

ΚΛΑΥΔΙΟΥ Β. ΜΠΑΝΤΑΛΟΥΚΑ
Τακτικού Καθηγητού Ἀνωτάτης Βιομηχανικῆς Σχολῆς

ΜΙΚΡΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ

ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΓΑΘΩΝ

Συνοπτικαὶ Σημειώσεις Μαθημάτων



ΕΚΔΟΣΙΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ
ΑΝΩΤΑΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΣΧΟΛΗΣ

ΠΕΙΡΑΙΕΥΣ 1966

RESEARCH REPORT
NO. 100

MIKRO-OIKONOMIEN OYAMAUKI

MAKRO-OIKONOMIEN OYAMAUKI

Author: Mikko Oksanen

RESEARCH REPORT
NO. 100

1970

Εἰς τὴν σύζυγόν μου

Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

Πρόλογος Σελ. 7

Μέρος Α'

"Ερευνα συνθηκών αγοράς

Κεφ. 1.	"Εννοιαί, σκοποί, προϋποθέσεις και μέθοδοι έρεύνης τής αγοράς	»	9
» 2.	Αί μέθοδοι παρατηρήσεως και πειραματισμού	»	13
» 3.	Αί μέθοδοι άνακρίσεως και στατιστικής	»	18

Μέρος Β'

Βοηθητικοί τομείς παραγωγής και διανομής αγαθών

Κεφ. 4.	'Αγοραί ύλικών μέσων	»	23
» 5.	'Αποβεματοποίησης αγαθών	»	26
» 6.	'Αποθήκευσις αγαθών	»	29
» 7.	Συσκευασία αγαθών	»	33

Μέρος Γ'

'Οργάνωσις παραγωγής αγαθών

Κεφ. 8.	"Εννοια, σκοποί και προγραμματισμός παραγωγής	»	37
» 9.	Μέθοδοι προγραμματισμού παραγωγής συνθέτων αγαθών	»	41
» 10.	Κέντρα δράσεως και μορφαι όργανώσεως παραγωγής	»	45
» 11.	Προτυποποίησης αγαθών	»	48
» 12.	'Αριστοποίησης και έλεγχος ποιότητος αγαθών	»	51

Μέρος Δ'

Μηχανοργάνωσις παραγωγής αγαθών

Κεφ. 13.	Διαμόρφωσις έσωτερικών οικονομιών	»	59
» 14.	Αυτόματοποιημένη μηχανοργάνωσις	»	62
» 15.	Διακίνησις ύλικών μέσων	»	65
» 16.	Συντήρησις μηχανικού έξοπλισμού	»	67
» 17.	'Αντικατάστασις μηχανικού έξοπλισμού	»	70

Μέρος Ε'

'Οργάνωσις διανομής αγαθών

Κεφ. 18.	Στρατηγική και προγραμματισμός προωθήσεως πωλήσεων	»	73
» 19.	'Αγωγοί και άρχαι διανομής αγαθών	»	76
» 20.	Κυριώτεροι μέθοδοι προωθήσεως πωλήσεων	»	80
» 21.	'Οργάνωσις προσωπικού διανομής αγαθών	»	83

Μέρος ΣΤ'

Ὁργάνωσις διανομῆς διὰ προβολῆς ἀγαθῶν

Κεφ. 22.	Χαρακτηριστικά γνωρίσματα ἀγαθῶν καὶ ἀγοραστῶν	»	87
» 23.	Μέθοδοι πρωτογενοῦς προβολῆς ἀγαθῶν	»	91
» 24.	Μέθοδοι δευτερογενοῦς προβολῆς ἀγαθῶν	»	94
» 25.	Μέθοδοι τριτογενοῦς προβολῆς ἀγαθῶν	»	97

Μέρος Ζ'

Ὁργάνωσις διανομῆς διὰ διαφημίσεως ἀγαθῶν

Κεφ. 26.	Παράγοντες προγραμματισμοῦ διαφημίσεως	»	101
» 27.	Διακρίσεις καὶ καθορισμὸς διαφημιστικῶν στόχων	»	106
» 28.	Ἄρχαί δημοτικότητος καὶ πειστικότητος μηνυμάτων	»	109
» 29.	Μέθοδοι ἐπιτεύξεως διαφημιστικῶν στόχων	»	113
» 30.	Μέσα δημοσιότητος μηνυμάτων	»	116

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ἡ μικρο-οικονομικὴ οργανωτικὴ παραγωγὴ καὶ διανομῆς ἀγαθῶν ἐρευνᾷ καὶ προσδιορίζει τὰς γενικὰς ἀρχὰς καὶ μεθόδους, δι' ὧν ἐπιδιώκεται: Πρῶτον, ἡ μεγιστοποίησις καὶ ἡ ἀριστοποίησις τῆς ἀποτελεσματικότητος τῶν δραστηριοτήτων οἰκονομικῶν μονάδων καὶ δὴ τῶν μεταποιητικῶν ἐπιχειρήσεων, καὶ κατ' ἀκολουθίαν τῶν ἀμοιβῶν τῶν συντελεσάντων εἰς αὐτάς. Δεύτερον, ἡ προσαρμογὴ τῆς προσφορᾶς ἀγαθῶν πρὸς τὴν ζήτησιν αὐτῶν. Συντελεῖ, ὅθεν, αὕτη, οὐχὶ μόνον εἰς τὴν καλυτέραν ἐκάστοτε κατεύθυνσιν τῶν σκοπῶν τῶν μεταποιητικῶν ἐπιχειρήσεων, ἀλλὰ καὶ εἰς τὴν εὐημερίαν τοῦ κοινωνικοῦ συνόλου, εἰς τὴν ὁποίαν, ἄλλωστε ἀποβλέπει τελικῶς πᾶσα ἐπιστήμη.

Ἢ, κατὰ τὰ ἀνωτέρω, προσαρμογὴ τῆς προσφορᾶς τῶν ἀγαθῶν πρὸς τὴν ζήτησιν αὐτῶν, ἐπιβάλλεται, τόσον πρὸς δημιουργίαν ἐν γένει οἰκονομικῆς ἰσορροπίας, ὅσον καὶ πρὸς ἱκανοποίησιν ἐκάστοτε τῶν συνεχῶς μεταβαλλομένων ἀναγκῶν ἢ ἐπιθυμιῶν τῆς καταναλώσεως. Κατὰ τὸν Adam Smith, «μόνος σκοπὸς τῆς παραγωγῆς εἶναι ἡ κατανάλωσις», κατὰ δὲ τὸν David Ricardo, «ἐὰν οἱ ἄνθρωποι ἔπανον νὰ καταναλίσκουν, θὰ ἔπανον καὶ νὰ παράγουν». Ἐξ ἄλλου, ὁ καθηγητὴς Lionel Robbins ὑποστηρίζει, ὡς ἐστήριζον καὶ οἱ πρὸ αὐτοῦ οἰκονομολόγοι, ὅτι «εἰς τὸν τρόπον τῆς ζωῆς, ὁ μόνος ἀρμόδιος διὰ νὰ κρίνῃ τὸ ὠφέλιμον ἢ μὴ τῶν διαφόρων μέσων πρὸς ἐπίτευξιν τοῦ σκοποῦ τῆς παραγωγῆς, εἶναι ὁ καταναλωτής». Ἡ κατανάλωσις, συνεπῶς, προσδιορίζει κατὰ κανόνα καὶ βασικῶς τὰ μεγέθη καὶ τὴν ποιότητα τῶν παραγομένων καὶ προσφερομένων εἰς τὴν ἀγορὰν ἀγαθῶν, διὰ τῆς διανομῆς, ἀποτελεῦσα τὸν κυριαρχικὸν παράγοντα δραστηριότητος πάσης μεταποιητικῆς ἐπιχειρήσεως. Ἡ ὑπαρξίς, δηλαδὴ, τῶν μεταποιητικῶν ἐπιχειρήσεων δικαιολογεῖται, καθ' ὃ μέτρον ἡ παραγωγὴ αὐτῶν εἶναι χρήσιμος ἢ ἐνδιαφέρουσα εἰς τὴν κατανάλωσιν. Δι' ὃ καὶ εἰδικώτερον, ἡ μικρο-οικονομικὴ οργανωτικὴ τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς ἀγαθῶν, προσδιορίζει τὰς ἀρχὰς καὶ μεθόδους προσαρμογῆς τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς τῶν ἀγαθῶν πρὸς τὰς ἐκάστοτε ἐκδηλουμένας τάσεις συμπεριφορᾶς τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ.

Αἱ λειτουργίαι τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς ἀγαθῶν εἶναι αἱ θεμελιώδεις (ἢ βασικαὶ) καὶ πρωτο-

γενεῖς λειτουργίαι τῶν μεταποιητικῶν ἐπιχειρήσεων, ἐν ἀντίθεσει πρὸς τὰς διοικητικὰς καὶ ἐπιτελικὰς λειτουργίας, αἷτινες εἶναι δευτερεύουσαι (ἢ βοηθητικαὶ) καὶ δευτερογενεῖς. Ἡ λειτουργία τῆς διανομῆς, εἰς τὴν ὅποιαν ὑπάγονται καὶ οἱ τομεῖς τῆς προβολῆς καὶ τῆς διαφημίσεως τῶν ἀγαθῶν, εἶναι ἐντάσεως ἐργασίας, προσφέρουσα κυρίως ὑπηρεσίας ὡς ἀκριβῶς καὶ αἱ διοικητικαὶ καὶ αἱ ἐπιτελικαὶ λειτουργίαι, ἐν ἀντιθέσει πρὸς τὴν παραγωγικὴν λειτουργίαν, ἣ ὅποια εἶναι ἐντάσεως κεφαλαίου (μηχανοοργανώσεως κλπ.).

Αἱ λειτουργίαι τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς ἀγαθῶν ἐμφανίζουσι, ἀπ' ἑνὸς μὲν ὀρισμένην χρονικὴν ἀκολουθίαν ἢ προτεραιότητα, ἀπ' ἑτέρου δὲ ταυτοχρόνους διαδικασίας, μὲ συνεχῶς μεταβαλλόμενον εὖρος εἰς ὄγκον καὶ ποιότητα. Τοῦτο σημαίνει, ὅτι αἱ λειτουργίαι αὐταὶ ἐμφανίζουσι *δυναμικὴν καὶ δὴ κυκλικὴν ροήν, ἔχουσαν ἀρχὴν καὶ τέλος*. Ἡ ἐν λόγῳ ροὴ θεωρεῖται ἀρ-χομένη ἀπὸ τοῦ σημείου τῆς ἀναγνωρίσεως τῶν ἀναγκῶν τοῦ ἀγορα-στικοῦ κοινῶ ἢ τῆς πελατείας δεδομένης ἐπιχειρήσεως, κατόπιν *ἐρεῦ-νης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς*, καὶ περιαιροῦται μὲ τὴν κανοποίησιν τῶν ἀγοραστῶν, μέσῳ παραγωγῆς καὶ διανομῆς τῶν ἀγαθῶν.

Μὲ τὰς παρούσας συνοπτικὰς σημειώσεις τῶν μαθημάτων μας συμπληροῦμεν τὰς ἀναλόγους σημειώσεις μας ἐπὶ τῆς διοικητικῆς καὶ ἐπιτελικῆς οργανωτικῆς τῶν ἐπιχειρήσεων. Ἀναφερόμεθα, δηλαδή, εἰς τὰ κυριώτερα θέματα τῆς μικρο-οικονομικῆς οργανωτικῆς τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς τῶν ἀγαθῶν, ἀκολουθοῦντες ὡς ὑπόδειγμα τὴν προμηθεύσαν κυκλικὴν ροὴν τῶν πρωτογενῶν τούτων λειτουργιῶν τῶν μεταποιητικῶν ἐπιχειρήσεων. Οἱ ἐνδιαφερόμενοι ὅπως ἐπεκτείνουν τὰς σχετικὰς γνώσεις των ἐπὶ τῶν θεμάτων τούτων, δύνανται γὰρ προσφύ-γον ἐἰς τὴν κατ' ἐπιλογὴν παρατιθεμένην εἰς τὸ τέλος ἐκάστον κεφα-λαίου ἑλληνικὴν, ἀγγλοσαξονικὴν καὶ γαλλικὴν βιβλιογραφίαν. Λεπτομε-ροῦς ἀνάπτυξις τῶν οἰκείων γενικῶν ἀρχῶν καὶ μεθόδων, μετὰ περιπτω-σιακῶν παραδειγμάτων, διενεργεῖται ἀπὸ τῆς ἑδρας. (*)

K. B. M.

Αὐγουστος 1966

(*) Ἐκφράζομεν θερμὰς εὐχαριστίας εἰς τοὺς κ.κ. Βασίλειον Ν. Νικολό-πουλον καὶ Ἄγγελον Ἰ. Νῆνον, διὰ τὴν συνδρομὴν αὐτῶν ὑπὸ τύπον ὑποδείξεων, μετὰ τὴν ἐκπόνησιν τῶν συνοπτικῶν τούτων σημειώσεων.

ΜΕΡΟΣ Α'

ΕΡΕΥΝΑ ΣΥΝΘΗΚΩΝ ΑΓΟΡΑΣ

Ἡ ἐκάστοτε ἐπιτυχὴς προσαρμογὴ τῶν ἐν χρῆσει μεθόδων καὶ μέσων παραγωγῆς καὶ διανομῆς τῶν ἀγαθῶν ὑπὸ τινος ἐπιχειρήσεως, εἶναι κατὰ κύριον λόγον ἀποτέλεσμα τῆς ὑπὸ τῶν ἐπιτελικῶν λειτουργιῶν τῆς ἐπιχειρήσεως ταύτης διεξαγομένης περιοδικῶς (ἢ καὶ ἐκτάκτως) ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς. Βάσει τῶν πορισμάτων τῆς ἐρεύνης ταύτης, καθίσταται πλέον ἀποτελεσματικὸς ὁ προγραμματισμὸς παραγωγῆς τε καὶ διανομῆς τῶν ἀγαθῶν.

Σχετικῶς ἐκτίθενται κατωτέρω, κατὰ συνοπτικὸν τρόπον αἱ ἔννοιαι, οἱ σκοποὶ καὶ αἱ προϋποθέσεις διεξαγωγῆς τῆς ἐρεύνης ταύτης, ἔτι δὲ αἱ κυριώτεραι τῶν ἐν χρῆσει κλασσικῶν μεθόδων ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΠΡΩΤΟΝ

ΕΝΝΟΙΑΙ, ΣΚΟΠΟΙ, ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΡΕΥΝΗΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Ἄγορά (Market) καλεῖται τὸ σύνολον τῶν διενεργουμένων συναλλαγῶν εἰς συγκεκριμένον χρόνον καὶ τόπον, τῇ ἐπιδράσει τῆς προσφορᾶς καὶ τῆς ζήτησεως ἀγαθῶν καὶ ὑπηρεσιῶν. Ἄγορά, ὑπὸ στενωτέραν ἔννοιαν, ὀνομάζεται ἐπίσης ὁ τόπος ἢ ἡ περιοχὴ ἐνθα διεξάγονται αἱ ἐν λόγῳ συναλλαγαί.

Αἱ συνθήκαι τῆς ἀγορᾶς ἀναφέρονται, κατὰ συνέπειαν, εἰς τὰ χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα καὶ εἰς τὸν μηχανισμόν λειτουργίας, ἢ τὰς θεσμολογικὰς διαρθρώσεις, ἀναδιαρθρώσεις καὶ μεταβολὰς τῆς ἀγορᾶς, λόγῳ ποιοτικῶν καὶ ποσοτικῶν διευρύνσεων καὶ συστολῶν τῆς προσφορᾶς καὶ τῆς ζήτησεως ἀγαθῶν καὶ ὑπηρεσιῶν, ὡς καὶ ἀναλόγων λειτουργιῶν τῶν ἀγωγῶν διανομῆς τῶν ἀγαθῶν.

Αἱ κατὰ τὰ ἀνωτέρω ἀναδιαρθρώσεις καὶ μεταβολαὶ εἶναι κυριῶς ἀποτελέσματα τῆς συνεχῶς διαφοροποιουμένης συμπεριφορᾶς τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ ἔναντι τῆς προσφορᾶς ἀγαθῶν. Ἡ διαφοροποίησις αὕτη ἐπέρχεται *ἐνεκα μεταβολῶν* τῶν ἀναγκῶν, τῶν συνθηγιῶν, τῶν ἐθίμων, τῶν ἐπιθυμιῶν, τῶν κλιματολογικῶν συνθηκῶν, τῶν τόπων διαμονῆς, τῆς οἰκονομικῆς δυναμικότητος ἢ τῶν εἰσοδημάτων, τῶν αἰσθητικῶν ἀντιλήψεων, ὡς καὶ τῶν ἀντιδράσεων ἢ στάσεων τῶν ἀγοραστῶν κατὰ τὴν συναλλαγὴν καὶ κατὰ τὴν χρῆσιν τῶν ἀγαθῶν, λόγῳ τάσεως αὐτῶν πρὸς παρακολούθησιν τοῦ συρμοῦ (μόδας), πρὸς διάκρισιν ἢ ἐπίδειξιν, γενικώτερον δὲ λόγῳ βελτιώσεως τοῦ βιοτικοῦ καὶ

ἔκπολιτιστικοῦ τῶν ἐπιπέδου. Αἱ ὡς ἄνω μεταβολαὶ ἐπιδρῶν ἀντιστοίχως ἐπὶ τῶν ἐπιπέδων τῶν τιμῶν τῶν ἀγαθῶν, ἐπὶ τοῦ βαθμοῦ πληρότητος τῆς ἱκανοποιήσεως τῶν ἀναγκῶν τῆς παραγωγῆς, ἐπὶ τῆς διανομῆς καὶ τῆς καταναλώσεως, ἐπὶ τῶν μεθόδων προκλήσεως τῆς ζητήσεως, ἐπὶ τῶν ἀγωγῶν διανομῆς ἀγαθῶν, ἐπὶ τοῦ τρόπου, τοῦ ὄγκου καὶ τοῦ βαθμοῦ ἢ ρυθμοῦ (συχρότητος) τῶν συναλλαγῶν, ἐπὶ τῆς ποσότητος καὶ ποιότητος, ὡς καὶ τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων (ἢ τῆς μορφολογίας) τῶν ἀγαθῶν καὶ ὑπηρεσιῶν, ἐπὶ τῆς ἀπορροφητικότητος τῆς ἀγορᾶς (ἤτοι τῆς δυνατότητος πωλήσεων ἀγαθῶν) κλπ. Τὰ ἀγαθὰ ταῦτα εἶναι δυνατόν νὰ εἶναι γνωστὰ ἢ νὰ ἔχουν ἤδη ἐπιβληθῆ εἰς τὴν ἀγορὰν, ἢ ἀκόμη καὶ ἀγνωστα εἰς αὐτήν, νὰ ἀνταποκρίνονται ὁμως ὁπωσδήποτε εἰς μὴ ἐμφανῶς ἐκδηλωθείσας εἰσέτι ἀνάγκας τῆς καταναλώσεως, ὡς καὶ ἐνίοτε αὐτῆς ταύτης τῆς παραγωγῆς.

Αἱ προεκτεθεῖσαι μεταβολαὶ ἐμφανίζονται κατὰ τὸ πλεῖστον εἰς οἰκονομίας ἀπηλλαγμένης κρατικοῦ ἐλέγχου ἐπὶ τῆς παραγωγῆς, τῆς διανομῆς καὶ τῆς καταναλώσεως. Τοῦτο δέ, διότι ὁ ἔλεγχος οὗτος προκαλεῖ τεχνητὴν συμπίεσιν τῆς ἐνεργοῦ προσφορᾶς καὶ ζητήσεως τῶν ἀγαθῶν. Διὰ τοῦτο, εἰς τὰς οἰκονομίας τὰς ἀπηλλαγμένας τοιοῦτου ἐλέγχου, τὸ ἀγοραστικὸν κοινὸν ἀσκεῖ ἐν πολλοῖς εἰς τὴν ἀγορὰν τὸ δικαίωμα τῆς ἀρνησικυρίας (veto), ἐπιβάλλον τὰς θελήσεις του, εἰς βαθμὸν ὥστε νὰ ἐπηρεάζωνται ἀναλόγως αἱ συναλλαγαί.

Ἡ ἔρευνα τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς συνίσταται ἐκ τοῦ συνόλου τῶν διαδικασιῶν μεθοδικῆς ἀποκαλύψεως τῆς ἀληθοῦς φύσεως ἢ τῆς οὐσίας τῶν ἀενάως διαφοροποιουμένων συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς, πρὸς πλήρη καὶ ἀκριβῆ αὐτῶν γνῶσιν. Ἡ τοιαύτη ἔρευνα ἀποτελεῖ ἀποτελεσματικὸν παράγοντα ἐπαληθεύσεως προβαλλομένων ἀπόψεων ἐπὶ τῆς πορείας φαινομένου, ἢ ἐξαλείψεως ἢ μειώσεως ἔστω εἰς τὸ ἐλάχιστον δυνατόν ὑφισταμένων ἀτυπατῶν ἢ πλανῶν, αἵτινες ἐμποδίζουν τὴν ἀντικειμενικὴν ἐκτίμησιν τῆς πραγματικῆς καταστάσεως.

Κατὰ τὴν διενέργειαν παρομοίας ἐρεύνης ἐπιδιώκεται ἐν πολλοῖς ἡ *δημοσκόπησις* (σφυγμομέτρησις τῆς κοινῆς γνώμης) διὰ τῆς συλλογῆς στοιχείων ἐπὶ τινῶν ἰδιαιτέρως ἐνδιαφερόντων φαινομένων. Τὰ τοιαῦτα στοιχεῖα εἶναι *σχετικὰ πρὸς τὰ χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα τῶν ἀγαθῶν καὶ ἰδίως τῶν ἀγοραστῶν, ἀφορῶντα τὸν τρόπον καὶ τὸν βαθμὸν συμπεριφορᾶς τῶν τελευταίων* (ἐνεργῶν καὶ πιθανῶν ἢ λαυθανόντων), ἤτοι στοιχεῖα σχετικὰ πρὸς τὰς ὑπ' αὐτῶν ἐκδηλώσεις ἐνδιαφέροντος καὶ προτιμήσεων πρὸς δεδομένα ἀγαθὰ, πρὸς ἀντιδράσεις τῶν κατὰ τὴν ἐμφάνισιν εἰς τὴν ἀγορὰν νεωτερισμῶν ἢ καινοτομιῶν, κατὰ τὴν διενέργειαν ἀγοραπωλησιῶν, κατὰ τὴν χρῆσιν ἀγοραζομένων ἀγαθῶν, κατὰ τὴν πραγματοποίησιν προβολῶν καὶ διαφημιστικῶν ἐξορμήσεων κλπ. Παρὰ τὴν ἐπιδιώκεται διὰ τῆς τοιαύτης ἐρεύνης ἡ ἀνίχνευσις, διακρίβωσις καὶ ἐκτίμησις τῆς μορφῆς, τῆς ἐντάσεως καὶ τῆς ἐκτάσεως ὑφισταμένου τυχόν ἢ προβλεπομένου ἀνταγωνισμοῦ, ὡς καὶ τῆς ὀργανώσεως τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς (μετὰ τῆς προβολῆς καὶ τῆς διαφημίσεως) τῶν ἀγαθῶν ὑπὸ παρομοίων ἐπιχειρήσεων, κατόπιν σχετικῶν *διεπιχειρηματικῶν συγκρίσεων* (interfirm comparisons). Τέλος, διὰ τῆς ἐρεύνης ταύτης καθίσταται δυ-

νατή ή επίλυσις ἐτέρων μικρο-καί μακρο-οικονομικῶν προβλημάτων καί δὴ οἰκονομομετρικῶς, σχετικῶν πρὸς διερεύνησιν ἀλληλεπιδράσεων καί γενικῶς σχέσεων τῶν οἰκονομικῶν φαινομένων. Περὶ τινῶν ἐξ αὐτῶν γίνεται εἰδικώτερος λόγος εἰς τὰ κατωτέρω ἀναφερόμενα παραδείγματα ἐφαρμογῶν τῶν κυριωτέρων ἐν χρήσει ἐπιστημονικῶν μεθόδων ἐρέυνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς.

Ἡ ἐξασφάλις ὠρισμένων προϋποθέσεων διεξαγωγῆς τῆς ἐρέυνης, συνιστᾷ ἐγγύησιν τῆς ἐπιτυχίας τῆς. Ἀξιολογώτεραι τῶν ἐν λόγῳ προϋποθέσεων εἶναι αἱ ἑξῆς :

1) *Ἐπαρκῆς θεωρητικὴ κατάρτις καὶ πείρα τῶν ἐρευνητῶν, προσδίδουσα τὴν ἀπαιτουμένην εὐρύτητα σκέψεως καὶ δυνατότητα εἰσχωρήσεως τῶν ἐρευνητῶν εἰς βάθος ἐπὶ τινος εἰδικοῦ ἀντικειμένου ἐρέυνης ἢ γενικωτέρου προβλήματος. 2) Ἀρμόζουσα σύνθεσις ομάδων ἐρευνητῶν πρὸς συλλογικὴν προσπάθειαν, βάσει σαφοῦς κατανομῆς, περιγραφῆς καὶ ἁρμονικῆς συσχετίσεως καθηκόντων ἐκάστου, συντονισμοῦ καὶ ἐλέγχου τῆς δράσεώς των, τηρήσεως ἀρχῶν ἀνθρωπίνων σχέσεων κλπ. 3) Κατάλληλον περιβάλλον ἐργασίας ἀπὸ ἀπόψεως τόπου, χώρων, διατάξεων, ἐγκαταστάσεων, μέσων, ὄρων ὑγιεινῆς, ἀσφαλείας, ἀερισμοῦ, φωτισμοῦ, θορύβου κλπ. 4) Ἀπαλλαγὴ τῶν ἐρευνητῶν ἐξ ὑποκειμενικῶν ἐπιρροαῶν, ὡς προκαταλήψεων, παρεμβολῶν ἢ παρεμβάσεων ξένων συμφερόντων, ἐπαγγελματικῶν συνθηκῶν, ἐπιδράσεων συμπρωματικῶν παραγόντων κλπ. 5) Συστηματικὴ προετοιμασία τῆς μεθόδου ἐρέυνης, ἢ ὁποῖα δέον νὰ τίθεται εἰς ἐνέργειαν μόνον κατόπιν ἐνδελεχοῦς προγραμματισμοῦ τῆς καὶ ἀφ' οὗ ἀποδειχθῆ ὅτι διετέθησαν σχετικῶς ἅπαντα τὰ δυνατὰ, ἀξιόπιστα καὶ ἀντιπροσωπευτικὰ μέσα καὶ στοιχεῖα διὰ τὴν διενέργειαν αὐτῆς. Αἱ χρησιμοποιούμεναι μέθοδοι ἐπιβάλλεται, ὅπως ἐξασφαλίζουσι τὴν ποσοτικὴν καὶ τὴν ποιοτικὴν ὀλοκλήρωσιν τῆς ἐρέυνης, μὲ κατὰ τὸ δυνατόν περιορισμὸν τῆς διάρκειας, τῆς συχνότητος, τῆς ἐκτάσεως, τῆς ἐντάσεως καὶ τοῦ κόστους αὐτῆς.*

Αἱ μέθοδοι αὗται ἐπιλέγονται ἀναλόγως τῶν ἐκάστοτε ὀργανωτικῶν συνθηκῶν τῆς ἐπιχειρήσεως, τῶν ὑφισταμένων ἀντικειμενικῶν καὶ ὑποκειμενικῶν ἐνδο-καὶ ἐξω-ἐπιχειρηματικῶν παραγόντων τῆς φύσεως, τῶν ἐρευνωμένων φαινομένων κλπ., εἴτε μεμονωμένως, εἴτε διαζευκτικῶς, εἴτε συνδυαστικῶς, λαμβάνονται δὲ ἐκ τοῦ συνόλου τῶν ὑφ' ὄλων γενικῶς τῶν ἐπιστημῶν ἐφαρμοζομένων ἐρευνητικῶν μεθόδων.

Κατὰ κανόνα, πάντως, ἡ ἐρευνα τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς βασίζεται εἰς τὴν συγκέντρωσιν πληροφοριῶν καὶ στοιχείων ἐπὶ τῶν *σχετικῶν γνώμων ἢ ἀπόψεων* (opinion rating) τοῦ πιθανολογουμένου ἀγοραστικοῦ κοινού. Αἱ γνώμαι δὲ αὗται δὲν προέρχονται συνήθως ἐκ τοῦ συνόλου τῶν μετεχόντων εἰς τὴν ἐνεργὸν ζήτησιν δεδομένης ἀγορᾶς (ἀπογραφικῶς), ἀλλ' ἐκ τινος ἀριθμοῦ αὐτῶν, δειγματοληπτικῶς ἐπιλεγομένου. Ὁ λαμβανόμενος ἀριθμὸς ἀτόμων ἐκ τοῦ συνολικοῦ ἀγοραστικοῦ κοινού θεωρεῖται ὅτι ἐκπροσωπεῖ τὴν ἐν γένει κοινὴν γνώμην, ὅτι δηλαδὴ εἶναι ἀντιπροσωπευτικὸς τοῦ ἐρευνωμένου πληθυσμοῦ. Ἡ ἐν προκειμένῳ δειγματοληπτικὴ πρόκρισις διενεργεῖται, ἐφ' ὅσον ἡ ἐπιχειρήσις θεωρεῖ τοὺς ἐπιλεγομένους εἰς τὸ δεῖγμα ἐνεργοὺς καὶ πιθαν-

νους πελάτας της ίκανούς προς παρατήρησιν, πειραματισμόν και ανάκρισιν. Τούτέστιν, ἡ ἐπιχείρησις προβλέπει ὅτι οἱ ἐκπροσωποῦντες τὴν κοινὴν γνώμην θὰ παράσχουν ἀσφαλεῖς γνώμας, σκέψεις ἢ στοιχεῖα, ἔνεκα καταρτίσεως, ἐμπειρίας, ἀνεπτυγμένης καλαισθησίας αὐτῶν, ὡς καὶ προθέσεώς των ὅπως προσκαλούμενοι παράσχουν προθύμως καὶ ἀμερολήπτως τὰς ὑπηρεσίας των. Ἐναντιότως τῆς ποιότητος καὶ τῆς ποσότητος τοῦ δείγματος τούτου τοῦ πληθυσμοῦ, ἐξάγονται περισσότερον ἢ ὀλιγώτερον ἀξιόπιστα καὶ ἔγκυρα πορίσματα.

