Московский государственный университет коммерции

Кафедра Мировой экономики

**Курсовая работа**

*Тема:* Североамериканский рынок .

Возможности расширения российского экспорта на

Рынки США и Канады.

Выполнил студент группы ВЭД – 12 Щербатых В.И.

Научный руководитель Хомякова Т.С.

Москва 1998 год.

Введение

Экономические реформы и либерализация внешней торговли в нашей стране открывают новые перспективы для российских коммерческих структур по самостоятельному поиску деловых партнеров и рынков сбыта. Огромные потенциальные возможности в этой области имеет североамериканский рынок, охватывающий Соединенные Штаты Америки и Канаду. Успех освоения этого рынка в первую очередь зависит от знания его конъюнктуры и особенностей, а также правовых норм и торговых традиций, которые следует соблюдать при ведении коммерческих операций с американскими и канадскими партнерами.

ПОЛИТИКО-АДМИНИСТРАТИВНОЕ УСТРОЙСТВО И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ США И КАНАДЫ

***А). США*** — федеративная республика, состоящая из 50 штатов и федерального округа Колумбия. Население страны — свыше 250 млн. человек. Штаты делятся на графства. Территория США состоит из трех несмежных частей, различных по размерам, этнической структуре и численности населения, природным условиям и уровню экономического развития: основная (собственно территория США), Аляска, Гавайские острова.

В соответствии с действующей конституцией компетенция федеральных органов власти и управления (президента, конгресса и федеральных учреждений) ограничивается областями законодательства и управления, требующими по своему значению единого регулирования для всей страны. К ним, в частности, относят внешнюю политику, оборону, валютно-денежную систему, налогообложение и таможенные пошлины. Каждый штат имеет свою конституцию и систему высших и местных органов власти и управления. В компетенцию штатов входят, например, такие функции, как руководство правоохранительными органами, судопроизводство, местное налогообложение, организация здравоохранения и просвещения.

Федеральные органы власти и управления следят за тем, чтобы федеральные законы соблюдались на всей территории страны. В случае противоречия федеральных законов или законодательства отдельных штатов конституции США эти вопросы рассматриваются Верховным судом США.

Экономическая система США основывается на свободном рыночном хозяйстве с правовым и политическим регулированием экономических процессов на макроуровне. При этом государство не вмешивается непосредственно в вопросы объема и структуры производства, ценообразования, организации труда и заработной платы. Законодательство гарантирует свободное развитие личности и предпринимательства, создает условия для частной инициативы и равенства различных форм собственности. Основой развития экономики является соревнование производителей, конкурирующих между собой на рынке. А их движущей силой, мотивацией производства товаров и услуг является стремление к получению прибыли.

***Б). Канада***. По форме государственного устройства Канада — федерация, имеющая в своем составе 10 провинций и две территории. Компетенция федерального центра в области законодательства и управления ограничена вопросами внешней политики, обороны, валютно-денежной системы, а также товарообращения и торговли, включая таможенные сборы и основные налоги.

В провинциях, которые делятся на графства и округа, имеются собственные законодательные собрания и правительства. В компетенцию провинций и местных органов власти входят, в частности, функции по образованию в их рамках культурного суверенитета, руководство правоохранительными органами, отдельные сферы экономического и налогового законодательства, руководство здравоохранением и просвещением. Так же как и в США, экономическая система Канады основывается на свободном рыночном хозяйстве с правовым и политическим регулированием на макроуровне.

Канада — обширная, но неплотно населенная страна. По площади суши она занимает второе место в мире. Однако по плотности населения — 27 человек на 1000 га — она на последнем месте среди всех основных промышленно развитых стран. Ожидается, что в ближайшие годы население Канады будет расти относительно медленными темпами и к 2000 г. достигнет прогнозируемого уровня — чуть ниже 29 млн. человек.

Население Канады распределено чрезвычайно неравномерно. В двух провинциях, Онтарио и Квебеке, проживает более 60% всего населения страны. Более того, климатические условия, историческое расселение и мощное притягательное влияние рынка США привели к тому, что население Канады сосредоточилось в узкой полосе на самом юге страны. Около 90% всего населения Канады живет в пределах 250 км от границы с США.

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЕВЕРОАМЕРИКАНСКОГО РЫНКА

Рынки США и Канады являются весьма емкими и динамично развивающимися, вызывающими повышенный интерес иностранных экспортеров. Интерес к этим рынкам связан прежде всего с таким фактором, как возможности получения свободно конвертируемой валюты за экспортируемые товары и услуги. Как США, так и Канада

имеют свои национальные рынки, несколько отличающиеся друг от друга по структуре импорта, ценообразованию, системам налогообложения и некоторым другим моментам. Однако особые отношения между этими странами, их географическая близость, экономические структуры позволяют со многих точек зрения рассматривать рынки этих стран как единый североамериканский рынок.

Одной из основных особенностей этих стран является их высокая степень зависимости от международной торговли, что обусловливает заинтересованность правительственных органов США и Канады в либерализации международной торговли и формировании эффективных институтов и инструментов ее регулирования.

По данным МВФ, в начале 90-х годов США занимали первое место среди стран с рыночной экономикой по такому показателю, как доля страны в общем мировом импорте (16,0%), а Канада — седьмое место (4,5%), хотя по численности населения и ВВП Канада значительно уступает многим другим промышленно развитым странам.

Открытость североамериканского рынка для импортных товаров можно проиллюстрировать также путем сопоставления его с другими крупнейшими промышленно развитыми странами по такому показателю, как импорт на душу населения. Среди семи крупнейших индустриальных государств Канада, например, занимает первое место по этому показателю, который достигал почти 5500 долл. Импорт на душу населения в Западной Германии приближается к уровню Канады; однако как Япония, так и США изначительно уступают ей по этому показателю. И хотя Соединенные Штаты Америки являются крупнейшим мировым импортером, их зависимость от импорта, исчисляемая по импорту на душу населения, в 2 раза ниже, чем у Канады. Объем импорта в расчете на душу населения в Японии составляет менее 40% от аналогичного показателя в Канаде.

Темпы роста импорта США и Канады зависят от множества факторов, особенно от общего состояния экономики этих стран. В частности, снижение деловой активности и спад производства, как правило, ведут к значительному сокращению темпов роста импорта. И наоборот, бурное развитие экономики (а именно такой период переживают США и Канада с конца 80-х годов) обычно приводит к увеличению закупок импортных товаров американскими и канадскими потребителями и бизнесом.

Основными торговыми партнерами США и Канады являются Япония, Германия, Франция, Великобритания. Незначительная доля импорта в процентах к его общему объему приходится на Гонконг, Корею, Китай, Мексику, страны Южной Америки. На долю российского импорта приходится около 0,5% валового импорта североамериканского континента.

