

## AUDINIŲ PREKYBA IR JĄ SKATINANTYS BEI STABDANTYS VEIKSNIAI

A. MACELYTE

TSKP XXIII suvažiavimo direktyvose yra nurodyta: „Prekybos darbuotojai turi geriau tirti gyventojų paklausą liaudies vartojimo prekėms, skirstyti prekių fondus pagal šalies rajonus, atsižvelgdami į paklausos pakitimus, o taip pat į sezono bei klimato sąlygas ir nacionalines ypatybes.“<sup>1</sup>

Norint šiuos uždavinius išspręsti, reikia sistemingai, visapusiškai tirti atskirų plataus vartojimo prekių rinkas, dialektinę jų tarpusavio sąveiką. Be to, turi būti skiriama žymiai daugiau dėmesio vieni kitas pakeičiančių prekių rinkų specifiniams ypatumams išaiškinti ir tirti. Tik gerai žinant visų prekių realizavimo sąlygas, galima tiksliau numatyti ir apskaičiuoti gyventojų paklausos vystymosi tendencijas bei kryptis.

Turėtų būti giliau tyrinėjamos audinių, drabužių, trikotažo rinkos.

Audinių ir gatavų drabužių apyvarta priklauso nuo įvairių rinkos sąlygų ir konjunktūrinio pobūdžio veiksnių, su kuriais nesiskaityti negalima.

Ligi šiol daugelis ekonomistų savo mokslo darbuose audinių ir drabužių paklausos santykio kitimo tendenciją ir jos perspektyvą aiškina, daugiausia remdamiesi mažmeninės apyvartos dinamikos duomenimis, t. y. realizuota paklausa (kaip pasekme). Tais atvejais, kai mokslo darbuose nagrinėjami ir tam tikrą aprangos prekių paklausos santykį nulėmusieji veiksniai (kaip priežastis), apžvelgiama plataus vartojimo reikmenų, tame tarpe ir aprangos prekių, gamybos augimo, gyventojų realaus perkamojo pajėgumo didėjimo ir kiti bendri, tinkantys bet kurių prekių rinkoms analizuoti veiksniai.

Suprantama, šių darbų vertė ir svarba yra neginčijama. Tačiau, kad ir kaip plačiai bebūtų tiriama bendrų pagrindinių prekių pirkimą-pardavimą apsprendžiančių veiksnių įtaka, vis tiek tai neatskleidžia įtakos specifinių veiksnių, kurie susiję tik su vienos paskirties ir tą patį poreikį tenkinančiomis prekėmis.

Kiekvieną tokių prekių grupių veikia lyg ir antros pakopos veiksniai, kurie mažina paklausą arba skatina pirkti vieną arba kitą šių prekių jų savitarpio pakeičiamumo rėmuose.

Aprangos prekių rinkų klausimams skirtoje literatūroje šio pobūdžio veiksniai iš esmės dar nenagrinėti, ir minimi tik tie, kurie veikia prekybos gatavais drabužiais „naudai“. Kai kurie ekonomistai, remdamiesi siuvimo pramonės gamybinių pajėgumų augimu bei kai kuriais veiksniais, skatinan-

<sup>1</sup> TSKP XXIII suvažiavimo direktyvos dėl 1966–1970 metų penkmečio plano TSRS liaudies ūkiui vystyti, Vilnius, 1966, p. 40.

čiais pirkti gatavus drabužius, teigia, kad gatavų drabužių pardavimo gyventojams lyginamasis svoris labai sparčiai augs ir toliau<sup>1</sup>.

Deja, praktika šio teiginio pilnai nepatvirtino. Aprangos prekės, kaip pakeičiančios vienos kitas, yra veikiamos daugelio įvairių ir prieštaringų veiksnių. Spręsti apie šių prekių paklausos vystymosi tendencijas, remiantis vien siuvimo pramonės gamybinių pajėgumų išvystymo planais bei skatinančiais pirkti gatavus drabužius veiksniais, mūsų nuomone, yra metodologiškai neteisinga.

Žinomi mūsų šalies ekonomistai F. Krutikovas, A. Fainickis ir kiti įtikinamai įrodė, kad gyventojų vartojimas priklauso nuo daugelio veiksnių, ir visus juos numatyti plane neįmanoma. Vadinasi, neįmanoma visiškai tiksliai numatyti planuose ir gyventojų paklausos judėjimo. Be ekonominių veiksnių, paklausą prekėms taip pat veikia fiziologiniai, moraliniai-psichologiniai veiksniai, dėl kurių subjektyviai vertinama prekių kokybė, skirtingai reaguojama į madas, reklamą ir kt.

Literatūroje neišryškintos ir pačių audinių, kaip vartojamosios vertės, specifinės ypatybės, todėl iki šiol dar netyrinėtos ir atitinkamos audinių prekybos rinkos pusės.

Svarbiausia specifinė audinių ypatybė yra ta, kad aprangos poreikis, nusipirkus audinį, dar nėra patenkinamas. Audinio pirkimas — tai tik pradinis etapas. Galutinis šio poreikio patenkinimas priklauso dar nuo keleto ar net daugelio labai skirtingų veiksnių: nuo individualaus drabužių siuvimo ateljė darbo organizavimo ir kokybės, sugebėjimo drabužį pasiūdinti savo jėgomis, apsirūpinimo siuvamosiomis mašinomis, sukirpimo stalų paruošimo būvimo ir t. t. Todėl turėtų būti plačiau tyrinėjamos ir kitos, esančios už prekybos ribų, sritys. Autorė nepretenduoja šiame straipsnyje išsamiai išnagrinėti visus audinių rinkoje veikiančius veiksnius.

Straipsnio tikslas paskatinti kitus ekonomistus nagrinėjimą šią kryptimi praplėsti, papildyti bei patikslinti.

Svarbiausius, mūsų nuomone, veiksnius, turinčius įtakos audinių (arba drabužių) pirkimui, sugrupavome į **stabdančius** ir **skatinančius**.

### Stabdantys audinių pirkimą veiksniai

Svarbiausieji iš jų yra tokie:

1. Siuvimo ir trikotažo pramonės šakų gamybinių pajėgumų augimas.
2. Siuvimo pramonės pirmenybinė teisė gauti audinius.
3. Vartojimo kaštų ekonomija, perkant gatavą drabužį.
4. Tapatingas audinių ir drabužių asortimentas prekyboje.
5. Gamybinių pajėgumų nepakankamumas individualaus drabužių siuvimo įmonėse.
6. Pasitaikanti žema darbo kokybė, vykdant užsakymus ateljė.
7. Vis didesnis moterų įsijungimas į visuomeninį darbą.
8. Piniginių lėšų ekonomija.

