

## СЕКЦІЯ 2 СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339

**Безверха І.А.***аспірантка кафедри міжнародної торгівлі  
Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана*

### СУЧАСНА КОМЕРЦІЙНА ДИПЛОМАТІЯ КИТАЮ: ОСНОВНІ МЕТОДИ ТА ВІДМІННІ РИСИ

Стаття присвячена комерційній дипломатії Китайської Народної Республіки. Досліджується трансформація сучасної комерційної дипломатії КНР, її зв'язок з традиційною та економічною дипломатією. Особлива увага акцентується на розгляді ключових методів комерційної дипломатії КНР та виокремленні її особливостей.

**Ключові слова:** комерційна дипломатія, Китайська Народна Республіка, економічна дипломатія, торгівля, інвестиції.

#### **Безверхая И.А. СОВРЕМЕННЯ КОММЕРЧЕСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ КИТАЯ: ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ И ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ**

Статья посвящена коммерческой дипломатии Китайской Народной Республики. Исследуется трансформация современной экономической дипломатии КНР, ее связь с традиционной и экономической дипломатией. Особенное внимание акцентируется на рассмотрении ключевых методов коммерческой дипломатии КНР и выделении ее особенностей.

**Ключевые слова:** коммерческая дипломатия, Китайская Народная Республика, экономическая дипломатия, торговля, инвестиции.

#### **Bezverkha I.A. MODERN COMMERCIAL DIPLOMACY OF CHINA: MAJOR TOOLS AND FEATURES**

The article is devoted to commercial diplomacy of the People's Republic of China. It outlines the transformation of China's modern commercial diplomacy, its relationship with traditional and economic diplomacy. Special attention was paid to the key tools of China's commercial diplomacy and defining its features.

**Keywords:** commercial diplomacy, People's Republic of China, economic diplomacy, trade, investments.

**Постановка проблеми.** В умовах торговельної глобалізації комерційна дипломатія відіграє все помітнішу роль, сприяючи виконанню завдань урядової політики, спрямованої на підтримку національного бізнесу та підвищення його конкурентоздатності. Разом з тим, існують державні та регіональні особливості реалізації комерційної дипломатії і, як наслідок, виникає потреба у їх дослідженні.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Китайська дипломатія є предметом багатьох досліджень. Низка вчених, зокрема А. Волохова, Г. Кирев, В. Корсун М. Лантейн, М. Мамонов, В. Мясніков розглядають історичний розвиток та сучасний стан традиційної китайської дипломатії. А. Мардашев, М. Окано-Хейманс, Ф.-П. Ван дер Путтен, Дж. Пржиступ, Е. Сафронова, Ф. Сондерс, Е. Фрост досліджують економічну дипломатію переважно у безпековому контексті. Але комерційна дипломатія розглядається в них лише побіжно.

**Постановка завдання.** На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає в аналізі процесу трансформації китайської комерційної дипломатії на сучасному етапі, виокремленні її особливостей та інструментарію.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Хоча китайська дипломатія має багатовікову історію та традиції, комерційна дипломатія КНР в її сучасному вигляді з'явилася наприкінці 1990-х років.

З точки зору теорії, комерційна дипломатія має два рівні. Перший з них – торговельна дипломатія, інструментами якої вважаються, у першу чергу, двосторонні переговори щодо створення зон вільної торгівлі, багатосторонні переговори в рамках СОТ,

а також переговори щодо антидемпінгових тарифів, ліцензування експортно-імпорتنних операцій, квот, торговельних та інвестиційних бар'єрів. Другий рівень – сприяння національному бізнесу за кордоном, що передбачає в тому числі підготовку маркетингових досліджень різної складності, розвиток та підтримку широкого кола бізнесових і урядових зв'язків в інших країнах, організацію промоційних заходів, пряме лобювання та комерційну розвідку.

Однак кожна країна доповнює це поняття власним змістом, і Китай не є виключенням. М. Лантейн зазначає, що термін «комерційна дипломатія» в КНР має два розуміння. В першому з них комерційна дипломатія означає використання переговорів, покликаних впливати на урядову політику в сфері торгівлі та інвестування. Згідно з другим розумінням комерційна дипломатія використовує економічну міць для впливу на некомерційні рішення у політичній та навіть стратегічній царині [1, с. 52]. Причому все те, що належить до міжнародних комерційних питань, включаючи тарифне регулювання, торгівлю послугами, конкурентну політику, приватизацію, може використовуватися у комерційній дипломатії [2, с. 4].

