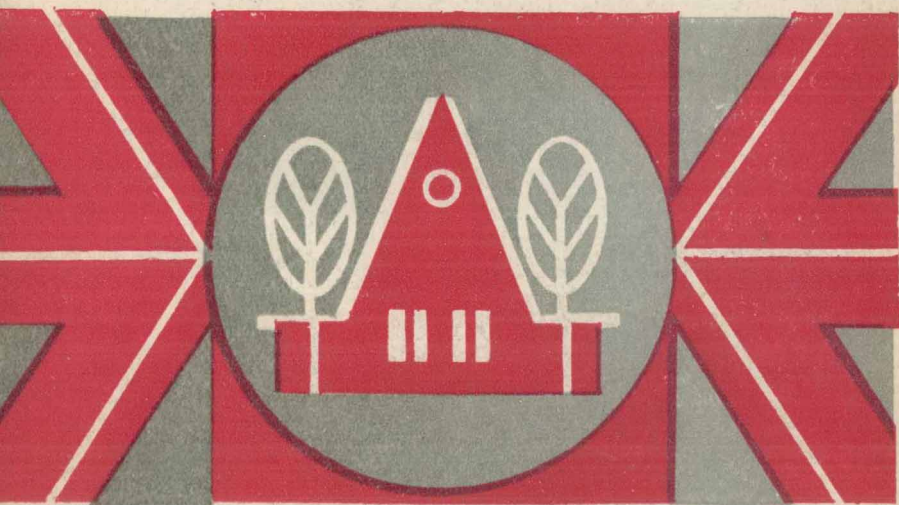


Ю.И. ЛОБОВ

ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ ТОВАРАМИ ДЛЯ ЛИЧНЫХ ПОДСОБНЫХ ХОЗЯЙСТВ



·ЭКОНОМИКА·

СОДЕРЖАНИЕ

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ И СИСТЕ- МА СНАБЖЕНИЯ ЕЕ ХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ТОВА- РАМИ	4
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КОМПЛЕКС «ТОВАРЫ ДЛЯ ПРИУСАДЕБНОГО ХОЗЯЙСТВА»	7
СПРОС И ПРОГНОЗЫ	19
ОТ ЛОПАТЫ ДО МИНИ-ТРАКТОРА	27
ДОЛГ ИНДУСТРИИ «МАЛОМУ ПОЛЮ»	37
ЦЕНА УСЛУГИ КРЕСТЬЯНСКОМУ ПОДВОРЬЮ	43

**ОРГАНИЗАЦИЯ
ТОРГОВЛИ
ТОВАРАМИ
ДЛЯ ЛИЧНЫХ
ПОДСОБНЫХ
ХОЗЯЙСТВ**

65.9(2)421.5

Л68

Л $\frac{3503000000-180}{011(01)-83}$ 98-83

© Издательство «Экономика», 1983

Продовольственная программа СССР, разработанная в соответствии с решениями XXVI съезда партии, является составной частью экономической стратегии партии на ближайшее десятилетие, воплощает целевой, комплексный подход к решению продовольственной проблемы. Особенность такого подхода состоит в том, чтобы увязать, объединить работу как самого сельского хозяйства, так и обслуживающих его отраслей промышленности, транспорта, торговли, подчинить всю их деятельность общей конечной цели — производству высококачественных продуктов питания и доведению их без потерь до потребителя.

В рамках Продовольственной программы заметное место определено для такого источника производства сельскохозяйственных продуктов, как личные подсобные хозяйства колхозников, рабочих и служащих и других граждан, а также садово-огороднические кооперативы.

Каждый клочок пашни, луга, пастбища в умелых и заботливых руках огородника, садовода-любителя могут стать плодоносными. При благоприятных условиях домашние мини-фермы дают немало мяса скота и птицы. Невелик размер личных подсобных хозяйств, зато они рядом с домом, всегда под присмотром владельца. Значительна и отдача сельского подворья.

За последние годы заметно улучшилось обслуживание владельцев приусадебных участков. Есть много примеров умелой организации закупки излишков сельскохозяйственной продукции у населения, развития торговли на колхозных рынках, в городских кооперативных магазинах.

