує логістичні процеси, але потребує кваліфікованих співробітників та залежить від впливу економічних та політичних факторів. Непряма торгівля дає можливість займатися лише виробництвом, не відволікаючи ресурси, але відсутність зв'язків зі споживачами не дає можливості швидко реагувати на зміни в попиті [10].

Основними формами міжнародної торгівлі є експорт та імпорт, за принципом організації яких ці форми деталізують: зустрічна торгівля, біржі, аукціони, виставки, ярмарки, тендери [1, с. 22].

Важливо відзначити, що події, які відбуваються у світовій економіці, впливають на стан міжнародної торгівлі, яка з глобальної перетворюється на регіональну. До основних таких подій відносяться: запровадження торговельних обмежень; збої у ланцюжках постачання та дефіцит певних груп

товарів та сировини; обмеження експорту, наслідком якого є зростання цін; «екологічний» протекціонізм.

1.2. Еволюція теорій міжнародної торгівлі

Еволюція теорій міжнародної торгівлі відбувалась у відповідності до формацій суспільно-економічних відносин. Історично, першою формацією суспільно-економічних відносин було аграрне суспільство і в цей період сформувались відповідні цьому періоду теорії. Теорія меркантилізму – економічне вчення і одночасно економічна політика, яка уособлювала існуючі на той час інтереси торгової буржуазії (періоди феодалізму та становлення капіталізму) [3].

Питання торгівлі між державами були актуальними серед владних структур Франції та Англії, які сприймали ідеї захисту економічного інтервенціонізму, як всередині країни, стимулюючи певні галузі для економічного зростання, так і втілюючи зовнішню торговельну політику з метою захисту національних інтересів. Так, Франції за рахунок проведення політичних заходів, вдалось значно розвинути національну промисловість [2, с. 15].

В Англії серед представників меркантилістів найвідомішим був Томас Ман, який стверджував, що важливим для добробуту країни є позитивний торговий баланс. Натомість, цінність у вигляді накопичення дорогоцінних металів (золота та срібла), яку відстоювали меркантилісти, Томасом Маном не сприймалась і він надавав перевагу зростанню експорту над імпортом.

Адам Сміт піддав критиці погляди меркантилістів і проголосив, що основою багатства націй є міжнародний поділ праці та спеціалізація на виробництві тих товарів, де є абсолютні переваги. Теорія абсолютних переваг, запропонована Адамом Смітом, доводила вигідність для держави не тільки продаж, а й купівлю товарів на зовнішньому ринку. [1, с. 13].

Давид Рікардо завершив теорію Адама Сміта теорією порівняльних переваг, згідно якої за умов вільної торгівлі країна буде спеціалізуватися на виробництві товарів з найбільшою порівняльною перевагою або з найменшою порівняльною невикладністю. Давид Рікардо наголошував на тому, що вільна торгівля стимулювала збільшення світового виробництва товарів та сприяла більш ефективному розподілу факторів виробництва [2, с. 16].

Школа «фізіократів» стверджувала, що не потрібно окремо розглядати внутрішню і зовнішню торгівлю, а єдиним пріоритетом економічної політики уряду має бути сільське господарство [3].

Девід Юм (представник класичної школи) стверджував, що країни мають використовувати надлишкову робочу силу для експорту. Джон Стюарт Мілль присвятив свої праці дослідженню розподілу переваг від торгівлі між країнами. Він одним із перших почав використовувати поняття еластичності попиту та пропозиції [11].

Стюарт Мілль виступав за обмежений захист молодих галузей, разом з цим підкреслюючи, що міжнародна торгівля сприяє передачі технологій між торгуючими країнами.

Захисником протекціонізму був Олександр Гамільтон, на його думку держава мала сприяти підвищенню рівня спеціалізації економіки через державні субсидії.

Джон Мейнард Кейнс протягом життя змінював позиції щодо міжнародної торгівлі: від захисника вільної торгівлі до захисту протекціоністської політики, пояснюючи її необхідність для подолання високого рівня безробіття [11].

Наступний етап в розвитку теорій міжнародної торгівлі відбувся під час переходу до індустріального типу суспільства. В цей час були оформлені декілька теорій, серед яких можна виділити модель, запропоновану Бертілем Оліном, в наукових колах відому як «теорія Хекшера-Оліна», в якій наголошується, що відмінності в забезпеченості країни ресурсами відіграють у міжнародній торгівлі вирішальну роль, а саме надлишок або дефіцит

основних факторів виробництва (робочої сили, землі, капіталу чи сировини) пояснює, що кожна країна може експортувати. Модель показує, як формується порівняльна перевага і якою кількістю факторів виробництва вона обумовлюється. Цю модель називають також «теорією співвідношення факторів» [3].

З метою перевірки на практиці моделі Хекшера-Оліна було проведено серію емпіричних досліджень, найвідомішу з яких здійснив Василь Леонт'єв, зосередившись на економіці США, виходячи з того, що саме ця країна на той час була багатою на капітал. В своєму дослідженні Василь Леонт'єв співставив капітал та працю в експорті та імпорті США. У відповідності до моделі Хекшера-Оліна капіталомісткий експорт США мав переважати над імпортом. Однак дослідження Леонт'єва дали прямо протилежні результати: імпорт США був капіталомістким більше, ніж експорт. Модель Хекшера-Оліна не пройшла випробування практикою, а дослідження отримало назву «парадокс Леонт'єва». Сам Леонт'єв пояснив цей парадокс тим, що робоча сила США була більш кваліфікована, тобто цей фактор виробництва був капіталомістким і така робоча сила виробляла більше і краще [11].

Згодом Василь Леонт'єв повторив свої дослідження, на цей раз було враховано, що економіка США багата не тільки капіталом, але й фактором землі і людським фактором, тому були досягнуті передбачені моделлю Хекшера-Оліна результати.

Дослідження, проведені Полом Самуельсоном разом із В. Столпером, показали, що міжнародна торгівля не тільки вирівнює ціни на товари між країнами, але з часом і ціни на фактори виробництва матимуть тенденцію до вирівнювання. Хоча, для існування на практиці такого вирівнювання цін необхідні дві умови: наявності дійсно вільної торгівлі (в реальності завжди існують торгові бар'єри і транспортні витрати) та технології торгуючих між собою країн мають бути ідентичними (але, на практиці, країни виробляють однакові товари, використовуючи різні технології).

Згодом, разом з економістом Рональдом Джонсом, Пол Самуельсон розробили модель специфічних факторів виробництва, яка розглядає випадок, коли дві торгуючі країни, які виробляють ідентичні товари, використовують для їх виробництва три фактори: працю, землю та капітал, при цьому фактор праці використовується в обох країнах, а інший може бути в одній країні – земля, в іншій – капітал [11].

Перехід до постіндустріального суспільства сформував підґрунтя для наступного етапу розвитку теорій міжнародної торгівлі, серед яких особливе місце посідає теорія конкурентних переваг Майкла Портера. На підставі ґрунтовного аналізу статистичного матеріалу М. Портер розробив теорію конкурентної переваги, яка була сформована у вигляді національного ромба, який дає детермінанти (характеристики) конкурентного макросередовища економіки, в якій функціонують національні підприємства. Не існує країни, яка є конкурентоспроможною одночасно у всіх виробничих сферах: експорт в одній галузі призводить до зростання витрат на робочу силу і матеріали, що негативно вплине на інші галузі. Крім того, зростання експорту призведе до підвищення курсу національної валюти, що погіршить конкурентні позиції національних експортерів на світових ринках. Майкл Портер для вирішення проблеми пропонує перенесення виробництв за кордон. Стосовно міжнародної торгівлі і зарубіжних інвестицій, які можуть збільшити національну продуктивність, Майкл Портер відзначає, що вони можуть мати і негативний вплив за рахунок того, що в кожній галузі існує рівень як абсолютної, так і відносної продуктивності. Також в моделі Майкла Портера є припущення, що брак певних базисних умов може мотивувати компанії на вдосконалення, виступаючи сильною стороною. В якості прикладу наводиться Японія, яка має дефіцит фактора землі, що стимулювало розробку компактних технологічних процесів, які згодом стали експортуватись на світовий ринок. Тобто, дефіцит окремих умов може компенсуватися іншими перевагами. Теорія Майкла Портера при аналізі факторів стійкості країни на зовнішніх ринках акцентує увагу на ролі держави, яка за допомогою державної політики може

стимулювати інноваційну діяльність та конкуренцію на внутрішньому ринку. Також, держава може бути замовником певних видів продукції (для міського транспорту, інфраструктури, охорони здоров'я тощо).

Таким чином, Майкл Портер визначив фактори, які сприяють посиленню конкурентних переваг національних компаній, наголошуючи, що розвинена конкуренція на внутрішньому ринку країни сприятиме виходу компаній на світовий ринок [3].

Теорія життєвого циклу товару розроблена з метою пояснення зовнішньої торгівлі з урахуванням існуючих етапів життєвого циклу товарів, серед авторів якої є Р. Вернон. Пропонується розглядати чотири стадії життєвого циклу товарів: перший етап – розробка нового товару, на якому рівень продаж і прибутків низький; другий етап – зростання обсягу реалізації нового товару на внутрішньому ринку і експорту, на якому відзначається збільшення прибутків за рахунок зростання рівня продаж. На цьому етапі можливе перенесення виробництва в інші країни; третій етап – зрілості, на якому продажі і прибутки стабілізуються, внутрішній ринок вже насичений даним видом товару і виробництво цих товарів починається в тих країнах, де дешевша робоча сила і вже з них товар експортується за нижчими цінами в розвинені країни; четвертий етап – спаду, на якому попит на даний товар задовольняється виробництвом країнами з дешевою робочою силою. Тобто, країна-інноватор, в якій товар почав стадію розробки, стає імпортером, а країни-імітатори стають експортерами. Тому в розвинутих країнах знову відбувається етап розробки нового товару.

Економіст Майкл Познер запропонував теорію технологічного розриву, яка передбачала відмову від припущення на той час популярної теорії Хекшера-Оліна відносно використання однакової технології виробництва однакових товарів в різних країнах. Натомість, Майкл Познер відзначає, що однакова технологія виробництва однакових товарів не може використовуватись одночасно в різних країнах, внаслідок чого окремі країни починають використовувати нову технологію раніше за інші. Саме товари,

виготовлені за новою технологією, ще не доступною іншим країнам, і займають більшу частину в міжнародній торгівлі, що створює тимчасову монополію на експорт, поки на ринок не вийдуть компанії-імітатори подібного товару. У більшості випадків тимчасова монополія ґрунтується на патентах та ліцензіях, які мотивують компанії до розробки інноваційних технологій. Тобто, так званий технологічний відрив національних компаній дає конкурентну перевагу на світовому ринку. Теорія технологічного розриву не пояснює, як виникають і як зникають ці технологічні розриви [11].

Також заслуговує на увагу модель економії на масштабах виробництва, сутність якої полягає в тому, що виробництва в більшому масштабі можна досягнути за менших витрат, тобто ефект масштабу досягається зниженням витрат на одиницю продукції за умови постійного зростання обсягів виробництва. Досягається ефект масштабу поглибленням поділу праці, спеціалізацією та технологічною економією (за умови, що постійні витрати залишаються незмінними). У процесі міжнародної торгівлі країни починають спеціалізуватися на певних видах товарів, що дає кожній країні економічний ефект економії на масштабах виробництва. Згодом ця теорія була доповнена та деталізована визначенням структурних зрушень, за рахунок яких відбувається зниження витрат та зростання виробництва. Так, було відзначено, що ці структурні зрушення можуть бути як зовнішніми, так і внутрішніми по відношенню до конкретної компанії. При зниженні витрат на одиницю продукції кожної компанії однієї галузі, коли відбувається зростання виробництва в усій галузі, виникає зовнішня економія від масштабу виробництва для конкретної компанії. Коли витрати на одиницю продукції знижуються в одній конкретній компанії за рахунок зростання масштабів виробництва в цій компанії, тобто незалежно від розміру галузі, то виникає внутрішня економія від масштабу виробництва. Також, модель економії на масштабах виробництва пояснює, що два типи економії на масштабах виробництва виникають в різних структурах галузей. Так, зовнішній ефект масштабу виникає, коли зростає кількість невеликих компаній, що виробляють

певну продукцію. Внутрішній ефект масштабу виникає, коли при незмінному обсязі виробництва продукції кількість компаній, які її виробляють, зменшується. Така ситуація характерна для ринкової структури з недосконалою конкуренцією, а компанії стають монополістами.

В зв'язку з цим постає питання про вплив монополістичної конкуренції на міжнародну торгівлю. Запропонована модель монополістичної конкуренції використовує два припущення: по-перше, кожна компанія має забезпечити диференціацію своєї продукції, що дасть цій компанії можливість стає міні-монополістом конкретного товару; по-друге, кожна компанія конкурує з тими компаніями, які виготовляють взаємозамінні товари і ціни на її товари залежать від цінової політики конкурентів [11].

Теорема Рибчинського, яку ще називають проявом «голландської хвороби», пояснює, чому швидке зростання виробництва в окремій галузі з подальшим експортом призводить до падіння в інших галузях. Такі проблеми виникли в країнах, які розпочали розробку нових сировинних родовищ з подальшим їх експортом (нафти, газу та інше), куди і почали переміщуватися економічні ресурси. В результаті в традиційних експортних галузях (особливо, в обробній промисловості) виробництво зменшилось. Згодом, коли ціни на сировинні товари знизались, почалось зниження доходів населення та відтік економічних ресурсів з цих галузей (так званого, сировинного експорту). Така проблема виявилась в Норвегії, Великобританії та Мексиці [3].

Модель макроекономічної рівноваги Мандела-Флемінга – це модель малої відкритої економіки, тобто невеликої країни, яка має невелику частку у світовій торгівлі і на світовому ринку капіталів. Модель Мандела-Флемінга пояснює результати економічної політики держави, що відноситься до малої відкритої економіки, використанням фіксованого чи плаваючого валютного курсу [11].

Таким чином, розглянуті теорії пояснюють причини та особливості міжнародної торгівлі, науковий пошук продовжується, виявляються сучасні

тенденції її розвитку, тому еволюція теорій міжнародної торгівлі поповнюється новими моделями.

1.3. Показники моніторингу результативності міжнародної торгівлі

Необхідність міжнародної торгівлі обумовлена існуванням певної кількості чинників, серед яких можна виділити різні темпи розвитку окремих галузей в країнах, різна ємність внутрішніх ринків та існування світового ринку. Так, різні темпи розвитку окремих галузей на певному етапі призводять до насичення внутрішнього ринку продукцією цих галузей і виникає необхідність пошуку нових ринків збуту. Цьому сприяє і ефект масштабу, який збільшує можливості випуску продукції з меншими витратами. Разом з тим, виникає необхідність в продукції тих галузей, які не отримали розвитку в національній економіці та імпорту сировини для власного виробництва.

Результативність участі в міжнародній торгівлі оцінюється за допомогою системи різноманітних показників, які поділяють на п'ять груп (рис. 1.1).

Таблиця 1.1. – Система показників міжнародної торгівлі

Група	Показники	Характеристика
Перша	Абсолютні показники	Показники обсягів міжнародної торгівлі
Друга	Відносні показники	Індекси та коефіцієнти, що характеризують динаміку експорту/імпорту, залежність від імпорту, широту асортименту експорту тощо
Третя	Показники структури	Відповідність Стандартній міжнародній торговельній класифікації; Гармонізованій системі опису і кодування товарів та Класифікатору товарів
Четверта	Показники інтенсивності	Темпи росту та приросту показників міжнародної торгівлі
П'ята	Показники ефективності	Економічна ефективність участі країни в міжнародній торгівлі

Джерело: складено автором на основі [5, с. 40].

Перша група. Абсолютні показники, які мають як вартісне вираження, так і натуральні одиниці виміру (наприклад, тони, штуки тощо). До цих показників відносяться наступні: торговельне сальдо (різниця вартісних обсягів експорту та імпорту), яке може бути активне (перевищення експорту над імпортом) та пасивне (перевищення обсягу імпорту над експортом); зовнішньоторговельний обіг (сума вартісних обсягів експорту та імпорту за певний період); генеральна або загальна торгівля (сума вартісних обсягів експорту, імпорту та транзитних товарів).

Друга група. Відносні показники, є похідними і розраховуються у формі коефіцієнтів або відсотків чи інших величин. До цих показників відносяться наступні: індекси динаміки експорту та імпорту, в тому числі темпи їх зростання; коефіцієнт покриття імпорту експортом (розраховується як відношення обсягів експорту товарів і послуг до обсягів імпорту); індекс «умови торгівлі» (співвідношення експортних та імпортних цін). Саме від цього показника залежить кінцевий результат (виграш) міжнародної торгівлі; індекс концентрації експорту (індекс Хіршмана), який дає можливість визначити значення експорту певного товару у сукупному виробництві цього товару, наближення індексу до 100% є свідченням того, що країна є світовим лідером в експорті даного товару; індекс імпортової залежності країни (питома вага імпорту в сукупному споживанні), тобто показує залежність країни від імпорту і при рівні 100% країна повністю залежить від імпорту даного товару; індекс чистої торгівлі (показує рівень перевищення експорту над імпортом або навпаки) [2, с. 142].

Третя група. Показники структури експорту та імпорту, аналіз яких характеризує міжнародну торгівлю. Товарна структура відповідає Стандартній міжнародній торговельній класифікації; Гармонізованій системі опису і кодування товарів та Класифікатору товарів. До показників третьої групи відносяться наступні: індекс диверсифікації експорту/імпорту (відхилення структури експорту/імпорту від структури світового експорту/ імпорту); частки високотехнологічної продукції та обробної промисловості в експорті.

В географічній структурі виділяють: структури експорту та імпорту країни, товарної групи, внутрішню та зовнішню структури. Також використовують індекс Херфінделя-Хіршмана (індекс географічної концентрації експорту/імпорту товару), який аналізує стан світового ринку окремого товару, порівнюючи кількість експортерів/імпортерів з часткою найбільшого експортера/імпортера: чим вищим є індекс, тим більша частка найбільшого експортера/імпортера.

Четверта група. Показники інтенсивності, серед яких виділяють наступні: експортна квота; імпортна квота; зовнішньоторговельна квота; обсяги експорту/імпорту; зовнішньоторговельний обіг на душу населення.

П'ята група. Показники економічної ефективності участі країни в міжнародній торгівлі: макроекономічні показники (ефективність зовнішньоторговельного обороту/експорту/імпорту; бюджетна ефективність експорту/імпорту; мікроекономічні показники (ефективність виробництва на експорт; ефективність використання імпорту; рентабельність експорту; економічний ефект від експорту/імпорту [5, с. 42].

За результатами використання п'яти груп системи показників, робиться висновок про рівень та ефективність участі країни у міжнародній торгівлі. Окремо оцінюється ефект від міжнародної торгівлі на рівні споживачів та країни в цілому.

В сучасному світі всі країни залежать від міжнародної торгівлі, хоча ступінь цієї залежності суттєво відзначається. Так, за показником зовнішньоторговельної квоти (відношення $1/2$ вартості зовнішньоторговельного обігу до ВВП) усі країни, що приймають участь у міжнародній торгівлі, можна розділити на три групи:

Перша група високозалежних країн, які мають показник зовнішньоторговельної квоти в межах 45-93%, в основному, це країни, що мають невеликі території, тобто вузький внутрішній ринок, або країни, що розвиваються, маючи низький платоспроможний попит на продукцію власних галузей, що і спонукає їх до високого рівня відкритості економіки. До таких

країн відносяться Сінгапур, Бельгія, Люксембург, Панама, Македонія, Бруней, Об'єднані Арабські Емірати та інші.

Друга група середньо залежних країн, які мають показник зовнішньоторговельної квоти в межах 14-44%. До таких країн, як правило, відносяться великі розвинуті країни, які за рахунок використання різноманітних інноваційних технологій забезпечують власні внутрішні ринки, але і залежать від зовнішніх. Наприклад, Німеччина, Франція, Велика Британія та інші.

Третя група з низьким ступенем залежності, які мають показник зовнішньоторговельної квоти в межах 2,7-13%. В цій групі присутні як країни з надзвичайним власним економічним потенціалом і високо диверсифікованою економікою (США, Канада), так і країни, що розвиваються (Заїр, Ліберія, Сомалі) [11].

Участь у міжнародній торгівлі розглядається як можливість отримати максимальні переваги та економічний ефект для власної економіки за рахунок:

- можливості експортувати продукцію, для виробництва якої в наявності є ресурси у порівняно великій кількості;
- можливості імпортувати продукцію, для виробництва якої в країні відсутні ресурси або їх кількість обмежена;
- можливості створення ефекту масштабу виробництва, опираючись на спеціалізацію певного асортименту товарів.

Експорт дає можливість країнам забезпечити зростання обсягів виробництва, стимулювати збільшення робочих місць, зростання платоспроможного попиту та податкових надходжень до бюджету.

Імпорт, з одного боку, стимулює національних виробників до інновацій для підвищення рівня конкурентоспроможності, з іншого боку, може призвести до банкрутств та зростання безробіття, падіння платоспроможного попиту та зменшенню податкових надходжень до бюджету.

Крім того, можна виділити ефекти міжнародної торгівлі для споживачів, які в результаті імпорту отримують можливість доступу до більшого

асортименту товарів іноді за ціною, нижчою, порівняно з цінами на аналогічну продукцію національного виробництва. Разом з тим, якщо національні підприємства в результаті конкуренції з іноземними виробниками будуть закриватися, то частина споживачів втратить роботу.

Загалом, міжнародна торгівля дає можливість багатьом країнам ефективніше використовувати існуючі ресурси та подолати обмеженість національних ресурсів, спеціалізуватися у провідних галузях економіки, отримати доступ до інноваційних технологій, подолати вузькість внутрішнього ринку, збільшити накопичення, а також краще задовольняти потреби населення [3].

Світова організація торгівлі (СОТ), яка була створена з метою розробки системи правових норм міжнародної торгівлі та контролю за їх дотриманням, розробила набір індикаторів, що характеризують розвиток міжнародної торгівлі. Ключовими індексами, що сигналізують про зміни у темпах світової торгівлі за два-три місяці раніше, є барометри торгівлі товарами та послугами. Обидва барометри використовують з метою доповнення існуючих прогнозів [12].

Барометр торгівлі товарами (The Goods Trade Barometer) ґрунтується на декількох індексах, які відстежують рівень змін експортних замовлень, міжнародних авіа- та контейнерних перевезень, виробництво електронних компонентів та продаж сільськогосподарської сировини тощо, і формує єдиний індекс, який вказує на важливі зміни на світовому товарному ринку та прогнозує його подальшу траєкторію у найближчому майбутньому [12].

В 2019 році СОТ розробила новий Барометр для прогнозування торгівлі послугами (The Services Trade Barometer), який також об'єднує декілька складних індексів у глобальний індекс (коригує зміни вартості торгівлі послугами з змінами курсів валют). Барометр торгівлі послугами сигналізує про виникнення глобальної тенденції на світовому ринку послуг [12].

Отже, з метою отримання повної інформації стосовно обсягів, структури, динаміки торгівлі використовуються показники моніторингу результативності міжнародної торгівлі.

Висновки до розділу 1

Міжнародна торгівля є важливою складовою міжнародної економіки і процесу глобалізації. В світовій економіці відбуваються суттєві зміни, які значною мірою формують нові тенденції в сучасному етапі розвитку міжнародної торгівлі. Зазвичай поняття «міжнародна торгівля» та «зовнішня торгівля» використовують як тотожні, але існує і точка зору, що поняття не ідентичні. Так, термін «міжнародна торгівля» є більш широким поняттям, ніж «зовнішня торгівля».

Для періодизації розвитку міжнародної торгівлі найчастіше використовують критерій, який називають «основні події в світі», згідно якого виділяють п'ять етапів еволюції міжнародної торгівлі: початковий період; період становлення політики вільної торгівлі та розширення міжнародного товарообігу; період між двома світовими війнами; повоєнний період та сучасний період. До специфічних рис сучасного етапу розвитку міжнародної торгівлі відносяться наступні: наявність її географічної та товарної структури; зростання частки торгівлі високотехнологічної продукції і скорочення частки сировини; вплив з боку урядового регулювання міжнародної торгівлі; соціально-культурні відмінності країн; фінансові та комерційні ризики.

Існують два методи торгівлі: пряма (між виробником та споживачем) та непряма (через посередників) торгівля та дві основні форми міжнародної торгівлі: експорт та імпорт.

Еволюція теорій міжнародної торгівлі відбувалась у відповідності до формацій суспільно-економічних відносин. Першою формацією суспільно-економічних відносин було аграрне суспільство і в цей період сформувались відповідні цьому періоду теорії, основною з яких була теорія меркантилізму.

Наступний етап в розвитку теорій міжнародної торгівлі відбувся під час переходу до індустріального типу суспільства. Серед теорій того періоду можна виділити теорію «Хекшера-Оліна» та «парадокс Леонтьєва».

