

по линии определяющего влияния торговли на формирование производственных заданий промышленных и сельскохозяйственных предприятий. Заказы торгующих организаций должны стать основой производственной программы промышленности. Только в таком случае производство будет в наибольшей степени соответствовать общественной потребности в товарах личного потребления.

Все это предполагает налаживание тесных связей между промышленностью и торговлей, повышение их обоюдной материальной ответственности, усиление роли цен и кредита в развитии и совершенствовании этих связей.

Б.П. Антропов

ПОТРЕБЛЕНИЕ ВЕРХНЕГО ТРИКОТАЖА НАСЕЛЕНИЕМ БССР

Трикотажная промышленность – одна из наиболее прогрессивных отраслей легкой промышленности. Трикотажные изделия обладают рядом преимуществ перед предметами из ткани в отношении эксплуатационных, эстетических и гигиенических свойств, и затраты на их производство на 25 – 50% ниже. Экономичность изготовления, высокая растяжимость, упругость, воздухо- и паропроницаемость, износоустойчивость – все это определяет производству верхнего трикотажа одно из главных мест.

Высокие потребительские свойства трикотажных изделий объясняют повышенный спрос на них. Если за 1956 – 1960 гг. населению республики было продано трикотажных товаров на 220,4 млн.руб., то за 1961 – 1965 гг. – на 383,4, а за 1966 – 1970 гг. – на 1004,4 млн.руб. Реализация трикотажных изделий в республике возросла с 133,8 в 1966 г. до 261,5 млн.руб. в 1970 г., или почти в 2 раза. В 1973 г. она составила 338,6млн.руб. и возросла по сравнению с 1965 г. в 3,3 раза.

Вместе с тем в последние годы наметилась тенденция замедления темпов роста продажи верхнего трикотажа, и в 1973 г. розничный товароборот превысил уровень 1972 г. только на 3,3%. Замедление это сопровождалось увеличением товарных

запасов. Так, в предприятиях государственной и кооперативной розничной торговли республики они возросли в 1973 г. по сравнению с 1968 г. почти в 3,6 раза. В 1972 г. запасы в розничных торговых предприятиях республики превысили норматив на 12, а в 1973 г. на 31 день торговли.

В этих условиях исключительно важное значение имеет анализ уровня потребления верхнего трикотажа населением республики.

Трикотажные изделия относятся к предметам многократного пользования, и период потребления большинства из них — больше года, поэтому под годовым потреблением имеется в виду износ изделия на протяжении данного периода.

ВНИИКСом при разработке рациональных норм потребления одежды и обуви на перспективу был определен и рациональный гардероб отдельных изделий верхнего трикотажа, дифференцированный по половозрастным признакам, на основе которого разрабатывались перспективные нормы потребления. Под рациональной нормой имеется в виду такое потребление в расчете на душу населения, которое необходимо для ежегодного возмещения износа изделий. Поэтому одним из значительных факторов, от которого зависит объем потребления трикотажных товаров, является срок их службы.

Статистические данные об уровне потребления населением трикотажных изделий, а также информация, характеризующая их наличие и сроки носки, отсутствуют, поэтому о примерном уровне потребления этих изделий можно судить на основании данных их продажи и материалов выборочного обследования.

В настоящее время население республики приобретает изделия верхнего трикотажа главным образом через розничную торговую сеть и предприятия бытового обслуживания. Если в некоторых республиках, особенно в прибалтийских, часть трикотажных изделий население потребляет за счет домашнего производства, то в Белорусской ССР этот источник весьма ограничен и практически на уровень потребления не влияет. Удельный же вес розничной сети и предприятий бытового обслуживания в общем объеме приобретения далеко не равнозначен.

Как видно из табл. 1, основная часть изделий верхнего трикотажа приобретается населением республики в государственной и кооперативной торговле, и только примерно 1/10 часть — в предприятиях бытового обслуживания.

Как изменилось фактическое годовое приобретение верхнего трикотажа населением можно видеть из данных табл. 2.

