Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/referat/101314

Тип работы: Реферат

Предмет: Внешнеэкономическая деятельность

1. Введение 3
2. Место региона в социально-экономическом развитии соответствующего федерального округа 4
3. Значение и роль межрегиональных торгово-экономических связей 5
4. Место, роль и значение внешней торговли в устойчивом развитии региона 8
5. Внешнеэкономический фактор и фактор внутренней торговли и устойчивого развития 10
6. Заключение 11
Список используемой литературы 15

1. Введение
Высокий уровень специализации и неравномерность развития основных сфер и регионов в экономике России сегодня – самый серьезный сдерживающий фактор роста экономики. Исторически сформированная в стране глубокая региональная поляризация по уровню социально-экономического развития, качеству жизни, конкурентоспособности и привлекательности инвестиций в национальном и международном пространстве связана с важностью регулирования развития региональных систем экономики. Средне и долгосрочные цели развития национальной и региональной социальной и экономической системы должны быть направлены на современные тенденции в мировой экономике, совершенствование эффективных и устойчивых структур рынка, которые способы обеспечивать регулярное увеличение уровня благосостояния социума в обстоятельствах глобального перераспределения сил производства. В этой связи решение проблемы улучшения эффективности регулирования устойчивого социального, экономического, институционального, структурного развития регионов России должно вестись своевременно, адекватно вызовам нестабильной среды рынка .
Целью данной работы является рассмотрение роли внешней экономической деятельности в устойчивом развитии Москвы.
Задачи:
1) Рассмотрение места региона в социально-экономическом развитии федерального округа.
2) Описание значения и роли межрегиональных торгово-экономических связей.
3) Характеристика внешнеэкономического фактора и фактора внутренней торговли как устойчивого развития Москвы.

2. Место региона в социально-экономическом развитии соответствующего федерального округа
Среди всех городов России Москва выделяется как основной экономический и финансовый центр РФ, который обладает диверсифицированным городским хозяйством и уникально развитым сектором услуг. В данном городе более высокий уровень благосостояния населения, который превышает средний уровень по стране. Рассматриваемый город является самым динамичным, растущим и привлекательным для инвестиций городом, ведущим центром международных связей, генерирующий новые связи и процессы межрегиональной интеграции мировой значимости.
Основными видами внешнеэкономической деятельности Москвы являются: торговля, привлечение иностранных инвестиций, научно-техническое сотрудничество, экспорт и импорт услуг. Но существующая структура учета статистики не позволяет получать точную количественную оценку вклада предприятий Москвы и других объектов экономики города в формирование внешнеэкономических и экспортных показателей РФ. Статистика таможни суммирует итоги внешнеэкономической деятельности всех участников ВЭД, которые зарегистрированы в регионе.
Для Москвы это говорит о том, что ее внешнеэкономические показатели создают не только компании города и другие субъекты экономики города, но и крупные нефте и газодобывающие корпорации, у которых в Москве располагаются офисы и вся деятельность производства реализуется в других регионах страны. Москва считается крупнейшим в стране экспортером продукции ТЭК (топливно-энергетического

комплекса).

3. Значение и роль межрегиональных торгово-экономических связей
Как определяет понятие международной торговли П. Д. Шимко, это «система международных товарно-денежных и экономических отношений, складывающаяся из внешней торговли всех стран мира» .
Современная международная торговля играет центральную роль в организации связей между странами, поскольку благодаря ей опосредуются все виды международного разделения труда. Международная торговля объединяет все страны мира в единую экономическую систему.
Объем международной торговли определяется суммированием объемов экспорта.
Функции международной торговли:
1. Благодаря международной торговле страны развивают свою специализацию.
2. Страны повышают производительность своих ресурсов.
3. Страны увеличивают общий объем производства.
Факторами развития международной торговли являются:
1. Развитие общемирового рынка для стандартизированных товаров;
2. Межгосударственные отношения в двадцатом веке между странами стабилизировались, стали более либеральными, уничтожены барьеры между государствами, появились зоны свободной торговли.
3. Появление международных торговых соглашений.
4. Развитие финансово-экономических организаций .
Определим основные формы международной торговли
1. Оптовая торговля.
Если мы рассматриваем развитые рыночные страны, то оптовая торговля у них представлена независимыми фирмами, которые заняты

1) Баринова В. А., Бортник И. М., Земцов С. П., Сорокина А. В., Инфимовская С. Ю. Анализ факторов конкурентоспособности отечественных высокотехнологичных компаний// Инновации. № 3 (197). 2015. С. 25–31
2) Василенко И. и др. Имидж России: концепция национального и территориального брендинга. - М.: Экономика, 2014.
3) Внешняя торговля Москвы по итогам девяти месяцев 2019 года// https://www.mos.ru/dvms/function/napravlenie-deyatelnosti/vneshneehkonomicheskaya-deyatelnost/ (дата обращения 12.04.2020)
4) Даниленко Л. Н. Мировая экономика/Л. Н. Даниленко. — М.: КноРус, 2016.
5) Марыганова Е. А. Макроэкономика : экспресс-курс/Е. А. Марыганова, С. А. Шапиро; Рос. акад. предпринимательства. — М.: КноРус, 2017.
6) Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 28.09.2018) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/
7) Тринка Л.И., Молчан А.С. Учетно-аналитическая информация участников внешнеэкономической деятельности в контексте гармонизации бухгалтерской практики // Экономический анализ: теория и практика. 2010. № 18. С. 26-31.
8) Шимко П. Д. Международная экономика / П. Д. Шимко, Н. И. Диденко; под ред. П. Д. Шимко. — М.: Юрайт, 2016
9) Anholt S. Nation brands of the twenty-first century // Journal of Brand Management. 1998. №5.P.395–406

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/referat/101314