DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2410-7395-2019-1-85-94>

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ ЭЛЕКТРОННЫМИ УСЛУГАМИ В США

Ань Чжао Чжень

Российский институт провинции Хэйлунцзян Академии
общественных наук КНР, Харбин, Китай

В статье рассмотрены последние тенденции торговли США электронными услугами, в частности, аудиовизуальный сервис, компьютерные услуги и услуги по обработке данных, телекоммуникационные услуги. С 2007 г. в экспорте электронных услуг США центральное положение занимает торговля аудиовизуальными услугами. Крупнейшими потребителями этих услуг являются Европейский союз, Азиатско-Тихоокеанский регион (основные потребители – Китай и Индия) и Центральная и Южная Америка (Бразилия и Аргентина). Среди стран главными импортерами аудиовизуальных услуг США являются Великобритания, Канада, Германия. Основную долю среди аудиовизуальных услуг занимают кинопрокат и потоковое мультимедиа. В США аудиовизуальные услуги импортируют Великобритания, Бразилия, Мексика, Канада и Аргентина. В торговом обороте компьютерными услугами США на протяжении нескольких лет наблюдается дефицит. Основными импортерами этих услуг из США являются Великобритания, Канада, Швейцария, Индия, Германия. США в свою очередь пользуются компьютерными услугами Индии (47%), Канады, Ирландии, Великобритании и Германии. Рынок телекоммуникационных услуг США составляет примерно четверть мирового, таким образом, США является крупнейшим национальным рынком данного вида услуг. Странами-импортерами американских телекоммуникационных услуг выступают Великобритания, Мексика, Индия, Канада и Нидерланды, а основными потребителями экспорта – Бразилия, Аргентина, Великобритания, Венесуэла и Канада.

Ключевые слова: торговля услугами, телекоммуникационные услуги, аудиовизуальные услуги, электронные услуги.

THE DEVELOPMENT TRENDS OF E-COMMERCE SERVICES IN THE UNITED STATES

An' Chzhao Chzhen'

Russian Institute of Heilongjiang Province of Academy
Social Sciences China, Harbin, China

The article deals with the latest trends in US trade in electronic services, in particular audiovisual services, computer services and data processing services, telecommunication services. Since 2007 trade of audiovisual services has been the most significant in the US e-services export. The largest consumers of these services are the European Union, Asia and the Pacific region (the main consumers are China and India) and Central and South America (Brazil and Argentina). Among the countries, the main importers of American audiovisual services are the UK, Canada and Germany. The main share of audiovisual services is occupied by film distribution and streaming media. In the USA audiovisual services are imported by the UK, Brazil, Mexico, Canada and Argentina. For several years there is a deficit in the trade turnover of computer services in the United States. The main importers of these services from the United States are

the United Kingdom, Canada, Switzerland, India, Germany. The USA, in turn, uses computer services from India (47%), Canada, Ireland, the UK and Germany. The American telecommunications market is about a quarter of the world's, so the USA is the largest national market for this type of service. The importing countries of the US telecommunications services are the United Kingdom, Mexico, India, Canada and the Netherlands, and the main export consumers are Brazil, Argentina, the United Kingdom, Venezuela and Canada.

Keywords: service trade, telecommunication services, audiovisual services, e-services.

Соединенные Штаты являются самой развитой экономикой в мире и занимают лидирующие позиции в сфере торговли услугами. На их добавленную стоимость в сфере торговли услугами приходится 80% ВВП [6]. С 1992 по 2017 г. общий объем торговли услугами в США составил 191 948 млрд долларов, в то время как экспорт торговли услугами составил 112 084 34 млрд долларов (или 58,4%), импорт торговли услугами – 79 863 6 млрд долларов (или 41,6%), а положительное сальдо торгового баланса услуг составило 32 226 млрд долларов с учетом общей торговли услугами, или 16,8%. Уже в 2017 г. объем торговли услугами в США составил 134 106 1 млрд долларов, или 25,5% от общего объема международной торговли США, экспорт торговли услугами составил 79 769 млрд долларов, или 59,5%, а импорт – 54 247 1 млрд долларов, или 40,5%. В Соединенных Штатах хорошо развит рынок электронных, аудиовизуальных, телекоммуникационных услуг. США – мировой лидер в области внедрения технологий и НИОКР.