К наиболее важным статьям российского экспорта на североамериканский рынок (по международной стандартной торговой классификации — МСТК) относят: нефть, цветные металлы, древесину, уголь, кокс, черные металлы и сталь, металлоносные породы, неорганические минералы, текстильное волокно, рыбу и ракообразные органические химикаты, целлюлозу и отходы, удобрения, шкуры кожу, мех, транспортное оборудование, пряжу, автомобили.

По данным российской статистики о состоянии внешней торговли, в 1993 г. экспорт из России в промышленно развитые страны увеличился в долларовом исчислении на 22%. Однако в значительной степени это было вызвано ростом цен, тем не менее, по данным таможенной статистики США и Канады, экспорт в эти страны, представленный многими видами товаров, увеличился по сравнению с концом 80-х годов более чем в 2 раза.

В последние годы в структуре российского экспорта на североамериканский рынок наблюдался прирост по таким товарным позициям как алмазы, платина, радий, ювелирные изделия, никель, рыба и ракообразные, химикаты, удобрения, каучук, жидкое топливо, лес, бумага и другие сырьевые товары.

ВОЗМОЖНОСТИ РАСШИРЕНИЯ РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТА НА СЕВЕРОАМЕРИКАНСКИЙ РЫНОК

Как считают американские и канадские эксперты, существуют еще весьма значительные возможности для расширения российского экспорта на рынки этих стран по таким товарным группам, как например цветные металлы, древесина, уголь и кокс, черные металлы и сталь, металлоносные породы, неорганические минералы, неметаллические минералы, текстильное волокно, рыба в ракообразные, органические химикаты, шкура, кожа, мех, пряжа, алмазы, платина, радий и ювелирные изделия, никель, спирт и алкогольные напитки, транспортное оборудование, ткани и одежда, обувь и продовольственные товары. Изучение и оценка этих потенциальных возможностей может заинтересовать производителей данных товаров в России. Помимо того, как показывает опыт, российские оптические товары и музыкальные инструменты (особенно фортепьяно) находят сбыт в США и Канаде. Отличаясь привлекательными ценами в сочетании с приемлемым качеством, они могут продаваться с еще большим успехом при наличии хорошо продуманной стратегии маркетинга, ориентированной на соответствующую группу покупателей. Канадские импортеры проявляют интерес к вертолетам и судам на подводных крыльях, производимым в России. Экспорт таких высокотехнологичных товаров потребует сосредоточить внимание на осуществлении программ обучения канадских специалистов работе с данной техникой, а также на создании соответствующей инфраструктуры по ее ремонту, с тем чтобы обеспечить послепродажное обслуживание. Перспективной стадией российского экспорта в Канаду являются также автомобили семейства "Жигули" с автоматической трансмиссией.

Следует подчеркнуть, что наиболее важной товарной позицией канадского импорта в группе сырьевых материалов является нефть (традиционным поставщиком которой на мировой рынок является Россия). В целом Канада имеет положительное сальдо в торговле энергетическими товарами (нефть, газ, гидроэлектроэнергия). Однако, учитывая большую территорий страны, для Канады дешевле экспортировать в США нефть, добываемую в равнинных районах, и в то же самое время закупать нефть за рубежом для обеспечения потребностей экономики Атлантического побережья и (в меньшей степени) потребностей провинции Квебек. Кроме нефти в группу сырьевых материалов, импортируемых Канадой, входят полуфабрикаты из овощей, масличные культуры, ручная пряжа, натуральный каучук и хлопок.

Что касается специфики экспорта в США, то здесь, как ожидают, экспортные возможности России могут увеличиться в первую очередь за счет импорта технологии ВПК и продукции конверсии, леса и лесоматериалов, тканей (особенно льняных), а также таких традиционных товаров российского экспорта, как икра, водка, ювелирные изделия, статуэтки из фарфора и дерева, деревянная мебель для дачных домиков, охотничьи ружья, наручные часы, игрушки, патенты и лицензии.

В качестве удачного примера освоения определенной ниши североамериканского рынка отдельным предприятием можно привести подписанный в конце 1994 г. договор между АО “Уралав-топрицеп” и американской компанией "Technology Resources International Inc " .

Предметом договора являются производимые на АО "Урал-автоприцеп" тяжеловозные полуприцепы грузоподъемностью 52 т ЧМЗАП-9990, технические параметры которых вызвали большую заинтересованность специалистов различных ведомств в США, в том числе и Пентагона.

Особый интерес именно к данному полуприцепу вызван хорошими эксплуатационными характеристиками его ходовой части. Трехосная механическая подвеска с упругими резиновыми элементами, с продольной и поперечной балансировкой позволяет полуприцепу плавно двигаться с высокой скоростью и "держать дорогу" при преодолении препятствий до 300 мм и делает его высоко-проходимым. Надежность полуприцепа и возможность его успешной эксплуатации в плохих дорожных условиях обеспечивается конструктивной защитой подвески от попадания грязи. Все основные решения, касающиеся ходовой части, заезда техники на платформу полуприцепа, а также сигнализации о повреждении шин, запатентованы в РФ.

В соответствии с контрактом американская фирма будет представлять продукцию АО "Уралавтоприцеп" на рынке США и Канады, особенно в лесной и военной промышленности, а также предоставит информацию по техническим параметрам тягачей США. Кроме этого, американская сторона берет на себя решение вопросов продажи опытных образцов полуприцепов ЧМЗАП-9990 и лицензии на технологию изготовления ходовой части на основе четырех патентов АО "Уралавтоприцеп". По условиям контракта американская сторона будет получать 10% комиссионных с суммы продаж прицепной техники. В свою очередь, завод подготовит рекламные видеоролики и представит другую дополнительную информацию по выпускаемой продукции для рекламы в США.

Подписанный договор можно назвать одним из первых примеров конкретных поставок российской техники американским военным ведомствам. Для производства продукции для сбыта североамериканском рынке заводу, безусловно, придется приложить значительные усилия и провести ряд мероприятий по модернизации оборудования и доведению качества серийного производства прицепов до стандартов, принятых в США и Канаде, а также четко представлять себе законодательство, правила и нормы этих стран, регулирующие деловые и гражданские правоотношения частности, например, в области рекламы, гарантийных обязательств института доверительной собственности и т. д.).

Анализируя потенциальные возможности североамериканского рынка, которые могут представить интерес для российских экспортеров, следует, видимо, иметь в виду наметившиеся социальные и демографические сдвиги в структуре населения США Канады.

Согласно прогнозам, к 2000 г. примерно 30% американского канадского населения будет старше 50 лет. К тому времени данная возрастная группа превысит по численности возрастную группу лиц моложе 20 лет. Все большее число американцев и канадцев будет старше 65 лет — традиционного возраста выхода на пенсию. Однако действительное число пенсионеров будет возрастать так: в связи с тем, что все более популярным становится ранний выход на пенсию (в возрасте от 55 до 64 лет).

