



DOI: 10.22363/2313-2329-2017-25-4-498-509

УДК 339.56.055

РОЛЬ И МЕСТО СОЕДИНЕННЫХ ШТАТОВ АМЕРИКА В МЕЖДУНАРОДНОМ ОБМЕНЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

С.А. Ушанов

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В данной статье рассматривается положение Соединенных Штатов Америки (США) в системе международного обмена товарами и услугами. Рассматривается трансформация лидеров мировой торговли, характеризующая тенденции в направлении нарастания конкурентных преимуществ со стороны развивающихся экономик, в частности, Китайской Народной Республики (КНР), вошедшей в тройку лидеров по экспорту товаров в 2004 г., и уверенно занимающая первое место с 2009 г. Уделяется значительное внимание товарной структуре американской внешней торговли, характерной чертой которой является превалирование промышленных и капитальных товаров, а также доминирование в структуре туристических и образовательных услуг. Автор проводит достаточно детальное и подробное исследование структуры внешней торговли первой экономики мира. Выявлено, что характерная черта географии внешней торговли США — превалирование развитых экономик в ее структуре (Канада, ЕС, Япония). Среди развивающихся экономик особое место занимают Китай и Мексика.

Ключевые слова: внешняя торговля, экспорт, импорт, товары, конъюнктура, США, география торговли, услуги, сальдо, международная торговля

Введение

Международный обмен товарами и услугами является одним из видов международных экономических отношений. Соединенные Штаты входят в тройку лидеров по экспорту и импорту торговли товарами и услугами. Основной конкурент США — КНР, которая делит с США лидирующие позиции не только в рамках торговли, но и по объему ВВП. Участие в интеграционной группировке (НАФТА), позволяет США занимать доминирующее положение в рамках целого континента. Однако еще более претенциозному членство Штатов в Трансатлантическом торговом и инвестиционном партнерстве (ТТИП) и Транстихоокеанском партнерстве (ТТП) не суждено сбыться: в начале 2017 г. США вышли из состава ТТП, а переговоры по ТТИП отложены на неопределенный период.

Обзор литературы

Вопросы внешней и внутренней политики США, а также развития стран мира представлены в исследованиях отечественных ученых Института США и Канады РАН Давыдова А.Ю. (Давыдов А.Ю., 2014), Рогова С.М. (Рогов С.М., 2015), Су-

пьян Б.В. (Супян Б.В., 2015). Ряд работ ученых Всероссийской академии внешней торговли (ВАВТ) также посвящен экономике США, и особенностям участия Штатов в международных экономических отношениях Спартак А.Н. (Спартак А.Н., 2016), Супян В.Б. (Супян В.Б., 2015). Вопросам международной торговли, роли в ней США, и особенностям создания «мега» интеграционных группировок (ТТП, ТТИП) посвящены работы Федакиной Л.Н. (Федакина Л.Н., 2010), Яковлева П.П. (Яковлев П.П., 2016).

Среди зарубежных исследователей, чьи работы посвящены экономике США, участию страны в международных экономических отношениях и интеграционных группировках, следует выделить Г. Киссинджера (Киссинджер Г., 2012), К.Ф. Бергстена (Бергстен К.Ф., 1996), У.М. Морисона (Моррисон У.М., 2017) и др.

Методы и подходы

Объемы экспорта, импорта, торговый оборот и торговое сальдо, география и структура торговли товарами и услугами являются характеризующими показателями как в масштабах международного обмена товарами и услугами, так и в отношении экономических отношений между субъектами. США входят в первую тройку мировых лидеров торговли товарами и коммерческими услугами. В связи с чем, выявление сильных и слабых сторон внешней торговли США представляется актуальным. Для выявления особенностей внешней торговли США товарами и услугами были применены методы анализа, синтеза и индукции.