Постіндустріальне суспільство ознаменувало перехід до наступного етапу розвитку теорій міжнародної торгівлі, серед яких найвідомішими стали теорії конкурентних переваг Майкла Портера, теорія життєвого циклу товару, серед авторів якої є Р. Вернон, теорія технологічного розриву Майкла Познера, теорема Рибчинського, яку ще називають проявом «голландської хвороби та модель макроекономічної рівноваги Мандела-Флемінга.

Результативність участі країни в міжнародній торгівлі оцінюється за допомогою системи різноманітних показників, які поділяють на п'ять груп: абсолютні показники, які мають як вартісне вираження, так і натуральні одиниці виміру (торговельне сальдо; зовнішньоторговельний обіг; генеральна або загальна торгівля); відносні показники (індекси динаміки експорту та імпорту; індекс «умови торгівлі»; індекс концентрації експорту; індекс імпортової залежності країни; індекс чистої торгівлі; індекс концентрації експорту); показники структури експорту та імпорту (індекс диверсифікації експорту/імпорту; частки високотехнологічної продукції та обробної промисловості в експорті; індекс Херфінделя-Хіршмана; показники інтенсивності: експортна квота; імпортна квота; зовнішньоторговельна квота; обсяги експорту/імпорту; зовнішньоторговельний обіг на душу населення); показники економічної ефективності участі країни в міжнародній торгівлі (ефективність зовнішньоторговельного обороту/експорту/імпорту; бюджетна ефективність експорту/імпорту; ефективність виробництва на експорт; ефективність використання імпорту; рентабельність експорту; економічний ефект від експорту/імпорту). Світова організація торгівлі (СОТ) розробила барометри торгівлі товарами та послугами, які використовують з метою доповнення існуючих прогнозів.

РОЗДІЛ 2.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ УЧАСТІ КИТАЮ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

2.1. Товарна та географічна структура експорту Китаю

Зростання Китаю до світового торговельного гіганта було надзвичайно швидким. Кілька століть китайський уряд проводив ізоляціоністську політику з середини 1970-х років країна зосередилася на торгівлі та іноземних інвестиціях. Економічне зростання Китаю з того часу загалом було значним.

Наприкінці 1970-х Ден Сяопін розпочав економічне відкриття Китаю. Роль державних підприємств знизилася. У період з 1983 по 2013 рік економічне зростання Китаю становило у середньому близько 10 % на рік [13]. Протягом цього періоду країна дотримувалася стратегії зростання, орієнтованої на експорт.

Спеціальні економічні зони (СЕЗ) у Китаї відіграли важливу роль в економічному бумі країни та зростанні експорту. У таких СЕЗ, як Шеньчжень, Китай запропонував іноземним інвесторам податкові пільги. Ці стимули включали можливість імпортувати обладнання та технології без оподаткування [14].

Китайська економіка переважно залежить від виробництва, експорту та інвестицій. Наразі Китай розвивається швидкими темпами. Він має численну робочу силу, надійну державну підтримку, вдосконалену інфраструктуру та стрімко зростаючий споживчий ринок. Станом на 2024 рік Китай займає другу позицію серед найбільших економік світу, поступаючись лише США (табл. 2.1).

Варто зазначити, що альтернативна міра багатства країни базується на паритеті купівельної спроможності (ПКС). У 2022 році МВФ оцінив економіку Китаю за ПКС на 23 % більше, ніж американська. У той же час,

використовуючи дані ПКС, Світовий банк оцінив економіку Китаю на 18,8 % більше, ніж американська.

Таблиця 2.1. – Найбільші економіки світу, 2024 рік

№ з/п	Країна	ВВП (трлн дол. США)	ВВП на душу населення (тис. дол. США)
1	США	28,783	85,37
2	Китай	18,536	13,14
3	Німеччина	4,590	54,29
4	Японія	4,112	33,14
5	Індія	3,942	2,73
6	Велика Британія	3,502	51,07
7	Франція	3,132	47,36
8	Бразилія	2,333	11,35
9	Італія	2,332	39,58
10	Канада	2,242	54,87

Джерело: складено автором на основі [15].

Що стосується відносного зростання ВВП у минулому, дані МВФ показують, що зростання китайської економіки за останнє десятиліття, останні 5 років і останні 3 роки було на 2,5 % - 3 % вищим у Китаї, ніж у США. За іншим показником, частка Китаю у зростанні світового ВВП за останнє десятиліття становила не менше 30 %, на відміну від 8,8 % США [16].

Отже, Китай є однією з провідних економік світу. Одночасно країна є провідним експортером товарів у світі [17], про що свідчать дані табл. 2.2.

У 2009 році Китай випередив Німеччину як найбільшу країну-експортера в усьому світі. У 2023 році експорт товарів і послуг Китаю становив 19,7 % його ВВП (рис. 2.1). З 2014 року Китай є не лише найбільшим у світі експортером, але й країною з найбільшим товарообігом [18].

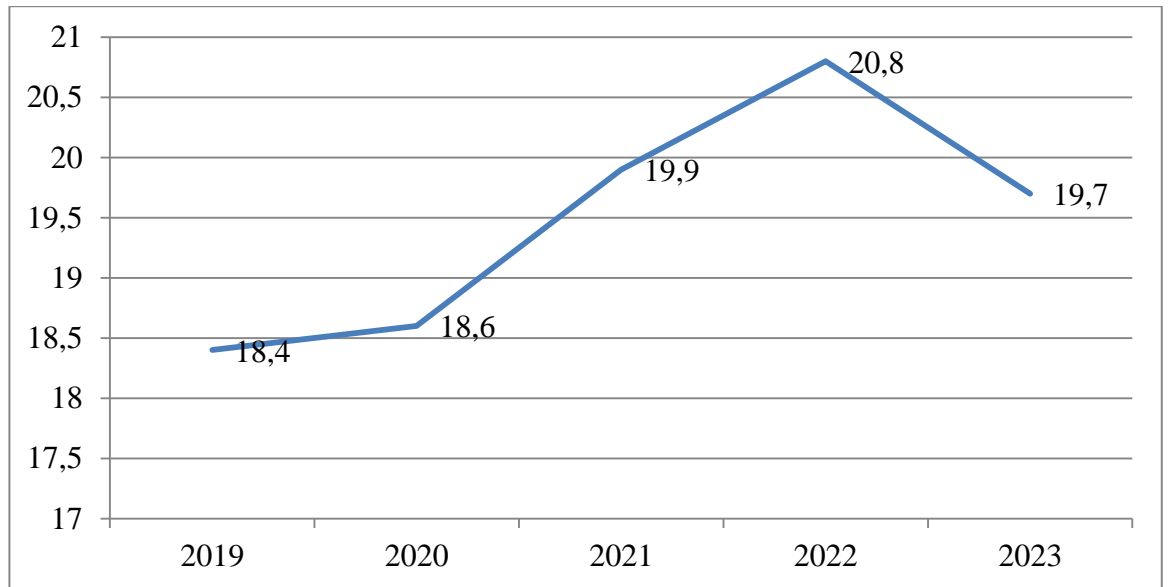


Рис. 2.1. – Експорт товарів і послуг Китаю, % ВВП.

Джерело: побудовано автором за даними [19].

З даних табл. 2.2 можна побачити, що протягом 2019-2023 рр. Китай упевнено утримує лідерство серед провідних світових експортерів товарів. За ним слідує США та Німеччина.

Таблиця 2.2. – Провідні країни-експортери товарів у світі у 2019-2023 рр., тис. дол. США

Країна	Вартість експорту у 2019 р.	Вартість експорту у 2020 р.	Вартість експорту у 2021 р.	Вартість експорту у 2022 р.	Вартість експорту у 2023 р.
Китай	2498334248	2588402392	3361814264	3593601450	3388716312
США	1642820352	1424934919	1754300368	2062937261	2019159665
Німеччина	1486877250	1379900278	1631098969	1676623924	1702362462
Нідерланди	576784455	551352792	696873257	768259270	741804035
Японія	705842013	640953137	757461387	752071999	719844077
Італія	537748429	498803832	615910260	659387209	677095229
Франція	557155672	478264578	573097780	608571695	634524949
Республіка Корея	542333337	512788606	644438622	683584759	632225745
Мексика	460603696	416982170	494460765	577730713	592997234
Гонконг	535711019	551515756	672153980	611481903	576144442

Джерело: складено автором на основі [20].

Китай відомий як «фабрика світу» за те, що він є найбільшим постачальником промислових товарів. На рис. 2.2 наведено дані щодо динаміки вартісного обсягу експорту Китаю у 2014-2023 рр. Як можна побачити, за цей період показник значно збільшився – з 2,3 трлн дол. США у 2014 році до 3,3 трлн дол. США у 2023 році. Найменшим китайський експорт був у 2016 році (2,1 трлн дол. США), а найбільшим – у 2022 році, коли показник сягнув рекордних 3,6 трлн дол. США. Варто зазначити, що популярність онлайн-покупок сприяла зростанню експортної електронної комерції за останнє десятиліття, як у сфері бізнес-бізнес (B2B), так і бізнес-споживач (B2C) [18].

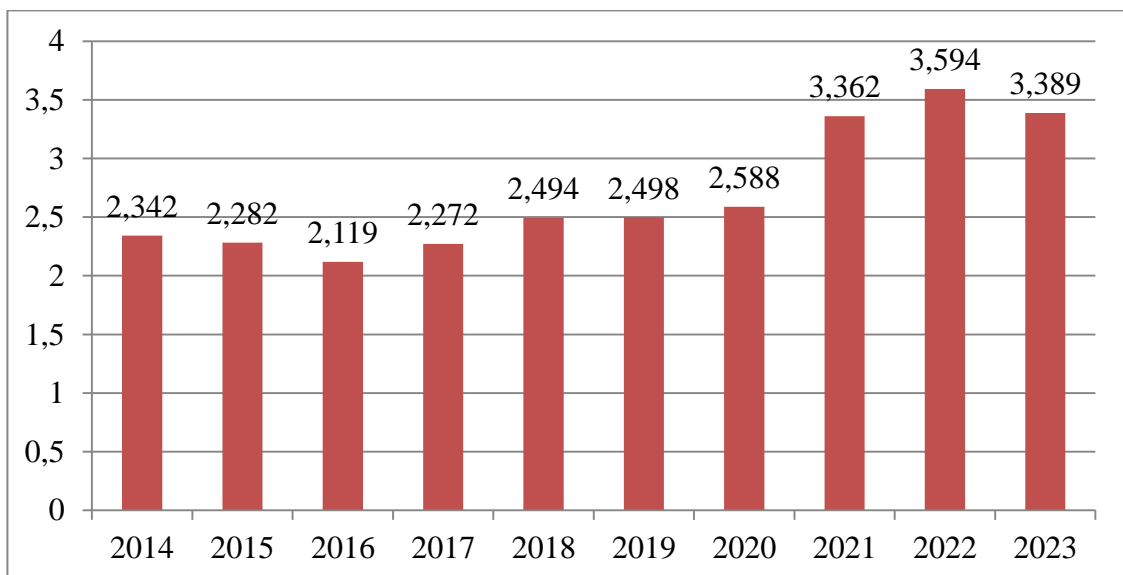


Рис. 2.2. – Динаміка експорту товарів Китаю, 2014-2023 рр., трлн дол. США.

Джерело: побудовано автором за даними [21].

У 2023 році АСЕАН була провідним експортним ринком Китаю, а Європейський Союз і Сполучені Штати посідають друге і третє місце серед напрямків експорту Китаю. Тим часом завдяки успішному запуску та розширенню ініціативи «Один пояс, один шлях» Китай відкрив нові ринки на Близькому Сході та в Африці [18].

Якщо проаналізувати географічну структуру експорту за окремими країнами, то можна побачити, що основними країнами-імпортерами китайських товарів є США, Гонконг та Японія (табл. 2.3).

Таблиця 2.3. – Провідні країни-імпортери товарів з Китаю у 2019-2023 рр., тис. дол. США

Країни	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
США	419322837	452492932	577125500	582756120	502003682
Гонконг	278024510	271084279	348969298	297538449	276415902
Японія	143244518	142596625	165822965	172927436	157584021
Республіка Корея	110974410	112476216	148847027	162621428	149257115
В'єтнам	97868882	113815239	137904870	146959900	138244768
Індія	74825299	66719472	97510656	118501523	117821289
РФ	49748487	50504392	67550055	76122649	111057216
Німеччина	79789085	86807061	115181923	116226632	100633111
Нідерланди	73978804	79006021	102433417	117730975	100266429
Малайзія	52141782	56300813	78697722	93711252	88060435

Джерело: складено автором на основі [21].

Як можна побачити з даних табл. 2.4, за період, що досліджується, експорт Китаю до США найбільше зріс у 2020-2021 рр. (на 28 %), незважаючи на пандемію Covid-19. Але у 2022-2023 рр. відбулося зменшення на 14 %. Також у 2022-2023 рр. спостерігається зменшення вартості експорту Китаю до інших провідних торговельних партнерів, окрім РФ, до якої він збільшився на 46 %.

Таблиця 2.4. – Зміни вартості експорту Китаю до основних країн-торговельних партнерів, %

Країни	2019-2020 рр.	2020-2021 рр.	2021-2022 рр.	2022-2023 рр.
США	8	28	1	-14
Гонконг	-2	29	-15	-7
Японія	0	16	4	-9
Республіка Корея	1	32	9	-8

Продовження табл. 2.4

В'єтнам	16	21	7	-6
Індія	-11	46	22	-1
РФ	2	34	13	46
Німеччина	9	33	1	-13
Нідерланди	7	30	15	-15
Малайзія	8	40	19	-6

Джерело: складено автором на основі [21].

Проаналізувавши дані табл. 2.5, можна зробити висновок, що у географічній структурі експорту Китаю в останні роки відбуваються зміни. Так, частка найбільшого імпортера китайських товарів – США – спочатку зросла у 2020 році порівняно з 2019 роком з 16,8 % до 17,5 %. Саме показник 2020 року став найбільшим за досліджуваний період. У наступні частка США зменшувалася і у 2023 році становила 14,8 %. Зменшення американського імпорту з Китаю пов'язане з триваючою торговельною суперечкою між двома країнами, а також з обмеженнями уряду США щодо можливості Китаю отримати американські процесорні мікросхеми та інші технології [14].

Частка наступних двох найбільших імпортерів китайських товарів – Гонконгу та Японії – за весь досліджуваний період поступово зменшувалася.

Таблиця 2.5. – Частка основних країн-торговельних партнерів в експорті Китаю, %

Країни	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
США	16,8	17,5	17,2	16,2	14,8
Гонконг	11,1	10,5	10,4	8,3	8,2
Японія	5,7	5,5	4,9	4,8	4,7
Республіка Корея	4,4	4,3	4,4	4,5	4,4
В'єтнам	3,9	4,4	4,1	4,1	4,1
Індія	3	2,6	2,9	3,3	3,5
РФ	2	2	2	2,1	3,3
Німеччина	3,2	3,4	3,4	3,2	3
Нідерланди	3	3,1	3	3,3	3
Малайзія	2,1	2,2	2,3	2,6	2,6

Джерело: складено автором на основі [21].

Завдяки даним, наведеним на рис. 2.3, ми можемо наочно побачити, як змінилася географічна структура експорту Китаю у 2023 році порівняно з 2019 роком. Частка США зменшилася з 17 % до 15 %, Гонконгу – з 11 % до 8 %, Японії – з 6 % до 5 %. Частка Республіки Корея, В'єтнаму, Німеччини та Нідерландів майже не змінилася. Частка Індії, РФ та Малайзії в експорті Китаю дещо збільшилася.

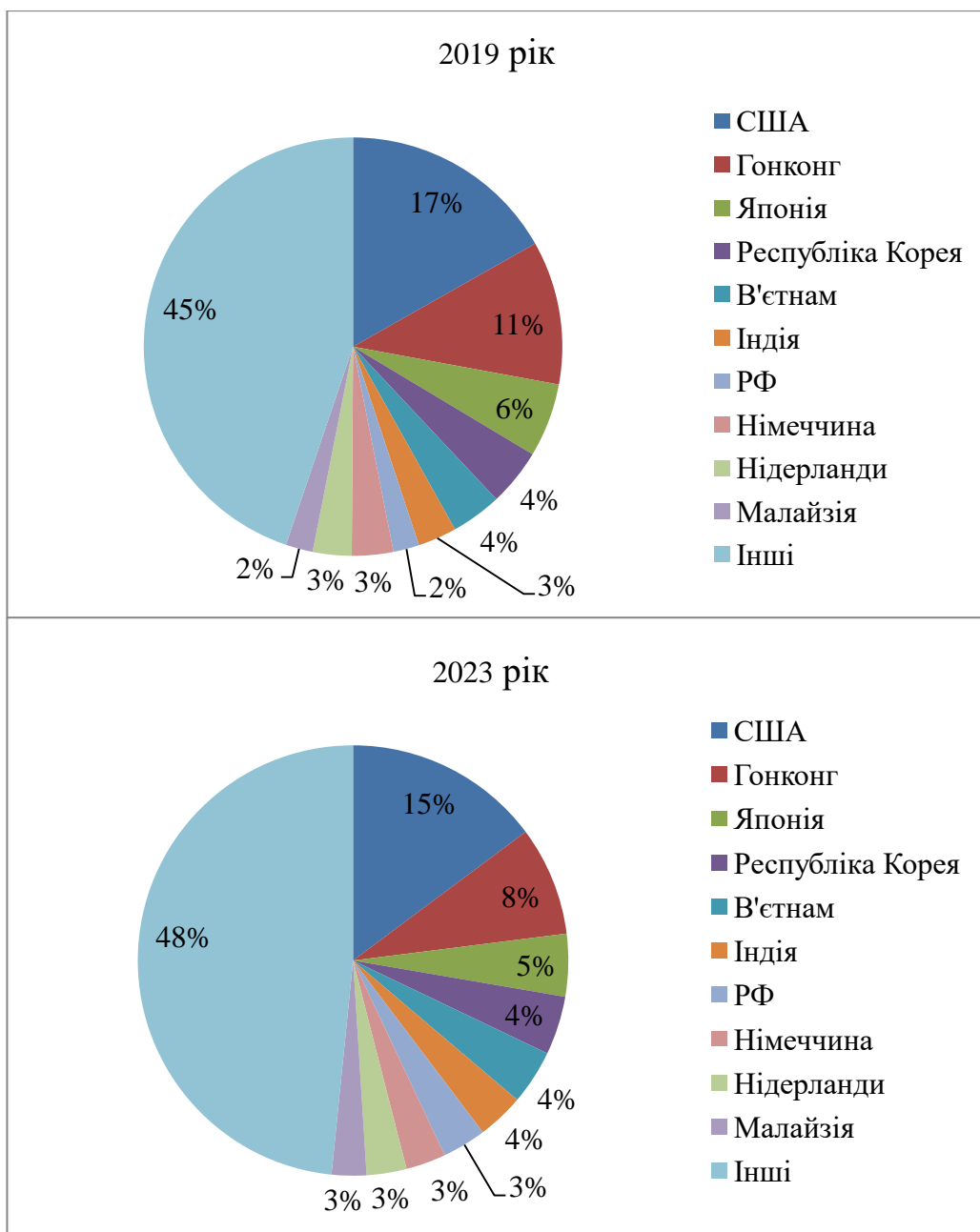


Рис. 2.3. – Географічна структура експорту Китаю у 2019 р. та 2023 р., %.

Джерело: побудовано автором за даними [21].

У табл. 2.6 наведено товарну структуру експорту Китаю за період 2019-2023 рр. У вартісному вимірі в експорті Китаю переважає експорт електричних машин та обладнання та їх частини.

Таблиця 2.6. – Товарна структура експорту Китаю, тис. дол. США

Товар	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Електричні машини та обладнання та їх частини	670448478	709932704	898959878	954783812	899043465
Атомні реактори, котли, машини та механічні пристрої; їх частини	416636765	440020920	547585389	551950811	512000300
Транспортні засоби, крім залізничного або трамвайного рухомого складу, їх частини та приладдя	74305756	76223938	120021475	150235440	192698137
Пластмаси та вироби з них	84157225	96378231	131074406	143529368	132467055
Меблі; постільна білизна, матраци, підставки для матраців, подушки та аналогічні набивні вироби	99063088	109366915	139481266	130893407	121033004
Вироби з чавуну або сталі	69263325	71017191	95509060	110312642	97916888
Іграшки, ігри та спортивний інвентар; їх частини та аксесуари	62444707	71523831	101848964	103325605	89094685
Предмети одягу та аксесуари до одягу трикотажні	71352803	62227841	86457923	90942324	83043315
Органічні хімікати	56779678	56953837	82584052	101887171	77916978

Джерело: складено автором на основі [22].

У 2023 році на електричні машини та обладнання та їх частини припало 26,5 % загального експорту Китаю. Також значна частка належить атомним

реакторам, котлам, машинам та механічним пристроям; їх частинам – 15,1 % (табл. 2.7).

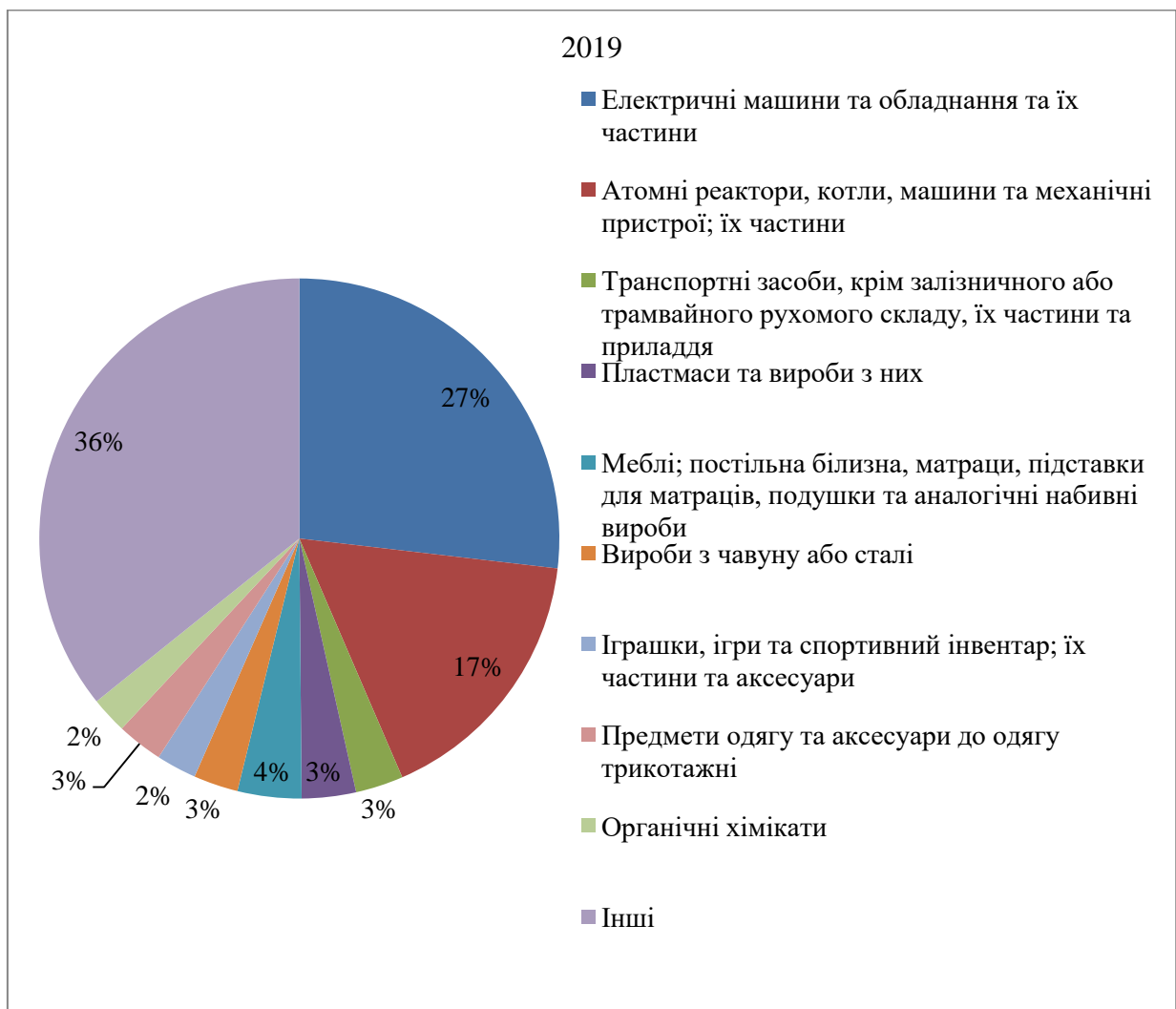
Таблиця 2.7. – Частка основних товарів в експорті Китаю, %

Товар	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Електричні машини та обладнання та їх частини	26,84	27,43	26,74	26,57	26,53
Атомні реактори, котли, машини та механічні пристрої; їх частини	16,68	17	16,29	15,36	15,11
Транспортні засоби, крім залізничного або трамвайного рухомого складу, їх частини та приладдя	2,97	2,94	3,57	4,18	5,69
Пластмаси та вироби з них	3,37	3,72	3,9	3,99	3,91
Меблі; постільна білизна, матраци, підставки для матраців, подушки та аналогічні набивні вироби	3,97	4,23	4,15	3,64	3,57
Вироби з чавуну або сталі	2,77	2,74	2,84	3,07	2,89
Іграшки, ігри та спортивний інвентар; їх частини та аксесуари	2,5	2,76	3,03	2,88	2,63
Предмети одягу та аксесуари до одягу трикотажні	2,86	2,4	2,57	2,53	2,45
Органічні хімікати	2,27	2,2	2,46	2,84	2,3

Джерело: складено автором на основі [22].