Звідси випливають і цілі комерційної дипломатії, причому остання з них набуває ширшого контексту економічної дипломатії. Метою комерційної (економічної) дипломатії має бути розвиток торгівлі та інвестицій для забезпечення продовження зростання економіки. Однак у випадку Китаю, вона невіддільно пов'язана з традиційною дипломатією, основною метою якої є засвідчити світові повернення Китаю до числа великих держав як альтернативного Сполученим Штатам центру сили.

Трансформація комерційної дипломатії Китаю, що відбулася наприкінці минулого століття, не була миттєвою. Це зрушення спочатку було лише реакуючим. На початку і в середині 1990-х рр. Китай був дуже обережним та спротивливим новачком у комерційній дипломатії. Хоча китайські лідери не довіряли глобальним та регіональним інституціям, торговельні пріоритети країни були зосереджені на одержанні членства в СОТ [3, с. 158], а відносини з азійськими країнами будувалися на двосторонній основі.

Необхідність переорієнтації комерційної дипломатії КНР диктував економічний розвиток: його динаміка та залежність від зовнішньої торгівлі та інвестицій. З часу початку економічних реформ на початку 1980-х років частка Китаю у глобальній торгівлі зростає вдвічі. У 2004 році Китай перевершив Японію, ставши третьою найбільшою торговельною економікою, а у 2012, коли його товарообіг досяг \$3,87 трлн. – першою [4]. Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) зростають ще швидше за торгівлю. Спочатку вони надходили переважно від етнічних китайців, що проживали за межами Китаю. Але з середини 1990-х рр. відбувається диверсифікація джерел (ПІІ), і за цей час Китаю вдалося залучити понад \$750 млрд. інвестицій – більше, ніж всім іншим країнам, що розвиваються, разом взятим. За оцінками експертів, 55-70% китайського експорту виробляється іноземними компаніями на території Китаю або у партнерстві між іноземними та китайськими компаніями [5, с. 2].

Поворотним пунктом переорієнтації комерційної дипломатії стала азійська фінансова криза 1997-98 рр., коли Китай, здебільшого незацеплений кризою через контроль за ринками капіталу, завоював довіру регіону, взявши активну участь у посткризових угодах, ініційованих Японією. Їх можна розглядати навіть в ширшому контексті економічної дипломатії, адже вони передбачали не тільки зниження або скасування тарифів на окремі товари з країн АСЕАН, а й низку двосторонніх валютних свопів та включення країн АСЕАН до переліку схвалених напрямів для туристів, які не потребують візної візи.

Але найбільш наочний приклад застосування комерційної дипломатії стався у 2000 році, коли Китай запустив ідею запровадження зони вільної торгівлі (ЗВТ) між Китаєм та Асоціацією країн Південно-Східної Азії (АСЕАН). Орієнтація на тіснішу регіональну інтеграцію дала поштовх різним преференційним угодам, які символізують як тісніші політичні зв'язки, так і комерційні можливості. На сьогодні Китай має ЗВТ з країнами АСЕАН, Пакистаном, Чилі, Новою Зеландією, Сінгапуром, Перу, Коста-Рікою, Швейцарією, Ісландією, а також Гонконгом, Макао [6].

Важливим імпульсом стало членство КНР в Світовій організації торгівлі (СОТ) у грудні 2001 року. З того часу підвищена увага китайської дипломатії звертається на протидію торговельному та інвестиційному протекціонізму, відновлення переговорів в рамках Доського раунду СОТ. Крім того, для Китаю СОТ став платформою для переговорів щодо більш селективних форм торговельної лібералізації з ширшим колом країн.

Загалом зрушення, що відбулися у комерційній дипломатії, стосувалися як стратегічних орієнтирів, так і інституційної складової та інструментарію, що застосовується.

У частині стратегічних орієнтирів, КНР змінює свій скептицизм щодо торговельної лібералізації та преференційної торгівлі і стає її поборником, усвідомивши власну зростаючу економічну міць. По-друге,

вона починає диверсифікувати свої зовнішні комерційні інтереси в бік країн Азії та Африки. Інтерес до останньої не є випадковим: Африка є багатоматеріальною сировинною базою, яких дуже потребує Китай. З іншого боку, Африка є споживачем дешевої китайської продукції. Опосередкованим підтвердженням інтересу Китаю до цих регіонів є розташування дипломатичних представництв. На даний час КНР має посольства у 169 країнах світу, більшість з яких знаходиться у Африці (50) та Азії (47).