Североамериканские потребители из старших возрастных групп во многом не соответствуют нашему стереотипу "пожилого гражданина" — ни по образу жизни, ни по тому, как они тратят деньги. Хотя в среднем доходы пожилых людей ниже, чем доход более молодых граждан, они за последние десятилетия росли более высокими темпами. В значительной степени это явилось результатом улучшения пенсионных программ, как государственных, так и частных.

Относительно высокая покупательная способность пожилых людей отчасти обусловливается широко распространенным домовладением. Около 80% семей, главы которых старше 65 лет имеют свой собственный дом.

На пожилых американцев и канадцев приходится значительная доля быстрорастущего, привлекательного и весьма специфического рынка. Эта важная демографическая часть рынка способствует росту спроса, а следовательно, и деловых возможностей экспортеров в таких разных областях, как туризм, обустройство быта, продажа товаров медицинского назначения и дорогих игрушек и товаров для малышей, которые пожилые люди приобретают для своих внуков. Данная тенденция будет продолжать набирать силу в ближайшие десятилетия, так как пенсионного возраста станут достигать те, кого относят к представителям "бума рождаемости" (т. е. к тем, кто родился в конце 40-х и 50-х годах).

Покупатели, как считают, будут отдавать предпочтение товарам, отличающимся удобством пользования. Наибольшим спросом будут пользоваться изделия и продукты, обеспечивающие экономию времени и труда. На эту тенденцию могут повлиять и некоторые новые факторы рыночной конъюнктуры. Так, например растущая озабоченность состоянием окружающей среды уже заставляет многих американцев и канадцев пересмотреть свои взгляды на то, что они понимают под удобством пользования товарами, и постепенно складывается новый рынок для товаров, отвечающих требованиям охраны окружающей среды.

На североамериканском рынке отмечается усиливающаяся тенденция к дифференциации и "сегментации" в связи с тем, что покупатели проявляют все большую избирательность при приобретении товаров и услуг. Эта тенденция создает благоприятные возможности для торговли специализированными товарами, рассчитанными на удовлетворение потребностей относительно не больших групп населения или даже отдельных покупателей. Технический прогресс позволит еще больше снизить стоимость: специализации и ориентации на особый спрос, что приведет увеличению числа потенциальных покупателей определенных видов товаров.

Покупатели становятся все более требовательными. Достижения современной науки и техники все шире внедряются в бытовые приборы и товары, используемые для отдыха и развлечений. Налицо также стремление покупать больше "предметов роскоши”, включая товары домашнего обихода, дорогие игрушки и экзотические продукты питания. В целом поставщики имеют возможность убедиться в том, что качественные товары легко находят сбыт на рынке, поскольку потребители ищут более долговечные и надежные товары. Спрос на изделия и продукты низкого качества повсеместно снижается, что надо в первую очередь иметь в вид российским экспортерам.

Рассматривая перспективные экспортные возможности российских предпринимателей на североамериканском рынке, следует отметить, что, несмотря на то что ввоз в США и Канаду большинства товаров может быть осуществлен без каких-либо специальных разрешений, импорт ряда товаров, включенных в специальный список, ограничивается. Список товаров, импорт которых контролируется, составляется федеральными властями и правительства ми США и Канады. Если какой-либо товар включен в данный список, импортер этого товара должен обратиться в соответствующее ведомство с просьбой предоставить ему разрешение на импорт.

Список товаров, импорт которых контролируется, содержит различные сельскохозяйственные продукты (птица и молочные продукты), многие виды тканей и одежды. Импорт ряда товаров не включенных в этот список, также возможен только при получении специального разрешения. Разрешение на импорт таких товаров выдается федеральными министерствами, например Министерством сельского хозяйства. Министерством здравоохранения и другими ведомствами.

В частности, к товарам, представляющим интерес для российских экспортеров, импорт которых контролируется федеральными властями США и Канады, относят: вооружение и оружие мелкого и крупного калибра; масло, сыр и другие молочные продукты; углеродистую сталь и специализированные стальные изделия; одежду; лекарственные препараты; яйца и некоторые продукты птицеводства; животные и растения, находящиеся под угрозой исчезновения; сахар; ткани (отдельные виды); алкогольные налитки.

Что касается экспорта драгоценных металлов и изделий из них, то требуется, чтобы все ювелирные изделия, изготовленные полностью или частично из золота, серебра, платины или палладия, имели маркировку, указывающую вид использованного драгоценного металла и способ его применения при производстве данного товара. Маркировка должна также содержать информацию о пробе драгоценного металла, соответствующей американским стандартам (например, 14 или 24 карата и т. д.).

Соглашение о свободной торговле между США и Канадой

Следует подчеркнуть, что немаловажное значение для российских коммерческих структур, осуществляющих экспорт товаров в Канаду или США, имеют потенциальные возможности проникновения на североамериканский рынок, предоставляемые партнерами. Дело в том, что еще в октябре 1987 г. Канада и Соединенные Штаты Америки подписали Соглашение о свободной торговле (ССТ), которое вступило в действие 1 января 1989 г. В соответствии с Соглашением обе страны обязались отменить пошлины во взаимной торговле на импорт всех оговоренных в Соглашении товаров к концу 1998 г.

Некоторые пошлины при взаимной торговле были отменены еще в 1989 г., а остальные будут ликвидированы в течение последующих 5—10 лет путем равномерного ежегодного сокращения. Кроме того, Соглашение предусматривает либерализацию в области инвестиций, содействие развитию торговли услугами, гармонизацию технических стандартов и торгового законодательства, касающегося двусторонних экономических отношений между Канадой и США.

Соглашение о свободной торговле между США и Канадой имеет два важных следствия для канадских и американских торговых партнеров, в том числе и из России.

Во-первых, постепенная ликвидация таможенных пошлин в торговле Канады с США и их сохранение применительно к торговле с другими странами создаст более благоприятные условия. Для деятельности американских и канадских экспортеров на североамериканском рынке. В результате этого экспортеры аналогичных товаров из других стран столкнутся с возросшим уровнем конкуренции на этом рынке. Можно ожидать, что импорт ряда товаров из третьих стран будет заменен взаимным товарообменом США и Канады.

Второе важное следствие Соглашения о свободной торговле связано с содержащимися в нем "правилами происхождения товара". В этих правилах оговаривается степень преобразования, которому должны подвергнуться в Канаде или США товары, происходящие из третьих стран, с тем, чтобы на них можно было распространить предусмотренные Соглашением пониженные тарифа ставки.