Αἱ κατὰ τ' ἀνωτέρω ἀτομικαὶ γνώμαι συγκεντροῦνται, κατόπιν *ὑποβολῆς σειρᾶς ἐρωτήσεων*, διὰ προσωπικῆς ἐπισκέψεως ἢ τηλεφωνικῶς, ραδιοφωνικῶς ἢ γραπτῶς, διατυπουμένων ἐπὶ τῇ βάσει γενικῶν κανόνων ὡς πρὸς τὸ περιεχόμενον, τὴν σειρὰν καὶ τὸν ἀριθμὸν αὐτῶν. Ἐπιδιώκεται δὲ πάντοτε, ὅπως αἱ ἐρωτήσεις εἶναι κατανοηταὶ καὶ συγκεκριμέναι, μὴ καταλείπουσαι ἀμφιβολίας ἢ παραπλανῶσαι, ἔνεκα φραστικῶν ἀτελειῶν, γενικεύσεων, ἀφηρημένων ἐννοιῶν κλπ. Ἐπιδιώκεται ἅμα, ὅπως αἱ ἐρωτήσεις αὗται προδιαθέτουν εὐμενῶς τοὺς ἀπαντῶντας καὶ διευκολύνουν αὐτοὺς εἰς παροχὴν ἀντικειμενικῶν ἀπαντήσεων. Ἡ σειρὰ δὲ τῶν ἐρωτήσεων ἀρχεται ἀπὸ γενικῶν θεμάτων καὶ καταλήγει εἰς τὰ πλέον εἰδικὰ ἢ λεπτομερῆ, ἐνῶ ὁ ἀριθμὸς τῶν ἐρωτήσεων τούτων ἐπιβάλλεται ὅπως εἶναι περιορισμένος, πρὸς ἀποφυγὴν κοπώσεως ἢ δυσανασχετήσεως τῶν παρεχόντων πληροφορίας καὶ στοιχεῖα.

Αἱ κυριώτεραι κλασσικαὶ μέθοδοι ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς

Ἡ ἐρευνῶσα ἐπιχείρησις χρησιμοποιεῖ συνήθως τὰς γενικὰς καὶ τεχνικὰς κλασσικὰς μεθόδους ἐρεύνης ὅλων τῶν ἐπιστημῶν καὶ ἰδίως τὰς μεθόδους *τῆς παρατηρήσεως, τοῦ πειραματισμοῦ καὶ τῆς ἀνακρίσεως*, ὅταν τὰ φαινόμενα τῆς ἀγορᾶς, ἅτινα ἐνδιαφέρουν αὐτὴν δὲν ἀποτελοῦν μεγάλα σύνολα καὶ εἶναι ἐφικτὴ ἢ ἀπομόνωσις ἐκάστου ἐξ αὐτῶν ἐκ τῶν λοιπῶν πρὸς αὐτὸ συνδεομένων φαινομένων. Ἡ χρῆσις τῶν μεθόδων τούτων ὑποβοηθεῖται ἐνίοτε διὰ τῶν εἰς τὴν αὐτὴν κατηγορίαν ἀνηκουσῶν μεθόδων τῆς περιγραφῆς καὶ τῆς μονογραφίας. Περαιτέρω, ὁμως, ἡ σύγχρονος ἐπιχείρησις ὑποβοηθεῖται διὰ τῶν *οικονομομετρικῶν μεθόδων*, περὶ ὧν γίνεται εἰδικὸς λόγος κατωτέρω, κατὰ τὴν ἐξέτασιν τῶν παραγόντων προγραμματισμοῦ τῆς διαφημίσεως, ὡς καὶ εἰς τὰς μέχρι τοῦ ἀκαδημαϊκοῦ ἔτους 1963-64 παραδόσεις μας εἰσαγωγῆς εἰς τὴν μεθοδολογίαν τῆς οἰκονομικῆς ἐρεύνης.

Οὕτως, ἡ ἐρευνα καθίσταται πλέον ἀκριβῆς, ἀποδίδουσα μετὰ πιστότητος τὰς μεταβολὰς συγκεκριμένου φαινομένου εἰς τὴν ἀγοράν, ἐνῶ παραλλήλως συντελεῖ αὐτὴ εἰς διάγνωσιν καὶ ἔκθεσιν, τόσον τῶν οὐσιωδῶν, ὅσον καὶ τῶν ἐπουσιωδῶν γνωρισμάτων ἐκάστου φαινομένου. Τέλος, ὅταν πρόκειται περὶ ἐρεύνης μεγάλων συνόλων, τότε ἡ πλέον ἐν χρήσει βασικὴ μέθοδος, ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς εἶναι ἡ τῆς *στατιστικῆς*.

Βιβλιογραφία

- Μ. Ε. Γεωργιάδη: «Εισαγωγή εις τὰς μεθόδους ἐρεύνης τῆς ἀγορᾶς». Εἰς Σπουδὰς 1957-8, τεύχη 6 καὶ 9-10.
- Κλ. Β. Μπανταλούκα: «Εἰσαγωγή εἰς τὴν μεθοδολογίαν τῆς οἰκονομικῆς ἐρεύνης». Πειραιεύς, Γραφεῖον Οἰκονομικῶν Ἑρευνῶν Ἀνωτάτης Βιομηχανικῆς Σχολῆς, 1963.
- Ρ. Νicolas: «Μελέτη τῶν ἀγορῶν καταναλώσεως». Μετάφρασις Γραφείου Οἰκονομικῶν Ἑρευνῶν Ἀνωτέρας Σχολῆς Βιομηχανικῶν Σπουδῶν. Εἰς Οἰκονομικὸν Παρατηρητὴν 1952-53, σσ. 245-53.
- *Ι. Κ. Χολέβα: «Ἡ λειτουργία τῆς διανομῆς, ἡ ἐρευνα τῆς ἀγορᾶς καὶ ἡ πώλησις». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Σεπτ.-Ὀκτ. 1965, σσ. 376-8 καὶ 451-4.
- *Ι. Α. Χρυσόχοῦ: «Ἐμπορικὴ ὀργάνωσις, ἀγορά, ἀποθήκευσις, μελέτη ἀγορῶν καταναλώσεως, διαφήμισις καὶ πώλησις». Ἀθῆναι, Ἀνωτέρα Σχολὴ Βιομηχανικῶν Σπουδῶν, 1956.
- Λ. Cheskin: «How to Predict What People Will Buy». New York, Liveright Publishing Co., 1957.
- A. H. Davies, and O. W. Palmer: «Market Research and Scientific Distribution». London, Blandford Press, 1957.
- ϸ. Heyel: «Handbook of Industrial Research Management». New York, Reinhold Publishing Corp., 1959.
- W. C. Lothrop: «Management Uses of Research and Development». New York, Harper and Row, 1964.
- J. F. Rummel, and W. C. Ballance: «Research Methodology in Business». New York, Harper and Row, 1963.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΔΕΥΤΕΡΟΝ

ΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΩΣ ΚΑΙ ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΣΜΟΥ

Αἱ μέθοδοι τῆς παρατηρήσεως καὶ τοῦ πειραματισμοῦ (ἡ πειράματος), εἶναι ἐκ τῶν κυριωτέρων κλασσικῶν γενικῶν τεχνικῶν μεθόδων. Ἡ δευτέρα δὲ ἐξ αὐτῶν συμπληρῶνει τὴν πρώτην.

1. Ἡ μέθοδος τῆς παρατηρήσεως

Ἡ ἐν λόγῳ μέθοδος ἀναφέρεται εἰς τὴν συστηματικὴν ἀπομόνωσιν δεδομένου φαινομένου ἀπὸ τῶν πρὸς αὐτὸ συνδεομένων συναφῶν φαινομένων. Ἡ ἀπομόνωσις αὕτη συντελεῖ εἰς ἐπιμελεστέραν διερεύνησιν, ἐνῶ παραλλήλως ἐξευρίσκονται εὐχερέστερον δι' αὐτῆς τὰ αἷτια εἰς τὰ ὅποια ὀφείλεται τὸ δεδομένον φαινόμενον, αἱ τάσεις αἷτινες ἐνδεχομένως διέπουν αὐτό, ὡς καὶ αἱ ἐπιδράσεις, τὰς ὁποίας τοῦτο δέχεται ἀπὸ ὠρισμένους παράγοντας, ἢ τὰς ὁποίας τοῦτο ἀσκεῖ ἐπ' αὐτῶν.

Εὐρείας ἐφαρμογῆς τυγχάνει ἡ μέθοδος τῆς παρατηρήσεως, ὑπὸ ἐπιχειρήσεων ἐπιθυμοῦσων νὰ ἐρευνήσουν τὴν πορείαν καὶ τὰς ἐπιδράσεις δεδομένου φαινομένου (σχετικοῦ πρὸς τὸ ἔργον των) ἐπὶ τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς. Κατὰ τὸ πλεῖστον, τὸ ἐρευνητικὸν ἐνδιαφέρον τῶν ἐπιχειρήσεων στρέφεται ἐν προκειμένῳ εἰς τὴν διαπίστωσιν τῶν ἀντιδράσεων τοῦ ἀγοραστικοῦ

κοινοῦ ἐπὶ προγραμματιζομένων νεωτερισμῶν ἢ καινοτομιῶν, ὡς καὶ ἐπὶ προγραμματιζομένων διαφημιστικῶν ἐξορμήσεων, ἔτι δὲ καὶ ἐπὶ ἤδη διενεργουμένων προβολῶν, διαφημίσεων καὶ χρησιμοποιοιμένων μεθόδων πωλήσεων. Σχετικῶς, ἀναφέρονται κατωτέρω ἀντιπροσωπευτικά τινα παραδείγματα.

Προκειμένης τῆς εἰσαγωγῆς εἰς τὴν ἀγορὰν νέων τύπων ἀγαθῶν, ἐπιδιώκεται διὰ τῆς μεθόδου ταύτης ἡ ἀξιολόγησις ὑπὸ τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἀγαθῶν, ἀπὸ ἀπόψεως τιμῆς, ποιότητος, μεγέθους, ἐμφανίσεως, ἀνταλλακτικότητος καὶ προορισμοῦ. Ἡ ἀξιολόγησις αὕτη ἐπιτυγχάνεται διὰ *δοκιμαστικῆς παρατηρήσεως, καλουμένης τυφλῆς* (blind test) Συγκεκριμένως, ἡ ἐρευνῶσα ἐπιχειρήσις ἀποστέλλει δωρεάν, εἰς τὰ, κατὰ τὰ προεκτεθέντα (εἰς τὸ πρῶτον κεφάλαιον) ἐπιλεγέντα ἄτομα, ἀριθμὸν τινα ὁμοειδῶν ἀγαθῶν. Εἰς τὸν ἀριθμὸν τοῦτον περιλαμβάνονται μονάδες ἀγαθῶν ἰδίας παραγωγῆς τῆς ἐπιχειρήσεως, ὡς καὶ μονάδες τῶν ἀνταγωνιστριῶν τῆς, ἀνευ ὁμως ἀναγραφῆς ἐπ' αὐτῶν τῆς ἐπωνυμίας τῶν ἐπιχειρήσεων. Οἱ παραλήπται τῶν ὁμοειδῶν τούτων ἀγαθῶν παρακαλοῦνται ὅπως ἰκανοποιήσουν δι' αὐτῶν ἰδίας ἀνάγκας καί, ἐν συνεχείᾳ, ἐκφέρουν ἐγγράφως τὰς παρατηρήσεις τῶν ἐπὶ ἐνὸς ἐκάστου τῶν προαναφερθέντων χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων δι' ἐν ἑκάστον τῶν ὁμοειδῶν ἀγαθῶν, συγκριτικῶς καὶ ἀπολύτως. Ἐπὶ τῇ βάσει τῶν ἀπαντήσεων τούτων, ἡ ἐπιχειρήσις ἀποφασίζει τελικῶς περὶ τῆς εἰσαγωγῆς εἰς τὴν ἀγορὰν, μὲ ὠρισμένα χαρακτηριστικά γνωρίσματα, τῶν νέων αὐτῆς τύπων ἀγαθῶν.

Ὅταν, πάλιν, δεδομένη ἐπιχειρήσις ἐπιθυμῇ νὰ ἐκτιμῆσῃ τὸν βαθμὸν καλῆς ὑποδοχῆς ἢ μὴ, τοῦ ὁποίου θὰ τύχουν ἐκ μέρους τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ νέα αὐτῆς προϊόντα ἢ νέα συσκευασίαι αὐτῶν, διενεργεῖ *παρατήρησιν βάσει προσφορᾶς ὀπικῶν ζητησίων εἰς τοὺς παρατηρητάς*. Δηλαδή, ἡ ἐπιχειρήσις αὕτη τοποθετεῖ προηγουμένως εἰς τινα αἶθουσαν μίαν προθήκην περιέχουσαν διαφόρους τύπους ὁμοειδῶν ἀγαθῶν ἢ συσκευασιῶν, εἰς τοὺς ὁποίους περιλαμβάνονται, τόσον οἱ παρ' αὐτῆς προτεινόμενοι, ὅσον καὶ οἱ ἐν χρήσει ὑπὸ τῶν ἀνταγωνιστριῶν τῆς, ἀνευ ὁμως ἀναγραφῆς ἐπ' αὐτῶν τῆς ἐπωνυμίας τῶν ἐπιχειρήσεων. Τοποθετεῖ αὕτη, ἐπίσης προηγουμένως, πρὸ τῆς προθήκης, ἀνάλογα πρὸς τοὺς καθ' ὁμάδας προσκληθησομένους παρατηρητὰς καθίσματα, ἕκαστον τῶν ὁποίων εἶναι ἐφωδιασμένον δι' εἰδικῶν μηχανήματος μετὰ καταλλήλων διοπτρῶν. Εἰς ἐκάστην τῶν ἐν συνεχείᾳ καλουμένων ἐκτιθεμένων ἀγαθῶν ἢ συσκευασιῶν, πρὸς παρατήρησιν. Καθ' ὃν χρόνον ἕκαστος τῶν παρατηρητῶν διερευνᾷ ἢ ἐξετάζει ἕκαστον ἀγαθὸν ἢ συσκευασίαν, μέσῳ τῶν διοπτρῶν, τὸ εἰς τὸ κάθισμα αὐτοῦ εἰδικὸν μηχανήμα καταγράφει αὐτομάτως τὰς μεταβολὰς τῶν συσπάσεων τῶν ὀφθαλμῶν, ἐπὶ περιστρεφόμενου τυμπάνου. Αἱ καταγραφόμεναι ὡς ἄνω μεταβολαὶ εἶναι ἀποτέλεσμα ἀναλόγων ψυχικῶν ἀντιδράσεων, προκαλουμένων κατὰ τὴν παρατήρησιν τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων ἐκάστου τύπου ἀγαθοῦ ἢ συσκευασίας. Τὸ σύνολον τῶν τοιοιυτοτρόπως καταρτιζομένων διαγραμμάτων ἀποτελεῖ κατόπιν ἀντικείμενον μελέτης καὶ διαπιστώσεως τοῦ βαθμοῦ ὑποδοχῆς ἐκάστου

τῶν ἐκτεθέντων τύπων ἀγαθῶν ἢ συσκευασιῶν, πρωτίστως δὲ τῶν ὑπὸ τῆς ἐπιχειρήσεως προτεινομένων. Τὰ σχετικά πορίσματα ἀναφέρονται τελικῶς ἐπὶ τοῦ βαθμοῦ προκρίσεως τῶν νέων τούτων τύπων.

Ἐάν ἡ ἐπιχειρήσις ἐνδιαφέρεται, ὅπως ἐνημερωθῇ ἐπὶ τῶν ἀντιδράσεων τῶν δεκτῶν δεδομένης διαφημιστικῆς ἐξορμήσεώς της, διὰ νὰ ἐκτιμησῇ τὸν βαθμὸν ἀποδόσεως αὐτῆς, δύναται νὰ ἐφαρμόσῃ διαφόρους παραλλαγὰς δοκιμαστικῆς παρατηρήσεως, τόσον προηγουμένως, ὅσον καὶ κατὰ τὸ στάδιον τῆς διενεργείας τῆς διαφημιστικῆς ἐξορμήσεώς της. Κατωτέρω θὰ ἀναφερθοῦν ἀνὰ δύο παραδείγματα τῶν ὡς ἄνω περιπτώσεων ἐφαρμογῶν τῆς μεθόδου τῆς παρατηρήσεως, αἵτινες πραγματοποιοῦνται εἰς τὰς Η.Π.Α.

Εἰς τὴν περίπτωσιν τῆς ἐκ τῶν προτέρων ἐκτιμήσεως τοῦ βαθμοῦ ἀποδόσεως μιᾶς διαφημιστικῆς ἐξορμήσεως, ἡ ἐπιχειρήσις ἐπιλαμβάνεται τῆς διεξαγωγῆς δοκιμαστικῆς παρατηρήσεως ὑπὸ δύο μορφάς. Ἡ *πρώτη μορφή* παρατηρήσεως προέρχεται ἐκ δύο ὁμάδων ἀτόμων, καλουμένων «μαρτύρων». Εἰς ἑκάστην τῶν ὁμάδων τούτων ἐπιδεικνύεται μὲ ταχὺν ρυθμὸν ὑπὸ ἐκπροσώπων τῆς ἐπιχειρήσεως ἀνὰ μία τῶν ὑπὸ τῆς ἐπιχειρήσεως τελικῶς ἐπιλεγεισῶν καὶ νῦν ὑπὸ δοκιμὴν ὁμοιογενῶν διαφημίσεων. Καλοῦνται μετέπειτα κειχωρισμένως τὰ μέλη τῶν ἐν λόγω ὁμάδων, ἵνα κατονομάσουν τὰ διαφημιζόμενα ἀγαθὰ, ἐφ' ὅσον συνεκράτησαν τὴν ὄνομασίαν των. Τελικῶς, ἡ μία ἐκ τῶν δύο διαφημίσεων θὰ δειχθῇ ὅτι εἶναι ἐπικρατεστέρα ἀπὸ πλευρᾶς περιεχομένων εἰς αὐτὴν μηνυμάτων, ἀποτυπουμένων εἰς τὴν μνήμην τῶν ἀναγνωστῶν της, ἥτις καὶ προκρίνεται. Ἡ *δευτέρα μορφή* παρατηρήσεως ἀναφέρεται εἰς διαφημιστικὸν πρόγραμμα, ὅπερ ὠρισμένην ἡμέραν ἐκπέμπεται δοκιμαστικῶς ἐκ τινων σταθμῶν ραδιοφώνου ἢ τηλεοράσεως, συνάμα δὲ προβάλλεται εἰς τινὰς αἰθούσας κινηματογράφων. Πρὸ τῆς δοκιμῆς ταύτης, ἡ ἐπιχειρήσις, τῇ συγκαταθέσει τῶν ἰδιοκτητῶν συσκευῶν ραδιοφώνου ἢ τηλεοράσεως καὶ τῶν ἐπιχειρηματιῶν αἰθουσῶν κινηματογράφου, ἔχει τοποθετήσῃ παραπλεύρως ἑκάστης συσκευῆς ἢ ἐκάστου καθίσματος θεατοῦ, εἰδικὸν μηχανημα μετὰ δύο κομβίων, ἓν πρὸς ἐπιδοκίμασίαν καὶ ἕτερον πρὸς ἀποδοκίμασίαν ἑκάστης διαφημίσεως τοῦ οἰκείου προγράμματος. Οὕτως, οἱ θεαταὶ καὶ ἄκροαταὶ τῶν διαφημίσεων τούτων παρακαλοῦνται, ὅπως ἀναλόγως τῶν ἐντυπώσεών των κατὰ τὴν παρατήρησιν ἑκάστης διαφημίσεως, πιέζουν τὸ ἓν ἐκ τῶν δύο κομβίων τοῦ μηχανήματος, ὥστε νὰ καταγράφωνται αἱ οἰκείαι θετικαὶ ἢ ἀρνητικαὶ ἐκδηλώσεις. Τὸ σύνολον τῶν καταγραφῶν τούτων δίδει τελικῶς τὸ ἀποτέλεσμα τῆς γενομένης δημοσκοπήσεως (σφυγμομετρήσεως).

Εἰς τὴν περίπτωσιν τῆς ἐκτιμήσεως τοῦ βαθμοῦ ἀποδόσεως διαφημιστικῆς τινος ἐξορμήσεως κατὰ τὴν διάρκειαν τῆς πραγματοποιήσεώς της, ἡ ἐπιχειρήσις ἐφαρμόζει τὰς ἐπομένας μορφὰς ἐρεῦνης, διὰ παρατηρήσεως. Ἡ *πρώτη μορφή* ἀναφέρεται εἰς διαφημίσεις δημοσιευόμενας εἰς ἐφημερίδας καὶ περιοδικὰ, τῶν ὁποίων οἱ συνδρομηταὶ ἢ ἀναγνώσταί εἶναι γνωστοὶ εἰς τὴν ἐπιχειρήσιν. Ἐν προκειμένῳ, ἡ ἐπιχειρήσις θέτει ὑπ' ὄψιν τούτων ἀσυναρμολόγητα ἀποκόμματα (kits) δημοσιευθεισῶν διαφημίσεων εἰς τὰ ἔντυπα ταῦτα καὶ παρακαλεῖ αὐτοὺς ὅπως, κατόπιν παρατηρήσεώς των, ἀναγνωρίσουν εἰς

τὰ ἐν λόγῳ ἀποκόμματα συγκεκριμένην διαφήμισίν της (recognition test). Ἡ *δευτέρα μορφή* ἀναφέρεται εἰς διαφημίσεις μέσω ραδιοφώνου ἢ τηλεοράσεως, ὅταν οἱ χρησιμοποιοῦντες τὰς συσκευὰς ταύτας εἶναι γνωστοὶ εἰς τὴν ἐπιχείρησιν. Εἰς τὴν περίπτωσιν ταύτην, ἐκπρόσωποι τῆς ἐπιχειρήσεως ἐπιδιώκουν προσωπικὰς συνεντεύξεις μετὰ τῶν προσώπων τούτων καὶ ἐπιδεικνύουν εἰς αὐτοὺς κείμενα ἢ ἀναπαραστάσεις μὲ διαφημιστικὰ μηνύματα, ὑποβάλλοντες παράκλησιν ὅπως κατόπιν παρατηρήσεώς των κατονομάσουν τὸ πρόγραμμα ἐκπομπῆς ὅπερ περιεῖχε τὸ σύνολον ἢ τινὰ τῶν οἰκείων κειμένων ἢ ἀναπαραστάσεων.

2. Ἡ μέθοδος τοῦ πειραματισμοῦ

Αὕτη ἐφαρμόζεται διὰ δύο κυρίως σκοποῦς. *Πρῶτον* πρὸς ἀναπαραγωγὴν ἢ παρακολούθησιν ὠρισμένων φαινομένων, ἅτινα εἶναι δυνατόν νὰ μετρηθῶν διὰ τῆς χρήσεως εἰδικῶν ὀργάνων ἢ μέσων, ἢτι δὲ ἵνα προσδιορισθῶν ταῦτα ἀριθμητικῶς. Οὕτως, ἐξευρίσκονται τὰ αἷτια τῶν ἐν λόγῳ φαινομένων, ὡς καὶ ἡ ἀλληλεπίδρασις αὐτῶν μεθ' ἑτέρων φαινομένων. *Δεύτερον*, πρὸς διάπιστῶσιν τῆς βασιμότητος ἢ ἐπαλήθευσιν ἢ ἀπόδειξιν τεθεισῶν ἐκ τῶν προτέρων ὑποθέσεων ἢ διατυπωθέντων πορισμάτων, ὑπὸ τὴν παραδοχὴν τῆς προϋποθέσεως ὅτι οἱ λοιποὶ παράγοντες παραμένουν ἀμετάβλητοι.

Συγκεκριμένως, διὰ τῆς μεθόδου ταύτης ἡ ἐπιχείρησις δύναται νὰ προσδιορίσῃ τὸν βαθμὸν ἀποδοχῆς ἢ μὴ ἐκ μέρους τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ ὠρισμένων αὐτῆς νεωτερισμῶν ἢ καινοτομιῶν εἰς ἀγαθὰ ἢ εἰς συσκευασίας αὐτῶν, κατὰ τὴν προβολὴν των.

Εἰς τὴν περίπτωσιν τῆς εἰσαγωγῆς νεωτερισμῶν διὰ νέων τύπων ἀγαθῶν ἢ τῆς ἐπιδιώξεως ἐπεκτάσεως τῶν πωλήσεων τῆς ἐπιχειρήσεως εἰς νέας περιοχάς, διενεργεῖται, ἐπὶ παραδείγματι, ὑπ' αὐτῆς *δοκιμασιακὸς πειραματισμὸς τοποθετήσεως* (placement test). Ὁ πειραματισμὸς οὗτος πραγματοποιεῖται διὰ τῆς συστάσεως ὑπὸ τῆς ἐπιχειρήσεως τῶν καλουμένων «*καταστημάτων κρούσεως*», ὑπὸ διάφορον ἐπωνυμίαν. Εἰς τὰ ἐν λόγῳ καταστήματα πωλοῦνται λιανικῶς ἀγαθὰ διαφόρων τύπων, παραγόμενα τόσον ὑπὸ τῆς ἔρευνῶσης ἐπιχειρήσεως, ὅσον καὶ ὑπὸ τῶν ἀνταγωνιστριῶν της. Ἐκπρόσωποι τῆς ἐπιχειρήσεως παρατηροῦν ἐκ τοῦ σύνεγγυς καὶ καταγράφουν τὰς ἀντιδράσεις τῶν προσερχομένων πρὸς παρατήρησιν τῶν ἐκθεμάτων καὶ ἰδίως πρὸς ἀγορὰν ἀτόμων, κυρίως ἀπὸ ἀπόψεως ἐπιλεγόμενων ἀγαθῶν καὶ ἐκφερομένων σχετικῶν κρίσεων των. Τὰ οὕτω συγκεντρούμενα στοιχεῖα παρέχουν τὴν δυνατότητα εἰς τὴν ἐπιχείρησιν ἵνα τελικῶς ἐξάγῃ ἀσφαλῆ πορίσματα περὶ τοῦ βαθμοῦ καλῆς ὑποδοχῆς ἢ μὴ τῶν προϊόντων της ἐκ μέρους τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ, ὡς ταῦτα προεβλήθησαν ἢ ἐξετέθησαν πρὸς πώλησιν, περὶ τῶν κινήτρων ἢ τῶν αἰτίων τῶν προτιμήσεών του, περὶ τυχὸν ἐπιβαλλομένης ἀναπροσαρμογῆς τῶν ἀγαθῶν πρὸς τὰς προτιμήσεις τῆς πελατείας κλπ.

Ἐξ ἄλλου, προκειμένου ἢ ἐπιχείρησις νὰ *πειραματισθῇ ἐπὶ τοῦ βαθμοῦ ἀποδόσεως δεδομένου διαφημιστικοῦ μηνύματος*, ἀναλόγως τῆς ἀποδοχῆς ἢ

μή αὐτοῦ (opinion rating), διενεργεῖ δοκιμαστικούς πειραματισμούς, ὡς οἱ δύο ἐπόμενοι.

Εἰς τὴν πρώτην περίπτωσιν, αὕτη καταχωρεῖ εἰς δύο περιοδικὰ διαφόρου ὕλης διαφημίσιν τινα, διαφέρουσιν εἰς περιεχόμενον, ἀλλὰ συνοδευομένην εἰς ἀμφοτέρα τὰ περιοδικὰ ἀπὸ μικρὸν δελτίον, ὅπερ δύναται ὁ ἀναγνώστης νὰ ἀποκόψῃ καὶ ταχυδρομήσῃ πρὸς αὐτὴν διὰ νὰ τύχῃ ὠρισμένου δώρου ἢ ἐνημερωθῇ ἐπὶ σημαντικοῦ δι' αὐτὸν θέματος, σχετιζομένου πρὸς τὸ διαφημιζόμενον ἀγαθόν. *Ἀναλόγως τοῦ ἀριθμοῦ τῶν δελτίων, ἅτινα θὰ ἐπιστραφῶσιν εἰς τὴν ἐπιχείρησιν ἐντὸς χρονικῆς τινος περιόδου*, ἡ ἐπιχείρησις συνάγει συμπεράσματα σχετικὰ πρὸς τὴν ἀπόδοσιν ἐκάστης τῶν δύο διαφημίσεων, προγραμματίζει δὲ κατόπιν εὐρύτεραν ἢ μὴ διαφημιστικὴν ἐξόρμησιν.