Место США в международной торговле

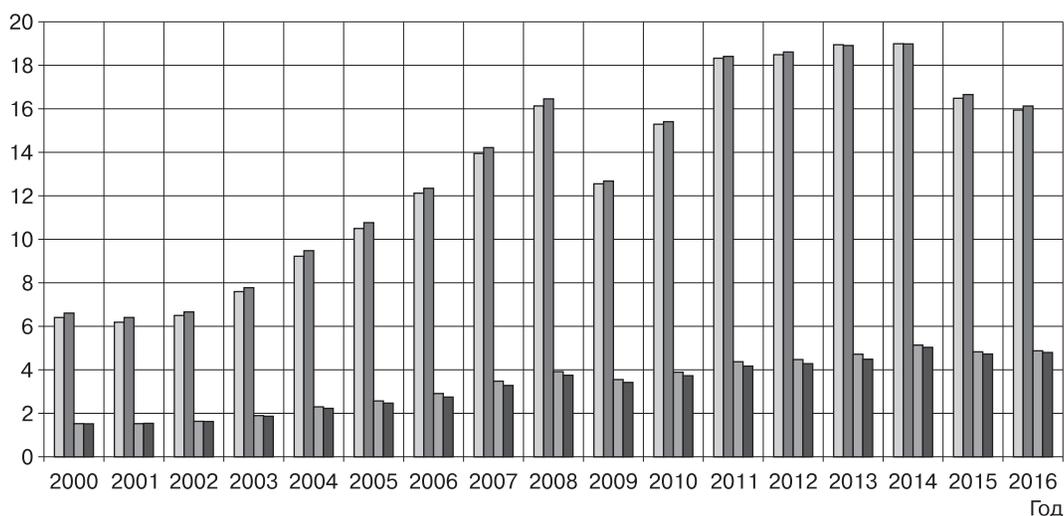
Международный обмен товарами и услугами тесно взаимосвязан с другими видами международных отношений. Международная торговля — наиболее развитая форма международных экономических отношений (МЭО), чья роль в качестве фактора, обеспечивающего экономический рост, возросла. Важная особенность мировой торговли заключается в росте ее объемов, несмотря на сокращение значений ключевых показателей по данным 2015 и 2016 гг. В целом же, после финансово-экономического кризиса динамика придерживается направления роста (рисунок).

Одновременно со значительным ростом показателей мировой торговли с начала 2000-х гг. меняется тройка лидеров, как по экспорту, так и по импорту товаров и коммерческих услуг. В 2004 г. в тройку лидеров по экспорту товаров впервые вошел Китай, тогда как первое место занимала Германия, второе — США. В 2007 г. Китай занял уже вторую позицию. С 2009 г. Китай занимает первое место в качестве мирового экспортера товаров¹.

По данным Всемирной торговой организации (ВТО) мировыми лидерами торговли товарами по экспорту в 2016 г. были КНР (13,2% от мирового экспорта товаров), США — 9,1%, Германия — 8,4%; по импорту — США (13,9% от мирового импорта товаров), КНР — 9,8%, Германия — 6,5%.

¹ Всемирная торговая организация, International Trade Statistic, 2005, 2007, 2010. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its_e.htm (дата обращения: 26.09.17).

Млн долл. США



Условные обозначения:

- — объем экспорта товаров; ■ — объем импорта товаров;
 ▒ — объем экспорта услуг; ■ — объем импорта услуг;

Рисунок. Динамика мирового экспорта и импорта товарами и услугами с 2000 по 2016 гг.
 [Figure. Trends of the world export and import of goods and services from 2000 to 2016]

Источник: составлено автором на основе данных ЮНКТАД, Data Center, Статистика международной торговли товарами и услугами с 2000 по 2016 гг. URL: <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx> (дата обращения: 10.10.2017).

География лидеров мировой торговли коммерческими услугами в относительной степени повторяет географию мировой торговли товарами: лидерами торговли услугами по экспорту — США (15,2%); Великобритания (6,7%), Германия (5,6%).

География лидеров по импорту услуг совпадает с географией лидеров по импорту товаров: США (10,3%), КНР (9,6%), Германия (6,6%)¹.

Тройка лидеров как по торговле товарами, так и услугами практически неизменна: США присутствуют в каждой из позиций; позиция Германии носит постоянный характер, поскольку стран занимает третье место и по торговле товарами, и по торговле услугами; Китай не вошел только в тройку по экспорту коммерческих услуг.

Главные движущие силы роста объемов внешней торговли США — технический прогресс, государственная экономическая политика, направленная на либерализацию торговли и деятельность ТНК за рубежом, тесно взаимосвязанная с прямыми иностранными инвестициями (Супян В.Б., 2015). Благодаря активной экспансионистской политике американских компаний на внешних рынках к началу XXI в. Соединенные Штаты Америки заняли ведущее положение в мире и продолжают удерживать эти позиции несмотря на растущую конкуренцию со стороны развивающихся стран (Лебедева Л.Ф., 2017).

¹ Всемирная торговая организация World trade statistics review — 2017. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2017_e/wts2017_e.pdf (дата обращения: 26.09.17).

Экспортно-импортная деятельность служит для США основополагающим элементом в системе внешнеэкономических связей. По данным Бюро экономического анализа США в 2016 г. объем экспорта товаров составил 1455 млрд долл. США, что на 55 млрд долл. США меньше, чем в 2015 г. Объем импорта товаров в 2016 г. составил 2208 млрд долл. США (на 64 млрд долл. США меньше, чем в 2015 г.).