В классификации торговли услугами США категория «электронные услуги» включает аудиовизуальные средства, компьютерную обработку данных, информационные и телекоммуникационные услуги, а также компьютерное программное обеспечение. Эти компоненты электронных услуг взаимозависимы, например, компьютерные услуги являются важной частью телекоммуникационного сектора, в то время как телекоммуникационные сети позволяют торговать аудиовизуальным контентом. Электронные услуги также могут повысить производительность и стимулировать торговлю в других отраслях, таких как образование, финансы, здравоохранение и логистика, в том числе в электронной форме. В 2016 г. на американские аудиовизуальные, компьютерные и телекоммуникационные услуги пришлось, соответственно, 21,8, 18,5 и 13,1% от общего объема экспорта электронных услуг США. В 2016 г. в компьютерные услуги США импортировали 29 млрд долларов, что составило 53,4% от общего объема импорта электронных услуг США.

Аудиовизуальный сервис

Аудиовизуальные услуги включают фильмы и телешоу, книги и записи на цифровых носителях, а также трансляции и записи живых событий. Начиная с 2007 г. на долю экспорта аудиовизуальных услуг прихо-

дится наибольшая доля экспорта электронных услуг США. Согласно статистическим данным, экспорт аудиовизуальных услуг из США в 2016 г. составил 20,4 млрд долларов при незначительном снижении с 21,4 млрд долларов в 2015 г. В 2011–2015 гг. среднегодовой темп роста экспорта аудиовизуальных услуг в США составил 4,6%. В 2016 г. общий объем импорта аудиовизуальных услуг в США составил 10 млрд долларов, увеличившись на 25% по сравнению с 2015 г. Это несколько выше, чем 22%-ный темп роста аудиовизуальных услуг в США в 2011–2015 гг.

В 2016 г. Европа оставалась крупнейшей потребительской зоной для экспорта аудиовизуальных услуг США (10,3 млрд долл.), на которые приходилось 50% всего экспорта аудиовизуальных услуг США (исключая 28% Великобритании). Однако в 2012 г. на долю Европы приходилось 59% экспорта аудиовизуальных услуг США (11 млрд долл.). При этом доля экспорта аудиовизуальных услуг США в Азиатско-Тихоокеанском регионе увеличилась с 19% (3,6 млрд долл.) в 2012 г. до 24% (4,9 млрд долл.) в 2016 г., что было обусловлено экспортом в Китай и Индию. Так, экспорт аудиовизуальных услуг США в Китай увеличился с 185 млн долларов в 2012 г. до 963 млн долларов в 2016 г., в течение этого времени экспорт аудиовизуальных услуг США в Индию увеличился со 110 до 878 млн долларов.

В 2016 г. экспорт аудиовизуальных услуг США в Соединенное Королевство составил 4,5 млрд долларов, или 21,9%. В свою очередь Канада и Германия были вторым и третьим по величине экспортными рынками для аудиовизуальных услуг США с объемом экспорта 1,9 млрд и 1,5 млрд долларов соответственно. Канада и Швейцария также являются достаточно большими экспортными рынками компьютерных услуг. В 2016 г. американские телекоммуникационные услуги экспортируются в основном в Центральную и Южную Америку, причем наибольшая доля приходится на Бразилию (27,2%, или 3,3 млрд долл.), Аргентину (11,8%, или 1,5 млрд долл.) и Ирландию (24,5%). В 2016 г. доля импорта аудиовизуальных услуг из США оставалась меньше доли экспорта, причем крупнейшими источниками импорта аудиовизуальных услуг из США были Великобритания, Бразилия и Мексика.