Εἰς τὴν δευτέραν περίπτωσιν, προκειμένου αὕτη νὰ διαπιστώσῃ τὸν βαθμὸν ἀποδόσεως διαφημίσεώς τινος μέσῳ ἐκπομπῶν, ἀπὸ ραδιοφώνου ἢ τηλεοράσεως, προβαίνει εἰς τὰς ἐπομένας ἐναλλακτικὰς ἐνεργείας. Ἐν πρώτοις, ἐπιλέγει αὕτη δειγματοληπτικῶς ἀντιπροσωπευτικὸν ἀριθμὸν τοῦ συνόλου τῶν κατόχων συσκευῶν ραδιοφώνου ἢ τηλεοράσεως εἰς τινα περιοχὴν ἢ χώραν. Κατόπιν, τῇ ἐγκρίσει τῶν ἐπιλεγέντων, τοποθετεῖ παραπλεύρως ἐκάστης συσκευῆς ραδιοφώνου ἢ τηλεοράσεως εἰδικὸν μὴχάνημα, καλούμενον «audimeter». Τοῦτο *καταγράφει χρόνους ἐνάρξεως καὶ λειτουργίας ἐκάστης συσκευῆς, ὡς καὶ σταθμούς ἐκπομπῆς*. Τελικῶς, ἡ ἐπιχείρησις συγκεντρώνει, ἀνὰ χρονικὰ διαστήματα καὶ δι' ἐκπροσώπων αὐτῆς, τὰ καταγραφόμενα στοιχεῖα, βάσει τῶν ὁποίων ἐξάγει ἀνάλογα πορίσματα.

Βιβλιογραφία

- Κ. Ἀ. Ἀθανασιάδης : «Ἡ στατιστικὴ καὶ αἱ ἐπιστήμαι παρατηρήσεως». Εἰς Ἀρχεῖον Οἰκονομικῶν καὶ Κοινωνικῶν Ἐπιστημῶν, 1951, σσ. 27-48.
- Ἰ. Θ. Ζέββου : «Προβλήματα ἐρεῦνης ἀγορᾶς καὶ διαφημίσεως». Θεσσαλονίκη, Ἐμπορικὸν καὶ Βιομηχανικὸν Ἐπιμελητήριον Θεσσαλονίκης, 1963.
- Π. Δ. Παππά : «Ὁ πειραματισμὸς στὶς κοινωνικὰς ἐπιστήμες». Εἰς Σπουδὰς 1959-60, τεύχος 7-8, σσ. 83-107.
- Κ. Πληθειδὴ καὶ Β. Μεταξᾶ : «Ἡ μαθηματικὴ οἰκονομικὴ ἀνάλυσις». Εἰς Σπουδὰς 1954-55 καὶ 1955-56, τεύχη 4-5 καὶ 1-12.
- Ἰ. Trillat : «Πλευραὶ τινεὶ τῆς ἐπιστημονικῆς ἐρεῦνης». Εἰς Τεχνικὰ Χρονικὰ 1961, τεύχος 203-4, σσ. 39-40.
- L. R. Klein (editor) : «Contributions of Survey Methods to Economics». New York, Columbia University Press, 1954.
- M. Moisson : «L'étude du marché et de la promotion des ventes par les techniques d'auto-organisation». Paris, Dunod, 1965.
- Ο. Morgenstern : «On the Accuracy of Economic Observations». Princeton, Princeton University Press, 1950.
- A. Pietre : «Statistique et observation économique». Volumes 2. Paris, Presse Universitaire de France, 1960 et 1961.
- F. H. Groom : «Motivation in Management». New York, American Foundation for Management Research, 1965.

ΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΝΑΚΡΙΣΕΩΣ ΚΑΙ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ

Εἰς τὴν σειράν τῶν κυριωτέρων γενικῶν τεχνικῶν μεθόδων περιλαμβάνονται καὶ αἱ μέθοδοι ἐμπειρικῆς διερευνήσεως φαινομένων, ἤτοι αἱ μέθοδοι ἀνακρίσεως καὶ στατιστικῆς.

1. Ἡ μέθοδος τῆς ἀνακρίσεως

Αὕτη τυγχάνει εὐρυτέρας ἐφαρμογῆς εἰς τὴν ἔρευναν τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς καὶ ἰδίᾳ εἰς τὴν κατὰ τὰ προεκτεθέντα δημοσκόπησιν τῶν κινήτρων συμπεριφορᾶς τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ, ὡς καὶ εἰς τὰς διεπιχειρηματικὰς συγκρίσεις, ἐπὶ τῇ βάσει συγκεντρουμένων καὶ ἀναλυομένων ἀπαντήσεων εἰς σειράν ἐρωτημάτων (προφορικῶν, τηλεφωνικῶν, ραδιοφωνικῶν, ἢ γραπτῶν).

Τό, βάσει τῶν προαναφερθέντων κανόνων πρὸς διεξαγωγὴν πάσης σχετικῆς ἐρεύνης, καταρτιζόμενον ἐρωτηματολόγιον ὑφίσταται ἀκολουθῶς προδοκιμασίαν (pretesting), ὑποβαλλόμενον εἰς μικρὸν ἀριθμὸν ἀτόμων, ἐπὶ τῷ τέλει ἐξαλείψεως ἢ περιορισμοῦ εἰς τὸ ἐλάχιστον τυχὸν ὑφισταμένων εἰς αὐτὸ ἀτελειῶν.

Μετὰ τὸν ὀριστικὸν καταρτισμὸν τοῦ ἐν λόγῳ ἐρωτηματολογίου, διενεργεῖται *δοκιμαστικὴ ἔρευνα* (pilot survey), πρὸς διαπίστωσιν τοῦ βαθμοῦ ἐπιτυχίας τῆς τελικῆς ἐρεύνης. Ἡ διαπίστωσις αὕτη βραδύεται εἰς τὴν ἀνακάλυψιν ἀσθενῶν σημείων διεξαγωγῆς τῆς ἐρεύνης, καθοδηγήσεως τῶν ἐρευνητῶν, κόστους αὐτῆς, πιθανῶν ἀποτελεσμάτων τῆς κλπ.

Δύο εἶναι αἱ πλέον ἐν χρήσει μορφαὶ διεξαγωγῆς τῆς ἐρεύνης διὰ τῆς μεθόδου τῆς ἀνακρίσεως. Ἡ πρώτη ἐξ αὐτῶν, ἀναφέρεται εἰς τὴν κατ' ἰδίαν ἀτομικὴν ἢ ὁμαδικὴν καὶ αὐτοπρόσωπον *συνέντευξιν ἐκπροσώπου τῆς ἐπιχειρήσεως μετὰ τῶν ἐρωτωμένων* (survey by interview). Κατ' αὐτὴν ὑποβάλλονται προφορικαὶ ἐρωτήσεις ἐν ὥρᾳ συνεντεύξεως, πραγματοποιουμένης συνήθως εἰς τοὺς τόπους διαμονῆς τῶν ἐρωτωμένων (κατ' οἶκον, εἰς τὸ κατάστημά των κλπ.) ἢ εἰς τὸν τόπον εἰς τὸν ὁποῖον ἐδρεύει ὁ διεξάγων τὴν ἀνάκρισιν, κατόπιν βεβαίως προκαθορισμοῦ χρόνου συνεντεύξεως. Ἡ αὐτοπρόσωπος αὕτη ἐπαφή ἐπιτρέπει καλυτέραν γνωριμίαν μεταξὺ τῶν ἐνδιαφερομένων, ἀκριβεστέραν διατύπωσιν τῶν ἀπαντήσεων καὶ δυνατότητα μεταβολῆς ἀπόψεων τῶν ἐρωτωμένων. Ὅταν, ὁμως, ἐπαναλαμβάνωνται αἱ συνεντεύξεις αὗται μετὰ τῶν αὐτῶν προσώπων, ὑφίσταται κίνδυνος μεροληψίας, ἔνεκα τῆς ὑποσυνειδήτου καλλιιεργείας ὠρισμένων ἀντιλήψεων (panel bias). Ἡ δευτέρα μορφή ἀνακρίσεως ἀναφέρεται εἰς τὴν, δι' ἀτομικῆς ἀλληλογραφίας ἢ δι' ἐγκυκλίου, *ἀποστολὴν γραπτῶν ἐρωτηματολογίων* εἰς τοὺς ἀνακρινόμενους, πρὸς ὑπ' αὐτῶν συμπλήρωσιν καὶ ἐπιστροφὴν των, ταχυδρομικῶς ἐκ μέρους τῶν ἐρωτωμένων, ἐπιβαρυνομένης τῆς ἐπιχειρήσεως διὰ τῶν τελῶν γραμματοσημάνσεως (survey by mail questionnaire). Ἡ μορφή αὕτη τῆς ἀνακρίσεως εἶναι πλέον διαδεδομένη, δημοφιλῆς καὶ οἰκονομικώτερα τῆς πρώτης. Ἐπὶ

πλέον, ὁ ἀνακρινόμενος ἔχει τὴν εὐχέρειαν νὰ σκεφθῆ περισσότερον καὶ συνεπῶς νὰ δώσῃ πλέον ἀκριβεῖς ἀπαντήσεις. Ἐν τούτοις, ἡ μορφή αὕτη μειονεκτεῖ τῆς πρώτης, διότι δὲν παρέχεται δυνατὸς συμπληρωματικῶν διευκρινήσεων. Ἡ ἐπιχείρησις ἀποστέλλει ἕκαστον ἐρωτηματολόγιον πρὸς συμπλήρωσιν, συνοδευόμενον ὑπὸ ἐπιστολῆς τῆς (δι' ἧς αἰτεῖται εὐγενῶς τὴν συνεργασίαν τοῦ παραλήπτου), ὡς καὶ ὑπὸ ἐντύπου φακέλλου μετὰ γραματοσήμου (πρὸς ταχυδρόμησιν τοῦ ἐπιστραφησομένου συμπληρωμένου ἐρωτηματολογίου). Ἐνίοτε, ἡ ἐν λόγῳ ἐπιστολή τῆς ἐπιχειρήσεως συνοδεύεται καὶ ὑπὸ δώρου τινὸς πρὸς τὸν ἐρωτώμενον.

Αἱ δημοσκοπικαὶ ἐρωτήσεις τῆς ἐπιχειρήσεως περιστρέφονται κατὰ τὸ πλεῖστον εἰς θέματα σχετιζόμενα πρὸς τὴν, περὶ ἀρχῶν δημοτικότητος καὶ πειστικότητος μηνυμάτων τῆς διαφημίσεως, ἀναγραφομένην ἄλυσσον τῶν ἐπιδράσεων τῶν δεκτῶν τῶν μηνυμάτων, πρὸ τῆς παρακινήσεως αὐτῶν δι' ἐνεργὸν ζήτησιν τῶν διαφημιζομένων ἀγαθῶν. Αἱ ἐρωτήσεις αὗται περιστρέφονται ἐπίσης περὶ τὰ ἀκόλουθα θέματα: Ποῖος ἀγοράζει δεδομένα ἀγαθὰ (κατὰ κατηγορίας ἐπαγγελμάτων, ἐπίπεδα εἰσοδημάτων, συνθήκας διαμονῆς καὶ περιβάλλοντος, γένος, ἡλικίαν κλπ.). Ποῦ ἀγοράζει οὗτος (κατὰ συνοικίας, περιοχάς, χώρας κλπ.). Πότε ἀγοράζει (καθ' ὥρας, ἡμέρας, ἑβδομάδας, ἔποχας κλπ.). Πόσον ἀγοράζει ἐκάστοτε (εἰς ὄγκον ἢ ἀξίαν). Διατί ἀγοράζει οὗτος (λόγω ἀνάγκης, ἐθίμου, συνηθείας, ἐπιδείξεως, τέρψεως, τιμῆς, ποιότητος, συσκευασίας, εὐχερείας καὶ διαρκείας χρήσεως, εὐκολιῶν ἀγορᾶς καὶ διανομῆς, ἐπιρροασμοῦ ἐκ προβολῆς ἢ διαφημίσεως κ.ο.κ.). Μέσῳ τίνων ἀγοράζει (ἀπ' εὐθείας ἐκ μεταποιητικῶν ἐπιχειρήσεων ἢ μέσῳ ἀντιπροσώπων αὐτῶν ἢ παρ' ἐμπορικῶν ἐπιχειρήσεων κλπ.). Αἱ ἀπαντήσεις εἰς τὰς ἐν λόγῳ ἐρωτήσεις ἐπιτρέπουν τὴν διακρίβωσιν τῶν κατὰ χρονικὰς περιόδους ὑφιστάμενων συνθηκῶν εἰς τὴν ἀγοράν, πρὸς ἀνάλογον προσαρμογὴν τῆς ἐπιχειρηματικῆς πολιτικῆς.

Παραλλαγὴν τῆς μεθόδου τῆς ἀνακρίσεως ἀποτελεῖ ἡ *δοκιμασία τῆς μνημονικῆς ἀνακλήσεως* (recall test) τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινου, ὡς, π.χ., τῶν δεκτῶν διαφημιστικῶν μηνυμάτων. Ἡ δοκιμασία αὕτη θεωρεῖται πρόσφορος πρὸς ἔνδειξιν ἢ ἐκτίμησιν τῶν παραγόντων διαδόσεως καὶ εἰδικώτερον τοῦ βαθμοῦ ἀποδόσεως δεδομένης διαφημίσεως ἀγαθῶν, ὅταν μάλιστα ταῦτα εἶναι διαρκοῦς χρήσεως καὶ μᾶλλον μεγάλης ἀξίας. Ἡ ἐν προκειμένῳ ἀπόδοσις τῆς διαφημίσεως ἀναφέρεται πρωτίστως εἰς τὴν ἐνημέρωσιν καὶ παρακίνησιν δι' ἐνεργὸν ζήτησιν, δευτερευόντως δὲ εἰς τὸν ἐπιρροασμὸν δι' αὐτῆς πρὸς διενέργειαν συναλλαγῶν καὶ διεύρυνσιν τῶν πωλήσεων τῆς ἐπιχειρήσεως.

Οἱ ἐφαρμόζοντες τὴν ὡς ἄνω δοκιμασίαν στηρίζονται εἰς τὴν ὀργανωτικὴν ἀρχήν, καθ' ἣν τὰ ἄτομα τῆς κοινωνίας, ἅτινα προτίθενται μελλοντικῶς ἢ ἐνδιαφέρονται ἀμέσως νὰ ἀγοράσουν ἀγαθὰ διαρκοῦς χρήσεως καὶ δὴ μεγάλης ἀξίας, πρὸ τῆς ἀποφάσεώς των ὅπως ἀγοράσουν, ἐπιδιώκουν νὰ ἐνημερωθοῦν ἐπὶ τῶν σχετικῶν προσφορῶν τῆς ἀγορᾶς. Δι' ὃ καὶ τὰ ἄτομα ταῦτα ἀναζητοῦν, προσέχουν καὶ συγκρατοῦν ἐπ' ἄρκετον εἰς τὴν μνήμην των, ὅπωςδὴποτε δὲ περισσότερον τῶν λοιπῶν ἀτόμων τῆς κοινωνίας σχετικὰ δια-

φημιστικά μηνύματα, ακόμη και όταν τὰ ἐν λόγῳ μηνύματα εἶναι βραχείας διαρκείας ἢ περιορισμένης ἐντάσεως καὶ ἐκτάσεως.

Οὕτως, αἱ ἐνδιαφερόμεναι ἐπιχειρήσεις ἀπευθύνουν δειγματοληπτικῶς ἐρωτηματολόγια εἰς ἄτομα ἀνήκοντα εἰς τὴν ἐνεργὸν καὶ πιθανὴν αὐτῶν πελατεῖαν, ἅτινα ἢ εἰκάζεται (βάσει κριτηρίων ἐπαγγέλματος, εἰσοδήματος, διαμονῆς κλπ.) ἢ διαπιστοῦται (κατόπιν τηλεφωνημάτων ἢ ἐπισκέψεων), ὅτι ὑπῆρξαν δέκται συγκεκριμένης διαφημίσεως τῶν. Εἰς τὰ ἐρωτηματολόγια ταῦτα διατυποῦνται ἐρωτήσεις, ὡς αἱ ἀκόλουθοι : Ἐάν εἶδον ἢ ἤκουσαν οἱ ἀνακρινόμενοι τὴν διαφήμισιν, ἐάν ἐνθυμοῦνται ταύτην πλήρως ἢ μερικῶς, ἐάν συνέκρατῆσαν εἰς τὴν μῆμην τῶν τὰ σπουδαιότερα αὐτῆς χαρακτηριστικὰ (ὄνομασίαν, παράστασιν ἢ σῆμα τῆς ἐπιχειρήσεως ἢ τοῦ ἀγαθοῦ κλπ.), ἐάν δύνανται νὰ ἀναγνωρίσουν τὴν διαφήμισιν ταύτην μεταξύ πλείονων παρομοίας φύσεως, ἐφ' ὅσον αὐταὶ στεροῦνται ἐνδείξεων συγκεκριμενοποιήσεως τῶν (ὀνομάτων κλπ.), ἐάν εἶναι εἰς θέσιν νὰ διακρίνουν μεταξύ σειρᾶς ἐπωνυμιῶν ἀγαθῶν ποῖα ἐξ αὐτῶν ἀνήκουν εἰς ἀγαθὰ τῆς ἐπιχειρήσεως, ἐάν πρόκειται καὶ πότε νὰ προβοῦν εἰς ἀγορὰν παρομοίων ἀγαθῶν καὶ ἀπὸ ποῖαν ἐπιχείρησιν κλπ.

Ἡ ἐπιτελικὴ λειτουργία τῆς ἐπιχειρήσεως ἔχει ἀκολουθῶς τὴν δυνατότητα, κατόπιν συγκεντρώσεως, ταξινομήσεως, διασταυρώσεως καὶ συσχετίσεως τῶν οἰκείων ἀπαντήσεων, νὰ ἐξάγῃ σχετικὰ πορίσματα ἐπὶ τῆς ἐκτάσεως τῆς διαδόσεως τῶν παρ' αὐτῆς διατιθεμένων ἀγαθῶν, ἐπὶ τοῦ συνολικοῦ πληθυσμοῦ τῶν δεκτῶν δεδομένης διασημίσεως, ἐπὶ τοῦ βαθμοῦ τῆς θετικῆς συσχετίσεως μηνύματος καὶ διεισδύσεως αὐτοῦ κλπ.

2. Ἡ μέθοδος τῆς στατιστικῆς

Ἡ μέθοδος τῆς στατιστικῆς συνίσταται εἰς τὴν συγκέντρωσιν, ἐπεξεργασίαν, σπουδὴν καὶ ἀπεικόνισιν ὁμοειδῶν ὁμάδων μεγάλων συνόλων φαινομένων, ὑποκειμένων εἰς μέτρησιν, ἵνα ἐξαχθοῦν ἀριθμητικαὶ αὐτῶν σχέσεις. Δι' αὐτῆς ἐπιδιώκεται ἡ *περιγραφή καὶ ἡ ταξινόμησις* τῆς συνθέσεως καὶ τοῦ ρυθμοῦ τῶν μεταβολῶν ὠρισμένων ὁμοειδῶν ὁμάδων φαινομένων (π.χ. τῶν πωλήσεων, τῶν πελατῶν, τοῦ πληθυσμοῦ, τῶν τιμῶν, τῆς παραγωγῆς, τοῦ ἀνεφοδιασμοῦ, τῶν οἰκοδομῶν, τῶν μεταφορῶν κλπ.), ὡς καὶ ἡ *ἀνάλυσις* τῶν φαινομένων τούτων.

Ἡ ἀνάλυσις αὕτη παρέχει εὐχέρειαν ἐλέγχου θεωρητικῶν ἀπόψεων καὶ ἰδίως δυνατότητας ἐπιλύσεως συγκεκριμένων οικονομικῶν προβλημάτων (π.χ. τῶν ἐπιδράσεων τῶν μεταβολῶν δεδομένων μεγεθῶν ἐπὶ ἐτέρων, ὡς τῆς παραγωγικότητος ὁμοειδῶν ἐπιχειρήσεων ἐπὶ τῆς ἀμοιβῆς τῶν συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς καὶ ἐπὶ τῶν τιμῶν, τοῦ κύκλου ἐργασιῶν τῆς ἐπιχειρήσεως ἐπὶ τῶν τιμῶν, τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς ἀπασχολήσεως, τοῦ βαθμοῦ συμμετοχῆς τῆς ἐπιχειρήσεως εἰς τὴν ἀγορὰν (market share), τῶν ἐποχικῶν, κυκλικῶν καὶ λοιπῶν οικονομικῶν κυμάνσεων κατὰ γεωγραφικὰς περιοχὰς κλπ.).

Πρὸς ἐπιδίωξιν τῶν σκοπῶν τούτων, ἐπιβάλλεται συγκέντρωσις ἐπαρ-

κῶν, ἀρτίων καὶ ὁμοιομόρφων χρονολογικῶν σειρῶν στατιστικῶν στοιχείων, ἧτις κατὰ βᾶσιν πραγματοποιεῖται ἀπογραφικῶς ἢ δειγματοληπτικῶς, βάσει τῆς μεθόδου τῆς ἀνακρίσεως. Ἐὰν ὅμως ἡ ἐπιχείρησις ἀδυνατῇ νὰ διενεργῇ τοιαύτην πρωτογενῆ συγκέντρωσιν στοιχείων, τότε συγκεντρώνει ταῦτα δευτερογενῶς ἐκ σχετικῶν δημοσιευμάτων στατιστικῶν ὑπηρεσιῶν (ἰδίᾳ κρατικῶν), ἐκ δημοσιευομένων λογιστικῶν πινάκων παρ' ἐπιχειρήσεων, ὡς καὶ ἐξ εἰδικῶν μελετῶν.

Τὰ συγκεντρούμενα στοιχεῖα ἐκφράζονται τελικῶς εἰς ἀπολύτους καὶ εἰς σχετικούς ἀριθμούς ποσοτήτων, ποιότητων, ἀξιῶν, μέσων ὄρων, ἀριθμοδεικτῶν, τάσεων κλπ., ἐμφανιζόμενα εἰς πίνακας καὶ διαγράμματα, πρὸς διευκόλυνσιν τῆς οικονομικῆς ἀναλύσεως.

Δι' ὃ καὶ ἡ μέθοδος τῆς στατιστικῆς χαρακτηρίζεται ὡς ὁ πλοηγὸς τῆς ἐρεῦνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς (pilot research).

Οὕτω, καθ' ἀπλοποιημένον τρόπον, εἶναι δυνατόν ἑλληνικῆ ἐπιχείρησις νὰ συγκεντρῶνῃ ἐκ τοῦ λογιστηρίου αὐτῆς πρωτογενῆ στατιστικὰ στοιχεῖα, πρὸς διαπίστωσιν ἢ ἐνδείξιν μεταβολῶν τινῶν τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς, σχετικῶν πρὸς τὴν δραστηριότητά της. Ὡς παράδειγμα ἀναφέρεται ἡ περίπτωση τῆς ἐμμέσου ἐνδείξεως τῆς μακροχρονίου ἰδίᾳ ἀποδόσεως δεδομένης διαφημιστικῆς ἐξορμήσεως της, ὑπὸ ὠρισμένην συχνότητα ἐμφανίσεώς της. Αἱ ἐνδείξεις αὗται προκύπτουν ἐκ τῆς παρακολούθησεως τῆς θετικῆς σχέσεως τῶν πραγματοποιουμένων διαφημιστικῶν δαπανῶν πρὸς τὰς μετὰ τινὰ διαφημιστικὴν ἐξόρμησιν ἐπιτυγχανομένης πωλήσεως, ἢ ἐπερχομένης αὐξήσεως αὐτῶν, ἢ τῶν ἐξ αὐτῶν κερδῶν τῆς ἐπιχειρήσεως. Εἶναι ἐπίσης δυνατόν, ἰδίᾳ ὅταν ὑφίσταται διοπώλιον, μία ἐπιχείρησις νὰ παρακολουθῇ τοὺς χρόνους διενεργείας διαφημιστικῶν ἐξορμήσεων ὑπὸ τῆς ἀνταγωνιστρίας της καὶ τὰ ἔκτοτε ἀνὰ χρονικὰ διαστήματα ἀποτελέσματα αὐτῶν, μέσῳ στατιστικῶν πληροφοριῶν ἐπὶ τῶν πωλήσεων τοῦ κλάδου.

Τὴν διερεύνησιν μεγάλου μέρους τῶν ἐμφανιζομένων εἰς τὴν ἑλληνικὴν ἀγορὰν φαινομένων, καθιστᾷ εὐχερεστέραν ἡ παρακολούθησις τῶν δημοσιευμάτων τῆς Ἑθνικῆς Στατιστικῆς Ὑπηρεσίας τῆς Ἑλλάδος. Ἐξ αὐτῶν δύναται ἡ ἑλληνικὴ ἐπιχείρησις νὰ συγκεντρῶνῃ μέγαν ἀριθμὸν στατιστικῶν στοιχείων, σχετικῶν πρὸς τὴν ἐρευνᾶν τῶν συνθηκῶν τῆς ἑλληνικῆς ἀγορᾶς. Τὰ στοιχεῖα ταῦτα, ἐπὶ παραδείγματι, ἀναφέρονται εἰς τὰ δημογραφικὰ καὶ τὰ οικονομικὰ χαρακτηριστικὰ τοῦ πληθυσμοῦ, κατὰ περιοχὰς τῆς χώρας, ὡς τὴν κίνησιν του κατὰ γένος καὶ ἡλικίαν, τὴν οἰκογενειακὴν αὐτοῦ κατάστασιν, τὰς στεγαστικὰς συνθήκας, τὸν βαθμὸν ἐκπαιδεύσεως, τὰ ἐπαγγέλματα κλπ. Ἀναφέρονται ἐπίσης ταῦτα εἰς τὴν ἀπασχόλησιν καὶ τὴν ἀμοιβὴν τῆς ἐργασίας, τὴν παραγωγὴν, τὰς συναλλαγὰς, τὸ ἐξωτερικὸν καὶ ἐσωτερικὸν ἐμπόριον, τὰς τιμὰς, τὴν φορολογίαν, τοὺς οἰκογενειακοὺς προϋπολογισμούς, τὸν ἀριθμὸν τῶν ἐκδιδομένων ἐφημερίδων καὶ περιοδικῶν, τὸν ἀριθμὸν τῶν πωλουμένων εἰσιτηρίων ὑπὸ μεταφορικῶν μέσων, ὑπὸ ἐπιχειρήσεων θεαμάτων κλπ.

Βιβλιογραφία

- Κ. 'Α. 'Αθανασιάδη : «Αί νεώτεροι μέθοδοι τῆς στατιστικῆς». Εἰς Σπουδὰς 1956-57, τεύχος II, σσ. 31-46.
- Σ. Κ. Ζευγαρίδη : «Πρὸς μεθοδολογικὴν συγκέντρωσιν ἀγοραλογικῶν πληροφοριῶν καὶ στοιχείων. Εἰς Οἰκονομικὸν Ταχυδρόμον, 7 Νοεμ. 1963.
- Γ. Θεοδωράκη : «Στατιστικὴ μεθοδολογία». Ἀθῆναι, 1961.
- Λ. Livi : «Ἡ στατιστικὴ μέθοδος». Εἰς Οἰκονομικὸν Παρατηρητὴν 1953, τεύχος 45-8, σσ. 275-86.
- Χ. 'Ι. Παπαδοπούλου : «Ἡ δειγματοληπτικὴ ἔρευνα εἰς τὴν ὑπηρεσίαν τῆς διοικήσεως τῆς ἐπιχειρήσεως». Εἰς Παραγωγικότητα, Ἰουλ. - Σεπτ. 1964, σσ. 156-65.
- Κ. Α. Brownlee : «Statistical Theory and Methodology in Science and Engineering». New York, J. Wiley and Sons, 1960.
- Ο. L. Davies : «Statistical Methods in Research and Production». London, Oliver and Boyd, 1961.
- Ν. D. Frank : «Market Analysis». A Handbook of Current Data Sources». New York, Scarecrow Press, 1964.
- Μ. Μ. Guillon, et al. : «Méthodes quantitatives au service de l'entreprise», Paris, Dunod, 1962.
- Ρ. O. Johnson, and R. W. B. Jackson : «Introduction to Statistical Methods». Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall, 1953.

ΜΕΡΟΣ Β'

ΒΟΗΘΗΤΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΓΑΘΩΝ

Ἡ ὀργάνωσις τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς τῶν ἀγαθῶν προϋποθέτει, ὄχι μόνον τὴν ἔρευναν τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς, ἀλλὰ καὶ τὴν ἀντίστοιχον ὀργάνωσιν τῶν βοηθητικῶν τομέων αὐτῆς. Οἱ κυριώτεροι τῶν τομέων τούτων ἀναφέρονται εἰς τὰς ἀγορὰς ὑλικῶν μέσων, ὡς καὶ εἰς τὴν ἀποθεματοποίησιν, τὴν ἀποθήκευσιν καὶ τὴν συσκευασίαν τῶν ἀγαθῶν. Ὁ ἐπιτυχῆς αὐτῶν προγραμματισμὸς ἐξασφαλίζει ἀντίστοιχον ἐπιτυχίαν εἰς τὸν προγραμματισμὸν τῆς παραγωγικῆς καὶ διανεμητικῆς δραστηριότητος τῶν μεγάλων μεταποιητικῶν ἐπιχειρήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΤΕΤΑΡΤΟΝ

ΑΓΟΡΑΙ ΥΛΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

Πᾶσα ἐπὶ πληρωμῇ προμήθεια ἀγαθῶν ὑπὸ τῆς ἐπιχειρήσεως συνιστᾷ ἀγορὰν αὐτῆς (purchase). Ἐνταῦθα, ὁμως, ἐνδιαφέρουν μόνον αἱ ὑπὸ τῆς ἐπιχειρήσεως διενεργούμεναι ἀγοραὶ ὑλικῶν μέσων παραγωγῆς καὶ διανομῆς ἀγαθῶν, ἐπὶ τῇ βάσει ἀσκουμένης ἰδίας πολιτικῆς.

