

Если производитель живеть въ большомъ или густо населенномъ пунктѣ, то ему необходимо организовать цѣлую группу агентовъ, подраздѣливъ ихъ на двѣ категоріи 1) одни изъ нихъ чтобы торговали въ разносъ на улицѣ, 2) другіе, которые ходили бы по домамъ и предлагали это мыло въ розницу, заходя одновременно и въ прачечныя и т. п. заведенія.

Въ этомъ случаѣ, разумѣется, приходится дѣлиться доходомъ съ своими агентами. Но это ничего не значитъ. При большомъ сбытѣ, даже маленькая копѣчечная польза можетъ дать очень крупный девидендъ.

Пронырливый агентъ можетъ въ день сбыть большое количество товара; но для этого онъ долженъ быть заинтересованъ въ процентномъ отношеніи. Но предположимъ такую комбинацію: Напр. мыло собѣстоитъ кусокъ 2 коп., за него назначена цѣна 10 копѣекъ. Если вы будете давать агенту 5 коп. съ куска, т. е. 50%, то вамъ на затраченныя 2 коп. останется 3 коп. пользы, т. е. 150%, а это такой % который не дадутъ ни банкъ и ни какая нибудь другая выгодная бумага.

При продажѣ 100 кусковъ въ день получится пользы 3 руб., при 1000 кусковъ 30 рублей, что въ годъ равняется 12000 рублей чистой пользы.

Нужно принять во вниманіе, что мы нисколько не преувеличиваемъ значенія и цифръ. Все это вполнѣ естественно и выходить изъ самаго про-

стого расчета. Мыла идетъ вездѣ очень много и разъ мыло будетъ хорошо, разъ оно будетъ дешевле другихъ, то всякий съ удовольствіемъ будетъ брать его.

Конечно, чтобы работать навѣрняка, необходимо будетъ обращать вниманіе на внѣшность мыла, на обертку, на название и т. п. Публика все таки, помимо качества слѣдить за внѣшностью. „По одѣждѣ встрѣчаютъ“, какъ говорить стаинная мудрая пословица.

Нужно знать, что всѣ наши крупные мыловаренные и парфюмерные фабриканты начали съ очень маленькаго, почти съ грошей, но постепенно расширяя дѣла, завоевали провинціальные рынки и другіе города, они развивали дѣло и учреждали вполнѣ благоустроенные и доходныя фабрики.

Организація агентовъ, организація мелкихъ розничныхъ продавцовъ, это новое дѣло, но оно уже начало прививаться въ Россіи.

Безработица толкнула людей на выдумки, и передъ нами громадный кадръ людей, которые идутъ и ждутъ работы. Но только имъ надо дать ходкій продуктъ, который помимо того давалъ бы имъ возможность жить и зарабатывать.

Мыло это именно и есть такой продуктъ быстраго сбыта, который несомнѣнно привлечетъ къ себѣ тружениковъ, а потому смѣло можно сказать, кто серьезно займется этого рода фабрикаціей,

тотъ не только ничего не потеряетъ, а наоборотъ можетъ много выиграть.

Не обольщаемъ надеждой нашихъ читателей, что они сразу выроютъ и найдутъ золотая розыпи. Прежде чѣмъ начать торговать и выдѣлывать продуктъ, надо хорошо изучить производство, надо сдѣлать много опытовъ, выработать сорта, усовершенствовать ихъ. Плохой товаръ, если и пойдетъ, то будетъ имѣть временный сбыть. Безъ труда, безъ опытовъ и безъ энергіи ничто не дается.

Къ свѣденію читателей.

Какъ мы уже упомянули, наше книгоиздательство, пригласивъ специалистовъ - редакторовъ по всѣмъ отраслямъ знаній и ремесль, предприняло цѣлый рядъ изданий, давая этимъ возможность даже мало подготовленному читателю, который хочетъ основать или организовать какое либо производство, полный самоучитель по тому или другому отдѣлу.

Мы постарались сдѣлать самый подходящій подборъ изданий, поручивъ исполнить ихъ самыми доступными, популярными языками, чтобы каждый, кто выпишетъ книгу, вполнѣ понялъ и усвоилъ ее.