Kiekvieną aukščiau nurodytų veiksnių apibūdinsime plačiau.

1. Siuvimo ir trikotažo pramonės gamybinių pajėgumų augimas ir jų išleidžiamos produkcijos apimties bei asortimento didėjimas, atrodo, turi didžiausią įtaką audinių pirkimo mažėjimui.

<sup>1</sup> И. И. Чикова, Торговля швейными изделиями.— Автореферат диссертации на соискание степени кандидата экономических наук, Москва, 1961 г. Б. Ф. Мокленко, Народное потребление и основные тенденции его развития в период развернутого строительства коммунизма.— Диссертация на соискание степени кандидата экономических наук, Москва, 1964 г., и др.

Tiesa, remdamiesi tuo, kad neįmanoma gatavų drabužių ir viršutinio trikotažo suaugusiems bei jaunimui nei pagal kiekį nei pagal struktūrą užplanuoti taip, kad pilnai atitiktų paklausą, nelaikome audinių pirkimo mažėjimo tiesiog proporcingu gatavų drabužių ir trikotažo gamybos augimui. Bet nepaisant to, jau dabar dalis siuvimo ir trikotažo pramonės gaminių vartojami beveik be konkurencijos. Trikotažiniai drabužėliai mažiems vaikams, daugelis marškinių ir sportinio trikotažo gaminių pavadinimų suaugusiems ir jaunimui turi visišką monopoliją. Beveik be konkurencijos perkami ir kai kurie gatavi drabužiai, pavyzdžiui, lietai, striukės. Vis plačiau vartojami serijinės gamybos marškiniai, darbinės kelnės. Be to, ateityje bus daugiau vartojama ir kai kurių kitų drabužių.

Nagrinėjant kitus būdingus šioms viena kitą pakeičiančioms prekėms veiksnius, plačiau atsiskleis ir įvairios šio veiksnio pusės.

2. Mažėja audinių paklausa ir dėl to, kad audiniai prekybos ir siuvimo pramonės įmonėms teikiami nevienodai. Siekiant sudaryti palankias sąlygas siuvimo pramonei vystytis, buvo priimtas nutarimas dėl pirmenybinio jos aprūpinimo audiniais. Šis nutarimas automatiškai vertė prekybos įmones prekiauti tik tais audiniais, kurie nepatraukė siuvimo pramonės darbuotojų dėmesio, taip pat antros, trečios ir ketvirtos rūšių audiniais, nes siuvimo pramonė ima tik pirmos rūšies audinius.

Ryšium su pirmenybiniu siuvimo pramonės aprūpinimu dažnai į prekybą nepatenka gana daug audinių artikulų. Suprantama, tai liečia visų pirma turinčius didžiausią paklausą audinius. Šią administracinę priemonę laikome audinių pirkimą stabdančiu veiksmu.

Siuvimo pramonės gaminiai, deja, ne visiškai atitinka vartotojų keliamus reikalavimus. Atskirais metais nukainojimui pateiktų drabužių bendra suma buvo didesnė už nukainojamų audinių kainų sumas, nors siuvimo pramonė ima tik geriausius audinius (žr. I lentelę, p. 51).

Šitaip nukainojant drabužius, pasireiškia dar vienas audinių pirkimą stabdantis užslėptas specifinis veiksnys, kaip neišvengiamas nukainotų gatavų drabužių pardavimas už kainą, žemesnę, negu drabužio tikroji vertė. Kaip tai suprasti, parodysime pavyzdžiu. Tarkime, kad nukainojamas neturintis paklausos paltinis audinys ir iš tokio pat audinio pasiūtas paltas. Audinio nukainojimas tuo ir baigiasi. Tuo tarpu nukainojant drabužį, kartu nukainojami ir morališkai nepasenę elementai, kaip pamušalas, klijuotė, kišenės, siūlai, sagtys, sagos, įvairios juostelės ir kita.

Siuvimo fabriekų susivienijimo „Lelija“ 1966 metų gamybos kai kurių drabužių kainoraščių vidutinės mažmeninės kainos elementų dydžiai bei jų santykis parodytas 2 lentelėje (p. 52).

Atkreipkime dėmesį į 12-tą poziciją, kur parodytas drabužio viršutinio audinio kainos lyginamasis svoris jo mažmeninėje kainoje. Kaip matyti, žieminių paltų viršaus audinys sudaro tik 31—37% jų vidutinės mažmeninės kainos.

Tarkime, kad audinys nukainojamas 50%, ir iš jo pasiūtas drabužis yra kaip tik tokio dydžio, tokios pat sudėties ir mažmeninės kainos, kaip parodyta 2 lentelės pirmoje eilutėje, ir palyginkime nukainojimo rezultatus:

	Pradinė mažmeninė kaina, rb	Nukainavi- mo suma, rb
Gatavas drabužis....	86,75	43,37
Audinys (drabužio viršui).....	32,06	16,03

Audinio nukainojimo suma — 16,03 rb, o iš tokio pat audinio gatavo drabužio nukainojimo suma — 43,37 rb. Vadinasi, nukainojant gatavą drabužį, be jo viršaus, 27,34 rb ( $43,37 - 16,03 = 27,34$ ), buvo nukainotos ir kitos medžiagos, kurias nukainoti nebuvo reikalo. Kitaip tariant, 63% drabužių nukainojimo sumos sudaro vertė kitų moraliai nepasenusių priedų, kurie buvo nukainoti dėl drabužio, kaip prekės, specifikos ( $27,34 = 63\%$ ;  $16,03 = 37\%$ ). Šiuo atveju pirkėjus privileija drabužio pigumas, ir tai stabdo audinių pirkimą.

3. Vienas iš labiausiai audinių pirkimą stabdančių veiksnių yra vartojimo kaštų ekonomijos veiksnys. Jo įtaka, žinoma, gali būti apskaičiuota tik pagal konkretaus miesto sąlygas: atsižvelgiant į transporto linijų tinklo išdėstymą, parduotuvių nuotolį nuo atskirų miesto rajonų, aptarnavimo formas parduotuvėse, individualaus siuvimo įmonių tinklo išdėstymą ir kt. Straipsnyje pateikiami apytikriai palyginimai, apskaičiuoti Vilniaus miesto sąlygomis, turint galvoje, kad prekyba drabužiais ir audiniais vyko gana sklandžiai, taip pat tai, kad individualaus siuvimo ateljė ar siuvyklose klientai aptarnaujami neblogai.