Завдяки даним, наведеним на рис. 2.4, ми можемо наочно побачити, як змінилася товарна структура експорту Китаю у 2023 році порівняно з 2019 роком. Частка електричних машин та обладнання та їх частин в загальному

експорту за останні 5 років майже не змінилася (у 2019 році вона складала 26,8 %, а у 2023 році – 26,5 %). Частка експорту Китаєм атомних реакторів, котлів, машин та механічних пристроїв; їх частин у 2023 році дещо знизилася порівняно з 2019 роком (з 17 % у 2019 році до 15 % у 2023 році). Експорт транспортних засобів, крім залізничного або трамвайного рухомого складу, їх частини та приладдя у 2023 році збільшився вдвічі порівняно з 2019 роком і склав 6 %. Частка інших товарів, що в основному експортує Китай, значних змін не зазнала.



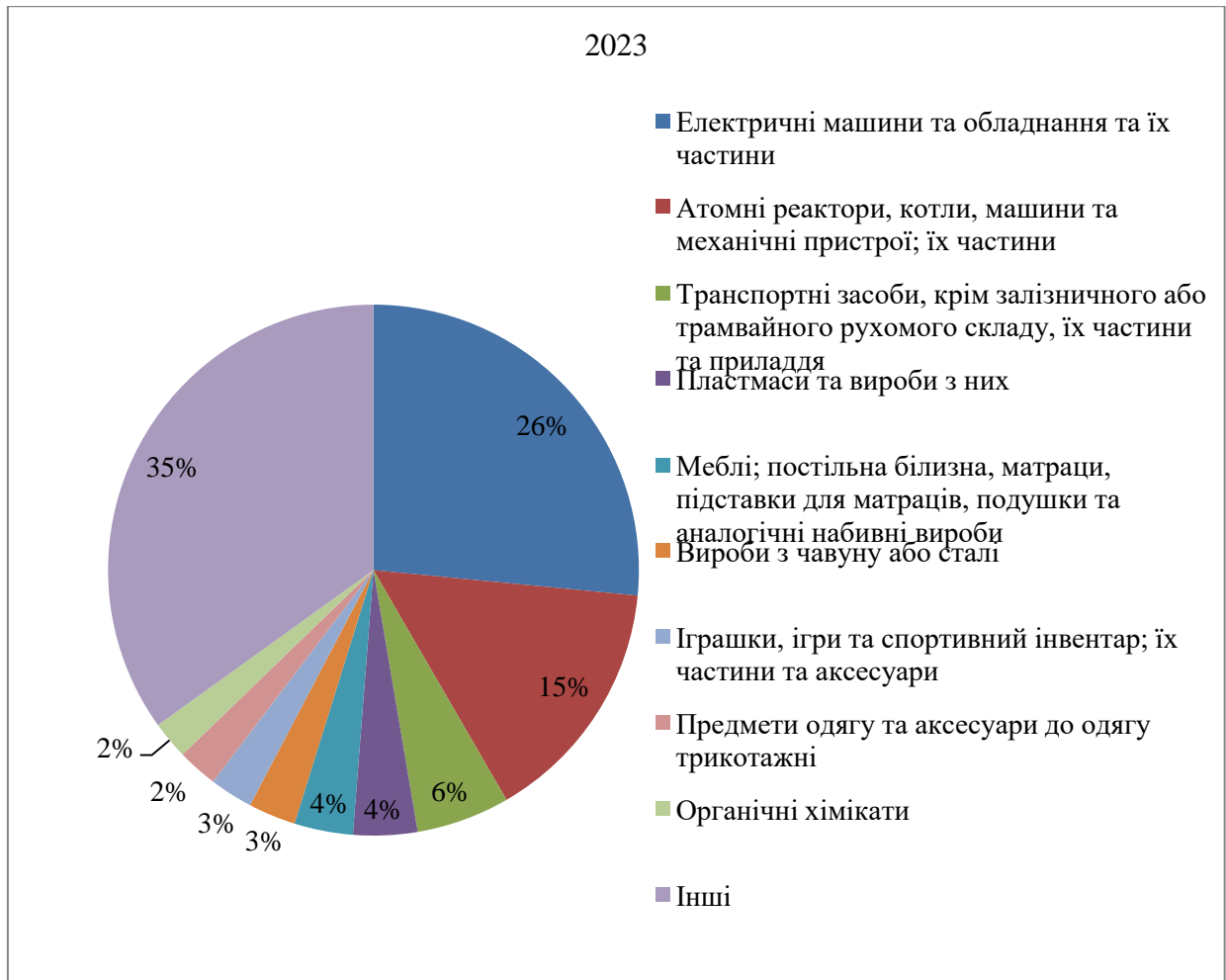


Рис. 2.4. – Товарна структура експорту Китаю у 2019 р. та 2023 р., %.
Джерело: побудовано автором за даними [22].

Китай входить у десятку провідних країн-експортерів послуг. Як можна побачити з даних табл. 2.8, у 2023 році країна зайняла п'яте місце з експорту послуг у світі після США, Великої Британії, Німеччини та Ірландії.

Таблиця 2.8. – Провідні країни-експортери послуг у світі у 2019-2023 рр., тис. дол. США

Країна	Вартість експорту у 2019 р.	Вартість експорту у 2020 р.	Вартість експорту у 2021 р.	Вартість експорту у 2022 р.	Вартість експорту у 2023 р.
США	891177000	726296000	801143000	928530000	999138000
Велика Британія	429068987	396929703	454882335	494439975	584214403
Продовження табл. 2.8					
Німеччина	356277241	318569917	387553248	411761392	440112817

Ірландія	257650417	290974459	347286855	355174351	397592089
Китай	283192179	280628773	392197937	424056427	381120576
Франція	295746134	246048459	301320835	337189333	355734525
Індія	214761540	203145152	240509640	309374073	344500214
Сінгапур	219791862	214093049	266531702	291255609	328033010
Нідерланди	275932779	228664577	251231665	272899046	316893013
Японія	209500600	163953900	169955000	166694515	204347155

Джерело: складено автором на основі [23].

На рис. 2.5 наведено дані щодо вартісного обсягу експорту послуг Китаю за період 2014-2023 рр. За досліджуваний період експорт послуг поступово зростає – з 219,1 млрд дол. США у 2014 році по 280,6 млрд дол. США у 2020 році. У 2021 році відбулося стрімке збільшення експорту послуг, показник якого сягнув 392,2 млрд дол. США. У 2022 році був зафіксований рекордний показник – 424,1 млрд дол. США, але у 2023 році експорт послуг дещо знизився і склав 381,1 млрд дол. США.

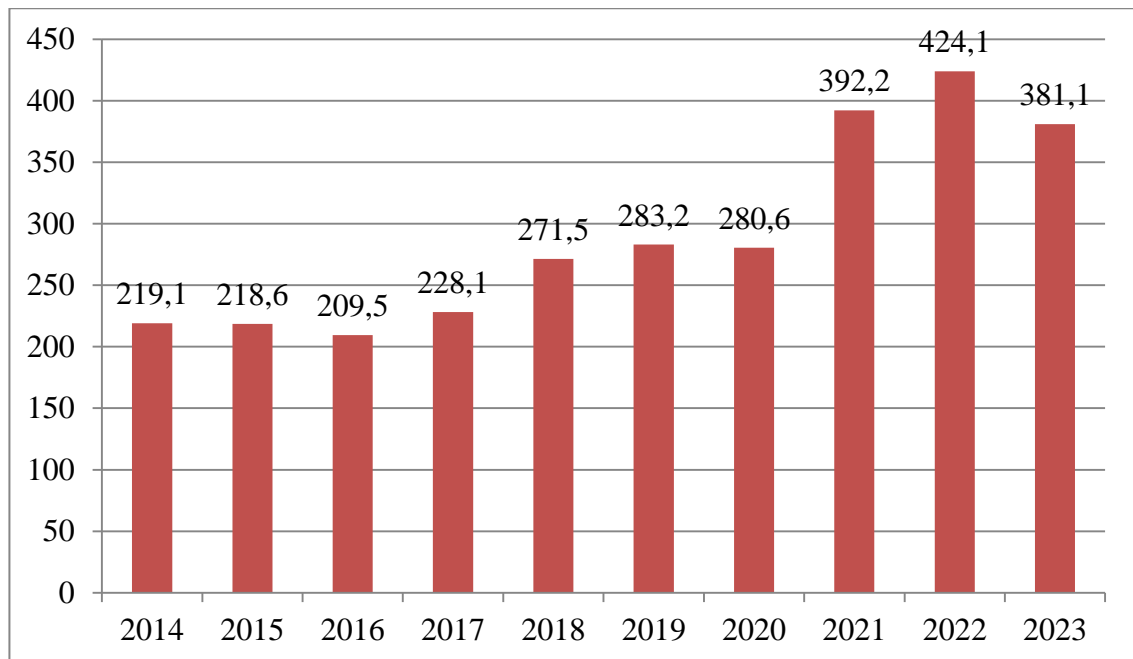


Рис. 2.5. – Динаміка експорту послуг Китаю, 2014-2023 рр., млрд дол. США.

Джерело: побудовано автором за даними [24].

Основними торговельними партнерами Китаю є Гонконг, країни ЄС, США, Японія та Сінгапур [25]. Згідно з останніми наявними даними

Міжнародного торгового центру (ІТС), представленими у вигляді табл. 2.9, у структурі експорту послуг Китаю переважають транспортні та туристичні послуги.

Таблиця 2.9. Структура експорту послуг з Китаю у 2019-2023 рр., тис. дол. США

Вид послуг	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Транспортні	45965726	57623103	127280386	148760524	89474150
Туристичні	34458292	17066522	11631446	9802049	14828921
Будівництво	27961631	23930670	28889726	26320157	н.д.
Страхові та пенсійні	4771664	5450492	5306938	4544215	н.д.
Фінансові	3903783	4267543	5107192	5171922	н.д.
Збори за використання інтелектуальної власності, не віднесеної до інших категорій	6644043	8879448	11947582	13539242	н.д.
Телекомунікацій-ні, комп'ютерні та інформаційні	53784864	59033998	76992017	82923308	н.д.
Інші ділові	73247073	75446428	93616534	100983188	н.д.
Послуги приватним особам і послуги в сфері культури і відпочинку	1196217	1297242	1874434	1752217	н.д.
Державні товари та послуги, не віднесені до інших категорій	1541064	2544310	1584726	1723626	н.д.
Виробничі послуги у відношенні фізичних вихідних ресурсів, що знаходяться у власності інших осіб	19530557	17277141	19918668	20101805	н.д.
Послуги технічного обслуговування та ремонту, не віднесені до інших категорій	10166853	7811877	8048289	8434173	н.д.

Джерело: складено автором на основі [26].

На рис. 2.6 наведено структуру експорту послуг Китаю у 2023 році згідно з даними Світової організації торгівлі. Як можна побачити з даних рисунка, на транспортні послуги припадає 22,9 %, на туристичні послуги –

3,8 %, на послуги, пов'язані з товарами – 7,3 % та майже 66 % становлять інші комерційні послуги.

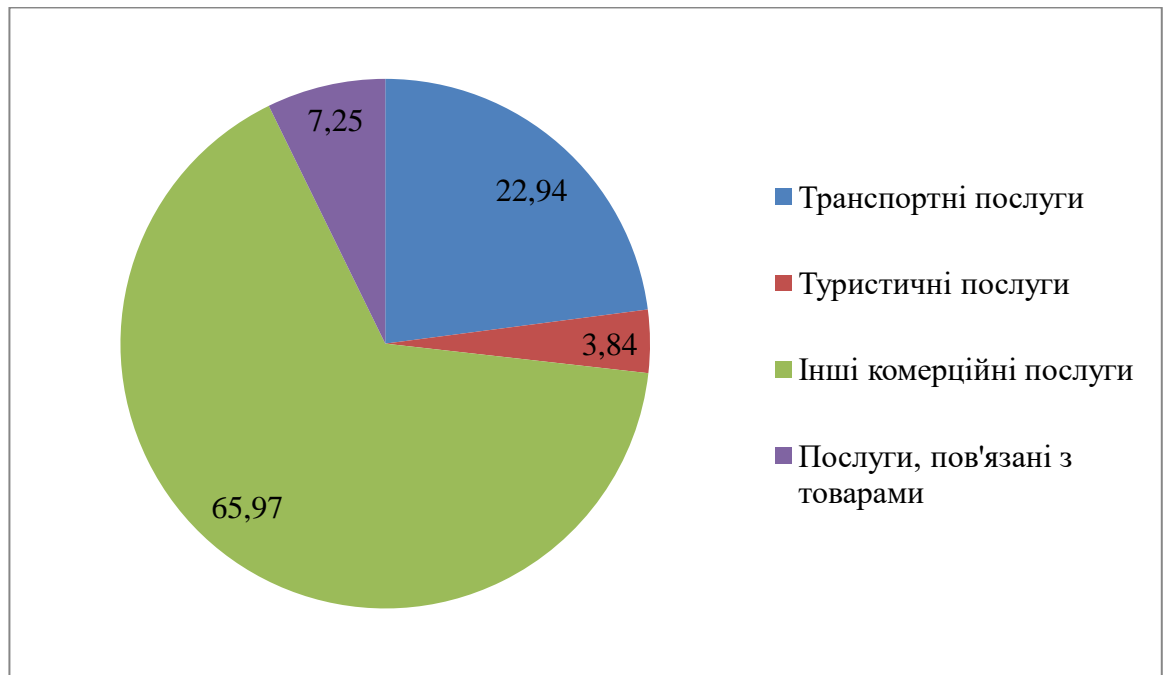


Рис. 2.6. – Структура експорту послуг Китаю у 2023 році, %

Джерело: складено автором на основі [27].

На географічну та товарну структуру експорту Китаю впливають різноманітні фактори. Важливим є розвиток інфраструктури, включаючи порти, транспортні шляхи та логістичні центри, що робить Китай зручним хабом для міжнародної торгівлі. Також конкурентоспроможні ціни на товари завдяки ефективним виробничим процесам та низьким витратам на робочу силу дозволяють китайським продуктам бути привабливими на глобальному ринку.

Значний вплив має політика уряду, зокрема стратегії підтримки експорту та стимулювання інновацій. Китай активно розвиває високотехнологічні галузі, такі як електроніка та автомобілебудування, що сприяє зростанню експорту продукції з високою доданою вартістю.

Експерти вважають, що експорт Китаю може продовжувати зростання в найближчому майбутньому, але враховуючи уповільнення зовнішнього

попиту та тарифів, експорт у другій половині 2024 року зіткнеться з більшим тиском. Уповільнення зростання експорту посилює занепокоєння щодо перспектив розвитку сектора, оскільки багато країн дедалі більше стурбовані домінуванням Китаю в торгівлі

США, Європа та країни з економікою, що розвивається, від Туреччини до Індонезії підвищили тарифи та встановили інші бар'єри на китайську продукцію. У травні 2024 року США оголосили про плани підвищити тарифи на низку китайських товарів з 1 серпня, але вирішили відкласти деякі з них на невизначений термін [28; 29].

Отже, Китай є провідним світовим експортером товарів та послуг і має досить диверсифіковану товарну та географічну структуру експорту.

2.2. Товарна та географічна структура імпорту Китаю

Імпорт Китаю відіграє важливу роль у його економічному розвитку, забезпечуючи доступ до необхідних ресурсів, технологій та товарів, які сприяють подальшій індустріалізації та модернізації країни.

Китай є одним з найбільших імпортерів у світі, що відображає його високу потребу в сировині, проміжних товарах і готовій продукції для задоволення внутрішнього попиту та підтримки експортно-орієнтованої економіки. У 2023 році імпорт товарів і послуг Китаю становив 17,6 % його ВВП (рис. 2.7).

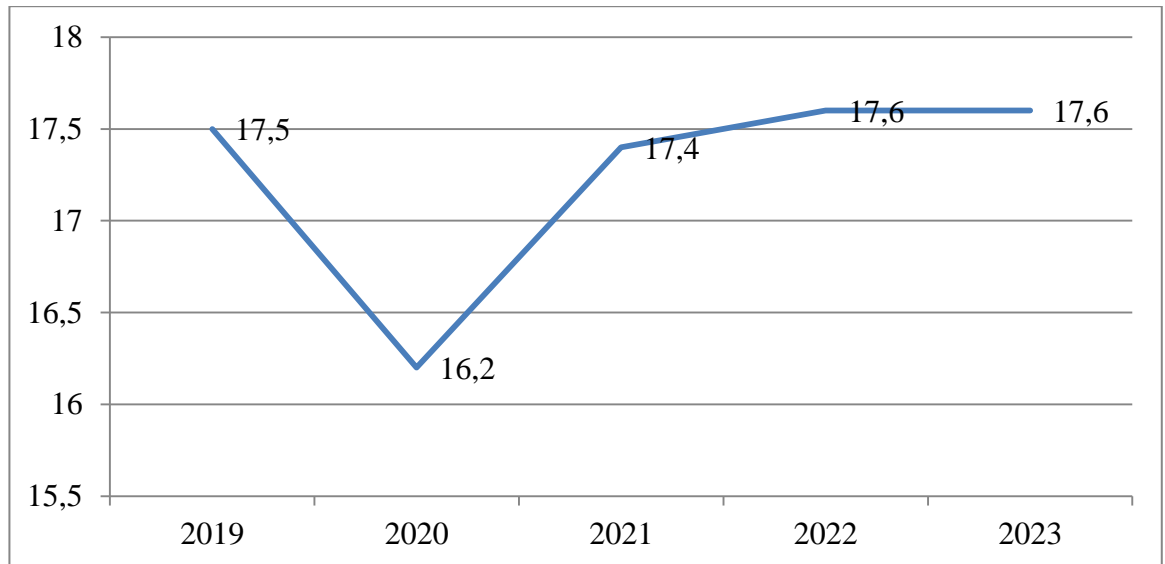


Рис. 2.7. – Імпорт товарів і послуг Китаю, % ВВП.

Джерело: побудовано автором за даними [30].

З даних табл. 2.10 можна побачити, що протягом 2019-2023 рр. Китай посідав другу позицію серед найбільших світових імпортерів товарів, поступаючись лише США.

Таблиця 2.10. – Провідні країни-імпортери товарів у світі у 2019-2023 рр., тис. дол. США

Країна	Вартість імпорту у 2019 р.	Вартість імпорту у 2020 р.	Вартість імпорту у 2021 р.	Вартість імпорту у 2022 р.	Вартість імпорту у 2023 р.
США	2563536173	2406931650	2935314152	3375948186	3172533052
Китай	2066513429	2057021048	2675680064	2715998754	2559319988
Німеччина	1236217435	1172923865	1422827856	1582884908	1469735378
Велика Британія	692494170	630863707	695578289	816299884	791855405
Японія	720964445	634678167	773720906	905098532	786365263
Франція	644249531	570491099	706853607	814049723	775128724
Індія	478883729	367980363	570402004	732565993	671997346
Нідерланди	514857688	484088531	623369107	710771872	664131324
Гонконг	578590151	573061310	713969246	669093235	655539567
Республіка Корея	503259397	467540264	615034495	731366344	642571069

Джерело: складено автором на основі [31].

На рис. 2.8 наведено дані щодо динаміки вартісного обсягу імпорту Китаю у 2014-2023 рр. Як можна побачити з даних рисунка, з 2014 р. по 2016 р. вартісний обсяг імпорту Китаю дещо знизився. Показник 2016 року став найменшим за період, що досліджується (1,589 трлн дол. США). Наступні два роки імпорт Китаю зростав і у 2018 році його вартісний обсяг перетнув межу у 2 трлн дол. США, склавши 2,135 трлн дол. США. У 2019-2020 рр. він дещо знизився (2,067 та 2,057 трлн дол. США відповідно), проте у 2021 році китайський імпорт значно збільшився і склав 2,676 трлн дол. США, а у 2022 році сягнув рекордних 2,716 трлн дол. США. У 2023 році імпорт Китаю дещо зменшився і склав 2,559 трлн дол. США.

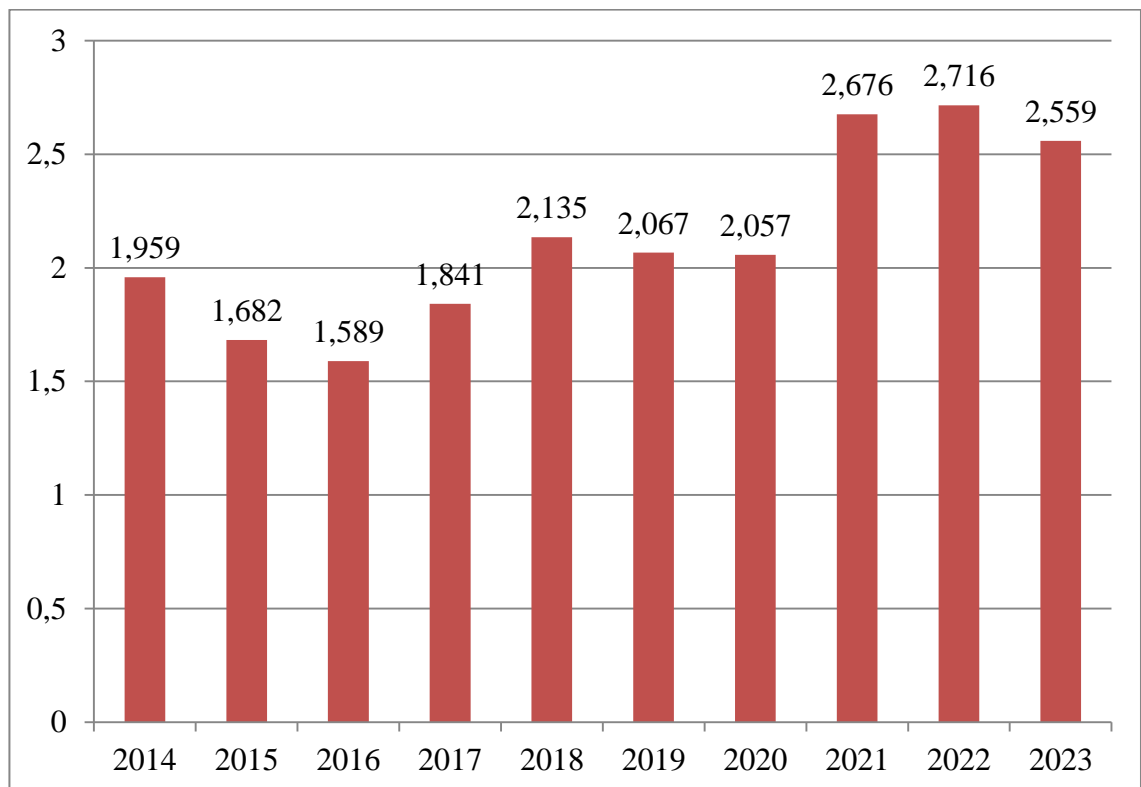


Рис. 2.8. – Динаміка імпорту товарів Китаю, 2014-2023 рр., трлн дол. США.

Джерело: побудовано автором за даними [32].

Якщо проаналізувати географічну структуру імпорту Китаю, то можна побачити, що основними країнами-експортерами товарів до Китаю є Тайвань, США та Республіка Корея (табл. 2.11).

Таблиця 2.11. – Провідні країни-експортери товарів до Китаю у 2019-2023 рр., тис. дол. США

Країни	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Тайвань	173012781	200497888	249876255	238091695	199519622
США	123792117	136339521	180971848	178956846	166071580
Республіка Корея	173559029	173100171	213445080	199667118	162212043
Японія	171768696	174655179	205523715	184496995	160577404
Австралія	121289666	117693743	163729736	142091499	155507964
рф	61190632	57114667	78142344	114148971	128484735
Бразилія	79962547	85517209	109877876	109522043	122450862
Німеччина	105087088	105110506	119920072	111399129	106272367
Китай*	129792198	125264226	156820006	122883424	104839419
Малайзія	71909977	75174351	98192537	109878980	102513126

*Наявність Китаю серед основних імпортерів пояснюється активністю реімпорту.