Πολιτικὴ ἀγορῶν εἶναι τὸ σύνολον τῶν ὄρων καὶ κανόνων προκαθορισμοῦ τῆς ἀκολουθητέας διαδικασίας διενεργείας ἀγορῶν ὑλικῶν μέσων δράσεως τῆς ἐπιχειρήσεως, ἰδίᾳ μακροχρονίως καὶ εἰς μεγάλας ποσότητας. Ἡ σχετικὴ διαδικασία προκαθορίζεται εἰς τὰ οἰκεία ἀναλυτικὰ προγράμματα ἀγορῶν.

Τὰ ἀναλυτικὰ προγράμματα ἀγορῶν ὑλικῶν μέσων καταρτίζονται παραλλήλως πρὸς τὰ ὅμοια τῆς παραγωγῆς, τῆς διανομῆς καὶ τῆς ἀποθεματοποιήσεως ἀγαθῶν, δοθέντος ὅτι ἐκ τῶν τριῶν αὐτῶν λειτουργιῶν ἐξαρτᾶται κυρίως ἡ ὀργάνωσις τῆς πολιτικῆς τῶν ἀγορῶν, καὶ ἀντιστρόφως. Εἰς τὰ προγράμματα ταῦτα καταγράφονται τὰ πρὸς ἀγορὰν ὑλικά μέσα ἀναλυτικῶς, ἥτοι κατ' εἶδος, ποσότητας, ποιότητος, συσκευασίας, τιμᾶς, ὡς καὶ κατὰ χρόνους καὶ τόπους παραγγελίας καὶ παραλαβῆς των.

Ἡ Ὑπερησία Ἀγορῶν εἶναι συνήθως ἡ ἀρμодία διὰ τὴν ἐκτέλεσιν τῶν ὡς ἄνω ἀναλυτικῶν προγραμμάτων ἀγορῶν ὑλικῶν μέσων. Ἡ ἐκτέλεσις δὲ αὐτῶν στηρίζεται εἰς τὰς ἐπομένους, κυρίως, γενικὰς ὀργανωτικὰς ἀρχάς :

1. *Προδιαγραφαὶ ποιότητος καὶ ἐτέρων χαρακτηριστικῶν τῶν ὑλικῶν μέσων.* Πρόκειται περὶ ἀπλῶν, ὅσον ἐπιτρέπει ἡ ἀκρίβεια, περιγραφῶν, ἀναφερομένων, ὡς ἐπὶ τὸ πλεῖστον, εἰς τὴν ποιότητα, τὴν ποσότητα, τὴν συσκευα-

σίαν, τὸν τρόπον ἢ μεταφορᾶς, τοὺς χρόνους παραδόσεως καὶ παραλαβῆς, τὰς μεθόδους ἐλέγχου καὶ τὰ ὅρια ἀνοχῆς τῶν παραλαμβανομένων ποσοτήτων καὶ ποιοτήτων, τὰς ἐγγυήσεις τηρήσεως τῶν ἀνωτέρω ὄρων καὶ χαρακτηριστικῶν, τὰς κυρώσεις παραβάσεως αὐτῶν, τοὺς ὄρους πληρωμῆς καὶ τὰς ρήτρας ὀλικῆς ἢ μερικῆς λύσεως σχετικῶν συμβάσεων ἢ συμφωνιῶν. Αἱ προδιαγραφαὶ αὗται διατυπῶνται κατὰ τρόπον, ὥστε νὰ εἶναι κατανοηταὶ καὶ δίκαιαι ἐναντι τῶν προμηθευτῶν, παρέχουσαι εὐκαμψίαν εἰς τὰ ὅρια ἀνοχῆς. Συνάμα αὗται δὲν ἐξειδικεύονται ὑπερβολικῶς ἢ δὲν ἀναγράφουν λεπτομερείας, διὰ νὰ ἀνταποκρίνονται εἰς δυνατότητας προσφορῶν ἐκ μέρους ὅσον τὸ δυνατόν πλεονόντων προμηθευτῶν καὶ νὰ προκαλοῦν, τελικῶς, ἀνταγωνισμόν.

Ὅσον ἀφορᾷ τὰς *προδιαγραφὰς τῆς ποιότητος*, αὗται πραγματοποιοῦνται ἀναλόγως τῶν διατιθεμένων μέσων ἐλέγχου αὐτῆς καὶ τῶν ἱκανοτήτων τῶν παραλαμβανόντων παραγγελθέντα ὑλικά μέσα. Οὕτως, αἱ προδιαγραφαὶ αὗται ἀναφέρονται εἰς: α) περιγραφὴν τῆς χρήσεως τῶν ὑλικῶν ἢ τῶν συστατικῶν των, ἢ τῶν μεθόδων παραγωγῆς των ἢ τῶν προτύπων των ἢ τῆς συσκευασίας των, β) κυανογράφημα ἢ φύλλα διστάσεων, ἢ δείγματα καὶ γ) χημικὴν ἢ μηχανικὴν ἀνάλυσιν τῶν συστατικῶν τῶν ὑλικῶν.

2. Διαρκῆς ἀναζήτησις πηγῶν ἀγορῶν. Πρόκειται περὶ συγκεντρώσεως, ἐπεξεργασίας καὶ τηρήσεως πληροφοριῶν καὶ στοιχείων, σχετικῶν πρὸς τὴν προσφορὰν τῶν ὑλικῶν καὶ πρὸς τὴν ἐκάστοτε ἀναζήτησιν τῶν πηγῶν ἀγορῶν των. Οὕτως, ἐξασφαλίζονται, ἀφ' ἐνός μὲν εὐνοϊκώτεροι ὄροι ἐπιλογῆς ποιότητων, ποσοτήτων, τιμῶν καὶ πληρωμῆς, ὡς καὶ ἀπροσκόπτου ἢ ἐγκαίρου παραλαβῆς τῶν ὑλικῶν, ἀφ' ἑτέρου δὲ μεγαλύτεραι δυνατότητες ὑποκαταστάσεως ὑλικῶν δι' ἑτέρων παρεμφερῶν, εἰς περιπτώσεις ἀνατιμήσεων, περιορισμοῦ προσφορᾶς καὶ γενικῶς δυσχερεῶν ἐγκαίρου παραλαβῆς αὐτῶν.

Ἡ συγκέντρωσις τῶν ὡς ἄνω πληροφοριῶν καὶ στοιχείων διενεργεῖται συνήθως μέσῳ συστάσεων ἢ ὑποδείξεων ἑτέρων ἐπιχειρήσεων καὶ δὴ τραπεζῶν ἢ εἰδικῶν ὀργανισμῶν. Αὕτη συμπληροῦται δι' ἐπισκέψεων ἐκθέσεων, δι' ἀναδιφήσεως ἐπαγγελματικῶν καταλόγων ἢ ὁδηγῶν, διὰ παρακολουθήσεως διαφημίσεων, τιμοκαταλόγων κλπ.

Ἡ κατάταξις καὶ τήρησις τῶν αὐτῶν πληροφοριῶν καὶ στοιχείων διενεργεῖται κατὰ κανόνα διὰ τῆς καταρτίσεως ὀνομαστικῶν, κατ' εἶδος ὑλικῶν καὶ κατὰ προμηθευτὴν, καταλόγων καὶ εὐρετηρίων, διὰ σειρᾶς ἀτομικῶν δελτίων. Εἰς τὰ ἐν λόγῳ δελτία ἀναγράφονται πληροφορεῖαι καὶ στοιχεῖα περὶ ἐκάστου ὑλικῶν, σχετικὰ πρὸς τὴν ποιότητα καὶ τὰ λοιπὰ χαρακτηριστικά, τοὺς γενικοὺς ὄρους προσφορᾶς αὐτοῦ, τὰς σχέσεις ἐκάστου προμηθευτοῦ μετὰ τρίτων καὶ δὴ τῆς ἐπιχειρήσεως κλπ. Αἱ ἀναγραφαὶ αὗται διαρκῶς ἐνημεροῦνται, συμπληροῦμεναι ἢ τροποποιούμεναι.

Βάσει τῶν ἀνωτέρω καταλόγων, προσδιορίζονται οἱ *πιθανοὶ προμηθευταί*, οἵτινες καὶ ἐγκαίρως λαμβάνουν γνῶσιν τῶν προβλεπόμενων ἀγορῶν τῆς ἐπιχειρήσεως, διὰ τῆς ἀποστολῆς εἰς αὐτοὺς, κατὰ χρονικὰς περιόδους, ἀποσπασμάτων τῶν ἀναλυτικῶν προγραμμάτων ἀγορῶν ὑλικῶν μέσων.

Οὕτω, παρέχεται εἰς τοὺς προμηθευτὰς ἡ εὐχέρεια προπαρασκευῆς των διὰ τὰ ἀνταποκριθῶν εἰς τὰς ἐκάστοτε αἰτήσεις τῆς ἐπιχειρήσεως.

3. *Προκήρυξις μειοδοτικῶν διαγωνισμῶν ἀγορῶν, πρὸς ἐπιλογὴν προμηθευτῶν.* Ἡ ὀριστικὴ ἐπιλογὴ τῶν ἐκάστοτε προμηθευτῶν πραγματοποιεῖται κυρίως διὰ προκηρύξεως σχετικῶν μειοδοτικῶν διαγωνισμῶν, ἀναγραφόντων τὰς προμηθεύσας προδιαγραφάς. Οἱ διαγωνισμοὶ οὗτοι τυγχάνουν ὅσον τὸ δυνατόν εὐρείας δημοσιότητος καὶ δὴ ἐγκαίρως, περιλαμβάνουν δὲ καθορισμοὺς τόπου καὶ χρόνου διενεργείας των, ὄρους καὶ προθεσμίας συμμετοχῆς προσφερόντων, διαδικασίας ἐγγυήσεων ὑποβολῆς προσφορῶν καὶ ἐπιλογῆς τοῦ συμφορωτέρου προμηθευτοῦ ἢ τοῦ τελευταίου μειοδότου. Συμφορωτέρος προμηθευτῆς, ὡς εἶκόσ, δὲν εἶναι πάντοτε ὁ τελευταῖος μειοδότης. Δυνατὸν νὰ εἶναι καὶ ὁ προσφέρων ὑψηλοτέρας τούτου τιμᾶς, ἐὰν τὰ προσφερόμενα ὑλικά μέσα ὑπερτεροῦν τῶν προδιαγραφῶν. Μετὰ τοῦ συμφορωτέρου τούτου προμηθευτοῦ ὑπογράφεται, κατόπιν, σχετικὴ σύμβασις ἢ συμφωνία, περὶ ἀναθέσεως δεδομένης παραγγελίας καὶ παρακολουθήσεως τῆς ἐκτελέσεώς της, πρὸς ἀκριβῆ καὶ ἐγκαίρως παράδοσιν τῶν παραγγελθέντων.

4. *Ἐλεγχος καὶ παραλαβὴ παραγγελθέντων ὑλικῶν.* Κατὰ τὴν παράδοσιν, διενεργεῖται παρ' εἰδικῶν ποιοτικῶν καὶ ποσοτικῶν ἑλεγχος, διὰ ζυγίσεων, μετρήσεων, χημικῶν ἀναλύσεων καὶ ἑτέρων τρόπων, περὶ ὧν ἐγένετο προηγουμένως λόγος ὅσον ἀφορᾷ τὰς προδιαγραφὰς τῆς ποιότητος τῶν ἐφοδίων. Οὕτω, διαπιστοῦται ὁ βαθμὸς τηρήσεως τῶν συμφωνηθέντων. Ἐὰν, ἐν τούτοις, διαπιστωθῇ παρείσφρησις ἀκαταλλήλων ἢ διαφόρων πρὸς τὰς προδιαγραφὰς ὑλικῶν, αἱ διαφοραὶ αὗται ἐπαληθεύονται παρὰ τῶν παραδιδόντων καὶ παραλαμβάνοντων. Ἡ ἐπαλήθευσις ἀναγράφεται εἰς πρωτόκολλον παραλαβῆς, ἐνθα συνάμα διατυποῦται γνωμάτευσις περὶ τῆς τύχης τῶν ὀλικῶς ἢ μερικῶς ἀπορριπτομένων ὑλικῶν. Ἐν περιπτώσει διατυπώσεως ἐπιφυλάξεων ἐκ μέρους τῶν παραδιδόντων ἢ παραλαμβάνοντων, τότε ἡ παραλαβὴ ἀνατίθεται εἰς, παρ' ἀμφοτέρων ἐπιλεγόμενος, ἐμπειρογνώμονας ἢ πραγματογνώμονας, πρὸς διαιτησίαν.

Βιβλιογραφία

- Μ. Ἐ. Γεωργιάδης : « Ἐρευνα καὶ πολιτικὴ κατακτῆσεως τῆς ἀγορᾶς », ἔκδοσις β', Ἀθῆναι, Β. Παπαζήσης, 1965.
- Σ. Κ. Ζευγαρίδης : « Ἡ κλιμάκωσις τῶν παραγγελιῶν εἰς τὸν προγραμματισμὸν παραγωγῆς ». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Αὐγ. 1962, σσ. 7 - 10.
- Κλ. Β. Μπανταλοῦκα : « Εἰσαγωγή εἰς τὴν μακρο-οικονομικὴν τῆς καταναλώσεως ». Ἀθῆναι, Γραφεῖον Οἰκονομικῶν Ἐρευνῶν Ἀνωτάτης Βιομηχανικῆς Σχολῆς, 1960.
- Σ. Δ. Μπούκη : « Πολιτικὴ τῶν ἀγορῶν ». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων. Ἀπρ. 1963, σσ. 10 - 11.
- Η. Rühle Von Lilienstern : « Ἐνεργὸς πολιτικὴ προμηθειῶν καὶ διαθέσεως προϊόντων ». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων. Νοέμ. - Δεκ. 1963, σσ. 48 - 9.
- С. J. Anyon : « Managing an Integrated Purchasing Process ». New York, Holt, Rinehart, and Winston, 1963.

- R. R. Colton : «Industrial Purchasing», Columbus, Ohio, C.E. Merrill Books, 1962.
 H. G. Hodges : «Procurement. The Modern Science of Purchasing», New York, Harper and Row, 1961.
 L. Lee, Jr., and D. W. Dobler : «Purchasing and Materials Management; Text and Cases», New York, McGraw - Hill, 1965.
 S. D. Zemansky : «The Purchasing Job; Dimensions and Trends», New York, American Management Association, 1961.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΠΕΜΠΤΟΝ

ΑΠΟΘΕΜΑΤΟΠΟΙΗΣΙΣ ΑΓΑΘΩΝ

Ὡς ὑπεστήριξεν ὁ H. L. Gantt, «ὅταν ἡ ἐπιχείρησις διαθέτῃ ἅπαντα τὰ μέσα δράσεώς της ἐντὸς τοῦ ἀπαιτουμένου χρόνου καὶ εἰς τὴν δέουσαν κατάστασιν, τότε αὕτη πραγματοποιεῖ τὰ δύο τρίτα τῆς ὅλης παραγωγικῆς καὶ διανεμητικῆς δράσεώς της». Μεταξὺ τῶν μέσων δράσεως μιᾶς ἐπιχειρήσεως, περιλαμβάνονται τὰ ὑλικά ταῦτα, ἅτινα διὰ νὰ διατίθενται πρὸς παραγωγικὴν καὶ διανεμητικὴν δραστηριότητα, ἐπιβάλλεται ὅπως εἶναι ἐκ τῶν προτέρων διαθέσιμα παρὰ τῇ ἐπιχειρήσει, ἥτοι νὰ ἔχουν ἀποθεματοποιηθῇ.

Ἀποθεματοποιήσις (stocking) εἶναι ἡ συγκέντρωσις καὶ διατήρησις ἀποθεμάτων, πρὸς εὐρυθμον λειτουργίαν ἐπιχειρήσεώς τινος. Ἀποθέματα (stocks) ὀνομάζονται τὸ σύνολον τῶν διαθεσίμων ἐν τινι χρονικῇ στιγμῇ ὑλικῶν μέσων δράσεως μιᾶς ἐπιχειρήσεως, ἰδίᾳ πρὸς παραγωγὴν καὶ διανομὴν ἀγαθῶν.

Ἐκ τῶν προηγηθέντων ὁρισμῶν προκύπτει, ὅτι, ἡ ἀποθεματοποιήσις ἀποτελεῖ συμπληρωματικὴν λειτουργίαν ἢ ρυθμιστικὴν τοιαύτην τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς ἀγαθῶν. Ἐφ' ὅσον ὑφίσταται συνεχῶς ἀρίστη ἀποθεματοποιήσις, ὑφίσταται παραλλήλως ἰσορροπία ἀπασχολήσεως τῶν συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς καὶ διανομῆς εἰς τὴν ἐπιχείρησιν. Τυχρὸν ἔλλειψις ἀποθεμάτων ἔχει ὡς ἐπακόλουθον ἀδυναμίαν ἐγκαίρου καὶ ἐπαρκοῦς ἐκτέλεσεως τῶν ἀναλυτικῶν προγραμμάτων παραγωγῆς καὶ διανομῆς. Ἡ ἀνεπάρκεια αὕτη καθίσταται πλέον ἐκδηλὸς εἰς περιπτώσεις ἐντόνου ἢ ἀποτόμου ζητήσεως ἀγαθῶν τῆς ἐπιχειρήσεως. Τυχόν, πάλιν, ὑπερβολικὴ ἀποθεματοποιήσις δεσμεύει κεφάλαια τῆς ἐπιχειρήσεως, ἐπιβαρύνουσα ταύτην μὲ τὸν τόκον των καὶ αὐξάνουσα συνάμα τοὺς ἐπιχειρηματικούς κινδύνους, ἐφ' ὅσον ὑφίστανται πιθανότητες ἐκδηλώσεως ἀποτόμων ἢ σοβαρῶν οἰκονομικῶν καὶ τεχνικῶν μεταβολῶν.

Ἄριστος ὄγκος ἀποθεματοποιήσεως νοεῖται τὸ σύνολον τῶν ποσοτήτων ἀποθεμάτων, αἵτινες διατηροῦνται, κατ' εἶδος, ὁμάδας καὶ χρονικὰς μονάδας, εἰς ἰδεώδη ἢ εἰς ἀπολύτως ἀναγκαῖα χαμηλὰ ὅρια, κυμαινόμενα μεταξὺ προκαθορισμένων ἀνωτάτων καὶ κατωτάτων ἐπιπέδων. Τὰ ἐπίπεδα ταῦτα ἐπιτυγχάνουν τὴν διατήρησιν ἀρίστης ἀποθεματοποιήσεως, καθόσον συντελοῦν εἰς τὴν ἐλαχιστοποίησιν τῶν ἀποθεμάτων, ἐνῶ συνάμα ἐξουδετερώνουν

"Όσον αφορά τὰς έκροάς αποθεμάτων, χρησιμοποιούνται συνήθως αἱ μέθοδοι διευκολύνσεως τῆς ἀποτιμήσεως αὐτῶν. Κατ' αὐτάς, ἡ προηγείται ἡ έκροή τῶν ἀρχικῶς εἰσρευσασῶν ποσοτήτων (first-in, first-out) ἐάν ὑφίστανται ἀλλοιώσιν τινα, ἡ προηγείται ἡ έκροή τῶν προσφάτως εἰσρευσασῶν ποσοτήτων (last-in, first-out) ἐάν ἡ παλαιώσις δὲν ἐπιφέρει ἀλλοιώσιν τινα.

Ἡ κατὰ τὰ ἀνωτέρω μεθοδολογία ἐπιτρέπει τὴν κατάρτισιν *δεικῶν προκαθορισμοῦ τῆς ἀποθηκευτικῆς ἰκανότητος*, βάσει δεικτῶν παρακολουθήσεως τῶν ἐπιταχύνσεων, τῶν ἐπιβραδύνσεων καὶ τῶν ἀδρανειῶν, κατὰ ρυθμὸν καὶ ὕψος, ἐκάστου ἀποθέματος. Ἡ συστηματικὴ κατάρτισις τῶν δεικτῶν τούτων ἐπιβάλλει χρῆσιν ἡλεκτρονικοῦ ὑπολογιστοῦ. Πρακτικῶς, ἐν τούτοις, ὑπολογίζεται ἡ *ταχύτης ροῆς τῶν ἀποθεμάτων*, βάσει τοῦ πηλίκου τῆς διαίρεσεως τῶν πραγματοποιηθέντων εἰσροῶν καὶ έκροῶν ἐντὸς δεδομένου χρόνου, διὰ τοῦ μέσου ὄρου τῶν ἐντὸς τοῦ χρόνου τούτου διαθεσίμων ἀποθεμάτων.

2. *Ἡ πιθανότης μελλοντικῆς ἐκδηλώσεως ἀποτόμων ἢ ἐκτάκτων μεταβολῶν τῆς ὑφισταμένης καὶ προβλεπομένης καταστάσεως* ἐξαρτᾶται ἐκ σειρᾶς ἀσταθμῆτων ἐν πολλοῖς καὶ δὴ ἐξω - ἐπιχειρηματικῶν παραγόντων. Κυριώτεροι αὐτῶν εἶναι οἱ ἀναφερόμενοι εἰς τὴν προσφορὰν καὶ ζήτησιν ἀγαθῶν, τὰς δυσχερείας ἐγκαίρου καὶ ἐπαρκοῦς ἀνεφοδιασμοῦ, τὰς κυμάνσεις τιμῶν, φορολογίας, προτιμήσεων τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ, μεθόδων ἀνταγωνισμοῦ, ὡς καὶ τεχνικῆς τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς ἀγαθῶν.

Πρὸς ἀντιμετώπισιν παρομοίων ἐνδεχομένων, καταρτίζονται καὶ ἐπιλύονται οἰκονομικὰ ὑποδείγματα πιθανολογικῆς τακτικῆς καὶ γενικώτερον διαγνώσεως τῆς μελλοντικῆς καταστάσεως ἢ πορείας τῆς οἰκονομίας καὶ τῆς ἐπιχειρήσεως. Οὕτω, κατορθοῦται ἡ λήψις μέτρων ἀντιμετωπίσεως τῶν ἐν λόγῳ ἐκδηλώσεων.

Κυριώτερον τῶν μέτρων τούτων εἶναι ἡ σύστασις καὶ διατήρησις *ἀποθεμάτων ἀσφαλείας* (buffer stocks). Ταῦτα εἶναι συμπληρωματικὰ τῶν προαναφερθέντων κανονικῶν, ἥτοι εἶναι *ἐφεδρικά, χάριν ἀσφαλείας* ἐναντι κινδύνων ἀμέσων καὶ ταχειῶν χρονικῶν ὑστερήσεων ἢ διακοπῶν τῆς ἐπιχειρηματικῆς δραστηριότητος, ἰδίᾳ εἰς τοὺς τομεῖς παραγωγῆς καὶ διανομῆς, ἐλλείψει ἐπαρκῶν κανονικῶν ἀποθεμάτων. Ὁ ὄγκος τῶν ἀποθεμάτων ἀσφαλείας προσδιορίζεται βάσει στατιστικῶν δεδομένων, ἐξ ὧν διαπιστοῦται ἐκαστοτε ὅτι τυχὸν ἀνυπαρξία ἢ ἐξάντλησις αὐτῶν θὰ προκαλέσῃ μακροχρονίως δυσμενεῖς οἰκονομικὰς ἐπιπτώσεις, ἴσως πρὸς τὴν δαπάνην διατηρήσεως αὐτῶν. Ὁ ὄγκος οὗτος συνίσταται κυρίως ἐκ τῶν πλέον ἀπαραιτήτων ἀποθεμάτων καὶ εἰς ἀπολύτως ἀναγκαῖα ἢ τὰ βέλτιστα ὄρια ἢ ἐπίπεδα, συνιστῶντα καὶ ἐν προκειμένῳ τὸ ἄριστον μέγεθος ἐφεδρικῆς ἀποθηματοποιήσεως.

Βιβλιογραφία

- J. Bleger : «Ἄριστον ἀπόθεμα καὶ κατανομή ἐνός ὁμοιογενοῦς προϊόντος». Εἰς Ἑλληνικὴν Ἐπιθεώρησιν Ἐπιχειρησιακῆς Ἐρεῦνης, Ἰούν. - Ἰούλ. 1965, σσ. 88 - 91.
- R. McGee : «Ἀνάλυσις καὶ ἐλεγχος ἀποθέματος». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων Ἰαν. καὶ Φεβρ. 1963, σσ. 42 - 3 καὶ 16 - 7.

- Δ. *Α. Παπαδημητρίου* : «Μαθήματα βιομηχανικού λογισμού». 'Αθήναι, Β. Παπαζήσης, 1964.
- Β. Ν. *Συρσέντη* : «Προγραμματισμός τών αποθεμάτων εις τās οικονομικās μονάδας». 'Αθη-
ναι, 'Ι. Σιδέρης, 1961.
- 'Α. Μ. *Σιδηροπούλου* : «'Ελεγχος αποθεμάτων». Εις Δελτίον Διοικήσεως 'Επιχειρήσεων,
'Ιούν. - 'Ιούλ. και Αύγ. 1964, σσ. 345 - 6 και 334 - 5.
- С. М. *Baumback* (editor) : «Management of Lot - Size Inventories». Chicago, Ill.,
American Production and Inventory Control Society, 1963.
- В. В. *Fetter*, and *W. C. Dalleck* : «Decision Models for Inventory Management». Homewood, Ill., R. D. Irwin, 1962.
- С. F. *Poston* : «Restricted Stock Options for Management». Chapel Hill, N. C.,
University of North Carolina, 1960.
- J. W. *Prichard*, and R. H. *Eagle* : «Modern Inventory Management». New York,
J. Wiley and Sons, 1965.
- R. S. *Stockton* : «Basic Inventory Systems; Concepts and Analysis». Boston, Allyn,
and Bacon, 1965.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΕΚΤΟΝ

ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΙΣ ΑΓΑΘΩΝ

1. 'Εννοιαι και προγραμματισμός αὐτῆς

'Η ἀποθεματοποίησης καθίσταται ἀποτελεσματικῆ, τῇ συνδρομῇ τῆς ἀποθηκέυσεως. *Ἀποθήκηνυσις* (warehousing) εἶναι τὸ σύνολον τῶν ἐνεργειῶν ἀσφαλοῦς καὶ εὐχεροῦς ἐναποθέσεως, ἀναζητήσεως, διαφυλάξεως, διατηρήσεως, βελτιώσεως καὶ ροῆς μεγάλων ποσοτήτων ἀποθεμάτων εἰς ἀποθήκας καὶ ἐπὶ δεδομένοις χρόνοις. *Ἀποθήκαι* (warehouses, stores, docks) εἶναι οἱ χῶροι ἀποθηκέυσεως.

Τὰ προγράμματα ἀποθηκέυσεως καταρτίζονται ἐν συσχετισμῷ πρὸς τὰ ἀναλυτικὰ προγράμματα ἀγορῶν ἀποθεμάτων, ἀποθεματοποιήσεως, παραγωγῆς καὶ διανομῆς ἀγαθῶν. Δι' αὐτῶν προβλέπεται λεπτομερῶς ἡ ρύθμισις τῆς δραστηριότητος ἐκάστης τῶν λειτουργιῶν τῆς ἀποθηκέυσεως, ὡς αὗται προσδιορίζονται εἰς τὸν προαναφερθέντα ὀρισμὸν τῆς, παραλλήλως πρὸς τοὺς εἰδικοὺς παράγοντας ἐπηρεασμοῦ τῆς ἀποθηκέυσεως κατὰ τὸν προκαθορισμὸν τῶν ἐντάξεων, τῶν διαστάσεων, τοῦ σχήματος, ὡς καὶ τῶν διατάξεων τῶν χώρων ἀποθηκέυσεως καὶ τοῦ ἐξοπλισμοῦ των. Τὰ προγράμματα ταῦτα συν-οδεύονται, κατὰ κανόνα, ἀπὸ σχετικὰ ὀργανογράμματα καὶ ἐγγράφους ὀδηγίας ἢ κανονισμοὺς ἐκτελέσεώς των.

2. 'Εναπόθεσις καὶ ἀναζήτησις ἀποθεμάτων

Συμφώνως πρὸς τὴν ὀργανωτικὴν ἀρχὴν τοῦ προκαθορισμοῦ ὀρισμένης θέσεως δι' ἕκαστον ἀπόθεμα, προγραμματίζεται ἡ ἐναπόθεσις καὶ ἡ ἀναζήτησις τῶν ἀποθεμάτων. Αὕτη, ἀναλυτικώτερον, πραγματοποιεῖται κατόπιν παραδοχῆς μεθόδων ἀναφερομένων, ἀφ' ἑνὸς μὲν εἰς τὸν χαρακτηρισμὸν ἢ τὸν συμβολισμὸν τῶν ἀποθεμάτων, ἀφ' ἑτέρου δὲ εἰς τὴν κατάταξιν των.

α) *Αἱ μέθοδοι χαρακτηρισμοῦ καὶ συμβολισμοῦ*, υἱοθετοῦνται παρὰ μόνον μακροχρονίως ὀριστικά καὶ ἐνιαῖται δι' ὅλους τοὺς τομεῖς δράσεως τῆς ἐπιχειρήσεως, μεταβαλλόμεναι μόνον λόγῳ ἐμφανίσεως νεωτερισμῶν ἢ καινοτομιῶν.