Remdamiesi keleto betarpiškų stebėjimų medžiaga ir pokalbiais su individualaus siuvimo ateljė klientais, apytikriai apskaičiavome laiko sąnaudas, reikalingas siūdinantis drabužį individualiai ir perkant gatavą serijinės gamybos drabužį (žr. 3 lentelę, p. 52).

Sie apskaičiavimai, suprantama, yra tik apytikriai, nes praktiškai būna žymių nukrypimų nuo šio laiko sąnaudų vidurkio. Ypač nevienodos gyventojų laiko sąnaudos, reikalingos priedams (kailinė apykaklė, pamušalas, klijuotė, sagos ir t. t.) įsigyti. Dalį šių priedų klientas gali įsigyti siuvykloje. Tačiau individualaus drabužių siuvimo ateljė paprastai nebūna įvairių spalvų ir atspalvių pamušalo, plataus kailinių apykaklių, sagų, sagčių asortimento. Pirkėjui tenka jų ieškoti įvairiose specializuotose parduotuvėse arba net turgavietėje. Pasitaiko, kad ateljė negali aprūpinti ir plaukine klijuote, kuri Vilniuje pardavinėjama tik vienoje vietoje — kolūkiniame turguje, kioske.

Vadinasi, Vilniaus gyventojas, pirkdamas gatavą suknelę, sutaupo maždaug 4 val. 50 min., paltą, kostiumą — 6 val. 30 min.

Taigi, netenka abejojti, kad vartojimo kaštų ekonomijos veiksnys turi didelę įtaką audinių pirkimo mažėjimui.

4. Prie stabdančių veiksnių reikia priskirti ir tapatybinį audinių asortimentą, esantį prekybos ir siuvimo pramonės įmonėse. Mugėse tiek siuvimo pramonei, tiek audinių prekybai pateikiami tie patys audinių pavyzdžiai (stenduose, albumuose), ir tokiu būdu nemažai tų pačių audinių neišvengiamai patenka į siuvimo pramonės ir audinių prekybos su pramone sutartis ir specifikacijas. O vėliau ir audiniai ir iš jų gatavi drabužiai patenka į prekybos tinklą. Tam tikra dalis pirkėjų vengia drabužių „uniformos“ ir neperka audinių, iš kurių siuvami serijinės gamybos drabužiai.

5. Audinių pirkimą stabdo ir tai, kad ateljė ir dirbtuvės dėl riboto pajėgumo ir labai didelio darbo krūvio negali operatyviai įvykdyti klientų užsakymų. Iš individualaus drabužių siuvimo įmonių užsakymų priėmimo ir atidavimo registracijos knygų matyti, kad pavasario ir rudens sezonų metu nuo užsakymų įforminimo iki jų galutinio atlikimo praeina du tris kartus daugiau laiko, negu numatyta taisyklėse<sup>1</sup>. Todėl dažnai drabužis būna tam sezonui nebereikalingas.

6. Audinių mažiau perkama ir dėl to, kad individualaus drabužių siuvimo įmonėse užsakymų atlikimo kokybė ne visada klientus patenkina.

<sup>1</sup> Individualių užsakymų priėmimo ir įvykdymo taisyklėse užsakymui įvykdyti numatyta tokia trukmė: viršutiniams drabužiams (paltams, kostiumams) iki vieno mėnesio, suknelėms — 12—15 dienų.

Drabužis turi būti užbaigtas po dviejų primatavimų, o trečią kartą jis primatuojamas jau atiduodant klientui. Tačiau to ne visada pakanka. Esti atvejų, kai draubužis patenkinamai pasiūvamas tik po vieno ar net dviejų papildomų primatavimų. Konkrečių, skaičiais išreikštų duomenų apie individualaus drabužių siuvimo įmonių darbo kokybę pateikti negalime, nes pakartotiniai meistrų ir klientų pasimatymai nežymimi. Tačiau nėra abejonės, kad pasitaikanti žema užsakymų atlikimo kokybė neskatina pirkti audinių.

7. Prie stabdančių veiksnių priskirtinas vis aktyvesnis gyventojų, ypač moterų, įsijungimas į visuomeninį darbą. Dėl to, žinoma, lieka mažiau laisvo laiko, reikalingo drabužiams siūti namie arba individualaus siuvimo įmonėse.

Aktualus klausimas — siuvėjo privatininko įtraukimas į visuomeninę gamybą. Norėdama nukonkuruoti privatininką, respublikos Plano Komisija Buitinio aptarnavimo ministerijos iniciatyva patvirtino sumažintas individualaus siuvimo kainas, kurios pradėjo veikti nuo 1965 m. liepos 15 d. Tai veiksminga ekonominė priemonė, skatinanti privatininką įsijungti į visuomeninę gamybą, o jo klientūrą — naudotis individualaus siuvimo organizacijų paslaugomis arba pirkti gatavus drabužius.

Kiek per tą laikotarpį sumažėjo privatininko įtaka, tiesioginių duomenų nėra. Tačiau tam tikras tendencijas galima pastebėti iš audinių mažmeninės apyvartos ir individualaus siuvimo įmonių darbų apimties augimo tempų (žr. 4 lentelę, p. 53). Apyvarta per 4 metus padidėjo 1,1%, o darbų vertė — 51,6%.

Iš 4 lentelės matyti, kad 1966 metais, kai individualaus siuvimo įmonės jau ištisus metus dirbo pagal sumažintas kainas, darbų vertės apimtis padidėjimas, palyginus su kitais metais, buvo didžiausias ir sudarė 871,2 tūkst. rb. Tai rodo, kad individualaus drabužių siuvimo kainų sumažinimas yra veiksnys, skatinantis pirkti audinius.

Tačiau individualaus siuvimo kainų sumažinimas vaidino ir kitą vaidmenį. Nors apskritai individualaus siuvimo įmonių darbų apimtis išaugo ir įmonės dirbo rentabiliai, bet, sumažinus siuvimo kainas, kai kurių drabužių, pavyzdžiui, suknelių, sijonų, palaidinukių, chalaty siuvimas tapo nuostolingas.

