

ΚΛΑΥΔΙΟΥ Β. ΜΠΑΝΤΑΛΟΥΚΑ

Καθηγητοῦ καὶ Κοσμήτορος τῆς Ἀνωτάτης Βιομηχανικῆς Σχολῆς Πειραιῶς

ΟΡΓΑΝΩΣΙΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΥΤΟΥΣΙΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

Ἀνάτυπον ἐκ τοῦ Περιοδικοῦ «ΣΠΟΥΔΑΙ»
τῆς Α.Β.Σ.Π., τόμ. ΚΒ', τεῦχος 2, ἔτος 1972

ΑΘΗΝΑΙ 1972

ΚΑΛΥΛΙΟΥ Β. ΜΠΑΝΤΑΔΟΥΚΑ
Καθηγήτρια και Κοσμητορική της Νοσητικής Σχολής Πανεπιστημίου Αθηνών

ΟΡΓΑΝΩΣΙΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΥΤΟΥΣΙΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

ΟΡΓΑΝΩΣΙΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ
ΑΥΤΟΥΣΙΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

Πρώτη έκδοση με την επωνυμία ΚΑΛΥΛΙΟΥ
στο Πανεπιστήμιο Αθηνών, τόμος 2, έτος 1972

ΑΘΗΝΑΙ 1972

ΚΛΑΥΔΙΟΥ Β. ΜΠΑΝΤΑΛΟΥΚΑ

Καθηγητοῦ καὶ Κοσμήτορος τῆς Ἀνωτάτης Βιομηχανικῆς Σχολῆς Πειραιῶς

ΟΡΓΑΝΩΣΙΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΥΤΟΥΣΙΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

Ἀνάτυπον ἐκ τοῦ Περιοδικοῦ «ΣΠΟΥΔΑΙ»
τῆς Α.Β.Σ.Π., τόμ. ΚΒ', τεῦχος 2, ἔτος 1972

ΑΘΗΝΑΙ 1972

Ὀργάνωσις διανομῆς αὐτουσίων ἀγαθῶν (management of goods' physical distribution, or marketing) (*) καλεῖται ἡ παρ' ἐπιχειρήσεων ὀργάνωσις τῆς πωλήσεως τῶν ἀγαθῶν, μετὰ προηγουμένην κατάτησιν, ἀνάλυσιν, διείσδυσιν, ἀνάπτυξιν καὶ ὀλοκλήρωσιν τῆς ἀγορᾶς.

Ἡ πώλησις τῶν ἀγαθῶν (salesmanship) πραγματοποιεῖται ὀργανωτικῶς, μετ' ἐξάντησιν τῶν ἀκολουθῶν σταδίων. Πρῶτον, τῆς νομίμου μεταβιβάσεως τῶν παραστατικῶν ἐγγράφων τῆς ἐμπραγμάτου κυριότητος τῶν ἀγαθῶν. Δεύτερον, τῆς παραδόσεως τῶν ἀγαθῶν καὶ ἰδίως τῆς χρησιμότητος τῶν κατὰ τὴν ἐκπλήρωσιν τοῦ προορισμοῦ τῶν. Τρίτον, τέλος, τῆς παροχῆς ἐξυπηρετήσεων ἐκ μέρους τῆς πωλοῦσης ἐπιχειρήσεως πρὸς τοὺς ἀγοράζοντας, σχετικῶν πρὸς τὴν ἐπωφελεῖ καὶ ἄνετον χρῆσιν ἢ λειτουργίαν τῶν ἀποκτωμένων ἀγαθῶν.

Ἀγορασταί, ἀγαθὰ καὶ πωληταί εἶναι οἱ τρεῖς βασικοὶ παράγοντες ἐπιτυχοῦς ὀργανώσεως τῆς τοιαύτης διανομῆς. Ἡ γνῶσις τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἀνωτέρω παραγόντων, ἀποτελεῖ προϋπόθεσιν τῆς ἐπιδωκομένης ὀργανώσεως, ἀπὸ τοῦ σταδίου τῆς τελικῆς παραγωγῆς μέχρι τοῦ σταδίου τῆς τελικῆς πωλήσεως τῶν ἀγαθῶν.

Α'. Κατάτησις ἀγορᾶς, βάσει ἀγοραστῶν

Ἀγορὰ (market) καλεῖται τὸ σύνολον τῶν διενεργουμένων συναλλαγῶν εἰς συγκεκριμένον χρόνον καὶ χῶρον, τῇ ἐπιδράσει τῆς προσφορᾶς καὶ τῆς ζήτησεως ἀγαθῶν ἢ ὑπηρεσιῶν. Κατάτησις ἀγορᾶς (market segmentation) εἶναι ἡ διαδικασία τῆς ὑποδιαιρέσεως τῆς ἀγορᾶς ὑπὸ τῶν ἐπιχειρήσεων κατ' ἐπὶ μέρους ὁμοειδεῖς κατηγορίας, κατόπιν ὁμαδοποιήσεως τῶν κυριωτέρων χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἀγοραστῶν ἢ πελατῶν αὐτῶν.

Ἀγορασταί ἢ πελάται (buyers, purchasers, or customers, clients) τῶν

(*) Ἡ παρούσα ἐργασία ἀποτελεῖ τμημα προσφάτου συγγράμματος τοῦ συγγραφέως, ὑπὸ τὸν τίτλον : «Μικρο-Ὀικονομικὴ Ὀργανωτικὴ, Παραγωγῆς καὶ Διανομῆς Ἀγαθῶν», ἐνθα παρατίθεται καὶ σχετικὴ ἑλληνικὴ καὶ ξένη βιβλιογραφία.

ἐπιχειρήσεων, εἶναι τὰ φυσικά ἢ τὰ νομικά πρόσωπα τὰ ὅποια προμηθεύονται ἀγαθὰ ἔναντι καταβολῆς ἀντιτίμου. Ἡ ὀργανωμένη ἐπιχείρησις θεωρεῖ ὡς ἀγοραστὰς αὐτῆς, οὐχὶ μόνον τοὺς ἐνεργοὺς, ἀλλὰ καὶ τοὺς ὑπάρξαντας, τοὺς παρ' αὐτῆς ἀναζητουμένους, ὡς καὶ τοὺς λανθάνοντας ἢ πιθανοὺς, ἐφ' ὅσον αὕτη γνωρίζῃ ὅτι ἀντιμετωπίζουν οὗτοι τὴν κάλυψιν ἀνάγκης ἢ ἐπιθυμίας των, εἰς τὸ παρὸν ἢ εἰς τὸ μέλλον. Τὸ σύνολον τῶν ἀγοραστῶν συνιστᾷ τὸ ἀγοραστικὸν κοινὸν ἢ τὴν πελατεῖαν τῶν ἐπιχειρήσεων.

Ἡ κατὰ τμησις τῆς ἀγορᾶς ἀποσκοπεῖ τὴν διαφοροποίησίν της (market diversification). Τοιουτοτρόπως ἡ ἀγορά, διὰ τὴν ἐνδιαφερομένην ἐπιχείρησιν, δὲν ἀποτελεῖ γενικὸν καὶ ἑνιαῖον σύνολον προσφορᾶς καὶ ζητήσεως ἀγαθῶν. Ἀντιθέτως, ἡ ἀγορά καθίσταται διὰ τὴν ἐπιχείρησιν ταύτην ἐτερογενῆς, ἐκ σειρᾶς μερικωτέρων καὶ ὁμοιογενῶν ἀγορῶν. Οὕτω, δι' ἐκάστην μερικὴν καὶ ὁμοιογενῆ ἀγορὰν ἐπιτυγχάνεται συστηματικώτερα διερεύνησις τῶν μεταβολῶν τῶν προθέσεων τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ ἢ τοῦ ρεύματος τῶν ἀναγκῶν καὶ τῶν ἐπιθυμιῶν του. Εἶναι δὲ γνωστὸν, ὅτι αἱ προθέσεις αὗται ἀποτελοῦν τὴν ἀνεξάρτητον μεταβλητὴν τῆς ὑπάρξεως καὶ τῆς εὐεξίας τῶν, παραγουσῶν καὶ διανεμουσῶν εἰς τὴν ἀγορὰν ἀγαθὰ, ἐπιχειρήσεων. Τὸ ἀγοραστικὸν κοινὸν ἀναδεικνύει καὶ ἐκμηδενίζει οἰανδήποτε παρομοίαν ἐπιχείρησιν. Δι' ὃ καὶ αὗται ὑποχρεοῦνται ὅπως συνεχῶς προσαρμόζουν τὴν ὄλην δραστηριότητά των πρὸς τὸ διηνεκῶς μεταβαλλόμενον ρεῦμα τῶν ἀναγκῶν ἢ ἐπιθυμιῶν ἐκάστης κατηγορίας πελατῶν των.

Ἡ ἔρευνα τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς ταύτης, βοηθεῖ ἐκάστην ἐνδιαφερομένην ἐπιχείρησιν εἰς τὴν γνῶσιν τῆς ἀνωτέρω διαφοροποιήσεως τῶν προθέσεων τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ, ὡς καὶ τῶν αἰτίων τῶν προκαλούντων ταύτην. Τοιαῦτα αἷτια εἶναι αἰ μεταβολαὶ ἀναγκῶν, ἐθίμων, συνθηκῶν, κλίματος, τόπων, αἰσθητικῶν ἀντιλήψεων, εἰσοδημάτων, τιμῶν, μορφολογίας ἀγαθῶν καὶ ὑπηρεσιῶν, ἀπορροφητικότητος τῆς ἀγορᾶς ἀπὸ πλευρᾶς δυνατοτήτων προσφορᾶς καὶ ζητήσεως ἀγαθῶν κλπ. Σημειωθήτω ἐν προκειμένῳ, ὅτι αἱ προεκτεθεῖσαι μεταβολαὶ ἐμφανίζονται κατὰ τὸ πλεῖστον εἰς οἰκονομίας ἀπηλλαγμένας κρατικοῦ ἐλέγχου ἐπὶ τῆς παραγωγῆς, τῆς διανομῆς καὶ τῆς καταναλώσεως τῶν ἀγαθῶν. Εἰς τὰς οἰκονομίας ταύτας, τὸ ἀγοραστικὸν κοινὸν δύναται νὰ ἀσκήσῃ εἰς τὴν ἀγορὰν τὸ δικαίωμα τῆς ἀρνησικυρίας (veto), ἐπιβάλλον οὕτω τὰς ἐκάστοτε θελήσεις του. Ἡ ὑπαρξίς παρομοίου ἐλέγχου, προκαλεῖ τεχνητὴν συμπέσειν τῆς ἐνεργοῦ προσφορᾶς καὶ ζητήσεως τῶν ἀγαθῶν.

Ἀτομικὰ δελτία πελατῶν, τηρούμενα καὶ διηνεκῶς ἀνανεούμενα καὶ συμπληρούμενα, διευκολύνουν τὴν ἐπιτελικὴν λειτουργίαν τῶν ἐπιχειρήσεων εἰς τὴν παρακολούθησιν καὶ τὴν ὁμαδοποίησιν τῶν κυριωτέρων χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τοῦ συναλλασσομένου μετ' αὐτῶν ἀγοραστικοῦ κοινοῦ. Ἡ συγκέντρωσις τῶν οἰκείων δεδομένων ἀνατίθεται εἰς ἐκπροσώπους τῆς ἐπιτελικῆς λειτουργίας ἢ καὶ εἰς τοὺς πωλητὰς τῶν ἐπιχειρήσεων, οἵτινες καταγράφουν τὰ ἐν λόγῳ δεδομένα διαρκούσης ἐκάστης συναλλαγῆς, ἔτι δὲ συμπληρῶνουν ταῦτα διὰ τῆς μεθοδολογίας ἐρεύνης τῶν συν-

θηκῶν τῆς ἀγορᾶς καὶ γενικῶς τῆς οἰκονομίας. Ἡ προμνησθεῖσα ὁμαδοποίησις περιλαμβάνει κατὰ κανόνα τὰς ἐπομένους πέντε κατηγορίας γνωρισμάτων τῶν ἀγοραστῶν.