Таблица 1. Приобретение изделий верхнего трикотажа населением БССР за 1969 - 1973 гг.

Показатели	1969 г.		1971 г.		1973 г.	
	сумма, млн. руб.	% к итогу	сумма, млн. руб.	% к итогу	сумма, млн. руб.	% к итогу
Приобретено всего	179,4	100,0	225,1	100,0	262,9	100,0
В том числе:						
в розничной сети	159,8	89,1	201,5	89,5	234,9	89,4
в предприятиях бытового обслуживания	19,6	10,9	23,6	10,5	28,0	10,6

Таблица 2. Продажа верхних трикотажных изделий на душу населения республики по годам (1965 - 1973 гг.)

Год	Продано на сумму, руб.	Темпы роста, %	
		к 1965 г.	к предыдущему году
1965	7,5	100,0	100,0
1966	9,8	130,7	130,7
1967	12,6	168,0	128,6
1968	15,5	206,7	123,0
1969	17,8	237,3	114,8
1970	19,1	254,6	107,3
1971	21,1	281,3	110,5
1972	24,8	330,6	117,5
1973	25,4	338,6	102,4

Для характеристики уровня потребления трикотажных изделий более показательным является продажа их на душу населения не в денежном, а в натуральном исчислении. Количественный учет реализации трикотажных изделий в настоящее время не ведется.

По нашим расчетам, продажа трикотажных изделий за анализируемый период возросла с 0,42 шт. на душу населения в 1960 г. до 2,03 шт. в 1973 г., т.е. в 4,9 раза. Хотя этот расчет нельзя считать абсолютно точным, однако он показывает,

что продажа изделий верхнего трикотажа в количественном исчислении происходила несколько медленнее, чем в суммарном.

Среди потребляемого товара большую долю занимают изделия для женщин. Так, по данным опроса покупателей, проведенного сотрудниками Белорусского филиала ВНИИКСа в мае - июне 1974 г., в магазинах государственной торговли из всех купленных изделий предметы для женщин занимали по сумме 69,5%, в количественном исчислении 58,1%, в то время как для мужчин соответственно 19,6 и 20 и для детей 10,9 и 21,9%. При этом самая высокая средняя цена изделия для женщин была 33 р. 6 к., для мужчин - 27 р. 7 к., и для детей 14 р. 62 к.

Среди потребляемых населением республики изделий верхнего трикотажа по видам пряжи наибольший удельный вес приходится на предметы из чистшерстяной пряжи. Они, по данным опроса населения,¹ в суммарном исчислении составляли в исследуемом периоде 52,6, в количественном - 40,8%. При этом наблюдаются значительные колебания доли чистшерстяных и изделий из других видов пряжи в зависимости от половозрастного состава населения (табл. 3).

Из данных табл. 3 видно, что женщины предпочитают преимущественно изделия из чистшерстяной пряжи и меньше из синтетической и полушерстяной. Потребление мужчинами изделий по видам пряжи более равномерное, для детей же относительно много изделий покупается из синтетической пряжи.

Таблица 3. Структура реализации изделий верхнего трикотажа населением республики по видам пряжи

Показатели	Удельный вес в общем количестве, %							
	ч/шерстяная		полушерстяная		синтетическая		прочая	
	сум-ма	кол-во	сум-ма	кол-во	сум-ма	кол-во	сум-ма	кол-во
Реализовано изделий - всего	52,6	40,8	21,6	25,1	23,9	28,5	1,9	5,6
В том числе для:								
мужчин	43,2	32,3	34,8	36,5	17,8	23,1	4,2	8,1
женщин	55,9	45,0	16,9	19,6	26,9	32,8	0,3	2,6
детей	49,2	38,4	31,7	28,9	15,7	21,4	3,4	11,3

¹ По этим данным составлены табл. 3, 4.

