ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Сыктывкарский лесной институт – филиал ГОУ ВПО

«Санкт-Петербургской Государственной лесотехнической академии имени С.М. Кирова»

Факультет заочного обучения

Кафедра экономики отраслевых производств

***КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА***

**По дисциплине:** ВЭД

27 вопрос: ***Туристские экспорт и импорт***

Сыктывкар 2008

***Содержание***

Введение

1. Туристские экспорт и импорт

1.1 Сущность и экономическое содержание туризма

## 1.2 Понятие туристского экспорта и импорта

1.3 Развитие туризма в России

## 1.4 Туризм в Республике Коми

# 2. Состояние внешнеэкономических связей Республики Коми в 2006 году

Заключение

Библиографический список

***Введение***

Целью выполнения этой работы является закрепление знаний теоретических основ по дисциплине «Внешнеэкономическая деятельность».

Как правило, мы иногда не задумываемся над такими словами как туристический экспорт и импорт. А мировой опыт показывает, что туризм для развития экономики очень велик. Во-первых, туризм создает условия для расширения производства товаров и услуг; во-вторых, туризм способствует созданию дополнительных рабочих мест в непроизводственной сфере. В-третьих, туризм способствует повышению деловой активности, обмену информацией, научными знаниями.

Далее рассмотрим особенности туристического экспорта и импорта. Увидим, на каких рынках они реализуются.

И в завершении работы посмотрим, какими возможностями наша Республика располагает для развития туризма. Что вызывает интерес у туристов и частей Республики Коми?

В практической части работы рассмотрим состояние внешнеэкономических связей в РК за 2006 год.

***1. Туристские экспорт и импорт***

***1.1 Сущность и экономическое содержание туризма***

В соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» **туризм** - это временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания [7, 13с].

Туризм как товар реализуется в форме услуг. Услуга туризма, как и услуга вообще, есть действие определенной потребительской стоимости, выражающееся в полезном эффекте, который удовлетворяет ту или иную человеческую потребность. При этом услуга может быть оказана либо вещью, т. е. при помощи товара, либо в процессе функционирования самого живого труда. Указанные два способа производства услуг обусловливают и два вида самих услуг: материальные (производственные), опосредованные вещью, и нематериальные (непроизводственные), не связанные с материальными продуктами, производство которых неотделимо от их потребления.

**Тур** представляет собой комплекс различных услуг (размещение, питание, транспортные услуги, бытовые, туристские, экскурсионные и др.), объединенных на основе главной цели путешествия и предоставляемых на определенном маршруте в определенный срок.

Кроме услуг, туристы могут покупать товары туристского назначения. Совокупность услуг и товаров туристского назначения образует понятие **«туристский продукт».** Турпродукт включает:

• туры, объединенные по целенаправленности (познавательные, оздоровительные и т. п.);

• туристско-экскурсионные услуги различных видов (размещение, питание, транспортные услуги и т. д.);

• товары туристско-сувенирного назначения (карты, открытки, сувениры и др.).

Туризм можно импортировать в страну и экспортировать из нее. Расходы туристов из других регионов представляют собой вклады в экономику данного принимающего региона. Так, туристы из Японии, путешествуя по России, получают свои доходы преимущественно на родине. И расходуя деньги в России, они вкладывают их в экономику нашей страны. Таким образом, расходы иностранцев в стране в туристских целях представляют собой для России туристский экспорт. Въезжая в данную страну, туристы приобретают туристский опыт и увозят с собой незабываемые впечатления от поездки.

Итак, **туристский экспорт** - это вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом туристом денег в данную страну. **Туристский импорт -** это ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом туристом денег из данной страны. Когда туристы из России совершают путешествие в Японию, это становится туримпортом в экономику России. Деньги японских туристов, потраченные в России, являются туримпортом для японской экономики.

При туристском экспорте направление денежного потока совпадает с направлением потока туристов, тогда как при экспорте товаров данные потоки направлены противоположно. Когда поток платежей идет в Россию, значит, что-то было экспортировано: туристский опыт или товары. Денежные потоки в обоих случаях идут в одном направлении.

В настоящее время старое понятие «отрасль» постепенно размывается. Для рыночной экономики характерно не столько развитие обособленных отраслей, сколько функционирование диверсифицированных межотраслевых комплексов. Так как в туризме производятся и предметы потребления (пища), и услуги (размещение в гостинице), то можно сделать вывод, что туризм - это диверсифицированный межотраслевой комплекс социально-бытовой инфраструктуры, который имеет производственные и непроизводственные функции и представляет собой туристскую индустрию. Хозяйственный процесс, протекающий в отрасли туризма, является производственно-обслуживающим процессом [5, 43-45с].