Товары, ввезенные из третьих стран в Канаду, не подлежат беспошлинному экспорту на американский рынок. Аналогичным образом товары, ввезенные в США, не могут быть беспошлинно экспортированы в Канаду. Однако многие продукты, пересекающие канадско-американскую границу, частично изготовляются в третьих странах. Поэтому Соглашение о свободной торговле содержит ряд сложных критериев, предназначенных для определения той доли участия третьих стран в производстве товаров, которая все же позволяет распространить на них преференциальные, в дальнейшем беспошлинный торговый режим, действующий в отношении США и Канады. Сложность критериев не позволяет дать здесь их подробное описание. В целом же эти критерии можно суммировать следующим образом: действие преференциального режима ССТ может быть распространено на какие-либо товары, первых, если они полностью произведены в Канаде или США; вторых, если их тарифная классификация претерпела изменения результате действий, подробно описанных в приложении к ССТ; и третьих, если при отсутствии изменений в тарифной классификации 50% стоимости этих продуктов составляет стоимость, добавленная на территории Канады или США.

Во всех случаях, когда товар удовлетворяет этим критериям его канадское или американское происхождение признается в соответствии с положениями Соглашения о свободной торговле, его дальнейшая обработка на территории третьих стран не допускается. Следует отметить, что товары, которые были вывезены одну из стран — участниц ССТ из зоны свободной торговли, paсположенной на территории, третьей страны, а затем экспортированы в другую страну — участницу данного Соглашения, будут рассматриваться как товары, произведенные в третьей стране. Это в частности, означает, что, например, на автомобили, собранные России из комплектующих частей, произведенных в США и каких-либо других странах, преференциальный режим ССТ из зоны свободной торговли распространяется, независимо от доли российского участия производстве данного товара.

Законодательные акты, посредством которых положения ССТ реализуются на практике, содержат требование, в соответствии которым экспортер должен письменно задекларировать происхождение экспортируемого товара путем представления соответствующего свидетельства о происхождении. В том случае, если экспортер представит неточные или ложные сведения о происхождении товара, его товары будут исключены из сферы действия преференциальных тарифных ставок. В целом российским экспортерам следует исходить из того, что им удастся ввозить в США из Канады (или, наоборот, из США в Канаду) беспошлинно только те товары, которые подвергались обработке или преобразованию на территории Канады или США и в результате этого в соответствии с критериями, содержащимися в ССТ, за ними может быть признано канадское или американское происхождение.

Расширение экспортных возможностей на североамериканском рынке во многом связано с конечным потреблением продукции и услуг. В США и Канаде, например, большая часть общих расходов приходится на личное потребление семей.

Однако в экономике Канады, в отличие от ряда других промышленно развитых стран, хозяйственная активность определяется не только потребительским спросом, но и капиталовложениями предприятий, государственными расходами и международной торговлей.

В этом отношении Канада особенно резко отличается от Соединенных Штатов. Расходы частных лиц и семей на товары и услуги составляют чуть меньше 56% от всего объема затрат в Канаде, т. е. почти на 10% меньше, чем в США. С другой стороны, расходы частных лиц в Канаде сопоставимы с уровнем, достигнутым в Японии и Германии. В течение всех 80-х годов затраты на личное потребление в семи крупнейших промышленно развитых странах с рыночной экономикой составляли в среднем 60% конечного спроса (расходов конечных потребителей).

Суммарные вложения предприятий в основной капитал (главный компонент валового прироста основного капитала) составляли 20% затрат канадского конечного спроса (в реальном выражении), а в США — 17%. Быстрый рост отмечался также и в жилищном строительстве — отчасти в связи с ускорением темпов образования новых семей.

Высокий уровень инвестиций поддерживается за счет значительных внутренних сбережений. В 1991 г. личные сбережения в Канаде достигли 11% чистого дохода по сравнению с 4% в США. Однако наметилась тенденция к снижению традиционно высоких личных сбережений, так как потребители стали тратить больше денег и значительно увеличили свою задолженность.

Российские экспортеры должны быть весьма заинтересованы тем фактом, что расходы на импорт занимают большую и постоянно Растущую часть общих расходов в американской и канадской экономике. На импорт товаров и услуг приходится 20—25% всех расходов в Северной Америке. Среди крупнейших промышленно развитых стран только ФРГ и Великобритания тратят сравнимую часть своего национального дохода на импорт.

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РАЙОНЫ СЕВЕРОАМЕРИКАНСКОГО РЕГИОНА

# Экономические регионы и потенциальный рынок США

Условно исторически сложилось деление собственно территории США, граничащей на севере с Канадой, а на юге с Мексикой на три экономических региона: Северный, Южный и Западный.

Несмотря на экономические и этнические различия, все регионы США представляют собой рынок, на котором предлагается все разнообразие товаров по ассортименту и покупатели предъявляют к любым товарам очень высокие требования. Разветвленная эффективная сеть автомобильных и железных дорог, морское судоходство, а также воздушные сообщения обеспечивают в любое время года быструю доставку товаров в любой населенный пункт США по требованию покупателей. Поэтому только конкурентоспособное не столько по цене, сколько по качеству предложение промышленных и потребительских товаров может обеспечить успех на американском рынке.

***А). Северный регион***. Это наиболее экономически развитый из всех трех регионов. Он, по статистическим публикациям "бюро цензов" США, охватывает штаты Новой Англии, Средне Атлантические штаты, Северо-Восточный центр и Северо-Западный центр —всего 21 штат. Северный регион занимает около 25% территории страны, на него приходится примерно половины населения и более 60% промышленной продукции. В этом регионе сосредоточено основное производство черной металлургии (80%) промышленного оборудования, автомобилей, ЭВМ, и в то же время он дает около половины товарной продукции США (пшеница, кукуруза, соя, мясо-молочная продукция).

Разрастание крупных городских агломераций в прибрежной части Атлантического океана привело к формированию огромной урбанизированной зоны от границы с Канадой до Вашингтона. Особенно важную роль играет эта зона для осуществления внешнеэкономических связей: через ее порты (Нью-Йорк, Балтимор, Бостон, Филадельфия) в США поступает примерно 60% всего импорта.

***Б).* *Южный регион***. Этот регион занимает 25% территории, здесь проживает примерно треть населения страны. Он дает почти 60% горнодобывающей продукции (нефть, природный газ, каменный уголь, фосфаты). В регионе сосредоточены самолето- и ракетостроение, производство электронной техники, нефтепереработка и нефтехимия. Важное место в экономике региона занимают сельское хозяйство (производство хлопка, табака, риса, арахиса) связанные с ним отрасли перерабатывающей промышленности текстильная и табачная.

По американскому "бюро цензов" к Южному региону относят: Южно-Атлантические штаты, Юго-Восточный центр и Юго-Западный центр (всего 17 штатов). Через порты Южного региона во Флориде и Мексиканском заливе поступает около 10% импорта США.