Объем экспорта услуг США по итогам 2016 г. составил 752 млрд долл. США (на 782 млн долл. США меньше, чем в 2015 г.), объем импорта услуг — 504 млрд долл. США (на 12 млрд долл. США больше, чем в 2015 г.)¹.

С 2000 по 2016 гг. объем внешней торговли США рос в целом стабильными и прогнозируемыми темпами — 10% в год за период с 2000 по 2009 и около 2,5—4,5% с 2010 по 2016 гг. Такое значительно сокращение темпов роста объемов американской торговли взаимосвязано с финансово-экономическим кризисом 2008—2009 гг.

В абсолютном выражении объем экспорта США с 2000 по 2016 гг. увеличился в 1,8 раза (с 781 млрд долл. США до 1,455 трлн долл. США), объем импорта товаров увеличился в 1,75 раза (с 1,257 трлн долл. США до 2,208 трлн долл. США). За тот же период объем экспорта услуг увеличился более чем в 2,7 раза (с 274 млрд долл. США до 752 млрд долл. США), импорта — увеличился в 2,5 раза (с 198 млрд долл. США до 504 млрд долл. США)².

Анализ объема внешней торговли США выявил, что характерной чертой американской торговли является существенное превалирование импорта над экспортом на протяжении десятков лет (с 1970-х гг.).

Структура внешней торговли США

Анализ товарной структуры американского экспорта (табл. 1) показывает превалирование не сырьевой продукции над экспортом нефти (1,3 трлн долл. США против 88 млрд долл. США): 27,5% приходится на промышленную продукцию, 36,9% — на капитальные товары, 13,6% — на потребительские товары, 10% — средства передвижения, автомобили, 8,3% — на продукты питания, напитки, 4,1% — на другие товары.

В товарной структуре импорта США (табл. 2) также превалирует не сырьевая продукция (2 трлн долл. США против 146 млрд долл. США): 29,6% приходится на капитальные товары, 22,2% — на промышленную продукцию, 26,2% — на потребительские товары, 15,8% — на средства передвижения и автомобили, 4,7% — на продукты питания и напитки, 4,1% — на другие товары.

Анализ товарной структуры *экспорта США* свидетельствует о доминировании двух товарных групп: капитальных товаров и промышленных товаров. Третью позицию в экспорте занимают потребительские товары.

¹ Бюро экономического анализа США, Статистика внешней торговли США. Таблицы. URL: <https://www.bea.gov/newsreleases/international/trade/tradnewsrelease.htm>. (дата обращения: 01.10.2017).

² Всемирная торговая организация. International trade statistics 2001. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2001_e/appx_e.pdf, (дата обращения: 15.10.2017).

Таблица 1

**Товарная структура американского экспорта с 2000 по 2016 гг. (млрд долл. США)
[Structure of the American export since 2000 to 2016. (bln. doll. \$)]**

	Экспорт всего	Продукты питания, корма, напитки	Промыш- ленные товары	Капитальные товары	Автомо- бильный транспорт	Потребительские товары	Другие товары
2000	781,9	47,8	172,6	356,9	80,356	89,3	34,7
2005	901,0	58,9	233,0	358,4	98,406	115,2	36,9
2010	1278	107,7	391,6	447,5	112,008	165,2	54,3
2011	1482	126,2	501,0	493,9	133,036	175,3	52,8
2012	1545	133,0	501,1	527,1	146,158	181,6	56,5
2013	1578	136,1	508,0	534,1	152,670	189,1	58,2
2014	1620	143,7	505,1	551,0	159,690	198,9	62,0
2015	890,0	75,6	259,2	316,1	88,015	115,6	35,2
2016	1454	130,7	397,7	519,3	149,978	193,6	63,1

Источник: составлено автором на основе данных Бюро переписи США, United States Census. Foreign Trade. 2015 URL: <http://web.archive.org/web/20150906122656/https://www.census.gov/foreign-trade/statistics/historical/SAEXP.pdf> (дата обращения: 10.10.2017); Бюро экономического анализа США. U.S. International trade in goods and services, March 2017. URL: <https://www.bea.gov/newsreleases/international/trade/2017/pdf/trad0317.pdf> (дата обращения: 10.10.2017).

С 2000 по 2016 гг. в структуре экспорта США не произошло значимых изменений в том смысле, что все указанные товарные группы по объему придерживались «своих ниш» в порядке убывания: капитальные товары, промышленные товары, потребительские товары, автомобильный транспорт, продукты питания, корма и напитки, другие товары.