**Туристская индустрия** - это совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, предприятий общественного питания, средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного и другого назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также учреждений, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков.

Необходимо обеспечить предоставление туристам качественных туристских услуг, а также дальнейшее развитие туристской индустрии. Именно поэтому в туризме приоритетным становится поиск более эффективного использования относительно ограниченных ресурсов, что и является одной из задач экономической науки.

**Экономика туризма** представляет собой систему отношений, возникающих в сфере туризма в процессе производства, распределения, обмена и потребления результатов туристской деятельности.

**Экономика туристской фирмы** - это совокупность факторов производства, фондов обращения и нематериальных активов, доходов (прибыли), полученных в результате реализации туристского продукта и оказания различных других услуг (выполненных работ).

Стоимостная оценка активов и доходов туристской фирмы характеризует уровень и масштабы ее развития. Последнее зависит от умения найти оптимальное соотношение между используемыми ресурсами, количеством и качеством реализованного туристского продукта, с одной стороны, и объемом реализации турпродукта и прибылью от его реализации - с другой.

***1.2 Понятие туристского экспорта и импорта***

Туризм как товар можно импортировать в страну и экспортировать их неё.

*Туристический импорт* – это ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом туристом денег из данной страны.

*Туристский экспорт* – это вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом туристом денег в данную страну.

Когда платежи за реализацию услуг туризма, т.е. денежные потоки, идут в Российскую Федерацию, это означает экспорт туризма. Иностранный турист, приезжая в нашу страну, тратит свои деньги на удовлетворение своих туристских потребностей, которые ему предоставляет российская сторона. Следовательно, Российская Федерация экспортирует опыт путешествий, и деньги туриста оседают на её территории. Одновременно это означает туристский импорт для той стороны, из которой турист вывозит деньги.

При туристском экспорте направление денежного потока совпадает с направлением потока туристов (рис. 1)

 Денежный поток

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Иностранный туристский импорт | поток платежейпоток туристов | Российский туристский импорт |

Рис.1. Потоки в туристском экспорте.

Это главная особенность туристского экспорта и её отличие от экспорта товаров, так как при экспорте товаров денежный поток товаров движется в противоположном направлении (рис.2.)

Денежный поток

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Иностранный импорт товаров | поток платежейпоток товаров | Российский экспорт товаров |

Рис.2. Потоки в экспорт товаров.

Туристский экспорт и импорт реализуются на туристском рынке. Туристский рынок – это место, где происходят сделки купли – продажи услуг туризма (товаров, туристского продукта.)

При этом следует иметь в виду, что указанные сделки не всегда происходят в одном и том же месте, например в месте приема туристов в гостинице или в месте, где происходят сделки туроператоров. Сделка может состояться без прямого вовлечения продавца и покупателя услуг туризма. Например, посредством телекса, телеграммы, факса, с помощью телефонного звонка или по чеку. Это является причиной того, что туристский рынок не ограничен специфическим местом или географической зоной [7, 15-16с].

**Туристский рынок** – это социально-экономические условия реализации услуг туризма (туров, туристского продукта). На туристском рынке сталкиваются спрос на услуги туризма, который предъявляет турист, и предложение услуг туризма со стороны туристской фирмы.

Предложение услуг туризма обусловлено определёнными предпосылками, среди которых наиболее важными являются наличие производителей услуг туризма, уровень развития туристской индустрии, объём туристских ресурсов.

Производители услуг туризма – это туристские фирмы (туроператоры, турагенты), которые работают с целью получения прибыли и для удовлетворения потребностей туристов.

Туристская индустрия включает совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков.

Туристские ресурсы Российской Федерации представляют собой природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановления и развитию их физических сил.

Людьми с туристскими потребностями и желанием путешествовать, людьми с высокой покупательной способностью, спрос которых направлен на самые престижные туры, оригинальные путешествия, высокий уровень туристского обслуживания (комфорт, особое внимание обслуживающего персонала, предоставление индивидуального гида-переводчика и автотранспорта и т.п.); людьми с покупательским поведением. *Турист* – это покупатель услуг туризма. Покупательское поведение туриста касается всех тех природных, психологических, социальных и других причин, которые заставляют его реагировать определённым образом на рекламу. Это очень важный фактор эффективного функционирования туристского рынка. Он требует разделения туристского рынка на отдельные секторы, изучение которых помогает в достижении самого оптимального сочетания предложения и спроса на услуги туризма.