Джерело: складено автором на основі [32].

Як можна побачити з даних табл. 2.12, зростання вартості імпорту в 2019-2020 роках з Тайваню становило 16 %, у 2020-2021 рр. – 25 %, однак у наступні роки відбулося його зменшення – спочатку до -5% у 2021-2022 рр., і -16 % у 2022-2023 рр.

За період, що досліджується, імпорт Китаю зі США найбільше зріс у 2020-2021 рр. (33 %), незважаючи на пандемію Covid-19. Але у 2022-2023 рр. відбулося зменшення на 7 %.

Також у 2022-2023 рр. спостерігається зменшення вартості імпорту Китаю з інших провідних торговельних партнерів, окрім Австралії, Бразилії та РФ.

Таблиця 2.12. – Зміни вартості імпорту Китаю з основних країн-торговельних партнерів, %

Країни	2019-2020 рр.	2020-2021 рр.	2021-2022 рр.	2022-2023 рр.
Тайвань	16	25	-5	-16
США	10	33	-1	-7
Республіка Корея	0	23	-6	-19
Японія	2	18	-10	-13
Австралія	-3	39	-13	9
РФ	-7	37	46	13
Бразилія	7	28	0	12
Німеччина	0	14	-7	-5
Китай*	-3	25	-22	-15
Малайзія	5	31	12	-7

*Наявність Китаю серед основних імпортерів пояснюється активністю реімпорту.

Джерело: складено автором на основі [32].

Проаналізувавши дані табл. 2.13, можна зробити висновок, що у географічній структурі імпорту Китаю п'ятьма провідними постачальниками товарів є Тайвань, США, Республіка Корея, Японія та Австралія. Частка Тайваню знизилася у 2023 році у порівнянні з попередніми роками (так, у 2019 році вона становила 8,4 %, у 2020 році збільшилася до 9,7 %, у наступні роки знижувалася і у 2023 році склала 7,8 %). Частка другого торговельного партнера Китаю за вартісними обсягами імпорту – США – за досліджуваний період коливалася на рівні 6-6,8 %. Частка Республіки Корея, Японії та Німеччини знизилася, а Австралії, Бразилії, РФ та Малайзії зростає.

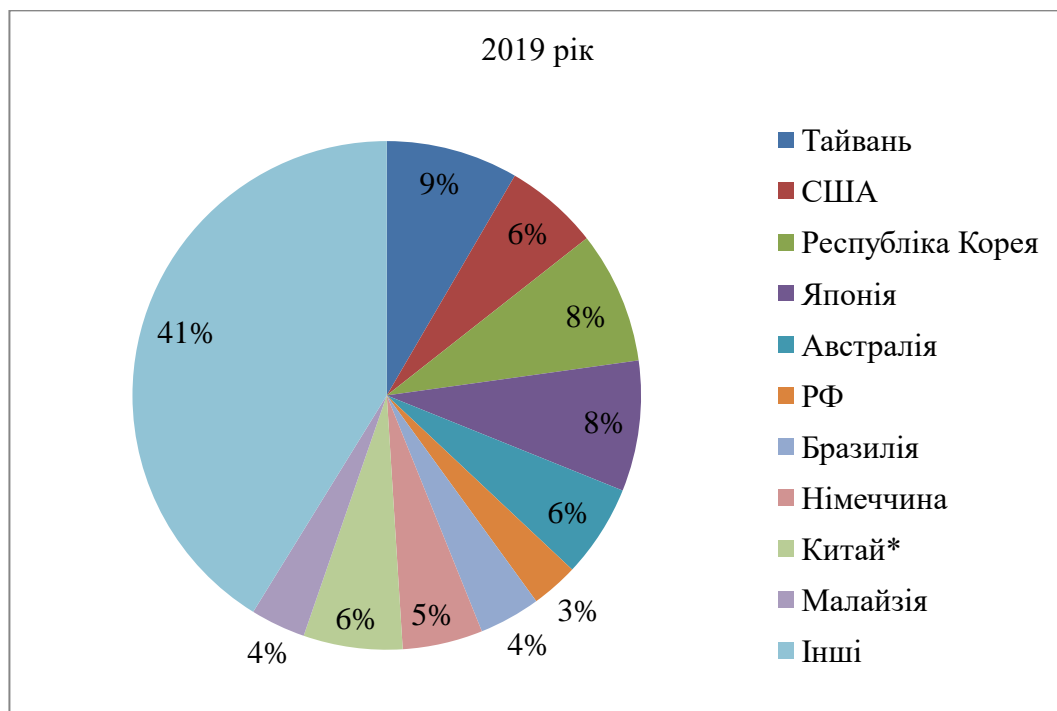
Таблиця 2.13. – Частка основних країн-торговельних партнерів в імпорті Китаю, %

Країни	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Тайвань	8,4	9,7	9,3	8,8	7,8
США	6	6,6	6,8	6,6	6,5
Республіка Корея	8,4	8,4	8	7,4	6,3
Японія	8,3	8,5	7,7	6,8	6,3
Австралія	5,9	5,7	6,1	5,2	6,1
РФ	3	2,8	2,9	4,2	5
Бразилія	3,9	4,2	4,1	4	4,8
Німеччина	5,1	5,1	4,5	4,1	4,2
Китай*	6,3	6,1	5,9	4,5	4,1
Малайзія	3,5	3,7	3,7	4	4

*Наявність Китаю серед основних імпортерів пояснюється активністю реімпорту.

Джерело: складено автором на основі [32].

Завдяки даним, наведеним на рис. 2.9, ми можемо наочно побачити, як змінилася географічна структура імпорту Китаю у 2023 році порівняно з 2019 роком.



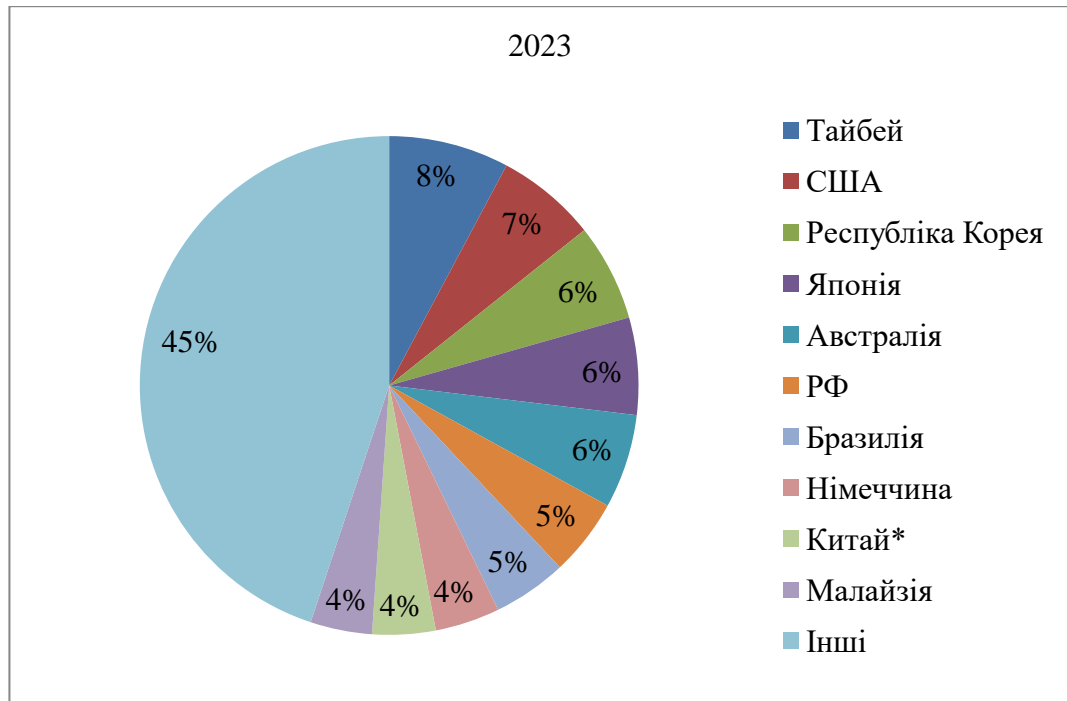


Рис. 2.9. – Географічна структура імпорту Китаю у 2019 р. та 2023 р., %.
Джерело: побудовано автором за даними [32].

У табл. 2.14 наведено товарну структуру імпорту Китаю за період 2019-2023 рр. З даних таблиці видно, що товарний експорт є достатньо диверсифікованим, у вартісному вимірі в імпорті Китаю переважають електричні машини та обладнання та їх частини та мінеральне паливо, нафтопродукти та продукти їх перегонки.

Таблиця 2.14. – Товарна структура імпорту Китаю, тис. дол. США

Товар	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Електричні машини та обладнання та їх частини; звукозаписуючі та відтворювальні апарати, тощо	497419967	548420356	668657163	644691916	550387182
Мінеральне паливо, нафтопродукти та продукти їх перегонки; бітумні речовини	335352936	261169673	393939134	535339703	514418741
Руди, шлаки і золи	164958223	187192533	272763283	224716350	237898326

Продовження табл. 2.14

Атомні реактори, котли, машини та механічні пристрої; їх частини	190400422	192047118	231210911	202146276	197752928
Натуральні або культивовані перли, дорогоцінне або напівкоштовне каміння, дорогоцінні метали	60463729	31735394	77417514	103700970	114223729
Оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, контрольні, медичні або хірургічні інструменти	98708866	99066911	109168468	82029791	77702147
Транспортні засоби, крім залізничного або трамвайного рухомого складу, їх частини та приладдя	75137222	73985238	86386884	80815627	70707772
Насіння та плоди олійних культур; різні зерна, насіння та фрукти	40082336	44980649	60170593	68605062	69751934
Мідь та вироби з неї	40626446	48913983	66088416	68705241	62894148
Пластмаси та вироби з них	71593756	71084529	82825936	75188948	61976018

Джерело: складено автором на основі [33].

У 2023 році на електричні машини та обладнання та їх частини припав 22,5 % загального імпорту Китаю. Також значна частка належить мінеральному паливу, нафтопродуктам та продуктам їх перегонки – 20,1 % (табл. 2.15). На третьому місці серед основних товарів в імпорті Китаю у 2023 році знаходяться руда, шлаки та золи – 9,3 %, за ними йдуть атомні реактори, котли, машини та механічні пристрої; їх частини – 7,73 %, натуральні або культивовані перли, дорогоцінне або напівкоштовне каміння, дорогоцінні метали – 4,46 %.

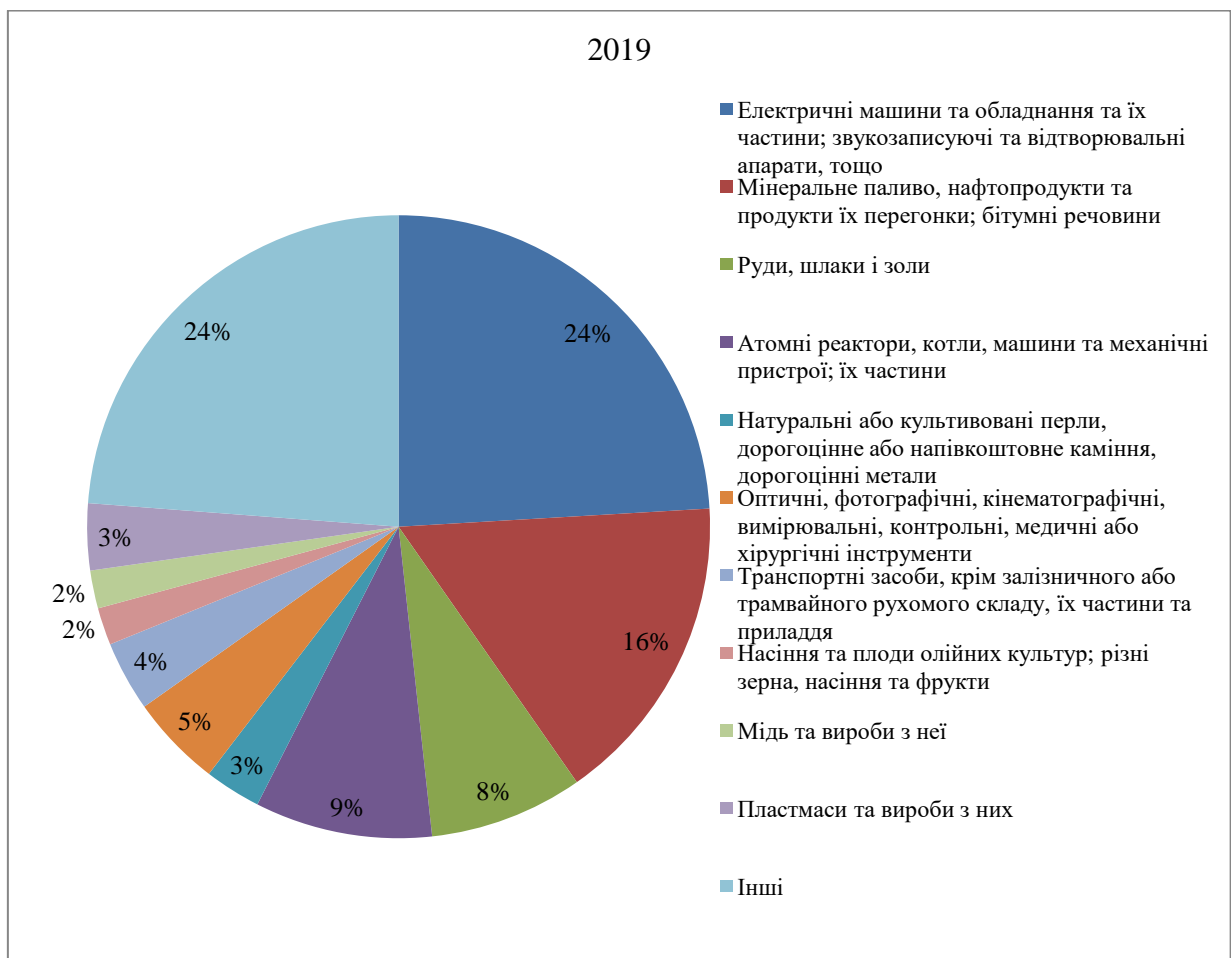
Таблиця 2.15. – Частка основних товарів в імпорті Китаю, %

Товар	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Електричні машини та обладнання та їх частини; звукозаписуючі та відтворювальні апарати, тощо	24,07	26,66	24,99	23,74	21,51
Мінеральне паливо, нафтопродукти та продукти їх перегонки; бітумні речовини	16,23	12,7	14,72	19,71	20,1
Руди, шлаки і золи	7,98	9,1	10,19	8,27	9,3
Атомні реактори, котли, машини та механічні пристрої; їх частини	9,21	9,34	8,64	7,44	7,73
Натуральні або культивовані перли, дорогоцінне або напівкоштовне каміння, дорогоцінні метали	2,93	1,54	2,89	3,82	4,46
Оптичні, фотографічні, кінематографічні, вимірювальні, контрольні, медичні або хірургічні інструменти	4,78	4,82	4,08	3,02	3,04
Транспортні засоби, крім залізничного або трамвайного рухомого складу, їх частини та приладдя	3,64	3,6	3,23	2,98	2,76
Насіння та плоди олійних культур; різні зерна, насіння та фрукти	1,94	2,19	2,25	2,53	2,73
Мідь та вироби з неї	1,97	2,38	2,47	2,53	2,46
Пластмаси та вироби з них	3,46	3,46	3,1	2,77	2,42

Джерело: складено автором на основі [33].

Завдяки даним, наведеним на рис. 2.10, ми можемо наочно побачити, як змінилася товарна структура імпорту Китаю у 2023 році порівняно з 2019

роком. Частка електричних машин та обладнання та їх частин в загальному імпорті за останні 5 років змінилася не дуже суттєво (у 2019 році вона складала майже 24 %, а у 2023 році – 22 %). Частка імпорту Китаєм мінерального палива, нафтопродуктів та продуктів їх перегонки у 2023 році збільшилася порівняно з 2019 роком (з 16 % у 2019 році до 20 % у 2023 році). Частка інших товарів, що в основному імпортує Китай, значних змін не зазнала.



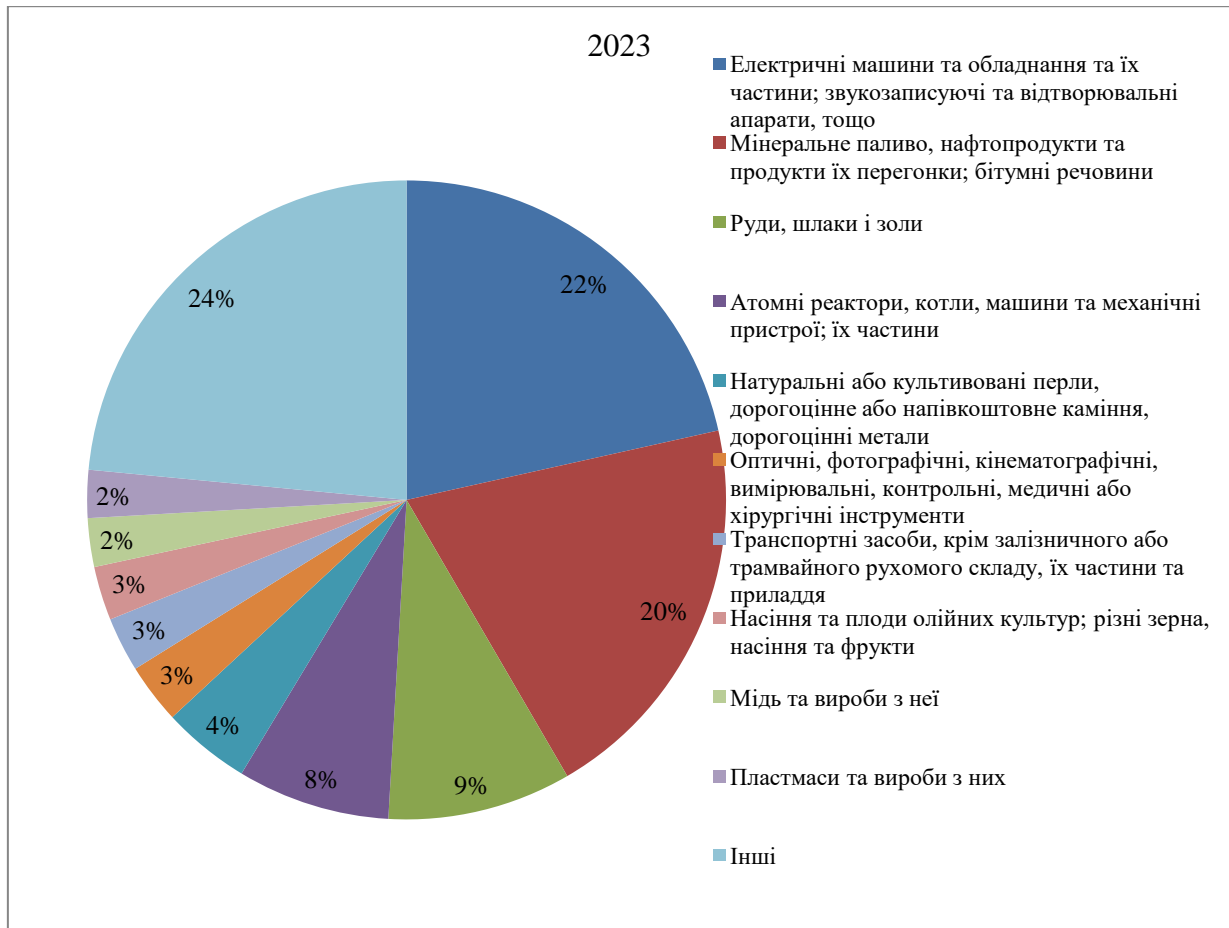


Рис. 2.10. – Товарна структура імпорту Китаю у 2019 р. та 2023 р., %.
Джерело: побудовано автором за даними [33].

Варто зазначити, що влітку 2024 року китайські технічні гіганти, зокрема Huawei та Baidu, а також стартапи збільшили закупівлю напівпровідників в очікуванні обмежень США на експорт чіпів до Китаю. Так, імпорт Китаю зі США у липні 2024 року підскочив на 24,1 % порівняно з роком раніше [34; 35].

Китай є однією із провідних країн-імпортерів послуг у світі. Як можна побачити з даних табл. 2.16, у 2023 році країна зайняла друге місце з імпорту послуг у світі після США. У п'ятірку лідерів також увійшли Німеччина, Велика Британія та Ірландія.

Таблиця 2.16. – Провідні країни-імпортери послуг у світі у 2019-2023 рр., тис. дол. США

Країна	Вартість імпорту у 2019 р.	Вартість імпорту у 2020 р.	Вартість імпорту у 2021 р.	Вартість імпорту у 2022 р.	Вартість імпорту у 2023 р.
США	593313000	466301000	559205000	696707000	719302000
Китай	500680071	381087719	441312080	465052708	551995107
Німеччина	376539729	315457432	387180685	459231297	508224653
Велика Британія	286080029	216048835	260711235	317065766	393940872
Ірландія	375825505	372887053	346604413	372832923	389313015
Франція	267073034	224705383	258251347	285802666	322527122
Нідерланди	265607866	217953747	249348269	263950136	297136776
Сінгапур	206507553	211798416	242826235	258614507	295497587
Індія	179430159	153736992	195956290	249522027	248355922
Японія	219427000	198186300	208510500	209555214	227791757

Джерело: складено автором на основі [36].

На рис. 2.11 наведено дані щодо вартісного обсягу імпорту послуг Китаю за період 2014-2023 рр.

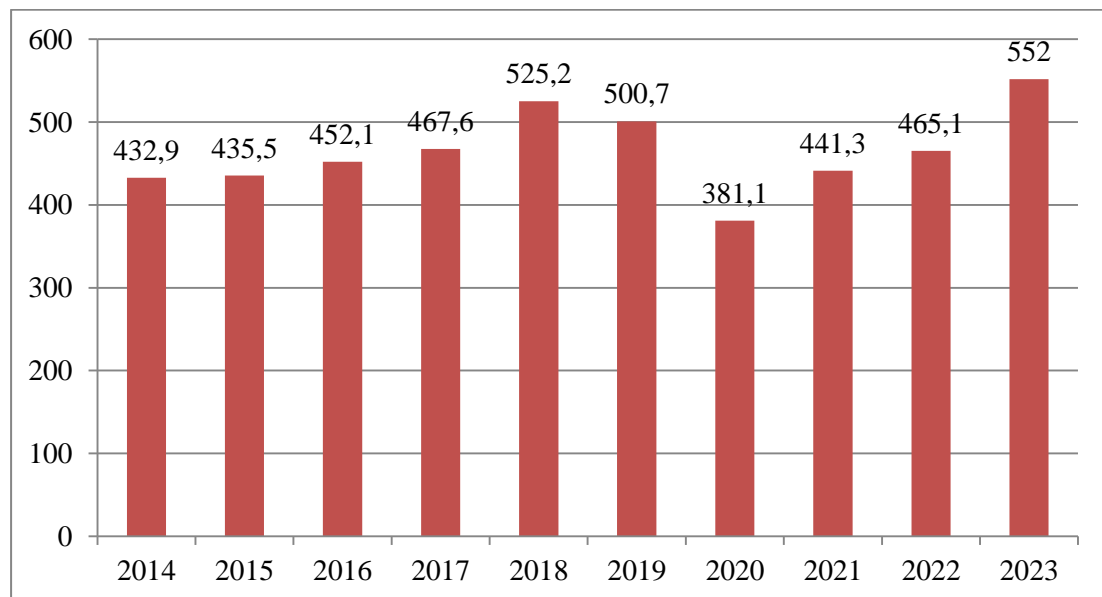


Рис. 2.11. – Динаміка імпорту послуг Китаю, 2014-2023 рр., млрд дол. США.

Джерело: побудовано автором за даними [36].

За досліджуваний період показник коливався. Так, у 2014 році він становив 432,9 млрд дол. США. Надалі вартісний обсяг імпорту послуг Китаю поступово зростав і в 2018 році становив 525,2 млрд дол. США. У 2019 році він знизився до 500,7 млрд дол. США, а в 2020 році зазнав значного падіння і склав 381,1 млрд дол. США, що стало найменшим показником за досліджуваний період. У наступні роки відбулося відновлення зростання і у 2023 році показник сягнув рекордних 552 млрд дол. США.

Основними торговельними партнерами Китаю є Гонконг, країни ЄС, США, Японія та Канада [25].

Згідно з останніми наявними даними Міжнародного торгового центру (ІТС), представленими у вигляді табл. 2.17, у структурі імпорту послуг Китаю переважають туристичні та транспортні послуги.