Αἱ παρορμήσεις ἢ τὰ ἐλατήρια (motivations) λήψεως ἀποφάσεων πρὸς ἀγορὰν ἀγαθῶν ἐκ μέρους ἐκάστου ἀγοραστοῦ, ἀποτελοῦν ἀξιόλογον παράγοντα κατατμήσεως τῆς ἀγορᾶς. Αἱ ἐν λόγῳ παρορμήσεις εἶναι καθαρῶς ψυχολογικῆς φύσεως, διαμορφοῦσαι τὴν ἐκάστοτε ἐκδηλουμένην συμπεριφορὰν οἰοδῆποτε ἀγοραστοῦ ἔναντι τῶν πωλητῶν ἢ τῶν πωλουμένων ἀγαθῶν. Ὁ χαρακτήρ καὶ ὁ ἐπηρεασμὸς τοῦ ἐξ ἐμφύτων καὶ ἐπικτήτων ὀρμῶν, τάσεων καὶ καταστάσεων, ἀποτελοῦν τὰ βασικὰ αἷτια τῆς προμνησθείσης συμπεριφορᾶς. Εἰς τὰ αἷτια ταῦτα, πρωταρχικὴν θέσιν κατέχει τὸ ἔνστικτον τῆς αὐτοσυντηρήσεως, ἢτοι τῆς παροχῆς δυνατοτήτων ἱκανοποιήσεως ἀπεριόριστως τῶν ἀνθρωπίνων ἀναγκῶν ἢ ἐπιθυμιῶν. Τοῦτο ἀκολουθεῖ ἢ τάσις ὑπερνικήσεως τῶν ἀναφουμένων δυσχερειῶν τῆς ζωῆς, ὡς καὶ αἱ τάσεις τῆς αἰσιοδοξίας διὰ τὸ μέλλον, τῆς προσαρμογῆς πρὸς τὰς ἐκάστοτε βιοτικὰς συνθήκας καὶ ἡ τάσις πρὸς ἐπίδειξιν (demonstration effect), ἢτοι διάκρισιν διὰ λόγους φιλοδοξίας, ἀμίλλης καὶ μιμήσεως. Ἔπονται τούτων, κατόπιν, αἱ ἔξεις, αἱ συνήθειαι, ἢ τὰ ἔθιμα ἐμφανίσεων, ἀνέσεων κλπ., εἰς τὰ ὅποια περιλαμβάνεται καὶ ἡ παρακολούθησις τοῦ συρμοῦ (τῆς μόδας). Τέλος, ἀξιόλογον αἷτιον εἶναι ἡ ἐπίδρασις τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ ἐκ τῆς ἀσκουμένης ἐπιχειρηματικῆς πολιτικῆς, πρωτίστως εἰς τοὺς τομεῖς τῶν ἀνθρωπίνων σχέσεων, τῶν ἐπικοινωνιῶν καὶ τῆς προβολῆς καὶ τῆς διαφημίσεως τῶν ἀγαθῶν. Οὕτως, ὁ χαρακτήρ ἐκάστου τῶν πελατῶν, διαρκούσης τῆς συναλλαγῆς των, εἶναι δυνατὸν νὰ διακριθῇ εἰς λογικόν, φιλόδοξον, ἐνθουσιώδη, εὐπιστον, ἰσχυρογνώμονα, διστακτικόν, δύστροπον κλπ.

Αἱ προδιαθέσεις ἢ πρωτοβουλίαι πρὸς ἀγορὰν ἀγαθῶν παρ' ἐκάστου τῶν πελατῶν, εἶναι ἐπίσης ὑπολογίσιμος παράγων, ἰδίως εἰς ἐπιχειρήσεις προσφερούσας ἀγαθὰ ζωτικῆς σημασίας ἢ μεγάλης ἀξίας. Ὁ παράγων οὗτος δύναται νὰ ἐκτιμηθῇ καλύτερον, ὅταν ληφθῇ ὡς παράδειγμα ἡ περίπτωση πωλήσεως ἀγαθῶν χρησίμων εἰς ἀσθενεῖς καὶ βρέφη, ὡς φαρμάκων καὶ τροφίμων διαίτης. Ἐν προκειμένῳ, αἱ ἐνδιαφερόμεναι ἐπιχειρήσεις ὁμαδοποιοῦν εἰς τοὺς πελάτας των τοὺς ἰατροὺς, οἵτινες ἀποφασίζουσιν τὰ ἀγορασταῖα ἀγαθὰ, ἢτοι συνιστοῦν μονάδας λήψεως ἀποφάσεων (decision-making units). Οἱ ἀρχηγοὶ τῆς οἰκογενείας καὶ γενικῶς οἱ ἀναλαμβάνοντες τὴν προμήθειαν τῶν ἀνωτέρω ἀγαθῶν, συνιστοῦν μονάδας διενεργείας τῶν ἀγορῶν (purchasing units). Τέλος, οἱ ἀσθενεῖς ἢ τὰ βρέφη, ἀπλῶς καταναλίσκουν τὰ ἐνταλθέντα καὶ ἀγορασθέντα ἀγαθὰ, συνιστῶντες μονάδας καταναλώσεως των (consuming units).

Ἡ οἰκονομικὴ κατάστασις καὶ συνεπῶς ἡ ἀγοραστικὴ ἱκανότης ἐκάστου ἀγοραστοῦ, εἶναι ὡσαύτως ἐκ τῶν πλέον σημαντικῶν παραγόντων κατατμήσεως τῆς ἀγορᾶς. Δεδομένα ἀναφερόμενα εἰς τὸ ὕψος τοῦ εἰσο-

δήματος και δη τοῦ δαπανωμένου παρ' ἐκάστου ἀγοραστοῦ, εἶναι τὰ πλέον ἀπαιτήτα. Ταῦτα συμπληροῦνται και διὰ δεικτῶν ἐπὶ τοῦ βαθμοῦ τῆς συχνότητος τῶν προμηθειῶν και τῆς ἀξίας των, ὡς και τοῦ βαθμοῦ τῆς πιστωτικῆς ἀξιοπιστίας ἐκάστου πελάτου.

Τὸ ἐπίπεδον τῆς κοινωνικῆς καταστάσεως ἐκάστου τῶν ἀγοραστῶν, παρέχει σταθμίσεις περὶ τῶν συνηθειῶν διαβιώσεως, τῶν συνναστροφῶν, τῆς μορφώσεως, τῆς αἰσθητικῆς ἢ καλαισθησίας, τοῦ ἐπαγγέλματος, τοῦ φύλου κλπ., ὡς και κλιμάκωσιν τῶν ἡλικιῶν τῶν ἀγοραστῶν πρὸς ἐκτίμησιν τῶν ἀναγκῶν και τῶν ἐπιθυμιῶν των.

Ἡ γεωγραφικὴ περιοχὴ εἰς ἣν ἕκαστος πελάτης διαμένει, ἀπασχολεῖται και συναλλάσσεται, εἶναι ὁ τελικὸς παράγων κατατμήσεως τῆς ἀγορᾶς. Ἡ σχετικὴ κατάτμησις πραγματοποιεῖται ἀναλόγως τοῦ τόπου (χώρας, γεωγραφικοῦ διαμερίσματος, πόλεως, προαστίου, κομποπόλεως, χωρίου, συνοικισμοῦ κλπ.), ὡς και τῆς ἀκριβοῦς περιοχῆς (ταχυδρομικῆς διευθύνσεως) εἰς κεντρικὴν ἢ συνοικιακὴν περιοχὴν πόλεως, εἰς προάστιον, εἰς ἀγροτικὴν περιοχὴν κλπ. Οὕτω, διαφορίζονται οἱ πελάται εἰς ἀστούς, ἀγρότας κλπ. Συμπληρωματικῶς συγκεντρῶνται στοιχεῖα κλιματολογικῶν συνθηκῶν ἐκάστης γεωγραφικῆς περιοχῆς και δη κατὰ ἐποχὰς τοῦ ἔτους, ἄτινα ἐπίσης διαφορίζουν τὴν πελατεῖαν ἀπὸ πλευρᾶς ἀναγκῶν και ἐπιθυμιῶν της.

Ἡ κατάτμησις τῆς ἀγορᾶς, βάσει τοῦ ἀνωτέρω διαφορισμοῦ τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ, διαμορφώνει τὴν καλουμένην «συμβιοῦσαν ἀγορὰν» (symbiotic market). Τοῦτο δέ, διότι αἱ ἐπιχειρήσεις ἐπιδιώκουν ν' ἀνταποκρίνωνται ἢ προσανατολίζονται εὐκάμπτως και συνεχῶς πρὸς τὴν ἐκάστοτε ἐνεργὸν ζήτησιν ἐκάστης ὁμοιογενοῦς και ὑπολογισίμου ὁμάδος ἀγοραστῶν (buyers orientation). Δι' αὐτῆς τῆς ἐπιδιώξεως, συμβάλλουν αὐται εἰς διαρκῆ ἐξισορρόπησιν τῆς προσφορᾶς και τῆς ζήτησεως ἀγαθῶν, κατ' εἶδη, ποσότητας και τιμὰς αὐτῶν. Ἡ οὕτως «συμβιοῦσα» ἀγορὰ καθίσταται ἀσφαλεστέρα. τῇ ἐπιδράσει βεβαίως και τῆς ἀναλύσεώς της, βάσει τῶν ἀγαθῶν.

Β'. Ἀνάλυσις ἀγορᾶς, βάσει ἀγαθῶν

Ἀνάλυσις ἀγορᾶς (market analysis) βάσει ἀγαθῶν, σημαίνει τὴν διαδικασίαν τῆς λεπτομεροῦς διακρίσεως και συγκρίσεως τῶν ἀγαθῶν μεταξὺ των, ἐπὶ τῇ βάσει ὁμοειδῶν κατὰ κατηγορίας αὐτῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων (attributes), ἀπὸ πλευρᾶς λειτουργικοῦ προορισμοῦ και ἰδιοσυστασίας των. Ἡ ἀνάλυσις αὕτη πραγματοποιεῖται παρ' ἐκάστης ἐνδιαφερομένης ἐπιχειρήσεως, ἐπὶ τῷ τέλει διαπιστώσεως τῆς ὑπεροχῆς ἐκάστου ἀγαθοῦ ἔναντι τῶν λοιπῶν ὁμοειδῶν, ἐν συνεχείᾳ δὲ ὅπως ἐνημεροῦνται οἱ ἐνδιαφερόμενοι τοῦ προσωπικοῦ και τῶν πελατῶν της, διὰ τὴν ἐνδεικνυομένην ἐπιλογὴν τῶν παρακτέων και διανεμητέων εἰς τὴν ἀγορὰν ἀγαθῶν, ἢ και ἀγαθοῦ.

Ὁ λειτουργικὸς προορισμὸς (functional predestination) τῶν ἀγαθῶν ἀναφέρεται εἰς τὴν χρησιμότητα ἢ ὠφελιμότητα αὐτῶν διαρκούσης τῆς χρήσεως ἢ τῆς λειτουργίας των. Κατὰ τὴν ἐκτίμησιν τοῦ ἀγοραστικοῦ

κοινοῦ, ὀνομάζεται *χρησιμότης δεδομένου ἀγαθοῦ* ἢ ἰκανότης αὐτοῦ ὅπως προκαλῆ αἴσθημα ἰκανοποίησεως ἢ εὐαρεσκείας εἰς τὸν ἄνθρωπον ὅταν τοῦτο χρησιμοποιηται. Τὸ ἐν λόγῳ αἴσθημα συνοδεύει τὴν πληρωσιν ἀνάγκης ἢ ἐπιθυμίας τοῦ ἀνθρώπου, ἀνεξαρτήτως οἴουδῆποτε ἀντικειμενικοῦ κριτηρίου. Ὁ ὡς ἄνω προορισμὸς διαφορίζει τὰ ἀγαθὰ εἰς δύο ζεύγη ὁμοειδῶν ἐπὶ μέρους κατηγοριῶν, ἴτοι εἰς ἀγαθὰ ἀπλῆς καὶ διαρκοῦς χρήσεως ἢ λειτουργίας καὶ εἰς τοιαῦτα παραγωγῆς καὶ καταναλώσεως, ἴτοι παραγωγικὰ καὶ καταναλωτικὰ.