Индустрия туризма в целом отличается достаточно высокой капиталоёмкостью. При этом в крупных туристических центрах в структуре затрат 50-60% составляют затраты на размещение и питание. Хотя инвестиции в индустрию туризма относятся к числу наиболее перспективных, но в связи с высокой капиталоемкостью и трудоёмкостью, а также сезонностью отрасли капитал довольно избирательно относится к сфере туризма. В развитых странах часть затрат, связанная со строительством дорожной сети, оборудованием зон отдыха, организацией выставочных центров и т.п., обычно финансируется государством, а частный капитал финансирует строительство и эксплуатацию предприятий по обслуживанию туристов.

Для международного туристского рынка характерны качественные различия обслуживающих предприятий одного и того же класса, что предполагает высокую эластичность цен в зависимости от соотношения спроса и предложения. Цена на туристические услуги выступает не только как регулятор равновесия спроса и предложения, но и как активный рычаг воздействия по производству туристского продукта: повышение цен стимулирует строительство хорошо оборудованных туристских объектов и улучшение качества обслуживания.

В последние годы первостепенным фактором, влияющим на развитие туризма, стала индивидуальная туристская активность. Так, в 90-х годах примерно 40% туристов из государств с развитой экономикой предпочли самостоятельно организовать свои поездки, 60% частично или полностью пользовались услугами фирм. Отличительной чертой туризма является его сезонность, что приводит к периодическому простаиванию материальной базы и рабочей силы и при этом требует ресурсов для их поддержания. Кроме того, конъюнктура туристического бизнеса изменчива и находится под значительным влиянием стихийных бедствий, транспортных катастроф, террористических актов, войн и др. Система реализации туристического продукта включает сеть сбыта, состоящую из оптовых фирм (туроператоров) и различных фирм, охватывающих все сегменты туристического рынка.

В туристической индустрии прослеживается процесс концентрации капитала, ведущий к образованию монополий. Например, в Великобритании процесс слияния значительного количество турагентств в крупные национальные туроператорские группировки начался более десяти лет назад и в настоящее время там наблюдается высокая степень концентрации бизнеса.

Всё большее распространение получают новые формы сбыта, что связано с внедрением в туристический бизнес организаций и предприятий из смежных секторов экономики. Продажей туристических услуг стали заниматься гостиничные и ресторанные объединения, торговые дома, универсальные магазины, издательства и другие предприятия, которые приобрели репутацию, имеют свою клиентуру и налаженную сбытовую сеть. Например, в 1990г. На туристический рынок Дании вышла фирма с дешёвыми чартерными поездками – «Ларсен – Райзер». Её директор является владельцем магазинов по продаже постельного белья. В 73 магазинах фирмы предлагались 112тыс. чартерных поездок в Испанию и Турцию. В последние годы усиливается тенденция к специализации фирм и интернационализации сбыта.

Развитие туризма и туристического рынка имеет большое значение, а именно - экономическое, так как помогает решить общие экономические проблемы. Развитие туризма требует также динамического развития всех отраслей хозяйства.

Туристический рынок по отношению к экономике любой страны характеризуется двухцикличностью. Это выражается в том, что высокоразвитый туристский рынок ведёт к богатству государства, и наоборот.

Развивающаяся экономика туризма не имеет возможностей удовлетворить все потребности и желания туристов. Изобилие туристских ресурсов предполагает создание довольно сложной и многообразной материально-технической базы туризма. При увеличении экономической отдачи от туристской индустрии одна часть дохода используется для удовлетворения новых туристских потребностей, а другая часть может быть направлена для развития других сфер, в том числе и промышленности.

В туристской экономике, которая не даёт увеличения дохода, решение проблемы роста становится возможным только после удовлетворения нужд и потребностей туристов. Проблемы в этой ситуации возникают тогда, когда рост числа туристов даёт наибольший рост дохода.

Экономическая активность туризма напрямую связана с развитием составляющих его отраслей. Важным фактором развития туризма является социальная стабильность, так как туризм зависит от развития всей экономики и политической обстановки в стране. Кроме того, большинство форм туризма связаны с сезонностью спроса на услуги туризма.

Нельзя односторонне развивать туризм. Для быстрого подъёма туризма требуется гармоничное развитие всех отраслей экономики страны и одновременно увеличение их экономической активности [1, 76с]

***1.3 Развитие туризма в России***

Практики российской туристской индустрии возлагают большие надежды на развитие внутреннего и въездного туризма в нашей стране. В последнее время туристские фирмы частично направляют свою деятельность на российские регионы и страны ближнего зарубежья.

Туризм в России – это развивающийся комплекс. Поэтому постоянно ведется поиск новых форм работы на рынке, путей решения, возникающих в данной индустрии проблем. Но, несмотря на стремительные темпы развития, должного внимания туризму как сектору национальной экономики России до сих пор не уделяется.