Таблиця 2.17. – Структура експорту послуг з Китаю у 2019-2023 рр., тис. дол. США

Вид послуг	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Туристичні	250739779	131227970	111043839	117682506	196263407
Транспортні	104722719	94680320	147865127	168829181	171252440
Виробничі послуги	311981	500528	712036	831812	н.д.
Послуги з тех.обслуговування та ремонту	3653264	3358274	3817222	4329823	н.д.
Будівництво	9276570	8150821	9793225	7592351	н.д.
Страхові та пенсійні послуги	10759686	12343814	16037251	20887668	н.д.
Фінансові послуги	2465804	3174468	5345630	3744252	н.д.
Плата за використання інтелект. власності	34328026	37629031	46889442	44425806	н.д.
Телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги	26860633	32967529	40113435	38032767	н.д.
Інші бізнес-послуги	49775304	50487196	53186480	52460179	н.д.
Персональні, культурні та рекреаційні послуги	4073189	3007717	3272652	2613569	н.д.
Державні послуги	3713114	3560051	3235741	3602798	н.д.

Джерело: складено автором на основі [37].

На рис. 2.12 наведено структуру імпорту послуг Китаю у 2023 році згідно з даними Світової організації торгівлі. Як можна побачити з даних рисунка, на туристичні послуги припадає 35,75 %, на транспортні послуги – 31,19 %, на послуги, пов’язані з товарами – 1,23 % та понад 30 % припадає на інші комерційні послуги.

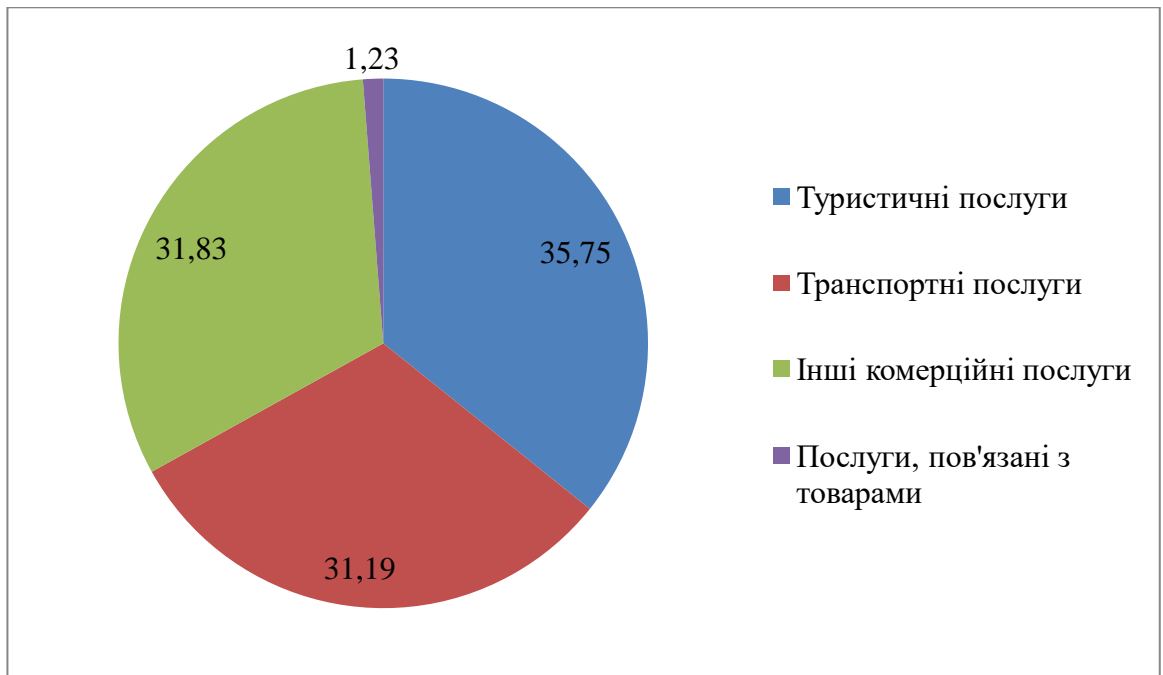


Рис. 2.12. – Структура експорту послуг Китаю у 2023 році, %

Джерело: складено автором на основі [27].

Таким чином, Китай є великим імпортером товарів та послуг на світовому ринку для задоволення як внутрішнього попиту, так і підтримки експортно-орієнтованої економіки.

2.3. Зовнішньоторговельні відносини України та Китаю

Українсько-китайські зовнішньоторговельні відносини багато в чому залежать від політичного клімату між цими державами. На їх стан впливає низка позитивних і негативних чинників, зокрема геополітичний клімат, ступінь привабливості економіки для фінансування та кредитування, ділове

співробітництво на найвищому міждержавному рівні, завершеність спільних угод і контрактів тощо.

Торговельні відносини Китаю з Україною беруть свій початок ще з радянської епохи, але вони зазнали значного зростання після розпаду Радянського Союзу [38].

Українсько-китайські відносини започаткувалися в 1992 році і швидко розвивалися до 2004 року. Цьому сприяв, насамперед, високий рівень політичного діалогу, створення необхідної договірно-правової бази та практична реалізація досягнутих домовленостей у різних сферах співробітництва (торговельно-економічної, військової -технічної, наукові, освітні та культурні). Торговельно-економічне співробітництво між Україною і КНР регулюється Угодою між Урядом України і Урядом КНР про торговельно-економічне співробітництво від 8 серпня 1992 р., метою якої є зміцнення дружби, співпраця і розвиток торговельно-економічних відносин між обома країнами на рівноправній і взаємовигідній основі, здійснення всіх необхідних заходів по сприянню безперервному і стабільному розвитку відносин між обома країнами і створення для цього сприятливих умов [39; 40]

На думку науковців Атаманчук З.А. та Просянюк А.В. українсько-китайські відносини носять стратегічний характер [41]. Проте в українському політичному середовищі існує певна упередженість до «комуністичного Китаю» та нерозуміння особливостей функціонування влади в конфуціанському світі. Як наслідок, як зазначають деякі дослідники, Україна, маючи відповідну договірно-правову базу та високий рівень стратегічного партнерства з Китаєм, наразі не використовує можливості співпраці з найбільшим у світі експортером, другою економікою світу, країною, яка має найбільший у світі запас золота. валютні резерви та практично необмежені інвестиційні можливості [42].

На всьому етапі розвитку українсько-китайські відносини стикалися з певними викликами. За часів незалежності України ці відносини розвивалися по висхідній і досягли найвищої точки розвитку з підписанням Договору про

дружбу та співробітництво, ратифікованого Законом України від 15 травня 2014 року [43]. Наразі політичні зміни, що відбулися в Україні, нечітка реакція Китаю на військову агресію проти України поставили певний знак питання у двосторонніх відносинах [42].

До початку широкомасштабного вторгнення Росії в Україну, Китай був основним торговельним партнером України. Однак, руйнування усталених ланцюгів постачання та зміни в логістиці призвели до того, що основними експортними ринками для України стали європейські країни. Проте, Китай залишається провідним джерелом імпорту для України, продовжуючи домінувати в українському торговельному балансі [44].

У 2021 році Китай займав провідне місце серед торговельних партнерів України, з загальним обсягом товарообігу між країнами, що становив 19 млрд дол. США. У 2023 році Китай утримав лідерство, про що свідчать дані табл. 2.18.

Таблиця 2.18. – Показники провідних країн-торговельних партнерів України у загальному обсязі товарообігу за 2023 рік, млн дол. США

№	Країна	Товарообіг	Частка в загальному обсязі товарообігу, %	Експорт	Імпорт	Сальдо
1	Китай	12534	13,0	2404	10130	-7726
2	Польща	10765	11,2	4418	6347	-1929
3	Туреччина	7048	7,3	2368	4680	-2313
4	Німеччина	6689	6,9	1847	4842	-2995
5	Румунія	5133	5,3	3630	1503	2127
6	Італія	3682	3,8	1521	2162	-641
7	США	3360	3,5	518	2842	-2324
8	Болгарія	3123	3,2	905	2219	-1314
9	Іспанія	2879	3,0	2004	875	1130
10	Словаччина	2707	2,8	1055	1652	-597

Джерело: складено автором на основі [45].

Згідно з даними Національного банку України за показником питомої ваги провідних країн-торговельних партнерів України у загальному обсязі товарообороту за 2023 рік Китай займає перше місце. Його частка склала 13 % у загальному обсязі товарообороту. За ним слідує Польща (11,2 %) та Туреччина (7,3 %).

Проте, внаслідок військових дій та зміни напрямків товарних потоків і логістичних маршрутів, у 2023 році Китай опинився лише на третьому місці за рівнем експорту з України, з показником 2,4 млрд дол. США поступившись Польщі (4,4 млрд дол. США) та Румунії (3,6 млрд дол. США). Порівняно з 2022 роком, Китай піднявся на одну позицію, випередивши Туреччину (2,37 млрд млрд дол. США).

Війна значно вплинула на експорт з України до Китаю, що скоротився в натуральному вираженні на 71% між 2021 та 2023 роками. Водночас, китайський імпорт знизився лише на 11%. У 2022 році через труднощі з логістикою поставки з Китаю в Україну зменшилися на 800 тис. тонн, проте у 2023 році вони значною мірою відновилися.

Аналогічні тенденції спостерігаються і в торгівлі товарами у фінансовому вираженні: українські показники впали майже на 70%, тоді як обсяг китайського імпорту наближається до довоєнного рівня. У 2023 році Китай збільшив обсяг свого експорту в Україну майже на 1,8 млрд дол. США у порівнянні з попередніми роками [44; 46].

На рис. 2.13 наведені дані щодо експорту товарів України до Китаю за період 2015-2023 рр. Як можна побачити, у 2016 році показник знизився порівняно з 2015 роком. Починаючи з 2017 року вартісний обсяг експорту товарів України до Китаю почав поступово зростати і у 2019 році він становив 3521 млн дол. США. У 2020 році відбулося стрімке збільшення, коли показник становив 7002 млн дол. США. У 2021 році він продовжив зростати і склав рекордні 7886 млн дол. США. Проте у 2022 р. та 2023 р. експорт України до Китаю значно скоротився через війну.

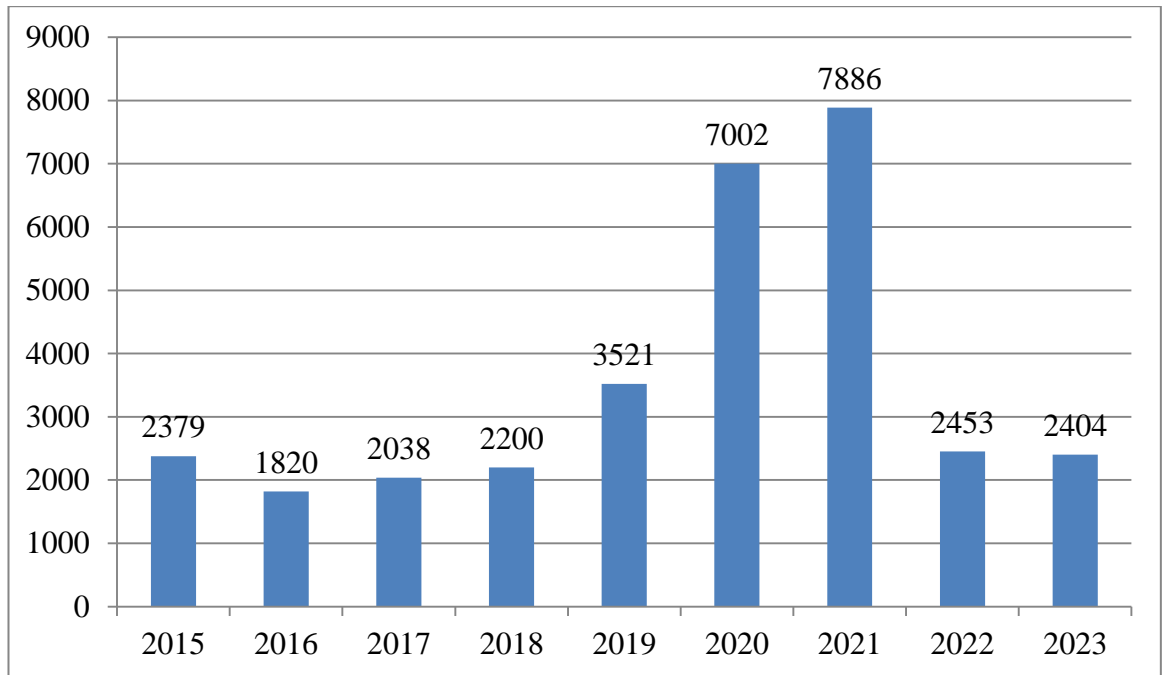


Рис. 2.13. – Динаміка експорту товарів України до Китаю у 2015-2023 рр., млн дол. США.

Джерело: складено автором на основі [45]

З даних табл. 2.19 можна побачити, як змінювалася частка експорту товарів України до Китаю у загальному обсязі експорту України за період 2015-2023 років.

Таблиця 2.19. – Частка Китаю у загальному обсязі експорту товарів України у 2015-2023 рр., %

Рік	Частка в загальному обсязі експорту, %
2015	6,9
2016	5,5
2017	5,2
2018	5,2
2019	7,8
2020	15,6
2021	12,5
2022	6,0
2023	6,9

Джерело: складено автором на основі [45].

Так, у 2015 році вона становила майже 7 %, у 2016-2018 рр. коливалася у межах 5,2-5,5 %, у 2019 році показник збільшився до майже 8 %. У 2020 році на частку Китаю в експорті товарів України припало 15,6 %, що стало найбільшим показником за період, що досліджується. Хоча у 2021 році вартісний обсяг експорту України до Китаю зріс, його частка дещо знизилася порівняно з попереднім роком і склала 12,5 %. У 2022 р. та 2023 р. вона знизилася до 6 % і 6,9 % відповідно.

Варто зазначити, що Китай продовжує лідирувати серед країн-імпортерів у 2023 році, з показником імпорту в Україну на рівні 10,5 млрд дол. США (рис. 2.14), що становить 16,4 % від загального обсягу (табл. 2.20). Польща і Німеччина займають наступні місця з частками в 10 % (6,6 млрд дол. США) та 8 % (4,9 млрд дол. США) відповідно [44].

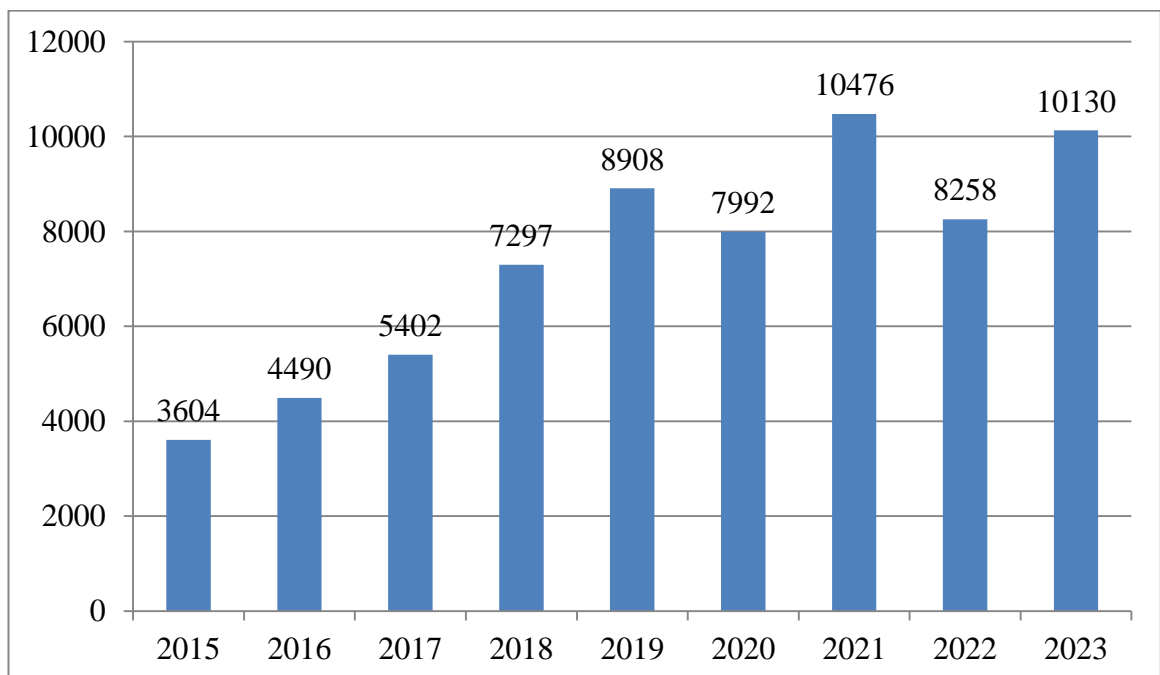


Рис. 2.14. – Динаміка імпорту товарів України з Китаю у 2015-2023 рр., млн дол. США.

Джерело: складено автором на основі [45].

З даних рис. 2.14 можна побачити, що протягом 2015-2019 рр. імпорт товарів України з Китаю поступово зростав. Так, у 2015 році показник склав 3604 млн дол. США, а в 2019 році він збільшився до 8908 млн дол. США. У

2020 році вартісний обсяг імпорту України з Китаю дещо знизився, проте вже у 2021 році зростання було відновлено і показник сягнув рекордних 10476 млн дол. США. У 2022 році український імпорт з КНР знов дещо скоротився (8258 млн дол. США), але вже у 2023 році знов збільшився і становив 10130 млн дол. США.

Проаналізувавши дані табл. 2.20, можна зробити висновок, що частка Китаю у загальному обсязі імпорту товарів України у 2015-2023 рр. коливалася у межах 10,3%-16,4%. Найменшою вона була у 2015 році, а найбільшою – у 2023 році.

Таблиця 2.20. – Частка Китаю у загальному обсязі імпорту товарів України у 2015-2023 рр., %

Рік	Частка в загальному обсязі імпорту, %
2015	10,3
2016	12,2
2017	11,6
2018	13,5
2019	15,5
2020	15,5
2021	15,1
2022	15,6
2023	16,4

Джерело: складено автором на основі [45].

Завдяки даним, наведеним у табл. 2.21 та 2.22 ми можемо порівняти, як змінилася товарна структура зовнішньої торгівлі України з Китаєм у 2023 році порівняно з 2022 роком. Як можна побачити, вартість експорту основних товарів, що поставляла Україна до Китаю у 2021 році – зернових культур та руд, шлаків і золи – значно знизилася у 2023 році.

Таблиця 2.21. – Товарна структура зовнішньої торгівлі України з Китаєм у 2021 році

	Експорт		Імпорт	
	вартість, тис. дол. США	у % до відп. періоду попер. року	вартість, тис. дол. США	у % до відп. періоду попер. року
10 зернові культури	2 552 513,9	137,6	8 550,4	43,4
15 жири та олії тваринного або рослинного походження	987 852,4	89,8	2 752,8	276,7
23 залишки і відходи харчової промисловості	607 117,7	124,4	34 391,6	144,3
26 руди, шлаки і зола	2 935 354,9	117,3	1 924,6	109,9
29 органічні хімічні сполуки	1 435,6	124,6	303 959,1	124,6
30 фармацевтична продукція	97,6	53,2	240 369,4	352,5
38 різноманітна хімічна продукція	6 144,5	90,3	368 283,5	165,0
39 пластмаси, полімерні матеріали	1 238,7	10,0	447 185,2	162,9
40 каучук, гума	148,6	145,1	263 799,0	141,0
44 деревина і вироби з деревини	123 695,1	98,3	18 088,1	110,7
54 нитки синтетичні або штучні	0,0	0,1	132 483,4	161,7
60 трикотажні полотна	-	-	124 007,3	130,9
61 одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	32,4	289,8	106 134,6	97,2
62 одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	89,7	17,8	118 252,4	91,6
64 взуття	9,8	11,1	343 748,8	145,1
72 чорні метали	311 436,6	51,2	326 705,8	172,1
73 вироби з чорних металів	3 145,2	75,8	250 699,2	132,5
76 алюміній і вироби з нього	1 252,8	166,9	132 355,3	128,3
82 інструменти, ножові вироби	194,8	123,5	105 350,3	120,3
83 інші вироби з недорогоцінних металів	569,3	58,9	126 670,8	134,9
84 реактори ядерні, котли, машини	269 811,0	109,0	2 103 632,9	138,9
85 електричні машини	6 682,1	66,1	2 803 513,7	125,7
87 засоби наземного транспорту крім залізничного	55,9	26,7	535 505,0	155,0
90 прилади та апарати оптичні, фотографічні	4 635,6	117,5	340 690,8	110,4
94 меблі	97,7	42,8	279 367,9	130,0
95 іграшки	344,7	125,8	284 241,4	108,2
96 різні готові вироби	71,2	10,1	105 650,5	95,1

Джерело: складено автором на основі [47]

Таблиця 2.22. – Товарна структура зовнішньої торгівлі України з Китаєм у 2023 році

	Експорт		Імпорт	
	вартість, тис. дол. США	у % до відп. періоду попер. року	вартість, тис. дол. США	у % до відп. періоду попер. року
02 м'ясо та їстівні субпродукти	50 153,9	113,1	-	-
10 зернові культури	1 151 082,5	104,2	19 066,9	89,8
15 жири та олії тваринного або рослинного походження	624 277,0	176,3	1 264,4	117,7
23 залишки і відходи харчової промисловості	349 361,7	101,4	32 531,7	66,6
26 руди, шлаки і зола	87 741,3	22,8	938,6	97,5
29 органічні хімічні сполуки	590,2	155,8	252 628,7	84,9
38 різноманітна хімічна продукція	2 698,4	108,1	314 620,5	73,1
39 пластмаси, полімерні матеріали	128,4	63,5	424 309,7	111,0
40 каучук, гума	66,7	289,6	277 761,3	127,4
54 нитки синтетичні або штучні	-	-	106 639,8	135,2
60 трикотажні полотна	-	-	133 219,5	139,5
61 одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні	26,8	136,7	113 260,7	105,6
62 одяг та додаткові речі до одягу, текстильні	119,2	147,6	131 212,3	67,7
64 взуття	4,6	59,4	247 686,0	124,9
72 чорні метали	5 928,8	10,0	203 614,1	128,1
73 вироби з чорних металів	1 290,8	101,8	284 391,3	170,0
76 алюміній і вироби з нього	82,9	563,4	131 197,5	110,3
82 інструменти, ножові вироби	29,8	83,3	111 538,4	137,4
84 реактори ядерні, котли, машини	45 911,0	49,7	1 571 238,6	115,3
85 електричні машини	6 512,9	166,7	2 881 828,9	117,4
87 засоби наземного транспорту крім залізничного	21,5	4 289,3	775 827,8	168,8
88 літальні апарати	2 603,0	210,5	348 223,1	10 869,2
90 прилади та апарати оптичні, фотографічні	1 554,9	68,3	302 552,6	100,2
94 меблі	65,7	677,6	193 580,5	126,3
95 іграшки	47,0	127,8	218 038,5	175,9
96 різні готові вироби	89,6	133,0	103 227,6	146,8

Джерело: складено автором на основі [48].

Фахівці вважають, що зменшення обсягів торгівлі між Україною та Китаєм спричинено війною, зокрема, через блокування українських портів.

Китай є значним імпортером сільськогосподарської продукції, тому для нього питання продовольчої безпеки є важливим. У свою чергу, Україна є важливою країною-експортером сільськогосподарської продукції до Китаю. Хоча для продовольчої безпеки Китаю немає прямої загрози від припинення імпорту з України, на світовому ринку продовольства ці зміни логістичних ланцюгів створюють напруженість. Так, наприклад, ті китайські імпортери, яким Україна поставляла фуражне зерно у великих обсягах, наразі мають знайти альтернативні джерела його постачання [49]. На рис. 2.15 наведено дані щодо частки певних товарів у товарній структурі експорту України до Китаю.



Рис. 2.15. – Товарна структура експорту України до Китаю у 2021 р. та 2023р., %.

Джерело: складено автором на основі [47; 48].

Можна зробити висновок, що у 2023 році порівняно з 2021 роком відбулися суттєві зміни. У 2021 році в експорті України до КНР переважали руди, шлаки і зола, на які припало 37 %, та зернові культури, частка яких склала 32 %. У 2023 році на руди шлаки і золу припало лише 3,6 %. Найбільша частка в українському експорті належала зерновим культурам – 48 % та жирам та оліям тваринного або рослинного походження – 26 %. Завдяки даним, наведеним на рис. 2.16, видно, як змінилася частка певних товарів у товарній структурі імпорту України з Китаю у 2023 році порівняно з 2021 роком. У товарній структурі імпорту не відбулося таких значних змін, як у товарній структурі експорту. Основними товарними позиціями як у 2021 році, так і у 2023 році були електричні машини, а також ядерні реактори, котли, машини.