В 2016 г. крупнейшими импортерами аудиовизуальных услуг в США выступали Соединенное Королевство (1,7 млрд долл., или 17%), Бразилия (1,4 млрд долл., или 14%), Мексика (661 млн долл., или 7%), Канада (4,98 млрд долл., или 5%) и Аргентина (468 млн долл., или 5%). Наибольший рост импорта аудиовизуальных услуг из Европы в США наблюдался в 2012–2016 гг. (с 1,7 млрд долл., или 31%, до 3,9 млрд долл., или 39%). При этом импорт фильмов и телепрограмм из Европы вырос с 504 до 1,2 млрд долларов. Импорт аудиовизуальных услуг в Азиатско-Ти-

хоокеанском регионе увеличился с 5 до 10%. Причем импорт аудиовизуальных услуг из Бразилии был представлен исключительно кино или телевидением.

В 2016 г. глобальная касса кинопроката составила 38,6 млрд долларов, что несколько выше чем 34,6 млрд долларов в 2012 г., притом что средний темп роста за 2012–2016 гг. составил 11,6%. В 2012–2016 гг. кассовые сборы в США росли в среднем на 5%, а темпы роста в 2015–2016 гг. снизились до 2%. Снижение роста доходов от проката фильмов в США в основном связано с увеличением выбора потокового мультимедиа и домашнего Интернета, так как количество кинотеатров уменьшилось. На долю десяти ведущих стран мира приходится 78% кассовых сборов. В 2016 г. доходы от кинопроката в США составили 10,3 млрд долларов, т. е. 27% мирового рынка. Китайские кассовые сборы заняли 2-е место, достигнув 8,2 млрд долларов и увеличившись на 300% по сравнению с 2012 г. и составили 21% мирового рынка. В 2017 г. кинотеатры посетило около 8 млрд зрителей во всем мире по сравнению с 7 млрд в 2012 г.

В 2016 г. мировой объем производства фильмов составил 7 070, что на 12% выше, чем 6 344 фильма в 2012 г. Кинопроизводство сильно сконцентрировано. В 2016 г. производство фильмов было сосредоточено в 10 странах мира, на их долю приходилось 82% мировых фильмов. В 2016 г. производство фильмов в Индии, Китае и Соединенных Штатах составило 51% от общего объема в мире. В 2016 г. Индия оставалась крупнейшим производителем фильмов (1 903 фильма, или 27% от общего объема мирового производства). Китай выпустил 944 фильма в 2016 г., более чем удвоив производство за последнее десятилетие, обогнав Соединенные Штаты (789 фильмов) и став вторым по величине кинопродюсером в мире.

В 2017 г. мировой кинорынок продолжал лидировать. На первую десятку киностудий в США приходилось 93,4% доходов кинопроката, а на семь ведущих киностудий в США – 59% мирового проката. Даже в Европейском союзе, в котором хорошо развита киноиндустрия, 67% фильмов были импортированы из США в 2016 г., и еще 4% – фильмы, произведенные совместно с США. Американские фильмы составляют значительную долю кинорынка в развивающихся странах, соответственно, они в значительной степени зависят от кассовых сборов международной аудитории – 59% доходов десяти ведущих киностудий в США в 2017 г. приходилось на иностранную аудиторию кинотеатров.

Достижения в области цифровых технологий в сочетании со снижением цен на облачные вычисления, а также внедрение смартфонов и планшетов резко изменили индустрию аудиовизуальных услуг, переместив их в Интернет. Поскольку поставщики потоковых услуг производят более оригинальный контент, американские режиссеры также лицензируют больше контента для потоковых поставщиков и активно формируют свои собственные потоковые сервисные компании. Потоковое

мультимедиа и видео по требованию становятся все более и более важными для потребителей кинорынка.