Расширился ассортимент и улучшилось качество изделий, необходимых в личном хозяйстве. Этому во многом способствовали постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР «О личных подсобных хозяйствах колхозников, рабочих, служащих, и других граждан и коллективном садоводстве и огородничестве» и «О дополнительных мерах по увеличению производства сельскохозяйственной продукции в личных подсобных хозяйствах граждан». Речь идет о таких товарах, как

строительные материалы, минеральные удобрения, садово-огородный инвентарь, средства малой механизации, топливо, корма, тара.

В стране насчитывается примерно 35 млн. личных подсобных хозяйств, в том числе в сельской местности более 30 млн. В их пользовании находится свыше 6 млн. гектаров земли. В личных хозяйствах имеется более 40 млн. голов крупного рогатого скота, овец, коз. Это поголовье составляет пятую часть их общего количества в стране. Кроме того, почти $\frac{4}{5}$ хозяйств имеют птицу. К этому надо прибавить около 30 тыс. садовых товариществ. Всего же с производством продуктов в подсобных хозяйствах связано более 100 млн. человек. Из этого источника в общий продовольственный фонд поступает около 60% картофеля, примерно 30% овощей и мяса.

По подсчетам специалистов Всесоюзного научно-исследовательского института экономики кооперативной торговли Центросоюза (ВНИИЭКТ), в личных подсобных хозяйствах создается около четверти всей валовой продукции сельского хозяйства. В 1980 г. в структуре совокупного дохода семьи колхозника продукты собственного производства и денежные доходы от их реализации в среднем составляли 25,3%, работника совхоза — примерно 15—20%. И это лишь часть потенциальных возможностей, которыми располагает индивидуальный сектор сельского хозяйства. Чтобы реализовать этот потенциал, увеличить вклад «малой экономики» в обеспечение населения продуктами питания, потребительской кооперацией предпринимается целый ряд мер для оказания помощи владельцам приусадебных участков и мини-ферм, членам коллективных огородов и садов. Расскажем об обеспечении людей, отдающих свой досуг земле и выращиванию скота и птицы, необходимым инвентарем, средствами малой механизации, минеральными удобрениями, строительными материалами; об усилиях, направленных на развитие производства этих товаров.

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ И СИСТЕМА СНАБЖЕНИЯ ЕЕ ХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ

Задача кооператоров — стать надежными помощниками владельцев личных приусадебных хозяйств.

Как же развивается на селе торговая сеть, призван-

ная удовлетворять спрос на товары, нужные для ведения личного приусадебного хозяйства?

Садово-огородный и сельскохозяйственный инвентарь, строительные материалы, удобрения продаются как в специализированных магазинах, так и в магазинах «Товары повседневного спроса» и розничных предприятиях, входящих в состав районных торговых центров. Первых на начало 1983 г. насчитывалось 23 500, ТПС — 110 тыс. В ТПС для этого созданы специальные отделы и секции. Имеется также свыше 1500 магазинов-складов по торговле стройматериалами.

Наиболее насыщенная специализированная сеть магазинов по продаже товаров для ведения приусадебного хозяйства в РСФСР (около 12 тыс.), на Украине (почти 7,5 тыс.), в Казахстане (свыше 1900), в Молдавии (около 800). До конца одиннадцатой пятилетки планируется эту сеть значительно расширить, особенно за счет магазинов, торгующих по потребительским комплексам.

Во многих потребсоюзах разработаны комплексные мероприятия по развитию торговли садово-огородным инвентарем, минеральными удобрениями и другими сопутствующими хозяйственными товарами. Наиболее широкий ассортимент этих изделий сосредоточен в салонах районных торговых центров и магазинах «Хозяйственные товары». Повсеместное внедрение получила торговля по потребительским комплексам: «Для ухода за скотом и домашней птицей», «Для садоводов и огородников», «Все для обработки почвы». В них входят такие микрокомплексы, как «Садово-огородный инвентарь», «Минеральные удобрения», «Химические средства защиты растений».

Появились и специализированные магазины: «Дом — сад — огород», «Современное ведение домашнего хозяйства», «Садоводство». Создание такой специализированной сети, ориентированной на потребительский комплекс, позволяет не только лучше организовать продажу товаров, но и более квалифицированно составлять заказы промышленности, осуществлять требовательный контроль за их выполнением.