Ὁ *χαρακτηρισμὸς* (specification) ἀποτελεῖ εἰδικὸν ὀνοματολογικὸν προσδιορισμὸν ἐκάστου εἶδους ἀποθεμάτων καὶ ἐν σχέσει πρὸς δεδομένην μονάδα ποσοτικῆς μετρήσεως τῆς (ὄγκου, βάρους, μήκους κλπ.). Ὁ προσδιορισμὸς οὗτος προσαρμύζεται πρὸς τὴν *ταξινόμησιν* τῶν ἀποθεμάτων, εἶναι ἀπλοῦς πρὸς ἀποφυγὴν συγχύσεων καὶ εἶναι βραχύλογος, εἰ δὲ δυνατόν μονολεκτικός (ὡς π.χ. χαρακτηρίζονται τὰ ἀγαθὰ εἰς τὸ δασυολόγιον).

Ὁ *συμβολισμὸς* (symbolisation), ἥτοι τὸ κοινῶς λεγόμενον «μαρκάρισμα», ἀπεικονίζει διὰ συμβατικῶν ἐνδείξεων ἐκ συμβόλων (γραμμάτων καὶ ἀριθμῶν) ἕκαστον εἶδος ἀποθέματος καὶ δὴ κατὰ κατηγορίας καὶ ὑποκατηγορίας. Δι' αὐτῶν πραγματοποιεῖται μνημοτεχνικὴ ἐξατομίκευσις τῶν ἀποθεμάτων, ἧτις τηρεῖται εἰς ἴδιον εὐρετήριον καὶ ἐμφανῶς ἀναγράφεται εἰς πινακίδας, ἀναρτωμένας ἐπὶ τῶν ἀποθεμάτων καὶ ἐπὶ τῶν χώρων ἐναποθέσεως καὶ ἀναζητήσεως τῶν.

β) *Αἱ μέθοδοι κατατάξεως* διακρίνονται συνήθως εἰς τὰς στηριζόμενας εἰς τὴν ταξινόμησιν καὶ τὰ φυσικὰ χαρακτηριστικά γνωρίσματα ἀφ' ἑνός, ὡς καὶ τὸν ρυθμὸν ροῆς τῶν ἀποθεμάτων ἀφ' ἑτέρου.

Βάσει τῆς ταξινομήσεως, προσδιορίζονται ὁμοειδεῖς κατηγορίαι καὶ ὑποκατηγορίαι ἀποθεμάτων κατὰ διαμερίσματα ἀποθηκευτικῶν χώρων ἢ συγκροτήματα αὐτῶν. Οὕτω, τὰ ἐν γένει ἀποθέματα καὶ συνεπῶς καὶ οἱ χώροι ἀποθηκεύσεως τῶν κατατάσσονται εἰς πρῶτας ὕλας, εἰς βοηθητικὰ τοιαύτας, εἰς μηχανικὸν ἐξοπλισμὸν, εἰς ἡμικατεργασμένα ἀγαθὰ καὶ εἰς τελικὰ ἀγαθὰ. *Αἱ πρῶται ὕλαι*, ὡς γνωστὸν, συνίστανται ἐξ ἀκατεργάστων ἀποθεμάτων, ἐξ ὧν κυρίως παράγονται καὶ διατίθενται τὰ ἀγαθὰ, κατόπιν μεταποιήσεων, προσθηκῶν καὶ συναρμολογήσεων. *Αἱ βοηθητικαὶ ὕλαι* ὑποβοηθοῦν τὴν λειτουργίαν τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ (ὡς, π.χ., καύσιμα, λιπαντικά, εἶδη καθαριότητος κλπ.). Ὁ *μηχανικὸς ἐξοπλισμὸς* περιλαμβάνει μηχανάνας, ἐργαλεῖα, λέβητας, καμίνους, μέσα διακινήσεως ἢ μεταφορᾶς κλπ. *Τὰ ἡμικατεργασμένα ἀγαθὰ* εἶναι τὰ ἐνδιαμέσως παραγόμενα καὶ περαιτέρω χρησιμοποιούμενα ἢ ἀναλίσκόμενα ἐν τῇ παραγωγικῇ καὶ τῇ διανεμητικῇ διαδικασίᾳ. *Τὰ τελικὰ ἀγαθὰ* εἶναι τὰ ἔτοιμα πρὸς πώλησιν.

Ἀναλόγως τοῦ προορισμοῦ δεδομένης μεταποιητικῆς ἐπιχειρήσεως, αἱ προαναφερθεῖσαι γενικαὶ κατηγορίαι ὑποδιαιροῦνται εἰς ὑποκατηγορίας, αὗται εἰς ομάδας κ.ο.κ. Ἐπὶ παραδείγματι, ἐὰν πρόκειται περὶ ἐπιχειρήσεως παραγωγῆς ὑφασμάτων, τότε αἱ κατηγορίαι τῶν ἀποθεμάτων δύνανται νὰ διακριθῶν εἰς τοιαύτας προοριζόμενας διὰ παραγωγὴν ὑφασμάτων ἐκ βαμβάκου, ἐρίου, ιούτης, καννάβου, λίνου, μετάξης, τεχνητῶν ἰνῶν κλπ., ἢ κατὰ στάδια παραγωγικῆς διαδικασίας, μέσῳ ἐκκοκκιστηρίων, νηματουργείων, στριπτηρίων, ὑφαντηρίων κλπ.

Ἐπὶ τῇ βάσει τῶν φυσικῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων καὶ τοῦ

ευθυμοῦ ροῆς τῶν ἀποθεμάτων, καθίσταται ὁμοίως ἐφικτὸς ὁ τοπικὸς προσδιορισμὸς τοῦ χώρου ἐναποθέσεως καὶ ἀναζητήσεως αὐτῶν. Οὕτω, τὰ *δεκτικὰ συσκευασίας* ἐναποτίθενται εἰς δοχεῖα, κιβώτια, κυτία, σάκκους, ἐρμάρια, θυρίδας κλπ. Τὰ *ὑποκείμενα εἰς ἀλλοιώσεις* ἐναποτίθενται εἰς εἰδικούς καὶ δὴ ψυκτικούς θαλάμους. Τὰ *στερεὰ ἀνευ συσκευασίας*, ἐναποτίθενται χύδην, καθ' ὁμοειδεῖς ὁμάδας στοιβάδων ἐπὶ τῶν δαπέδων, μὲ δυνατότητας διολισθήσεως, τῇ ἐπιδράσει τῆς βαρύτητος. Τὰ *μεγάλων ποσοτήτων, βαρῶν καὶ διαστάσεων* ἀποθέματα, ἐναποτίθενται εἰς ἰσογείους χώρους καὶ δὴ οὐχὶ μακρὰν τῶν εἰσόδων καὶ ἐξόδων. Τὰ *χύδην ὕγρα* τοποθετοῦνται εἰς βαρέλια, δεξαμενάς, κάδους κλπ., εὐρισκομένους συνήθως εἰς ἰσογείους ἢ ὑπογείους χώρους. Τὰ *πολύτιμα* εἶδη, διαφυλάσσονται εἰς κεκλεισμένα ἐρμάρια, χρηματοκιβώτια, θησαυροφυλάκια κλπ. Τὰ *ἀποτελοῦντα ἐξαρτήματα* μονάδων ἀγαθῶν (μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ) ἐναποτίθενται κατὰ διακεκριμένας ὁμάδας, ἀλλ' εἰς χώρους πλησίον κειμένους δι' ὅλας τὰς ὁμάδας, πρὸς παρακολούθησιν τῆς ροῆς τῶν, ὡς σειρῶν (sets) ἐξαρτημάτων. Τὰ παρουσιάζοντα τὸν *ταχύτερον ευθυμὸν ροῆς*, ἐναποτίθενται πλησίον τῶν εἰσόδων καὶ ἐξόδων τῶν κεντρικῶν χώρων ἀπυθηκέυσεως ἢ εἰς ἀποκεντρωμένους ἢ εἰδικούς χώρους, πρὸς διευκόλυνσιν τῆς ροῆς ὅλων τῶν ἀποθεμάτων.

3. Ἀσφαλῆς διαφύλαξις καὶ διατήρησις ἀποθεμάτων, ὡς καὶ βελτίωσις τῆς ποιότητος αὐτῶν

Ἡ ἀσφαλῆς διαφύλαξις τῶν ἀποθεμάτων ἀναφέρεται κυρίως ἐναντι τῶν κινδύνων *κλοπῶν καὶ ἀναφλέξεων ἢ πυρκαϊῶν*. Δι' ὃ καὶ τὰ πολυτιμότερα ἢ τὰ περισσότερον ὑποκείμενα εἰς κινδύνους ἀναφλέξεως ἐναποτίθενται εἰς ἰδίους ἢ ἀπομακρυσμένους τῶν λοιπῶν χώρους ἀποθηκέυσεως, εἰς τοὺς ὁποίους λαμβάνονται περισσότερα μέτρα ἀσφαλείας καὶ ἐποπτείας προσωπικοῦ.

Ἡ ἀσφαλῆς διατήρησις τῶν ἀποθεμάτων ἀναφέρεται κυρίως ἐναντι τῶν κινδύνων δυσμενῶν ἐπιδράσεων τοῦ ἐξωτερικοῦ περιβάλλοντος αὐτῶν, δυναμένων νὰ προκαλέσουν μεταβολὴν τινὰ *τῆς ἀρχικῆς καταστάσεώς των*, ἀπὸ πλευρᾶς ποιότητος, ποσότητος, καθαριότητος, ὑγιεινῆς καὶ παραμορφώσεως τοῦ σχήματος αὐτῶν. Δι' ὃ καὶ τὰ ἀποθέματα τὰ ὑποκείμενα εἰς νοθείας, μολύνσεις, διαβρώσεις καὶ ἑτέρας ἀλλοιώσεις, ἐναποτίθενται εἰς χώρους ἀποθηκέυσεως, εἰς τοὺς ὁποίους ἐξασφαλίζεται ἡ φυσικο-χημικὴ αὐτῶν διατήρησις. Ἡ ἐξασφάλισις αὕτη ἐπιτυγχάνεται διὰ τῆς παροχῆς καταλλήλων συνθηκῶν ἐναποθέσεως—εἰς εἰδικούς πάντοτε χώρους ἢ θέσεις μὲ εἰδικὸν ἐξοπλισμὸν (ἐρμάρια, στεγανὰς συσκευασίας, ράφια, θυρίδας κλπ.)—ὡς κλιματισμοῦ (ἀερισμοῦ, ὑγρασίας καὶ θερμοκρασίας), καθαριότητος, φωτισμοῦ, ἀποκονιορτοποιήσεως, ψεκασμοῦ κλπ., παρέχεται δὲ αὕτη ἀναλόγως τοῦ εἶδους τῶν ἀποθεμάτων, τῆς ἀνάγκης προστασίας των, τῶν ἐποχῶν τοῦ ἔτους ἢ τῶν καιρικῶν συνθηκῶν, ὡς καὶ τῆς ἐπιδράσεως τῶν λοιπῶν ἀποθεμάτων (τῶν μεταδιδόντων ὑγρασίαν, ξηρασίαν, ἀναθυμιάσεις, ὄσμὰς κλπ.).

Ἡ βελτίωσις τῆς ποιότητος τῶν ἀποθεμάτων ἀποτελεῖ συμπλήρωσιν

τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας τῶν ἀγαθῶν. Ἐνίοτε ἡ ἀποθήκευσις εἰς καταλήλους χώρους ἢ συσκευασία ὠρισμένων ἀποθεμάτων, συντελεῖ ὥστε μετὰ παρέλευσιν ὠρισμένου χρόνου νὰ βελτιώνη τὴν ποιότητα αὐτῶν, ἢ νὰ καθίστῃ ταῦτα κατάλληλα πρὸς χρῆσιν ἢ κατανάλωσιν. Ἐπὶ παραδείγματι, ἡ ἀποθήκευσις νωπῆς ξυλίας πρὸς ἀποξηράνσιν, καπνιστῶν κρεάτων καὶ ἰχθύων πρὸς παλαίωσιν (σίτευμα), οἰνοπνευματωδῶν ποτῶν πρὸς συμπλήρωσιν τῆς ζυμώσεώς των (οἴνου, ζύθου, ἀποστάγματος οἴνου) κ.ο.κ.

4. Εὐχερῆς ροὴ τῶν ἀποθεμάτων

Αἱ μέθοδοι ἐξασφαλίσεως κανονικοῦ ρυθμοῦ ροῆς (κυκλοφορίας, διακινήσεως), αἵτινες ἐφαρμόζονται διὰ τὰ ὑλικά μέσα δράσεως ἐν γένει, ἐφαρμόζονται καὶ διὰ τὰ ἀποθεματοποιούμενα ἢ ἀποθηκεύμενα. Οὕτως, ἐπιτυγχάνεται σύμμετρος ὀργάνωσις τοῦ κανονικοῦ ρυθμοῦ ροῆς τῶν ἀγορῶν ὑλικῶν μέσων, τῆς ἀποθεματοποιήσεως καὶ ἀποθηκεύσεως αὐτῶν, ὡς καὶ τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς τῶν ἀγαθῶν. Ἡ σύμμετρος αὕτη ὀργάνωσις *ἐπιτυγχάνεται κατόπιν, ἀφ' ἑνὸς μὲν προηγουμένης διατάξεως τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ καὶ τῶν λοιπῶν ἐγκαταστάσεων, ἐπὶ τῇ βάσει τῆς ιηρητέας παραγωγικῆς καὶ διανεμητικῆς διαδικασίας* (routing), ἀφ' ἑτέρου δὲ προβλέψεως ἀναλόγου *χειρισμοῦ τῶν ὑλικῶν* (materials handling), κατὰ τὰς ἀποθέσεις, μετατοπίσεις, μεταφοράς, ζυγίσεις, φορτώσεις, ὡς καὶ ἐκφορτώσεις αὐτῶν. Ὁ χειρισμὸς δὲ αὗτος καθίσταται ἀποτελεσματικὸς διὰ τῆς χρήσεως μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ (ὑποκαθιστῶντος χειρωνακτικὴν ἐργασίαν) καὶ δι' ἀναλόγου διαρρυθμίσεως χώρων, διαδρόμων, ὁδύσεων καὶ σταθμεύσεων, κατὰ τὴν εὐθύγραμμον φορὰν προοδευτικῆς διαδοχῆς τῶν ἐργασιῶν τῆς ἐπιχειρήσεως.

Βιβλιογραφία

- *Α. Ν. Καλογερά : «Ἡ μελέτη τῆς βιομηχανίας». Ἀθήναι, Ἐθνικὸν Μετσόβιον Πολυτεχνεῖον, 1962.
- N. Γ. Κονδύλη : «Ἡ σημασία τῆς ὀρθολογικῆς ἀποθηκεύσεως τῶν προϊόντων». Εἰς Οἰκονομικὸν Ταχυδρόμον, 30 Ἀπρ. 1959.
- H. B. Stocker : «Χειρισμὸς καὶ διακίνησις ὑλικῶν». Ἀθήναι, Ἑλληνικὸν Κέντρον Παραγωγικῆς Κόττης, 1957.
- *I. Κ. Χολέβα : «Ἡ ἀποθήκευσις». Θεσσαλονίκη, Ἀ. Π. Σάκκουλα, 1964.
- *I. Α. Χερσοχοῦ : «Ἐμπορικὴ ὀργάνωσις». Ἀθήναι, Ἀνωτέρα Σχολὴ Βιομηχανικῶν Σπουδῶν, 1956.
- D. S. Ammer : «Materials Management». Homewood, Ill., R. D. Irwin, 1962.
- A. J. Briggs : «Warehouse Operations Planning and Management». New York, J. Wiley and Sons, 1960.
- M. Delorme : «Magasinage et stockage industriels». Paris, Comité National de l'Organisation Française, 1964.
- L. L. Howell : «Warehousing». Washington, D. C., Small Business Administration 1951.
- H. B. Stocker : «Materials Handling». Second Edition. Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall, 1951.

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΑΓΑΘΩΝ

Συσκευασία (packaging, packing) σημαίνει, πρώτον μὲν μέθοδον ἢ στάδιον παραγωγῆς καὶ τοποθετήσεως ὑποδοχέων τῶν ἀγαθῶν (περιβλημάτων, περικαλυμμάτων), δεύτερον δὲ τὸν ὑποδοχέα αὐτῶν (container).

Ὡς μέθοδος ἢ στάδιον, ἡ συσκευασία ἀποτελεῖ τὴν τελευταίαν φάσιν τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας. *Ὡς ὑποδοχεύς*, ἡ συσκευασία συνδέει τὴν παραγωγὴν μετὰ τῆς διανομῆς καὶ τῆς καταναλώσεως ἐκάστου εἶδους ἀγαθῶν, συμβάλλουσα σημαντικῶς εἰς τὴν ἀποτελεσματικότητά αὐτῶν.

Ἡ παραγωγή τῆς συσκευασίας πραγματοποιεῖται κατ' ἀρχὴν δι' ἀναλόγου αὐτῆς *προτυποποιήσεως* πρὸς τὴν προηγηθεῖσαν τοιαύτην τῶν ἀγαθῶν, διὰ τὰ ὅποια προορίζεται. Συνεπῶς, ἡ προτυποποίησις τῆς συσκευασίας ἐξαρτᾶται ἐκ τῆς ἀξίας, τῆς ιδιοσυστασίας καὶ τῆς προστασίας τοῦ εἶδους τῶν ἀγαθῶν, ἅτινα θὰ περιβάλλῃ. Ὅσον μεγαλύτερα εἶναι ἡ ἀξία τῶν ἀγαθῶν καὶ δὴ εἰς μικρότερον ὄγκον, ἐπὶ τοσοῦτον πολυτελεστέρα ἐπιβάλλεται νὰ εἶναι ἡ συσκευασία αὐτῶν. Ἐξ ἄλλου, ἡ συσκευασία προσδιορίζεται ἐκ τῆς φυσικῆς μορφῆς, τῆς ἀνθεκτικότητος καὶ τοῦ προορισμοῦ τῶν ἀγαθῶν, ἅτινα περιβάλλει αὐτή. Διαφόρως, ὅθεν, προσδιορίζεται αὕτη προκειμένου περὶ ἀγαθῶν στερεῶν, ὑγρῶν, ἀερίων, εἰς κόκκους, εἰς κόνιν, εἰς παχύρρευστον κατάστασιν, μεγάλου ἢ μικροῦ ὄγκου καὶ βέρους κλπ. Ἰδιαιτέρως, πάντως, ἐπιηρεάζεται ἡ προτυποποίησις τῆς συσκευασίας ἐκ τοῦ προορισμοῦ τῆς.

Ὁ προορισμὸς τῆς συσκευασίας διακρίνεται εἰς λειτουργικὸν ἢ τεχνικὸν καὶ εἰς ἐμπορικόν. Ὁ πρῶτος τεύτων ἀφορᾷ τὴν προστασίαν ἢ προφύλαξιν τοῦ συσκευασμένου ἀγαθοῦ. Ὁ δεύτερος τούτων ἀναφέρεται, τόσον εἰς τὴν δημιουργίαν διακεκριμένης φυσιογνωμίας τῆς συσκευασίας ἐκάστου εἶδους ἀγαθοῦ εὐρείας καταναλώσεως, ὅσον καὶ εἰς τὴν ἰδιαιτέραν ἱκανοποίησιν τοῦ, πρὸς ὃ ἀπευθύνεται ἡ συσκευασία καὶ τὸ ἀγαθόν, καταναλωτικοῦ κοινοῦ.

Ἡ προστασία ἢ προφύλαξις ὑπὸ τῆς συσκευασίας τοῦ ἀγαθοῦ, συμβάλλει ὥστε τὸ ἀγαθόν νὰ παραμένῃ ἀμετάβλητον, ὡς παρήχθη, ἀπὸ πλευρῶς ποιότητος, ποσότητος, καθαριότητος καὶ ὑγιεινῆς, καθ' ὅλον τὸ μεσολαβῶν χρονικὸν διάστημα μετὰ τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς καταναλώσεώς του. Ἐπιβάλλεται, ὅθεν, ὅπως ἡ συσκευασία συντελῇ εἰς τὴν ἐξουδετέρωσιν δυσμενῶν ἐπιδράσεων τοῦ ἐξωτερικοῦ αὐτῆς περιβάλλοντος, δυναμένων νὰ προκλέσουσιν μεταβολὴν τινὰ τῆς ἀρχικῆς καταστάσεως τοῦ ἀγαθοῦ. Συντελεῖ δὲ αὕτη εἰς τὴν ἀνωτέρω ἐξουδετέρωσιν, ὅταν ἐπιτυγχάνεται δι' αὐτῆς μηχανικὴ καὶ φυσικοχημικὴ διατήρησις τοῦ ἀγαθοῦ.

Μηχανικὴ διατήρησις τοῦ ἀγαθοῦ νοεῖται ἡ ἱκανότης τῆς συσκευασίας, ὅπως προφυλάσῃ τοῦτο ἐκ παραμορφώσεων. Αἱ παραμορφώσεις προέρχονται ἐκ κραδασμῶν, συγκρούσεων, συνθλίψεων, πιέσεων, διατρήσεων καὶ λοιπῶν συνεπειῶν κατὰ τὴν μεταφοράν, φόρτωσιν, ἐκφόρτωσιν καὶ στοιβασίαν τῶν συσκευασμένων ἀγαθῶν.

Φυσικοχημική διατήρησις τοῦ ἀγαθοῦ νοεῖται ἡ ἰκανότης τῆς συσκευασίας, κατόπιν καταλλήλου (στεγανοῦ κλπ.) κλεισίματός της καὶ ἀνθεκτικότητός της, ὅπως προφυλάσῃ τὸ ἀγαθὸν ἐκ νοθειῶν, μολύνσεων, διαβρώσεων καὶ λοιπῶν ἀλλοιώσεων, προκαλουμένων ἐκ διεισδύσεων ξένων οὐσιῶν (ἐντόμων, σκωλήκων, τρωκτικῶν, βακτηριδίων, ἀέρος, φωτός, ὑγρασίας, κόνεως κλπ.). Τῇ ἐπιδράσει τῶν ἀνωτέρω δυσμενῶν παραγόντων, ἐπέρχονται κατὰ κανόνα χημικαὶ ἀντιδράσεις, συντελοῦσαι εἰς ἀφυδατώσεις, ἀποχρωματισμούς, ἐξατμίσεις, ὀξειδώσεις, διογκώσεις κλπ.

Τὰ ἰδεώδη ὑλικά παραγωγῆς τῆς συσκευασίας παρουσιάζουν, συνεπῶς, τὰς ἀκολουθοῦσας ἰδιότητες: α) εἶναι ἀνθεκτικὰ εἰς πιέσεις, ἔλξεις, ἐκρήξεις, σχισίματα, ἀναδιπλώσεις καὶ διατρήσεις, β) εἶναι ἀδιαπέραστα ἀπὸ ἀέρα, ἀτμῶν, ὑγρῶν καὶ γ) εἶναι ἀπρόσβλητα ἀπὸ χημικὰς ἀντιδράσεις. Αἱ ἰδιότητες, ὅμως, αὐταὶ δὲν συγκεντρῶνται ὅλαι εἰς ὑλικὸν τι. Δι' ὃ καὶ ἡ ἐπιχείρησις ἐπιλέγει ὑλικά συγκεντροῦντα τὰς περισσοτέρας τῶν ἰδιοτήτων τούτων καὶ ἐπιτυχέστερον προσαρμοζόμενα πρὸς ἐκάστην περίπτωσιν. *Τὰ κυριώτερα τῶν ἐν χρῆσει ὑλικῶν συσκευασίας* εἶναι τὰ ἑξῆς: Ἀλουμίνιον, ἄχυρον, βάμβαξ, κηρός, δέρμα, ἐλαστικόν, ἰούτη, κυτταρίνη, μεμβράνη, μέταλλα, ξύλον, πλαστικά ὕλαι, συνθετικά ρητινῶν, ὕαλος, φιλλός, χάρτης καὶ χόρτον. Διὰ τῶν ὑλικῶν τούτων παράγονται διάφοροι *τύποι συσκευασίας*, ἐκ τῶν ὁποίων οἱ βασικοὶ εἶναι οἱ ἐπόμενοι: Βαρέλια, δοχεῖα, θήκαι, κιβώτια, κυτία, σάκκοι, σακκοῦλαι, σωληνάρια, ταινίαι, φάκελλοι, φιάλαι καὶ φιαλίδια.

Ἡ παραγωγή τῶν τύπων τούτων συσκευασίας, ὡς καὶ ἡ τοποθέτησις αὐτῆς εἰς τὸ εἶδος τῶν ἀγαθῶν διὰ τὸ ὁποῖον προορίζεται, διενεργεῖται διὰ μηχανικῶν μέσων. Τὰ ἐν λόγῳ μέσα διαχωρίζουν, καταμετροῦν, ζυγίζουν, καὶ περικαλύπτουν ἕκαστον ἀγαθὸν εἰς βραχὺ χρονικὸν διάστημα καὶ κατὰ τρόπον ὑποδειγματικόν.

Ὁ ἐμπορικὸς προορισμὸς τῆς συσκευασίας, ὡς ἤδη ἐλέχθη, ἀναφέρεται εἰς τὰς κατωτέρω δύο ἐπιδιώξεις:

1. *Εἰς τὴν δημιουργίαν διακεκριμένης φυσιογνωμίας τῆς συσκευασίας ἐκάστου εἴδους ἀγαθοῦ εὐρείας καταναλώσεως.* Ἡ φυσιογνωμία αὕτη συνοδεύεται ἀπὸ σταθερά, ἐνιαῖα, ἀπλᾶ καὶ ἐκλεπτυσμένα ἐξωτερικὰ χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα. Τὰ γνωρίσματα ταῦτα προσδίδουν εἰς τὴν συσκευασίαν ἰδιαιτέραν, εὐχάριστον καὶ ἐντυπωσιακὴν ἐμφάνισιν ἢ μορφολογίαν.

Ἡ μορφολογία τῆς συσκευασίας προσαρμόζεται πρὸς τὸ μέσον αἰσθητικὸν ἐπίπεδον τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ, πρὸς τὸ ὁποῖον αὕτη ἀπευθύνεται, ὡς καὶ πρὸς τὰς τοπικὰς ἢ ἔθνικὰς, καλλιτεχνικὰς καὶ παραγωγικὰς παραδόσεις. Εἰς τὴν Ἑλλάδα, π.χ., αὕτη θὰ ἠδύνατο νὰ προσαρμοσθῇ πρὸς μορφὰς τύπων ἀρχαϊκῶν, κλασσικῶν, βυζαντινῶν, συγχρόνων κλπ.

Τὰ ἐξωτερικά, ὡς ἄνω, χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα τῆς συσκευασίας, εἶναι κυρίως σύμβολα ἢ σήματα, ὀνομασίαι καὶ περιγραφαὶ μετὰ ὁδηγίων. *Τὰ σύμβολα ἢ σήματα* ἀπεικονίζονται ἢ εἰκονογραφοῦνται καὶ τυγχάνουν νομίμου προστασίας. Ἄντ' αὐτῶν παρουσιάζονται, ἐνίοτε, εἰκόνες τῶν ἐγκατα-

πέδου τούτου αποτελεί ή παροχή εύκολιῶν κατὰ τήν χρῆσιν τῶν ἀγαθῶν. Σχετικῶς ἀναφέρεται, ὅτι δοχεῖα αὐτομάτου ψεκασμοῦ ή προωθήσεως ή ἐκτοξεύσεως ἀγαθῶν ἐν ὑγρῷ ή ρευστῇ καταστάσει (ὡς καλλυντικῶν, τροφιμῶν, φαρμάκων, ἐντομοκτόνων, χρωμάτων κλπ.), παρέχουν σημαντικὴν διευκόλυνσιν τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ. Ὁ αὐτοματισμὸς οὗτος ἐπιτυγχάνεται δι' ἀπλῆς πιέσεως κομβίου, ὅπερ ἐπιδρᾷ ἐπὶ περιεχομένης εἰς τὰ δοχεῖα ταῦτα προωθητικῆς τῶν ἀγαθῶν χημικῆς οὐσίας, ή ὁποία εἶναι ἀβλαβῆς καὶ ἀερῶδης, καλουμένη «ἀεροσόλ». Τὰ δοχεῖα ταῦτα ἀποτελοῦν τήν τελευταίαν λέξιν εἰς τὸν τομέα τῆς συσκευασίας. Χάρις δὲ εἰς τήν παροχὴν τῆς ὡς ἄνω εὐκολίας, ή ζήτησις ὑπὸ τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ καὶ συνεπῶς ή χρησιμοποίησις τῶν δοχείων τούτων διὰ συσκευασίαν, ἐπεκτείνεται ἀλματωδῶς.

Συνεπῶς, ή ἐπιχειρήσις ὑποχρεοῦται ὅπως, κατὰ χρονικὰ διαστήματα, καὶ ἐντὸς τοῦ πλαισίου τῆς παρ' αὐτῆς διενεργουμένης ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς, διενεργῇ *εἰδικὰς ἐρέυνας ἐπὶ τῶν προτιμήσεων τῶν πελατῶν*. Ἐντὶ τῶν ἐρευνῶν τούτων, πολλακίς ή ἐπιχειρήσις θέτει εἰς *δοκιμαστικὴν κυκλοφορίαν πρότυπα συσκευασίας* παρ' αὐτῆς προτεινόμενα, πρὸς διαπίστωσιν τῶν ἀντιδράσεων τῶν πελατῶν τῆς καὶ ἀνάλογον πρὸς αὐτὰς συμμόρφωσιν αὐτῆς κατὰ τήν ὀριστικὴν προσφορὰν τῆς συσκευασίας, ἀναλόγως τῶν δυνατοτήτων τῆς. Ἐνίοτε, πάλιν, ἐπιχειρήσεις τινὲς καὶ δὴ εἰς τὰς Η.Π.Α. ἐφαρμόζουσι *μέθοδον διαπιστώσεως τοῦ βαθμοῦ ἀποδοχῆς ή μὴ προτεινομένων παρ' αὐτῶν συσκευασιῶν*, ἀπλουστέραν, οἰκονομικωτέραν καὶ ταχυτέραν, περὶ ἧς ἐγένετο ἤδη λόγος εἰς τὰ περὶ ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς.