Соотношение товарных позиций в структуре экспорта США претерпело существенные изменения: доля продуктов питания, напитков и кормов изменилась незначительно, увеличившись с 6 до 9%.

Доля промышленной продукции за 16 лет претерпела значительные колебания, увеличившись с 22 до 27%, тогда как в 2011 г. доля данной товарной группы составила 34%. Значительное изменение претерпела товарная группа капитальные товары, доля которой сократилась с 46 до 36%. Доля автомобильного транспорта сохранила свои позиции и осталась на уровне 10%. Доля потребительских товаров изменилась незначительно за 16 лет, увеличившись с 11 до 13%. Практически неизменными оставались показатели товарной группы «другие товары», доля которых остается на уровне 4%.

Более подробное рассмотрение товарной структуры экспорта США за 2016 г. выявило доминирование товарной группы «Капитальные товары», где преобладает продукция гражданского авиастроения, продукция промышленно машиностроения, полупроводники, электрооборудование, телекоммуникационное оборудование, производство двигателей гражданской авиации, фармацевтическое оборудование¹.

¹ Бюро экономического анализа США, U.S. International trade in goods and services, March 2017. URL: <https://www.bea.gov/newsreleases/international/trade/2017/pdf/trad0317.pdf> (дата обращения: 10.10.2017).

В структуре второй группы «Промышленные товары» доминируют нефтепродукты, пластиковые материалы, химическая продукция, горючее, готовые металлические изделия¹.

В структуре «потребительских товаров» большая часть приходится на продукцию фармацевтической промышленности, далее следуют мобильные телефоны и другая продукция для домохозяйств, драгоценные камни, туалетные принадлежности и косметические средства. В товарной группе «Продукты питания, напитки и корма» преобладают мясо, домашняя птица, соевые бобы, орехи, фрукты и замороженные сок, кукуруза, корма для животных, рыба и морепродукты².

Таблица 2

Товарная структура американского импорта с 2000 по 2016 гг., млрд долл. США
[Structure of the American import since 2000 to 2016. (bln. doll. \$)]

Год	Импорт всего	Продукты питания, корма, напитки	Промышленные товары	Капитальные товары	Автомобильный транспорт	Потребительские товары	Другие товары
2000	1218	45,9	298,9	347,0	195,8	281,8	48,3
2005	1673	68,1	523,7	379,3	239,4	407,2	55,5
2010	1913	91,7	603,1	449,3	225,1	483,2	61,2
2011	2208	107,4	755,7	510,7	254,6	514,1	65,1
2012	2276	110,2	730,6	548,7	297,7	516,9	71,9
2013	2267	115,1	681,5	555,6	308,8	531,6	75,2
2014	2356	125,8	667,1	594,0	328,6	557,0	83,6
2015	2248	127,8	485,7	602,0	349,1	594,3	89,1
2016	1810	107,9	362,6	489,7	290,4	484,1	75,1

Источник: составлено автором на основе данных Бюро переписи США, United States Census. Foreign Trade. 2016. URL: <http://web.archive.org/web/20161229110251/https://census.gov/foreign-trade/statistics/historical/SAIMP.pdf> (дата обращения: 15.10.2017).

Анализ товарной структуры *импорта США* за 16 лет выявил практически симметричное соотношение 3-х доминирующих товарных позиций: «Капитальные товары», «Потребительские товары», «Промышленные товары». За указанный период доля «Капитальных товаров» со значительными колебаниями сохранила свои позиции, сократившись всего на 1% с 28% в 2000 г. до 27% в 2016 г.

Доля потребительских товаров увеличилась с 23 до 27%, колеблясь в направлении роста в течение 16 лет. Доля промышленных товаров сократилась с 25 до 20%, при этом колебания в рамках показателя по данной товарной позиции были наиболее значительными: в 2008 г. показатель составил 37%, а далее пошел на спад³.

¹ Бюро переписи США, United States Census. Foreign Trade, 2016 <http://web.archive.org/web/20150906122656/https://www.census.gov/foreign-trade/statistics/historical/SAEXP.pdf> (дата обращения 25.09.2017).

² Бюро экономического анализа США, Статистика внешней торговли США. URL: <https://www.bea.gov/newsreleases/international/trade/tradnewsrelease.htm> (дата обращения: 01.10.2017).

³ Бюро переписи США, United States Census. Foreign Trade. 2016. URL: <http://web.archive.org/web/20161229110251/https://census.gov/foreign-trade/statistics/historical/SAIMP> (дата обращения: 04.10.2017).