Услуги потокового мультимедиа являются самым быстрорастущим сегментом мировой индустрии аудиовизуальных услуг. Ожидается, что выручка от глобальных потоковых услуг вырастет с 11 млрд долларов в 2016 г. до 18,7 млрд долларов в 2022 г. Так, число клиентов Netflix, крупнейшего поставщика онлайн-видео, может вырасти менее чем с 20 млн в 2010 г. до 115 млн в 2020 г. Prime Video, второй по величине поставщик в мире, ожидает, что количество подписок за пределами США вырастет с 9,3 млн в 2017 г. до 17,8 млн в 2020 г., причем большая часть роста будет приходиться на Европу и Азию.

Компьютерные услуги и услуги по обработке данных

За последнее десятилетие мировая индустрия услуг в области компьютеров и обработки данных, включая информационные технологии, облачные вычисления и программное обеспечение, значительно выросла. В ближайшие годы этот рост, вероятно, продолжится. Например, в Соединенных Штатах доля компьютерных услуг и услуг по обработке данных в 2011–2016 гг. выросла с 1,8 до 2,2%. Однако поскольку все больше стран принимают нетарифные меры для цифровой торговли, такие как требования к локализации данных, это может подорвать развитие мировой торговли компьютерными услугами.

В 2016 г. экспорт трансграничных компьютерных услуг США достиг 17,3 млрд долларов, увеличившись на 9,2% по сравнению с 2015 г. В 2016 г. импорт трансграничных компьютерных услуг из США составил 29 млрд долларов, что на 5,4% больше, чем в 2015 г. В Соединенных Штатах с 1999 г. наблюдается дефицит торговли компьютерными услугами, а в 2016 г. дефицит торговли компьютерными услугами составил 11,7 млрд долларов. В 2011–2015 гг. темпы роста экспорта компьютерных услуг в США превышали темпы роста импорта: среднегодовой темп роста экспорта достиг 8,8%, а среднегодовой темп роста импорта – 4,0%.

В 2016 г. Великобритания и Канада были крупнейшими рынками для трансграничного экспорта компьютерных услуг в Соединенные Штаты, на которые приходилось 13 и 12% от общего объема экспорта компьютерных услуг США соответственно. Другими основными направлениями являются Швейцария (9%), Индия (5%) и Германия (5%). В 2016 г. американский импорт компьютерных услуг составил 29 млрд долларов, на долю Индии пришлось почти половина импорта компьютерных услуг США (47%), за ними следуют Канада (11%), Ирландия (9%), Великобритания (5%) и Германия 3%. На европейские страны приходится 8%, а на страны Азиатско-Тихоокеанского региона – 9%.

В 2016 г. выручка от мирового рынка компьютерных услуг достигла 585,3 млрд долларов, выручка от мирового рынка облачных услуг составила 89,3 млрд долларов, а выручка от мирового рынка программного обеспечения – 333,2 млрд долларов. Среди них доход от рынка компьютерных услуг США составил 1 млрд долларов, доход от рынка облачных услуг – 50,8 млрд долларов, доход от рынка программного обеспечения – 109,3 млрд долларов, доход от европейского рынка компьютерных услуг – 157,5 млрд долларов, доход от рынка облачных услуг – 18,9 млрд долларов, доход от рынка программного обеспечения – 105,7 млрд долларов, доход рынка компьютерных услуг стран Азиатско-Тихоокеанского региона составил 151,5 млрд долларов, доход рынка облачных услуг – 13,5 млрд долларов, доход рынка программного обеспечения – 80,5 млрд долларов [6].

В 2016 г. доход индустрии облачных вычислений в США достиг 50,8 млрд долларов, а совокупный годовой темп роста с 2012 по 2016 г. составил 35%. Совокупные ежегодные темпы роста в Европе и Азиатско-Тихоокеанском регионе составили 33,3 и 30,3% соответственно, а доходы индустрии облачных вычислений – 18,9 и 13,5 млрд долларов. Крупные технологические компании, такие как Amazon, Microsoft и Apple, также предоставляют компьютерные услуги, но они не включены в эту статистику из-за их основных отраслевых классификаций. Например, Amazon считается поставщиком розничных услуг, а не поставщиком компьютерных услуг, хотя ее чистый объем продаж в 2016 г. на уровне 9% (12,2 млрд долларов) приходится на подразделение облачных услуг.