Βιβλιογραφία

- X. Γιώτη : «Τὸ πρόβλημα τῆς συσκευασίας». Εἰς Δημοσιότητα καὶ Προβολήν, Ἀπρ. 1960, σσ. 27 - 9.
- Ἑλληνικὸν Κέντρον Παραγωγικότητος : «Ἡ συσκευασία καὶ ή σημασία τῆς». Ἀθηναί, 1962.
- J. Castle : «Τρόποι καὶ μέσα βελτιώσεως τῆς συσκευασίας ἐν Ἑλλάδι». Εἰς Παραγωγικότητα, Μαῖου - Ἰουν. 1961, σσ. 156 - 9.
- N. Γ. Κονδύλη : «Βασικὰ προβλήματα συσκευασίας εἰς τὰς ἐλληνικὰς ἐπιχειρήσεις». Εἰς Οἰκονομικὸν Ταχυδρόμον, 8 Ἰουλ. 1959.
- K. Ἰ. Πάπης : «Ἡ συσκευασία παράγων τῆς οἰκονομίας». Εἰς Δημοσιότητα καὶ Προβολήν, Φεβρ. 1962, σσ. 34 - 6.
- American Management Association : «Package Design and its Management». New York, A.M.A., 1965.
- R. Lefaux : «Emballages et conditionnements modernes». Paris, Compagnie Française d'Éditions, 1960.
- J. Pilditch : «The Silent Salesman: How to Develop Packaging that Sells». London, Business Publications, 1961.
- C. A. Rogers : «Packing and Covering». Cambridge, at University Press, 1964.
- W. E. Rogers : «Packaging and Standardization Study; International and Exterior Container Sizes». Rock Island, Arsenal, 1958.

ΜΕΡΟΣ Γ'

ΟΡΓΑΝΩΣΙΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΑΓΑΘΩΝ

Ἐνταῦθα δίδεται συνοπτική μὲν, ἀλλ' ἐποπτική εἰκὼν τῶν γενικῶν ἀρχῶν, μεθόδων καὶ μέσων οἰκονομικῆς ὀργανώσεως τῆς παραγωγῆς τῶν μεγάλων βιομηχανικῶν ἐπιχειρήσεων. Ἡ εἰκὼν αὕτη παρέχεται ὑπὸ κυκλικὴν ροὴν τῶν λειτουργιῶν τῆς ἐν λόγῳ παραγωγῆς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΟΓΔΩΘΝ

ΕΝΝΟΙΑ, ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Παραγωγή (production) καλεῖται ἡ δημιουργία χρησίμων ἀγαθῶν καὶ ὑπηρεσιῶν. Λέγοντες «χρησίμων», ἐννοοῦμεν τὰ ἐν ἀνεπαρκείᾳ ἀγαθὰ ἢ τὰς ὑπηρεσίας διὰ τὰ ὁποῖα ὑφίσταται ἀνάγκη, ἐκφραζομένη ὑπὸ μορφήν ζήτησεως εἰς τὴν ἀγοράν.

Μεταποιητικὴ παραγωγή (industrial or manufactural production) καλεῖται ἡ δημιουργία χρησίμων ἀγαθῶν, κατόπιν μετασχηματισμοῦ ἢ ἐνσωματώσεως ἐτέρων ἀγαθῶν. Ὁ μετασχηματισμὸς ἢ ἡ ἐνσωμάτωσις αὕτη πραγματοποιεῖται τῇ συνδεδεασμένη ἐπενεργείᾳ τῶν διαθέσιμων συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς (μέσων, πόρων, εἰσοδῶν) κατὰ τὴν παραγωγικὴν λειτουργίαν, χωρὶς, ἐν τούτοις, οὔτοι νὰ ἐξαφανίζωνται ἢ νὰ παύῃ ἡ χρησιμότης των. Ἀπλῶς, οἱ ἐν προκειμένῳ συντελεσταὶ τῆς παραγωγῆς θυσιάζονται ἢ ἀναλίσκονται, ἐπιβαρύνοντες οἰκονομικῶς τὴν ἐπιχείρησιν. Δι' ὃ καὶ ἡ θυσία αὐτῶν συνιστᾷ τὸ παραγωγικὸν κόστος, ἢ τὸ σύνολον τῆς χρηματικῆς καὶ πάσης ἐτέρας ἀμοιβῆς τῶν ὡς ἄνω συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς.

Ἐπιβάρυνσις *μεταποιητικῆς παραγωγῆς* σημαίνει, κατὰ τὸν F. W. Taylor, γνῶσιν καὶ ἐπίβλησιν τῆς ἐπιτελουμένης παραγωγικῆς λειτουργίας, κατὰ κέντρα παραγωγικῆς δράσεως, πρὸς καλυτέραν καὶ οἰκονομικώτεραν παραγωγὴν ἀγαθῶν.

Σκοπός, ὅθεν, τῆς ὀργανώσεως ταύτης εἶναι ἡ διαρκὴς ἐφαρμογὴ τοῦ οἰκονομικοῦ νόμου τῆς *αὐξήσεως ἀποδόσεως*. Κατὰ τὸν νόμον τοῦτον, τὸ κατὰ μονάδα ἀγαθοῦ κόστος παραγωγῆς μειοῦται, ὅταν τὸ ποσοστὸν αὐξήσεως τῶν παραγομένων ἀγαθῶν μεγαθύνηται ταχύτερον τοῦ ποσοστοῦ αὐξήσεως τῶν χρησιμοποιουμένων συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς. Τοιοῦτοτρόπως, ἐπιτυγχάνεται ἐκάστοτε ἢ κατὰ τὸ δυνατόν μεγαλυτέρα ἀνοδος τῆς πραγματικῆς ἀξίας δεδομένου παραγωγικοῦ ἀποτελέσματος, ἔναντι τοῦ πραγματικοῦ

συνολικοῦ κόστους τῆς παραγωγῆς. Τούτέστιν, ἡ ὀργάνωσις τῆς μεταποιητικῆς παραγωγῆς συντελεῖ εἰς τὴν ἐκάστοτε μεγιστοποίησιν καὶ ἀριστοποίησιν τοῦ παραγωγικοῦ ἀποτελέσματος διὰ τῶν δεδομένων συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς.

Μεγιστοποιήσεις καὶ ἀριστοποιήσεις τοῦ παραγωγικοῦ ἀποτελέσματος εἶναι ἐκείνη, καθ' ἣν οἰαδήποτε ἐφικτὴ ἀνακατανομὴ τῶν διαθεσίμων συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς μεταξύ των, συνεπάγεται μείωσιν τοῦ ποσοτικοῦ ἢ τοῦ ποιοτικοῦ ἐπιπέδου τῆς παραγωγῆς κατὰ ἓν τούλάχιστον ἀγαθὸν ἢ συστατικὸν τῆς ποιότητος αὐτοῦ.

Πρὸς πραγματοποιήσιν τοῦ ἀνωτέρω σκοποῦ, ἡ παραγωγικὴ λειτουργία *βασίζεται*, ἀφ' ἑνὸς μὲν εἰς τὴν ἐξασφάλισιν κανονικῆς παραγωγικῆς ἱκανότητος τῶν συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς, ἀφ' ἑτέρου δὲ εἰς τὴν διαμόρφωσιν καταλλήλων συνθηκῶν ἐργασίας, ἰδίᾳ ἀπὸ πλευρᾶς περιβάλλοντος ἐκτελέσεως αὐτῆς καὶ ἀνθρωπίνων σχέσεων.

Κανονικὴ παραγωγικὴ ἱκανότης (normal capacity of production) εἶναι ἡ μέση χρονικὴ ἀπασχόλησις ἢ χρησιμοποίησις τῶν συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς ἢ ὁποῖα ἀπαιτεῖται πρὸς ἐπίτευξιν τοῦ ἐκάστοτε μεγίστου καὶ ἀρίστου παραγωγικοῦ ἀποτελέσματος. Ἡ ἱκανότης αὕτη εἶναι πάντοτε κατώτερα τῆς θεωρητικῶς μεγίστης καὶ τῆς πρακτικῶς ἐφικτῆς τοιαύτης τῶν συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς. Προσδιορίζεται δὲ αὕτη ἐπὶ τῆ βάσει προτυποποιήσεως τῆς ἐργασίας καὶ τῶν ἀγαθῶν.

Ἡ πραγματοποίησις τῆς μεγιστοποιήσεως καὶ τῆς ἀριστοποιήσεως τοῦ παραγωγικοῦ ἀποτελέσματος ἐπιδιώκεται διὰ *συνδυασμῶν ἢ προσδιορισμοῦ ἀναλογιῶν ἐνεργειῶν ἢ διὰ χρησιμοποίησεως τῶν διαθεσίμων συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς* οἵτινες εἶναι σύνθετοι καὶ ἀλληλεξαρτώμενοι. Ἐκάστη τῶν ἐνεργειῶν τούτων ἐμφανίζει ἴδια χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα καὶ προϋποθέτει ἴδιους ὅρους κανονικῆς παραγωγικῆς ἱκανότητος. Δι' ὃ καὶ καθίσταται ἀναγκαῖα ἡ ἐκάστοτε ἐπιλογή τοῦ καλυτέρου καὶ ἀποδοτικωτέρου τῶν δυνατῶν συνδυασμῶν. Ὡς γνωστόν, ἀκόμη καὶ εἰς τὴν περίπτωσιν παραγωγῆς ἑνὸς μόνου ἀγαθοῦ, οἱ συνδυασμοὶ ἐνεργειῶν ἢ χρησιμοποίησεως τῶν διαθεσίμων συντελεστῶν εἶναι δυνατόν νὰ εἶναι πάρα πολλοί. Τὸ συγκεκριμένον τοῦτο ἀγαθόν, δυνατόν νὰ παράγεται ὑπὸ πλείονας τοῦ ἑνὸς τῶν ἐν λόγῳ συνδυασμῶν, ἀναλόγως τῶν ἐφαρμοσίμων μεθόδων παραγωγῆς.

Ὁ *προγραμματισμὸς* τῆς μεταποιητικῆς παραγωγῆς ἀναφέρεται εἰς τὸ σύνολον τῶν ἐνεργειῶν καὶ μέσων καταρτίσεως, ἐκτελέσεως, ἐλέγχου καὶ προσαρμογῆς ἢ ἀναθεωρήσεως ἐναλλακτικῶν συνθετικῶν καὶ ἀναλυτικῶν προγραμμάτων τῆς μεταποιητικῆς παραγωγῆς, μακροχρονίως καὶ βραχυχρονίως.

Κατὰ τὸν H Fayol, ὁ ἀνωτέρω προγραμματισμὸς ἀποτελεῖ συμβιβασμὸν μεταξύ ἐκείνου, ὅπερ ἡ ἐπιχείρησις ἐπιδιώκει καὶ ἐκείνου ὅπερ αὕτη δύναται νὰ ἐπιτελέσῃ. *Ἐπιδιώκει* αὕτη, ὅπως παράγῃ ἀγαθὰ, βάσει τῶν πορισμάτων τῶν ἐκάστοτε διενεργουμένων ἐρευνῶν τῶν συνθηκῶν τῆς οἰκονομίας καὶ εἰδικώτερον τῆς ἀγορᾶς, ὡς καὶ βάσει τῶν ἀποθεμάτων καὶ τοῦ κύκλου ἐργασιῶν τῆς ἐπιχειρήσεως κατὰ τὰ **τελευταία** ἔτη, ὅσα καὶ οἷα προ-

βλέπεται νά διαθεθῶν εἰς τήν ἀγοράν κατὰ κατηγορίας πελατῶν. Δύναται δὲ ἡ ἐπιχείρησις νά παράγῃ τὰ ἀγαθὰ ταῦτα, ἀναλόγως τῶν δυνατοτήτων ἐφαρμογῆς ἐπιτυχῶν συνδυασμῶν διατάξεως, ἀπασχολήσεως καὶ χρησιμοποίησεως τῶν διαθεσίμων ἢ τῶν προβλεπομένων νά ὑπάρξουν ἐπὶ μέρους συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς, ἤτοι ἀναλόγως τοῦ βαθμοῦ ἀποτελεσματικότητος τῶν συντελεστῶν τούτων. Αἱ δυνατότητες αὗται ἀποτελοῦν συνάρτησιν τῶν ὑφισταμένων καὶ προβλεπομένων νά δημιουργηθοῦν συνθηκῶν καὶ ἰδίᾳ ἀπὸ ὀργανωτικῆς, οἰκονομικῆς καὶ τεχνικῆς ἀπόψεως.

Ἐκαστον πρόγραμμα μεταποιητικῆς παραγωγῆς καὶ δὴ συνθετικόν, καθορίζει ἐπακριβῶς, κατὰ χαρακτηριστικὴν ἔκφρασιν τῶν ὀργανωτῶν, «τί, πόσον, ποῦ, πῶς, ἀπὸ ποίους καὶ πότε θά παραχθῇ».

Οὕτω, ἕκαστον πρόγραμμα παραγωγῆς δεδομένου ἀγαθοῦ (product quantity) προσδιορίζει τὸ εἶδος, τὴν ποσότητα καὶ τὴν ποιότητα αὐτοῦ, ἐπὶ τῇ βάσει τῶν προμνησθειῶν ἐπιδιώξεων καὶ δυνατοτήτων. Ἰδιαιτέρως λαμβάνονται ἐνταῦθα ὑπ' ὄψιν αἱ προβλέψεις τῆς ἐπιτελικῆς λειτουργίας τῆς ἐπιχειρήσεως περὶ τῆς προσφορᾶς καὶ τῆς ζητήσεως, τόσον τῶν σχετικῶν μέσων παραγωγῆς, ὅσον καὶ τοῦ οἰκείου ἀγαθοῦ ὅπερ δι' αὐτῶν πρόκειται νά παραχθῇ. Ἐπιπροσθέτως ἐκτιμῶνται αἱ πιθανότητες ἐμφανίσεως ἀποτόμων ἢ ἐκτάκτων μεταβολῶν τῶν συναλλαγῶν εἰς τὴν ἀγοράν (τῆς ὡς ἄνω προσφορᾶς καὶ ζητήσεως). Αἱ ἐν λόγῳ μεταβολαὶ εἶναι δυνατόν νά προκαλέσουν σοβαρὰς ἀποκλίσεις ἐντάσεως ἢ περιορισμοῦ τῆς προγραμματισθείσης παραγωγικῆς δραστηριότητος.

Πρὸς ἀντιμετώπισιν τῶν ἐν προκειμένῳ ἀποτόμων ἢ ἐκτάκτων μεταβολῶν, ὁ προγραμματισμὸς τῆς παραγωγῆς περιλαμβάνει μέτρα ἐπιτρέποντα τὴν εὐκαμπτον ἐπαναρρῦθμισιν τῆς παραγωγικῆς λειτουργίας. Εἰς τὰ μέτρα ταῦτα ἀνήκουν τὰ τῆς συστάσεως καὶ διατηρήσεως ἀποθεμάτων ὑλικῶν μέσων, καλουμένων «ἀποθεμάτων ἀσφαλείας», ὡς καὶ τὰ τῆς εὐχερείας παροχῆς ἀμοιβῶν δι' ὑπερωριακὴν ἀπασχόλησιν τοῦ προσωπικοῦ ἢ τῆς διαθέσεως πιστώσεων τοῦ προϋπολογισμοῦ διὰ προσωρινὰς νέας προσλήψεις. Διὰ τὴν περίπτωσιν ἀποτόμου καὶ σοβαρᾶς συστολῆς τῶν πωλήσεων καὶ συνεπῶς τῆς παραγωγικῆς δραστηριότητος, προβλέπεται ἡ ἐπὶ τινα χρόνον συνέχισις τοῦ κανονικοῦ ρυθμοῦ ἐργασιῶν καὶ κατ' ἀκολουθίαν ἡ δημιουργία ἐφεδρικῶν ἀποθεμάτων ἀγαθῶν πέραν τοῦ ἀρίστου αὐτῶν μεγέθους, ἐπὶ τῷ τέλει ὅπως ταῦτα διαθεθῶν ἅμα τῇ παρελεύσει τῶν κατὰ τ' ἀνωτέρω δυσμενῶν συνεπειῶν ἐπὶ τῆς καταναλωτικῆς ἀγορᾶς.

Εἰς ἕκαστον τῶν προγραμμάτων τούτων, κατανέμονται ἐπίσης αἱ ἀρμοδιότητες τῶν ἐκτελεσιῶν αὐτοῦ, κατὰ τρόπον διασφαλίζοντα τὴν πλέον ἐπιτυχῆ χρῆσιν τῶν διαθεσίμων ὑλικῶν μέσων, ἐντὸς δεδομένων χρονικῶν διαστημάτων.

Ἡ κατανομή, τέλος, τοῦ χρόνου ἢ ὁ ρυθμὸς τῆς παραγωγῆς οἰουδὴ ποιε ἀγαθοῦ, προγραμματίζεται συμφώνως πρὸς τὴν ὀργανωτικὴν ἀρχὴν τῆς συνεχείας τῶν ἐργασιῶν. Ἀξίωμα πρὸς ἐφαρμογὴν τῆς ἀρχῆς ταύτης εἶναι «φείδου χρόνου» καθόσον «ὁ χρόνος εἶναι χρῆμα». Δι' ὃ καὶ προ-

βλέπεται, ἀφ' ἑνὸς μὲν συγχρονισμὸς τῶν δυνατοτήτων τῆς παραγωγῆς πρὸς τὰς δυνατότητας πωλήσεως τοῦ ἀγαθοῦ, ἀφ' ἑτέρου δὲ ἐπιλογή καὶ υἱοθέτησις παραγωγικοῦ κυκλώματος, πραγματοποιησιμὸς ἐντὸς ἐλαχίστου συνολικῶς χρόνου, ἀποφευγομένης οὕτω καὶ τῆς ἐνδεχομένης γενικῆς ἢ μερικῆς ὑποαπασχολήσεως τῶν συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς.

Τὰ προγράμματα ταῦτα *κλιμακῶνουν χρονικῶς τὴν παραγωγήν* ἐκαστοῦ ἀγαθοῦ, ἀναλόγως τῆς μορφῆς ὀργανώσεως τῆς παραγωγῆς. Οὕτω, προκειμένου περὶ ἐπιχειρήσεων παραγουσῶν *κατόπιν παραγγελιῶν ἢ μὲ ἐπιχοκότητα πωλήσεων* ὁμοειδῶν ὁμάδων ἀγαθῶν (εἰς παρτίδας), ἡ χρονικὴ κλιμάκωσις τῶν προγραμμάτων τούτων προσδιορίζεται βάσει προβλέψεων τοῦ ἀριθμοῦ, τοῦ μεγέθους, τῶν προθεσμιῶν καὶ τῶν προτεραιοτήτων τῶν ληφθησομένων παραγγελιῶν ὑπὸ τῆς πελατείας των. Προκειμένου, πάλιν, περὶ ἐπιχειρήσεων *παραγουσῶν πληθοπαραγωγικῶς*, ἡ χρονικὴ κλιμάκωσις τῶν ἐν λόγῳ προγραμμάτων προσδιορίζεται ἐκάστοτε μὲ σταθερὰν ροτὴν ἢ μὲ ρυθμικὴν περιοδικότητα ροτῆς τῆς ἐργασίας. Ἐκαστον πρόγραμμα παραγωγῆς ἀγαθοῦ τινος καθορίζει ἡμερομηνίας ἐνάρξεως καὶ λήξεως τῆς τηρητέας σειρᾶς τῶν ἐπὶ μέρους ἐργασιῶν. Ἡ σειρά δὲ αὕτη ἀκολουθεῖ εὐθύγραμμα φορὰν προοδευτικῆς διαδοχῆς, οὕτως ὥστε ἐκάστη θέσις ἐργασίας ἢ ἐνέργεια νὰ διαδέχεται τὴν ἑτέραν, ὡς ἐπίσης καὶ ἐκάστη φάσις ἢ στάδιον ἢ κέντρον δράσεως τῆς παραγωγῆς, μὲ τινα βαθμὸν χρονικῆς ἀρμονίας. Πρὸς τὴν εὐθύγραμμα δὲ ταύτην φορὰν διατάσσεται ὁ μηχανικὸς ἐξοπλισμὸς καὶ αἱ λοιπαὶ ἐγκαταστάσεις τοῦ τομέως τῆς παραγωγῆς.

Παραλλήλως, *δυναμικὰ ὀργανογράμματα* συνοδεύουν τὰ προγράμματα παραγωγῆς. Εἰς αὐτὰ ἀπεικονίζεται ἡ προκαθορισμένη κατὰ θέσεις ἐργασίας *δρομολόγησις ἢ ὀδευσις* τῶν ἐνεργειῶν τῶν ἐργαζομένων καὶ τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, βάσει τῆς προοδευτικῆς πορείας των. Λεπτομερέστερον μάλιστα, ἀπεικονίζεται εἰς ἀτομικὰ ὀργανογράμματα ὁ χρόνος ἀπὸ τῆς ἐνάρξεως μέχρι καὶ τῆς λήξεως ἐκάστης ἡμερησίας ἀπασχολήσεως οἰουδήποτε ἐργαζομένου, καθὼς καὶ ἡ τηρητέα ὀδευσις τῶν ἐνεργειῶν του, ὡς ἀκρικῶς συμβαίνει εἰς τὴν περίπτωσιν τῶν ὀργανογραμμάτων τύπου Gantt. Οὕτως, ἕκαστος ἐκτελεστής προγράμματος παραγωγῆς εἶναι ἐνήμερος ἐκ τῶν προτέρων τῶν καθηκόντων του, ἅτινα ἐπὶ πλέον περιγράφονται εἰς *ἐγγράφους ὀδηγίας*, κατὰ τρόπον λεπτομερῆ, ἀκριβῆ καὶ σαφῆ, διαχωρικῶς καὶ διαχρονικῶς.

Βιβλιογραφία

- R. Descamps : «Ἡ διεύθυνσις παραγωγῆς». Εἰς Δελτίου Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Ἰουλ. - Ὀκτ. 1963, σσ. 313-5, 381-3 καὶ 459-61.
- International Cooperation Administration : «Διοικήσις παραγωγῆς». Κατὰ μετάφρασιν Δ. Π. Βακατάση. Ἀθῆναι, Ἑλληνικὸν Κέντρον Παραγωγικότητος, 1965.
- M. K. Μειμάρογλου : «Ὁ προγραμματισμὸς δράσεως τῶν ἐπιχειρήσεων». Ἀθῆναι, 1957.
- Κλ. Β. Μπανταλούκα : «Μικρο-οικονομικὴ ὀργανωτικὴ εἰς τινὰς βοηθητικούς τομεῖς παραγωγῆς καὶ διανομῆς ἀγαθῶν». Πειραιεύς, Γραφεῖον Οἰκονομικῶν Ἐρευνῶν Ἄνω-τάτης Βιομηχανικῆς Σχολῆς, 1965.

- N. F. T. Saunders* : «Εισαγωγή εις την πολιτικήν τῆς παραγωγῆς». Εις Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Σεπτ. - Ὀκτ. 1963, σσ. 27-8 καὶ 21-6.
- R. Frisch* : «Lois techniques et économiques de la production». Traduit du norvégien par M. Gilliard. Paris, C.N.O.F., 1964.
- R. J. Hopeman* : «Production; Concepts, Analysis, Control». Columbus, Ohio, Ch. E. Merrill Book Inc., 1965.
- B. W. Niebel and E. N. Baldwin* : «Designing for Production». Revised Edition, Homewood, Ill., R. D. Irwin, 1963.
- E. S. Roscoe* : «Organization for Production; An Introduction to Industrial Management». Homewood, Ill., R. D. Irwin, 1955.
- M. K. Starr* : «Production Management; Systems and Practice». Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall, 1962.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΕΝΑΤΟΝ

ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΘΕΤΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

Αἱ κατὰ τὰ προεκτεθέντα γενικαὶ ὀργανωτικαὶ ἀρχαὶ καὶ μέθοδοι τυγχάνουν εἰδικωτέρας ἐφαρμογῆς ἐπὶ τῆς παραγωγῆς κατὰ μάζας, ἤτοι τῆς πληθοπαραγωγῆς καὶ δὴ συνθέτων ἀγαθῶν, τουτέστιν ἀγαθῶν ἀποτελουμένων ἐκ μεγάλου ἀριθμοῦ μερῶν ἢ ἐξαρτημάτων. Ἡ εἰδικωτέρα αὕτη ἐφαρμογὴ ἐκδηλοῦται διὰ μεθόδων καταρτίσεως, ἐκτελέσεως καὶ ἐλέγχου τῆς ἐκτελέσεως προγραμμάτων, συνοδευομένων ἀπὸ δυναμικὰ ὀργανογράμματα, ἀπεικονίζοντα κατὰ κανόνα τὴν χρονικὴν πρόοδον τῆς ροῆς ἢ τῆς διαδικασίας τῆς παραγωγῆς. Ἐκ τῶν μεθόδων τούτων, αἱ πλέον ἀποτελεσματικαὶ καὶ εὐρύτερας χρησιμοποιήσεως, εἶναι αἱ ἐπόμεναι δύο, αἵτινες ἔχουν πλείστα κοινὰ σημεῖα.

1. *Ἡ μέθοδος ἀξιολογήσεως προγράμματος καὶ θεωρήσεως τεχνικῆς* (Program evaluation and review technique, ἢ P.E.R.T.). Αὕτη ἐφηρμόσθη ἀρχικῶς εἰς ἀμερικανικὰς ναυπηγικὰς ἐπιχειρήσεις. Διὰ τῆς μεθόδου ταύτης ἐπιδιώκεται πρωτίστως ἡ ἐπίτευξις συντονισμοῦ (ἐναρμονίσεως) καὶ συγχρονισμοῦ τῆς παραγωγῆς, κατόπιν κατατάξεως καὶ ἐπεξεργασίας ὀρισμένων μεγεθῶν ἢ μεταβλητῶν, ὡς ἑξῆς :

α) *Γεγονότων*, ἤτοι σημείων ἐνάρξεως καὶ διατηρήσεως δεδομένης καταστάσεως. Τὰ γεγονότα ταῦτα δὲν παριστοῦν δραστηριότητα καὶ δὲν εἶναι χρονικῶς προσδιωρισμένα ἀπὸ πλευρᾶς πραγματοποιήσεώς των. Δι' ὅ καὶ ταῦτα δὲν ἔχουν χρονικὴν διάστασιν.

β) *Δραστηριοτήτων*, ἤτοι ἐντελῶς προσδιωρισμένων ἔργων, πρὸς ἐκτέλεσιν τῶν ὁποίων ἀπαιτεῖται διάθεσις δεδομένων συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς. Ἐκάστη δραστηριότης παριστᾷ καταβαλλομένην προσπάθειαν ἐντὸς δεδομένου χρόνου. Ἡ προσπάθεια αὕτη ἐκδηλοῦται ἢ προσδιορίζεται μεταξὺ δύο γεγονότων, τοῦ προηγουμένου καὶ τοῦ ἐπομένου ἐκάστης δραστηριότητος.

γ) *Ἐπιμήσεων χρόνου διαρκείας ἐκάστης δραστηριότητος*. Αὐτὰ στηρίζονται εἰς τὴν ἐμπειρίαν (αἰσιόδοξον καὶ ἀπαισιόδοξον), ὡς καὶ εἰς προβλεπόμενας πιθανότητας πραγματοποιήσεως ἐκάστης δραστηριότητος.

δ) *Αναμενομένου χρόνου εκτελέσεως εκάστης δραστηριότητας*, ὅστις θά ἀπαιτηθῆ, μὲ σχετικὴν πιθανότητα ὑπερβαίνουσας τὸν μέσον ὄρον.

ε) *Ἐκτάσεως συνολικοῦ χρόνου*, ἀναμενομένου διὰ τὸ σύνολον τῶν δραστηριοτήτων, ἤτοι προσδιορισμοῦ τοῦ βαθμοῦ ἀβεβαιότητος τοῦ ἀναμενομένου χρόνου διαρκείας αὐτῶν (σὺν ἢ πλὴν τόσας ἡμέρας ἢ ἐβδομάδας ἐργασίας).

στ) *Δικτύου ἐπὶ μέρους ἐργασιῶν εκάστου ἔργου καὶ ἀλληλεξαρτήσεως αὐτῶν*. Τὸ δίκτυον τοῦτο ἀποτελεῖ, κατὰ πρῶτον, ἀνάλυσιν γεγονότων καὶ ἀλληλοσυνδεομένων δραστηριοτήτων, ἣτις καθορίζει τὴν πραγματοποιήσιν τῶν γεγονότων καὶ τῶν δραστηριοτήτων ἐν σειρᾷ καὶ παραλλήλῳ διαδοχῇ πρὸς ἐκτέλεσιν τῶν προγραμμάτων δράσεως. Κατὰ δεύτερον, τὸ ἐν λόγω δίκτυον ἀποτελεῖ συνδυασμὸν ἐκτιμήσεων χρόνου διαρκείας εκάστης δραστηριότητος καὶ ὑπολογισμῶν τοῦ ἀναμενομένου χρόνου εκτελέσεως εκάστης δραστηριότητος. Οὕτω, καθορίζεται τελικῶς ὁ πιθανὸς χρόνος, ὅστις θά ἀπαιτηθῆ κατὰ διαφόρους δυνατὰς ὁδεύσεις εκάστης δραστηριότητος, συνδεύσας τὴν ἀρχὴν καὶ τὸ τέλος τοῦ συνόλου τῆς παραγωγικῆς δράσεως.