8. Daugelio specialistų nuomone, perkant serijinės gamybos drabužius, sutaupoma nemažai laiko ir pinigų. Tačiau dėl eilės aplinkybių kai kurie serijinės gamybos drabužiai nėra pigesni už siūtus individualiai, o po 1965 metų individualaus siuvimo kainų respublikoje sumažinimo kai kurių serijinės gamybos drabužių brangumas dar labiau išryškėjo. Drabužių serijinės gamybos ir individualaus siuvimo kainų santykis parodytas 5 lentelėje (žr. p. 53).

Remiantis keliais serijinės gamybos paltų ir kostiumų (48—50 dydžių) kainoraščiais, vienu moteriškų suknelių kainoraščiu, buvo stengiamasi kuo tiksliau apskaičiuoti, kiek kainuotų visiškai toks pat drabužis, pasiūtas iš atitinkamo audinio individualiai.

Rezultatai buvo gauti įvairūs ir nelaukti.

Išaiškėjo, kad visi aukščiausios kokybės serijinės gamybos drabužiai brangesni, negu tokie patys, pasiūdinti individualaus siuvimo pirmos kategorijos ateljė. Antai serijinės gamybos moteriški žieminiai paltai brangesni už pasiūdintus individualaus siuvimo ateljė nuo 6—7 rublių iki 10—12 rublių, VI—VII ūgio vyriški kostiumai — nuo 7—9 rublių iki 15 rublių. Lyginant 52—54 dydžių drabužius, šie skirtumai būtų dar didesni.

Paprastos ir pagerintos kokybės serijinės gamybos drabužių kainos yra mažesnės, negu pasiūtų individualaus siuvimo pirmos kategorijos

ateljė. Išimtį sudaro tik drabužiai iš lengvų audinių; jų kainos prilygsta kainoms, kai siuvama individualiai.

Dar kitoks rezultatas buvo gautas, paanalizavus moteriškų suknelių kainoraštį 130. Palyginus 48—50 dydžių serijinės gamybos suknelių kainas su tokių pat individualiai pasiūtų suknelių kainomis, matyti, kad visos serijinės gamybos suknelės iš audinių, kurių 1 m kainuoja daugiau kaip 7,50 rb, yra brangesnės nuo 3 iki 21 rb, o iš audinių, kurių 1 m kainuoja mažiau kaip 7,50 rb, pigesnės, negu pasiūtos individualaus siuvimo įmonėse.

Todėl kalbėti apie piniginių lėšų ekonomijos veiksnį, kaip stabdantį audinių prekybą, kol kas galima tik iš dalies.

Veiksnių, stabdančių audinių pirkimą, suprantama, yra žymiai daugiau. Čia išvardyti tik patys svarbiausieji. Toliau apžvelgsime antrąją veiksnių grupę.

### Veiksniai, skatinantys pirkti audinius

Veiksniai, kurie sukelia audinių pirkimo poreikį, yra šie:

1. Nacionaliniai-tradiciniai papročiai ir apskritai įprotis siūdintis drabužius iš audinių.

2. Piniginių lėšų ekonomija, susidaranti kai kuriuos drabužius siūdinantis individualiai.

3. Ribotos siuvimo pramonės įmonių galimybės operatyviai tenkinti gyventojų paklausą.

4. Dalies gyventojų antropometrinis figūrų nukrypimas nuo standartuose numatytų dydžių skalės.

5. Madų įtaka.

6. Prekybos galimybė pateikti įvairesnių audinių, palyginus su gatavais drabužiais.

7. Individualaus siuvimo įmonių tinklo spartus vystymas ir darbo gerinimas.

8. Drabužių siuvimas asmeniškai, savo jėgomis bei esančios tam realios galimybės (apsirūpinimas siuamosiomis mašinomis ir pan.).

9. Teikimas papildomų patarnavimų (pavyzdžiui, sukirpimo stalai).

10. Audinių gamybos technologijos trūkumai.

11. Reklama ir informacija.

Suprantama, čia pateiktas veiksnių sąrašas yra nepilnas. Tai tik labiausiai pastebimi ir lengviausiai apibūdinami veiksniai.

1. Nacionaliniai-tradiciniai papročiai konkrečiai mūsų respublikoje kaip veiksnys, skatinantis pirkti audinius, nedaug tepasireiškia. Nacionalinių-tradictinių veiksnių įtaka šiuo aspektu daugiau pastebima Pietinėse Azijos respublikose. Tačiau aprangą siūdintis iš audinių įprasta ir mūsų respublikoje. Pavyzdžiui, vien įpročiu galima paaiškinti vyriškų paprastų marškinių siuvimą kaime savo jėgomis iš nupirktų audinių.

Pailiustravimui apskaičiavome pilną marškinių, siuvamų savo jėgomis iš labiausiai tinkamų kaimo gyventojams audinių (art. 1235 ir art. 1234), savikainą ir palyginome su serijinės gamybos gatavų marškinių, pasiūtų iš tų pačių audinių, mažmenine kaina.

Marškiniams (ilgomis rankovėmis) pasiūti reikia 2,5 m audinio, 8 sagų, siūlų ir gabalėlio drobelės (pastarąjį galima, žinoma, atrasti namie). Audinio, kurio artikulų 1235, vieno metro kaina — 1,64 rb, audinio, kurio artikulų 1234 — 1,56 rb; viena saga kainuoja 2 kp, siūlai — apie 4 kp. Tokiu būdu marškinių savikaina, siuvant individualiai, yra tokia:

iš audinio, kurio artikulų 1235 — 4,30 rb,

iš audinio, kurio artikulų 1234 — 4,10 rb.

Serijinės gamybos marškinių mažmeninė kaina yra tokia: iš audinio, kurio artikulius 1235 — 4,72, rb, iš audinio kurio artikulius 1234 — 4,51 rb.

Vadinasi, gyvasis darbas, įdėtas į marškinių siuvimą individualiai, įvertinamas 0,42 (4,72—4,30) ir 0,41 (4,51—4,10) rublio. Prie šios individualaus siuvimo marškinių savikainos pridėjus siuvamosios mašinos amortizacijos, išlaikymo ir kai kurių menkniekių (kaip kreida ir kt.), reikalingų siuvant, kaštus, iš tiesų nelieka abejonės, kad įprotis tenkinti aprangos poreikį audiniais yra realus, skatinantis jų pirkimą, veiksnys.