***В). Западный регион***. Этот регион занимает около трети территории и здесь проживает примерно 20% ее населения. Наиболее заселена южная часть региона — Калифорния, где сосредоточено основное промышленное производство: самолето- и ракетостроение, а также электрооборудование для них. Большое значение для региона имеет горнодобывающая промышленность (цветные металлы, нефть, газ, фосфаты) и цветная металлургия.

Северная часть региона — основная база атомной промышленности и выплавки алюминия. В области сельского хозяйства преобладает производство различных фруктов и овощей (главным образом в Калифорнии), виноделие, а также пищевая и консервная промышленность.

На Тихоокеанском побережье региона расположены два крупнейших морских порта — Сан-Франциско и Лос-Анджелес (включая соседний порт Лонг-Бич). Через них поступает около 30% всей импортной продукции США. К Западному региону относят горные штаты и Тихоокеанское побережье (всего 12 штатов).

***Г). Аляска.*** Наиболее близкий сосед Российской Федерации, отделенный от Чукотки Беринговым проливом. Штат охватывает 16% территории, и здесь проживает менее 1% населения страны. Основная часть Аляски почти не заселена, и главная масса населения сосредоточена на Тихоокеанском побережье. Основа хозяйства — лесозаготовки, переработка леса. Незначительна доля добычи золота и меди, охоты и рыболовства. Основные потребительские товары привозные. Внешние связи Аляски обслуживаются морским флотом. С основной территорией США Аляска связана также шоссейной дорогой, железнодорожным и воздушным транспортом. По статистическому цензу США Аляска относится к Западному региону.

***Д). Гавайские острова.*** Общая площадь островов 16,4 тыс. кв. км (0,2% территории США), численность населения около 1,2 млн. человек. Острова расположены в центральной части Тихого океана, примерно на расстоянии 4 тыс. км от Западного побережья страны, хотя по статистическому цензу они относятся к Западному региону. Это важный узел судоходных и воздушных путей и важная морская база США (Перл-Харбор). В основном все потребительские и промышленные товары завозятся на острова с материка.

## Обзор рынков крупнейших городов США

За годы после второй мировой войны в США имел место интенсивный процесс урбанизации. В 1992 г. около 77% американцев проживало в населенных пунктах городского типа с числом жителей свыше 2,5 тыс. человек. Одной из специфических особенностей при этом является преобладание городского населения, проживающего в малых городах (до 60%), и концентрация остальной массы городского населения в крупных городских агломерациях.

Эта структурная особенность распределения населения находит отражение в уровне доходов, культуре, социальных ценностях и потребительских факторах.

Годовой доход в среднем на душу населения в США составляет 25 тыс. долл., а среднегодовой доход семьи — 55 тыс. долл. Однако уровень доходов американцев весьма различается по регионам: наиболее высокие доходы имеют жители Сан-Франциско и Нью-Йорка затем идут Бостон, Балтимор, Лос-Анджелес и другие крупные города. Жители малых городов, как считают, имеют среднегодовой доход примерно на 25—30% ниже среднегодового дохода по сравнению с населением городов-миллионеров. Неравномерное распределение денежных доходов отражается на структуре потребительских расходов. По данным американской статистики, в среднем американские семьи из своих личных доходов тратят на жилье (арендная плата, выплата кредита, коммунальные услуги) 23%; на обустройство жилищ (предметы длительного пользования — мебель, холодильники, кондиционеры и т. п.) 10%; на транспорт 14% (в том числе на покупку новых автомобилей — 5%, эксплуатацию собственных автомобилей 7%, транспорт общего пользования — 2%); на одежду, o6yвь ювелирные изделия 9%; продукты питания, напитки, табачные изделия 22%; медицинские услуги 8%, на отдых и развлечения 6%; прочие расходы составляют 7%.

Следует вместе с тем иметь в виду, что такая структура потребительских расходов может изменяться в зависимости от места жительства (город или сельская местность), профессиональной занятости, возраста, национальной принадлежности и других социальных факторов. В крупных городах, например, на жилье, погашение потребительского кредита, транспорт приходится до половины личных доходов американских семей.

В небольших городах и сельской местности значительно увеличивается доля расходов на ведение собственного бизнеса и приобретение недвижимости.

Приведенная выше структура потребительских расходов американских семей статистически весьма стабильна в последние 10 лет, хотя в абсолютных суммах эти расходы значительно возрос в связи с увеличением доходов населения и инфляцией. Видимо, в ближайшей перспективе каких-либо существенных изменений структуре потребительских расходов не произойдет, хотя и возможно их некоторое перераспределение по таким статьям, как жилье, транспорт и обустройство жилищ. Как считают, это связано, в частности, с тем, что, с одной стороны, относительно растет число семей, а с другой — повышается количество разводов. Эта тенденция приводит к увеличению самостоятельно живущих мужчин и женщин и родителей-одиночек с детьми.

Рост числа семей вызывает увеличение затрат на самые разные товары длительного пользования — от автомобилей и домов до мебели, бытовых приборов, домашней электроники и материалов для отделки жилищ. Благоприятная конъюнктура рынка, создавшаяся за счет формирования новых домашних хозяйств, стремление жить в отдельных домах и предпочтение, отдаваемое благоустроенным домам, приведут к повышению объема работ по строительству, обновлению и ремонту жилищ. В последние годы, после того как обеспеченные в материальном отношении семьи решили завести детей, значительно увеличились затраты на детскую мебель, одежду, игрушки и различные принадлежности детского обихода, причем зачастую речь идет о специализированных и весьма дорогих товарах.

Свои социально-экономические, демографические и этнографические особенности имеет население крупнейших городов США, что, естественно, отражается и на их рынках товаров и услуг.

***А). Нью-Йорк*** — один из крупнейших по численности населения городов мира: городская агломерация Нью-Йорка насчитывает примерно 16 млн. человек.

Нью-Йорк — главный морской порт страны, через который поступают такие товары, как нефть, сырье, промышленные изделия, различные виды сельхозпродукции. В городе находятся правления большинства американских банков, страховых компаний, промышленных корпораций, фондовая и товарные биржи.

В городской агломерации расположены многочисленные, в основном мелкие и средние предприятия ювелирной промышленности, по обработке мехов и кожи, производству галантерейных изделий, пищевой и швейной промышленности. Помимо того, имеются предприятия электротехнической, радиоэлектронной, судостроительной, оптико-механической, химической и нефтеперерабатывающей промышленности. Однако основная доля населения занята в сфере услуг (около 70% занятости). Причем это самая высокооплачиваемая профессиональная группа — "белые воротнички", среднегодовой доход которых превышает 40 тыс. долл. Высокие доходы основной группы населения несколько изменяют структуру средних потребительских расходов: растет доля расходов на жилье, коммунальные услуги, транспорт, развлечения, одежду и ювелирные украшения за счет снижения доли расходов на другие статьи потребительского бюджета.