Доля автомобильного транспорта с колебаниями (+/– 2%) не изменилась за 16 лет, оставшись на уровне 16%.

Доли товарных групп «Продукты питания, корма, напитки» и «Другие товары», практически не изменились. Показатель «Продуктов питания и др.» увеличился за 16 лет с 4 до 6%, в то время как, «Другие продукты» не изменились, оставшись на уровне 4% от общего объема американского импорта¹.

Анализ товарной структуры импорта США выявил следующее: за 2016 г. в структуре товарной группы «Капитальные товары» доминирует телекоммуникационное оборудование, компьютеры, компьютерные аксессуары, полупроводники, продукция промышленного машиностроения, электрооборудование, медицинское оборудование.

В структуре второй укрупненной товарной группы импорта США («Потребительские товары») за 2016 г. доминирует продукция фармацевтической промышленности, а также мобильные телефоны и другие товары для домохозяйств. Далее следуют продукция легкой промышленности, текстиль, не шерстяные изделия и изделия из хлопка, игрушки, развлекательные и обучающие игры, спортивные товары.

В структуре третьей укрупненной товарной группы «Промышленные товары» по итогам 2016 г. превалирует сырая нефть, далее со значительным отставанием идет продукция промышленного сектора, нефтепродукты, продукция органической химии, готовые металлические изделия, пластиковая продукция и материалы, удобрения, немонетарное золото.

В структуре автомобильного транспорта превалировали пассажирские автомобили (новые и уже ранее использованные), части и аксессуары для транспортных средств, грузовики, автобусы, специальные транспортные средства².

США входят в тройку экспортеров и импортеров коммерческих услуг. Анализ структуры экспорта услуг за период за 16 лет обнаруживает, что большая часть приходится на «Туристические услуги, включая образовательные» — на них приходится 27,4% от общего экспорта услуг США в 2016 г. (или 205,9 млрд долл. США). По данным Всемирной туристической организации (UNWTO) США занимают первое место по объему выручки от туристической деятельности, второе место приходится на Испанию, третье место занимает Таиланд, четвертое — Китай, пятое — Франция. В 2016 г. доходы от туристической деятельности США составили 205,9 млрд долл. США (65% от мирового объема доходов от туристической деятельности)³.

Далее по объему экспорта за рубеж идут «Другие услуги» (18,9%) и «Расходы на использование интеллектуальной собственности» (16,5%). Несмотря на рост

¹ Бюро переписи США, United States Census. Foreign Trade. 2016 <http://web.archive.org/web/20161229110251/https://census.gov/foreign-trade/statistics/historical/SAIMP.pdf> (дата обращения: 04.10.2017).

² Бюро переписи США, United States Census. Foreign Trade. 2016 <http://web.archive.org/web/20161229110251/https://census.gov/foreign-trade/statistics/historical/SAIMP.pdf> (дата обращения: 10.10.2017).

³ Международной туристической организации, UNWTO, Tourism Highlights, 2017. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (дата обращения: 18.10.2017).

абсолютных показателей по экспорту услуг США, относительные показатели за 16 лет изменились. Доля экспорта таких услуг, как «Обслуживание и ремонт», «Страховые услуги», «Финансовые услуги», «Другие бизнес услуги» значительно увеличились. Доля «Транспортных услуг» сократилась с 15,7 до 11,2%; доля «Туристических услуг» сократилась с 34,5 до 27,4%.

Анализ структуры импорта услуг выявил изменение соотношения долей услуг в структуре импорта США. Доля туристических услуг сократилась с 30,4 до 24,5%; доля «Транспортных услуг» сократилась с 26,7 до 19,2%; доля «Других бизнес услуг» почти удвоилась (с 11,3 до 19,6%).

Доля услуг «Обслуживание и ремонт» несмотря на рост абсолютных показателей в 4 раза (с 2,2 млн долл. США до 8,8 млн долл. США), в относительном выражении оставалась на уровне от 1,2 до 1,7%. Доли «Финансовых услуг», «Расходов на использование интеллектуальной собственности», «Телекоммуникационных, информационных и компьютерных услуг» и «Государственных услуг» изменились незначительно (+/- 2%)¹.

Главными движущими силами роста объемов внешней торговли США являются технический прогресс, государственная экономическая политика, направленная на либерализацию торговли и деятельность ТНК за рубежом.

Технологические изменения, прежде всего в области транспорта, связи, обработки и передачи информации, заметно сократили издержки на ведение международного бизнеса, тем самым расширив возможности для внешней торговли и инвестиций (Супян В.Б., 2015).