Ἄπλῆς χρήσεως ἢ λειτουργίας ἀγαθὰ (non-durable goods) εἶναι τὰ διὰ μιᾶς καὶ μόνον χρησιμοποιήσεως των, ἢ τὰ ἐφ' ἅπαξ, ἀναλισκόμενα, τερματιζομένης ἢ ἐξαφανιζομένης ἀμέσως τῆς χρησιμότητός των. Τοιαῦτα ἀγαθὰ, ἐ.π., εἶναι τὰ καύσιμα, τὰ λιπαντικά, τὰ τρόφιμα, τὰ ποτά, τὰ φάρμακα, ὁ καπνός, τὰ πυρεῖα, ὁ χάρτης γραφῆς κλπ.

Διαρκοῦς χρήσεως ἢ λειτουργίας ἀγαθὰ (durable goods) εἶναι τὰ ἀναλισκόμενα μετὰ πολλαπλὴν τούτων παροχὴν χρησιμότητος, διαρκοῦσαν συνήθως ἐπὶ μακρὸν χρόνον. Εἰς τὴν κατηγορίαν ταύτην ὑπάγονται, ἐ.π., τὰ κτίρια ἢ αἱ οἰκοδομαί, αἱ μηχαναί, τὰ μέσα συγκοινωνίας καὶ ἐπικοινωνίας, τὰ μέσα μηχανογραφίας, τὰ ἔπιπλα, τὰ σκευῆ, αἱ γραφίδες, τὰ ὄρολόγια κλπ.

Παραγωγικὰ ἀγαθὰ (productive goods) χαρακτηρίζονται τὰ συμβάλλοντα εἰς τὴν παραγωγὴν ἐτέρων ἀγαθῶν, εἴτε ὑπὸ τὴν μορφήν τοῦ κεφαλαιακοῦ ἐξοπλισμοῦ, εἴτε ὑπὸ τὴν μορφήν ὑλικῶν πόρων πρὸς μετασχηματισμόν. Ἡ ἀνάλωσις αὐτῶν πραγματοποιεῖται δι' ἀπλῆς ἢ διαρκοῦς χρήσεως ἢ λειτουργίας των, χωρὶς ὅμως ταῦτα νὰ ἐξαφανίζονται ἢ νὰ παύῃ ἡ περαιτέρω ὠφελιμότης των.

Καταναλωτικὰ ἀγαθὰ (consumption goods), καλοῦνται τὰ ὀριστικῶς παραχθέντα καὶ προοριζόμενα διὰ τὴν ἰκανοποίησιν ἀτομικῶν ἀναγκῶν ἢ ἐπιθυμιῶν τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ, ἄσχετον πρὸς τὴν παραγωγικὴν διαδικασίαν. Ἡ χρησιμότης αὐτῶν ἀπόλλυται κατὰ τρόπον ὀριστικὸν διὰ τῆς ἀπλῆς ἢ διὰ τῆς διαρκοῦς χρήσεως ἢ λειτουργίας των.

Ἡ ἰδιοσυστασία τῶν ἀγαθῶν, διαφορίζει περαιτέρω ταῦτα, ἀπὸ πλευρᾶς ἀντικειμενικῶν καὶ ὑποκειμενικῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων των. Αὕτη ἀποτελεῖ τὸ ἀπαραίτητον ἀντίβαρον τοῦ ἐκάστοτε ὑφισταμένου ἐπιπέδου τῆς οικονομικῆς καὶ γενικῶς τῆς ἐκπολιτιστικῆς ἀναπτύξεως τῆς κοινωνίας, ἐνῶ συνάμα συνιστᾷ κριτήριον σταθμίσεως τῆς ὑπεροχῆς τῶν ἀγαθῶν μεταξύ των, οὕτω δὲ καὶ τῆς σχετικῆς αὐτῶν ἀξίας.

Ἀντικειμενικὰ χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα τῶν ἀγαθῶν εἶναι τὰ ὑλικά τοιαῦτα, φυσικοχημικῆς καὶ μηχανικῆς συστάσεως καὶ συνθέσεως. Συνεπῶς, τὰ γνωρίσματα ταῦτα ἀναφέρονται κυρίως εἰς τὴν ποιότητα, τὴν ἐτοιμότητα, τὴν προτυποποίησιν καὶ τὴν συσκευασίαν τῶν ἀγαθῶν. Ἀναφέρονται δευτερευόντως ταῦτα εἰς τὴν μᾶζαν ἐξ ἧς συντίθενται, ἴτοι ἐὰν πρόκειται περὶ στερεῶν (συμπαγῶν, εἰς κόκκους, εἰς κόνιν), περὶ ὑγρῶν (παχυρρεῦστων ἢ μῆ) καὶ περὶ ἀερίων ἀγαθῶν. Κατὰ τρίτον λόγον, τὰ ὡς ἄνω γνωρίσματα δια-

φοροποιούν τὰ ἀγαθὰ ἀπὸ πλευρᾶς τρόπου κατασκευῆς των (χειροποίητα, μηχανοποίητα κλπ.).

Ἐποκειμενικὰ χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα τῶν ἀγαθῶν εἶναι τὰ ἀναφερόμενα εἰς τὴν χρησιμότητά των διὰ τοὺς ἀγοραστὰς αὐτῶν. Ἐπὶ τῇ βάσει τῶν ἐν λόγῳ γνωρισμάτων διαμορφοῦνται ἐν πολλοῖς εἰς τὴν ἀγορὰν ἢ ζήτησις τῶν ἀγαθῶν. Ἐν προκειμένῳ ἐπιδρῶν οἱ ἀκόλουθοι παράγοντες τῆς οἰκονομίας. Πρῶτον, ὁ νόμος τῆς φθινοῦσης ὀριακῆς χρησιμότητος τῶν ἀγαθῶν. Δεύτερον, ἡ ἀρχὴ τῆς ἀναλογίας τῶν ὀριακῶν χρησιμότητων τῶν ἀγαθῶν πρὸς τὴν ἀξίαν αὐτῶν. Τρίτον, ἡ τάσις τῆς ἀυξήσεως τῆς ζητήσεως ἀγαθῶν μεγαλυτέρας χρησιμότητος.

Ἡ χρησιμότης τῶν ἀγαθῶν προσδιορίζεται εἰδικώτερον, τῇ ἐπιδράσει τῆς μορφῆς, τοῦ χώρου, τοῦ χρόνου καὶ τῆς κτήσεώς των. Ἡ μορφή (τὸ σχῆμα) τῶν ἀγαθῶν, καθοριζομένη κατὰ τὴν παραγωγὴν αὐτῶν, διαμορφώνει τύπους ἢ πρότυπα σχετιζόμενα πρὸς τὴν ποιότητα, τὸ μέγεθος καὶ τὴν συσκευασίαν αὐτῶν. Οὕτω, καθίσταται ἐφικτὴ ἡ διακεκριμένη φυσιογνωμία των, ἔτι δὲ καὶ ἡ ἐκδήλωσις ἀναλόγου βαθμοῦ ἔλκυστικότητος εἰς ὑπεροχὴν καὶ ἐμφάνισιν αὐτῶν. Οἱ λοιποὶ τρεῖς ἐκ τῶν ἀνωτέρω παραγόντων, καθορίζονται κατὰ τὸ στάδιον τῆς φυσικῆς διανομῆς τῶν ἀγαθῶν.

Ὁ χῶρος τῶν ἀγαθῶν, εἶναι ὁ τόπος τῆς προσφορᾶς των εἰς τὸ ἀγοραστικὸν κοινόν, ἀνεξαρτήτως τοῦ γεγονότος ὅτι τὰ ἀγαθὰ παρήχθησαν ἐγγωρίως ἢ εἰσήχθησαν ἐκ τῆς ἀλλοδαπῆς, διὰ νὰ εἶναι προσιτὰ εἰς τοὺς ζητοῦντας αὐτὰ εἰς συγκεκριμένον χῶρον. Ὁ χρόνος τῶν ἀγαθῶν, εἶναι ἐκεῖνος τῆς στιγμῆς τῆς ἀποκτήσεώς των ὑπὸ τῶν ἀγοραστῶν. Οὗτος δυνατόν νὰ εἶναι συνεχῆς, περιοδικὸς (κατ' ἐποχάς, ἑορτάς, ἐκπτώσεις κλπ.) καὶ κατὰ χρονικὰς στιγμὰς (διὰ φαγητόν, τέρψιν κλπ.), ἀλλὰ πάντοτε ὁ κατάλληλος πρὸς ἄμεσον προσφορὰν καὶ ἀπόκτησιν τῶν ἀγαθῶν.

Ἡ κτήσις τῶν ἀγαθῶν ὑπὸ τῶν ἀγοραστῶν των, εἶναι σχετικὴ πρὸς τὴν προσφορὰν καὶ ἀπόκτησιν σχετικῶς ἀρίστης ποιότητος, ἐπαρκοῦς ποσότητος καὶ εἰς προσιτὴν τιμὴν πωλήσεως. Ἡ προσφορὰ καὶ ἡ ἀπόκτησις αὕτη δεόν νὰ εἶναι ἀνάλογοι τῶν ἐξῆς τριῶν μερικωτέρων βαθμῶν χρησιμότητος τῶν ἀγαθῶν. Πρῶτον, τῆς φυσικῆς ἢ τῆς κοινωνικῆς ἀναγκασιότητος τῶν ἀγαθῶν. Ὅσον αὕτη εἶναι μεγαλυτέρα, τόσον καθίσταται εὐχερεστέρα ἡ ἀπορροφητικότης τῶν ἀγαθῶν εἰς τὴν ἀγορὰν. Συμφώνως πρὸς τὴν ἀναγκαιότητα τούτων, τὰ ἀγαθὰ διακρίνονται εἰς πρώτης, δευτερευούσης καὶ πολυτελοῦς ἀνάγκης. Δεύτερον, τῆς σπανιότητος ἢ τῆς στενότητος τῶν ἀγαθῶν, ἐν συνδυασμῷ πρὸς τὴν δυνατότητα ὑποκαταστάσεως ἢ μὴ αὐτῶν δι' ἑτέρων παρεμφεροῦς χρησιμότητος ἀγαθῶν (λόγῳ μονοπωλίου, μονοπωλιακοῦ ἀνταγωνισμοῦ, ἢ πλήρους ἀνταγωνισμοῦ). Τρίτον, τῆς προτιμήσεως ἀγαθῶν, συγκεντρούντων γνωρίσματα προσφορᾶς τέρψεως, ἀνέσεως καὶ αἰσθητικῆς ἢ καλαισθησίας, ἀπὸ ἀπόψεως γεύσεως, ὀράσεως, ὀσφρήσεως, ἀφῆς καὶ ἀκοῆς.

Ἡ ἐνημέρωσις τῶν ἐνδιαφερομένων ἐντὸς καὶ ἐκτὸς

τῆς ἐπιχειρήσεως καὶ δὴ τῆς πελατείας αὐτῆς, ἐπὶ τῶν πορισμάτων τῆς τοιαύτης ἀναλύσεως τῆς ἀγορᾶς, διευκολύνει σημαντικῶς τὴν ἀποστολὴν τῆς διανομῆς τῶν ἀγαθῶν. Ὡς γνωστόν, ὑφίστανται εἰς τὴν ἀγορὰν ἀγαθὰ, τὰ ὅποια εἶναι γνωστὰ ἢ ἔχουν ἐπιβληθῆ, λόγῳ ὑπεροχῆς τῶν. Πολλάκις ὅμως, ὑφίστανται εἰς τὴν ἀγορὰν ἀγαθὰ, τὰ ὅποια εἶναι πλήρως ἄγνωστα, ἢ καὶ ἀνεπαρκῶς γνωστὰ εἰς τὸ ἀγοραστικὸν κοινόν, ἐνῶ ταῦτα ἀνταποκρίνονται εἰς τὰς ἐμφανῶς ἐκδηλωθείσας ἢ τὰς λανθανούσας ἀνάγκας ἢ ἐπιθυμίας αὐτοῦ.