Стареющие состоятельные жители Нью-Йорка предпочитают жить в пригородах в собственных домах с небольшими приусадебными участками. Эта тенденция способствует росту спроса на мебель и различные деревянные изделия по обустройству быта. Центральная часть Нью-Йорка (Манхэттен) и его районы — Бруклин, Квинс, Бронкс заселяются менее состоятельными слоями населения, а также различными этническими группами, формируемыми по национальному признаку (негры, немцы, выходцы из бывшего СССР, евреи, поляки и т. д.).

Нью-Йорк — крупнейший центр оптовой торговли, располагающий также обширной сетью различных магазинов. Здесь находятся крупные оптовые склады, через которые ведется торговля зерном, сахаром, цветными и черными металлами и многими другими видами товаров, поступающих в страну через Нью-Иорский порт.

Что касается системы розничной торговли, то она дифференцируется от универсальных и специализированных магазинов с высокими ценами для богатых и состоятельных покупателей, которые расположены в основном на Пятой авеню, до магазинов стандартных и умеренных цен на Бродвее и небольших магазинов, торгующих различными видами товаров, а также торговли с рук типа наших вещевых рынков.

***Б). Чикаго*** — второй по численности населения и экономическому значению город США. Чикагская городская агломерация насчитывает около 9 млн. жителей. В городе и его пригородах расположены многочисленные предприятия по производству разнообразного строительно-дорожного оборудования, средств связи, транспортного машиностроения, радиоэлектроники, химической, нефтеперерабатывающей и металлургической промышленности. Особое место занимают пищевая и легкая промышленность — мясоконсервная, мукомольная, швейная, мебельная. В городе функционируют фондовая и товарная биржи. Наиболее развита оптовая торговля пшеницей, кукурузой, скотом. В Чикаго расположено много различных банков, страховых обществ, контор различных компаний-импортеров. Исходя из географического расположения города и наличия удобных транспортных связей его с основными промышленными центрами Канады важнейшими внешнеэкономическими партнерами чикагских промышленных предприятий являются соответствующие их интересам канадские фирмы.

Чикаго— город контрастов. Экономически активное население, занятое в банковско-финансовой сфере, страховании, экспортно-импортных операциях, рекламе и услугах, имеет среднегодовой доход, превышающий на 15—20% аналогичный показатель в среднем по стране. Однако, с другой стороны, имеются группы населения с доходами ниже соответствующих данных по другим городам. Это относится к первую очередь к цветному населению, доля которого составляет примерно 35%. Вместе с тем Чикаго, как крупнейший промышленный и торговый центр северо-запада США, может представить значительный интерес для российских экспортеров швейных изделий, тканей, ювелирных изделий и полуфабрикатов, лицензий и цветных металлов.

***В). Сан-Франциско*** — крупнейший на западном побережье США морской порт, важный транспортный, торговый, промышленный и финансовый центр Западного региона. Население города с eгo пригородными районами превышает 4 млн. человек, причем онo увеличилось по сравнению с 50-ми годами примерно вдвое. В городе и его пригородах развиты машиностроение и металлообработка (судостроение, приборостроение, производство радиоэлектроники), имеется пищевая, полиграфическая, швейная промышленность, нефтепереработка и металлургия.

В городе расположены крупные банки, в том числе Банк Америки, правления и конторы крупнейших промышленных торговых и финансовых компаний страны. В промышленности и торговле занято примерно две трети населения. В результате значительного притока населения в городе и его пригородах постоянно растут цены на жилье и недвижимость. Следует отметить, что большинство товаров, экспортируемых на американский рынок морскими судами из стран Азии, в том числе российскими дальне- восточными поставщиками, поступает через Сан-Франциско.

Учитывая, что жители Сан-Франциско имеют самый высокий по США среднегодовой доход (превышающий доход жителей малых городов на 35—40%), этот район может представить интерес для российских экспортеров различных дорогостоящих традиционных изделий отечественной промышленности.

***Г). Лос-Анджелес*** — второй по объемам грузооборота порт на Тихоокеанском побережье США. Население (с пригородами) составляет около 8 млн. человек. В городе и его пригородах расположены предприятия машиностроения и металлообработки, ракето- и самолетостроения, радиоэлектроники, приборостроения и других отраслей, связанных главным образом с военной промышленностью. Помимо того имеются такие традиционные для крупных городов США отрасли промышленности, как пищевая, швейная, ювелирная, мебельная, консервная и винодельческая. Лос-Анджелес — центр кинопромышленности США. В структуре занятости преобладают занятые в сфере торговли и услуг — до 40%, в промышленности — 30%, на транспорте и в коммунальном хозяйстве — 10%, в финансово-банковской сфере — 6%, на государственной службе — 14%. Умеренный климат, прекрасные возможности для отдыха, высокие доходы в различных сферах занятости привлекают в Лос-Анджелес переселенцев из других районов страны. В последние годы в городе поселилось большое количество эмигрантов из стран Южной Африки, Юго-Восточной Азии, бывших республик СССР, изменив его социальную инфраструктуру и в значительной степени способствуя высокой дифференциации в доходах населения. Как обширный центр оптовой и розничной торговли, Лос-Анджелес представляет значительный интерес для российских экспортеров различных товаров, могущих иметь спрос со стороны предприятий многоотраслевой экономики региона, а также отвечающих вкусам и потребностям различных национальных и этнических групп его населения.

***Д). Детройт*** — город, расположенный на границе с Канадой, причем часть города (на левом берегу реки Детройт) относится к канадской провинции Онтарио. Население города около 5 млн. человек (в том числе почти половина — цветное население). Детройт — главный центр автомобильной промышленности США. В городе и его пригородах расположены крупнейшие заводы, научно-исследовательские и конструкторские центры автомобильных концернов "Дженерал Моторс", "Форд" и "Крайслер". С автомобильной промышленностью связаны все основные предприятия города: металлургия, металлообработка, производство пластмасс, лакокрасок, стекла, электроники. На предприятиях автомобильной промышленности помимо автомобилей производится различная военная техника, а также потребительские товары длительного пользования . По сравнению с другими крупнейшими городами США средний годовой доход здесь несколько ниже, что отражается на потребительской корзине, уровне спроса на дорогостоящие изделия, жилье и недвижимость.