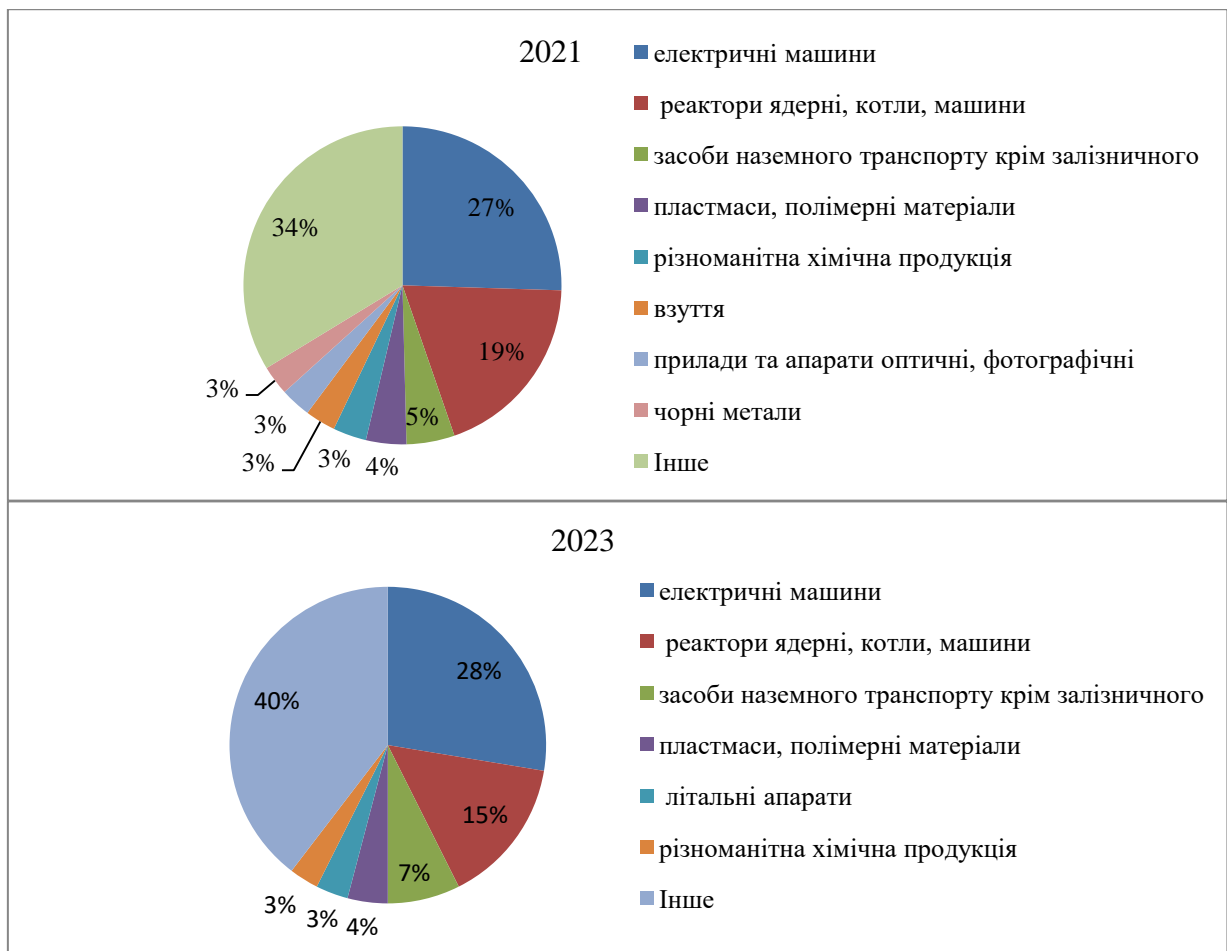


Рис. 2.16. – Товарна структура імпорту України з Китаю у 2021 р. та 2023р., %

Джерело: складено автором на основі [47; 48].

Варто зазначити, що статистичні дані щодо зовнішньої торгівлі послугами України та Китаю обмежені 2021 роком. У табл. 2.23 наведено дані щодо зовнішньої торгівлі послугами України та Китаю.

Таблиця 2.23. – Показники зовнішньої торгівлі послугами України та Китаю у 2021 році

	Експорт		Імпорт		Сальдо
	тис. дол. США	у % до 2020	тис. дол. США	у % 2020	
Китай	88583,2	71,3	298727,1	151,5	-210143,9

Джерело: складено автором на основі [50].

Як можна побачити з даних табл. 2.24, найбільша частка в експорті послуг України до КНП припадала на ділові та транспортні послуги – 40,9 % та 36,5 % відповідно. В імпорті послуг України з Китаю більше половини від загального обсягу імпорту припадало на транспортні послуги (56,1 %), а також вагому частку займали послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю (21,3 %) та послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги (15,2 %).

Таблиця 2.24. – Структура зовнішньої торгівлі послугами України та Китаю у 2021 році

Найменування послуги згідно із КЗЕП	Експорт			Імпорт			Сальдо (+, -)
	Обсяг, тис.дол. США	У % 2020	Питома вага, у % до загального обсягу країни	Обсяг, тис.дол. США	У % 2020	Питома вага, у % до загального обсягу країни	
Китай	88583,2	71,3	100,0	298727,1	151,5	100,0	-210143,9
Послуги з переробки матер.ресурсів	к/с	к/с	к/с	-	-	-	к/с
Послуги з ремонту та технічного обслуговування	3502,3	40,8	4,0	к/с	к/с	к/с	к/с
Транспортні послуги	32369,7	135,1	36,5	167505,6	413,0	56,1	-135135,8

Продовження табл. 2.24

Послуги, пов'язані з подорожами	10150,1	135,5	11,5	40,3	3,0	0,0	10109,8
Послуги з будівництва	к/с	к/с	к/с	к/с	к/с	к/с	к/с
Послуги зі страхування	417,4	90,3	0,5	447,7	к/с	0,2	-30,3
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	102,4	48,7	0,1	63590,6	80,3	21,3	-63488,2
Роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелект.власності	188,6	221,0	0,2	6863,9	66,6	2,3	-6675,4
Послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформ.послуги	2542,9	101,2	2,9	45408,7	128,0	15,2	-42865,8
Ділові послуги	36212,0	48,8	40,9	9684,9	34,6	3,2	26527,1
Послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги	168,4	558,8	0,2	-	-	-	168,4
Державні та урядові послуги	1,2	-	0,0	1707,7	173,0	0,6	-1706,5

к/с - дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації

Джерело: складено автором на основі [51].

Для зовнішньоторговельних відносин України та Китаю вагоме значення має китайська ініціатива «Один пояс, один шлях» – амбітна програма з'єднання Азії з Європою, Африкою та Латинською Америкою через транспортні мережі на суші та на морі для розвитку економічної інтеграції, збільшення торгівлі та стимулювання зростання. Україна займає стратегічне розташування в цій ініціативі, поблизу перетину Європи та Азії, що робить її потенційними «воротами до Європи». Вторгнення Росії в Україну має руйнівний ефект і створює численні виклики для ініціативи «Один пояс, один шлях», оскільки воно вплинуло на деякі стовпи та загальні цілі програми. Однак у нинішній ситуації зв'язок інфраструктури гальмується трьома подіями: меншою кількістю варіантів фінансування, меншим міжнародним

співробітництвом і геополітичними потрясіннями. Також, безперешкодна торгівля через «Один пояс, один шлях» постраждала, оскільки війна спричиняє збої в глобальних ланцюжках створення вартості, послаблює вільну торгівлю та загострює продовольчу та енергетичну безпеку. Але, на думку деяких фахівців, там, де є ризики, існують також потенційно сприятливі обставини для ініціативи «Один пояс, один шлях», включаючи можливості для Китаю взяти участь у відбудові зруйнованої війною України [52; 53].

Таким чином, зовнішньоторговельні відносини України та Китаю є дуже перспективними, однак наразі існує багато викликів для їх успішної стабілізації та розвитку.

Висновки до розділу 2

Китай є провідним експортером товарів у світі, з 2009 року випередивши Німеччину. З 2014 року Китай є не лише найбільшим у світі експортером, але й країною з найбільшим товарообігом. Протягом 2019-2023 рр. Китай упевнено утримує лідерство серед провідних світових експортерів товарів, за ним слідують США та Німеччина. Китай відомий як «фабрика світу» за те, що він є найбільшим постачальником промислових товарів. У 2022 році китайський експорт сягнув рекордних 3,6 трлн дол. США, чому сприяла популярність онлайн-покупок як у сфері бізнес-бізнес (B2B), так і бізнес-споживач (B2C).

У 2023 році провідним експортним ринком Китаю була АСЕАН, Європейський Союз і Сполучені Штати посідають друге і третє місце. Завдяки успішному запуску та розширенню ініціативи «Один пояс, один шлях» Китай відкрив нові ринки на Близькому Сході та в Африці. Основними країнами-імпортерами китайських товарів є США, Гонконг та Японія.

У географічній структурі експорту Китаю в останні роки відбуваються зміни: зменшується частка США, Гонконгу та Японії. Частка Республіки Корея, В'єтнаму, Німеччини та Нідерландів майже не змінилася. Частка Індії,

РФ та Малайзії в експорті Китаю дещо збільшилася. У вартісному вимірі в експорті Китаю переважає експорт електричних машин та обладнання та їх частини. Китай входить у десятку провідних країн-експортерів послуг, у 2023 році країна зайняла п'яте місце з експорту послуг у світі після США, Великої Британії, Німеччини та Ірландії. Основними торговельними партнерами Китаю є Гонконг, країни ЄС, США, Японія та Сінгапур, у структурі експорту послуг Китаю переважають транспортні та туристичні послуги.

На географічну та товарну структуру експорту Китаю впливають різноманітні фактори: розвиток інфраструктури; конкурентоспроможні ціни на товари; політика уряду, зокрема стратегії підтримки експорту та стимулювання інновацій. Разом з тим, можливе уповільнення зростання експорту за рахунок підвищення тарифів та інших бар'єрів на китайську продукцію.

Імпорт Китаю відіграє важливу роль у його економічному розвитку, забезпечуючи доступ до необхідних ресурсів, технологій та товарів, які сприяють подальшій індустріалізації та модернізації країни. Аналіз географічної структури імпорту Китаю показав, що основними країнами-експортерами товарів до Китаю є Тайвань, США та Республіка Корея. у 2022-2023 рр. спостерігається зменшення вартості імпорту Китаю з інших провідних торговельних партнерів, окрім Австралії, Бразилії та РФ. У вартісному вимірі в імпорті Китаю переважають електричні машини та обладнання та їх частини та мінеральне паливо, нафтопродукти та продукти їх перегонки.

Китай є однією із провідних країн-імпортерів послуг у світі. У 2023 році країна зайняла друге місце з імпорту послуг у світі після США. У п'ятірку лідерів також увійшли Німеччина, Велика Британія та Ірландія. Основними торговельними партнерами Китаю є Гонконг, країни ЄС, США, Японія та Канада. У структурі імпорту послуг Китаю переважають туристичні та транспортні послуги.

Торговельні відносини Китаю з Україною беруть свій початок ще з радянської епохи, але вони зазнали значного зростання після розпаду Радянського Союзу. Українсько-китайські відносини започаткувалися в 1992 році і швидко розвивалися до 2004 року, чому сприяв, насамперед, високий рівень політичного діалогу, створення необхідної договірно-правової бази та практична реалізація досягнутих домовленостей у різних сферах співробітництва (торговельно-економічної, військової -технічної, наукові, освітні та культурні). До початку широкомасштабного вторгнення Росії в Україну, Китай був основним торговельним партнером України. Однак, після широкомасштабного вторгнення Росії основними експортними ринками для України після стали європейські країни. Проте, Китай залишається провідним джерелом імпорту для України, продовжуючи домінувати в українському торговельному балансі. Так, у 2021 році Китай займав провідне місце серед торговельних партнерів України, з загальним обсягом товарообігу між країнами, що становив 19 млрд дол. США. У 2023 році Китай утримав лідерство, його частка склала 13 % у загальному обсязі товарообороту.

Для зовнішньоторговельних відносин України та Китаю вагоме значення має китайська ініціатива «Один пояс, один шлях» – амбітна програма з'єднання Азії з Європою, Африкою та Латинською Америкою через транспортні мережі на суші та на морі для розвитку економічної інтеграції, збільшення торгівлі та стимулювання зростання. Україна займає стратегічне розташування в цій ініціативі, поблизу перетину Європи та Азії, що робить її потенційними «воротами до Європи». Вторгнення Росії в Україну має руйнівний ефект і створює численні виклики для ініціативи «Один пояс, один шлях», оскільки війна спричиняє збої в глобальних ланцюжках створення вартості, послаблює вільну торгівлю та загострює продовольчу та енергетичну безпеку.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ УЧАСТІ КИТАЮ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

3.1. Особливості торговельної політики Китаю

Торговельна політика Китаю є ключовим елементом його економічної стратегії, яка забезпечила країні статус однієї з найбільших економік світу. Зростання економіки Китаю значною мірою залежить від його участі в міжнародній торгівлі, що визначає як внутрішню економічну політику, так і відносини з іншими країнами.

Історично торговельна політика Китаю пройшла декілька етапів розвитку. З моменту заснування Китайської Народної Республіки в 1949 році і до кінця 1970-х років країна дотримувалася політики автаркії, спрямованої на самозабезпечення та обмежену участь у міжнародній торгівлі. Відчутні зміни розпочалися в кінці 1970-х років з упровадженням реформ Ден Сяопіна, коли Китай відкрив свої кордони для зовнішньої торгівлі та інвестицій.

Вступ Китаю до Світової організації торгівлі (СОТ) у 2001 році став поворотним моментом у його торговельній політиці, що сприяло швидкому зростанню експорту та інтеграції країни в глобальні ланцюги постачання. Це забезпечило значний економічний підйом і перетворило Китай на одного з провідних гравців на світовому ринку [54].

Отже, після того, як Китай став членом СОТ, він поступово зменшив адміністративні бар'єри в торгівлі та лібералізував свою систему зовнішньої торгівлі. Відповідно до зміненого Закону про зовнішню торгівлю Китаю, який набув чинності в липні 2004 року, усі види бізнесу, включаючи приватні підприємства, можуть брати участь у зовнішній торгівлі. Громадяни Китаю також можуть торгувати за кордоном. Варто зазначити, що вага Китаю у світовій економіці зросла в геометричній прогресії протягом більш ніж двох десятиліть його членства в СОТ.

Як заявив президент Сі Цзіньпін у своїй промові 27 вересня 2023 року, Світова організація торгівлі є важливою опорою багатосторонності та важливою платформою для глобального економічного управління. Китай підтримує багатосторонню міжнародну торговельну систему, підтримує необхідну реформу СОТ, а також зміцнює та сприяє авторитету, ефективності та актуальності системи. Китай активно і конструктивно бере участь у переговорах, консультаціях і дискусіях з різних питань СОТ. Китай виступає проти одностороннього режиму та протекціонізму, відкидає будь-які дії чи пропозиції, які суперечать основним цінностям і фундаментальним принципам СОТ, і захищає свої законні права та інтереси. Китай завжди робив важливий внесок у вирішення проблем розвитку. Китай готовий співпрацювати з іншими членами для спільного сприяння стійкому та інклюзивному розвитку багатосторонньої торговельної системи [55].

Китай продовжує розвивати напрям політики відкритості. Уряд Китаю продовжує докладати зусиль для сприяння високоякісному розвитку зовнішньої торгівлі та послідовно запроваджує низку політичних заходів, таких як сприяння стабілізації обсягів зовнішня торгівля, покращення її структури

У липні 2023 року Китай запровадив восьме зниження податку на тарифні ставки режиму найбільшого сприяння для 62 продуктів інформаційних технологій. Загальний рівень тарифів Китаю на той час впав до 7,3 %, що є найнижчим рівнем у світі та набагато нижчим від зобов'язань Китаю щодо вступу до СОТ у 9,8%. Відповідно до плану коригування тарифів на 2024 рік тимчасові ставки, нижчі за ставки режиму найбільшого сприяння, застосовуються до 1010 товарів, у тому числі до деяких передових виробничих засобів, запасних частин та фармацевтичної сировини. Згідно з чинними угодами про вільну торгівлю і преференційними торговельними домовленостями, Китай застосовує тарифні ставки угоди, що додатково знижує загальний рівень тарифної ставки [56].

Китай проводить спрощення процедур торгівлі. Так, було внесено зміни та вдосконалено Закон про зовнішню торгівлю. Було виключено положення статті 9 щодо подання та реєстрації суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. З 30 грудня 2022 року скасовано вимогу щодо надання доказів щодо подання та реєстрації суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності для суб'єктів господарювання, які подають заявки на отримання сертифікатів імпорту та експорту, свідоцтв про реєстрацію контрактів на імпорт та експорт технологій, державних торговельних кваліфікацій та інших відповідних сертифікатів і кваліфікацій. Ця ініціатива ефективно знижує витрати операторів зовнішньої торгівлі та є важливим інституційним вдосконаленням для сприяння лібералізації та спрощенню торгівлі.

Керуючись концепціями «Розумної митниці, розумних кордонів і розумного підключення» та Плану партнерства «Розумної митниці», митниця Китаю буде розумну митницю шляхом використання технологій та вдосконалення цифровізації та інтелектуалізації митних служб нагляду для підвищення безпеки, зручності і ефективності [55].

У грудні 2022 року середній загальний час митного оформлення імпорту та експорту в Китаї скоротився на 67,13% та 91,60% порівняно з 2017 роком до 32,02 години та 1,03 години відповідно. З січня 2023 року Китай повністю запровадив онлайн-перевірку щодо імпортних тарифних квот і бездокументарне митне оформлення, що значно підвищило ефективність митного оформлення та знизило операційні витрати підприємств [55].

У червні 2023 року Головне митне управління Китаю запровадило 16 нових заходів для оптимізації бізнес-середовища в чотирьох аспектах: сприяння безперебійній логістиці імпорту та експорту, полегшення транскордонної торгівлі, зменшення тягаря та підвищення ефективності для підприємств, а також сприяння інноваціям та розвитку зовнішньої торгівлі. Заходи включають, наприклад, подальше просування «єдиного вікна» для міжнародної торгівлі та виконання пілотних проєктів для будівництва «розумних портів» у кваліфікованих портах, розширення сфери взаємного

визнання митних уповноважених економічних операторів для того, щоб вони могли користуватися зручністю митного оформлення в більшій кількості країн і регіонів.

Уряд Китаю впроваджує політику прикордонної інспекції, згідно з якою «адміністративні дозволи на прикордонну інспекцію в портах можуть оброблятися в одному місці та бути доступними по всьому регіону». Запроваджено одноразовий порядок в'їзду-виїзду для міжнародних суден, які стоять менше 24 годин. Уряд Китаю спрощує процедури прикордонного огляду для іноземних суден, які переміщуються між портами Китаю. Між тим, контейнерним лайнерам міжнародних судноплавних компаній дозволено тимчасово змінювати порти в екстрених випадках під час плавання між портами Китаю, таким чином зменшуючи операційні витрати судноплавних компаній. Китай відкрив «швидку дорогу» для прикордонної інспекції в'їзду-виїзду для сипучих товарів, свіжих продуктів, протиепідемічних засобів і предметів повсякденної потреби людей, щоб прискорити обіг різних факторів виробництва [56].

Також Китай реалізує пілотну програму сприяння інноваційному розвитку торгівлі послугами. У серпні 2020 року Китай розпочав пілотну програму сприяння інноваційному розвитку торгівлі послугами в 28 областях, включаючи Пекін, Тяньцзінь і Шанхай. Пілотні регіони впровадили 122 конкретні заходи щодо вдосконалення системи управління, розширення відкритості, посилення спрощення торгівлі послугами та впровадження інноваційних моделей розвитку, серед іншого. Найкращі практики були поширені по всій країні, ефективно сприяючи інституційним інноваціям торгівлі послугами.

Уряд Китаю займається лібералізацією доступу до ринку для транскордонної торгівлі послугами. У липні 2021 року уряд Китаю випустив спеціальні адміністративні заходи щодо транскордонної торгівлі послугами в порту вільної торгівлі Хайнань [55].

Великого значення наразі набуває цифрова торгівля. 165 комплексних пілотних зон транскордонної електронної комерції було створено в Китаї для покращення бізнес-екосистеми, яка може адаптуватися до розвитку нових бізнес-моделей, таких як транскордонна електронна комерція, шляхом інноваційної системи, управління, послуги та моделі управління. Більше малих і середніх підприємств беруть активну участь у міжнародній торгівлі завдяки новим технологіям та інструментам, навчанню, підбору та обміну. Уряд Китаю сертифікував 12 національних баз експорту цифрових послуг, закликав їх активно вивчати та пробувати нові можливості шляхом покращення інфраструктури, оптимізації цифрового бізнес-середовища, сприяння новим форматам та режимам цифрових послуг, а також просування реформ, інновацій та розвитку цифрової торгівлі [56].

Уряд Китаю надає великого значення законним, упорядкованим і вільним транскордонним потокам даних і підтримує їх. Він покращує та зміцнює правила щодо транскордонних потоків даних, проголошуючи закони та нормативні акти, такі як Закон про кібербезпеку, Закон про безпеку даних і Закон про захист особистої інформації, а також формулюючи конкретні режими, такі як оцінка безпеки експорту даних, стандартний контракт на експорт персональних даних та сертифікація захисту персональних даних, яка надає чіткі вказівки для підприємств щодо передачі даних через кордон.

У березні 2024 року уряд Китаю видав Положення про сприяння та регулювання транскордонного потоку даних, які оптимізують і коригують режими експорту даних, такі як оцінка безпеки експорту даних, стандартний контракт на експорт персональних даних і сертифікація захисту персональних даних, дозволяючи пілотним зонам вільної торгівлі застосовувати більш спрощений метод експорту даних. Це положення демонструє позитивне ставлення Китаю до всебічного вдосконалення спрощення цифрової торгівлі.

Уряд Китаю продовжує розширювати функції сприяння торгівлі важливих виставкових платформ, таких як China International Import Expo, Canton Fair, China International Fair for Trade in Services і China International

Consumer Products Expo. У 2022 році Китай провів першу інноваційну виставку Global Digital Trade Expo, спрямовану на сприяння глобальній співпраці та інноваціям у сфері цифрової торгівлі. У листопаді 2023 року друга Global Digital Trade Expo залучила понад 1000 підприємств, 10 000 продавців і 100 000 відвідувачів з Китаю та з-за кордону [55].

У серпні 2013 року Державна рада схвалила пілотну зону вільної торгівлі (ЗВТ) в Китаї (Шанхай) для всебічного поглиблення реформ і відкритості, одночасно сприяючи розвитку торгівлі та інвестиціям. Станом на лютий 2022 року в Китаї було створено 21 пілотну зону вільної торгівлі. Наразі Китай підвищує ефективність торгівлі шляхом запровадження системи «єдиного вікна» для міжнародної торгівлі [57].

Уряд Китаю розглядає угоди про вільну торгівлю як нову платформу для подальшого відкриття ззовні та прискорення внутрішніх реформ, ефективний підхід до інтеграції у світову економіку та посилення економічної співпраці з іншими економіками, а також особливо важливе доповнення до багатосторонньої торговельної системи.

Тому постійно відбувається збільшення кількості партнерів у ЗВТ. Так, Угода про вільну торгівлю між Китаєм і Камбоджею набула чинності в січні 2022 року. Згідно з Угодою, понад 90% тарифних позицій товарів для обох сторін не обкладаються митом, і обидві сторони також повинні зміцнювати співпрацю в таких сферах, як торгівля послугами, інвестиції, ініціатива «Один пояс, один шлях», електронна комерція та економічні технології.

У травні 2023 року Китай підписав ЗВТ з Еквадором. У липні 2023 року Китай і Білорусь завершили переговори щодо Угоди про торгівлю послугами та інвестиції. У жовтні 2023 року Китай і Сербія підписали ЗВТ. У січні 2024 року набула чинності ЗВТ між Китаєм і Нікарагуа [55].

Окрім створення нових ЗВТ також відбувається підвищення рівня співпраці з економічними та торговими партнерами Китаю. Так, Протокол про оновлення Угоди про вільну торгівлю між Китаєм і Новою Зеландією набув чинності в квітні 2022 року. Оновлена Угода додатково розширила доступ до

ринку товарів, послуг та інвестицій, покращила правила щодо спрощення процедур торгівлі та інших сфер, а також додала 4 нові розділи про електронну комерцію, конкуренцію політики, державних закупівель, навколишнього середовища та торгівлі, щоб краще реагувати на потреби сучасного економічного та торговельного розвитку [55].

Наразі Китай має 24 угоди про ЗВТ у стадії розробки, серед яких 16 угод вже підписані та реалізовані [58].

Серед основних угод про вільну торгівлю Китаю можна виділити: Всебічне регіональне економічне партнерство (Regional Comprehensive Economic Partnership, RCEP), ЗВТ Китай-АСЕАН, Угода про тісніше економічне партнерство між материком і Гонконгом (СЕРА), ЗВТ між Китаєм і Сінгапуром, ЗВТ між Китаєм і Республікою Корея.