Οἱ ἐπιχειρηματικοὶ νεωτερισμοὶ ἢ αἱ καινοτομῖαι (innovations) ἐπιβάλλουν περισσότερον τὴν τοιαύτην ἐνημέρωσιν τῶν ἐνδιαφερομένων ἐπὶ τῆς ἀναλύσεως τῆς ἀγορᾶς. Διὰ τῆς ἐνημερώσεως ταύτης, τὸ ἀγοραστικὸν κοινὸν γνωρίζει πλέον τὴν προσφορὰν καὶ τὴν ὑπεροχὴν τῶν τῷ πρῶτον εἰσαγομένων εἰς τὴν ἀγορὰν νέων τύπων ἀγαθῶν καὶ οὕτως ἐκδηλώνει τὴν πρὸς ταῦτα προτίμησίν του, ἔναντι ἐτέρων, ὑπαρχόντων ἢ ὑπαρξάντων.

Ἡ παροῦσα ἀνάλυσις εἶναι, τελικῶς, ὠφέλιμος εἰς τὴν ἐπιχείρησιν, ἀπὸ ἀπόψεως προσανατολισμοῦ τῆς προσφορᾶς τῆς πρὸς τὴν ἐνεργὸν ζήτησιν, βάσει τοῦ διαφορισμοῦ τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ εἰς ἐπὶ μέρους ὁμοιογενεῖς ομάδας καὶ τῆς ἐν γένει κοινωνικο-οικονομικῆς πολιτικῆς αὐτῆς. Τοιοῦτοτρόπως, ἡ κατάτμησις τῆς ἀγορᾶς βάσει ἀγοραστῶν, ὡς καὶ ἡ ἀνάλυσις τῆς βάσει ἀγαθῶν, συντελοῦν ἀρκούντως εἰς τὴν προώθησιν τῆς ἐπιχειρηματικῆς καὶ γενικῶς τῆς οἰκονομικῆς δραστηριότητος πρὸς ὅλον ἐν ἀνώτερα ἐπίπεδα ἀναπτύξεως.

Γ'. Διεΐσδυσις εἰς ἀγορὰν δι' ἀγωγῶν διανομῆς

Διεΐσδυσις εἰς ἀγορὰν δι' ἀγωγῶν διανομῆς (market penetration by channels of distribution) σημαίνει ὀργάνωσιν τῶν δυνατοτήτων πωλήσεως ἀγαθῶν, δι' ὅλον ἐν καὶ μεγαλυτέρας ἐπεκτάσεως καὶ διευρύνσεως τῶν ἀγωγῶν τούτων. Ἀγωγοὶ διανομῆς (δίκτυα, δικτυώματα) εἶναι ἢ σειρὰ χρησιμοποιοιμένων ὑπὸ τῶν ἐπιχειρήσεων διανεμητῶν (distributors), ἀναλαμβάνόντων τὴν διοχέτευσιν ἀγαθῶν εἰς τὴν ἀγορὰν, κατὰ στάδια (points) διαδεχόμενα ἄλληλα, ἀπὸ τῆς τελικῆς παραγωγῆς μέχρι τῆς τελικῆς πωλήσεως τῶν ἀγαθῶν.

Βραχὺ καὶ μακρὸν κύκλωμα διανομῆς τῶν ἀγαθῶν σχηματίζεται διὰ τῶν σταδίων τούτων, ἀναλόγως πρὸς τὰ ἐκάστοτε πορίσματα τῆς ἐρεῦνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς. Εἶναι δὲ δυνατόν νὰ ἐφαρμόζωνται συγχρόνως ἀμφότερα ἢ καὶ ἑκάτερον ἀπὸ τὰ κυκλώματα ταῦτα, χωρὶς ἕκαστον ἐξ αὐτῶν νὰ θεωρῆται ὀργανωτικῶς ὅτι ὑπερέχει τοῦ ἐτέρου ὡς πληρέστερον ἢ ἀποτελεσματικότερον. Ἡ λειτουργία τῶν διεπεται ἀπὸ τὴν ὀργανωτικὴν ἀρχὴν τῆς κατ' ἐνδεικνυομένους γεωγραφικοὺς χώρους πωλήσεως τῶν ἀγαθῶν ὅσον τὸ δυνατόν ταχύτερον καὶ εὐθηνότερον.

Εἰς τὴν περίπτωσιν τοῦ βραχείου κυκλώματος,

ἡ διανομὴ τῶν ἀγαθῶν συντελεῖται ἀμέσως ὑπὸ τῶν παραγουσῶν ἐπιχειρήσεων πρὸς τοὺς τελικοὺς ἀγοραστὰς, τῇ μεσολαβῇ μόνον τῶν πωλητῶν ἢ τῶν μέσων τῆς ἀπροσώπου πωλήσεως αὐτῶν. Αἱ πωλήσεις ἐν προκειμένῳ πραγματοποιοῦνται εἰς πρατήρια ἐργοστασίων ἢ εἰς καταστήματα καὶ ὑποκαταστήματα τῶν παραγωγῶν. Ὁ σχηματισμὸς τοῦ ἐν λόγῳ βραχέος κυκλώματος παρέχει εἰς τὰς παραγούσας ἐπιχειρήσεις τὴν δυνατότητα τῆς ἀμέσου αὐτῶν ἐπικοινωνίας ἢ συναλλαγῆς μετὰ τῶν τελικῶν ἀγοραστῶν. Ἡ ἐπικοινωνία δὲ αὕτη καθιστᾷ ἐφικτὴν τὴν ἀπ' εὐθείας συγκέντρωσιν ἐμπειρικῶν δεδομένων ἐπὶ τῶν μεταβολῶν τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινού. Συνάμα, ἡ ἐν λόγῳ ἐπικοινωνία ἐπιτρέπει ἄμεσον ἄσκησιν πολιτικῆς τῶν παραγουσῶν ἐπιχειρήσεων, πρὸς περαιτέρω διείσδυσιν εἰς τὴν ἀγοράν, πρὸς κατάλληλον ὑπ' αὐτῶν διαφήμισιν, προβολὴν κλπ. Τέλος, τὸ βραχὺ τοῦτο κύκλωμα συμβάλλει, ὅπως αἱ παράγουσαι ἐπιχειρήσεις καρποῦνται τὰ κέρδη τῶν φορέων τοῦ μακροῦ κυκλώματος.

Εἰς τὴν περίπτωσιν τοῦ μακροῦ κυκλώματος, ἡ διανομὴ τῶν ἀγαθῶν διενεργεῖται ἐμμέσως, τῇ μεσολαβῇ τῶν λειτουργικῶν ἐνδιάμεσων (functional middlemen), οἵτινες, ἀπαλλάσσουσιν τὰς παραγούσας ἐπιχειρήσεις τῆς συστάσεως καὶ λειτουργίας ἰδίων αὐτῶν πρατηρίων καὶ καταστημάτων πωλήσεως τῶν προϊόντων, διὰ νὰ ἐπιτύχουν τὴν ἐνδεικνυομένην διείσδυσιν εἰς τὴν ἀγοράν. Οἱ λειτουργικοὶ ἐνδιάμεσοι θέτουν εἰς τὴν διάθεσιν τῶν παραγουσῶν ἐπιχειρήσεων τὸ ἀναγκαῖον σύστημα ἀγωγῶν διανομῆς, τοπικῶς, ἐθνικῶς καὶ διεθνῶς, ἀξιοποιοῦντες τὴν ἄμεσον αὐτῶν ἐπικοινωνίαν ἢ συναλλαγὴν μετὰ τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινού, ὑπὲρ τῶν παραγουσῶν ἐπιχειρήσεων.

Οἱ ἔμποροι χονδρικῆς καὶ λιανικῆς πωλήσεως, εἶναι οἱ κυριώτεροι διανεμηταὶ τῶν ἐγχωρίως παραγομένων καὶ ἐκ τῆς ἀλλοδαπῆς εἰσαγομένων παρ' αὐτῶν αὐτουσίῳ ἀγαθῶν. Τὸ ἀρχικὸν στάδιον τῆς διαδοχικῆς ταύτης διοχετεύσεως τῶν ἀγαθῶν εἰς τὴν ἀγοράν, ἀνήκει εἰς τοὺς ἐμπόρους χονδρικῆς πωλήσεως. Τὸ τελικὸν δὲ στάδιον τοῦ κυκλώματος αὐτοῦ ἀνήκει εἰς τοὺς ἐμπόρους λιανικῆς πωλήσεως. Εἰς τοὺς τελευταίους τούτους ἐμπόρους περιλαμβάνονται καὶ οἱ πλανόδιοι, οἱ πωλοῦντες ἀγαθὰ ἀπὸ οἰκίας εἰς οἰκίαν (house to house, or door to door, selling) τῶν τελικῶν ἀγοραστῶν, τοῦ τύπου τῶν «γυρολόγων», ἢ τῶν «πραματευτῶν», ὡς ἄλλοτε ἐκαλοῦντο παρ' ἡμῖν.

Οἱ ἀντιπρόσωποι τῶν παραγουσῶν ἐπιχειρήσεων καὶ ἐνίοτε τῶν ἐμπόρων χονδρικῆς πωλήσεως, συνιστοῦν κατηγορίαν ἐμπόρων λιανικῆς κυρίως πωλήσεως, ἰδιαιτέρως προνομιακῆν. Εἰς αὐτοὺς παρέχονται δικαιώματα προνομιακῆς ἐκμεταλλεύσεως δεδομένων ἀγορῶν. Οὗτοι, δηλαδή, ἀποτελοῦν ἀγωγὸς διανομῆς μονοπωλιακοῦ χαρακτῆρος, ἐνῶ συνάμα τυγχάνουν συστηματικῆς βοήθειας ἐκ μέρους τῶν ἐπιχειρήσεων τὰς ὁποίας ἀντιπροσωπεύουν, ἀπὸ πλευρᾶς ὀργανώσεως τῆς στρατηγικῆς προωθήσεως τῶν πωλήσεων εἰς τὴν περιοχὴν τῆς δράσεως αὐτῶν.

Οἱ μεσίται, οἱ παραγγελιοδόχοι καὶ οἱ πράκτο-

ρες τῶν παραγοῦσῶν ἐπιχειρήσεων καὶ ἐνίοτε τῶν ἐμπόρων χονδρικῆς πωλήσεως, ὑποβοηθοῦν περαιτέρω εἰς τὴν διείσδυσιν εἰς τὴν ἀγοράν. Οἱ ἀγωγοὶ ὅμως οὗτοι διοχετεύουν εἰς τὴν ἀγοράν, ὡς ἐπὶ τὸ πλεῖστον, οὐχὶ αὐτούσια τὰ ἀγαθὰ, ἀλλὰ δείγματα καὶ προδιαγραφὰς τῆς ποιότητος καὶ τῆς τιμῆς αὐτῶν, βάσει τῶν ὁποίων προβαίνουν εἰς σταδιακὴν μεταβίβασιν τίτλων ἢ παραστατικῶν ἐγγράφων ἐμπραγμάτου κυριότητος τῶν αὐτουσίῶν ἀγαθῶν.

