Кр\_Организация хозяйственных связей

Стр\_34

[Введение](#_Toc20299142)

[1 Теоретические основы хозяйственных связей торговых предприятий в условиях рынка](#_Toc20299143)

[1.1 Сущность хозяйственных связей, факторы их формирования на предприятии](#_Toc20299144)

[1.2 Роль хозяйственных связей в деятельности предприятия](#_Toc20299145)

[2 Анализ хозяйственных связей предприятия](#_Toc20299146)

2.1 Характеристика деятельности предприятия

[2.2 Организация хозяйственных связей с поставщиками товаров](#_Toc20299148)

[2.3 Организация хозяйственных связей с покупателями](#_Toc20299149)

[3 Пути повышения эффективности хозяйственных связей предприятия](#_Toc20299150)

[Заключение](#_Toc20299151)

Список использованной литературы

# Заключение

В последние годы в Республике Казахстан предпринимательство динамично развивается. Развитие малого бизнеса способствует стабилизации экономических отношений, формированию внутренней конкурентной среды.

По результатам исследования темы курсовой работы можно сделать следующие выводы:

1) Экономические отношения определяются как совокупность отношений участников рынка, связанных с поставкой (передачей, обменом) товаров (и других имущественных прав), работ и услуг. Экономические отношения между поставщиками и покупателями товаров представляют собой систему отношений, которая включает в себя экономические, организационные, торговые, административно-правовые, финансовые и другие отношения, которые развиваются между предприятиями и поставщиками в процессе поставки товаров. Экономические отношения охватывают различные аспекты внешней среды компании, связанные с организацией распределения товаров: клиенты (поставщики и покупатели), специализированные посреднические организации (экспедиторские компании) и партнеры компании (финансово-кредитные учреждения).

# Библиография

1. Арутюнян, А.А. Основы ресурсосбережения/ 2015 – 600c.
2. Басконов, В.В. Экономика предприятия оптовой торговли и сферы услуг: Учебник для ВУЗов / В.В. Басконов. - М.: ИНФРА-М, 2014. 214 с.
3. Бунеева, Р.И. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий в оптовой торговле. – Москв.: Синтег, 2015. – 165 с.
4. Гиляровская, Л.Т. Комплексный системный анализ / Л.Т. Гиляровская и др. – М.: ТК Велби, Проспект, 2015. - 360 с.
5. Даненбург, А.В., Монкриф Р., Тейлор В. Основы торговли. - СПб.: Нева-Ладага Онега, 2014. - 265 с.