Для упорядочения и более рационального формирования ассортимента разработаны примерные ассортиментные перечни садово-огородного и сельскохозяйственного инвентаря для различных по профилю и площадям магазинов. При их утверждении и внедрении исходили из сложившихся на местах конкретных усло-

вий (наличия садово-огородных товариществ, численности личных подсобных хозяйств, ассортимента продукции местной промышленности и др.). При этом достигается главная цель — наиболее полное удовлетворение спроса сельского населения на сельхозинвентарь, средства малой механизации и создание максимума удобств для покупателей.

Во время весенне-осенних полевых работ широко проводятся выставки-продажи, где предлагается широкий ассортимент садово-огородного инвентаря, минеральных удобрений. Участие в них принимают агрономы, которые могут дать покупателям необходимую консультацию.

С целью лучшего обслуживания населения и увеличения закупок сельхозпродуктов во время сезонных работ в местах сосредоточения садово-огородных товариществ открываются дополнительно сезонные пункты или палатки по приему от населения сельхозпродуктов и продаже сельхозинвентаря и минеральных удобрений.

Для дальнейшего улучшения организации торговли товарами для сада-огорода, а также расширения ассортимента и улучшения качества этих изделий во многих потребсоюзах организуются смотры-конкурсы. При подведении их итогов определяются победители среди коллективов не только магазинов, но и промышленных предприятий — поставщиков.

Проводятся также месячники по расширенной продаже садово-огородного инвентаря, минеральных удобрений и средств защиты растений. В течение этого периода через местную печать, радио, телевидение кооператоры информируют покупателей о новых товарах для садоводов и огородников, организуют ярмарки по продаже инвентаря, принимают заказы от населения.

К участию в этих мероприятиях привлекаются специалисты сельского хозяйства — агрономы, зоотехники, механизаторы.

Таковы в общих чертах структура розничной сети сельских магазинов и принципы формирования ассортимента товаров, предназначенных для владельцев приусадебных хозяйств. Как же организовано их снабжение? В самом схематическом виде оно выглядит следующим образом.

Доставка садово-огородного инвентаря и минеральных удобрений в розничную торговую сеть осуществля-

ется с межрайонных оптовых баз после личной отборки товаров директорами магазинов. В ряде потребсоюзов до 30% товаров доставляется централизованным завозом по предварительным заказам магазинов.

Строительные материалы поступают в крупные магазины с прирельсовой железнодорожной ветки, как правило, напрямую от поставщиков. С целью лучшего обслуживания населения практикуются доставка стройматериалов покупателям на дом, нарезка стекла и другие услуги. Подробнее о том, как это организовано, будет рассказано ниже.

Снабжение хозяйственными товарами кооперативной сети осуществляется также и с оптовых баз государственной торговли. В этом случае товар поступает на склад потребсоюза, а оттуда — в магазины.

Для более полного удовлетворения спроса на хозяйственные мелочи на предприятиях потребительской кооперации организовано производство ряда изделий, необходимых для применения в личном подсобном хозяйстве. Так, в Российском и Таджикском потребсоюзах налажено производство хозяйственной веревки, в Челябинском облпотребсоюзе с 1982 г. начат выпуск клеток для содержания кроликов и т. д.

Повышение требовательности к промышленности, четкая отработка необходимого ассортимента, создание товарных запасов сезонного накопления, расширение, реконструкция и специализация розничной сети, проведение декад и месячников, базаров, выставок-продаж по расширенной торговле садово-огородным инвентарем, минеральными удобрениями и ядохимикатами позволяют многим кооперативным организациям в период весенне-летних полевых работ — сенокосения, заготовки кормов и уборки урожая — более успешно справляться с обеспечением населения этими товарами.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ КОМПЛЕКС «ТОВАРЫ ДЛЯ ПРИУСАДЕБНОГО ХОЗЯЙСТВА»

В торговой практике потребительской кооперации сложилась розничная сеть, которая сориентирована на потребительский комплекс «Товары для приусадебного хозяйства». В этом отношении особенно много сделано в системе Роспотребсоюза.

В Краснодарском, Ставропольском, Брестском, Новгородском, Воронежском, Рязанском, Волгоградском, Пензенском потребсоюзах на базе существующих ма-

газинов «Хозяйственные товары» организована сеть специализированных: «Садовод», «Домашнее хозяйство», «Дом—сад—огород».