Ἡ στρατηγικὴ προωθήσεως τῶν πωλήσεων (strategy of sales promotion) ἐκ μέρους τοῦ συνόλου τῶν διανεμητῶν, χαράσσεται καὶ προγραμματίζεται κατόπιν ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς καὶ γενικῶς τῆς οἰκονομίας. Εἰς τὴν ἔρευναν ταύτην, ἕκαστος τῶν διανεμητῶν, συγκεντρώνει δεδομένα καὶ, δίκην κεραίας πομποῦ τηλεπικοινωνιακοῦ μέσου, ἐνημερώνει τοὺς ἀνήκοντας εἰς τὰ πρῶτα στάδια ἀγωγὸς διανομῆς καὶ δι' αὐτῶν τὰς παραγοῦσας ἐπιχειρήσεις, ἐπὶ τῶν ὑφισταμένων καὶ τῶν διαγραφόμενων τάσεων τῆς προσφορᾶς καὶ τῆς ζήτησεως ὀρισμένων κατηγοριῶν ἀγαθῶν. Εἰδικώτερον, οὗτοι συγκεντρῶνουν καὶ μεταδίδουν δεδομένα ἀναφερόμενα ἐπὶ τοῦ κύκλου τῶν ἐργασιῶν των, εἰ δὲ δυνατόν καὶ τῶν ἀνταγωνιστῶν των. Ἐπιδιώκουν συνάμα οὗτοι νὰ ἐξηγοῦν τοὺς λόγους εἰς οὓς ὀφείλεται τὸ ἐκάστοτε μέγεθος τοῦ ὡς ἄνω κύκλου ἐργασιῶν καὶ νὰ παρέχουν ἐγκύρους γνώμας περὶ τῶν δυνατοτήτων ἀυξήσεως αὐτοῦ. Ἐπιπροσθέτως, οὗτοι παρέχουν πληροφορίας ἐπὶ τῶν σταθμητῶν, εἰ δὲ δυνατόν καὶ τῶν ἀσταθμητῶν, παραγόντων τῶν ὑφισταμένων εἰς αὐτοὺς καὶ εἰς τὴν ἀγοράν οἰκονομιῶν ἢ ἀντιοικονομιῶν, ὡς καὶ ἐπὶ τοῦ βαθμοῦ ἐπηρεασμοῦ των ἐκ μέρους τοῦ ὄλου ἢ τμήματος τοῦ διανεμητικοῦ κυκλώματος. Τέλος, οὗτοι ἐξάγουν πορίσματα περὶ τῆς περαιτέρω χρονικῆς καὶ χωρικῆς κλιμακώσεως τῆς ἐπεκτάσεως τῶν ἀγωγῶν διανομῆς καὶ τοῦ μεγέθους ἐκάστου ἐξ αὐτῶν, ἐπὶ σκοπῷ πλήρους καλύψεως τῆς ἀγορᾶς δι' ὀρισμένων κατηγοριῶν ζητουμένων ἀγαθῶν.

Ὁ σχετικὸς ἄριστος ὄγκος τῶν ἐπικερδῶν πωλήσεων (profitable sales volume), ὁ ὁποῖος ἐπιβάλλεται ὅπως ἐκάστοτε ἐπιτυγχάνεται, ἀποτελεῖ τὸν σπουδαιότερον στόχον τῆς στρατηγικῆς προωθήσεως τῶν πωλήσεων δι' ἀγωγῶν διανομῆς. Οὕτω, βραχυχρονίως καὶ μακροχρονίως προγραμματίζεται, πρῶτον, ἡ κάλυψις τῶν ἀναγκῶν τῶν τοπικῶν ἀγορῶν, διὰ συστάσεως καὶ λειτουργίας καταλλήλου ἀριθμοῦ καὶ μεγέθους καταστημάτων. Ὅταν κριθῆ, ὅτι ἐκαλύφθη πλήρως τὸ σύνολον τῶν τοπικῶν ἀγορῶν, προγραμματίζεται ἡ διείσδυσις εἰς γειτονικὰς περιοχὰς ἢ γεωγραφικὰ διαμερίσματα καὶ τελικῶς εἰς τὴν ἐθνικὴν ἀγοράν. Προκειμένου περὶ ἐπιχειρήσεων μεγάλου καὶ μάλιστα γιγαντιαίου μεγέθους (μὲ διεθνή κριτήρια), διερευνῶνται καὶ αἱ τυχόν εὐνοϊκαὶ προοπτικαὶ διείσδύσεως αὐτῶν δι' ἀγωγῶν διανομῆς εἰς ἐτέρας ἐθνικὰς οἰκονομίας καὶ ὁλονὲν εἰς περισσοτέρας.

Ὁ προγραμματισμὸς προωθήσεως τῶν πωλήσεων, προηγεῖται τοῦ λοιποῦ προγραμματισμοῦ τῆς ἐπιχειρηματικῆς δράσεως. Ἰδίᾳ οὗτος προηγεῖται τοῦ ἀναφερομένου εἰς προμήθειαν, ἀποθεματοποίησιν καὶ παραγωγὴν ἀγαθῶν. Διὰ τῆς τοιαύτης προτάξεως ἀποφεύγονται κίνδυνοι ζημιῶν, λόγῳ ὑπὲρ - ἢ ὑποπαραγωγῆς ἢ εἰσαγωγῆς καὶ συνεπῶς

άντιστοίχου προσφοράς. Μόνον όταν προβλέπεται να εκδηλωθῆ μεγαλύτερα ἐνεργὸς ζήτησις ἀγαθῶν, ἐναντι τῶν δυνατοτήτων τῆς παραγωγῆς καὶ κατ' ἀκολουθίαν τῆς διανομῆς ἢ τῆς προσφοράς, τότε μόνον δικαιολογεῖται νὰ ἔπεται ὁ ἀνωτέρω προγραμματισμὸς τοῦ λοιποῦ, ἐξ οὗ καὶ πλεόν ἐξαρτᾶται ἡ ὅλη διεΐσδυσις εἰς τὴν ἀγοράν.

Οἱ στόχοι πωλήσεων (sales targets) τοῦ προγραμματισμοῦ τούτου, προκαθορίζουν διαχωρικῶς καὶ διαχρονικῶς «τί, πόσον, ποῦ, εἰς ποίους, διὰ ποίων, πότε, πῶς καὶ εἰς ποίας τιμὰς» δέον νὰ προσφέρηται ἐξ ἐκάστης ὁμοειδοῦς κατηγορίας ἀγαθῶν, ἢ εἶδους ἀγαθῶν. Κατὰ τὸν προγραμματισμὸν τῶν ἐν λόγῳ στόχων, λαμβάνονται ὑπ' ὄψιν εἰδικὰ κριτήρια, σχετικὰ πρὸς τὴν ἔκτασιν τοῦ κυκλώματος διανομῆς, ἀναφερόμενα εἰς τὰ μέσα συγκοινωνίας καὶ ἐπικοινωνίας ἐκάστης περιοχῆς, τὰς δυνατότητας ἀνταγωνισμοῦ, τὰς συνηθείας συναλλαγῶν τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινού, τὰς περιοχὰς μεγαλυτέρας ἀπορροφήσεως ἐκάστου τῶν πωλουμένων ἀγαθῶν κλπ.

Αἱ συνολικαὶ δαπάναι διανομῆς αὐτοῦσιων ἀγαθῶν, ὡς γνωστόν, περιορίζονται ὅσον τὸ ὡς ἄνω κύκλωμα καθίσταται βραχύτερον, ἐνσωματούμεναι εἰς τὴν τιμὴν πωλήσεως, κατόπιν ἀναλόγου πρὸς τὸν κύκλον ἐργασιῶν καταμερισμοῦ τῶν. Ἄλλ' ἢ συνεχῆς διεΐσδυσις εἰς τὴν ἀγοράν δι' ἀγωγῶν διανομῆς πραγματοποιεῖται, ὡς εἶδομεν, μόνον ἐφ' ὅσον ἐπιτυγχάνεται ἀντίστοιχος αὔξησις τοῦ σχετικῶς ἀρίστου ὄγκου τῶν ἐπικερδῶν πωλήσεων. Τὸ φαινόμενον τοῦτο, βεβαίως, προκαλεῖ κατὰ τμησιν τῶν συνολικῶν δαπανῶν ἐπὶ ὅλον ἐν καὶ μεγαλυτέρου ἀριθμοῦ μονάδων πωλουμένων ἀγαθῶν, ὥστε τελικῶς νὰ ἐπέρχηται ἀνάλογος ὑποβιβασμὸς τῶν τιμῶν πωλήσεως, πρὸς ὄφελος προσφοράς καὶ ζήτησεως.

Ὁ ἀριθμὸς τῶν ἐνεργῶν ἀγοραστῶν κατ' ἀγωγὸν διανομῆς αὐξάνει, συναρτήσῃ πρὸς τὸ μέγεθος αὐτοῦ καὶ τὸν βαθμὸν ἀποτελεσματικότητος τῆς στρατηγικῆς προωθήσεως τῶν πωλήσεων ἐκάστου ἀγωγῶ. Οὕτως, εἰς χώρας ἔνθα ἡ ὀργάνωσις τῶν ἐπιχειρήσεων εὐρίσκειται εἰς ὑψηλότερα ἐπίπεδα, διαπιστοῦται καὶ μεγαλύτερος ἀριθμὸς ἐνεργῶν ἀγοραστῶν κατ' ἀγωγὸν διανομῆς, μάλιστα δὲ μὲ μεγαλυτέραν ἀγοραστικὴν ἰκανότητα. Πρόσφατα στατιστικὰ δεδομένα, ἐπὶ τοῦ μέσου ὄρου τοῦ ἡμερησίως ἐξυπηρετουμένου ἀριθμοῦ ἐνεργῶν ἀγοραστῶν παρ' ἐκάστου ἀγωγῶ λιανικῆς πωλήσεως δεικνύουν, ὅτι εἰς τὴν Ἑλλάδα ἕκαστος τῶν ἀγωγῶν τούτων ἐξυπηρετεῖ 42 πελάτας. Ἐν τούτοις, εἰς τὴν Γαλλίαν οὗτος ἐξυπηρετεῖ 54 πελάτας, ἐνῶ εἰς τὴν Δυτικὴν Γερμανίαν 82, εἰς τὴν Μεγάλῃν Βρετανίαν 84 καὶ εἰς τὰς Η.Π.Α. 104.

Δ'. Ἀνάπτυξις ἀγορᾶς, δι' ἀπροσώπων πωλήσεων

Ἀνάπτυξις ἀγορᾶς δι' ἀπροσώπων πωλήσεων (market development by impersonal sales) καλεῖται ἡ ἐπιχειρηματικὴ στρατηγικὴ τῆς συμπράξεως τῶν ἀγωγῶν διανομῆς καὶ τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινού, δι' αὐτοεξυπηρέτησιν τοῦ τελευταίου κατὰ τὸ στάδιον τῆς πωλήσεως τῶν ἀγαθῶν.

Ἡ σύμπραξις τῶν ἀγωγῶν διανομῆς συνίσταται, κατ' ἀρχήν, εἰς τὴν φυσικὴν προβολὴν μόνον προτυποποιημένων καὶ συσκευασμένων ἀγαθῶν, διὰ καταλλήλων προθηκῶν ἐντὸς τῶν χώρων πωλήσεως, ἢ διὰ μηχανημάτων αὐτομάτων πωλήσεων ἐκτὸς τῶν χώρων τούτων. Συνάμα, τὰ προτυποποιημένα καὶ συσκευασμένα ἀγαθὰ δεόν νὰ προβάλλωνται δι' εἰδικῶν μεθόδων αὐτοεξυπηρητήσεως τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ καὶ μάλιστα ἐν ἀφθονίᾳ καὶ εἰς μεγάλην ποικιλίαν. Εἶναι δὲ ταῦτα κυρίως τὰ περισσότερον εὐρείας, κοινῆς καὶ καθημερινῆς χρήσεως, ἐκ μέρους τῆς πλειονότητος τῶν ἀγοραστῶν καὶ μάλιστα τῶν μικρῶν καὶ τῶν μεσαίων εἰσοδηματικῶν ἐπιπέδων.

Ἡ σύμπραξις τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ συνίσταται εἰς τὴν συμμόρφωσίν του πρὸς τὴν προκαθορισμένην εἰδικὴν μεθοδολογίαν αὐτοεξυπηρητήσεώς του, κατὰ τὸ στάδιον τῆς ἐπιλογῆς καὶ τῆς προμηθείας τῶν ἀγαθῶν παρ' ἐκάστου ἀγοραστοῦ. Ἡ μεθοδολογία αὐτοεξυπηρητήσεως (self-service methodology) τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ ἐφαρμόζεται παρὰ τῶν ἀγωγῶν διανομῆς, συναρτῆσει πρὸς τὸν ὄγκον καὶ τὴν συχνότητα τῶν πωλήσεων, ὡς καὶ πρὸς τὸ εἶδος καὶ τὴν ἀξίαν τῶν πωλουμένων ἀγαθῶν. Εἰς ταύτην ὑπάγονται αἱ τρεῖς ἐπόμενοι μέθοδοι.