Экономика связана с извлечением оптимальной выгоды от использования ограниченных ресурсов. Экономические факторы, которые, как правило, ограничены, призваны удовлетворять психологические и физические потребности человека.

В современных условиях экономический аспект в туристском бизнесе обретает особую значимость, и для эффективного ведения туристского бизнеса предприниматель должен хорошо разбираться в вопросах экономики туризма.

Экономики туризма представляет собой науку, изучающую внутренние аспекты экономических отношений в этой сфере деятельности, причем экономические отношения рассматриваются на двух уровнях: межотраслевого комплекса социально-бытовой инфраструктуры и хозяйствующего субъекта туристской фирмы.

В соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туризм – это временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

Туризм как товар реализуется в форме услуг. Услуга туризма, как и услуга, вообще, есть действие определенной потребительской стоимости, выражающееся в полезном эффекте, который удовлетворяет ту или иную человеческую потребность. При этом услуга может быть оказаны либо вещью, т.е. при помощи товара, либо в процессе функционирования самого живого труда. Указанные два способа производства услуг обусловливают и два вида самих услуг: материальные (производственные), нематериальные (непроизводственные), не связанные с материальными продуктами, производство которых неотъемлемо от их потребления.

Тур представляет собой комплекс различных услуг (размещение, питание, транспортные услуги, бытовые, туристские, экскурсионные идр.), объединенных на основе главной цели путешествия и предоставляемых на определенном маршруте в определенный срок.

Кроме того, туристы могут покупать товары туристского назначения,

Совокупность услуг и товаров туристского назначения называется «туристский продукт». Турпродукт включает:

туры, объединенные по целенаправленности (познавательные, оздоровительные и т.д.);

туристско-экскурсионные услуги различных видов (размещение, питание, транспортные услуги и т.д.);

товары туристско-сувенирного назначения (карты, открытки, проспекты, сувениры и т.д.).

Туризм можно импортировать в страну и экспортировать из нее.

Расходы туристов из других регионов представляют собой вклады в экономику данного принимающего региона. Так, например, туристы из других стран получают свои доходы у себя на родине, а, путешествуя по России, расходуют деньги, вкладывая их в экономику нашей страны. Таким образом, расходы иностранцев в стане в туристских целях представляют собой для России туристский экспорт. Въезжая в данную страну, туристы приобретают опыт и увозят с собой незабываемые впечатления от поездки.

Туристский экспорт – это вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом туристом денег в данную страну.

Туристский импорт – это ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом денег туристом из данной страны. Когда туристы из России совершают путешествия в другие страны, это становится туримпортом в экономику России. Деньги, потраченные в России иностранными гражданами, являются туримпортом для экономики тех стран.

При туристском экспорте направление денежного потока совпадает с направлением потока туристов, тогда как при экспорте товаров данные потоки направлены противоположно. Когда поток платежей идет в Россию, значит, что- то было экспортировано: туристский опыт или товары. Денежные потоки в обоих случаях идут в одном направлении [2, 145-146 с].

## 1.4 Туризм в Республике Коми

Республика располагает богатыми возможностями для развития туризма. Большой познавательный интерес у туристов и гостей республики вызывает посещение этнографического музея под открытым небом в селе Усть – Вымь. Архитектурных ансамблей Ульяновского и Кылтовского монастырей, памятных мест, связанны с жизнью и деятельностью известных писателей и учёных Коми края. Уникальны памятники природы, расположенные в пределах Печорских Альп.

Среди туристов – водников особой популярностью пользуются водные маршруты по притокам реки Печора (Уса, Щугер, Илыч). Широкие возможности и перспективы развития в области туризма открываются с началом функционирования Национального природного парка «Югыд Ва» («Светлая вода») [13, с.30].

Как известно, туризм делится на экскурсионный, любительский (охота, рыбалка) и спортивный. Спортивный туризм подразделяется на пеший, велосипедный, лыжный, лодочный и т.д.

В Коми инициаторами спортивного туризма стали Е.Ф. Заборцев, Ю.Н. Оботуров, а также директор Корткеросского Дома пионеров А.А. Смилингис и учитель Важгортской средней школы Б.И Петров. Природные условия Коми способствуют развитию лыжного туризма. Первыми мастерами спорта СССР стали Ильюшонок (г. Воркута), Никифоров (г. Ухта). В 1981г. Организованы первые туристические клубы в Сыктывкаре, Ухте, Воркуте, позднее – в Инте, Печоре.

Большое внимание в республике уделяется разработке рыболовных, охотничьих, рыбно – оздоровительных, спортивных и других видов туризма.