На основе комплексных планов по подготовке к сезону весенних сельскохозяйственных работ в оптовой и розничной сети Смоленского и Краснодарского потребсоюзов концентрируются необходимые запасы минеральных удобрений и различного инвентаря для обработки почвы. При необходимости правления принимают оперативные меры к централизованному завозу недостающих товаров.

Лабораторией НОТ совместно с отделом оргтехники Смоленского облпотребсоюза были пересмотрены ассортиментные перечни, в соответствии с которыми на оптовых базах необходимо иметь 66 наименований садово-огородного инвентаря, 7 — минеральных удобрений и 10 — средств защиты растений; на складах райпо эти показатели составляют соответственно 62, 7, 10; в магазинах по торговле хозяйственными товарами — 45—60, 4—7, 10; в магазинах по торговле товарами повседневного спроса и автомагазинах предусмотрено наличие 15 наименований садово-огородного инвентаря и одного средства защиты растений. В целом по системе облпотребсоюза торговлю товарами для садоводов и огородников осуществляют 1200 магазинов «Товары повседневного спроса», 86 автомагазинов, 120 — по торговле хозяйственными товарами и 6 магазинов «Дом — сад — огород».

Наиболее широко ассортимент товаров для сада и огорода представлен в 36 специализированных магазинах области. Там товары размещаются по потребительским комплексам: «Все для обработки почвы», «Все для ухода за садом», «Минеральные удобрения», «Средства защиты растений». 18 магазинов специально выделены для обслуживания садоводческих товариществ. Кроме того, эти магазины принимают заказы мелким оптом от колхозов и совхозов на поставку товаров производственно-технического назначения и сельскохозяйственного инвентаря.

Широко используются активные формы торговли. На центральных усадьбах колхозов и совхозов, в районных центрах проводятся выставки-продажи и ярмарки, сопровождающиеся широкой рекламной кампанией. Регулярно организуются смотры-конкурсы на лучший магазин по торговле товарами для сада и огорода. При подведении их итогов учитываются ежемесячные выпол-

нение плана товарооборота, образцовая и бесперебойная продажа товаров в достаточном ассортименте.

Для контроля за реализацией товаров для сада и огорода в отделе хозяйственных товаров облпотребсоюза введена должность товароведа. Специальные товароведы имеются и на оптовых базах. Большое внимание уделяется учебе работников кооперативной торговли. На базе лучших хозяйственных магазинов организуются семинары. В целях пропаганды в кинотеатрах области демонстрируются специальные киножурналы. В книжных магазинах для садоводов и огородников созданы уголки, где подобрана специальная литература.

Не менее активно проводится такая работа и в Краснодарском крайпотребсоюзе. Там имеются 500 магазинов по торговле хозяйственными товарами, 73 магазина-склада, 6 специализированных магазинов «Дом — сад — огород» и 3 магазина «Все для сада и огорода». За счет реконструкции и переоборудования действующей торговой сети магазины подобного типа открыты в Ленинградском, Кущевском, Кавказском, Белореченском, Абинском, Павловском, Крымском райпо, а в торговом центре Кореновского райпо — Салон по продаже товаров для садоводов и огородников. Для этих предприятий разработаны и утверждены специальные ассортиментные перечни, включающие 160 наименований товаров. Наряду с сельскохозяйственным инвентарем, минеральными удобрениями и ядохимикатами в них входят различные инструменты, предметы домашнего обихода, необходимые для использования на приусадебных участках.

Кооперативные магазины края обеспечивают садово-огородным инвентарем почти 9 тыс. дачных участков. В крупных населенных пунктах регулярно организуются ярмарки, выставки-продажи, в ходе которых покупатели получают квалифицированные советы по применению минеральных удобрений и средств защиты растений. В этот же период изучается спрос, проводятся комплексные обследования состояния торговли.

Много делается для расширения торговли указанной группой товаров и в Ставропольском крайпотребсоюзе. Они реализуются в 342 специализированных магазинах «Хозяйственные товары», 716 — «Товары повседневного спроса», 40 магазинах-складах по торговле стройматериалами, 6 магазинах «Дом — сад — огород». В выходные дни на колхозных рынках организуется вы-

ездная торговля. Весной дополнительно открывается около 100 палаток-павильонов.