Виконанню цілей, завдань та пріоритетів зовнішньоекономічної політики сприяє їх формалізація та поетапна фіксація. Це стосується, зокрема, стратегії активного виходу на зовнішні ринки під девізом «Йди назовні», яка активно просувається з 2001 року, а також концепції зовнішньоекономічної політики до 2010 року. Такий підхід значно полегшує можливість моніторингу виконання завдань та корекції пріоритетів. При цьому, Китай володіє постійним адміністративним механізмом контролю за виконанням урядових настанов.

Змінюється й інституційне забезпечення. У 2002 році на основі Міністерства зовнішньої торгівлі та економічної співпраці, Державної економічної та торговельної комісії та Державної комісії з планування розвитку, що існували раніше, створюється Міністерство комерції КНР, за яким закріплюється ведення комерційної дипломатії. Міністерство закордонних справ КНР не задіяне у напряму комерційній дипломатії – просування торгівлі залишається частиною торговельної політики. Створення у Міністерстві закордонних справ Департаменту міжнародної економіки у 2012 році потрібно радше розглядати як спробу упорядкувати управління економічною дипломатією: покращити координацію використання економічних важелів для досягнення політичних та геополітичних цілей. Однак на мікрорівні КНР докладає значних зусиль для забезпечення постійного і послідовного зв'язку Міністерства комерції з Міністерством закордонних справ та інтеграції зовнішньої політики з економічними цілями.

Міністерство комерції відповідає за розробку політики у сфері зовнішньої торгівлі, регулювання експорту та імпорту, прямих іноземних інвестицій, захисту споживача, ринкову конкуренцію та переговори щодо двосторонніх та багатосторонніх торговельних угод, підтримку оперативних контактів з торговельними та економічними відомствами інших країн тощо. В структурі більшості китайських посольств та деяких генконсульств є відповідно канцелярії торговельних та економічних радників та відділи з торговельно-економічних питань. Вони співпрацюють з посольством [7, с. 7].

При Міністерстві діють також Центр розвитку зовнішньої торгівлі, Центр сприяння зовнішній торгівлі та інвестиціям, Центр міжнародного економічного співробітництва, Китайський міжнародний центр економічних і технічних обмінів та Китайський центр зовнішньої торгівлі. Важливу допоміжну роль відіграють Китайський комітет сприяння міжнародній торгівлі та Китайська міжнародна торговельна палата, які мають відділення у всіх провінціях та великих містах. Налагоджено та підтримуються контакти з провідними торговельними палатами, федераціями та асоціаціями.

На макрорівні стратегія комерційної дипломатії Китаю реалізується через торгівлю, позики, допомогу та інвестиції капіталу.

У частині торгівлі, набір важелів доволі широкий і може використовуватися і як заохочення, і

як покарання. Найбільш застосованим на практиці є створення зон вільної торгівлі. Причому Китай може як мати суто комерційну зацікавленість, так і переслідувати більш далекоглядні цілі, для досягнення яких він може вести переговори з країнами, що мають набагато меншу економіку, для одержання економічної ваги в ключових регіонах. Наприклад, Китай свого часу, маючи ускладнений доступ на ринок ЄС, почав шукати можливостей укладення угод з країнами ЄАВТ. Ісландія, Норвегія та Швейцарія є дуже малими економіками порівняно з китайською, але Китай відчував, що ця преференційна торговельна угода може бути «зручним вікном у часто ускладнену європейську ринкову систему» [1, с. 52]. Іншими прикладами використання торгівлі є нещодавній викуп у країн-сусідів-партнерів по ЗВТ надлишку сільськогосподарської продукції для стабілізації цін.

Однак торгівля може використовуватися і як засіб тиску для досягнення політичних цілей. Прикладом використання подібної практики Китаєм може бути припинення у вересні 2010 року китайських поставок рідкісноземельних елементів до Японії у відповідь на затримання капітану китайського риболовецького судна у водах спірних островів Сенкаку, що знаходиться під контролем Японії, але розглядаються КНР та Тайванем в якості їхньої суверенної території. Також було уповільнено розмитнення японської продукції на кордоні, а регіональні органи управління у Шенгду змусили японські компанії відмовитися від участі у торговельній виставці, а фірму з транспортного машинобудування – від участі у тендері на один з проектів. Також можна пригадати «бананову війну», яку розпочали у 2012 році митні органи Китаю, відмовляючись приймати фрукти з Філіппін під час територіальної суперечки між Пекіном та Манілою.