Одним из ключевых факторов либерализации американской экономики и роста значения внешней торговли является роль американских ТНК за рубежом (Долгов С.И., Савинов Ю.А., 2009). По данным БЭА в 2015 г. число размещенных по миру филиалов американских ТНК составило 6264 учреждения. На страны Европы в 2015 г. приходилось 43% всех филиалов американских ТНК, размещенных за рубежом. Почти 1/4 из филиалов, размещенных в Европе, пришлось на Великобританию (628 филиала), второе место заняла Германия (577 филиалов), третье — Франция (314 филиалов). Абсолютный лидер по числу размещенных филиалов американских ТНК — Япония: в стране было расположено 1279 всех филиалов американских ТНК (20,4% от общего числа)².

География внешней торговли США

Анализ географии внешней торговли США выявил, что более 45% товарооборота приходится на Северную и Южную Америки, 31% на страны Азии, 17% на страны Европы и 3% на регион Африки. На страны ЕС по данным 2016 г. пришлось 18,6% от общего объема экспорта США и 19% от общего объема импорта США торговли товарами. Данные по торговле услугами свидетельствуют также

¹ Бюро экономического анализа США. Внешняя торговля товарами и услугами. URL: <https://www.bea.gov/international/index.htm#trade> (дата обращения: 22.10.2017).

² Бюро экономического анализа США, Activities of U.S. Affiliates of Foreign Multinational Enterprises: Preliminary 2015. Statistics. URL: https://www.bea.gov/international/fdius2015_preliminary.htm (дата обращения: 15.10.2017).

о превалировании в географии торговли именно стран ЕС: на них приходится 30,7% от общего объема экспорта услуг, и 35% от общего импорта услуг в США.

Более детальное рассмотрение торговых партнеров США обнаруживает следующее: второе место в географии экспорта американских товаров занимает Канада (партнер США по НАФТА). На Канаду приходится 18,4% от общего экспорта товаров США. Доля Канады очень близка к доле ЕС. Третье место занимает Мексика: на нее приходится 15,8% от общего объема экспорта США. Четвертое место занимает Китай — на нее приходится 8% от общего объема экспорта американских товаров за рубеж. На все остальные страны мира приходится от 4,4% и менее.

Изучение структуры географии импорта товаров США свидетельствует об относительном доминировании среди ключевых торговых партнеров США КНР (на Китай приходится 21% от общего объема импорта США в 2016 г.), 19% приходится на страны ЕС, 13% и 12,8% приходится на Мексику и Канаду, 6,1% — на Японию, доли остальных стран колеблются в промежутке от 5,2% и ниже.

Анализ географии внешней торговли США услугами выявил, что в географии экспорта услуг США наибольшая доля приходится на страны ЕС (30,7%), 8,7% — на Великобританию, по 7,2% — на Канаду и Китай, 5,9% — на Японию, доли остальных стран расположены в диапазоне 4,2% и ниже. География импорта услуг в Штаты представлена теми же партнерами: 35% приходится на страны ЕС, 10,2% — на Великобританию, 6,6% — на Германию, 6,1% — на Японию, 5,9% — на Канаду.

География внешней торговли США отражает общемировые тенденции с доминированием в списке ключевых торговых партнеров развитых экономик (ЕС, Канада, Япония). Наличие Мексики в структуре географии США обосновывается членством республики в НАФТА.

Значительное место в развитии взаимных торгово-экономических отношений занимает «теоретически возможное» соглашение о ТТИП; начало переговоров стартовало в 2013 г. и должно было завершиться в 2014 г., однако соглашение до сегодняшнего дня не подписано и, возможно, не будет подписано в сроки до 2019—2020 гг. Данное соглашение может привести к многостороннему экономическому росту, повышению конкурентоспособности ЕС и США, а также поможет создать новые рабочие места. Вплоть до января 2017 г. США занимались реализацией ТТП, направленного на продвижение торговли США в азиатско-тихоокеанском регионе, которое было подписано 4 февраля 2016 г.

Выводы

С начала 2000-х гг. рост показателей мировой торговли сопровождался трансформацией лидеров. В 2004 г. впервые в тройку лидеров по экспорту товаров вошел Китай, заняв третью позицию. В 2007 г. Китай занял уже вторую позицию, потеснив Штаты. С 2009 г. Китай является лидером по экспорту товаров. На протяжении почти десятилетия состав триады лидеров по экспорту товаров неизменен: Китай, США, Германия.

Анализ структуры внешней торговли США выявил, что товарная структура экспорта и импорта схожа: не сырьевая продукция превалирует над сырьевой в структуре экспорта и импорта США. В товарной структуре экспорта значительно доминируют капитальные товары и промышленные товары. Эти же группы, доминируют в структуре американского импорта.