Оцифровка производства и пакет услуг продуктов увеличили спрос на компьютеры и услуги обработки данных. Все более сложные информационные и коммуникационные технологии, такие как большие данные, облачные вычисления и интернет-вещей, стали необходимыми для разработки товаров, производства и послепродажного использования. Фактически, границы между производством и услугами размыты и могут дополнительно стимулировать спрос на компьютеры и услуги обработки данных.

Американские компьютерные службы и службы обработки данных через свои зарубежные филиалы часто выходят за пределы американского экспорта, отражая важность ведения бизнеса на местах при предоставлении этих услуг. В 2015 г. продажи иностранных филиалов американских компаний, занимающихся компьютерами и обработкой данных, составили 111 млрд долларов, что более чем в пять раз превысило международный экспорт таких услуг в США.

В 2015 г. продажи зарубежных дочерних компаний американской компьютерной и обрабатывающей компании упали на 6,7% по сравнению с 2014 г. (117 млрд долл.), что в основном отражает снижение новых продаж крупных программных систем в Европе и Азиатско-Тихоокеанском регионе. В 2015 г. на долю Великобритании приходилась большая

часть услуг по обработке данных в зарубежных дочерних компаниях американских компаний – 17%, на долю Японии – 9%, Канады – 8%, Ирландии – 8% и Нидерландов – 6, на долю других европейских стран приходилось – 19%, на долю стран Азиатско-Тихоокеанского региона – 24%, на долю Африки и Ближнего Востока – 2%.

В 2015 г. иностранные компании, занимающиеся компьютерами и обработкой данных в Соединенных Штатах, заработали в общей сложности 29,4 млрд долларов, примерно столько же, сколько в 2014 г. Основными источниками закупок у иностранных дочерних компаний США в 2015 г. были Великобритания (2,6 млрд долл.), Канада (1,6 млрд долл.) и Япония (1,3 млрд долл.). Спрос на компьютеры и услуги по обработке данных будет расти и в ближайшие годы. Предполагается, что ежегодные темпы роста глобальных расходов на компьютерные услуги составят приблизительно 3,8% с 2016 по 2020 г. Ожидается, что с 2015 по 2020 г. объем рынка публичных облачных услуг будет расти на 19% ежегодно [7].

Телекоммуникационные услуги

В 2016 г. мировой рынок телекоммуникационных услуг составил 1,5 трлн долларов. Замедление роста выручки на мировом рынке телекоммуникаций в 2016 г. было связано с сокращением рынка фиксированной и беспроводной голосовой связи на 5 и 3% соответственно. Подразделение фиксированных и беспроводных голосовых услуг является зрелым рынком во многих странах и подвержено конкуренции со стороны приложений голосовой связи и обмена сообщениями.

В 2016 г. рынок телекоммуникационных услуг США составил 333 млрд долларов, или 22,8% мирового рынка, что делает его крупнейшим национальным рынком таких услуг. Другими крупными рынками являются Китай (228,5 млрд долл., или 15,4%), Япония (9,52 млрд долл., или 6,4%), Бразилия (66,3 млрд долл., или 4,5%) и Великобритания (4,83 млрд долл., или 3,3%). В 2010–2015 гг. число абонентов фиксированной связи во всем мире уменьшалось на 3,1% в год, а в абсолютном выражении – с 1,1 млрд до 921 млн.

В 2016 г. рынок американских телекоммуникационных услуг составил 12,2 млрд долларов в приграничном экспорте, в то время как импорт составил 5,5 млрд долларов, а сальдо торгового баланса – 6,7 млрд долларов. В 2016 г. основными рынками для трансграничного экспорта телекоммуникационных услуг США были Бразилия (3,3 млрд долл.), Аргентина (1,4 млрд долл.), Великобритания (1,2 млрд долл.), Венесуэла (933 млн долл.) и Канада (561 млн долл.). Основными источниками трансграничного импорта телекоммуникационных услуг США являются Великобритания (730 млн долл.), Мексика (427 млн долл.), Индия (404 млн долл.), Канада (327 млн долл.) и Нидерланды (276 млн долл.) [8].

