

УДК 658.7:677.07

ОСОБЕННОСТИ И КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАКАЗОВ ТЕКСТИЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.А. ЮХИНА, В.В. ГРИШКИН

(Московский государственный текстильный университет им. А.Н. Косыгина)

Заказом принято называть предложение покупателя, потребителя изготовить, поставить, продать ему продукцию, товар определенного вида и качества или выполнить работу, оказать услуги [1]. Заказ должен содержать сведения о запрашивае-

мых товарах и услугах (количество, свойства), сроках его выполнения, виде и величине оплаты. Заказ обычно оформляется документально и считается принятым, если он подтвержден лицом, которому направлен, адресован.

Для организации работы предприятия под заказ необходимо учитывать особен-

ности заказа. Предлагаемая классификация заказов предприятия приведена в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

№ п/п	Классификационный признак	Виды заказа
1	Заказчик	Государственный заказ, муниципальный заказ, негосударственный заказ
2	Территория реализации заказа по отношению к исполнителю	Внутренние заказы Внешние заказы
3	Вид товара	Заказы на сырьевые и продовольственные товары Заказы на товары массового спроса Заказы на поставку машиностроительной продукции
4	Степень новизны товара	Заказы на разработку нового товара Заказы на номенклатурную продукцию
5	Размер заказа	Крупные, средние и мелкие заказы
6	Способ осуществления заказа	Заказы напрямую Заказы через посредника
7	Длительность заказа	Краткосрочные Среднесрочные Долгосрочные
8	Периодичность	Разовые Сезонные Регулярные Нерегулярные
9	Приоритет заказа	Текущие заказы Перспективные заказы
10	Собственник сырья	Заказы из сырья заказчика Заказы из сырья исполнителя

В зависимости от заказчика заказы бывают государственные, муниципальные и негосударственные. Государственный заказ выдается государственными органами на изготовление продукции, выпуск товаров, проведение работ, в которых заинтересовано государство. Он оплачивается из средств государственного бюджета. Заказ обычно выдается на конкурсной основе. Анализ исследований, посвященных заказам, показал, что государственные заказы являются наиболее изученными. Особенностью государственного заказа является то, что он размещается на основании конкурса, на который потенциальные производители – участники представляют свое экономическое обоснование. Сложностью анализа негосударственных заказов является отсутствие такой информации о потенциальном исполнителе до размещения заказа на предприятии, что существенно увеличивает риски заказчика.

Заказы бывают внутренние и внешние.

Внутренние, если заказываемые товары реализуются на территории страны, на которой находится исполнитель, и внешние – на территории других стран.

В зависимости от вида товара заказы бывают: на сырьевые и продовольственные товары, на товары массового спроса, на поставку машиностроительной продукции.

Чаще всего под сырьем понимают продукты добывающей промышленности и сельского хозяйства, а под основными материалами – продукцию обрабатывающей промышленности.

Статистика ООН относит к сырью продовольствие, сырьевые материалы (кожевенное сырье, каучук, лесопродукты, включая целлюлозу и бумагу, текстильные волокна и др.), руды и другие минералы, включая природные удобрения, топливные товары и цветные металлы. В то же время следует заметить, что черные металлы и продукты химии, пряжа, ткани относятся к

готовым изделиям [2].

Текстильное предприятие является заказчиком сырья и готовой продукции, которые оно использует в своем производстве, и в то же время само является производителем готовой текстильной продукции. Вследствие этого текстильному предприятию важно проводить оценку своих собственных заказов и заказов, размещаемых на данном предприятии, на выпуск и поставку готовых тканей.

Товары массового спроса (ТМС) – это готовые изделия потребительского назначения. Особенности мирового рынка товаров массового спроса:

- рынок ТМС чрезвычайно сегментирован не только по виду обращающихся товаров, но и по различным категориям покупателей (молодых и пожилых, богатых и менее состоятельных и т.п.);

- конъюнктура мирового рынка ТМС характеризуется превышением предложения над спросом;

- рынку ТМС присуще быстрое моральное старение товаров, в силу чего последние очень быстро заменяются новыми, более совершенными и дешевыми;

- в производстве ТМС преобладают малые и средние предприятия, которые более гибко реагируют на изменение рыночной конъюнктуры. Поскольку возможности их самостоятельного выхода на внешний рынок ограничены, они прибегают к услугам специализированных внешнеторговых посредников или заключают союзы с крупными ТНК;

- реализации потребительских товаров предшествует более активная рекламная кампания, чем другим товарным группам;

- практикуется продажа пробных партий товара для выявления реакции конечных потребителей.

Текстильное предприятие, работая под заказ, должно учитывать особенности мирового рынка товаров массового спроса, а именно то, что в настоящее время имеется устойчивое превышение предложения над спросом. Это диктует определенные требования к организации работы под заказ и влечет за собой следующие модификации: спрос трансформируется в потоки заказов, а

предложение – в систему запасов, из которых выполняются поступающие заказы. Организация производства на заказ на современном рынке потребителя должна основываться на логистическом подходе.

В своей деятельности текстильное предприятие осуществляет все виды сделок по приобретению сырья, оборудования для своих нужд и продаже текстильных товаров, используя все известные способы торговли как напрямую, так и через посредников.

Любой заказ на поставку ткани предполагает заправку оборудования определенным артикулом ткани, поэтому текстильное предприятие всегда заинтересовано в долгосрочных отношениях со своими заказчиками и в получении от них крупных заказов, что позволяет сократить затраты на частые перезаправки оборудования. Задача заключается в том, чтобы определить оптимальное количество и размеры заказов, выполняемых одновременно.

Для заказов российского текстильного предприятия характерны следующие особенности: они чаще всего являются негосударственными, внутренними, краткосрочными, выполняемыми из сырья заказчика, либо из сырья изготовителя. В любом случае и заказчику, и исполнителю важно оценивать эффективность размещения заказов на предприятии.

ВЫВОДЫ

Представлена классификация заказов и рассмотрены особенности заказов, размещаемых на текстильных предприятиях в современных условиях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 3-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М, 2000.

2. Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление: Учеб. пособие / Под ред. проф. Е.П.Пузаковой. – М.: Экономистъ, 2005.

Рекомендована кафедрой экономики. Поступила 01.02.08.