Организацию культурно – познавательного досуга для школьников в период каникул и в межканикулярное время осуществляют туристско-экскурсионные организации Республики Коми (база «Юный турист»). Школьникам предлагаются экскурсионные объекты столицы Республики Коми: музеи этнографии, истории, И.А. Куратова, В.Савина, природы, просвещения, пожарно-технические выставки, а также библиотеки: юношеская и детская им. С. Маршака.

В Республике Коми действуют более 50 туристических фирм, получивших лицензии на право занятия международной туристской деятельностью [9].

# *2. Состояние внешнеэкономических связей Республики Коми в 2006 году*

Международные и внешнеэкономические связи Республики Коми осуществляются в соответствии с Конституцией Российской Федерации, Федеральным законом от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», Федеральным законом от 4 января 1999 г. № 4-ФЗ «О координации международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации», иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, Конституцией Республики Коми, законами Республики Коми, постановлением Правительства Республики Коми от 3 ноября 2003 г. N 237 «О порядке осуществления международных и внешнеэкономических связей Республики Коми», постановлением Правительства Республики Коми от 4 октября 2002 г. N 161 «О порядке заключения органами исполнительной власти Республики Коми соглашений об осуществлении международных и внешнеэкономических связей» и иными нормативными правовыми актами Республики Коми.

# В 2006 году произошло снижение всех составляющих внешней торговли. Так товарооборот снизился на 13.2% по сравнению с 2005г. с 1010148.298 млн. долларов до 876396.3млн.долларов .

# Сальдо торгового баланса положительное и составило 565388.3млн.долларов. снижение экспортных поступлений на 9.1% с 792194.074млн. долларов до 720892.3млн. долларов в 2006 году.

# Импортные поступления снизились на 23.7% по сравнению с поставками в 2005г. с 217954.224 млн. долл. до 155504.0 млн. долл.

Таблица 1 Внешнеэкономические показатели Республики Коми в 2006г.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Экспорт В ( ) % к 2005. | Уд. вес в % | Импорт в( ) % к 2005г.  | Уд. вес в % | Товарооборот в( ) % к 2005г. | Уд. вес в % | Сальдо Торгового оборота |
|  Всего  |  720892.3 (-9.1 )  |  100 |  155504.0 (-23.7) |  100 |  876396.3 (-13.2) |  100 |  565388.3 |
|  Дальнее зарубежье  |  565509.6 (-13.1)  |  78.4 |  148459.5 (-27.2) |  95.5 |  713969.1 (-13.4) |  81.6 |  417050.1 |
|  Ближнее зарубежье  |  155382.7 ( -9.7) |  21.6 |  7044.5 (-8.7) |  4.5 |  162427.2 (-12.5)  |  18.4 |  149338.2  |

**География экспорта и импорта**

География экспорта Республики Коми обусловлена удаленным положением экспортных производств от границ Российской Федерации, отсутствием удобного выхода к портам и большой протяженностью транспортных путей.

78.4% экспортных операций в 2006г. приходится на страны дальнего зарубежья и составило 565509.6 млн. долларов, что ниже 2005г. на 13.1 % . На страны ближнего зарубежья приходится 21.55 % экспорта и составило 155382.7млн.долларов , что ниже 2005г. на 9.7%.

Основными партнерами на рынке стран Дальнего Зарубежья традиционно являются: Финляндия-17.2% экспорта – снижение стоимостных показателей к 2005г. составил 13%, Польша -8.36% экспорта – снижение составило 53% , , Италия – 5.39 % - рост составил 22%, Латвия – 5.18 % - рост составил 27.0 %, Иран – 4.6 % экспорта – рост 22 %, Германия -2.31% рост на 16% , Нидерланды -3.=2.3 % рост в 4.7 раза , Швейцария -1.78% экспорта – снижение на 70% , Египет – 1.73% экспорта– рост на 35%, США – 1.67% экспорта – снижение на 17% .

Стоимостные показатели экспорта в первой половине 2006 года в страны ближнего зарубежья снизились с 171 929.035млн. долларов до 155382,757 млн. долларов (-9.7%). Это произошло за счет существенного уменьшения экспортных поставок в Украину, с 110 652.894 млн. долларов в 2005г. до 88845.022 млн.долларов в 2006г.(уменьшение на 20 %). Но несмотря на это снижение, Экспорт в Украину продолжает составлять 12% процентов всего республиканского экспорта (второе место после Финляндии) и 57 % экспорта в страны СНГ.

Вторым стабильным партнером по экспорту среди стран СНГ является Казахстан. Экспортные поставки =4% от всего экспорта (увеличение на 21%.) и 20% от экспорта в страны СНГ.

2006г. по сравнению с 2005г. отмечен снижением импортных поставок в регион на 23.7% . Снижение стоимостных показателей импорта из стран дальнего зарубежья составило 27.2%, из стран ближнего зарубежья снижение импортных поставок составило 8.7% .