Всебічне регіональне економічне партнерство, підписане 15 країнами Азіатсько-Тихоокеанського регіону – Китаєм, Японією, Південною Кореєю, Новою Зеландією, Австралією та 10 державами-членами Асоціації держав Південно-Східної Азії (АСЕАН), – є найбільшою у світі угодою про вільну торгівлю. У 15 країнах RCEP проживає майже третина населення світу,

Головною метою RCEP є встановлення всеосяжного економічного партнерства на основі існуючих двосторонніх угод АСЕАН з її партнерами по ЗВТ у регіоні. Він керується єдиним набором правил і стандартів, знижує торговельні бар'єри, оптимізує процеси та покращує доступ до ринку. RCEP надасть значні нові торгові та інвестиційні можливості в країнах-учасниках.

Угода про зону вільної торгівлі між Китаєм та АСЕАН скасовує імпортно-експортні тарифи та інші бар'єри щодо приблизно 90 % усіх товарів, якими торгують Китай та країни-члени АСЕАН [59].

Угода про тісніше економічне партнерство між материком і Гонконгом (СЕРА) – це угода про вільну торгівлю, укладена між материком і Гонконгом, яка охоплює чотири сфери, а саме торгівлю товарами, торгівлю послугами, інвестиції та економічну та технічну співпрацю [60].

Правила СЕРА дозволяють іноземним компаніям придбати гонконгський бізнес і використовувати його для участі в ринках, які підпадають під обмеження щодо повного іноземного володіння в материковому Китаї в деяких галузях промисловості (насамперед у секторі послуг).

Відповідно до ЗВТ між Китаєм і Сінгапуром, дві країни прискорили лібералізацію торгівлі товарами на основі Угоди про торгівлю товарами між Китаєм і АСЕАН. Однак Сінгапурська угода виходить за рамки ЗВТ між Китаєм і АСЕАН у лібералізації торгівлі послугами між двома країнами. У грудні 2023 року Китай і Сінгапур підписали Протокол про подальше вдосконалення ЗВТ між Китаєм і Сінгапуром, щоб покращити зобов'язання щодо подальшої відкритості торгівлі послугами та інвестицій [59].

Угода про зону вільної торгівлі між Китаєм і Південною Кореєю спрямована на подальше розширення двосторонньої торгівлі та двосторонніх інвестицій, підвищення рівня спрощення торгівлі та підвищення передбачуваності та прозорості двосторонніх інвестицій. Вона також прагне сприяти вільному руху товарів, капіталу та персоналу між Китаєм і Південною Кореєю, а також створювати простішу, відкритішу та справедливішу торгівлю та інвестиційне середовище [59].

Основні особливості торговельної політики Китаю систематизовано на рис. 3.1.

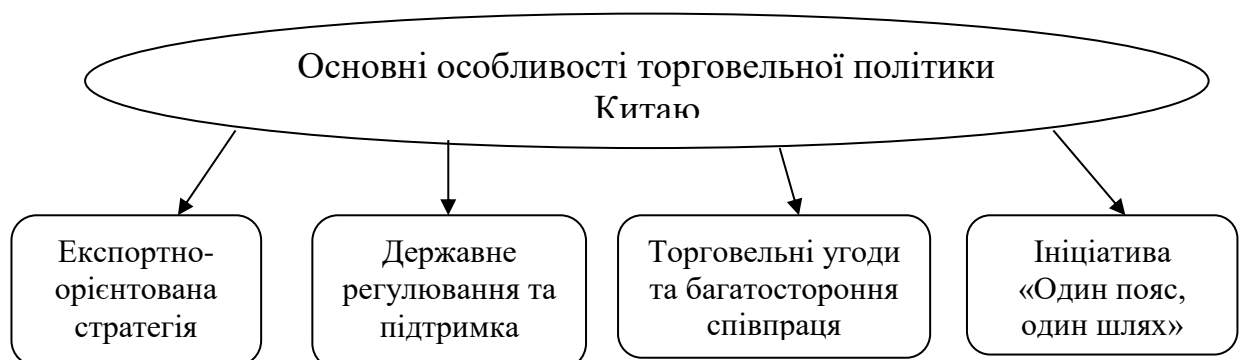


Рис. 3.1. – Основні особливості торговельної політики Китаю

Джерело: складено автором на основі [55; 56; 59].

Торговельна політика Китаю керується чотирма пріоритетами, включаючи інновації, самозабезпечення, національну безпеку, а також ринкову реформу та відкритість. Ці пріоритети проявляються в поєднанні постійної сильної державної підтримки вітчизняних високотехнологічних галузей промисловості та посиленого контролю уряду щодо послаблення обмежень на іноземні інвестиції та захисту інтелектуальної власності [61].

Китай активно розвиває виробництво товарів, які мають високий попит на світових ринках, і забезпечує їх конкурентоспроможність за рахунок низьких виробничих витрат та масштабної індустріалізації. Значну частку експорту складають електроніка, машини, текстиль і одяг, що робить Китай провідним постачальником цих товарів у світі.

Торговельна політика Китаю характеризується активною роллю держави у регулюванні та підтримці економічної діяльності. Уряд Китаю використовує різні інструменти, такі як субсидії, податкові пільги, валютне регулювання та підтримка державних підприємств, для стимулювання експорту та залучення іноземних інвестицій. Такі заходи сприяють зростанню конкурентоспроможності китайської продукції на світових ринках і зміцненню економічної позиції країни.

Як вже зазначалося, Китай активно укладає торговельні угоди з іншими країнами та регіонами для розширення своєї присутності на глобальних ринках. Окрім участі в СОТ, Китай є членом численних регіональних торговельних об'єднань, таких як АСЕАН+3, Шанхайська організація співробітництва, та нещодавно приєднався до всеосяжного регіонального економічного партнерства (RCEP). Ці угоди сприяють зменшенню торговельних бар'єрів, спрощенню процедур торгівлі та підвищенню економічної співпраці між країнами [62].

Одним із важливих елементів сучасної торговельної політики Китаю є ініціатива «Один пояс, один шлях», запущена у 2013 році. Ця стратегія спрямована на зміцнення економічних зв'язків між Китаєм та іншими країнами через розвиток інфраструктури, торгівлі та інвестицій. Ініціатива охоплює

понад 60 країн та передбачає створення торгових коридорів, що з'єднують Китай з Європою, Африкою та Азією. Це дозволяє Китаю не лише зміцнити свою роль у міжнародній торгівлі, але й забезпечити стабільний доступ до нових ринків збуту та ресурсів [63].

У жовтні 2023 року в Пекіні успішно відбувся Третій форум міжнародного співробітництва «Один пояс, один шлях», і президент Сі Цзіньпін оголосив про вісім основних заходів для підтримки високоякісної співпраці ініціативи. Було досягнуто 458 результатів і укладено угоди про співпрацю на суму 97,2 млрд доларів США між китайськими та іноземними підприємствами. До кінця 2023 року Китай підписав документи про співпрацю з понад 150 країнами та понад 30 міжнародними організаціями. Зараз «Один пояс, один шлях» є найбільшою та найбільшою у світі платформою для міжнародної співпраці [55].

Економічне та торговельне співробітництво «Один пояс, один шлях» дає плідні результати. У 2023 році торгівля Китаю товарами з країнами-партнерами «Один пояс, один шлях» збільшилася на 2,8 % порівняно з попереднім роком, що становить 46,6 % загального обсягу зовнішньої торгівлі Китаю, що є історичним максимумом як за масштабом, так і за часткою. Китай продовжив поглиблення співпраці з країнами-партнерами «Один пояс, один шлях» в рамках «Цифрового Шовкового шляху», створивши механізми двосторонньої співпраці з 30 країнами на п'яти континентах, створивши пілотну зону в Шанхаї та поділившись дивідендами розвитку цифрової економіки [56].

Варто зазначити, що наразі торговельна політика Китаю стикається з низкою викликів, серед яких торговельні війни, зростаюча конкуренція на світових ринках, екологічні та етичні вимоги до продукції, а також геополітична нестабільність.

Зокрема, торговельний конфлікт із США підкреслив важливість диверсифікації ринків збуту та необхідність зменшення залежності від окремих країн-партнерів. На думку багатьох дослідників [64-67], хоча США

зараз є першою економікою у світі, США стурбовані тим, що економічний розвиток Китаю загрожуватиме його економічній гегемонії в майбутньому. Це в поєднанні з поступовим занепадом традиційного виробництва в США означає, що США мають вагомі стратегічні причини створювати невизначеність у торговельній політиці та використовувати її для підриву імпоротної конкурентоспроможності інших країн, особливо китайських товарів. Торговельна війна між Китаєм і США створила високий рівень невизначеності торгової політики для китайського експорту.

Перспективи торговельної політики Китаю пов'язані з продовженням диверсифікації експорту, розвитком інноваційних технологій та підвищенням якості продукції. Крім того, Китай продовжує зміцнювати свою роль у міжнародній торгівлі через ініціативу «Один пояс, один шлях» та участь у багатосторонніх торговельних угодах, що забезпечує стабільне зростання економіки та її інтеграцію у світову економічну систему.

3.2. Перспективи експорту та імпорту Китаю

Китай відіграє одну з провідних ролей у світовій торгівлі, будучи як значним експортером, так і важливим імпортером товарів і послуг. Його економічний розвиток та участь у глобальних ланцюгах поставок значно впливають на міжнародну торгівлю. Аналіз перспектив експорту та імпорту Китаю є важливим для розуміння майбутніх тенденцій світової економіки та глобальних ринків.

На рис. 3.2 наведено результат тренд-аналізу експорту та імпорту товарів Китаю. Очікується, що у середньостроковій перспективі як експорт товарів Китаю, так і імпорт товарів буде зростати. По експорту товарів $R^2 = 0,7651$, а по імпорту – $R^2 = 0,7316$. Показник вище 0,7 говорить про достатньо високу вірогідність прогнозу.

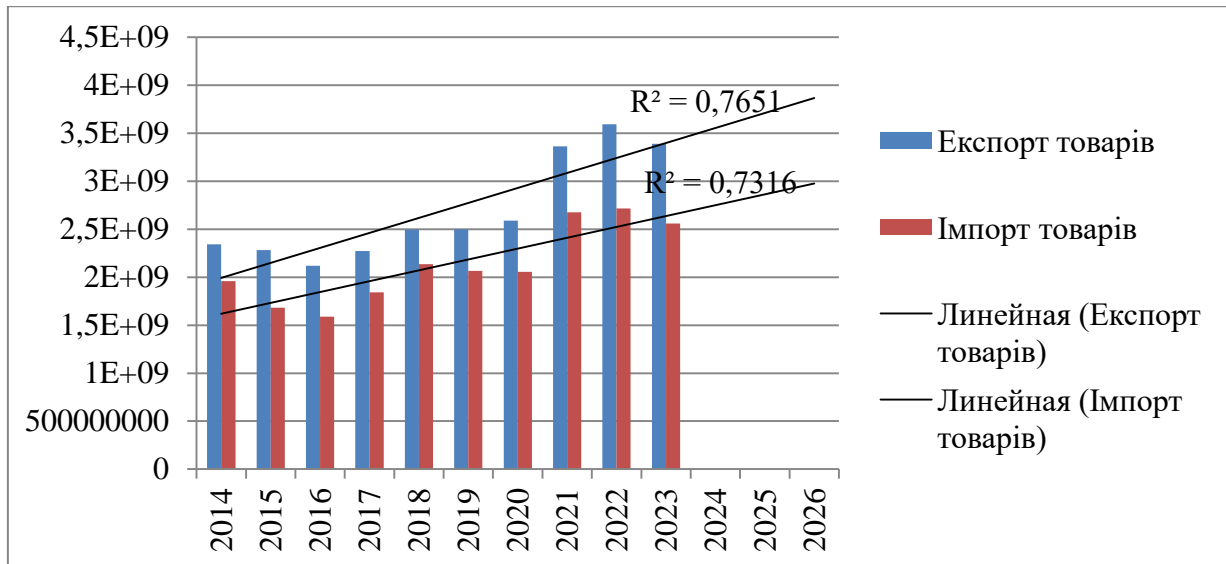


Рис. 3.2. – Прогноз експорту та імпорту товарів Китаю.

Джерело: розраховано автором на основі [20; 32].

У табл. 3.1 наведено дані щодо річної відсоткової зміни обсягу експорту товарів та послуг Китаю у 2023 році та її прогноз до 2027 року. Як можна побачити, у 2024 році прогнозується зростання експорту на 2,5 %, імпорту – на 4,4 %. У 2025 році, згідно з прогнозом експертів, річні відсоткова зміна обох показників зменшиться і становитиме 2 % для експорту і 1,6 % для імпорту. У 2026 р. та 2027 р. очікується, що експорт зростатиме на № % щорічно, а імпорт – на 3,9 % та 3,7 % відповідно.

Таблиця 3.1 – Річна відсоткова зміна обсягу експорту товарів та послуг Китаю у 2023 р. та її прогноз до 2027 р., %

Показник	2023	2024 (п)	2025 (п)	2026 (п)	2027 (п)
Обсяг експорту товарів і послуг (річна відсоткова зміна)	-0,3	2,5	2,0	3,0	3,0
Обсяг імпорту товарів і послуг (річна відсоткова зміна)	3,0	4,4	1,6	3,9	3,7

Джерело: складено автором на основі [68].

У табл. 3.2 систематизовано основні перспективи експорту та імпорту Китаю.

Таблиця 3.2. – Основні перспективи експорту та імпорту Китаю

Категорія	Перспективи експорту	Перспективи імпорту
Диверсифікація	Перехід до експорту продукції з високою доданою вартістю	Зростаючий попит на високоякісні товари
Розширення ринків	Активне розширення експорту на нові ринки в Азії, Африці, Латинській Америці та Європі	Розширення імпорту технологій та ноу-хау для модернізації промисловості
Ініціативи	Ініціатива «Один пояс, один шлях» для зміцнення економічних зв'язків і забезпечення зростання експорту	Інвестиції в енергоресурси (нафта, природний газ) і сировину для підтримання економічного зростання
Виклики	Торговельні війни, екологічні стандарти, геополітичні ризики	Торговельні бар'єри, валютні коливання, політична невизначеність у країнах-постачальниках
Інновації	Підвищення конкурентоспроможності продукції через інновації	Диверсифікація джерел енергоресурсів, розвиток відновлюваної енергії для зниження імпортової залежності
Внутрішній попит	Підтримка внутрішнього виробництва через модернізацію технологій	Зростання попиту на імпортовані товари через підвищення рівня життя та урбанізацію
Структурні зміни	Зміна структури експорту з акцентом на високі технології	Можливе зниження імпорту певних товарів через політику самозабезпечення

Джерело: складено автором на основі [58; 59; 60].

Китай традиційно був орієнтований на експорт продукції низької та середньої вартості, як-от текстиль, електроніка та побутова техніка. Однак останніми роками спостерігається тенденція до диверсифікації експорту в бік продукції з високою доданою вартістю, зокрема електромобілів, інноваційних технологій та медичних приладів. Ця стратегія сприяє підвищенню конкурентоспроможності китайської продукції на глобальних ринках та зменшенню залежності від експорту дешевих товарів.

Китай активно інвестує в науково-технічний розвиток, що дозволяє йому збільшувати частку високотехнологічних товарів у структурі експорту. Продукція з високою доданою вартістю, зокрема електроніка, інформаційні технології, медичне обладнання та автомобілі, стає важливим джерелом зростання експорту. Високий рівень інновацій та впровадження передових технологій забезпечують конкурентоспроможність китайських товарів на світовому ринку [69].

Зростання економік країн, що розвиваються, відкриває нові можливості для експорту китайських товарів. Азійські, африканські та латиноамериканські ринки стають дедалі важливішими для Китаю, оскільки вони пропонують великий попит на промислові товари, електроніку та споживчі товари. Ініціатива «Один пояс, один шлях» значно сприяє розширенню торговельних маршрутів та доступу до нових ринків, що може забезпечити стабільний ріст експорту у довгостроковій перспективі. Розширення ринків збуту також знижує ризики, пов'язані з залежністю від традиційних торгових партнерів, таких як США та Європейський Союз.

Зростання доходів населення та урбанізація сприяють збільшенню попиту на імпортовані товари в Китаї. Особливо це стосується високоякісної продукції, такої як продукти харчування, одяг, автомобілі та технологічні пристрої. Це відкриває можливості для іноземних виробників, які прагнуть виходу на китайський ринок. Крім того, Китай все більше імпортує технології та ноу-хау для модернізації власного виробництва, що сприяє підвищенню продуктивності та інноваційності [70].

Китай залишається одним із найбільших імпортерів енергоресурсів, таких як нафта, природний газ та метали. Це пов'язано з необхідністю забезпечення енергетичної безпеки країни та підтримання сталого економічного зростання. Однак зростання цін на сировинні товари може створювати економічні виклики для Китаю, що вимагає диверсифікації джерел імпорту та пошуку альтернативних рішень, зокрема розвитку відновлюваних джерел енергії.

Цифрова торгівля стає важливою силою для Китаю, щоб реорганізувати факторні ресурси, оптимізувати структуру зовнішньої торгівлі та сформувати нові переваги розвитку.

Цифрова економіка, що розвивається, сприяла розвитку цифрової торгівлі, яка є новим драйвером зростання міжнародної торгівлі в майбутньому. Цифрова торгівля Китаю наразі досягла значного прогресу і продовжує розвиватися [71].

Поєднання цифрових технологій із реальною економікою стимулює нові форми споживання, включаючи інтернет-ігри, онлайн-освіту та телемедицину, стимулюючи потенціал цифрової торгівлі. Так, у 2022 році доходи від продажів за кордон онлайн-ігор, розроблених Китаєм, сягнули 17,35 млрд дол. США [71].

Зручність і ефективність цифрової торгівлі відіграють важливу роль у зміні ландшафту зовнішньої торгівлі Китаю з глобальними партнерами.

Базові цифрові послуги, що охоплюють транзакції, логістику, платежі, виробництво, забезпечили надійну підтримку розвитку цифрової торгівлі.

Простір для розвитку цифрової торгівлі в Китаї величезний, оскільки країна має величезний масштаб цифрової економіки, величезні ресурси даних, завершену цифрову інфраструктуру та численні сценарії цифрового застосування.

Інтеграція цифрових технологій із різними бізнес-секторами не лише створила численні продукти чи послуги, якими можуть скористатися інсайдери глобальної галузі, зручність і ефективність, які вона приносить, також виявилися важливими у зміні ландшафту зовнішньої торгівлі Китаю з глобальними партнерами [71].

Швидкий розвиток цифрових технологій відображає рішучість китайських інтернет-гігантів використовувати можливості цифрової торгівлі, прискорюючи поширення цифрових продуктів і послуг у різних сферах, таких як освіта, охорона здоров'я тощо [72].

Поєднання цифрових технологій із реальною економікою стимулює нові форми споживання, включаючи інтернет-ігри, онлайн-освіту та телемедицину, стимулюючи потенціал цифрової торгівлі. Так, у 2022 році доходи від продажів за кордон онлайн-ігор, розроблених Китаєм, сягнули 17,35 млрд дол. США [71].

Завдяки цифровим механізмам традиційні моделі торгівлі зазнають значних змін. Від цифрових технологій і торгівлі продуктами до торгівлі

послугами, усі вони представляють величезні перспективи та можливості у світовій торгівлі.

На думку експертів, цифровізація й надалі залишатиметься потужним двигуном глобальної торгівлі, дозволяючи підприємствам зв'язуватися з новими споживачами в усьому світі, сприяючи розробці інноваційних продуктів і послуг і сприяючи їх глобальному розповсюдженню, одночасно знижуючи торговельні витрати, особливо ті, що пов'язані з дотриманням нормативних вимог [72].

Важливо також зазначити, що туристичні послуги Китаю показали вражаючі темпи зростання у 2023 році (на 73,6 % в порівнянні з минулим роком) і досягли 1,49 трлн юанів, при цьому експорт зріс на 59,2 %, а імпорт — на 74,7 % [73].

Очікується, що торгівля туристичними послугами продовжить розвиватися, оскільки китайці, ймовірно, розширять безвізовий режим до більшої кількості країн.

Китай і Таїланд підписали угоду про взаємне звільнення від візового режиму після того, як Китай і Сінгапур підписали аналогічну угоду про взаємне звільнення від візового режиму на початку 2023 року. Малайзія також звільнила громадян Китаю від візових вимог.

На сьогоднішній день Китай підписав угоди про взаємне звільнення від візового режиму, що охоплює різні типи паспортів, зі 157 країнами, досяг угод або домовленостей щодо спрощених візових процедур з 44 країнами та користується комплексними взаємними звільненнями від візового режиму з 23 країнами, включаючи Таїланд, Сінгапур, Мальдіви та ОАЕ [74].

Крім того, торгівля наукомісткими послугами зафіксувала стрімке зростання, головним чином за рахунок експорту страхових послуг та імпорту особистих, культурних і рекреаційних послуг, які зросли на 67 % і 61,7 % в річному обчисленні відповідно [73].

За прогнозами, у середньостроковій перспективі торгівля туристичними та наукомісткими послугами буде зростати.

Незважаючи на позитивні тенденції, китайський експорт стикається з низкою викликів. Торговельні війни, особливо з США, можуть мати довгострокові негативні наслідки для зовнішньої торгівлі Китаю. Крім того, зростаючі вимоги до екологічних стандартів та етики виробництва на глобальних ринках вимагають від китайських виробників адаптації до нових умов, що може збільшити витрати та знизити конкурентоспроможність деяких видів продукції.

Імпорт Китаю також стикається з певними викликами, такими як торговельні бар'єри, валютні коливання та політична невизначеність у країнах-постачальниках. Крім того, зростання внутрішнього виробництва та політика самозабезпечення можуть знизити потребу в імпорті деяких товарів, що вплине на структуру китайського імпорту в майбутньому.

Таким чином, перспективи експорту та імпорту Китаю демонструють складну динаміку, що поєднує можливості та виклики. Диверсифікація експорту, розширення ринків збуту та зростання внутрішнього попиту створюють сприятливі умови для подальшого розвитку зовнішньої торгівлі Китаю. Водночас торговельні бар'єри, політичні ризики та зміни у глобальних економічних умовах можуть вплинути на темпи зростання експорту та імпорту. Проте, з огляду на значний потенціал китайської економіки, можна очікувати, що Китай залишатиметься ключовим гравцем у світовій торгівлі, формуючи нові тренди та підходи до міжнародної економічної співпраці.

Висновки до розділу 3

Торговельна політика Китаю є ключовим елементом його економічної стратегії, яка забезпечила країні статус однієї з найбільших економік світу. Зростання економіки Китаю значною мірою залежить від його участі в міжнародній торгівлі, що визначає як внутрішню економічну політику, так і відносини з іншими країнами. З моменту заснування Китайської Народної

Республіки в 1949 році і до кінця 1970-х років країна дотримувалася політики автаркії, спрямованої на самозабезпечення та обмежену участь у міжнародній торгівлі. Відчутні зміни розпочалися в кінці 1970-х років з упровадженням реформ Ден Сяопіна, коли Китай відкрив свої кордони для зовнішньої торгівлі та інвестицій. Вступ Китаю до Світової організації торгівлі (СОТ) у 2001 році став поворотним моментом у його торговельній політиці, що сприяло швидкому зростанню експорту та інтеграції країни в глобальні ланцюги постачання. Це забезпечило значний економічний підйом і перетворило Китай на одного з провідних гравців на світовому ринку. Торговельна політика Китаю характеризується активною роллю держави у регулюванні та підтримці економічної діяльності. Уряд Китаю використовує різні інструменти, такі як субсидії, податкові пільги, валютне регулювання та підтримка державних підприємств, для стимулювання експорту та залучення іноземних інвестицій. Такі заходи сприяють зростанню конкурентоспроможності китайської продукції на світових ринках і зміцненню економічної позиції країни.

Одним із важливих елементів сучасної торговельної політики Китаю є ініціатива «Один пояс, один шлях», запущена у 2013 році. Ця стратегія спрямована на зміцнення економічних зв'язків між Китаєм та іншими країнами через розвиток інфраструктури, торгівлі та інвестицій. Ініціатива охоплює понад 60 країн та передбачає створення торгових коридорів, що з'єднують Китай з Європою, Африкою та Азією. Це дозволяє Китаю не лише зміцнити свою роль у міжнародній торгівлі, але й забезпечити стабільний доступ до нових ринків збуту та ресурсів.

Китай відіграє одну з провідних ролей у світовій торгівлі, будучи як значним експортером, так і важливим імпортером товарів і послуг. Очікується, що у середньостроковій перспективі як експорт товарів Китаю, так і імпорт товарів буде зростати. Китай залишається одним із найбільших імпортерів енергоресурсів, таких як нафта, природний газ та метали. Це пов'язано з необхідністю забезпечення енергетичної безпеки країни та підтримання сталого економічного зростання. Однак зростання цін на сировинні товари

може створювати економічні виклики для Китаю, що вимагає диверсифікації джерел імпорту та пошуку альтернативних рішень, зокрема розвитку відновлюваних джерел енергії.