Операции со связанными сторонами по-прежнему являются основным видом торговли телекоммуникационными услугами в США. Американские операторы в основном предоставляют телекоммуникационные услуги иностранным клиентам через местные филиалы, в том числе зарубежные дочерние компании. В 2016 г. стоимость услуг, предоставляемых американскими дочерними компаниями в сфере телекоммуникаций, более чем в два раза превышала стоимость услуг, базирующихся в США.

С 1996 по 2016 г. число пользователей мобильными телефонами в Соединенных Штатах увеличивалось в среднем на 12% в год с 44 до 417 млн, а уровень проникновения мобильной связи составил 127%. Предварительные данные показывают, что число пользователей мобильными телефонами в США увеличилось до 433 млн в 2017 г., что эквивалентно уровню проникновения в 133%. Несмотря на высокий уровень проникновения мобильной связи в Соединенных Штатах (многие владеют несколькими мобильными телефонами) ожидается, что рынок мобильных телефонов в США будет продолжать расти в течение следующих трех лет. Проникновение мобильной связи более чем в 120 странах мира превышает 100%.

Услуги широкополосного доступа в Интернет, особенно услуги цифровых абонентских линий, сократили количество абонентов фиксированной связи через ту же локальную сеть, что и услуги фиксированной голосовой связи, так как эти услуги часто объединяются вместе. Ожидается, что в период с 2018 по 2020 г. среднегодовой уровень доходов от услуг фиксированной связи в Соединенных Штатах снизится со среднегодового уровня доходов (5,9%) в 2012–2017 гг. до 4,1%.

В период с 2006 по 2016 г. число абонентов фиксированной широкополосной связи в Соединенных Штатах увеличивалось в среднем на 4,4% в год с 60,2 млн до 106,1 млн, а уровень проникновения широкополосного Интернета достиг 32,3%. В 2016 г. в Соединенных Штатах насчитывалось около 247 млн пользователей Интернета, что составляет примерно 76% населения страны. За последние 10 лет услуги кабельного модема занимали значительную долю рынка в Соединенных Штатах, в то время как волоконно-оптическая широкополосная связь росла более медленными темпами. В 2016 г. на подписки оптоволоконных сервисов приходилось только 11% абонентов широкополосного доступа в США, что значительно ниже среднего показателя (21%) в странах ОЭСР [8].

В последние годы операторы связи США отреагировали на рост облачных вычислений и рост спроса на данные расширением географии существующих центров обработки данных путем инвестирования в них больших сумм денег. Ожидается, что рост мировой индустрии телекоммуникационных услуг в течение следующих трех лет составит 1,3% главным образом из-за стабильных или снижающихся доходов на основных

рынках фиксированной, мобильной и интернет-связи. Чтобы компенсировать слабый рост выручки, американские операторы продолжают модернизировать и расширять свои сети, особенно 5G. В то же время они сосредоточатся на доходах от недавних инвестиций и приобретений на новых рынках, включая вещательный контент, интернет-вещей, интернет-рекламу, умный дом и услуги WAN.

