

Кафедра международных экономических отношений

*Анализ внешней
торговли регионов:
методическое обеспечение*

Выполнила: Долинная Е.А., гр. БЭ-402
Научный руководитель: к.э.н., доцент Боуш Г.Д.

Проблема, объект, предмет и цель работы

Проблема: отсутствие комплексной методики анализа внешней торговли региона

Объект: внешняя торговля региона

Предмет: инструментарий, применяемый для анализа внешней торговли региона

Цель: разработка комплексной методики анализа внешней торговли региона и её апробация

Задачи работы:

1. Изучить различные трактовки понятия внешней торговли и её роль в развитии стран и их регионов;
2. Проанализировать современные тенденции и факторы развития международной торговли стран и регионов;
3. Изучить имеющиеся инструменты анализа внешней торговли регионов;
4. Применить новые инструменты экономического анализа для анализа внешней торговли регионов;
5. Разработать комплексную методику анализа внешней торговли регионов;
6. Применить новую методику на примере одного из регионов (Омской области);
7. Сделать выводы о результатах применения комплексной методики и дать рекомендации по повышению конкурентоспособности Омской области.

Инструменты анализа внешней торговли региона

- Анализ товарной структуры внешней торговли:
 - анализ товарных макрогрупп
 - коэффициент структурных сдвигов
- Анализ географической структуры внешней торговли:
 - анализ по странам и группам стран
 - межрегиональный анализ
- Формализованные методы факторного анализа:
 - индексный метод
 - логарифмический метод
 - интегральный метод
- SWOT-анализ и методы оценки конкурентоспособности региона:
 - SWOT-анализ
 - Индекс локализации
 - Оценка внутренней конкурентоспособности регионов России
 - Интегральная оценка детерминант конкурентоспособности региона

Методика анализа внешней торговли региона

Этап 1: Сбор и обработка информации

Этап 2: Изучение состояния и динамики развития внешней торговли региона

Этап 3: Анализ товарной структуры внешней торговли региона

Этап 4: Анализ географической структуры внешней торговли региона

Этап 5: Применение формализованных методов факторного анализа

Этап 6: Применение неформальных методов факторного анализа и методов оценки конкурентоспособности региона

Этап 7: Выводы о полученных результатах в ходе применения методики анализа внешней торговли и разработка рекомендаций для повышения уровня конкурентоспособности региона

Результаты апробации методики анализа внешней торговли региона

Вывод 1: внешнеторговый оборот Омской области с 2002 по 2005 гг. увеличился почти в 6,7 раза. Однако за последние два года он упал до 1191,5 млн долл. США, в связи со снижением объема экспорта в 2007 году в 8 раз по сравнению с 2006 годом. Сальдо торгового баланса в 2007 году составило 37,5 млн долл. США, что на 99,5% меньше показателя 2005 года.

Вывод 2: Омская область занимает 63 место среди субъектов РФ по объемам внешнеторгового оборота в 2007 г.

Вывод 3: наибольшую долю в **экспорте** товаров в 2007 году занимала продукция химической промышленности (74% всего экспорта)

Вывод 4: наибольшую долю в **импорте** товаров в 2007 году занимали машины, оборудование и транспортные средства (49,5% всего импорта)

Вывод 5: в период с 2004 по 2006 гг. товарная структура **экспорта** практически не менялась. В 2007 году произошла замена основных экспортируемых товаров (нефти, нефтепродуктов, углеводов циклических) на новые товары (пластмассы, фенолы, лесоматериалы, мороженое, молоко и др.)

Вывод 6: товарная структура **импорта** претерпела изменения. Если в 2004 году основными импортируемыми товарами были подшипники, пшеница, каменный уголь, то в 2007 году - каменный уголь и фрукты

Вывод 7: наибольшую долю в **экспорте** услуг составляли услуги по перевозке грузов и пассажиров (64% всего экспорта услуг в 2003 году и 29,5% в 2007 году). 2007 год характеризуется появлением новых видов услуг на международном рынке, таких как: строительные работы (13,9 % всего экспорта) и услуги в области образования (9,3%)

Результаты апробации методики анализа внешней торговли региона

Вывод 8: наибольшую долю в **импорте** услуг в 2003 году составляли работы строительные и услуги в области добычи полезных ископаемых (43,9% и 36,9% соответственно). Основными импортируемыми услугами в 2007 году были строительство зданий и сооружений (под ключ) – 60,2% от всего импорта, услуги по перевозке грузов и пассажиров – 19,2%.

Вывод 9: в 2002 году **основными торговыми партнерами Омской области** были Казахстан (19,8%), Нидерланды (9,1%), Испания (18,4%), Италия, Республика Беларусь и Финляндия. В 2007 году увеличилась доля Казахстана (34,7%), а также появились такие стратегически важные партнеры, как: Киргизия, Узбекистан, Украина, Венгрия, Канада, однако приостановлено сотрудничество с Нидерландами, Италией, Испанией, Финляндией и другими странами

Вывод 10: в 2007 году в географической структуре **экспорта** услуг преобладали страны СНГ (52,1% всего экспорта услуг) и страны Азии (32,3%). По сравнению с 2006 годом доля стран СНГ в экспорте услуг увеличилась на 0,5%, а доля азиатских стран снизилась на 6,8%. В **импорте** услуг в 2007 году лидировали страны ЕС (86,1%) и страны Америки (6,9%).

Вывод 11: только за счет роста **экспортных** цен в 2007 году получена сумма 23,3 млн долл. США. В **импорте** за счет роста физического объема стоимость основных импортируемых товаров возросла на 9,9 млн долл. США.

Вывод 12: индекс локализации > 1 в обрабатывающих производствах; сфере услуг и образования; производстве электроэнергии, газа, воды и в сфере транспорта и связи

Вывод 13: Омская область – регион с **достаточным уровнем конкурентоспособности**

Вывод 14: по **сводному индикатору конкурентоспособности** Омская область находится на 5 месте, уступая таким регионам, как Красноярский край, Кемеровская, Новосибирская, Иркутская область. Отставание главным образом происходит из-за низкого показателя индикатора социально-демографической сферы.