Большие различия наблюдаются и в ассортиментной структуре реализации по видам изделий для взрослого и детского населения республики, о чем можно судить по данным табл.4. Так, среди верхних трикотажных изделий для мужчин наибольший удельный вес занимают джемпера, свитера и костюмы тренировочные (более 80% от общей суммы); среди женского ассортимента жакеты, джемпера и костюмы составляют 72,8% от общего количества. Обращает на себя внимание и то обстоятельство, что женщины, по сравнению с мужчинами, почти не покупают костюмов тренировочных (меньше 1% от общего количества купленных изделий). В ассортименте для детей наибольший удельный вес занимают костюмы – 37,5 от общего количества купленных изделий, 19,4% приходится на жакеты.

При анализе потребления трикотажных изделий представляют определенный интерес и мотивы предпочтения покупателями предметов верхнего трикотажа. Так, 18,6% опрошенным понравился фасон, 17,2 – качество изделия и вид вязки, 7 – отделка, 27,3 – цвет, 4,3 – купили потому, что не было других в продаже, 16,1 – устраивает цена, 8,8 – по совету продавца и 0,7% по другим причинам. Следует отметить, что в мотивах предпочтения выбора между представителями городского и сельско-

Таблица 4. Структура реализации верхнего трикотажа по видам изделий и половозрастным признакам населения, % к итогу

Наименование изделия	Мужчины		Женщины		Дети	
	кол-во	сум-ма	кол-во	сум-ма	кол-во	сум-ма
Жакет	12,4	15,0	35,5	37,7	19,4	18,8
Джемпер	31,6	28,9	19,0	10,2	8,9	7,0
Свитер	31,9	31,1	3,0	2,5	5,4	4,4
Костюм	-	-	18,3	28,8	27,4	37,2
Рейтузы	-	-	2,9	1,3	6,3	3,9
Платье	-	-	14,2	14,7	11,0	11,7
Костюм тренировочный	15,6	20,3	0,8	1,1	3,0	1,9
Брюки	3,6	1,8	4,3	2,6	7,7	4,9
Юбка	-	-	1,4	1,0	-	-
Блузка	-	-	0,6	0,1	-	-
Сорочка	4,9	2,9	-	-	0,9	0,6
Костюмы для детей сельского возраста	-	-	-	-	10,0	9,6

го населения больших расхождений не наблюдается. Наибольшие различия отмечаются лишь по качеству изделия и виду вязки: среди городского населения этот фактор составлял 18, против 13,8%; фактор цены среди городского населения составлял 8,5, в то время как среди сельского – 20,2%. Как для мужчин, так для женщин и детей, решающим мотивом выбора покупки является цвет изделия, причем наибольшую значимость он имеет среди детского (28,4% от общего количества факторов) и женского населения (27,2%); отделка изделия среди мужского населения играет небольшую роль (3,9% от всех факторов), в то время как среди женского ассортимента этот фактор занимает 8,2%.

При оценке уровня потребления населением любого товара главным показателем является сравнение его фактического потребления с научно установленными нормами. Для изделий верхнего трикотажа установлена рациональная норма потребления – 4,12 шт. на одного человека в год. Исходя из этого, на 1 января 1974 г. населением республики в целом потреблялось изделий 49,7% от рациональной нормы, причем наиболее полно удовлетворяются потребности детей в трикотажных изделиях (табл.5).

Хотя приведенные в табл.5 данные и не дают точного количественного выражения уровня потребления в настоящее время, тем не менее они в известной мере показывают степень удовлетворения потребности каждой половозрастной группы и

Таблица 5. Уровень потребления некоторых трикотажных изделий по половозрастному признаку населения, % к рациональной норме²

Наименование изделия	Мужчины	Женщины	Дети
Костюм	–	11,7	62,5
Платье	–	14,7	12,5
Сорочки	34,2	–	49,5
Свитера, джемпера	31,1	26,3	38,6
Костюм тренировочный	80,8	22,7	50,2
Брюки тренировочные	67,4	37,5	65,7

² Табл.5 составлена по материалам выборочного обследования.

свидетельствуют о том, что в республике имеются большие возможности по увеличению реализации верхнего трикотажа.