Особенность структуры торговли услугами заключается в доминировании туристических услуг, США занимают 1-е место по объему выручки от туристической деятельности (65% от общего объема мировой выручки).

Особенностью географии американской внешней торговли является превалирование в ее структуре развитых экономик: стран ЕС, Канады, Японии. Среди развивающихся стран основные партнеры США — Китай и Мексика.

Тенденции последних нескольких лет, обозначив спрос на «мега» интеграции, такие как ТТП и ТТИП, столкнулся с камнем преткновения в лице новой американской администрации и решения Д. Трампа выйти из ТТИ, а также практически невозможностью прийти к консенсусу по вопросам создания ТТИП между США и странами ЕС.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бергстен К.Ф.* Глобализация свободной торговли: подъем регионализма // *Foreign Affairs*, 1996. URL: <https://www.foreignaffairs.com/authors/c-fred-bergsten>. *Foreign Affairs* (дата обращения: 15.10.2017).
- Давыдов А.Ю.* Экономика США: эволюция модели в условиях глобализации / Аксенов П.А., Кондратьева З.О., Бабич С.Н., Давыдов А.Ю., Зименков Р.И., Комкова Е.Г., Кочетков Г.Б., Федорович В.А., Судакова Н.А., Пороховский А.А., Портной М.А., Рей А.И., Супян В.Б. М.: Институт США и Канады РАН, 2014. С. 396–414.
- Долгов С.И., Савинов Ю.А.* Фундаментальное исследование экономики США // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2009. № 5. С. 66–72.
- Киссинджер Г.* Будущее американо-китайских отношений. Конфликт — это выбор, а не необходимость // *Foreign Affairs*, 2012. URL: <http://www.henryakissinger.com/articles/fa0412.html> — Официальный сайт Г. Киссинджера (дата обращения: 01.10.2017).
- Лебедева Л.Ф.* Позиции США в мировой торговле услугами / *Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития*. XIV Всеросс. науч.-практ. конф. 2017. С. 20–22.
- Моррисон В.М.* Китай — США. Вопросы взаимной торговли // *Congressional Research Service*. URL: <https://fas.org/sgp/crs/gow/RL33536.pdf> — Официальный сайт Федерации американских ученых (дата обращения: 25.09.2017).
- Рогов С.М.* Состояние и перспективы российско-американских отношений // *Вестник Российской академии наук*. 2015. Т. 85. № 5–6. С. 522.
- Спартак А.Н.* Трансатлантическое торговое и инвестиционное партнерство: возможные эффекты для России и ЕАЭС // *Российский внешнеэкономический вестник*. 2016. № 6. С. 3–17.
- Супян В.Б.* Глобализация экономики США: масштабы, достижения и проблемы // *Российский внешнеэкономический вестник*. Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития РФ. 2015. Т. 2015. № 9. С. 8–27.
- Супян В.Б.* США и Россия в мировой торговле в начале XXI века: состояние и перспективы // *Россия и Америка в XXI веке*. 2015. № 3. С. 12.

Федякина Л.Н. Интеграция России в мировую экономику: монография: 2-е изд., перераб. и доп. / под ред. Н.П. Гусакова. М.: РУДН, 2010. 419 с.

Яковлев П.П. Трансатлантическое партнерство: контекст, значение, проблемные аспекты // Перспективы. Электронный журнал. 2016. № 4(8). С. 25—40. URL: http://www.perspektivy.info/oukumena/amerika/transatlanticheskoe_partnerstvo_kontekst_znachenije_problemnyje_aspekty_2016-09-27.htm — Перспективы. Электронный журнал (дата обращения: 01.10.2017).

© Ушанов С.А., 2017

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 20 октября 2017

Дата принятия к печати: 28 декабря 2017

Для цитирования:

Ушанов С.А. Роль и место Соединенных Штатов Америки в международном обмене товаров и услуг // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика*. 2017. Т. 25. № 4. С. 498—509. DOI: 10.22363/2313-2329-2017-25-4-498-509

Сведения об авторе:

Ушанов Степан Андреевич, аспирант кафедры Международных экономических отношений Российского университета дружбы народов. *Контактная информация:* e-mail: ushanovSA@gmail.com

USA' ROLE AND PLACE IN INTERNATIONAL TRADE

S.A. Ushanov

Peoples' Friendship University of Russia
6, Mikhluko-Maklaya str., Moscow, Russia, 117198

Abstract. Article is dedicated to the role and place of USA in international trade. The author pays great attention to the transformation of the international trade leaders since 2004, when China got the entrance to the TOP-3 of merchandise trade leaders. At the same time the author described the structure of USA' foreign trade by commodities and services. He underlined the key feature of USA' trade partners — EU countries, Canada, Japan (developed economies) and China, Mexico (developing economies). The author pays great attention to the questions of setting and developing of “mega” integrations, such as TTP and TTIP.