Последовательно совершенствуют и специализируют розничную торговую сеть кооператоры Татарии, Пензенской и Курганской областей. Особое внимание уделяется развитию магазинов, находящихся в райцентрах и крупных поселках, где население занимается не только садоводством и огородничеством, но и разведением скота и птицы. В ассортимент таких магазинов, как правило, включены товары для ухода за домашними животными. Во многих населенных пунктах открыты магазины, осуществляющие приемку излишков произведенной продукции от населения для последующей ее реализации в горкоопторгах, а также встречную продажу необходимых для приусадебного участка товаров.

Четко продумана, например, система торговли в магазине «Дом — сад — огород» Городищенского райпо Пензенской области. Там созданы потребительские комплексы: «Для сельскохозяйственных работ», «Для ухода за жильем», «Бытовая химия и моющие средства», «Для ремонта жилья». Предусмотрена продажа строительных материалов, мебели, специальной литературы по садоводству и огородничеству. Принимаются также заказы от населения и коллективов садоводов на имеющиеся в продаже товары. В 1980 г. на базе магазина был проведен семинар с участием руководителей кооперативных организаций.

Своеобразной школой передового опыта стала организация торговли товарами хозяйственного назначения в Курганском облпотребсоюзе. За десятую пятилетку их продано здесь сверх плана на сумму 6,2 млн. руб. Такому успеху во многом способствовало создание прочной материально-технической базы. Весь ассортимент хозяйственных товаров сосредоточен на Курганской универсальной базе и на двух межрайонных — Шадринской и Шумихинской.

Общая площадь складов для хранения товаров хозяйственного назначения Курганской универсальной базы составляет 6533 м². Совместно с филиалом ЦИНОТУРа там были созданы специализированные склады. Площадь и технология обработки грузов рассчитаны с учетом данных о фактических товарных запасах за ряд лет, товарооборачиваемости, конъюнктуре рынка, возможностях применения средств механизации. В результате структура складских площадей сложилась следующим образом: под инструменты и пред-

меты домашнего обихода занято 12%, технически сложные товары — 15, бытовой химии — 19, щепные — 10%. Такая специализация позволила расширить ассортимент, уменьшить распыленность товаров по складам, эффективнее использовать технологическое и подъемно-транспортное оборудование, увеличить товарооборот и ускорить товарооборачиваемость. Кроме того, создавалась возможность для повышения квалификации товароведов-бракеров, улучшения контроля за качеством и частотой поступления товаров в розничную торговую сеть.

Весь ассортимент имеющихся на базе товаров представлен в зале товарных образцов. Там производятся прием и оформление заказов. Из общей площади зала — 420 м² — хозяйственными товарами занято 200 м². Для выкладки используются островные (высотой 1800 мм) и пристенные (высотой 2200 мм) горки, а также консоли, штанги, крючки, кубы. Только садово-огородного инвентаря здесь представлено более 100 разновидностей.

На базе ведется продуманный учет движения товаров. Для этого имеются переставные картотеки с тремя видами карточек. На первых регистрируются товары, запас которых соответствует нормативам; на вторых — находящиеся на исходе; на третьих — отсутствующие в данное время.

Товароведы систематически проверяют наличие хозяйственных товаров в торговой сети и принимают меры по завозу недостающих. Улучшению снабжения торговых предприятий этими товарами способствуют ежеквартальные межрайонные ярмарки, на которых уточняется дополнительная потребность для последующей закупки.

На основе всех этих данных составляются взаимосвязанные графики отборки товаров и их централизованного завоза. Такая постановка дела позволяет четко координировать работу с покупателями, затрачивая на это минимум времени. В соответствии с графиком покупатели прибывают на базу и передают заранее составленную заявку товароведу-реализатору, который проверяет ее соответствие установленному для данного типа магазина ассортиментному перечню. Заявки могут приниматься по телефону и по почте. В этом случае они регистрируются в специальном журнале и затем оформляются заказом, который выписывается в соответствии с размещением товаров на складах. Отмеченные в счетах-фактурах коды, указывающие места хра-

нения товаров, облегчают труд отборщиков. Отобранный товар упаковывается в многооборотную инвентарную тару (баулы, ящики, малогабаритные контейнеры) и централизованно отправляется по маршрутам через специальную экспедицию.