2. Kaip jau minėta, piniginių lėšų ekonomijos veiksnys vienais atvejais audinių pirkimą stabdo, kitais — skatina. Kadangi aukščiau apie tai jau kalbėta ir pateikta duomenų, čia plačiau nebesustosime.

3. Skatinantis audinių pirkimą veiksnys yra ribota siuvimo pramonės galimybė operatyviai tenkinti gyventojų paklausą.

Šis galimybių ribotumas pasireiškia keliais aspektais. Pirma,— tai nepakankamas siuvimo pramonės gamybinių pajėgumų išsivystymas. Antra, ribota galimybė siuvimo pramonėje panaudoti visą audinių asortimentą. Šiuo metu nėra galimybės pasiūti pakankamai visų dydžių ir ūgių drabužių netgi iš jau užsakytų siuvimo pramonės visų artikulių, spalvų, piešinių audinių. Trečia, ribota pramonės galimybė ir drabužių fasonų atžvilgiu. Tiesa, perėjus į naują planavimo tvarką ir užmezgus tiesioginius ryšius su prekybinėmis įmonėmis, siuvimo pramonės išleidžiamų gaminių, fasonų asortimentas kasmet didėja. Tačiau pramonė negali pateikti tiek daug drabužių fasonų, įvairiausių jų variantų, kuriuos vartotojas gali pasigaminti individualiai. Todėl nuomonė, kad serijinė gamyba pirmiausia turi būti nukreipta tik kasdieninio vartojimo drabužiams siūti, yra visiškai teisinga.

Tam tikrų artikulių, spalvų, piešinių audinių paklausa yra tvirta, iš anksto žinoma (pavyzdžiui juodos spalvos audinys žieminiams paltams „Buklė“, artikulius 1509).

Per tą laikotarpį, kai siuvimo pramonė pagal pirmenybinę teisę paima visą arba beveik visą šio artikulo audinių produkciją, vartotojas priverstas naudotis tik siuvimo pramonės paslaugomis. Žinoma, tai yra neteisinga, nes kaip buvo parodyta anksčiau, serijinės gamybos (kainoraštis 601) paltas iš šio audinio kainuoja brangiau, negu jį siūdinantis individualaus siuvimo ateljė. Verta prisiminti dar ir tai, kad siuvimo pramonės įmonių pelno lygis yra gana aukštas (žr. 2 lentelės 9 poziciją, p. 52).

4. Prie tos pačios grupės veiksnių reikia priskirti tam tikros gyventojų dalies antropometrinių figūrų nukrypimą nuo standartais numatomų vidutinių dydžių ir ūgių. Tokių asmenų vartotojų tarpe buvo ir bus, nes figūrų dydžių ir ūgių nukrypimai nuo vidutinių yra sąlygojami genetinio paveldėjimo, nutukimo, suliesėjimo, sužalojimo ir kitų veiksnių.

Be to, dar reikia atkreipti dėmesį į tai, kad žmonių figūrų dydžių nukrypimai nuo vidutinių, numatytų standartuose, pasireiškia labai įvairiai, detalėse. Suprantama, kad vystyti tokių, savo dydžiais žymiai nukrypstančių nuo standartų, drabužių serijinę gamybą yra ekonomiškai netikslinga. Tokių vartotojų paklausa turi būti nukreipta į prekybą audiniais ir individualaus drabužių siuvimo ateljė.

5. Mada, kaip skatinantis veiksnys, visų pirma pasireiškia tuo, kad individualaus drabužių siuvimo ateljė gali žymiai greičiau prisitaikyti prie naujos mados, negu siuvimo pramonė. Individualaus drabužių siuvimo įmonės gali pradėti siūti naujų siluetų, fasonų drabužius tuojau po to, kai tik išleidžiami nauji madų žurnalai, pademonstruojamos Modelių namuose naujos drabužių mados, parodomi nauji drabužių fasonai užsienio kino filmuose, televizijos laidoje ir panašiai. Tuo tarpu serijinė gamyba negali taip greitai pateikti pirkėjui naujų siluetų, fasonų drabužių.

Antra, kylaŭt gyventojų materialiniam ir kultūriniam lygiui, išauga ir gyventojų poreikiai. V. Leninas tokį gyventojų poreikių didėjimą apibūdino kaip dėsningą reiškinį. Suprantama, kad šis dėsningas gyventojų poreikių didėjimas pasireiškė įvairiomis kryptimis. Žinoma, išaugs reikalavimai ir aprangos reikmenims. Drabužiai „uniformos“ ateityje vis labiau neteks paklausos. Net ir pateikdama aukštos kokybės gaminius, pramonė niekad negalės prilygti vartotojų, ypač moterų, išradingumui. Tai ypač liečia išėiginius drabužius, kurie turi žmogų puošti, išryškinti jo individualias ypatybes, pabrėžti tai, kas gražu.

Tāigi, šiais aspektais mada, mūsų nuomone, yra skatinantis pirkti audinius veiksnys.

6. Prekybą audiniais palankiai veikia dar ir tai, kad jų galima pateikti vartotojui platesnį asortimentą, palyginus su siuvimo pramone. Tokia galimybė atsiranda, kai didmeninės prekybos grandyse susidaro nedideli atskirų artikulų audinių kiekiai, kurie nepatenkina serijinės gamybos reikalavimų, pavyzdžiui, tam tikra importinių audinių dalis, eksperimentiniai audiniai, decentralizuotų supirkimų bei apsikeitimų tvarka gauti audiniai ir t. t.

7. Prekybą audiniais skatina ir individualaus drabužių siuvimo įmonių skaičiaus bei jų gamybinių pajėgumų didinimas.

Visų pirma tam svarbią reikšmę turi individualaus siuvimo įmonių tinklo bei darbo gerinimas. Šia linkme respublikoje nuveikta daug. Antai Vilniuje septynmečio metais individualaus siuvimo ateljė darbo vietų skaičius išaugo 81,5%, siuvimo vertės apimtis — net 92%.<sup>1</sup> Individualių siuvimo įmonių darbo apimtis sparčiai vystosi ir visoje respublikoje. 1968 metais, palyginus su 1962 metais, individualių siuvimo darbų vertės apimtis padidėjo 91,2%<sup>2</sup>.