Обращает на себя внимание то обстоятельство, что степень обеспеченности потребностей мужчин в настоящее время выше, чем женщин, хотя фактическое потребление последними больше. Объясняется это главным образом более высоким уровнем установленных рациональных норм потребления у женщин, чем у мужчин. Потребление трикотажных изделий могло бы быть значительно выше, если бы полностью удовлетворялся спрос населения, ибо, как показали материалы опроса покупателей, спрос по некоторым видам изделий верхнего трикотажа еще не удовлетворяется (табл. 6).

Данные опроса завывают действительный уровень неудовлетворенного спроса. Этому во многом способствуют распыленность торговой сети по продаже изделий верхнего трикотажа и порядок проведения опроса покупателей, при котором невозможно избежать повторного счета. Тем не менее приведенные в табл. 6 данные свидетельствуют о наличии неудовлетворенного спроса на большинство изделий верхнего трикотажа.

Учитывая относительно высокую степень неудовлетворения спроса, значительный интерес представляет анализ причин, по которым покупатели не смогли приобрести необходимые товары. Основная из них — это отсутствие в магазине нужного изделия

Таблица 6. Удельный вес неудовлетворенного спроса населения республики на верхний трикотаж по видам изделий и половозрастным признакам (% к общему спросу)

Наименование изделия	Мужчины		Женщины		Дети	
	кол-во	сум-ма	кол-во	сум-ма	кол-во	сум-ма
Жакет	54,2	36,3	39,1	40,9	32,8	28,3
Джемпер	53,6	56,2	36,4	39,9	46,4	44,7
Свитер	35,1	55,7	25,0	21,8	51,3	55,6
Костюмы	-	-	46,9	54,1	40,9	41,3
Рейтузы	-	-	27,8	43,9	8,6	6,3
Платье	-	-	48,1	51,6	24,1	23,7
Костюм тренировочный	45,5	42,8	36,4	31,1	26,7	40,8
Брюки спортивные	53,8	50,8	26,9	37,9	63,4	60,7
Сорочка	37,5	41,1	-	-	40,0	27,8

Таблица 7. Структура неудовлетворенного спроса покупателей по размерам, % к итогу

Размер	Мужской ассортимент				Женский ассортимент			
	жакет	джер-пер	свитер	костюм тренировочный	жакет	джер-пер	костюм	платье
42	-	-	-	-	0,5	1,0	-	-
44	-	5,3	9,2	2,5	7,2	12,7	11,0	9,4
46	8,9	12,3	11,1	17,5	8,7	21,2	14,7	12,5
48	20,2	17,0	24,1	12,5	15,9	24,5	20,3	28,2
50	24,1	21,4	29,3	17,5	13,5	15,9	15,4	17,9
52	17,9	20,3	7,0	20,0	11,1	11,7	18,9	14,5
54	11,1	12,3	11,8	15,0	13,4	9,6	10,5	5,8
56	11,1	9,6	7,5	2,5	17,7	3,4	6,9	8,5
58	4,5	1,8	-	12,5	6,7	-	1,4	2,2
60	2,2	-	-	-	5,3	-	0,9	1,0
И т о г о :								
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

или размера и роста. По этой причине не смогли удовлетворить свою потребность более половины из всех опрошенных (55,9%); 11,7% не приобрели вещь из-за того, что не понравился фасон; 4,7 – не удовлетворились качеством и видом вязки; 3,9 – отделкой; 19,7 – цветом; 4,5 – не устроила цена и 0,8% не купили изделие верхнего трикотажа по другим причинам. При этом значительных различий в причинах по мужскому и женскому ассортименту не было.

Анализ структуры неудовлетворенного спроса по размерам изделий (табл. 7) убеждает, что чаще всего в продаже отсутствуют наиболее ходовые 48 и 50 размеры, а также некоторые изделия и больших размеров. Эти данные свидетельствуют о важности соблюдения промышленными предприятиями установленной шкалы размеров и ростов при поставке верхнего трикотажа в розничную сеть республики.

Знание уровня и структуры потребления верхнего трикотажа позволит полнее и с меньшими затратами удовлетворять постоянно возрастающие в них потребности городского и сельского населения нашей республики.