***Е). Бостон*** — один из крупнейших городов на Восточном побережье США с населением свыше 3 млн. человек (с учетом пригородов), морской порт (важнейший продукт импорта — нефть). В городе и его пригородах преобладают разнообразное машиностроение, радиоэлектроника, приборостроение, производство авиадвигателей, частей к самолетам и ракетам, станкостроение, легкая, текстильная и пищевая промышленность. (В промышленности занято около 25% населения, в сфере услуг — около 50%.)

В Бостоне расположены крупные банки, страховые общества, правления многих промышленных, торговых и внешнеторговых компаний, где занята значительная часть населения. Бостон — один из наиболее дорогих городов США со среднегодовыми доходами, значительно превышающими соответствующий показатель в целом по стране. Следует подчеркнуть, что этот город отличается сравнительно низкой долей цветного населения — около 18%.

***Ж). Новый Орлеан*** — крупнейший порт США в Мексиканском заливе. Наиболее развиты нефтепереработка, химическая промышленность, производство алюминия, а также пищевая и текстильная промышленность, судостроение и судоремонт, производство вооружения. Население города и его пригородов достигает 1,2 млн. человек. Значительную часть населения составляют негры, выходцы из стран Центральной Америки и Мексики (около 60%). Среднегодовой доход жителей городской агломерации примерно на 20% ниже соответствующих доходов крупнейших городов Восточного побережья США.

К другим крупным городам — промышленным, экономическим и культурным центрам с населением свыше 1 млн. жителей относят Филадельфию, Балтимор, Вашингтон, Даллас, Канзас-Сити, Кливленд, Мемфис, Милуоки, Питсбург, Сан-Антонио, Сан-Диего, Сант-Луис. Они различаются по структуре производства, экономическому и социальному укладу, культуре и этническому составу населения, а также по уровню доходов населения с колебаниями в пределах 20—25% в ту или другую сторону от соответствующих данных в целом по стране. Эти колебания главным образом отражаются на стоимости недвижимости, на аренде жилья и служебных помещений. Что касается рынка потребительских товаров, то каких-либо существенных различий в крупных городах не наблюдается.

Экономические регионы Канады

Экономические, социальные, демографические и этнические характеристики провинций и территорий Канады существенно различаются между собой. Поэтому наиболее целесообразно рассматривать экономические районы Канады как цепочку региональных экономических агломераций и рынков, каждый из которых отличается своими размерами, возможностями и характерными чертами.

Провинции, в которых сосредоточено более 60% всего населения Канады — это Онтарио (около 10 млн. человек) и Квебек (7 млн. человек), которые образуют центральную промышленную зону страны. Обе провинции отличаются высокой степенью урбанизации, относительно высокими доходами и уровнем занятости населения.

Здесь расположены основные предприятия транспортного и общего машиностроения, черной и цветной металлургии, электротехники, химической промышленности, текстильной и кожевнно-обувной отрасли. В этих провинциях расположено более 70% мощностей обрабатывающей промышленности.

На них приходится более 62% всей розничной торговли — весьма важное обстоятельство для потенциальных экспортеров в Канаду.

Самым богатым и наиболее плотно населенным районом Канады является высокоиндустриализированная южная часть Онтарио. Именно здесь расположено большинство предприятий обрабатывающей промышленности, а также наиболее состоятельные потребители товаров и услуг.

На провинции Атлантического побережья с 2,5 млн. жителей (Нью-Брансуик, Новая Шотландия, Остров Принца Эдуарда и Ньюфаундленд) приходится 9% населения Канады и около 8% объема канадской розничной торговли. Экономика Атлантического побережья Канады, развивающаяся на основе рыболовства и сельского хозяйства, продолжает сохранять свой аграрный характер. По таким показателям, как доход на душу населения, средняя заработная плата и объем розничной торговли. Атлантическая Канада значительно отстает от остальных регионов страны.

В трех степных провинциях (Альберта, Саскачеван и Манито-ба) проживает 4,5 млн. человек, или приблизительно 17% канадского населения. Исторически они сформировались как сельскохозяйственный регион, где наибольшее значение приобрело выращивание пшеницы. Открытие полезных ископаемых (в частности, нефти в провинции Альберта) частично изменило структуру экономики региона, способствуя быстрой урбанизации и росту населения в 70-х и начале 80-х годов. В настоящее время на регион приходится примерно 16% объема канадской розничной торговли.

Население Альберты (2,5 млн. человек) превышает число жителей двух остальных степных провинций (Саскачеван и Манито-ба), вместе взятых. Экономика Альберты значительно возросла к середине 80-х годов, когда Калгари стал ведущим деловым и финансовым центром в западной части Канады. Он также является центром нефтедобывающей промышленности страны.

Британская Колумбия занимает третье место в стране по численности населения. В ней проживает 3,5 млн. человек, что составляет примерно 12% общего числа жителей. На Британскую Колумбию приходится 12,5% годового объема розничной торговли Канады. В этой провинции развивается многоотраслевая экономика, однако до сих пор отмечается традиционная зависимость от лесной промышленности.

Следует отметить, что, несмотря на весьма умеренный темп прироста населения в целом по стране, в Канаде наблюдается интенсивный рост городского населения, особенно в крупных промышленных агломерациях. Например, в 1951 г. жители крупнейших городов Канады составляли 46% всего населения

страны. К 1992 г. на них приходилось около 65%. В Торонто, Монреале и Ванкувере — трех крупнейших городах страны проживает свыше 30% всего населения Канады. В связи с этим для российских экспортеров могут представлять интерес рынки не только в целом страны, но и ее отдельных городов.

Обзор рынков крупнейших городов Канады

***А). Торонто*** с населением почти в 4 млн. человек является крупнейшим городом в Канаде, а также выполняет функции столицы самой населенной провинции Канады — Онтарио. Торонто — это самый дорогой город в стране для жизни и бизнеса. В 80-х годах город быстро рос: с 1981 г. по 1990 г. его население увеличилось более чем на 16%. За этот же период укрепились позиции Торонто как финансового и промышленного центра страны. В районе Торонто расположены штаб-квартиры свыше половины из 150 крупнейших компаний Канады.

Здесь же находятся головные конторы основных банков и других финансовых учреждений. В Торонто функционирует множество компаний-импортеров, а также закупочные отделы многих ведущих канадских компаний, занимающихся розничной торговлей. Торонто отличается также все возрастающей этнической пестротой населения. В этом городе поселяются сотни тысяч недавних эмигрантов из Восточной Европы, Латинской Америки и ряда азиатских стран.