Πρῶτον, ἡ κλασσικὴ μέθοδος αὐτοεξυπηρητήσεως ἐκάστου ἀγοραστοῦ, διὰ σειρᾶς διαδοχικῶν ἐνεργειῶν αὐτοῦ. Συγκεκριμένως, οὗτος προσέρχεται εἰς τοὺς χώρους φυσικῆς προβολῆς τῶν πρὸς πώλησιν ἀγαθῶν. Ἐν συνεχείᾳ, αὐτενεργῶν, ἥτοι ἀνενόχλητος ἐξ ἐπιρροῶν ἢ παρεμβάσεων πωλητῶν, παραλαμβάνει εἰδικὴν χειράμαξαν ἢ κάνιστρον τοποθετήσεως καὶ διακινήσεως τῶν ὑπὸ προμήθειαν ἀγαθῶν ἐντὸς τῶν χώρων τοῦ οἰκείου ἀγωγῶν διανομῆς ἢ καταστήματος. Ἀκολουθῶνς διέρχεται οὗτος ἐκ διαδρόμων, ἐκατέρωθεν τῶν ὁποίων ὑφίστανται ἐμφανεῖς καὶ προσιταὶ προθηκαί, μὲ εὐρὺ πεδῖον ἐποπτείας τῶν εἰς αὐτὰς προβαλλομένων ἀγαθῶν (ἀπάντων φερόντων πινακίδας δηλοῦσας τὴν τιμὴν πωλήσεώς των). Κατὰ τὴν ἀνωτέρω διέλευσιν, οὗτος ἐλευθέρως παρατηρεῖ καὶ ἐπιλέγει ὅ,τι ἐπιθυμεῖ, τοποθετῶν τὰ ἀγαθὰ ταῦτα εἰς τὴν χειράμαξαν ἢ τὸ κάνιστρον. Περαιτοῦμένων τῶν προμηθειῶν του, μεταφέρει αὐτὰς εἰς ταμεῖα κείμενα πλησίον τῶν ἐξόδων τοῦ καταστήματος, πρὸς ἐπὶ παραστατικῶ πληρωμῆς καταβολῆν τοῦ ἀντιτίμου των. Τέλος, ὑπάλληλοι τοῦ καταστήματος, τοποθετοῦν τὰ ἀγορασθέντα ἀγαθὰ ἐπὶ καταλλήλων περιτυλιγμάτων καὶ μεταφέρουν αὐτὰ εἰς σταθμεῖον ἐκτὸς τοῦ καταστήματος αὐτοκίνητον τοῦ ἀγοραστοῦ, ἢ παραδίδουν αὐτὰ εἰς τὸν ἀγοραστὴν ἐπὶ τῇ ἐπιδείξει τοῦ παραστατικοῦ τῆς πληρωμῆς των.

Δεύτερον, ἡ μέθοδος αὐτοματοποιημένης αὐτοεξυπηρητήσεως ἐκάστου ἀγοραστοῦ, ἣτις εἶναι ἐν πολλοῖς ὁμοία πρὸς τὴν κλασσικὴν, ἀλλὰ πλέον ἐξυηρητικὴ διὰ τὸν ἀγοραστὴν. Ἡ τοιαύτη πρόσθετος ἐξυηρητικὴ παρέχεται, χάρις εἰς τὴν συνδρομὴν λειτουργούντος συστήματος ἠλεκτρονικοῦ ὑπολογιστοῦ, ὡς ἀκριβῶς εἰς τὴν περίπτωσιν τῆς αὐτοματοποιημένης μηχανοργάνωσεως τῆς παραγωγῆς τῶν ἀγαθῶν. Ἐν προκειμένῳ, ὁ εἰσερχόμενος εἰς τοὺς χώρους πωλήσεως τῶν ἀγαθῶν πιθανὸς ἀγοραστής, παραλαμβάνει ἐν ἢ πλείονα δελτία παραγγελιῶν. Ἐφ' ἐκάστου τῶν δελτίων τούτων, εἶναι

έκτυπώμεναι αἱ ὀνομασίαι κατηγορίας τινὸς ὁμοειδῶν ἀγαθῶν, ὡς ἐπίσης οἱ κωδικοὶ ἀριθμοὶ αὐτῶν, αἱ μονάδες μετρήσεώς των καὶ ἡ τιμὴ των κατὰ μονάδα. Ὑφίσταται χῶρος πρὸς ἀναγραφὴν τοῦ ὀνοματεπωνύμου τοῦ ἀγοραστοῦ παρὰ τοῦ ἰδίου ἢ τοῦ κωδικοῦ ἀριθμοῦ του ἐὰν οὗτος εἶναι τακτικὸς πελάτης τοῦ οἰκείου ἀγαθοῦ διανομῆς. Διερχόμενος ὁ ἀγοραστής πρὸ τῶν προθηκῶν, παρατηρεῖ καὶ ἐπιλέγει ὅ,τι ἐπιθυμεῖ, ἀναγράφων τὸν ἀριθμὸν τῶν μονάδων τῶν ἀγαθῶν τούτων καὶ τὸ ὀνοματεπωνύμῳ του ἐπὶ τῶν οἰκείων δελτίων παραγγελιῶν. Εἰς τὸ ἄκρον ἐκάστης προθήκης, εἶναι τοποθετημένον ἐξάρτημα τοῦ συστήματος τοῦ ἠλεκτρονικοῦ ὑπολογιστοῦ, εἰς τὸ ὅποιον ὁ πελάτης εἰσάγει τὰ δελτία πρὸς μηχανογραφικὴν «ἀνάγνωσιν» καὶ ἀναγραφὴν τοῦ ἀθροίσματος τοῦ ἀντιτίμου τῶν ἐπιλεγέντων παρ' αὐτοῦ ἀγαθῶν. Ἀποσύρων, κατόπιν, οὗτος τὰ συμπληρωμένα οὕτω δελτία του, μεταβαίνει πρὸς ἐξόφλησίν των εἰς τὰ ταμεῖα καὶ πρὸς παραλαβὴν τῶν ἀγορασθέντων ἀγαθῶν καταλλήλως περιτυλιγμένων. Ἀπὸ τῆς στιγμῆς τῆς μηχανογραφικῆς ἀναγνώσεως τῶν δελτίων μέχρι τῆς τοιαύτης τῆς παραλαβῆς τῶν περιτυλιγμένων ἀγαθῶν, ὁ μεσολαβῶν χρόνος εἶναι ἄρκετος ἵνα αὐτομάτως ἐπενεργήσουν ἐντολαὶ τοῦ μνήμονος τοῦ ἠλεκτρονικοῦ ὑπολογιστοῦ ἐπὶ σχετικοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ ἐκτελέσεως τῶν παραγγελιῶν, διακινήσεως τῶν παραγγελθέντων εἰς τὸν τόπον παραλαβῆς των, ὡς καὶ περιτυλίξεώς των. Ἄμα τῇ ἐπιδόσει ἐξωφλημένων τῶν δελτίων παραγγελιῶν, ὁ ἀγοραστής παραλαμβάνει ὅ,τι ἐπέλεξε πρὸς ἀγοράν.

Τρίτον, ἡ μέθοδος χειρισμοῦ «μηχανημάτων αὐτομάτων πωλήσεων» (vending machines, or automatic sellers) ἀγαθῶν καλυπτόντων μικροἀνάγκας, ὡς εἶναι τὰ ἀπλῆς χρήσεως, ἀμέσου καταναλώσεως καὶ μικρᾶς ἀξίας ἀγαθὰ. Τοιαῦτα, π.χ., ἀγαθὰ εἶναι τὰ διατροφῆς, ἀναψυχῆς, καπνίσματος, καλλωπισμοῦ, ἀλληλογραφίας κλπ. Ἡ μέθοδος αὕτη ἐφαρμόζεται διὰ τῆς τοποθετήσεως καὶ τῆς λειτουργίας τῶν ἀνωτέρω μηχανημάτων εἰς σημεῖα ἢ χώρους, ἐξ ὧν διέρχεται ἢ συγκεντρῶνται πολὺ μεγάλος ἀριθμὸς πιθανῶν ἀγοραστῶν. Τοιοῦτοι χῶροι εἶναι οἱ ἐντὸς καὶ ἐκτὸς τῶν μεγάλων κτιρίων δημοσίων καὶ ἰδιωτικῶν ὀργανισμῶν (σχολείων, ὑπηρεσιῶν, ἐπιχειρήσεων, πολυκατοικιῶν, θεάτρων, σταθμῶν μέσον συγκοινωνίας καὶ τηλεπικοινωνίας), γηπέδων ἀθλητισμοῦ, πλατειῶν κλπ. Ἐκαστος ἐργαζόμενος, διερχόμενος, ἢ εὐρισκόμενος πλησίον ἑνὸς τῶν μηχανημάτων τούτων καὶ παρατηρῶν ὅ,τι δι' αὐτοῦ φυσικῶς προβάλλεται δίκην προθήκης (μετ' ἀναγραφῆς τῆς τιμῆς του κατὰ μονάδα), ἔχει τὴν δυνατότητα ἀνὰ πᾶσαν στιγμὴν νὰ ἐπιλέγῃ ἐλευθέρως ὅ,τι ἐπιθυμεῖ. Μετὰ δὲ τὴν παρ' αὐτοῦ καταβολὴν τοῦ ἀντιτίμου εἰς μεταλλικὰ κέρματα ἐντὸς ὁπῆς τοῦ μηχανήματος, ἔχει εἰς τὴν διάθεσίν του ἀμέσως ὅ,τι ἠθέλησεν ἐκ τῶν πωλουμένων ἀγαθῶν, ἀφοῦ προηγουμένως ἔχει πιέσει σχετικὸν κομβίον τοῦ μηχανήματος καὶ παραλάβει τοῦτο ἐκ σχετικῆς θυρίδος τοῦ αὐτοῦ μηχανήματος.

Εἰδικοὶ τύποι καταστημάτων ἐφαρμόζουν τὰς δύο πρώτας τῶν προαναφερθεισῶν μεθόδων. Ἀξιολογώτεροι ἐξ αὐτῶν τῶν τύπων εἶναι οἱ κατωτέρω τέσσαρες. Πρῶτον, τὰ λεγόμενα «ἀλυσωτὰ καταστήματα» (chain stores), ἅτινα ἐγκαθιστάμενα εἰς διαφόρους συνοικίας τῶν πόλεων,

τα των προαναφερθέντων τύπων, ως και έτερα (έστιατόριον, ζαχαροπλαστεϊόν, φαρμακείον, κομμωτήριο, κουρείον, ταχυδρομείον, τράπεζα κλπ.). Τοιουτοτρόπως, τὸ ἀγοραστικὸν κοινόν, ὅπερ διαμένει εἰς ἀκτίνα μέχρι πενήτηντα χιλιομέτρων, περίξ ὄρισμένου κέντρου ἀγορᾶς, ἐφ' ὅσον διαθέτη συγκοινωνιακόν μέσον, προτιμᾷ νὰ ἀγοράζη ἐκ τοῦ κέντρου τούτου, ἐξοικονομοῦν κόπον, χρόνον καὶ χρήμα, παρὰ νὰ περιέρχεται ἐπισκεπτόμενον σωρείαν καταστημάτων εἰς διάφορα ἔδαφικὰ σημεῖα τῆς πλησιεστέρας ἀστικῆς ἢ προαστικῆς μονάδος.