Key words: foreign trade, export, import, goods, conjuncture, destinations of trade, USA, services, balance, international trade

REFERENCES

Bergsten K.F. (1996) Globalizacija svobodnoj trgovli: pod#em regionalizma. Foreign Affairs. URL: <https://www.foreignaffairs.com/authors/c-fred-bergsten> — Oficial'nyj sajt zhurnala Foreign Affairs (accessed: 15.10.2017).

Davydov A.Ju. Jekonomika SShA: jevoljucija modeli v uslovijah globaliza-cii. (2014) Aksenov P.A., Kondrat'eva Z.O., Babich S.N., Davydov A.Ju., Zimen-kov R.I., Komkova E.G., Kochetkov

- G.B., Fedorovich V.A., Sudakova N.A., Porohovskij A.A., Portnoj M.A., Rej A.I., Supjan V.B. Institut SShA i Kanady RAN. Moskva. S. 396—414.
- Dolgov S.I. Savinov YU.A. (2009) Fundamentalnoe issledovanie ehkonomiki SSHA. Rossijskij vneshneehkonomicheskij vestnik. No. 5. S. 66—72.
- Kissindzher G. (2012) Budushhee amerikano-kitajskih otnoshenij. Konflikt — jeto vybor, a ne neobhodimost'. Foreign Affairs. URL: <http://www.henryakissinger.com/articles/fa0412.html> — Oficial'nyj sajt G. Kissindzhera (accessed: 01.10.2017).
- Lebedeva L.F. (2017) Pozicii SShA v mirovoj trgovle uslugami // Jekonomika i upravlenie v sfere uslug: sovremennoe sostojanie i perspektivy razvitija. XIV Vserossijskaja nauchno-prakticheskaja konferencija. S. 20—22.
- Morrison V.M. (2017) Kitaj-SShA. Voprosy vzaimnoj trgovli. Congressional Research Service. URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/RL33536.pdf> — Oficial'nyj sajt Federacii amerikanskih uchenyh. (accessed: 25.09.2017).
- Rogov S.M. (2015) Sostojanie i perspektivy rossijsko-amerikanskih otnoshenij // Vestnik Rossijskoj akademii nauk. T. 85. No. 5—6. S. 522.
- Spartak A.N. (2016) Transatlanticheskoe trgovoe i investicionnoe partnerstvo: vozmozhnye jeffekty dlja Rossii i EAJeS. Rossijskij vneshnejeko-nomicheskij vestnik. No. 6. S. 3—17.
- Supjan V.B. (2015) Globalizacija jekonomiki SShA: masshtaby, dostizhenija i problem. Rossijskij vneshnejekonomicheskij vestnik. Vserossijskaja akademija vneshnej trgovli Ministerstva jekonomicheskogo razvitija RF. No. 9. S. 8—27.
- Supjan V.B. (2015) SShA i Rossija v mirovoj trgovle v nachale XXI veka: sostoja-nie i perspektivy. Rossija i Amerika v XXI veke. No. 3. S. 12.
- Fedjakina L.N. (2010) Integracija Rossii v mirovuju jekonomiku: monografija. Pod red. N.P. Gusakova. 2-e izd., pererab. i dop. M.: RUDN, 419 s.
- Jakovlev P.P. (2016) Transatlanticheskoe partnerstvo: kontekst, znachenie, pro-blemnye aspekty. Perspektivy. Jelektronnyj zhurnal. No. 4(8). S. 25—40. URL: http://www.perspektivy.info/oykumena/amerika/transatlanticheskoe_partnerstvo_kontekst_znachenije_problemyje_aspekty_2016-09-27.htm — Perspekti-vy. Jelektronnyj zhurnal (accessed: 01.10.2017).

Article history:

Received: 20 October 2017

Revised: 25 November 2017

Accepted: 28 December 2017

For citation:

Ushanov S.A. (2017) USA' role and place in international trade. *RUDN Journal of Economics*, 25 (4), 498—509. DOI: 10.22363/2313-2329-2017-25-4-498-509

Bio Note:

Ushanov Stepan Andreevich, post-graduate student of International economic relations department of the People's Friendship University of Russia. *Contact information*: e-mail: UshanovSA@gmail.com