***Б). Монреаль*** — второй по величине город Канады (3 млн. жителей). Это крупнейший в мире преимущественно франкоязычный город за пределами Европы. (Английский язык также широко распространен в Монреале, особенно в среде деловых людей.) Хотя провинция Квебек уступает по степени процветания Онтарио, Британской Колумбии или Альберте, Монреаль — весьма богатый город, и его жители известны своими высокими требованиями к качеству товаров. Личный доход и розничные продажи на душу населения выше средних показателей по стране в целом. Монреаль остается важным национальным деловым центром, особенно в таких областях, как индустрия мод, машиностроение, аэрокосмические отрасли и финансы. В городе располагаются штаб-квартиры значительного числа крупных корпораций. Быстрорастущее франкоязычное деловое сообщество Квебека стремится сделать Монреаль динамичным центром бизнеса с широко открытыми возможностями для партнеров из других стран мира. Монреаль —это еще и важный порт, а также место резиденции многих импортеров. Зарубежные экспортеры, заинтересованные в рынке провинции Квебек, должны в первую очередь сконцентрировать свои усилия на Монреале.

***В). Ванкувер***. Это портовый город на Западном побережье, представляющий собой быстрорастущий деловой центр с населением 1,5 млн. человек. Являясь крупнейшим городом Западной Канады, Ванкувер служит воротами в динамично развивающийся Азиатско-Тихоокеанский регион. Большое количество эмигрантов из Гонконга, Вьетнама и других азиатских стран поселились в последние годы в районе Ванкувера, изменив его этническую и культурную инфраструктуру и укрепив его деловые связи с Азиатско-Тихоокеанском регионом. Десятки тысяч канадцев из других регионов страны также переселились за последнее десятилетие в район Ванкувера, куда их привлекли умеренный климат и прекрасные рекреационные возможности. В результате значительного притока населения здесь значительно возросли цены на жилье и недвижимость. Лесная и добывающая промышленность по-прежнему составляют основу хозяйственной деятельности, однако за последнее десятилетие широкое развитие получили обрабатывающие отрасли и сфера услуг. Местная экономика начала приобретать многоотраслевой характер. Большинство товаров, экспортируемых на канадский рынок азиатскими поставщиками, поступает через Ванкувер. Некоторые товары, поставляемые из тихоокеанских стран на американский рынок, также ввозятся через Ванкувер. В Ванкувере расположены штаб-квартиры ряда важных компаний-импортеров.

***Г). Калгари*** — второй по значимости деловой центр Западной Канады. По численности населения он уступает Эдмонтону, столице провинции Альберта. Однако по сравнению с ним Калгари в своем экономическом развитии в большей степени зависит от деловой активности, нежели от правительственных и государственных учреждений. Этот город разместил на своей территории большинство компаний по добыче нефти и газа. Здесь получили развитие многие виды передовых технологий и услуг, связанных с нефтью и газом. Калгари — это весьма преуспевающий рынок. Личные и семейные доходы примерно на 15% превышают аналогичный показатель в среднем по стране.

***Д). Галифакс***, расположенный на Восточном побережье, — это крупнейший город Атлантической Канады с населением более 300 тыс. человек. Это важный портовый город, который одновременно является столицей провинции Новая Шотландия. Хотя в целом район Атлантической Канады менее богат, чем другие части страны, семейные доходы в Галифаксе находятся примерно на том уже уровне, что и в среднем по стране, а объем розничной торговли превышает средний уровень на душу населения по Канаде. Галифакс — важнейший торгово-промышленный центр Атлантической Канады. Хотя благодаря своему статусу крупного порта Галифакс в определенной мере функционирует как центр международной торговли, число импортеров в нем весьма незначительно.

***Е). Оттава***. Политический и культурный центр — столица Канады. Население свыше 750 тыс. человек. Узел железных и шоссейных дорог, имеет аэропорт международного значения. Около 40% занятых работает в государственных учреждениях, банках, различных коммерческих фирмах. В городе и его пригородах расположены предприятия целлюлозно-бумажной и полиграфической промышленности, по производству конторского и электронного оборудования, ЭВМ и ряда других изделий и оказанию услуг, связанных с обслуживанием столичного населения. В городе существует развитая сеть розничной и оптовой торговли с товарооборотом, превышающим 25 тыс. долл. в год на одного жителя.

Заключение .

### Я постарался осветить основные моменты импорта в США и Канаду и показать Вам возможность экспорта российских товаров на их рынки, которая безусловно существует. Экспортерам следует учитывать не столько общее настроение на североамериканском рынке, сколько потребности каждого района этих двух стран.

### Несомненно для того, чтобы найти лазейку на североамериканский рынок стоит задуматься и о качестве наших товаров, а не просто кричать о том, что “эти америкашки” не пускают нас на рынок только потому что мы из России . Североамериканцы очень практичные люди и поэтому, если качество наших товаров будет на высоком уровне, то это даст возможность вытеснять не только товары из других стран, но и продукцию американских и канадских производителей. Для тех, кто не верит, советую вспомнить захват значительной части автомобильного рынка США японскими автомобилями. Так что не стоит опускать руки .

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Д.э.н., проф. Смирнов “ Рынки США и Канады ” Москва 1997
2. Д.э.н., проф. Васильев “ Шансы выхода России на североамериканский рынок”. Москва 1997
3. Журнал “Экономист”: “Обзор экономических районов США” апрель 1997
4. Журнал “ Деловой партнер ” : “ Экономические районы Канады ”

октябрь 1997

5. Basic facts about the USA . Москва 1996.

##### СОДЕРЖАНИЕ

###### ***Введение***…………………………………………………………..….…2

***I Политико-административное устройство США и Канады***…………………………………………………………..…..….3

А). США…………………………………………………….3

Б). Канада…………………………………………………...3

***II Структурные особенности североамериканского рынка***…………………………………………………………………....5

Возможности расширения российского экспорта на североамериканский рынок ………………………………………...…7

Соглашение о свободной торговле между США и Канадой……….………………………………………………………...12

***III*** ***Экономические районы североамериканского региона***…………………………………………………………………15

# Экономические регионы и потенциальный рынок США……...15

А). Северный регион………………………………………15

Б). Южный район………………………………………….16

В). Западный район………………………………………..16

Г). Аляска…………………………………………………..16

Д). Гавайские острова……………………………………..17

Обзор рынка крупных городов США…..…………………...….17

А). Нью-Йорк………………………………………...……19

Б). Чикаго…………………………………………………..20

В). Сан–Франциско………………………………………..20

###### Г). Лос-Анджелес…………………………………...……..21

Д). Детройт………………………………………...………22

Е). Бостон………………………………………...………..22

###### Ж). Новый Орлеан……………………………...…………22

Экономические регионы Канады……...……………………….23

Обзор рынков крупнейших городов Канады….………………25

А). Торонто………………………………………………...25

Б). Монреаль.………………………………………………25

В). Ванкувер……………………………………………….26

Г). Калгари………………………………………………..26

###### Д). Галифакс…………………………………………….....27

Е). Оттава………………………………………………......27

***Заключение***…………………………………………………………....28

***Литература***…………………………………………………………..28