Συμβιοτικὸ ἀγορᾶ (symbiotic market) διαμορφοῦται καὶ ἀναπτύσσεται διὰ τῶν αὐτοεξυπηρετούμενων πωλήσεων, μέσῳ τῶν ἀνωτέρω ἀγωγῶν διανομῆς τῶν ἀγαθῶν. Ὁ ὅρος οὗτος τῆς συμβιούσης ἀγορᾶς, ἔχει τὴν ἔννοιαν τῆς ἀρμονικῆς συμβιώσεως καὶ τῆς οἰκαιοθελοῦς συνεργασίας τῶν συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς, τῆς διανομῆς καὶ τῆς καταναλώσεως δεδομένης τοπικῆς, ἐθνικῆς, ἢ καὶ εὐρυτέρας οἰκονομίας. Διὰ τῆς συμβιώσεως ταύτης, ἅπαντες οἱ προμνησθέντες συντελεσταὶ ἀνυψοῦνται ἠθικῶς καὶ ἱκανοποιοῦνται οἰκονομικῶς καὶ φυσικῶς, ἔνεκα κυρίως τῆς ἰσχύος παραλλαγῆς ἀξιώματος τοῦ Jean Baptiste Say, κλασσικοῦ οἰκονομολόγου. Συμφώνως πρὸς τὴν παραλλαγὴν ταύτην, «πᾶν ἀγαθὸν εὐρίσκει τόσον πλείονας διεξόδους πωλήσεώς του, ὅσον ὑφίσταται μεγαλυτέρα ἀφθονία καὶ ποικιλία ἐτέρων ἀγαθῶν εἰς τὴν ἀγοράν».

Πράγματι, διευρύνεται ἡ ἐνεργὸς ζήτησις τῶν ἀγαθῶν, διὰ τῆς συνεκθέσεως εἰς τὸν αὐτὸν χῶρον πωλήσεως πολλῶν ὁμοιογενῶν καὶ ἑτερογενῶν ἀγαθῶν. Ἡ συνέκθεσις αὕτη προκαλεῖ τὴν ψυχολογικὴν δημιουργίαν εἰς τοὺς πελάτας νέων ἀναγκῶν ἢ ἐπιθυμιῶν των. Ἐπιπροσθέτως ὑπομνήσκονται εἰς αὐτοὺς λανθάνουσαι ἀνάγκαι ἢ ἐπιθυμίαι των. Πρὸ ἐτῶν, σχετικὴ ἔρευνα ἐπὶ σημαντικοῦ ἀριθμοῦ καταστημάτων ὑπεραγορῶν εἰς τὰς Η.Π.Α., ἔδειξεν, ὅτι τὸ 1,8 % τῶν γενομένων συναλλαγῶν, ἀνεφέροντο εἰς «ἀντικατεστημένας» ἀγορὰς ἀγαθῶν, τουτέστιν εἰς ἀγορὰς γενομένας κατόπιν μεταβολῆς τῶν ἀρχικῶν προθέσεων τῶν πελατῶν. Τὰ 21 % τῶν αὐτῶν συναλλαγῶν ἦσαν ἀγοραὶ γενόμεναι ἄνευ προηγουμένης προθέσεως τῶν πελατῶν. Τὰ 29,2 % ἦσαν «προσχεδιασμένοι» ἀγοραὶ διὰ συγκεκριμένους τύπους ἀγαθῶν. Τέλος, τὰ 48 % προήρχοντο ἀπὸ αὐθορμήτους ἀποφάσεις τῆς στιγμῆς, ἄνευ προηγουμένης σχετικῆς σκέψεως τῶν πελατῶν.

Ε'. Ὁλοκλήρωσις ἀγορᾶς διὰ πωλητῶν

Ὁλοκλήρωσις ἀγορᾶς διὰ πωλητῶν (market integration by sellers) νοεῖται ὁ συνδυασμὸς τῆς διεισδύσεως εἰς τὴν ἀγοράν δι' ἀγωγῶν διανομῆς καὶ τῆς ἀναπτύξεως αὐτῆς δι' αὐτοπροσώπου ἐξυπηρετήσεως ἐκάστου πελάτου ἐκ μέρους τῶν πωλητῶν.

Ἀρκούντως ἰσχυραὶ παρορμήσεις μεγάλης μερίδος ἀγοραστῶν ἐπιβάλλουν τὴν μεσολάβησιν τῶν πωλητῶν, ὡς τρίτου βασικοῦ παράγοντος, μετὰ τοὺς ἀγοραστὰς καὶ τὰ ἀγαθὰ, ὀλοκληρώσεως τῆς ἀγορᾶς. Ἡ μερὶς αὕτη τῶν ἀγοραστῶν ἀξιοῖ ἀπὸ τοὺς ἀγωγούς, αὐτοπρόσωπον ἐξυπηρετήσιν τῆς ἐκ μέρους τῶν πωλητῶν, πρό, κατὰ καὶ μεθ'

ἐκάστην συναλλαγὴν ἢ παραγγελίαν οἰοῦδήποτε πελάτου. Κατὰ κανόνα, ἡ ἐν λόγῳ μερίς διαθέτει εἰσοδήματα ὑψηλοῦ ἐπιπέδου καὶ ἐπιθυμεῖ ἀγαθὰ ἐκλεκτῆς ποιότητος ἢ εἰς μεγάλας ποσότητες, ἢ μὴ προτυποποιημένα καὶ συσκευασμένα. Ἐπιθυμεῖ, ἐν τέλει, ἡ μερίς αὕτη τῶν ἀγοραστῶν, ὅπως ἐξυπηρετῆται ὑπὸ τῶν πωλητῶν κατὰ τρόπον, ὥστε ἕκαστος πελάτης νὰ αἰσθάνεται ὅτι θεωρεῖται προσωπικότης, ἀνεξαρτήτως τῆς ἀξίας τῶν ἀγορασθησομένων ἐκάστοτε παρ' αὐτοῦ ἀγαθῶν.

Ἡ αὐτοπρόσωπος ἐξυπηρέτησις ἐκάστου πελάτου (personal shopping service) παρέχεται ἀπ' εὐθείας, εἰδικῶς καὶ συστηματικῶς εἰς αὐτόν. Ἰσχύον διὰ τὴν πελατεῖαν ταύτην ἀξίωμα εἶναι, ὅτι «ὁ πελάτης ἔχει πάντοτε δίκαιον», ἐφ' ὅσον εἰς αὐτὸν ἐναπόκειται ν' ἀποφασίσῃ τελικῶς ἐπὶ τῆς συναλλαγῆς ἢ τῆς παραγγελίας τῶν προσφερομένων παρὰ τινος πωλητοῦ ἀγαθῶν. Ἡ ἐνδεδειγμένη ἐξυπηρέτησις ἐκάστου πελάτου ὑπὸ τῶν πωλητῶν, ἄρχεται ἀπὸ τῆς στιγμῆς τῆς εἰσόδου αὐτοῦ εἰς τὸ κατάστημα. Ὁ πωλητῆς τότε ὑποδέχεται τοῦτον εὐγενῶς καὶ ἐπιδιώκει τὴν ἀποφυγὴν ἀναμονῆς τῆς σειρᾶς του ἐπὶ μακρὸν χρόνον, πρὸς διενέργειαν τῆς μεταξύ των συναλλαγῆς.

Ὁ ρόλος τοῦ πωλητοῦ διαρκούσης τῆς συναλλαγῆς διακρίνεται εἰς τὰ ἐπόμενα τέσσαρα διαδοχικὰ στάδια εὐπροσηγόρου συμπεριφορᾶς του ἔναντι τοῦ πελάτου. Πρῶτον, εἰς τὴν προσέλκυσιν τῆς προσοχῆς (attention) τοῦ πελάτου ἐπὶ τῶν φυσικῶς προβαλλομένων εἰς τὰς προθήκας τοῦ καταστήματος ἀγαθῶν. Κατὰ τὸ στάδιον τοῦτο, ὁ πωλητῆς ὑποδεικνύει εἰς τὸν πελάτην ἐπὶ ποίων ἰδιαιτέρως ἀγαθῶν οὗτος δεόν νὰ ἐκδηλώσῃ τὴν παρατηρητικότητά του. Ἐπὶ πλέον, ὁ πωλητῆς προβαίνει εἰς ἐπίδειξιν καὶ ἐνθάρρυνσιν τοῦ πελάτου ἵνα λάβῃ εἰς χεῖρας του τὰ παρουσιαζόμενα ἀγαθὰ, πρὸς ἐξέτασιν, εἰ δὲ δυνατόν καὶ δοκιμῆν. Διαρκούσης τῆς ἀνωτέρω ἐπιδείξεως, ὁ πωλητῆς προσπαθεῖ νὰ ἐμπνεύσῃ εἰς τὸν πελάτην αἰσθήματα συμπαθείας καὶ ἐμπιστοσύνης πρὸς αὐτόν.

Τὸ δεύτερον στάδιον τῆς εὐπροσηγόρου συμπεριφορᾶς τοῦ πωλητοῦ εἶναι ἡ διέγερσις τοῦ ἐνδιαφέροντος (interest) τοῦ πελάτου ἐπὶ τινῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἐπιδεικνυομένων ἀγαθῶν. Τὸ ἐνδιαφέρον τοῦτο τονοῦται διὰ συγκρίσεων τῶν ἐπιδεικνυομένων πρὸς ἕτερα ὁμοειδῆ ἢ τοῦτο τονοῦται διὰ συγκρίσεων τῶν ἐπιδεικνυομένων πρὸς ἕτερα ὁμοειδῆ ἢ ὑποκατάστατα ἀγαθὰ, προσφερόμενα παρὰ τοῦ καταστήματος ἢ καὶ παρ' ἐτέρων ἀνταγωνιστριῶν ἐπιχειρήσεων. Ἰδιαιτέρως ὁ πωλητῆς προσπαθεῖ νὰ κατατοπίσῃ τὸν πελάτην ἐπὶ τοῦ βαθμοῦ χρησιμότητος τῶν ἐν λόγῳ ἀγαθῶν, κατὰ τρόπον εὐγλωττον, ἤπιον, σαφῆ καὶ πειστικόν, μετ' ἀντικειμενικότητος καὶ παρρησίας. Ὁ ἀντίλογος τοῦ πελάτου ἀντιμετωπίζεται μετὰ δεξιότητος, ψυχραιμίας, ὑπομονῆς καὶ ἐπιμονῆς, ἀποφευγομένων τῶν διακοπῶν του. Οὕτως, ὁ πωλητῆς συνεργάζεται μετὰ τοῦ πελάτου ἄνευ ἐπαγγελματικῆς προσποιήσεως, ἀλλὰ μετ' ἀξιοπιστίας, ἐτοιμότητος πνεύματος καὶ σωφροσύνης. Ἡ τοιαύτη συμπεριφορὰ τοῦ πωλητοῦ διευκολύνει τὸν πελάτην νὰ κρίνῃ, ἐκτιμήσῃ καὶ ὑπολογίσῃ ἀντικειμενικῶς καὶ ψυχραίμως περὶ τῆς πλέον συμφερούσης αὐτὸν προσφορᾶς.

Τὰ τελευταῖα στάδια τῆς ὡς ἄνω συμπεριφορᾶς τοῦ πωλητοῦ, ἀναφέρονται εἰς τὴν προσπάθειαν ἐκφράσεως τῆς ἐπιθυμίας καὶ τῆς ἀποδοχῆς (desire and acceptance) τοῦ πωλητοῦ, κατόπιν ἐξουδετερώσεως τῶν τυχόν ἀντιρήσεων ἢ δισταγμῶν τοῦ πελάτου πρὸς ἐπιδεικνυόμενα δι' ἀγορὰν ἀγαθὰ. Ἡ ἀποδοχὴ τοῦ πελάτου διατυπῶνται, ἐφ' ὅσον ἔχει πεισθῆ ὑπὸ τοῦ πωλητοῦ περὶ τῆς σχετικῶς ἀρίστης ποιότητος τῶν ἐν προκειμένῳ ἀγαθῶν, ἐν σχέσει πρὸς τὴν τιμὴν πωλήσεως καὶ τὸν προορισμὸν τῶν.