95.5 % импорта приходится на страны дальнего зарубежья .Основными партнерами по импортным поставкам в 2006. стали: Германия -18.53% импорта; Финляндия – 16.72% импорта ; Польша-13.2%, Италия -10% импорта ; Чехия- 7.47% импорта , Швеция -6.8% импорта , Австрия – 6.24% импорта.

Поставки товаров из стран ближнего зарубежья составило всего 4.5% при этом 3.76% поставок приходится на ввоз товаров с Украины.

Экспорт, импорт, товарооборот Республики Коми по странам в 2006г. (В тыс. долларов США)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страны-контрагенты | Экспорт тыс. долл. США | Уд. Вес в % | Импорт тыс. долл. США | Уд. Вес в % | Товарооборот Тыс . долл. США | Уд. Вес в % | Тов-рот% к 2005 |
|  Всего  | 720892.348 | 100 | 155503.966 | 100 | 876396.3 | 100 | 86.8 |
| Дальнее зарубежье | 565509.6 | 78.44 | 148459.468 | 95.46 | 713969.1 | 81.5 | 115 |
| Великобритания  | 10329.152 | 1.43 | 3929.345 | 2.52 | 14258.49 | 1.62 | 56 |
|  Страны СНГ |  |  |  |  |  |  |  |
| Всего | 155382.757  | 21.55 | 7044.498 | 4.53 | 162427.25 | 18.53 | 87 |

**Структура и анализ экспорта и импорта**

## Структура экспорта в 2006 году

Удельный вес в общем объеме экспорта в % ( в скобках 2005г).

Продукция целлюлозно-бумажной , - 44.6% (48.1 % )

лесной и деревообрабатывающей

промышленности

Продукция ТЭК -37.6% (44.9%)

Другие товары - 17.8%

Традиционно, экспорт из республики Коми разделился на две составляющие.

Первой составляющей является продукция ТЭКа = 37.6% республиканского экспорта, представленную экспортом каменного угля=8% республиканского экспорта ,нефти сырой=17.8% республиканского экспорта, газа природного=10%, технического углерода=1.78 республиканского экспорта. Практически по всем составляющим республиканского экспорта, произошел рост средней, условной цены за единицу товара.

Снижение экспорта сырой нефти характеризуется снижением стоимостных показателей на 55% по сравнению с 2005г и снижение на 46.5% натуральных отгрузок при росте средней условной цены на 18% , что объясняется ростом цен на мировом рынке. Это в свою очередь отразилось на снижение экспорта в целом.

Также увеличение на 27% стоимостных показателей произошло при экспорте углерода , за счет увеличения на 6 % натуральных объемов экспорта, при росте условной средней цены за тонну на 20%.

В тоже время экспорт угля каменного вырос как в натуральном выражении на 72% , так и в стоимостном выражении на 23%, при снижении средней, условной цены за тонну на 33% .

Второй составляющей республиканского экспорта является продукция деревообрабатывающей промышленности, которая составила 44.6%.

Экспорт бумажной продукции представлен следующими видами бумажных изделий:

натуральные отгрузки бумаги газетной снизились на 10% ,а стоимостные выросли на 0.1% , за счет роста условной средней цены на 10% .

натуральные отгрузки картона снизились на 14%. ,при снижении стоимостных показателей на 16% оставили 16% республиканского экспорта.

Экспорт лесоматериалов обработанных вырос в натуральном выражении на 12% , в стоимостном на 25% , при росте средней условной цены на 11%.

## Структура импорта в 2006 году

В 2006 году товарная структура импорта представлена оборудованием и запчастями для целлюлозно-бумажной, лесной и деревообрабатывающей промышленности, нефтяной и газодобывающих отраслей производства . На ввоз оборудования приходится 63.5% всего республиканского импорта .

Следует отметить, что в республиканском импорте полностью отсутствуют продукты питания .

**Анализ экспортного потенциала региона , пути развития.**

Основным направлением развития экспортного потенциала Республики Коми является :

а) Техническое перевооружение лесопромышленного комплекса, создание высокоэффективных производств, способных обеспечить выпуск конкурентоспособной продукции (ламинированные древесно-стружечные плиты, плиты средней плотности , новые разновидности офисной бумаги, нетоксичные древесные плиты , фанера с улучшенными специальными свойствами, специфицированные пиломатериалы с нормируемой влажностью) для нужд Республики Коми ,регионов России и экспорта; реализация проектов глубокой химической и химико-механической переработки древесины. , внедрении технологий переработки древесины для использования ее в энергетических целях (начато строительство завода по производству топливных гранул -паллет в селе Ношуль).