Четкая работа опта положительно сказывается на розничной торговле, и такая зависимость весьма закономерна. Успехи, как и недостатки, в торговом обслуживании населения имеют свои истоки в оптовом звене. Причем влияние это сказывается не только на состоянии ассортимента, но и на развитии и структуре самой сети.

Так, в Курганской области уже к началу 1982 г. розничная сеть, реализующая хозяйственные товары на селе, была довольно насыщенной. Она состояла из 180 специализированных хозяйственных магазинов торговой площадью до 100 м², а также 660 магазинов «Товары повседневного спроса», 18 — «Техника», 7 — «Дом — сад — огород», 2 — «Современное домашнее хозяйство», 8 магазинов-складов по торговле строительными материалами. Продажа там ведется по микрокомплексам: «Для ухода за садово-огородными культурами», «Для домашнего мастера», «Для обработки почвы», «Молочный инвентарь» и др.

Много внимания уделяет улучшению торговли этими товарами коллектив Куртамышского райпо. Во многих магазинах района созданы отделы по продаже садово-огородного инвентаря и удобрений. Кооператоры позаботились о наличии литературы по садоводству и огородничеству. Было учтено и то обстоятельство, что многие покупатели не имеют опыта выращивания садово-огородных культур, мало знакомы с имеющимся в продаже инвентарем и нуждаются в самой подробной консультации. Поэтому повышению квалификации продавцов, особенно специализированных магазинов, уделяется особое внимание.

В самом райцентре — Куртамыше — торговлю садово-огородным инвентарем по методу самообслуживания осуществляет специализированный магазин «Дом — сад — огород» площадью 550 м² (торговый зал — 320 м² на пять рабочих мест). Здесь установлены торговое оборудование типа БС-75 и ТОЗ-4, горки универсальные и с кассетами, прилавки-витрины, контейнеры. Рациональная выкладка товаров, умелая организация торгового процесса, красочная реклама, а главное — разнообразие товаров способствуют постоянному росту

товарооборота, который за десятую пятилетку увеличился более чем на 25%.

На центральной усадьбе совхоза «Березовский», что в 70 км от райцентра, имеется торговый комплекс, включающий магазины «Хозяйственные товары», «Техника» и «Мебель». Он обслуживает более 50 тыс. жителей двух совхозов. И здесь представлен разнообразный ассортимент товаров.

Довольно широкий выбор хозяйственных товаров в магазинах Куртамышского района обусловлен тем, что садово-огородный инвентарь производят предприятия местной промышленности. Местными товарами обеспечены и другие хозяйственные магазины городов и сел области. Все это лишний раз подтверждает известную истину: в каждом регионе есть возможности для налаживания выпуска простейших, а порой и более сложных товаров для приусадебных хозяйств. Нужны только совместные целенаправленные усилия торговли и промышленности, поддерживаемые местными партийными и советскими органами.

Именно так обстоит дело в Курганской области. И это не только большой резерв для расширения выпуска нужных населению изделий. Есть тут и выгода экономическая: накладно издалека ввозить такие, например, простейшие предметы, как лопата, грабли, лейка.

Большая работа с местными предприятиями проводится также в ряде других областей РСФСР, в Латвии, Эстонии, на Украине. Благодаря этому обеспеченность покупателей садовыми тележками и тачками, опрыскивателями, поливальными устройствами, различными видами почвообрабатывающего инвентаря и др. в потребсоюзах указанных республик более высокая по сравнению с другими регионами страны.

Взаимоотношения Курганского облпотребсоюза с промышленными предприятиями строятся на основе детального изучения спроса, а также прогнозных материалов. Так, были взяты на учет все приусадебные участки, отдельно выделены площади, занятые огородами, садами и цветниками. На основе анкетного опроса, учитывающего структуру внесенных минеральных удобрений, имеющиеся ресурсы органических удобрений, размеры и структуру посевных площадей, рассчитывается потребность в минеральных удобрениях на последующие два года. В соответствии с прогнозами было закуплено необходимое количество удобрений, продажа

которых осуществлялась во всех специализированных магазинах и отделах, а также в магазинах по торговле строительными материалами.