Завдяки цифровим механізмам традиційні моделі торгівлі зазнають значних змін. Від цифрових технологій і торгівлі продуктами до торгівлі послугами, усі вони представляють величезні перспективи та можливості у світовій торгівлі. На думку експертів, цифровізація й надалі залишатиметься потужним двигуном глобальної торгівлі, дозволяючи китайським підприємствам зв'язуватися з новими споживачами в усьому світі, сприяючи розробці інноваційних продуктів і послуг, одночасно знижуючи торговельні витрати, особливо ті, що пов'язані з дотриманням нормативних вимог.

Таким чином, перспективи експорту та імпорту Китаю демонструють складну динаміку, що поєднує можливості та виклики.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження зроблені наступні висновки:

1. Термін «міжнародна торгівля» є більш широким поняттям, ніж «зовнішня торгівля»: так, термін «міжнародна торгівля» відноситься до характеристики торгівлі всіх країн між собою, а термін «зовнішня торгівля» характеризує торгівлю двох країн між собою. Серед специфічних рис, притаманних сучасному етапу розвитку міжнародної торгівлі можливо виділити наступні: наявність її географічної (розподіл торговельних потоків між окремими країнами та їх групами) та товарної (розподіл на основні групи товарів) структури; зростання частки торгівлі високотехнологічної продукції і скорочення частки сировини; зростання впливу з боку урядового регулювання міжнародної торгівлі; соціально-культурні відмінності країн, які задіяні у міжнародній торгівлі; фінансові та комерційні ризики. Розрізняють методи міжнародної торгівлі: пряма торгівля та непряма торгівля та форми міжнародної торгівлі: експорт та імпорт.

2. Серед теорій міжнародної торгівлі найчастіше розглядають такі: теорія меркантилізму; теорія Хекшера-Оліна; парадокс Леонтьєва; теорія конкурентних переваг Майкла Портера; теорія життєвого циклу товару Р. Вернона; теорія технологічного розриву Майкла Познера; модель економії на масштабах виробництва; теорема Рибчинського; модель макроекономічної рівноваги Мандела-Флемінга.

3. З метою отримання інформації стосовно обсягів, структури та динаміки торгівлі використовують показники моніторингу результативності міжнародної торгівлі, які поділяють на п'ять груп:

- перша група: абсолютні показники, які мають як вартісне вираження, так і натуральні одиниці виміру. До цих показників відносяться: торговельне сальдо (різниця вартісних обсягів експорту та імпорту); зовнішньоторговельний обіг (сума вартісних обсягів експорту та імпорту за певний період); генеральна або загальна торгівля (сума вартісних обсягів

експорту, імпорту та транзитних товарів);

- друга група: відносні показники, коефіцієнти або відсотки. До цих показників відносяться: індекси динаміки експорту та імпорту; коефіцієнт покриття імпорту експортом; індекс «умов торгівлі»; індекс концентрації експорту; індекс імпортової залежності країни; індекс чистої торгівлі;

- третя група: показники структури експорту та імпорту. До цих показників відносяться: індекс диверсифікації експорту/імпорту; індекс Херфінделя-Хіршмана (індекс географічної концентрації експорту/імпорту товару);

четверта група: показники інтенсивності. До цих показників відносяться: експортна квота; імпортна квота; зовнішньоторговельна квота; обсяги експорту/імпорту; зовнішньоторговельний обіг на душу населення;

п'ята група: показники економічної ефективності участі країни в міжнародній торгівлі. До цих показників відносяться: ефективність зовнішньоторговельного обороту/експорту/імпорту; бюджетна ефективність експорту/імпорту; ефективність виробництва на експорт; ефективність використання імпорту; рентабельність експорту; економічний ефект від експорту/імпорту.

Світова організація торгівлі (СОТ) розробила барометри торгівлі товарами та послугами, що сигналізують про зміни глобальних тенденцій у світовій торгівлі.

4. Китай є провідним експортером товарів у світі, випередивши Німеччину. З 2014 року Китай є не лише найбільшим у світі експортером, але й країною з найбільшим товарообігом. Популярність онлайн-покупок сприяла зростанню експортної електронної комерції Китаю, як у сфері бізнес-бізнес (B2B), так і бізнес-споживач (B2C). Провідним експортним ринком Китаю у 2023 році була АСЕАН, друге і третє місце посідають Європейський Союз і Сполучені Штати. Завдяки успішному запуску та розширенню ініціативи «Один пояс, один шлях» Китай відкрив нові ринки на Близькому Сході та в Африці. Географічна структура експорту свідчить, що основними країнами-

імпортерами китайських товарів довгий час були США, Гонконг та Японія. У географічній структурі експорту Китаю в останні роки відбуваються зміни: так, частка найбільшого імпортера китайських товарів – США – зменшується, що пов'язане з погіршенням торговельних відносин між двома країнами. Частка ще двох найбільших імпортерів китайських товарів (Гонконгу та Японії) також поступово зменшувалася. Натомість, частка Індії, РФ та Малайзії дещо збільшилася. У вартісному вимірі в експорті Китаю переважає експорт електричних машин та обладнання та їх частини. Також значна частка належить атомним реакторам, котлам, машинам та механічним пристроям.

Китай входить у десятку провідних країн-експортерів послуг, займаючи п'яте місце з експорту послуг у світі (після США, Великої Британії, Німеччини та Ірландії). У структурі експорту послуг Китаю переважають транспортні та туристичні послуги.

На географічну та товарну структуру експорту Китаю впливають різноманітні фактори, серед яких можна виділити розвиток інфраструктури (порти, транспортні шляхи та логістичні центри) та конкурентоспроможні ціни на товари. Значний вплив також має політика уряду, зокрема стратегії підтримки експорту та стимулювання інновацій. Китай активно розвиває високотехнологічні галузі, такі як електроніка та автомобілебудування, що сприяє зростанню експорту продукції з високою доданою вартістю.

5. Українсько-китайські зовнішньоторговельні відносини значно залежать від політичного клімату між цими державами. Торговельно-економічне співробітництво між Україною і КНР було зафіксовано Угодою між Урядом України і Урядом КНР про торговельно-економічне співробітництво від 8 серпня 1992 р. Подальші відносини між країнами були оформлені підписанням Договору про дружбу та співробітництво, ратифікованого Законом України від 15 травня 2014 року. Наразі політичні зміни, що відбулися в Україні, нечітка реакція Китаю на військову агресію проти України зробили невизначеними майбутні двосторонні відносини.

До початку широкомасштабного вторгнення Росії в Україну, Китай був

основним торговельним партнером України. Однак, руйнування усталених ланцюгів постачання та зміни в логістиці призвели до того, що основними експортними ринками для України стали європейські країни. Проте, Китай залишається провідним імпортером України. Так, у загальному обсязі товарообороту за 2023 рік Китай займає перше місце, друге посідає Польща, третє – Туреччина. Серед країн, що отримують найбільші експортні поставки з України, Китай займає третє місце, друге – Польща, перше – Румунія.

Війна значно вплинула на експорт з України до Китаю, що скоротився на 71 % між 2021 та 2023 роками. Водночас, китайський імпорт знизився лише на 11 %.

Змінилася і товарна структура зовнішньої торгівлі України з Китаєм. У 2021 році в експорті України до КНР переважали руди, шлаки і зола (37 %) та зернові культури (32 %). У 2023 році на руди шлаки і золу припало лише 3,6 %, а на зернові культури – 48 %, на жири та олію тваринного або рослинного походження – 26 %. У товарній структурі імпорту змін не відбулося: основними товарними позиціями залишились електричні машини, ядерні реактори, котли, машини.

6. Торговельна політика Китаю керується чотирма пріоритетами, а саме: інновації, самозабезпечення, національну безпеку, а також ринкову реформу, що спрямована на відкритість. Ці пріоритети проявляються в поєднанні постійної сильної державної підтримки національних високотехнологічних галузей промисловості. Китай активно укладає торговельні угоди з іншими країнами та регіонами для розширення своєї присутності на глобальних ринках. Окрім участі в СОТ, Китай є членом численних регіональних торговельних об'єднань, таких як АСЕАН+3, Шанхайська організація співробітництва, та нещодавно приєднався до всеосяжного регіонального економічного партнерства (RCEP). Ці угоди сприяють зменшенню торговельних бар'єрів, спрощенню процедур торгівлі та підвищенню економічної співпраці між країнами.

Одним із важливих елементів сучасної торговельної політики Китаю є

ініціатива «Один пояс, один шлях», запроваджена у 2013 році. Ініціатива охоплює понад 60 країн та передбачає створення торгових коридорів, що з'єднують Китай з Європою, Африкою та Азією. Це дозволяє Китаю не лише зміцнити свою роль у міжнародній торгівлі, але й забезпечити стабільний доступ до нових ринків збуту та ресурсів. Наразі торговельна політика Китаю стикається з низкою викликів, серед яких торговельні війни, зростаюча конкуренція на світових ринках, екологічні та етичні вимоги до продукції, а також геополітична нестабільність.

Результати проведеного в дослідженні тренд-аналізу експорту та імпорту товарів Китаю показав, що у середньостроковій перспективі як експорт товарів Китаю, так і імпорт товарів буде зростати. По експорту товарів $R^2 = 0,7651$, а по імпорту – $R^2 = 0,7316$. Показник вище 0,7 говорить про достатньо високу вірогідність прогнозу.

Також спостерігається тенденція до диверсифікації експорту в бік продукції з високою доданою вартістю, зокрема електромобілів, інноваційних технологій та медичних приладів. Продукція з високою доданою вартістю, зокрема електроніка, інформаційні технології, медичне обладнання та автомобілі, стає важливим джерелом зростання експорту. Китай все більше імпортує технології та ноу-хау для модернізації власного виробництва, що сприяє підвищенню продуктивності та інноваційності.

Таким чином, перспективи експорту та імпорту Китаю демонструють складну динаміку, що поєднує можливості та виклики. Диверсифікація експорту, розширення ринків збуту та зростання внутрішнього попиту створюють сприятливі умови для подальшого розвитку зовнішньої торгівлі Китаю. Водночас торговельні бар'єри, політичні ризики та зміни у глобальних економічних умовах можуть вплинути на темпи зростання експорту та імпорту. Проте, з огляду на значний потенціал китайської економіки, можна очікувати, що Китай залишатиметься ключовим гравцем у світовій торгівлі, формуючи нові тренди та підходи до міжнародної економічної співпраці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Григорова-Беренда Л. І., Шуба М. В. Теорія і практика зовнішньої торгівлі : навчальний посібник. – 2-ге вид., випр., перероб. і доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. 136 с. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/17818> (дата звернення: 22.09. 2024)
2. Рокоча В.В. Міжнародна торговельна діяльність: підручник / В.В. Рокоча, В.Г. Алькема. В.І. Терехов, Б.М. Одягайло [та ін.], за наук. ред. В.В. Рокочої. К. : Університет економіки та права "КРОК", 2018. 698 с.
3. Hao Wang. Research on the Development Ideas and New Trends of International Trade Theory. 财经与管理·第 05 卷·第 2 期·2021 年 2 月 URL: https://www.researchgate.net/publication/350365069_tanjiuguojimaoyililunfazhansi_lujixinquxiang Ап (дата звернення: 01.10. 2024)
4. Міжнародні економічні та суспільні відносини: стан, проблеми, перспективи розвитку: монографія /за ред. Л. М. Савчук, М. В. Корнєєва. Дніпро: Пороги, 2021. 488 с.
5. Міжнародна торгівля: підручник. / За ред.. Козака Ю. Г., Логвінової Н. С., Барановської М. І. К.: ЦУЛ, 2011. 512с,
6. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В., Міжнародна торгівля: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2001. 487 с.
7. Полякова Ю., Шайда С. Вплив пандемії COVID-19 на зовнішню торгівлю України. *InterConf*, 2020. № 37. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/6824> (дата звернення: 21.09. 2024)
8. Singh M.-K., Sárközy H., Singh S.-K., Zéman Z. Impact of Ukraine-Russia war on global trade and development: an empirical study. *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*. 2022. Volume 1. URL: <https://aab-economics.kmf.uz.ua/aabe/article/view/8/6>

9. Деглобалізація та регіоналізація: глобальний тренд світової економіки. URL: <https://gmk.center/ua/posts/deglobalizaciya-ta-regionalizaciya-globalnij-trend-svitovoi-ekonomiki/>

10. Мамонтенко Н.С., Манічева А.В. Основні переваги та недоліки методів міжнародної торгівлі. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я*. 2019. Ч. III. URL: https://www.kpi.kharkov.ua/archive/microcad/2019/%D0%A1%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_14_%D1%872/%D0%A2%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D1%81%D1%8B%20%D1%81%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C%203_2019_%D0%9A.%D0%9C.-261.pdf (дата звернення: 21.09. 2024)

11. Erokhin V., Tianming G., Andrei J.V. Theories of International Trade and Competitiveness. In: Contemporary Macroeconomics. Springer Texts in Business and Economics. 2023. Springer, Singapore. URL: https://doi.org/10.1007/978-981-19-9542-2_19 (дата звернення: 21.09. 2024)

12. WTO trade barometers. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wtoi_e.htm (дата звернення: 22.09. 2024)

13. GDP growth (annual) – China. The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.МКТР.KD.ZG?end=2013&locations=CN&start=1983> (дата звернення: 01.10. 2024)

14. Which Country Is the Largest Exporter of Goods in the World? URL: <https://www.investopedia.com/ask/answers/011915/what-country-worlds-largest-exporter-goods.asp> (дата звернення: 01.10. 2024)

15. The top 10 largest economies in the world in 2024. URL: <https://www.forbesindia.com/article/explainers/top-10-largest-economies-in-the-world/86159/1> (дата звернення: 01.10. 2024)

16. The World's Biggest Economy America or China? URL: <https://www.worldeconomics.com/Thoughts/The-Worlds-Biggest-Economy.aspx> (дата звернення: 01.10. 2024)

17. China. ОЕС. URL: <https://oec.world/en/profile/country/chn> (дата звернення 01.10.2024)

18. Export trade in China - statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/1456/export-in-china/#topicOverview> (дата звернення: 02.10. 2024)

19. Exports of goods and services (% of GDP) – China. World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS?locations=CN> (дата звернення: 02.10. 2024)

20. List of exporters for the selected product. Product: TOTAL. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=5%7c%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 02.10. 2024)

21. List of importing markets for a product exported by China. Product: TOTAL. All products. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c156%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 02.10. 2024)

22. List of products exported by China. URL: https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c156%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c4%7c1%7c1 (дата звернення 05.10.2024)

23. List of exporters for the selected service. Service: S - All services. URL: https://www.trademap.org/Country_SelService_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c%7c%7cS00%7c1%7c3%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 05.10. 2024)

24. List of importing markets for a service exported by China. Service: S - All services. URL: https://www.trademap.org/Country_SelServiceCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c156%7c%7c%7c%7c%7c%7cS00%7c1%7c3%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 05.10. 2024)

25. Trade Profiles 2023. WTO. URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/trade_profiles23_e.pdf (дата звернення: 05.10. 2024)

26. List of services exported by China. Service: S - All services. URL: https://www.trademap.org/Service_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c156%7c%7c%7c%7c%7cS00%7c1%7c3%7c1%7c2%7c2%7c1%7c5%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 05.10. 2024)

27. Commercial services trade. WTO stats dashboard. URL: https://stats.wto.org/dashboard/services_en.html (дата звернення: 05.10. 2024)

28. China's imports resume growth but tamer exports raise outlook concerns. URL: <https://www.reuters.com/markets/asia/chinas-exports-growth-slows-3-month-low-july-imports-up-solidly-2024-08-07/> (дата звернення: 07.10. 2024)

29. China's exports miss expectations in July, while imports pick up with growth of 7.2%. URL: <https://www.cnbc.com/2024/08/07/china-trade-data-july-exports-imports.html> (дата звернення: 07.10. 2024)

30. Imports of goods and services (% of GDP) – China. World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.IMP.GNFS.ZS?end=2023&locations=CN&start=2019> дата звернення: 07.10. 2024)

31. List of importers for the selected product. Product: TOTAL. 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%7c%7c1 (дата звернення: 07.10. 2024)

32. List of supplying markets for a product imported by China. Product: TOTAL. All products. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c156%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 07.10. 2024)

33. List of products imported by China. URL: https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c156%7c%7c

%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1
(дата звернення 12.10.2024)

34. China. Latest trends. OEC. URL: <https://oec.world/en/profile/country/chn>
(дата звернення: 12.10. 2024)

35. China's exports miss expectations in July, while imports pick up with growth of 7.2%. URL: <https://www.cnbc.com/2024/08/07/china-trade-data-july-exports-imports.html> (дата звернення: 12.10. 2024)

36. List of importing markets for a service exported by China. Service: S - All services. URL: https://www.trademap.org/Country_SelServiceCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c156%7c%7c%7c%7c%7cS00%7c1%7c3%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
1 (дата звернення: 15.10. 2024)

37. List of services exported by China. Service: S - All services. URL: https://www.trademap.org/Service_SelCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c156%7c%7c%7c%7c%7cS00%7c1%7c3%7c1%7c2%7c2%7c1%7c5%7c1%7c1%7c1 (дата звернення: 15.10. 2024)

38. Zvarych R.Ye., Linhai Wei. China's trade relations with Ukraine. *Innovative economy*. 2024. № 1. URL: <http://inneco.org/index.php/inneco/en/article/view/1212> (дата звернення: 15.10. 2024)

39. Угода між Урядом України і Урядом Китайської Народної Республіки про торговельно-економічне співробітництво. № 156_008 від 08.08.1992 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156_008#Text (дата звернення: 16.10.2024).

40. Атаманчук З.А., Орехова Т.В., Поповський Ю.Б. Пріоритетні напрямки розвитку українсько-китайського економічного співробітництва. *Економіка і організація управління*. 2023. № 3 (51). URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/14653> (дата звернення: 16.10. 2024)

41. Атаманчук З.А., Просянюк А.В. Розвиток зовнішньоторговельних відносин України з КНР. The 26th International scientific and practical conference

«Scientific trends and ways of solving modern problems» (July 04 – 07, 2023). La Rochelle, France. International Science Group. 2023. 295 p.

42. Rayevnyeva O., Rui Su Analysis of foreign economic relations between Ukraine and China. *Research work in the system of training teachers in technological fields* : The II International Scientific and Practical Conference, January 15-17, 2024. Berlin, Germany, 2024. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/32996> (дата звернення: 17.10.2024)

43. Закон України. Про ратифікацію Договору про дружбу і співробітництво між Україною і Китайською Народною Республікою. №. 1271- VII від 15.05.14. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T141271?an=1> (дата звернення: 17.10.2024)

44. Україна – Китай: баланс торгівлі продукцією ГМК. URL: <https://gmk.center/ua/posts/ukraina-kytaj-balans-torhivli-produktsiiei-hmk/> (дата звернення: 17.10.2024)

45. Зовнішня торгівля товарами (відповідно до КПБб). Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/files/ES/Trade_u.pdf (дата звернення: 30.08.2024)

46. Дія.Бізнес. Експортний напрям. Китай. URL: <https://export.gov.ua/country/91-kitai> (дата звернення: 17.10.2024)

47. Країни за товарною структурою зовнішньої торгівлі 2021. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/kr_tstr/arh_kr_2021.htm (дата звернення: 18.10.2024)

48. Країни за товарною структурою зовнішньої торгівлі 2023. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2024/zd/kr_tstr/arh_kr_2023.htm (дата звернення: 18.10.2024)

49. Як змінилася торгівля між Україною та Китаєм через війну. Посол назвав цифри. URL: <https://glavcom.ua/economics/finances/jak-zminilasja-torhivlja-mizh-ukrajinoju-ta-kitajem-cherez-vijnu-posol-nazvav-tsifri-970653.html> (дата звернення: 18.10.2024)

50. Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/gsztp/gsztp_u/arh_gsztp2021_u.html (дата звернення: 18.10. 2024)

51. Зовнішня торгівля послугами з країнами світу (за видами послуг). URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/ztpu_ks/ztpu_ks_u/arh_ztpu_ks_2021.htm (дата звернення: 18.10. 2024)

52. Mendez, A., Forcadell, F.J. & Horiachko, K. Russia–Ukraine crisis: China’s Belt Road Initiative at the crossroads. *Asian Bus Manage.* 2022. № 21, P. 488–496. URL: <https://doi.org/10.1057/s41291-022-00195-1> (дата звернення: 18.10. 2024)

53. Zhou Wenliang, She Xianning. “一帶一路”背景下中乌自贸区建设前景分析 [Аналіз перспективи створення зони вільної торгівлі між Китаєм та Україною на тлі ініціативи «Один пояс, Один шлях»]. *New Silk Road. China.* 2023. Vol. 9. № 303 (15). P. 8-10.

54. What Happened When China Joined the WTO? URL: <https://education.cfr.org/learn/reading/what-happened-when-china-joined-wto> (дата звернення: 19.10.2024)

55. Trade policy review. Report by China. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/tp_r_e/g458_e.pdf (дата звернення: 19.10.2024)

56. Trade Policy Review: China. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/tp_r_e/tp558_e.htm (дата звернення: 19.10.2024)

57. Poon C. H. Trade Regulations of China. URL: <https://research.hktdc.com/en/article/MzM0NTEzMzcy> (дата звернення: 19.10.2024)

58. China FTA network. URL: <http://fta.mofcom.gov.cn/english/index.shtml> (дата звернення: 19.10.2024)

59. China's Free Trade Agreements Framework. URL: <https://www.china-briefing.com/doing-business-guide/china/why-china/china-s-international-free-trade-and-tax-agreements> (дата звернення: 19.10.2024)
60. Doing Business in/with the Mainland. URL: <https://www.gov.hk/en/business/businessmainland/cepa/index.htm> (дата звернення: 19.10.2024)
61. Economic Power Play: Assessing China's Trade Policies. The Economist Intelligence Unit Limited. URL: https://impact.economist.com/perspectives/sites/default/files/economic_power_play_assessing_chinas_trade_policies_0608.pdf (дата звернення: 19.10.2024)
62. China's role in the multilateral trade system. Stefan Pantekoek, Yvonne Bartmann and Hajo Lanz (eds). 2022. URL: <https://asia.fes.de/news/chinas-role-in-the-multilateral-trade-system.html> (дата звернення: 19.10.2024)
63. The Belt and Road Initiative (BRI). URL: <https://porteconomicsmanagement.org/pemp/contents/part2/port-hinterlands-regionalization/belt-and-road-initiative-bri/> (дата звернення: 21.10.2024)
64. Yan H., Xiao W., Deng Q., Xiong S. Analysis of the Impact of U.S. Trade Policy Uncertainty on China Based on Bayesian VAR Model. *J. Math.* 2022 URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1155/2022/7124997> (дата звернення: 21.10.2024)
65. Zhang R, Qu Y. The Impact of U.S. Trade Policy Uncertainty on the Trade Margins of China's Export to the U.S. *Sustainability*. 2022; 14(22):15101. URL: <https://doi.org/10.3390/su142215101> (дата звернення: 21.10.2024)
66. Jiao Y., Liu Z., Tian Z., Wang X. The impacts of the US trade war on Chinese exporters. Work. Pap., 2020. Fudan Univ. Shanghai, China.
67. Fajgelbaum P., Khandelwal A.K. The Economic Impacts of the US–China Trade War. *Annual Review of Economics*. 2022. Vol. 14, pp. 205-228. URL: <https://ssrn.com/abstract=4201125> (дата звернення: 21.10.2024)

68. Chinese foreign trade in figures. URL: <https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/china/foreign-trade-in-figures> (дата звернення: 21.10.2024)

69. Chinese science and technology continue to advance despite increasing global technological nationalism. URL: <https://www.globaltimes.cn/page/202403/1309550.shtml> (дата звернення: 21.10.2024)

70. Demand for foreign brands drives consumption upgrading. URL: <https://www.chinadaily.com.cn/a/202312/25/WS6588d757a31040ac301a9469.html> (дата звернення: 21.10.2024)

71. China increases digital trade in its opening-up endeavors. URL: http://english.scio.gov.cn/m/chinavoices/2023-10/26/content_116775376.htm (дата звернення: 21.10.2024)

72. Envision the future -- digital engines propel new frontiers in China's foreign trade. URL: <https://english.news.cn/20231124/0fb462b1e025471caa549601a09fad18/c.html> (дата звернення: 21.10.2024)

73. China's service trade up 10% in 2023, setting a new record high. Global Times. 2024. URL: <https://www.globaltimes.cn/page/202402/1306501.shtml> (дата звернення: 21.10.2024)

74. China to expand visa-free travel to more countries, seeking further exemptions: FM. Global Times. 2024. URL: <https://www.globaltimes.cn/page/202401/1306435.shtml> (дата звернення: 21.10.2024)