В этом направлении в республике действует " Программа развития реструктуризации лесопромышленного комплекса на 1997-2005г.г.", частью которой является строительство "Удорского целлюлозного завода". Годовая производственная мощность которого составит 400 тыс. тонн целлюлозы ; строительство лесовозных дорог круглогодового действия ; проведение лесной сертификации по международной системе FSС , подготовка высоквалифицированных специалистов среднего управленческого звена по программе “Лесозаготовка, транспортировка и торговля древесиной».

б) Развитие нефтегазовой и угледобывающих отраслей – внедрение новых технологий повышающих нефтеотдачу на 30-40%, новых мелких по запасам месторождений нефти и газа, увеличение объемов переработки углеводородного сырья, проведение реконструкции технологических установок, повышение рентабельности переработки нефти, повышение качества продукции до требований мирового рынка, реконструкция и строительство новых угольных шахт, освоение новых месторождений угля.

в) Создание многоотраслевого горнорудного комплекса – наращиванием мощностей по добыче Таманских бокситов. Проект " Алюминий Коми " - строительство горнодобывающего комбината производительностью 300-500 тыс. тонн алюминия в год, глинозема 1-1.4 млн.тонн .

Создание производств по использованию добываемого базальта и так далее.

г) В связи с удаленностью республики от своих партеров по экспорту , актуальной проблемой является сокращение транспортных расходов , путем развития транспортного комплекса . В связи с этим Республика активно ищет инвесторов для строительства железнодорожной магистрали Архангельск-Сыктывкар-Пермь по проекту "Белкомур ".Ввод в действие новой ветки дороги даст возможность значительного сокращения пробега грузов (до 800 км) и стоимости перевозок из регионов Урала и Сибири к Архангельску и Мурманску, а с завершением строительства участка дороги «Ледмозеро-Кочкома» (в Карелии) - выхода в Финляндию и через ее порты - на Балтику;

- обеспечение максимальной загрузки имеющихся мощностей действующих портов Архангельска и Мурманска;

- увеличение объема грузопотоков (основу которых будут составлять уголь из действующих шахт Печорского угольного бассейна, нефть Тимано-Печорской нефтегазовой провинции, продукция лесопромышленного и горнорудного комплекса);

- улучшение межрегиональных и внешнеторговых связей Республики Коми в деле освоения полезных ископаемых и лесопромышленных ресурсов, наращивания экспортных поставок промышленной продукции ведущих отраслей и совершенствования транспортного обслуживания глубинных таежных населенных пунктов вдоль реки Пинега;

- рост налоговых поступлений в бюджеты всех уровней (от эксплуатации железнодорожной линии, за счет роста объемов промышленного производства, налогов от производственной деятельности);

- содействие социально-экономическому развитию прилегающих к строящейся железной дороге районов путем создания новых рабочих мест и повышения жизненного уровня проживающего на их территории населения.

Общая протяженность всей железнодорожной магистрали составит 1311 километров, в том числе нового строительства – 794 км, протяженность на территории Республики Коми – 243 км, Архангельской области – 160 км, Коми-Пермяцкого автономного округа – 316 км, Пермской области – 75 км.

Северный участок дороги позволит при относительно небольших затратах и в короткие сроки включить в оборот природные и минерально сырьевые ресурсы Республики Коми, повысит конкурентность сырья и промышленной продукции за счет уменьшения пробега грузов, увеличит экспортные возможность. Южный участок дороги соединит Сыктывкар с развитой железнодорожной сетью Уральского региона и позволит доставлять бокситы и хромированные руды в крупные перерабатывающие комплексы Урала.

Дорога даст импульс развитию лесной отрасли , позволит вывозить продукцию республики Урала и Сибири на мировой рынок через Финляндию и ее порты на Балтике.

д) Вовлечение природных территорий и историко-культурных объектов республики в международный туризм. Создание комплекса организаций, ориентированных на обеспечение туристов доступным и комфортным жильем, разветвленной сети учреждений питания, развлекательных центров, комплексов для солеводогрязелечения, разработка зрелищных мероприятий культурно-исторической и этнографической тематики.

е) Приоритетным направлением внешних связей Республики Коми правительство республики Коми считает сотрудничество с Баренц Евро-Арктическим регионом (БЕАР) , членом которого Республика Коми является с 2002г., участие в программах Северного форума, Совета Министров Северных стран, Арктического совета.

На встречах по промышленному партнерству Республика выставляет инвестиционные проекты в сфере развития транспорта, лесной, горнорудной промышленности, нефтегазового комплекса [8, 2-45 с].

***Заключение***

Основу туризма составляют фирмы по организации туристических поездок и продаже путёвок и туров, а также фирмы, организующие передвижения туристов, обеспечивающие их жильём, информацией и другими услугами.