8. Be to, sudaromos vis geresnės sąlygos drabužius siūdintis namie, savo jėgomis. Šiuo metu gyventojų paklausa siuavamoms mašinoms jau visiškai patenkinama. Tai rodo ir faktas, kad, pradedant 1962 metais, siuavamųjų mašinų realizavimas ėmė mažėti, o jų atsargos didėja. Septynmečio metais parduota gyventojams 210,2 tūkst. siuavamųjų mašinų<sup>3</sup>.

9. Daugėja parduotuvėse sukirpimo stalų. 1967 m. sausio 1 d. sukirpimo stalus turėjo 15 respublikos audinių parduotuvių<sup>4</sup>.

Norintiems siūdintis namie, savo jėgomis, yra išleista nemaža specialios literatūros, pavyzdžiui, knyga „Siūkite pačios“, žurnaluose spausdinami straipsniai su priedais-iškarpomis.

Periodiškai organizuojami kirpimo-siuvimo kursai, kuriuos gali lankyti visi norintieji.

10. Pirkti audinius, o ne gatavus drabužius, skatina ir kai kurie audinių gamybos technologijos trūkumai. Kaip rašoma žurnale «Текстильная промышленность» (1965, № 3 стр.), 4—5 mūsų šalies fabrikai neturi reikiamų mašinų ir galimybių pašalinti audinių traukimąsi. Dėl šios priežasties kai kurie pirkėjai geriau perka audinį, prieš siūdami jį sudrėkina, leidžia susitraukti, kad vėliau drabužis nebekeistų savo formos. Tuo tarpu nupirkus gatavus drabužius, skalbti juos gana rizikinga, nes labai pasikeičia dydžiai (ypač vilnionių suknelių iš audinių „Liuks“, „Pavasaris“ ir kitų).

11. Kaip bet kurias kitas prekes, taip ir audinius pirkti skatina reklama ir informacija.

<sup>1</sup> „Ramunės“ plano skyriaus duomenys.

<sup>2</sup> Buitinio aptarnavimo ministerijos plano skyriaus duomenys.

<sup>3</sup> LTSR GŠV „Lietuvos TSR 1965 m.“, Vilnius, 1966, p. 205.

<sup>4</sup> Paaiškinamasis raštas prie 1966 m. Prekybos ministerijos balanso.



Tinkama reklama ir informacija (visos respublikos, vieno miesto ar vienos parduotuvės aptarnaujamo rajono mastu) pritraukia pirkėjus, padeda jiems apsispręsti, kokią prekę pirkti, primena pamirštas prekes.

Deja, kol kas audinių reklama ir informacija yra daugiau teoretinė prielaida, negu realus veiksnys. Dėl reklamos specialistų ir jai lėšų stokos, gana aukštų tarifų ir, apskritai, nepakankamo tam dėmesio, reklama ir informacija yra žemo lygio. Šiandieninis reklamos ir informacijos lygis neleidžia apskaičiuoti jos, kaip veiksnio, efektyvumo.

\* \* \*

Svarbiausias tikslas, kurio siekiama įvairiais tyrinėjimais — kuo pilniau patenkinti gyventojų poreikius. Praktiškai to galima pasiekti tik tada, kai prekių pasiūla atitinka paklausą. Aprangos poreikis taip pat labai svarbus. Kad būtų galima jį patenkinti, reikia plačiau, kompleksiška tirti pakeičiančių viena kitą aprangos prekių rinkų sąlygas, veiksnius ir jų savitarpio sąveiką bei pagilinti specialius atskirų rinkų (pavyzdžiui, audinių) tyrinėjimus.

Vilniaus Valstybinis V. Kapsuko  
universitetas  
Prekybos ekonomikos katedra

Redakcinei kolegijai įteikta  
1968 m. lapkričio mėn.

Priedai

I lentelė

**LTSR Prekybos ministerijos sistemos organizacijų  
drabužių ir audinių nukainojimas<sup>1</sup>**

	Mažmeninė kaina		Nukainojimo suma	Nukainojimo %
	iki nukaino- jimo	po nukaino- jimo		
<b>1963 m.</b>				
Drabužiai ir baltiniai .....	1007,3	535,3	472	46,9
<b>1964 m.</b>				
Drabužiai ir baltiniai .....	1922,3	959,5	962,8	50,1
Vilnoniai audiniai .....	1385,2	698	687,2	49,6
Silkiniai audiniai .....	336,5	146,2	190,0	56,5
<b>1965 m.</b>				
Drabužiai ir baltiniai .....	418,5	280,7	137,8	32,9
Audiniai, iš jų:				
vilnoniai .....	342,0	187,8	154,2	45,1
šilkiniai .....	86,8	48,4	38,4	44,2
<b>1966 m.</b>				
Drabužiai ir baltiniai .....	715,3	433,5	281,8	39,4
Audiniai, iš jų:				
vilnoniai .....	94,6	55,1	39,5	41,8
šilkiniai .....	115,2	62,1	53,1	46,1

<sup>1</sup> Lentelė sudaryta, remiantis Prekybos ministerijos planavimo skyriaus duomenimis.

**Siuvimo fabrių susivienijimo „Lelija“ 1966 metų gamybos kai kurių drabužių**

	Viršus	Pamušalas	Kiti priedai, pamušalas ir fornitūra	Vidutinė apykaklės kaina	Medžiagų savikaina
Paltai, moteriški, žieminiai, p/k M9 .....	32,06	5,87	4,96	11,57	54,26
Paltai, žieminiai, a/k 601 .....	55,42	8,83	5,82	57,26	127,33
Paltai, moteriški, demisezoniniai, p/k 118 .....	29,13	5,71	2,0	—	36,84
Kostiumas, vyriškas, p/k 15 ....	36,14	6,29	3,61	—	46,04
Kostiumas, vyriškas, a/k 519 ..	89,37	9,62	4,94	—	103,93

<sup>1</sup> Siuvimo pramonės fabrių susivienijimo „Lelija“ plano skyriaus ir buhalterijos duomenys.