Опросы показали, что большая часть населения области неправильно применяла минеральные удобрения, поэтому особое внимание было уделено их рекламе и пропаганде с широким использованием местной печати, радиовещания и консультаций на проводимых ярмарках.

За последние годы в области улучшилось торговое обслуживание садоводческих товариществ, расположенных в пригороде Кургана. Так, в районе дачных участков построен магазин «Дом — сад — огород» торгового центра «Лесники». В значительной степени за счет внедрения прогрессивных методов торговли его оборот ежегодно возрастает на 12—15%. В 1981 г. он достиг 480 тыс. руб. Здесь систематически проводятся выставки-продажи, широко применяется развозная торговля через автомагазины. Дневной оборот одного автомагазина — 500—600 руб. Магазин является хорошей школой передового опыта. На его базе проводятся семинары по организации торговли садово-огородным инвентарем, товарами бытовой химии и технически сложными, что позволяет постоянно совершенствовать торговое обслуживание.

Для приближения товаров к покупателю широко используется временная торговая сеть: палатки, павильоны, приспособляются списанные кузова автомагазинов и хлебных фургонов. Как правило, такая сеть организуется на колхозных рынках и в местах расположения коллективных садов. Широко практикуется прием заказов от садоводческих товариществ, колхозов. Перечни товаров, имеющих в продаже, рассылаются им заранее. На центральных усадьбах колхозов и совхозов проводятся выставки и ярмарки по продаже товаров сельскохозяйственного назначения и хозяйственного обихода. При этом изучается спрос на товары для сада и огорода.

С 1981 г. кооператоры Курганской области строят свои взаимоотношения с коллективами садоводов на договорной основе, причем договор заключается между конкретным магазином и правлением товарищества. В соответствии с таким соглашением магазин обязуется продать коллективу садоводов через автосклад необходимое количество садово-огородного инвентаря, минеральных удобрений, ядохимикатов, а также сопутст-

вующих товаров. Правление садоводства, в свою очередь, своевременно собирает заявки на необходимые товары и сводный заказ представляет магазину. Заранее согласовываются дни и время продажи товаров на участке, о чем магазин информирует покупателей.

Много интересного в опыте торговли хозяйственными товарами накоплено и кооператорами Московской области. Например, магазин «Дом — сад — огород» открыт на базе обычного магазина «Хозтовары» в г. Икша Дмитровского района. Его торговая площадь составляет 160 м²; продажа организована по методу самообслуживания. Для выкладки товаров используется оборудование типа ТО-4, изготовленное опытным рекламным комбинатом МОСПО, который выполнил также работу по рекламному оформлению магазина.

Для этого предприятия утвержден ассортиментный перечень, куда включены товары бытовой химии, для сельскохозяйственных работ и ухода за жильем. Здесь постоянно ведется учет неудовлетворенного спроса. К сезону весенне-полевых работ покупателям предлагается большой выбор товаров. В этот период организуется и разъездная торговля. Так, по заказам рабочих в совхоз «Ермолино» регулярно завозятся садово-огородный инвентарь и различные инструменты. Специализация и рационализация торгового процесса способствовали росту эффективности работы предприятия: за последние пять лет товарооборот возрос почти вдвое и в 1980 г. составил более 485 тыс. руб., в 1981 г. он вырос еще на 7,8%.

Имеется хороший опыт и в торговле лесными строительными материалами. Продажу этих изделий в системе Центросоюза осуществляют более 1600 специализированных магазинов-складов и около 24 тыс. магазинов по торговле хозяйственными товарами. Объем реализации лесных строительных материалов за годы десятой пятилетки достиг 5,5 млрд. руб. Почти 550 магазинов-складов насчитывается в системе Роспотребсоюза, причем 75 построены в прошедшей пятилетке.

Об эффективности специализации торговли лесными и строительными материалами свидетельствует опыт кооперативных организаций, которые за последние годы улучшили обслуживание населения, добились увеличения объема реализации этих товаров. Наиболее перспективными типами торговых предприятий, реализующих строительные материалы, следует считать магазины-склады и специализированные мелкооптовые базы.