

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПОСЕРЕДНИЦЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Євтушенко Г.В., Росул Г.М.

*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
м. Харків*

Сучасний автомобільний ринок – актуальна сфера дослідження. Експорт нових легкових автомобілів у 1 кварталі 2012 р. у порівнянні з аналогічним періодом 2011 р. збільшився практично у 2,5 рази [1]. Популярною у Харківській області є компанія «Альфа Моторз» (офіційний дилер Honda).

Для проведення імпорتنих (закупівельних) операцій ТОВ «Альфа Моторз» використовує різні види договорів: поставки (товарний контракт), договір купівлі – продажу товарів, договір консигнації, договір комісії, тощо.

Недоліком в організації зовнішньоекономічної діяльності досліджуваного підприємства є відсутність відділу ЗЕД. Закупівельними операціями займається директор та відділ логістики.

Проект удосконалення організації операцій з імпорту ТОВ «Альфа Моторз» передбачає створення відділу ЗЕД, а у його межах відокремленої служби «Маркетинг – ЗЕД», основні функції якої: дослідження ринку, SWOT-аналіз діяльності підприємства, пошук оптимальних варіантів щодо закупівлі та збуту продукції, реклама, організація виставок, ярмарок, розробка проектів перспективних та річних планів, розрахунок рекламного бюджету і т.і.

Таким чином, в рамках створеного відділу ЗЕД передбачається здійснювати усі зовнішньоторговельні операції підприємства, а у межах служби «Маркетинг – ЗЕД» передбачається сформувати маркетингову зовнішньоекономічну стратегію підприємства, розраховану на довгострокову перспективу.

Література:

1. Союз-информ [Электронный ресурс] : сайт портала. – Режим доступа : <http://www.souz-inform.com.ua>

2. ТОВ «Альфа Моторз» [Електронний ресурс] : офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.honda.kh.ua>