3 lentelė

**Vilniaus gyventojų vidutinės laiko sąnaudos, reikalingos drabužiui įsigyti**

	Laiko sąnaudos, minutėmis (apytik.)		
	individualiai siūdinantis palta ar kostiumą	individualiai siūdinantis suknelę	perkant gatavą serijinės gamybos drabužį
1. Kelionė į audinių parduotuvę ir atgal namo	40	40	
2. Audinio išsirinkimas, konsultavimasis, nusipirkimas .....	15	15	
3. Įsigijimas priedų: kailinės apykaklės, pamušalo, lininės klijuotės, plaukinės klijuotės, audinio kišenėms, sagų (įskaitant kelionę) .....	100	—	
4. Kelionė į ateljė ir atgal namo (keturis kartus) .....	120 (30×4)	120	
5. Laukimas eilėje ir užsakymo įforminimas ateljė .....	45	45	
6. Du prisimatavimai (įskaitant laukimą eilėje)	85	85	
7. Trečias prisimatavimas, įmokėjimas į kasą, įvykdyto užsakymo atsiėmimas (įskaitant laukimą eilėje) .....	50	50	
8. Kelionė į gatavų drabužių parduotuvę ir atgal namo .....	—	—	40
9. Drabužio išsirinkimas, prisimatavimas, pirkimas .....			20
Iš viso minutėmis .....	450	350	60
Iš viso valandomis .....	7,5	5,5	1,0

**Serijinės gamybos ir individualaus**

Gaminio pavadinimas	Kainoraštis	Audinio pavadinimas	Artikulas	Kaina (rb)
Suknelė g/v .....	130—33	Audinys suknelėms	1149	15,80
„ p/v .....	130—24	„Rūta“	2182	14,0
„ p/v .....	130—20	Audinys suknelėms „Liuks“	2114	11,10

2 lentelė

vidutinių faktinių mažmeninių kainų struktūra (rubliais)<sup>1</sup>

Darbo užmokes- tis	Cechinės, bendrababri- kinės ir ad- ministracinės išlaidos	Savikaina, iš viso	Įmonės pelnas	Prekybinių organizacijų pajamos	Mažmeninės kainos	Viršutinio audi- nio kainos lygi- namasis svoris mažmeninėje kai- noje (1 sk. palyg. su 11 sk.) (pro- centais)
3,32	2,10	59,68	20,35	6,72	86,75	37
4,00	2,89	134,22	30,44	13,84	178,5	31
2,94	1,82	41,60	10,22	4,35	56,17	51,9
3,30	2,09	51,43	50,06	4,74	61,23	59
5,44	3,56	112,93	13,83	10,65	137,41	65

4 lentelė

Mažmeninės audinių apyvartos ir individualaus siuvimo  
įmonių darbų vertės apimtys dinamika Lietuvos TSR

	Metai				
	1962	1963	1964	1965	1966
Audinių apyvarta, iš viso <sup>1</sup> (mln. rb)	67,8	63,0	53,8	63,0	68,94
dynamika (%) .....	100	92,9	94,1	95,9	101,1
Individualaus siuvimo darbų vertė (tūkst. rb) <sup>2</sup> .....	4861	5190,2	5723	6497,8	7369
dynamika (%) .....	100	106,8	117,7	137,7	151,6
Darbų vertės padidėjimas, palyginus su kiekvienais praėjusiais metais (tūkst. rb) .....	—	329,2	532,8	774,8	871,2

<sup>1</sup> LTSR CSV Prekybos skyriaus duomenys.<sup>2</sup> LTSR Buitinio aptarnavimo ministerijos Plano skyriaus duomenys.

5 lentelė

## siuvimo pagamintų drabužių kainos

Dydis	Ogis	Drabužio kaina, siuvant jį individualiai atelėje			Analoginė serijinės gamybos drabužio kaina
		I kategorijos atelėje	II kategori- jos atelėje	siuvimo dirbtuvė	
48—50		39,44	35,64	34,39	60,40
„		36,20	32,40	31,15	41,70
„		30,98	27,18	25,93	33,60

Gaminio pavadinimas	Kainoraštis	Audinio pavadinimas	Artikulas	Kaina (rb)
suknelė p/v .....	130—116	Audiny s suknelėms „Pavasaris“	4114	7,50
„ p/v .....	130—114	Audiny s suknelėms „Anne“	4179	7,00
„ p/v .....	130—112	Audiny s suknelėms „Sigutė“	4123	5,80
Žieminis paltas moteriškas, a/k (apskaičiuota be apykaklės, kaip kainininke 041) .....	601/44	Audiny s paltams „Buklė“	1509	34,0 34,0
Žieminis paltas moteriškas, a/k (apskaičiuota be apykaklės, kaip kainininke 041) .....	601/42	Audiny s paltams „Litektas“,	3664	31,0 31,0
Žieminis paltas moteriškas, a/k (apskaičiuota be apykaklės, kaip kainininke 041) .....	601/37	Audiny s paltams „Saulutė“		25,0 25,0
Paltas moteriškas, demisezoninis v/k .....	118/123	Audiny s paltams „Žuvėdra“	45703	12,0
„ „ „ .....	118/37	Audiny s paltams „Ast- ra“	36115	25,0
„ „ „ .....	118/39	Audiny s paltams „Naujas“	3625	27,0
Paltas žieminis, v/k .....	113/117	Audiny s paltams „Jubiliejinis“	45530 3687	8,15 31,—
„ „ .....	113/42	Audiny s paltams „Buklė“	1509	34,—
„ „ .....	113/44	Audiny s paltams „Buklė“		
Kostiumas vyriškas a/k .....	519/43	Audiny s kostiumams „Topol“	1378	32,—
„ „ .....	„	Audiny s kostiumams „Topol“	1378	32,—
„ „ a/k .....	519/37	Audiny s kostiumams „Taiga“ TK	1358	25,—
„ „ .....	„	Audiny s kostiumams „Taiga“	1358	25,—
„ „ a/k .....	519/46	Audiny s kostiumams „Udarnik“	1338	37,—
„ „ .....	„	Audiny s kostiumams „Udarnik“	1338	37,—
Kostiumas vyriškas p/k .....	15/44	Audiny s kostiumams „Krepas-65“	1238	33,—
„ „ p/k .....	15/37	Audiny s kostiumams „Taiga“ TK	1358	25,—
„ „ p/k .....	15/46	Audiny s kostiumams „Udarnik“	1338	37,—
„ „ p/k .....	15/24	Audiny s kostiumams „Severianka“	23340	14,—

Moteriški drabužiai, kaininininkas 041, p. 82; 83; 14—16; 30—32; 263.  
Vyriški drabužiai, kaininininkas 039, p. 202; 57—59.