Наибольшее число туристических поездок в мире осуществляются между развитыми странам с рыночной экономикой.

Определённое место в международном обмене играет образование; особенно часто возникает взаимодействие между студентами, преподавателями, учёными высшей школы. Происходит обмен опытом, информацией, преподавателями, научными сотрудниками, аспирантами, студентами.

Туристский экспорт и импорт в настоящее время необходим как для России. Так и для иностранных партнёров. С туризмом тесно связан экспорт услуг при проведении культурных мероприятий; выставки изобразительного искусства, выступления ансамблей, актёров на гастролях; продажа фильмов, кассет и грампластинок с видео и музыкальными записями.

Как правило, иностранный турист, приезжая в нашу страну, тратит свои деньги на удовлетворение своих туристских потребностей, следовательно, деньги туриста оседают на нашей территории. Одновременно это означает туристский импорт для той, из которой турист вывозит деньги.

В практической части работы было рассмотрено состояние внешнеэкономических связей Республики Коми в 2006 году.

Международные и внешнеэкономические связи Республики Коми осуществляются в соответствии с Конституцией Российской Федерации, Федеральным законом от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», Федеральным законом от 4 января 1999 г. № 4-ФЗ «О координации международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации», иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, Конституцией Республики Коми, законами Республики Коми, постановлением Правительства Республики Коми от 3 ноября 2003 г. N 237 «О порядке осуществления международных и внешнеэкономических связей Республики Коми», постановлением Правительства Республики Коми от 4 октября 2002 г. N 161 «О порядке заключения органами исполнительной власти Республики Коми соглашений об осуществлении международных и внешнеэкономических связей» и иными нормативными правовыми актами Республики Коми.

Республика Коми относится к регионам с высокой степенью экспортной ориентированности на страны дальнего зарубежья, главным образом, Европы. Так, на страны дальнего зарубежья приходится около 80% всего внешнеторгового оборота республики, страны СНГ в этом объеме занимают 20%.

Основными торговыми странами-партнерами Республики Коми являются Германия, Финляндия, Нидерланды, Виргинские острова, Польша, Словакия, Великобритания, Италия, Швейцария, США, Чехия, Украина, Беларусь и Казахстан.

Республика Коми имеет торговые связи более с чем 70 субъектами Российской Федерации. Наиболее тесно они развиваются с Архангельской, Вологодской, Кировской, Московской, Нижегородской, Кемеровской областями и г.Москва.

Взаимоотношения Республики Коми с другими регионами Российской Федерации, странами СНГ и дальнего зарубежья год от года становятся все более многосторонними, выходят на качественно новый уровень. Постепенно более разнообразными становятся формы и области участия в международных экономических отношениях.

***Библиографический список***

1. Александрова А. Ю. Структура туристского рынка: Учеб. пособие для вузов/ А.Ю. Александрова. - М.: Соло-Пресс, 2002.
2. Александрова, А. Ю. Международный туризм: Учеб. пособие для вузов/ А.Ю. Александрова. - М.: Аспект Пресс, 2001.
3. Балабанов, И.Т. Внешнеэкономические связи: Учебное пособие / И.Т. Балабанов, Балабанов А.И.. -2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 544с.
4. Бровкова, Е.Г. Внешнеэкономическая деятельность/ Продиус И.П. - М.: МТ – Пресс, 2001г. – 186с.
5. Драчева, Е.Л. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев и др. ; под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. — 2-е изд., стер. — М. : КНОРУС, 2005. — 576 с.
6. Елова, М.В. Мировая экономика: введение во внешнеэкономическую деятельность: Учебное пособие для вузов / М.В. Елова, Е.К. Муравьёва, С.М. Панферова и др.; Под ред. А.К. Шуркалина, Н.С. Цыпиной. – М.: Локос, 2000.- 248с.
7. Квартальнов, В.А. Туризм: Учеб/пособие для вузов/ В.А. Кварталов. - 2 изд. перераб.,.- М.: Финансы и статистика, 2007.
8. О внешнеэкономической деятельности Республики Коми: Экспресс-информация Федеральная служба государственной статистики 01.08.2007 N 39-106-101/109 [Электронный доступ http://www.komistat.ru ]
9. Официальный веб-сервер Республики Коми [Электронный ресурс [www.rkomi.ru](http://www.rkomi.ru)]
10. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика туризма./ Г.А. Папирян. - М.: Экономпресс, 2000.
11. Пирожник, И. И. Международный туризм в мировом хозяйстве: Учеб. пособие./ И.И. Пирожник. - Мн.: Белгосуниверситет, 1996.
12. Республика Коми. Краткий справочник. – Сыктывкар, 2000. - 40с.