Щодо кредитів та допомоги, то вони, як правило, мають вигляд кредитів з низьким відсотком, а також застрахованих або субсидованих урядом інвестицій у інфраструктуру та природні ресурси. Водночас, ця допомога є дуже обмеженою і цільовою – більшість з неї використовується для забезпечення власного розвитку (Китай вимагає, щоб 50% проектних матеріалів та послуг на проекти допомоги походили з Китаю, гарантуючи таким чином зайнятість та доходи вдома) та сприяння експорту природних ресурсів до Китаю. Загалом, як вже зазначалося, швидкі темпи економічного росту та зростання населення Китаю призводять до зростання споживання енергоресурсів і сільськогосподарських і харчових продуктів. Тому на комерційну і економічну дипломатію також покладено завдання покриття дефіциту ресурсів за рахунок імпорту. До речі, про важливість цього завдання може свідчити і те, що дипломатія, яка опікується цими питаннями отримала назву «ресурсна дипломатія».

З 2001 року держава в рамках стратегії «Йди назовні» заохочує підприємства, які знаходяться у державній власності, виходити на іноземні ринки, інвестувати, створювати міжнародні бренди, робити поглинання, забезпечувати сировину та загалом брати участь у глобальній економічній конкуренції за ринки та ресурси. Завдяки цій стратегії китайські компанії стають більш активними учасниками зовнішньоекономічного співробітництва. Наразі майже 40% з китайських інвестицій за кордон спрямовано на злиття з іноземними компаніями або їх поглинання [8, с. 227].

Комерційна дипломатія, що сприяє національному інвестуванню за кордоном, притаманна радше розвинутим країнам. Однак КНР з її розміром валютно-фінан-

сових ресурсів може собі це дозволити. Більше того, у 2007 році уряд створив Китайську інвестиційну корпорацию – суверенний фонд з валютних резервів. Існують небезпідставні побоювання, що Китай використовує кошти фонду не тільки на комерційні цілі, а й на геополітичне позиціонування, викупуваючи частки підприємств у таких стратегічних галузях, як телекомунікації, енергетика, фінансові послуги, видобуток природних ресурсів.

Щодо особливостей комерційної дипломатії Китаю, то можна виділити наступні:

1) китайська комерційна дипломатія в більшості випадків не ставить перед собою першочергової мети досягти політичного впливу за кордоном, однак якщо уряд вважає це необхідним, він може використовувати комерційні важелі для досягнення політичних цілей;

2) на відміну від комерційної дипломатії західних країн, особливо США, китайська дипломатія є чутливою до місцевих умов торговельного партнера [9, с. 2]. Вона не висуває вимог щодо політичної та економічної поведінки;

3) успіхи китайської комерційної дипломатії також пов'язані з традиційною доволі сильною роллю держави. Цей фактор є характерним для всіх азіатських країн, однак у Китаї він більш формалізований. Державний контроль над зовнішньоекономічними зв'язками забезпечує тісну взаємодію між національними суб'єктами зовнішньої торгівлі та бізнесу і політичними та управлінськими структурами країни. З іншого боку, держава в Китаї володіє контрольним пакетом акцій майже всіх значимих підприємств з приватним капіталом. Це створює певні державні гарантії діяльності таких підприємств за кордоном і страхує як їх, так і їхніх партнерів від багатьох ризиків, сприяє стійкості господарчої діяльності бізнес-одниць і всередині країни, і за кордоном;

4) Китай поєднує розвиток торгівлі з обіцянками торговельним партнерам більших можливостей у сфері торгівлі та інвестицій;

5) на відміну від країн Заходу, які розглядають допомогу країнам, що розвиваються, як допомогу розвитку, Китай використовує її на користь власного розвитку та досягнення стратегічних цілей. Цікавою в цьому сенсі є статистика: Китай розподіляє 19,9% своєї допомоги країнам з низьким та середнім доходом, а 11% цієї ж допомоги йде країнам з середнім та високим доходом [10, с. 8]. Тобто, майже третина допомоги надається країнам, чий дохід на душу населення майже дорівнює чи перевищує китайський, що може свідчити про певний стратегічний інтерес;

6) важливе значення для китайської дипломатії мають особисті відносини [11, с. 52], які необов'язково означають позитивне вирішення питання, а є радше способом уникнення зайвих складнощів. Тому китайські дипломати приділяють увагу розвитку мережі особистих зв'язків. Можливо, продовженням такої традиції є віддання переваги неформальним консультаціям (а не формальним механізмам розв'язання суперечок) у підходах до преференційних угод.