ζ) *Κρίσιμον ὁδεύσεως (ἀποστάσεως)*, ἤτοι τῆς πλέον μακρᾶς ἐξ ὄλων τῶν ὁδεύσεων, ἣτις καθορίζει τὸν ἀπαιτούμενον χρόνον εκτελέσεως τῆς ὅλης παραγωγῆς. *Κύρια χαρακτηριστικὰ* τῆς κρίσιμου ὁδεύσεως εἶναι τὰ ἀκόλουθα δύο:

Πρῶτον, ἐὰν ἐπιδιώκηται χρονικὸς περιορισμὸς τῆς ὅλης παραγωγικῆς διαδικασίας, ἐπιβάλλεται τότε μείωσις τῆς διαρκείας ἢ κατάργησις μιᾶς ἢ πλείονων δραστηριοτήτων τῆς κρίσιμου ὁδεύσεως. Ἡ τυχὸν καταβολὴ μεγαλύτερας προσπάθειας εἰς οἰανδήποτε ἑτέραν δραστηριότητα τοῦ δικτύου, εἶναι ἄχρηστος, ἐὰν δὲν μειωθῆ προηγουμένως ἡ κρίσιμος ὁδευσις.

Δεύτερον, ἐὰν ὁ ἀπαιτούμενος χρόνος εκτελέσεως μιᾶς τῶν δραστηριοτήτων τῆς κρίσιμου ὁδεύσεως εἶναι διάφορος τοῦ ἐκτιμηθέντος χρόνου, τότε ἡ διαφορὰ αὕτη θά ἐμφανισθῆ εἰς τὸν χρόνον πραγματοποιήσεως τοῦ ἀντικειμενικοῦ σκοποῦ τῆς ἐπιχειρήσεως, ὅσονδήποτε μακροχρόνιος καὶ ἂν εἶναι οὗτος ἢ εὐρίσκειται μακρὰν τῆς παρούσης χρονικῆς περιόδου.

η) *Περιθώριον ἢ περισσέυματος χρόνου ὁδεύσεως τοῦ δικτύου*. Ἐπειδὴ ἡ κρίσιμος ὁδευσις εἶναι ἡ μακροτέρα ἀπὸ τοῦ γεγονότος ἐνάρξεως μέχρι τοῦ τῆς ἀποπερατώσεως τοῦ συνόλου τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας, ἔπεται ὅτι ἅπαντα τὰ λοιπὰ γεγονότα καὶ αἱ δραστηριότητες τοῦ δικτύου, τὰ ἐκτὸς τῆς κρίσιμου ὁδεύσεως, εὐρίσκονται εἰς συντομωτέρας ὁδευσεῖς. Συνεπῶς, εἰς τὰς ὁδευσεις ταύτας ὑφίσταται περιθώριον ἢ περίσσευμα χρόνου καὶ κατ' ἀκολουθίαν περίσσευμα διατιθεμένων συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς. Διὰ τοῦτο, εἰς τὰς ἐν λόγω ὁδευσεις ὑφίσταται δυνατότης ἐξοικονομήσεως χρόνου καὶ παραγωγικῶν μέσων. Πρὸς μέτρησιν τοῦ ὑφισταμένου περιθωρίου εἰς ἐκάστην ἐπὶ μέρους ἐργασίαν τοῦ δικτύου, προσδιορίζεται τὸ ἐνωρίτερον ἀναμενόμενον καὶ τὸ ἀργότερον ἐπιτρεπτόν χρονικὸν σημεῖον δι' ἕκαστον γεγονός.

θ) *Πιθανότητος ἐπιτυχίας εκτελέσεως δραστηριότητος εἰς ἀναμενόμενον χρόνον, μέχρι τοῦ τελευταίου γεγονότος*. Δοθέντος ὅτι ὁ ἀναμενόμενος

χρόνος πραγματοποίησής ενός γεγονότος προκύπτει διά προσθέσεως τῶν ἀναμενόμενων χρόνων τῶν δραστηριοτήτων, αἵτινες εὐρίσκονται εἰς τὰς μακροτέρας ὁδεύσεις, τὰς ὁδηγούσας εἰς τὸ γεγονός τοῦτο, ἔπεται ὅτι καθίσταται ἐφικτὸς ὁ στατιστικὸς συνδυασμὸς τῶν ἀβεβαιοτήτων ἐκάστης δραστηριότητος. Τοιοῦτοτρόπως ἀποκτᾶται ποσοτικὸν μέτρον τοῦ βαθμοῦ τῆς ἀβεβαιοτήτος ὅπως ἐκδηλωθῇ τὸ γεγονός τοῦτο εἰς τὸν ἀναμενόμενον χρόνον.

ι) *Ἐκτιμήσεων βελτίστων χρονικῶν περιορισμῶν*, ἡ χρονικῶν ὁρίων ἀποπερατώσεως ἢ ὀλοκληρώσεως δεδομένης παραγωγικῆς διαδικασίας. Αὐτὰ ἔπονται, ἵνα συμβάλουν εἰς τὸν προκαθορισμὸν τοῦ κατὰ τὸ δυνατόν ἐλαχίστου χρόνου ἐκτελέσεως τῶν οἰκείων προγραμμάτων. Αἱ ἐν προκειμένῳ ἐκτιμήσεις ὁδηγοῦν περαιτέρω εἰς τὸν ὑπολογισμὸν τακτῶν προθεσμιῶν εἰσρέκειας, ἢ ἡμερομηνιῶν ἐνάρξεως καὶ περατώσεως τῆς ἐκτελέσεως δεδομένης παραγωγικῆς διαδικασίας ἢ ἔργου.

Ἡ *ἔλεγχος προόδου ἐκτελέσεως προγραμμάτων*, πρὸς ἔγκαιρον διαπίστωσιν τυχόν δυσμενῶν ἀποκλίσεων καὶ πρὸς ἀνάλογον ἀναθεώρησιν τῶν προγραμμάτων, εἶναι τὸ τελευταῖον στάδιον ἐνεργειῶν. Ὁ ἔλεγχος οὗτος διενεργεῖται δι' ἐπισημάνσεως κρισίμων ὁδεύσεων, τῶν ὁποίων τυχόν ἀναγκαστικαὶ ἐπιμηκύνσεις πρόκειται νὰ προκαλέσουν χρονικὰς ὑστερήσεις ἢ ἐλαττωματικὴν παραγωγὴν, μὲ συνέπειαν τὴν ἐπιβράδυνσιν τῆς ἐγκαιροῦ καὶ ἐπιτυχοῦς ἀποπερατώσεως προγραμματισθείσης τινὸς παραγωγικῆς διαδικασίας. Οὕτως, ἀποφεύγονται τοιαῦται δυσμενεῖς ἐκδηλώσεις καὶ περαιτέρω βελτιοῦνται δι' ἀναπροσαρμογῶν, τὰ οἰκεία προγράμματα, ἐφ' ὅσον ταῦτα δὲν κρίνονται τελικῶς ἱκανοποιητικὰ κατὰ τὴν ἐκτέλεσίν των, ἕνεκα παρεμβολῆς ἐνδο - ἢ ἐξω - ἐπιχειρηματικῶν ἀπροβλέπτων διαταρακτικῶν παραγόντων.

2. *Ἡ μέθοδος «κατανομῆς μέσων καὶ πολλαπλοῦ προγραμματισμοῦ»* (Resource allocation and multi - project scheduling, ἢ R.A.M.P.S.). Αὕτη ἐφημερόσθη ἀρχικῶς ὑπὸ τῆς ἐν Η.Π.Α. βιομηχανικῆς ἐπιχειρήσεως Dupont de Nemours, τῇ ἐμπνεύσει τῆς ὀργανωτικῆς ἐταιρίας Ceir, Inc.

Διὰ τῆς μεθόδου ταύτης εἰσάγεται *ιδιόζουσα ἔννοια τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας*, συνδεομένη πρὸς τὴν ἔννοιαν τῶν διατιθεμένων ὑπὸ τῆς ἐπιχειρήσεως μέσων παραγωγῆς καὶ τοῦ χρόνου ὀλοκληρώσεως αὐτῆς. Ὡς παραγωγικὴ διαδικασία νοεῖται ἐνταῦθα τὸ γινόμενον τοῦ ἀριθμοῦ τῶν ἀπαραιτήτων μονάδων παραγωγικῶν μέσων ἐπὶ τὸν ἀριθμὸν τῶν χρονικῶν περιόδων ὀλοκληρώσεως δεδομένης παραγωγικῆς διαδικασίας, ὑπὸ κανονικῆς συνθήκας καὶ ἐντὸς δεδομένου συνολικῶς χρόνου. Κανονικαὶ δὲ συνθήκαι θεωροῦνται αἱ ἐπικρατοῦσαι ἐν τῇ ἐπιχειρήσει καὶ μὴ μεταβαλλόμεναι ἐξ ἔσω - ἐπιχειρηματικῶν παραγόντων. Συνεπῶς, αἱ συνθήκαι αὗται καθίστανται διάφοροι τῶν κανονικῶν, ἐφ' ὅσον μεταβάλλονται τῇ ἐπιδράσει ἐξωγενῶν τῆς ἐπιχειρήσεως παραγόντων, ὡς λόγῳ μεταβολῶν τῆς προσφορᾶς μέσων παραγωγῆς, τῆς ζήτησεως παραγομένων ἀγαθῶν κλπ.

Κύριος προορισμὸς τῆς ἐν λόγω μεθόδου εἶναι ἡ *συνεχῆς κατάταξις ἐν σειρᾷ καὶ ἡ τοπικὴ κατανομὴ τῶν ἀπαραιτήτων μέσων παραγωγῆς κατὰ φάσιν αὐτῆς καὶ συνολικῶς εἰς δεδομένον χρόνον*.

Ἡ κατὰ τὰ ἀνωτέρω *κατάταξις καὶ κατανομή τῶν μέσων παραγωγῆς* πραγματοποιεῖται ἐκάστοτε, ἀρχικῶς δι' ἀναλύσεως τῶν σπουδαιότερων διαδοχικῶς ἐργασιῶν ἢ φάσεων τῆς παραγωγῆς. Ἐν συνεχείᾳ διενεργεῖται κατάταξις αὐτῶν κατὰ σειράν προτεραιότητος ἐν τῇ παραγωγικῇ διαδικασίᾳ, προηγουμένων χρονικῶς τῶν ἤδη ἐκτελουμένων ἢ δυναμένων νὰ προηγηθῶν ἐργασιῶν ἢ φάσεων. Οὕτω, προσδιορίζεται ἡ ἡμερομηνία ἐνάρξεως τοῦ ὑπὸ ἐκτέλεσιν παραγωγικοῦ προγράμματος.

Ἀκολουθῶς, *ἀναζητεῖται ὁ πρακτικώτερος συνδυασμὸς κατατάξεως καὶ κατανομῆς τῶν μέσων παραγωγῆς*, πρὸς ἱκανοποιητικὴν ἐλαχιστοποίησιν τοῦ συνολικοῦ χρόνου ἐκτελέσεως τοῦ ὅλου παραγωγικοῦ προγράμματος. Ἡ ἀναζήτησις αὕτη ἐπιδιώκεται διὰ τῆς διαδικασίας τῶν διαδοχικῶν ἀπορρίψεων διαφόρων συνδυασμῶν, ἰδίᾳ δὲ τῶν ἀπαιτούμενων πλείονα τῶν διατιθεμένων ἢ δυναμένων νὰ διατεθοῦν μέσων παραγωγῆς. Διὰ τοῦ τελικῶς ἐπιλεγομένου ὡς βελτίστου συνδυασμοῦ, ἐπιτυγχάνονται *χρονικοὶ περιορισμοὶ* ἀποπερατώσεως τῆς κρίσιμου ὁδεύσεως τῆς παραγωγῆς, ἥτοι τῆς πλέον μακρᾶς ἐξ ὄλων τῶν ἐπὶ μέρους διαδικασιῶν, ἣτις κυρίως ἐπηρεάζει ἢ προσδιορίζει τὸν συνολικῶς ἀπαιτούμενον χρόνον ἐκτελέσεως τοῦ ὁλοῦ προγράμματος. Ἐντὸς τοῦ πλαισίου τῶν περιορισμῶν τούτων, προβλέπονται καὶ καλύψεις ἐνδεχομένων καθυστερήσεων ἢ ἀναβολῶν ἐκτελέσεως ἐκάστης ἐργασίας ἢ φάσεως καὶ τοῦ συνόλου αὐτῶν. Τοιοῦτοτρόπως ὀριστικοποιοῦνται τακτὰ ἡμερομηνία διαρκείας ἐκάστης καὶ τοῦ συνόλου τῆς δεδομένης παραγωγῆς.

Βιβλιογραφία

- E. O. Codier*: «Θεμελιώδεις ἀρχὲς καὶ ἐφαρμογὲς τοῦ P.E.R.T.». Εἰς Ἑλληνικὴν Ἐπιθεώρησιν Ἐπιχειρησιακῆς Ἐρεῦνης, Ἰούλ. - Αὐγ. 1964, σσ. 24-7.
- Α. Α. Δάζαρη*: «Μαθήματα οἰκονομικῆς ἀναλύσεως. Οἰκονομικὸς προγραμματισμὸς». Ἀθῆναι, 1965.
- H. W. Martin*: «Δειγματοληψία καὶ ἀνάλυσις γιὰ τὸν προσδιορισμὸν σταθερῶν χρόνων στῆν παραγωγῇ». Ἀθῆναι, Ἑλληνικὸν Κέντρον Παραγωγικότητος, 1957.
- N. Γ. Νικολαΐδης*: «Ἡ μέθοδος προγραμματισμοῦ P.E.R.T.». Εἰς Κύκλον, Αὐγ. 1963, σσ. 228-35.
- F. G. Ross*: «Κατανομή μέσων καὶ πολλαπλοῦς προγραμματισμὸς». Εἰς Ἑλληνικὴν Ἐπιθεώρησιν Ἐπιχειρησιακῆς Ἐρεῦνης, Ἰούλ. - Αὐγ. 1964, σσ. 40 - 4.
- E. S. Buffa*: «Models for Production and Operations Management». New York, J. Wiley and Sons, 1963.
- H. F. Evarts*: «Introduction to P.E.R.T.». Boston, Allyn and Bacon, 1964.
- A. Kaufman et G. Desbazeille*: «La méthode du chemin critique». Paris, Dunod, 1964.
- F. K. Levy, G. L. Thompson and J. D. Wiest*: «Critical Path Method; A. New Tool for Management». Pittsburgh, Pa., Graduate School of Industrial Administration, Carnegie Institute of Technology, 1961.
- R. W. Miller*: «Schedule, Cost, and Profit Control with P.E.R.T.». New York, McGraw-Hill, 1964.

ΚΕΝΤΡΑ ΔΡΑΣΕΩΣ ΚΑΙ ΜΟΡΦΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Τὰ κέντρα δράσεως τῆς παραγωγῆς συνιστοῦν τμήματα τοῦ τομέως τῆς παραγωγικῆς δράσεως, εἰς ἕκαστον τῶν ὁποίων ἐπιτελεῖται ὁμοιογενὴς ἐπὶ μέρους παραγωγικὴ λειτουργία. Ὡς γνωστόν, ἡ ὅλη *παραγωγικὴ λειτουργία* ἀρχεῖται ἀπὸ τῆς στιγμῆς τῆς ἀφίξεως καὶ τῆς παραλαβῆς τῶν ὑλικῶν μέσων καὶ περαιοῦται μὲ τὴν ὀλοκλήρωσιν τοῦ μετασχηματισμοῦ αὐτῶν εἰς τελικὰ βιομηχανικὰ προϊόντα, ὡς καὶ μὲ τὴν συσκευασίαν των, ἐφ' ὅσον ταῦτα χαρακτηρισθοῦν ὡς ἐμπορεύσιμα, ἤτοι κατάλληλα πρὸς προσφορὰν εἰς τὴν ἀγορὰν. Τοιαῦτα κέντρα εἶναι πρωτίστως τὰ ἀναφερόμενα εἰς τὰ διάφορα στάδια τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας, εἰς τὴν συναρμολόγησιν, εἰς τὴν διακίνησιν ὑλικῶν μέσων, ὡς καὶ εἰς τὴν συσκευασίαν τῶν τελικῶν ἀγαθῶν.

α) Τὰ κέντρα παραγωγικῆς διαδικασίας (processing centers) κατεργάζονται ἢ μεταποιοῦν τὸς πρώτας ὕλας ἐν συνεχεῖ σειρᾷ προκαθορισμένων ἀρμοδιοτήτων καὶ ἐνεργειῶν, κατὰ στάδια ἢ φάσεις μετασχηματισμοῦ τῶν πρώτων ὑλῶν.

β) Τὰ κέντρα συναρμολογήσεως (assembling centers) ἐπιλαμβάνονται τῆς συνθέσεως τῶν τελικῶν ἀγαθῶν, διὰ σταδιακῆς συναρμολογήσεως τῶν ἐπὶ μέρους τμημάτων αὐτῶν ἢ τῶν ἀνταλλακτικῶν των, τὰ ὁποῖα παρήχθησαν ὑπὸ τῶν κέντρων παραγωγικῆς διαδικασίας.

γ) Τὰ κέντρα διακινήσεως ὑλικῶν μέσων (materials moving) διενεργοῦν ἐνδοεργοστασιακὰς προωθήσεις ἢ μεταφορὰς ὑλικῶν μέσων παραγωγῆς καὶ ἀγαθῶν ὑπὸ κατεργασίαν, κυρίως διὰ μετατοπίσεως ἢ ἀνυψώσεως των ἀπὸ τινος θέσεως ἐργασίας ἢ μηχανῆς εἰς ἑτέραν. Ἡ διακίνησις αὕτη ὑποβοηθεῖται διὰ καταλλήλων χειρισμῶν (materials handling) φορτώσεως, ἐκφορτώσεως καὶ ἀναφορτώσεως τῶν ὑλικῶν μέσων, ἔτι δὲ καὶ στοιβασίας κατὰ τὴν ἐναπόθεσιν των.

δ) Τὰ κέντρα συσκευασίας τελικῶν ἀγαθῶν (packaging centers) ἐφαρμόζουν μεθόδους ἢ στάδια παραγωγῆς περιβλημάτων τῶν ἀγαθῶν (ὑποδοχέων), ὡς καὶ τοποθετήσεως τῶν περιβλημάτων, ἢ περικαλύψεως δι' αὐτῶν τῶν τελικῶν ἀγαθῶν. Τὰ κέντρα ταῦτα συνδέουσι τὴν παραγωγικὴν πρὸς τὴν διανεμητικὴν λειτουργίαν τῆς ἐπιχειρήσεως.

Ἐκ τῶν ὡς ἄνω κέντρων, τὰ τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας ἀποτελοῦν τὰ κύρια, ἐνῶ τὰ λοιπὰ συνιστοῦν βοηθητικὰ κέντρα τῆς ὅλης παραγωγικῆς λειτουργίας.

Αἱ μορφαὶ ὀργανώσεως τῆς μεταποιητικῆς παραγωγῆς εἶναι κατὰ βάραι αἱ ἐπόμεναι τρεῖς. Αὗται ἐφαρμόζονται εἴτε διακεκριμένως, εἴτε παραλλήλως, ἀναλόγως τῶν εἰδικῶν συνηκῶν παραγωγῆς τῶν ἐπιχειρήσεων.

α) Ἡ ἐξατομικευμένη ὀργάνωσις τῆς παραγωγῆς (job production) δι' ἕκαστην παραγγελίαν τῶν πελατῶν. Ἡ μορφή αὕτη ὀργανώσεως προϋποθέτει εὐκαμπτον προσαρμογὴν τῆς παραγωγικῆς λειτουργίας, πρὸς ἀποφυ-

γὴν ἐμφανίσεως *ἐσωτερικῶν ἀντιοικονομιῶν*, ἦτοι συνθηκῶν σημαντικοῦ ὑποβιβασμοῦ τῆς παραγωγικῆς δραστηριότητος, λόγῳ χρονικῶν ὑποαπασχολήσεων τοῦ προσωπικοῦ καὶ τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ. Ἡ εὐκαμψία προσαρμογῆς τῆς παραγωγικῆς λειτουργίας, ἀναλόγως τῆς ἐντάσεως καὶ τῆς ἐκτάσεως τῶν παραγγελιῶν, δημιουργεῖ σταθερῶς *ἐσωτερικὰς οἰκονομίας*.

β) *Ἡ καθ' ὁμάδας ὁμοειδῶν ἀγαθῶν ὀργάνωσις τῆς παραγωγῆς* (batch production). Ἡ μορφή αὕτη ὀργανώσεως βασίζεται εἰς τὰς πωλήσεις ὁμοειδῶν ἢ σχεδὸν ὁμοειδῶν ἀγαθῶν καθ' ὁμάδας (παρτίδας), αἰτινες πραγματοποιοῦνται μὲ τινα χρονικὴν περιοδικότητα, κατὰ ὁμοιότητα εἰδῶν ἀγαθῶν. Οὕτως, ὑφίσταται ἐναλλασσόμενος ἢ ἐπαναληπτικὸς ρυθμὸς παραγωγικῆς δραστηριότητος, ὃ ὁποῖος πάντως δὲν ἐξικνεῖται εἰς συνεχῆ ρυθμὸν παραγωγικῆς ροῆς, ὡς εἰς τὴν ἐπομένην μορφήν ὀργανώσεως τῆς παραγωγῆς.

γ) *Ἡ πληθοπαραγωγικὴ ὀργάνωσις* (mass production), ἦτοι ἡ κατὰ μάζας ὁμοειδῶν ἀγαθῶν ὀργάνωσις τῆς παραγωγῆς. Ἡ μορφή αὕτη ὀργανώσεως εἶναι ἡ τελειότερα καὶ χαρακτηρίζεται ἀπὸ *συνεχῆ σειρὰν καὶ ρυθμικὴν ροὴν* (flow) τῶν διαδοχικῶν δραστηριοτήτων, κατὰ θέσεις ἐργασίας, φάσεις, ὀδεύσεις, στάδια καὶ κέντρα δράσεως τῆς παραγωγῆς. Ἡ ἐφαρμογὴ τῆς πληθοπαραγωγικῆς ὀργανώσεως στηρίζεται εἰς τὴν *μέθοδον τῆς ἀλυσιῶν διατάξεως τῶν θέσεων ἐργασίας*. Ἐπὶ τῇ βάσει ὀργανογραμμάτων, διαρρυθμίζονται ἅπασαι αἱ θέσεις ἐργασίας κατὰ τρόπον, ὥστε αὗται νὰ εἶναι διατεταγμέναι συμφώνως πρὸς γραμμικὴν προοδευτικὴν σειρὰν καὶ τάξιν διαδοχῆς ἐνεργειῶν, μὲ τινα βαθμὸν ἀρμονίας καὶ ἄνευ μετακινήσεως τῶν ἐργαζομένων. Εἰδικαὶ *ἀτέρμοι ἀλύσεις* (ἢ ἱμάντες, καλῶδια, ταινίαι, τάπητες κλπ.), διακινοῦν αὐτομάτως καὶ ρυθμικῶς ἀπὸ θέσεως εἰς θέσιν ἐργασίας τὰ κατὰ στάδια κατεργασίας εὐρισκόμενα ὑλικά μέσα παραγωγῆς καὶ ἀγαθὰ. Οὕτω, καθ' ὃν χρόνον διέρχονται καὶ παραμένουν τὰ ὑλικά μέσα καὶ τὰ ἀγαθὰ πρὸ ἐκάστης θέσεως ἐργασίας, ἕκαστος ἀρμόδιος δι' ἐκάστην θέσιν πραγματοποιεῖ μίαν ἢ πλείονας κινήσεις ἐκτελέσεως τοῦ ἔργου του κατὰ τὸν χρόνον τοῦτον.

Δι *κυριώτεραι τῶν ἀρχῶν* τῆς κατὰ τὰ ἀνωτέρω πληθοπαραγωγικῆς παραγωγῆς, εἶναι αἱ ἐξῆς τέσσαρες :

α) *Τῆς εἰδικεύσεως τοῦ προσωπικοῦ*, διὰ κατομερισμοῦ τῆς ἐργασίας (job specialization). Τουτέστι, περιορίζεται τὸ πεδῖον προσπάθειας ἐκάστου ἐργαζομένου ἢ ὁμάδος ἐργαζομένων εἰς δεδομένην θέσιν ἐργασίας ἢ ἀριθμὸν αὐτῶν καὶ εἶδος ἐνεργειῶν, ἀναλόγως πρὸς τὰς ἱκανότητας τοῦ προσωπικοῦ καὶ τὴν φύσιν τοῦ ἔργου τῆς ἐπιχειρήσεως.

β) *Τοῦ ἐνιαίου παραγωγικοῦ κυκλώματος* (the unique of production). Τουτέστι, τὸ ὅλον παραγωγικὸν κύκλωμα τῆς ἐπιχειρήσεως θεωρεῖται ὅτι ἀποτελεῖ μίαν ἐνέργειαν, τὸ δὲ σύνολον τῶν παραγομένων ὁμοειδῶν ἀγαθῶν θεωρεῖται ὡς ἓν ἀγαθόν.

γ) *Τῆς ἐλαχιστοποιήσεως τοῦ χρόνου ἐκτελέσεως καὶ τῶν ὀδεύσεων διαδοχῆς ἐνεργειῶν* (minimizing time and jobs paths). Συμφώνως πρὸς σταθερῶς καὶ ὁμοιομόρφως ἐκτελούμενον δρομολόγιον (routing), διεξάγεται ἀνὰ πᾶσαν χρονικὴν στιγμήν καὶ θέσιν ἐργασίας μέρος τι τῆς προοδευτικῆς

καί μείζονος παραγωγικής λειτουργίας. Ἐκάστη παραγωγική ἐνέργεια, ἀρχεται ἀπό τοῦ σημείου εἰς ὃ περατοῦται ἢ προηγουμένη. Ἐκαστος ἐργαζόμενος ἐπιλαμβάνεται τῶν ἀρμοδιοτήτων αὐτοῦ εἰς τὸ σημεῖον ἀκριβῶς, εἰς τὸ ὅποιον ὁ προηγούμενος του ἐγκαταλείπει τὰς ἰδικὰς του.

Οὕτως, ὑφίσταται *διαρκῆς ἰσορροπία τμηματικῶν ἐνεργειῶν*, με ἀποτέλεσμα νὰ σπανίζουσι αἱ περιπτώσεις συμφορήσεων, συσσωρεύσεων καὶ ἀνεπαρκειῶν ἐνεργειῶν τῶν ἐργαζομένων καὶ τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, ὡς ἐπίσης καὶ τῶν ὑλικῶν μέσων παραγωγῆς. Συνάμα, παρατηρεῖται ἐλαχιστοποίηση τῶν κινήσεων καὶ τῶν μετακινήσεων τῶν ἐργαζομένων, τῶν διακινήσεων τῶν ὑλικῶν μέσων, τῶν διακοπῶν ἢ παύσεων καὶ τῶν παλινδρομήσεων ἐνεργειῶν, τῇ ἐπιδράσει σταθμητῶν κυρίως παραγόντων.

Ἡ πληθοπαραγωγικὴ δργάνωσις ἐφαρμόζεται, ὡς ἐπὶ τὸ πλεῖστον, ὑπὸ μεγάλης κλίμακος βιομηχανικῶν ἐπιχειρήσεων, δυναμένων νὰ διαθέτουσι τὴν προαπαιτουμένην μηχανοργάνωσιν καὶ νὰ προσφέρουσι εἰς τὴν ἀγορὰν ὁμοειδῆ καὶ μαζικῆς καταναλώσεως ἀγαθὰ, ὡς εἶναι κυρίως τὰ διαρκοῦς χρήσεως καὶ τὰ σύνθετα, ἅτινα παράγονται μετὰ συναρμολόγησιν πολυπλόκων ἐπὶ μέρους τμημάτων αὐτῶν. Τοιαῦτα ἀγαθὰ εἶναι, π.χ., τὰ αὐτοκίνητα, τὰ ἀεροπλάνα, οἱ ἠλεκτρονικοὶ ὑπολογισταὶ καὶ γενικῶς τὰ μέσα μηχανογραφίας, τὰ ὑλικά στεγάσεως κλπ.

Βιβλιογραφία

- Βρετανικοῦ Συμβουλίου Παραγωγικότητος*: «Καλύτεροι δρόμοι διὰ μεγαλυτέραν παραγωγικότητα». Εἰς Σπουδὰς 1957-58 καὶ 1958-59, τεύχη 9-12 καὶ 2-8.
- L. D. Lafrance*: «Μύησις εἰς τὴν βιομηχανικὴν ὀργάνωσιν». Ἀθῆναι, Γραφεῖον Οἰκονομικῶν Ἐρευνῶν Ἀνωτάτης Βιομηχανικῆς Σχολῆς, 1958.
- Δ. Ἀ. Παπαδημητρίου*: «Μαθήματα βιομηχανικοῦ λογισμοῦ». Τεύχος α'. Ἀθῆναι, Β. Παπαζήσης, 1964.
- Ἰ. Α. Χρυσόχοῦ*: «Εἰσαγωγή εἰς τὴν ἐπιστημονικὴν ὀργάνωσιν». Ἀθῆναι, Ἀ. Παπαζήσης, 1958.
- N. Δ. Χωροφᾶ*: «Ἡ μεταχείρισις τοῦ παράγοντος ἐργασίας καὶ ἡ ἐξάρτησίς του ἀπὸ τὸν μηχανικὸν ἐξοπλισμὸν». Εἰς Σπουδὰς 1951-52, σσ. 140-9.
- R. W. Bolz*: «Production Processes; The Production Handbook». Cleveland, Ohio, Penton Publications Co., 1963.
- G. R. Gedye*: «Scientific Method in Production Management». New York and London, Oxford University Press, 1965.
- H. D. Moore and D. R. Kibbey*: «Manufacturing Materials and Processes». Homewood, Ill., R. D. Irwin, 1965.
- J. F. Muth, G. L. Thomson and P. R. Winters (Editors)*: «Industrial Scheduling». Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall, 1963.
- R. Muther*: «Practical Plant Layout». New York, McGraw-Hill, 1955.