Dydis	Ogis	Drabužio kaina, siuvant jį individualiai ateljė			Analoginė serijinės gamybos drabužio kaina
		I kategorijos ateljė	II kategorijos ateljė	siuvimo dirbtuvė	
48—50		24,50	20,70	19,45	24,30
„		23,60	19,80	18,55	22,00
„		21,44	17,64	16,39	19,60
„	I—V	128,78	121,98	117,29	136,0
„	VI—VII	128,78	121,98	117,29	143,0
„	I—V	121,58	114,78	110,08	127,50
„	VI—VII	121,58	114,78	110,08	133,50
„	I—V	107,18	100,38	95,68	113,0
„	VI—VII	107,18	100,38	95,68	118,0
„		67,11	60,21	56,01	57,40 tame tarpe pridėta už šilkinį pamušalą (4840+9=57,40)
„		98,31	91,41	87,21	97,10(88,10+9)
„		103,11	96,21	92,01	102,90(93,90+9)
„		66,45	59,65	54,95	50,10(41,10+9)
„		121,29	114,49	109,79	118,40(109,40+9)
„		128,49	121,69	116,99	126,90(117,90+9)
„	I—V	137,71	130,41	125,16	136,—
„	VI—VII	137,71	130,41	125,16	146,—
„	I—V	117,41	110,11	104,86	117,—
„	VI—VII	117,41	110,11	104,86	124,—
„	I—V	152,21	144,91	139,66	156,—
„	VI—VII	152,21	144,91	139,66	167,—
„		140,55	133,25	128,—	130,10(120,20+9,90)
„		117,35	110,05	104,90	104,40(94,50+9,90)
„		152,15	144,85	139,60	139,30(129,40+9,90)
„		85,45	78,15	72,90	70,90(61+9,90)

А. МАЦЕЛИТЕ

Резюме

В настоящее время одной из главных проблем рынка является достижение надлежащего соответствия между структурой спроса и предложения. Особую сложность такого соответствия представляют товарные группы взаимозаменяющих товаров, поскольку на соотношение и структуру спроса, кроме общих факторов, влияет еще ряд специфических, свойственных только этим товарным группам.

В настоящей статье выдвигается мысль о целесообразности изучения таких факторов и о значении такого исследования, как еще одного мероприятия на пути к решению проблемы соответствия спроса и предложения.

Конкретными исследуемыми товарными группами в данной работе являются ткани (как основные) и готовая одежда и трикотаж (как заменяющие товары). Факторов, влияющих на соотношение спроса на ткани и готовую одежду, имеется много и задача особо подробного их изучения не ставилась. В статье рассматриваются лишь главные из этих факторов, которые подразделены на две группы: 1 — побуждающие приобретение тканей и 2 — замедляющие.

**Факторы, замедляющие реализацию тканей:**

- рост производственных мощностей швейной и трикотажной промышленности;
- преимущественное право швейной промышленности на получение тканей;
- экономия издержек потребления при покупке готового платья;
- недостаток мощностей ателье индивидуального пошива;
- недостатки качества индивидуального пошива;
- увеличение числа работающих женщин;
- повторение идентичного ассортимента в торговле тканями и готовой одеждой;
- экономия денежных средств и т. д.

**Факторы, побуждающие спрос на ткани:**

- наличие национальных традиций и просто привычка потреблять ткани;
- частичная экономия денежных средств;
- ограниченность производственных возможностей предприятий швейной промышленности в оперативном удовлетворении спроса населения на широкий ассортимент готовых изделий;
- наличие фигур своими антропометрическими данными не соответствующих средним данным стандартной шкалы;
- воздействие моды;
- торговля тканями имеет возможность представить шире ассортимент тканей;

- быстрое развитие сети и улучшение работы предприятий индивидуального пошива;
- умение населения изготавливать одежду своими силами;
- совершенствование организации дополнительных услуг населению;
- заметная усадка тканей, т. е. недостатки технологии производства;
- реклама, информация и т. д.

#### LITERATŪRA IR ŠALTINIAI

1. K. Marksas, Kapitalas, Vilnius, 1955.
2. TSKP XXIII suvažiavimo direktyvos dėl 1966—1970 metų penkmečio plano liaudies ūkiui vystyti, Vilnius, 1966.
3. TSKP CK 1965 m. rugsėjo mėn. plenumo medžiaga.
4. И. И. Корженевский, Основные закономерности развития спроса в СССР, Москва, 1965.
5. И. И. Корженевский, Емкость рынка и методы ее исчисления, Москва, 1962.
6. В. М. Синютин, На пути к рациональному потреблению непродовольственных товаров, Москва, 1964.
7. Н. И. Морозов, Н. И. Бельк, Изучение спроса на товары, Москва, 1967.
8. К. Преображенская, Координация заказов промышленности на взаимосвязанные в потреблении товары, Институт им. Плеханова, сборник трудов «Вопросы организации оптовой и розничной торговли», Москва, 1967.
9. К. И. Грингауз, Т. И. Саблина, Изучение покупательского спроса по ткани, Москва, 1964.

#### Диссертации и авторефераты

10. Н. И. Чикова, Торговля швейными изделиями, автореферат диссертации, Москва, 1961.
11. Ф. И. Крутиков, Основные теории и практики изучения спроса, диссертация, Москва, 1963.
12. Б. Ф. Мокиенко, Народное потребление и основные тенденции его развития в период развернутого строительства коммунизма, Москва, 1963.
13. П. В. Петров, Оборачиваемость текстильных товаров и пути ее ускорения, автореферат.

#### Журналы

14. Ф. Крутиков, Конъюнктура рынка, «Советская торговля», 1966, № 9, стр. 43—47.
15. «Текстильная промышленность», 1965, № 3.
16. Н. Омельченко: Совершенствовать торговлю тканями «Советская Торговля» 1967, № 4, стр. 16—17.

#### Įvairių įstaigų ir organizacijų duomenys

17. Buitinio aptarnavimo ministerijos Plano skyriaus duomenys.
18. Prekybos ministerijos buhalterijos duomenys; paaiškinamųjų raštų prie balansų nuo 1951 iki 1967 metų medžiaga.
19. Drabužių, siuvimo įmonių susivienijimo „Lelijos“ buhalterijos, plano ir gamybinio skyrių duomenys.
20. Individualaus drabužių siuvimo organizacijos „Ramunė“ plano skyriaus duomenys.
21. LTSR CSV prekybos skyriaus duomenys.
22. Mažmeninių kainų ir drabužių siuvimo pagal individualius užsakymus kainininkai.