**Висновки з проведеного дослідження.** З наведеного можна зробити висновки про те, що Китай є прикладом того, як швидка та формалізована реалізація стратегії комерційної дипломатії може сприяти економічному розвитку. З кінця 1990 рр. Китай переглянув дипломатичні пріоритети – почав звертати більшу увагу та ресурси на поглиблення зв'язків з країнами, що розвиваються, особливо у Азії та Афри-

ці, прийняв нову торговельну стратегію проникнення на ринки у малорозвинених країнах цих регіонів, продовжуючи торгівлю із Заходом, ретельно вивчаючи торговельних партнерів та структуру торгівлі. Ця зміна у поведінці була сформована під впливом внутрішніх та глобальних ринкових потреб.

Особливостями китайської комерційної дипломатії є можливість використання комерційних важелів для досягнення політичних цілей; чутливість до місцевих умов торговельного партнера та відсутність вимог щодо політичної та економічної поведінки; державний контроль над зовнішньоекономічними зв'язками та володіння державою контрольним пакетом акцій майже всіх значимих підприємств з приватним капіталом; розвиток торгівлі у поєднанні з об'єднаннями торговельними партнерами більших можливостей у сфері торгівлі та інвестицій; а також важливість особистих відносин.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Lanteigne M. *Chinese Foreign Policy: An Introduction*, 2nd Edition. Routledge, London, 2009, 163 pp.
2. Lanteigne M. *The Falcon and the Dragon: Commercial Diplomacy and the Sino-Icelandic Free Trade Negotiations*. Working Paper 2-2008, Centre for Small State Studies, University of Iceland, March 2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.academia.edu/621535/The\\_Falcon\\_and\\_the\\_Dragon\\_Commercial\\_Diplomacy\\_and\\_the\\_Sino-Icelandic\\_Free\\_Trade\\_Negotiations](http://www.academia.edu/621535/The_Falcon_and_the_Dragon_Commercial_Diplomacy_and_the_Sino-Icelandic_Free_Trade_Negotiations).
3. Frost E.L. *Promise or Threat? China's Commercial Diplomacy in Asia* // «China's Rise and the Balance of Influence in Asia», edited by William W. Keller, Thomas G. Rawski, University of Pittsburg Press, 2007, 328 pp.
4. China Eclipses U.S. as Biggest Trading Nation. Bloomberg News. Feb 10, 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.bloomberg.com/news/2013-02-09/china-passes-u-s-to-become-the-world-s-biggest-trading-nation.html>.
5. Frost E.L.; Przystup J.J. and Phillip C. Saunders, *China's Rising Influence in Asia: Implications for U.S. Policy*. 'Strategic Forum' Journal, № 231, April 2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.uoregon.edu/ec/e-asia/read/SF231.pdf>.
6. Офіційна сторінка Міністерства комерції КНР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fta.mofcom.gov.cn/english/index.shtml>.
7. Naray, Olivier. *Commercial Diplomacy: A Conceptual Overview* // Conference Paper. 7th World Conference of TPOs – The Hague, The Netherlands, 2008. [http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Trade\\_Support\\_Institutions/TPO\\_Network/Content/Conferences/2008/NarayConferencepaper.pdf](http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Trade_Support_Institutions/TPO_Network/Content/Conferences/2008/NarayConferencepaper.pdf)
8. Экономическая дипломатия в условиях глобализации // Под ред. Л.М. Капицы: учеб. пособие. –М.: МГИМО (У) МИД России, 2010. – 624 с.
9. *Comparing Global Influence: China's and U.S. Diplomacy, Foreign Aid, Trade, and Investment in Developing World*. Congressional Research Service, 2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fpc.state.gov/documents/organization/109507.pdf>
10. Grimm S., Rank R., McDonald M. and Elizabeth Schickerling *Transparency of Chinese Aid: An analysis of the published information on Chinese external financial flows* // Centre for Chinese Studies, August 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.aidtransparency.net/wp-content/uploads/2011/08/Transparency-of-Chinese-Aid\\_final.pdf](http://www.aidtransparency.net/wp-content/uploads/2011/08/Transparency-of-Chinese-Aid_final.pdf).
11. Ціватий В. Дипломатія та дипломатична служба Китайської Народної Республіки в умовах глобалізаційного простору: інституційний аспект // «Зовнішні справи». – № 9. – 2012. – С. 48-53.