Список литературы

1. Давыдов А. Ю. Соединенные Штаты во всемирном хозяйстве // США и Канада: экономика, политика, культура. – 2016. – № 9 (561). – С. 19–34.
2. Лебедева Л. Ф. Позиции США в мировой торговле услугами // Экономика и управление в сфере услуг: современное состояние и перспективы развития : материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции. 7 февраля 2017 г. – СПб, 2017. – С. 20–22.
3. Минакова Н. В. Электронная торговля в экономике США // США и Канада: экономика, политика, культура. – 2018. – № 11. – С. 73–84.
4. 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.
5. Хлыталов В. М., Козьмина В. А. Внешняя торговля Соединенных Штатов Америки на современном этапе // Форум молодых ученых. – 2018. – № 5–3 (21). – С. 694–697.
6. Recent Trends in U.S. Services Trade 2017 : Annual Report. – URL: https://www.usitc.gov/publications/332/pub4682_1.pdf
7. Recent Trends in U.S. Services Trade 2018 : Annual Report. – URL: <https://www.usitc.gov/publications/332/pub4789.pdf>
8. U.S. Trade in Services: Trends and Policy Issues. – URL: <https://fas.org/sgp/crs/misc/R43291.pdf>
9. U.S. International Trade in Goods and Services, 2018. – May. – URL: Available at: <https://www.bea.gov/newsreleases/international/trade/tradnewsrelease.htm>

References

1. Davydov A. Yu. Soedinennye Shtaty vo vseмирном hozyaystve [United State in the World Economy], *SSHA i Kanada: ekonomika, politika, kul'tura* [USA and Canada: Economy, Politics, Culture], 2016, No. 9 (561), pp. 19–34. (In Russ.).
2. Lebedeva L. F. Pozitsii SSHA v mirovoy torgovle uslugami [US Positions in World Trade of Services], *Ekonomika i upravlenie v sfere uslug*:

sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya, materily XIV Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Economics and Management in the Service Sector: Current State and Development Prospects: Proceedings of the XIV all-Russian Scientific and Practical Conference], 7 February 2017. Saint Petersburg, 2017, pp. 20–22. (In Russ.).

3. Minakova N. V. Elektronnaya trgovlya v ekonomike SSHA [E-Commerce in the US Economy], *SSHA i Kanada: ekonomika, politika. Kul'tura* [USA and Canada: Economy, Politics, Culture], 2018, No. 11, pp. 73–84. (In Russ.).

4. Ushanov S. A. Rol' i mesto Soedinennyh Shtatov Ameriki v mezhdunarodnom obmene tovarov i uslug [The Role and Place of the United States in the International Exchange of Goods and Services], *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov (Seriya «Ekonomika»)* [Vestnik of the Peoples' Friendship University of Russia. (Economy Series)], 2017, Vol. 25, No. 4, pp. 498–509. (In Russ.).

5. Hlypalov V. M., Koz'mina V. A. Vneshnyaya trgovlya Soedinennyh Shtatov Ameriki na sovremennom etape [Foreign Trade of the United States of America at the Present Stage], *Forum molodyh uchenyh* [Young Scientists Forum], 2018, No. 5–3 (21), pp. 694–697. (In Russ.).

6. Recent Trends in U.S. Services Trade 2017. Annual Report. Available at: https://www.usitc.gov/publications/332/pub4682_1.pdf

7. Recent Trends in U.S. Services Trade 2018. Annual Report. Available at: <https://www.usitc.gov/publications/332/pub4789.pdf>

8. U.S. Trade in Services: Trends and Policy Issues. Available at: <https://fas.org/sgp/crs/misc/R43291.pdf>

9. U.S. International Trade in Goods and Services, 2018. – May. Available at: <https://www.bea.gov/newsreleases/international/trade/tradnewsrelease.htm>

Сведения об авторе

Ань Чжао Чжэнь

заместитель директора, научный сотрудник Российского института провинции Хэйлунцзян Академии общественных наук КНР (г. Харбин).

Адрес: Российский институт провинции Хэйлунцзян Академии общественных наук КНР, 150028, Харбин, Район Сунбэй, Проспект Ши Бо, д. 1000.

E-mail: aazcn@vip.sina.com

Information about the author

An' Chzhao Chzhen'

Deputy Director of the Institute of Russian Studies, Heilongjiang Provincial Academy of Social Sciences.

Address: the Institute of Russian Studies, Heilongjiang Provincial Academy of Social Sciences, 501 Rd. Youyi, Harbin, 150018, China.

E-mail: aazcn@vip.sina.com