Ἡ αὐτοπρόσωπος ἐξυπηρέτησις τοῦ πελάτου συνεχίζεται καὶ μετὰ τὴν ἐπιλογὴν πρὸς ἀγορὰν ὀρισμένων ἀγαθῶν. Ὁ πωλητὴς τότε μεριμνᾷ, ὅπως διευκολυνθῆ ὁ πελάτης προθύμως, ταχέως καὶ ἀσφαλῶς ἐκ μέρους τοῦ λοιποῦ προσωπικοῦ τοῦ καταστήματος, ἀρμόδιου διὰ τὰ στάδια πληρωμῆς καὶ παραλαβῆς τῶν ἀποκτωμένων ἀγαθῶν παρ' ἐκάστου πελάτου. Εἰς τὸ πλαίσιον τῶν σταδίων τούτων περιλαμβάνονται ἐξυπηρετήσεις σχετικαὶ πρὸς τὴν τεχνικὴν καὶ ἰδίως τὴν οἰκονομικὴν προβολὴν τῶν ἀγαθῶν, ἔτι δὲ καὶ προθύμου ἱκανοποιήσεως τυχόν παραπόνων τοῦ πελάτου περὶ ἀκαταλληλότητος δι' αὐτὸν ἀγαθῶν τινῶν. Εἰς τὴν τελευταίαν περίπτωσιν, ὁ ἀρμόδιος ὑπάλληλος τοῦ καταστήματος δεόν νὰ ἔχη διάθεσιν θεραπείας τῶν παραπόνων τοῦ πελάτου κατὰ τὸν καλύτερον δυνατὸν τρόπον, ὡς εἶναι ὁ τῆς ἀντικαταστάσεως τῶν ἀγορασθέντων ἀγαθῶν, ἔτι δὲ καὶ τῆς ὀριστικῆς ἐπιστροφῆς τῶν εἰς τὴν ἐπιχείρησιν, μετ' ἀντιστοίχου ἐπιστροφῆς εἰς τὸν πελάτην τοῦ παρ' αὐτοῦ καταβληθέντος ἀντιτίμου τῶν.

Ἡ παροχὴ συμπληρωματικῶν ἐξυπηρετήσεων κατὰ τὸ τελευταῖον τοῦτο στάδιον τῆς πωλήσεως ἀγαθῶν, ἐπεκτείνεται πολλὰ εἰς τὴν μεταφορὰν τῶν ἀγορασθέντων ἀγαθῶν ἐκεῖ ὅπου ἐπιθυμεῖ ὁ πελάτης. Προκειμένου δὲ περὶ ἀγαθῶν διαρκοῦς χρήσεως, ἀρμόδιοι ὑπάλληλοι τῆς ἐπιχειρήσεως ἀναλαμβάνουν, τῇ ὑποδείξει τοῦ πωλητοῦ, τὴν ἐγκατάστασιν, τὴν παροχὴν ὀδηγιῶν ἐπωφελοῦς χρήσεως ἢ λειτουργίας καὶ τὴν ἀνάληψιν ὑποχρεώσεως ἐπὶ ὀρισμένον χρόνον, ὅπως ἐπιμελοῦνται τῆς συντηρήσεως τῶν ἀγαθῶν, ἔναντι μικρᾶς ἢ καὶ οὐδεμιᾶς προσθέτου οἰκονομικῆς ἐπιβαρύνσεως τοῦ πελάτου.

Ἡ εὐπροσήγορος αὕτη συμπεριφορὰ τῶν πωλητῶν συντελεῖ, ὥστε ἕκαστος πελάτης νὰ θεωρῆ ἑαυτὸν προσκεκλημένον φίλον τοῦ οἰκείου ἀγωγοῦ διανομῆς, μὲ ἀμφιτρώνας τοὺς πωλητὰς. Ἐπὶ πλεόν, ἕκαστος πελάτης αἰσθάνεται τελικῶς ἑαυτὸν ὑποχρεωμένον ἔναντι τοῦ ἀγωγοῦ διανομῆς, μὲ ἐπακόλουθον νὰ τρέφῃ πρὸς αὐτὸν ἐμπιστοσύνην, νὰ ἐξοικειοῦται μετ' αὐτοῦ, νὰ δεσμεύηται ἠθικῶς ὑπ' αὐτοῦ καὶ νὰ καθίσταται τακτικὸς πελάτης καὶ αὐθόρμητος φορεὺς ζώσης διαφημίσεως αὐτοῦ.

Τὰ προσόντα τῶν πωλητῶν τοιαύτης ὑψηλῆς στάθμης εἶναι ἐν γενικαῖς γραμμαῖς ἀνάλογα πρὸς ἐκεῖνα, ἅτινα προσδιορίζονται καὶ διαβαθμίζονται εἰς τὰ προεκτεθέντα περὶ ἀξιολογήσεως τῆς παραγωγικῆς ἐργασίας δι' ἀναλύσεως αὐτῆς. Ἐν σχέσει πρὸς τὸ ἔργον τῶν πωλητῶν, τὰ ἀνωτέρω προσόντα εἰδικεύονται, ἰδίως ὅσον ἀφορᾷ τὸν χαρακτῆρα, τὰς διοικητικὰς ἱκανότητας, ὡς καὶ τὴν μόρφωσιν καὶ ἐμπειρίαν τῶν.

Ὁ χαρακτήρ τῶν πωλητῶν ἀναφέρεται εἰς τὴν προσωπικότητά των ἔναντι τῶν πελατῶν. Ἡ προσωπικότης αὐτῶν ἐξαρτᾶται ἐκ τοῦ βαθμοῦ τῆς ἀξιοπρεπειᾶς, τῆς αὐτοκυριαρχίας, τῆς εἰλικρινείας, τῆς ἐπιβολῆς, τῆς ἐντιμότητος ἢ εὐθύτητος, τῆς ἐχεμυθείας, τῆς κοινωνικότητος, τῆς πειθοῦς, τῆς προθυμίας, τῆς προσαρμοστικότητος, τῆς πρωτοβουλίας καὶ τῆς φιλοφροσύνης των. Τοιοῦτοτρόπως οὗτοι διατηροῦν ἀνάλογον εὐνοϊκὸν ψυχολογικὸν κλίμα μετὰ τῶν πελατῶν, ὅπερ κατακτᾷ τοὺς συναλλασσομένους μετ' αὐτῶν πελάτας. Εἰρήσθω ἐν παρόδῳ ὅτι οἱ πωληταὶ δεόν ν' ἀποφεύγουν περιαυτολογίαν. Αὕτη ἀποκαλύπτει ἀδυναμίας τῶν πωλητῶν, ἐνῶ συνάμα ὑποτιμᾶται δι' αὐτῆς ἡ νοημοσύνη καὶ ἡ κρίσις τῶν πελατῶν.

Αἱ διοικητικαὶ ἱκανότητες τῶν πωλητῶν σχετίζονται πρὸς τὸν βαθμὸν ἀναπτύξεως δυνατοτήτων προσδιορισμοῦ καὶ ἐκτελέσεως τῶν προαναφερθέντων κανόνων περὶ τοῦ ρόλου αὐτῶν πρό, κατὰ καὶ μεθ' ἑκάστην συναλλαγὴν ἢ παραγγελίαν οἰουδήποτε πελάτου. Εἰς τὸ πλαίσιον τῶν δυνατοτήτων αὐτῶν, ἐντάσσονται καὶ τὰ ἔμφυτα ἢ καὶ ἐπίκτητα προσόντα τῶν πωλητῶν, ἅτινα κυρίως εἶναι σχετικὰ πρὸς τὴν ἀγάπην των διὰ τὸ ἔργον των καὶ τὸ ἀγοραστικὸν κοινόν. Εἶναι περαιτέρω ταῦτα σχετικὰ πρὸς τὴν ἀνάληψιν εὐθυνῶν ἔναντι τοῦ κοινοῦ τούτου καὶ τῆς ἐπιχειρήσεως, πρὸς τὴν θέλησιν συνεχοῦς βελτιώσεως τῆς ὀργανώσεως τῆς ἐπιχειρήσεως εἰς τὸν τομέα τῆς διανομῆς τῶν ἀγαθῶν, ὡς καὶ πρὸς τὴν ἀντικειμενικότητά των κατὰ τὴν θεώρησιν ἢ κρίσιν προσώπων, πραγμάτων καὶ γεγονότων, ἧτις καθιστᾷ αὐτοὺς ἐλευθέρους ἀνθρώπους.

Ἡ μόρφωσις καὶ ἡ ἐμπειρία τῶν πωλητῶν συνίσταται βασικῶς εἰς τὴν κατὰ τὸ δυνατόν καὶ ἐκάστοτε πλήρη γνῶσιν τῶν γενικῶν καὶ τῶν εἰδικῶν ἀρχῶν καὶ μεθόδων τῆς ὀργανώσεως καὶ τῆς διοικήσεως τῶν ἐπιχειρήσεων. Ἰδιαιτέρα βαρύτης δίδεται εἰς τὴν ὀργάνωσιν καὶ ἀνάπτυξιν ἐπικοινωνιῶν, ἀνθρωπίνων σχέσεων, διαφημίσεως, προβολῆς καὶ ἐν γένει διανομῆς τῶν ἀγαθῶν. Ἡ ἐνημέρωσις αὕτη δεόν νὰ συμπληροῦται διὰ τῆς ἐφαρμοζομένης μεθοδολογίας ἐρεῦνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς καὶ γενικῶς τῆς οἰκονομίας. Οὕτως, οἱ πωληταὶ καθίστανται ἱκανοὶ πρὸς ὑποβολὴν εἰς τὴν ἡγεσίαν τῆς ἐπιχειρήσεως ἐκθέσεων τῶν πεπραγμένων των, ἰδίως δὲ ὑπευθύνων εἰσηγήσεων αὐτῶν ἐπὶ τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς. Εἰς τὰς εἰσηγήσεις ταύτας ἐκτίθενται δεδομένα καὶ παρατηρήσεις τῶν πωλητῶν, κυρίως ἐπὶ τῆς πρὸς αὐτοὺς συμπεριφορᾶς τῆς πελατείας, ἐπὶ τῆς δραστηριότητος τῶν ἀνταγωνιστριῶν ἐπιχειρήσεων καὶ ἐπὶ τῶν δυνατοτήτων προσαρμογῆς τῆς δράσεώς των πρὸς περαιτέρω ἀνάπτυξιν καὶ ὀλοκλήρωσιν τῆς ἀγορᾶς.

Ἡ ἀποτελεσματικότης τῶν πωλητῶν μετρεῖται, συμφῶνως πρὸς τὴν οἰκείαν μεθοδολογίαν περὶ μετρήσεως τῆς παραγωγικότητος τῆς ἐργασίας. Δοθέντος, ὅμως, ὅτι αὕτη δυσχεραίνεται, ἔνεκα τοῦ ποιοτικοῦ παράγοντος εἰς τὸν ρόλον τῶν πωλητῶν, συνήθως χρησιμοποιεῖται ἀπλουστευμένη διαδικασία μετρήσεως. Ἐν προκειμένῳ, ὑπολογίζεται κατὰ χρονικὴν μονάδα ἡ πραγματικὴ ἀξία τῶν πωλουμένων ἀγαθῶν παρ' ἑκάστου πωλητοῦ, συναρτήσει τοῦ ἀριθμοῦ τῶν ὑπ' αὐτῶν ἐξυπηρετηθέντων πελατῶν καὶ τῆς συχνότητος τῶν συναλ-

λαγών του. Ὁ οὕτω καταρτιζόμενος δείκτης τῆς ἀποτελεσματικότητος τῶν πωλητῶν διευκολύνει τὴν ἐπιχείρησιν εἰς τὴν ἀξιολόγησιν τῆς συμβολῆς τῶν πωλητῶν καὶ τὴν ἀνάλογον ρύθμισιν τῶν ἀποδοχῶν των καὶ τῶν πρὸς αὐτοὺς συμπληρωματικῶν ὑλικῶν καὶ ἠθικῶν ἀμοιβῶν, ὑπὸ μορφὴν κινήτρων προωθήσεως τῶν πωλήσεων.