ΠΡΟΤΥΠΟΠΟΙΗΣΙΣ ΑΓΑΘΩΝ

Ἀπαραίτητος συνδετικός κρίκος τῆς παραγωγῆς, τῆς διανομῆς καὶ τῆς καταναλώσεως τῶν ἀγαθῶν, συνάμα δὲ σημαντικὸς παράγων διευκολύνσεως τῆς δραστηριότητος τῶν ἐπιχειρήσεων, εἶναι ἡ προτυποποίησις ἐννοιῶν, ὑπηρεσιῶν καὶ ἀγαθῶν. *Προτυποποίησις* (standardisation) καλεῖται ἡ λειτουργία τῆς ἐν δεδομένῳ χρόνῳ διαμορφώσεως καὶ καθιερώσεως προτύπων ἐννοιῶν, ὑπηρεσιῶν καὶ ἀγαθῶν, προβαλλομένων κατ' ἐπανάληψιν καὶ δεκτικῶν ἐνιαίου καὶ συστηματικοῦ ρυθμιστικοῦ διακανονισμοῦ. Ἐνταῦθα ἐνδιαφέρει μόνον ἡ προτυποποίησις τῶν ἀγαθῶν πρὸς παραγωγὴν, διανομὴν καὶ κατανάλωσιν.

Πρότυπον (standard, norma) ἀγαθοῦ καλεῖται ὁ ἀπλοῦς, ἐνιαῖος καὶ ἐπὶ μακρὸν σταθερὸς τύπος ἢ ὑπόδειγμα ἀγαθοῦ, ὁ ἐπιλεγόμενος μεταξὺ πλείονων ἐτέρων ὡς ἐκπροσωπευτικώτερος καὶ πολλαπλῶς ἐξυπηρετικὸς, ἀπὸ ἀπόψεως τιμῆς, ποιότητος, ποσότητος, μεγέθους, ἐμφανίσεως, ἀνταλλακτικότητος, ἀναζητήσεως καὶ προορισμοῦ. Εἰς τὴν ἔννοιαν τοῦ ἀγαθοῦ περιλαμβάνονται καὶ τὰ *ἐξαρετήματα* αὐτῶν (τὰ μέρη ἢ ἀνταλλακτικὰ αὐτῶν), ἅτινα ἐνσωματοῦνται ἢ συνδυάζονται κατὰ τὴν παραγωγὴν, διανομὴν καὶ κατανάλωσιν ἢ χρῆσιν των (τόσον ὡς μέσα παραγωγῆς, ὅσον καὶ ὡς μέσα καταναλώσεως).

Ὁ σκοπὸς τῶν προτύπων εἶναι *τριπλοῦς*, συμφώνως πρὸς τὰς ἀπόψεις τοῦ καθηγητοῦ Karl Bücher, πρώτου ἐνδιατρίψαντος ἐπὶ τοῦ θέματος τούτου κατὰ τὸν παρελθόντα αἰῶνα. Ὁ σκοπὸς οὗτος ἀναφέρεται εἰς :

1. Τὴν *ἐξειδίκευσιν* (specialisation) τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς τῶν ἀγαθῶν. Αὕτη συνίσταται εἰς τὸν πέραν τοῦ συνήθους ἐκούσιον περιορισμὸν τῆς ἐπιχειρηματικῆς δράσεως εἰς τοὺς τομεῖς τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς εἰς ὅσον τὸ δυνατόν μικρότερον ἀριθμὸν ἐνιαίων καὶ ἀμεταβλήτων τύπων ἀγαθῶν. Ὁ ἐν λόγῳ περιορισμὸς πραγματοποιεῖται ἀναλόγως τῆς ἰδιαζούσης καταλληλότητος τοῦ προσωπικοῦ καὶ τῶν ὑλικῶν μέσων ἐκάστης ἐπιχειρήσεως, μὲ ἀποτέλεσμα τὴν συνεχῆ βελτίωσιν τῆς παραγωγικότητος τῶν ἐπιχειρήσεων, λόγῳ ἐξειδικεύσεως των.

2. Τὴν *ἀπλοποίησιν* ἢ *ἐνοποίησιν* (simplification ἢ unification, varieties reduction) τῶν παραπλησίων καὶ πολλακίς ἀναριθμητῶν ποικιλιῶν εἰδῶν ἢ τύπων τῶν ἀγαθῶν, τῶν προοριζομένων πρὸς ἱκανοποίησιν συγκεκριμένης ἀνάγκης. Οὕτω, παράγονται καὶ διανέμονται μαζικῶς τὰ προσφορώτερα τῶν ἀγαθῶν ἢ τὰ τυγχάνοντα μεγαλυτέρας ἢ ἰδιαζούσης ζητήσεως, εἰς ὠρισμένας ποσότητες καὶ ποιότητος, καταργουμένων τῶν λοιπῶν ἐξ αὐτῶν, ὀλιγώτερον ζητουμένων ἢ χρησίμων καὶ ἀνεγνωρισμένων. Αἱ μικροτέρας ζητήσεως ποικιλίαι τῶν ὁμοειδῶν ἀγαθῶν, αἱ καλύπτουσαι περιωρισμένας καὶ κυρίως ἀτομικὰς ἀνάγκας, ἀφίεται ὅπως παράγονται καὶ διανέμονται ὑπὸ μικρῶν βιομη-

χανικῶν ἐπιχειρήσεων, συνηθέστερον δὲ ὑπὸ βιοτεχνικῶν, χειροτεχνικῶν καὶ ἐμπορικῶν ἐπιχειρήσεων. Ἡ ἀπλοποίηση αὕτη καθιστᾷ συνάμα ἐφικτὴν τὴν ὑποκατάστασιν, ἀφ' ἐνὸς μὲν τῆς διὰ παραγγελιῶν παραγωγῆς μεμονωμένων ἢ διαφόρων τύπων ἀγαθῶν διὰ τῆς μαζικῆς ὡς ἄνω παραγωγῆς καὶ διανομῆς, ἀφ' ἐτέρου δὲ τῶν ἀγαθῶν τοῦ αὐτοῦ προτύπου, ἦτοι τὴν πλήρη δυνατότητα ἐναλλακτικότητος ἢ προσαρμογῆς καὶ χρησιμοποίησεως ἐνὸς ἀντὶ τοῦ ἐτέρου ἀγαθοῦ τῆς αὐτῆς παραλλαγῆς, ἄνευ δὲ προηγουμένης τινὸς ἐδικῆς ἐπεξεργασίας. Κρίνεται μάλιστα ἡ ἐν προκειμένῳ δυνατότης ἐναλλακτικότητος πλέον χρήσιμος, προκειμένου περὶ ἀναλλακτικῶν συναρμολογήσεως, συντηρήσεως καὶ ἐπισκευῆς ἀγαθῶν διαρκoῦς χρήσεως κατὰ τὰ στάδια ἰδίᾳ τῆς πληθοπαραγωγικῆς διαδικασίας, ἢ προκειμένου περὶ σταθερᾶς ἐφ' ἅπασ ἢ διαρκoῦς χρήσεως τῶν αὐτῶν ποικιλιῶν ἀγαθῶν ὑπὸ τε τῆς παραγωγῆς, τῆς διανομῆς καὶ τῆς καταναλώσεως.

3. Τὴν *κανονικοποίησην* ἢ *προσδιορισμὸν* (normalisation, determination) ἐκάστου εἶδους ἢ τύπου ἀγαθοῦ, δι' ἐπακριβοῦς περιγραφῆς ἢ προδιαγραφῶν αὐτοῦ καὶ τῶν σχέσεών του μετὰ τῶν λοιπῶν παρεμφερῶν τύπων. Εἰς τὰς προδιαγραφὰς ταύτας καθορίζονται καὶ αἱ ἐπιτρεπόμεναι ἀνοχαῖ παρεκκλίσεων ἐξ αὐτῶν.

Ἡ κανονικοποίηση αὕτη ἀναφέρεται συνήθως εἰς τὸ *ὄργανωτικὸν πρότυπον* (managerial standard) τῆς διαρρυθμίσεως τῶν συνθηκῶν καὶ τοῦ προσδιορισμοῦ τῶν μεθόδων παραγωγῆς καὶ διανομῆς ἐκάστου τύπου ἀγαθοῦ. Εἰς τὰς μεθόδους ταύτας περιλαμβάνονται καὶ αἱ ἀναφερόμεναι εἰς τὴν ἄσκησιν ποιοτικῆς ἐλέγχου τοῦ ἀγαθοῦ. Ὅσον περισσότεραι δυνατότητες ὑφίστανται ἐξακριβώσεως τῶν προϋποθέσεων διαμορφώσεως ἐνὸς ἀγαθοῦ, διὰ μετρήσεων ἢ πειρατισμῶν, ἐπὶ τοσοῦτον τὸ ἐν λόγῳ ἀγαθὸν καθίσταται πλέον χρήσιμον. Τοῦτο δέ, διότι καθίστανται οὕτως ἄνετοι, ἀπλαῖ καὶ ταχεῖαι αἱ ἐπὶ τοῦ ἀγαθοῦ συναλλαγῆς, ἦτοι ἡ ἐπιλογή του εὐχεραίνεται. Οἱ ἀγορασταὶ διατηροῦν τοῦτο εἰς τὴν μνήμην των, τὸ ἀναγνωρίζουν ἀμέσως ἐνεκα τῆς διακεκριμένης φυσιογνωμίας του (brand identification) καὶ ἔχουν ἐμπιστοσύνην εἰς τὴν σταθερότητα τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων. Οἱ παράγοντες μάλιστα οὗτοι καθιστοῦν ἐφικτὰς τὰς πωλήσεις δι' ἀπλῆς μόνον περιγραφῆς τοῦ ἀγαθοῦ, ἦτοι, ἄνευ αὐτοπροσώπου ἐξετάσεως ἢ ἄνευ μεσολαβήσεως πωλητοῦ.

Ἡ *διαμόρφωσις* καὶ ἡ *καθιέρωσις προτύπων* εἶναι συνήθως ἔργον ἰδιωτικῶν, κρατικῶν καὶ διεθνῶν ἐπιστημονικῶν ὀργανισμῶν, συνεργαζομένων μετ' ἐκπροσώπων ἐνδιαφερομένων ἐπιχειρήσεων καὶ πελατῶν αὐτῶν. Ἄλλ' ὅταν ἐπιχειρήσεις τινὲς διαθέτουν ἐπιτελικὴν λειτουργίαν, τότε αὗται μεμονωμένως ἢ ἐν συνεργασίᾳ μετὰ τῶν ὁμοειδῶν, ἐπιλαμβάνονται τοῦ ἔργου τούτου.

Οἱ κατὰ τὰ ἀνωτέρω ὀργανισμοὶ καὶ ἐπιχειρήσεις μελετοῦν τὰ ὑφιστάμενα πρότυπα καὶ μὲ περισσὴν περίσκεψιν προτείνουν μακροχρονίως ἀναθεωρήσεις καὶ μάλιστα βελτιώσεις αὐτῶν, ὑπὸ δύο προϋποθέσεις. Πρῶτον, ὅταν εἰσάγονται εἰς τὴν οἰκονομίαν νεωτερισμοὶ ἢ καινοτομίαι ἀγαθῶν. Δεύτερον, ὅταν παρατηροῦνται ἐπὶ μακρὸν (5 - 10 ἔτη) σημαντικαὶ μεταβολαὶ τῶν

συνθηκῶν ὀργανώσεως καὶ λειτουργίας τῶν ἐπιχειρήσεων, τῶν συνθηκῶν ἐργασίας καὶ τῶν τάσεων τῶν προτιμήσεων τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ, λόγω ἀνόδου τοῦ τεχνικοῦ, οἰκονομικοῦ καὶ ἐκπολιτιστικοῦ ἐπιπέδου του.

Πᾶν πρότυπον, γενόμενον παραδεκτὸν ὑπὸ τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ καὶ οὕτω σὺν τῷ χρόνῳ καθιερούμενον, κρίνεται πλέον ὡς τὸ πλέον *πρόσφορον καὶ ἀριστον* μακροχρονίως. Τοῦτο δέ, μέχρι διαπιστώσεως τῆς ἀνάγκης ἀναθεωρήσεως ἢ περαιτέρω βελτιώσεώς του, τῇ ἐπιδράσει τῶν προμνησθεισῶν μεταβολῶν. Κατὰ κανόνα, τὰ εἰσαγόμενα εἰς τὴν οἰκονομίαν πρότυπα εἶναι *προαιρετικά*. Καθίστανται, ὁμῶς, ἐνίοτε ταῦτα νομοθετικῶς *ὑποχρεωτικά*, διὰ λόγους προστασίας τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ, ὡς προκειμένου περὶ φαρμάκων, τροφίμων, ποτῶν κλπ. Γενικῶς δὲ ταῦτα *ἐπιβάλλονται* εἰς τὴν ἀγορὰν, ἔνεκα μακροχρονίου γενικῆς αὐτῶν χρήσεως ἢ ἔθιμου. Οὕτως, ἡ κατανάλωσις ἐθίζεται εἰς τὴν χρῆσιν αὐτῶν καὶ κατ' ἀκολουθίαν δυσχερῶς πείθεται ὅπως ἀντικαταστήσῃ ταῦτα διὰ παρεμφερῶν. Ἀποτέλεσμα δὲ τοῦ ἐν λόγω ἔθιμου εἶναι ἡ δημιουργία ὑπὲρ τοῦ ἀγαθοῦ καὶ τῆς ἐπιχειρήσεως συνθηκῶν ἀτελοῦς ἢ μονοπωλιακοῦ ἀνταγωνισμοῦ. Ὁ ἀνταγωνισμὸς οὗτος περιορίζει τοὺς κινδύνους ὑποτιμήσεως τοῦ ἀγαθοῦ πέραν τοῦ ἐκάστοτε παρεχομένου ὑπὸ τῆς ἐπιχειρήσεως ὀρίου, ὅπερ ἐξαρτᾶται ἐκ τοῦ βαθμοῦ ἀνόδου τῆς παραγωγικότητος τῆς ἐπιχειρήσεως. Τὸ ἐν προκειμένῳ ὄριον ἀποτελεῖ τὸ ποσοστὸν συμμετοχῆς τῶν πελατῶν εἰς τὰ κέρδη τῆς ἐπιχειρήσεως, ὅπερ παρέχεται εἰς αὐτοὺς ὑπὸ μορφήν κυρίως μειώσεως τῶν τιμῶν πωλήσεως τοῦ ἀγαθοῦ. Ἡ μείωσις αὕτη προκαλεῖ συνήθως διεύρυσιν τῆς ζητήσεως ἐκ μέρους τῆς παλαιᾶς πελατείας, ἔτι δὲ καὶ ὑπὸ νέας μὲ μικροτέραν ἀγοραστικὴν δύναμιν. Ἡ ἐν γένει προτυποποίησης τῶν ἀγαθῶν παραγωγῆς καὶ καταναλώσεως ἀναφέρεται κυρίως εἰς τὸν *καθορισμὸν ἐπὶ μέρους προτύπων ποσότητος καὶ ποιότητος αὐτῶν, ὡς καὶ προτύπων ἐννοιῶν καὶ μετρήσεως*. Τὰ *πρότυπα ποσότητος* καθορίζουν τὴν ὁμοίotypον μορφήν τῶν ἀγαθῶν, ἐν σχέσει πρὸς ὠρισμένα αὐτῶν βάρη, διαστάσεις, σχήματα καὶ διατάξεις. Ἡ ἀπόλυτος ἢ ἡ σχετικὴ διαφορὰ μεταξὺ δύο διαδοχικῶν προτύπων, ἐπιδιώκεται ὅπως εἶναι περιωρισμένη, ἰδίᾳ διὰ τὰ μεγάλα αὐτῶν μεγέθη. Δι' ὃ καὶ αἱ διαστάσεις τῶν ἐκφράζονται ὑπὸ συγκεκριμένην ἀριθμητικὴν ἢ γεωμετρικὴν κλίμακα προόδου, ἐλαττωμένου τοῦ λόγου τῆς προόδου ταύτης καθ' ὅσον ἐπεκτείνεται εἰς μέγεθος ἢ σειρά τῶν προτύπων ποσότητος. Τὰ *πρότυπα ποιότητος* προσδιορίζουν ἐπακριβῶς τὴν σύστασιν, τὰς ιδιότητας, τὴν χρησιμότητα καὶ τὸν προορισμὸν ἐκάστου εἶδους ἀγαθῶν. Αἱ ιδιότητες αὗται ἀναφέρονται εἰς τὸν βαθμὸν ὠριμάνσεως, τὴν γεῦσιν, τὴν ὄσμήν, τὸν ἤχον, τὸν χρωματισμὸν καὶ τὴν συσκευασίαν τῶν ἀγαθῶν, κατὰ πρότυπον. Τὰ *πρότυπα ἐννοιῶν* ἐπιβάλλουν τὴν χρῆσιν ἐνὸς μόνου ὄρου ἢ ὀνοματολογίας ἐκάστου εἶδους ἀγαθοῦ καὶ μίαν αὐτῶν ὀρολογίαν, ὡς καὶ διακριτικὸν σύμβολον ἢ παράστασιν. Δι' αὐτῶν ἐπιτυγχάνεται, ἀφ' ἐνὸς μὲν πληρεστέρα συνεννόησις μεταξὺ τῶν συναλλασσομένων, ἀφ' ἑτέρου δὲ συστηματικὴ ταξινόμησις, ταξιθέτησις καὶ ἀποθήκευσις τῶν ἀγαθῶν. Κατ' ἀκολουθίαν ἀποφεύγονται καὶ ἐνδεχόμεναι ἀμφιβολίαι, παρερμηνεῖαι καὶ συγχύσεις περὶ τὴν ταυτότητα ἐκάστου τύπου τῶν ἀγαθῶν.

Τὰ πρότυπα μετρήσεως καθιεροῦν παγίως καὶ διεθνῶς μονάδας μετρήσεως τοῦ ὄγκου τῶν ἀγαθῶν, τῆς ἀξίας αὐτῶν, ὡς καὶ τῆς ἐν χρόνῳ ἀποδόσεως τῶν μέσων παραγωγῆς καὶ διανομῆς των. Οὕτως, ἀντιστοίχως καθιερώθησαν τὸ δεκαδικὸν σύστημα μέτρων καὶ σταθμῶν, τὸ σύστημα ἐνιαίων τιμῶν καὶ προτύπου κόστους, οἱ δεῖκται μετρήσεως τῆς παραγωγικότητος τῶν μέσων δράσεως τῶν ἐπιχειρήσεων κλπ.

Βιβλιογραφία

- Ἑλληνικῆς Ἐπιτροπῆς Προτυποποιήσεως*: «Ἐννοια καὶ σημασία τῆς προτυποποιήσεως». Εἰς Δελτίον Προτυποποιήσεως, Ἰουν. 1956, σσ. 1 - 2.
- N. Γ. Κονδύλη*: «Ὁ καθορισμὸς προτύπων εἰς τὰς ἐπιχειρήσεις». Εἰς Οἰκονομικὸν Ταχυδρόμον, 18 Ἰουν. 1959.
- H. W. Martin*: «Ἐλότησεις - ἀπλοποιήσεις τῆς ποικιλίας προϊόντων». Ἀθήναι, Ἑλληνικὸν Κέντρον Παραγωγικότητος. 1957.
- Κλ. Β. Μπανταλούκα*: «Προσχεδίασις καὶ τυποποιήσις παραγωγῆς». Εἰς Οἰκονομικὸν Ταχυδρόμον, 17 Μαΐου 1943.
- Σ. Δ. Πίκουλη*: «Προτυποποιήσις καὶ πρότυπα». Εἰς Παραγωγικότητα, Μαρτ. - Ἀπριλ. 1962, σσ. 62 - 71.
- European Productivity Agency*: «Simplification, Standardisation, Specialisation: Case Studies on Variety Reduction». Volumes 2. Paris, European Productivity Agency, Organization for European Economic Cooperation. 1958 and 1959.
- International Cooperation Administration*: «Increasing Productivity through Simplification, Standardization, and Specialization». Washington, D.C., I.C.A., 1951.
- J. Maily*: «La normalisation». Paris, Dunod, 1946.
- B. Melnisky*: «Profiting from Industrial Standardization». New York, Conover - Mast Publications, 1953.
- U. N. Center of Industrial Development*: «Industrial Standardization in Developing Countries». New York, United Nations, 1964.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΔΩΔΕΚΑΤΟΝ

ΑΡΙΣΤΟΠΟΙΗΣΙΣ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΟΣ ΑΓΑΘΩΝ

Ἡ διαμόρφωσις καὶ ἡ διατήρησις τῆς σχετικῶς ἀρίστης ποιότητος τῶν παραγομένων καὶ διανεμομένων ἀγαθῶν, ἀναλόγως τῶν εἰς τὴν ἀγορὰν ὑφισταμένων καὶ προβλεπομένων νὰ σχηματισθοῦν κατηγοριῶν πελατῶν, ἀποτελεῖ σημαντικὸν σκοπὸν καὶ παράγοντα ἐπιτυχίας οἰασδήποτε ἐπιχειρήσεως. Οὕτως, ἐπιτυγχάνεται ἡ προώθησις καὶ ἐπικράτησις τῶν ἀγαθῶν εἰς τὰς ἐξειλιγμένας ἰδίαι ἀγοράς. Οὕτως, ἐπίσης, διαμορφοῦται (τῇ συνδρομῇ τῆς συσκευασίας) διακεκριμένη φυσιογνωμία τῶν ἀγαθῶν, ἡ ὁποία συμβάλλει εἰς τὴν δημιουργίαν συνθηκῶν μονοπωλιακοῦ ἀνταγωνισμοῦ καὶ ἐδραιώσεως τῆς φήμης δεδομένης ἐπιχειρήσεως.

Ἐμφάνισις καὶ διατήρησις εἰς τὴν ἀγορὰν ἀγαθῶν μεταβαλλομένης

ποιότητας και ιδία ελαττωματικών, ήτοι άκαταλλήλων ή κακοτέχνων και συνεπώς άχρήστων ή άποβλήτων (κοινώς σκάρτων), ως επίσης διαφήμισις άγαθών *μη άντιαποκρινομένων πλήρως πρὸς τὰ διαφημιζόμενα συστατικά αὐτῶν ή προτερήματα*, άποτελοῦν λίαν δυσμενεῖς παράγοντας έπικρατήσεώς των.

Οί δυσμενεῖς οὔτοι παράγοντες οδηγοῦν σὺν τῷ χρόνῳ εἰς κάμψιν τῶν πωλήσεων, τείνουσαν πρὸς έκμηδενισμόν τοῦ κύκλου εργασιῶν και τῆς φήμης τῆς έπιχειρήσεως. Ἀρχικῶς μὲν, οἱ πελάται αὐτῆς έκδηλώνουν τὴν δυσάρεσκεϊάν των διὰ παραπόνων και έπιστροφῶν ὡς άπαραδέκτων τῶν άγοραζόμενων άγαθῶν, τελικῶς δὲ οὔτοι στρέφονται πρὸς άγαθὰ διατηροῦντα σταθερῶς τὴν σχετικῶς άρίστην ποιότητα αὐτῶν, ἅτινα παράγονται παρ' έτέρων έπιχειρήσεων.

Οί άνωτέρω, ὄθεν, σημαντικοί λόγοι, έπιβάλλουν τὴν σχετικὴν άριστοποίησιν τῆς ποιότητος τῶν άγαθῶν και τὸν ἐν συνεχείᾳ συστηματικὸν έλεγχον, πρὸς διατήρησιν αὐτῆς. Ἡ άριστοποίησις αὐτῆς έπιτυγχάνεται κατόπιν προσδιορισμοῦ τῶν *συστατικῶν ποιότητος τῶν άγαθῶν* (attributes), ἐνῶ ὁ ἐν προκειμένῳ έλεγχος καθίσταται άποτελεσματικός, κατόπιν προκαθορισμοῦ τῶν προδιαγραφῶν ή τῶν προτύπων ποιότητος έκάστου είδους άγαθῶν, ὡς και τῆς εφαρμογῆς μεθόδων άσκήσεως αὐτοῦ, προληπτικῶς και κατασταλτικῶς.

I. Ἐννοια και προσδιορισμοὶ τῆς ποιότητος τῶν άγαθῶν

Ποιότης άγαθῶν (quality of products) εἶναι τὸ σύνολον τῶν βασικῶν συστατικῶν ή χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν άγαθῶν, δι' ὧν ταῦτα συγκρινόμενα, διακρίνονται μεταξύ των ήδονιστικῶς και λειτουργικῶς.

Ὁ ήδονιστικὸς προσδιορισμὸς τῆς ποιότητος τῶν άγαθῶν έξαρτᾶται ἐξ *οικονομικῶν κριτηρίων* ὑποκειμενικοῦ χαρακτήρος, ήτοι ἐκ τοῦ βαθμοῦ ίκανοποίησεως τῶν άναγκῶν δεδομένης κατηγορίας άγοραστῶν. Αἱ κατηγορίαι αὗται τῶν άγοραστῶν διαμορφοῦνται ἀναλόγως τοῦ βαθμοῦ *ὁμοιότητος τῆς συμπεριφορᾶς αὐτῶν* ἔναντι τῶν διαφόρων ειδῶν άγαθῶν, τῶν προσφερομένων εἰς τὴν αγοράν. Ὁ δὲ βαθμὸς οὔτος εἶναι συνάρτησις τοῦ ὕψους τοῦ εισοδήματος τῶν άγοραστῶν, ἐν συνδυασμῷ πρὸς τὴν ροπήν των πρὸς κατανάλωσιν, τὰς συνηθείας, τὰς τάσεις έπιδείξεως και τὴν αἰσθητικὴν των. Οὕτως, έκάστη κατηγορία πελατῶν δεδομένης έπιχειρήσεως έπιθυμεῖ νὰ προμηθεῦται σταθερῶς ὠρισμένην ποιότητα άγαθῶν, συναρτήσῃ τῆς τιμῆς αὐτῶν κατὰ μονάδα. Ἡ ποιότης αὐτῆ διὰ συγκεκριμένην κατηγορίαν πελατῶν χαρακτηρίζεται ὡς ή σχετικῶς άρίστη ἀπὸ ήδονιστικῆς άπόψεως.

Ὁ λειτουργικὸς προσδιορισμὸς τῆς ποιότητος τῶν άγαθῶν έξαρτᾶται ἐκ *τεχνικῶν κριτηρίων* ἀντικειμενικοῦ χαρακτήρος, ήτοι ἐκ τοῦ βαθμοῦ ἀνταποκρίσεως τῶν άγαθῶν πρὸς τὸν *προορισμὸν τῆς χρήσεώς των*. Ἐκάστη χρήσις άγαθοῦ προϋποθέτει τὴν ὕπαρξιν δεδομένης *φυσικῆς ιδιοσυστασίας* αὐτοῦ (ὡς βιολογικῆς, μηχανικῆς, χημικῆς, τεχνικῆς, ὄγκου και συσκευασίας).

Ἡ ἰδιοσυστασία αὐτὴ ἱκανοποιεῖ τὰς αἰσθήσεις (ἄκοήν, ἀφήν, γεῦσιν, ὄρασιν καὶ ὄσφρησιν) καὶ παρέχει εὐκολίας εἰς τοὺς χρησιμοποιοῦντας τὸ ἀγαθόν, διότι τοῦτο εἶναι π.χ., ὑγιεινόν, ἀνακουφίζει, ὁμορφαίνει, ξεκουράζει κλπ. Ἐκάστη ἐπίσης, χρήσις ἀγαθοῦ προϋποθέτει τὴν ὕπαρξιν δεδομένης *ἐτοιμότητος* (reliability) αὐτοῦ, ἤτοι πιθανότητος κατὰ 100% ἀμέσου καὶ κανονικῆς τούτου χρήσεως ἢ λειτουργίας, ὅταν ὁ ἀγοραστὴς τοῦ ἀγαθοῦ ἐπιθυμῇ. Ἡ ἐτοιμότης αὐτὴ ὑφίσταται, βεβαίως, ὑπὸ ὠρισμένας προϋποθέσεις ἢ συνθήκας περιβάλλοντος καὶ ἐπὶ τινα μόνον χρονικὴν περίοδον ἀπὸ τῆς παραγωγῆς τοῦ ἀγαθοῦ ἢ ἀπὸ τῆς ἐνάρξεως τῆς χρήσεως ἢ τῆς λειτουργίας του. Ἡ ἐτοιμότης τοῦ ἀγαθοῦ εἶναι συμφυῆς πρὸς τὸν λειτουργικὸν προσδιορισμὸν τῆς ποιότητος αὐτοῦ, ἰδίᾳ ὅταν τὸ ἀγαθὸν συντίθεται ἢ συναρμολογεῖται ἀπὸ ἐπὶ μέρους εὐπαθῆ διαχρονικῶς ἀγαθὰ ἢ στοιχεῖα. Τοιαῦτα, π.χ., εὐπαθῆ ἀγαθὰ ἢ στοιχεῖα εἶναι αἱ λυχνίαι τῶν συσκευῶν ραδιοφώνου, τηλεοράσεως, ηλεκτρονικῶν ὑπολογιστῶν κλπ., τὰ συνθετικὰ χημικὰ στοιχεῖα τῶν κινηματογραφικῶν ταινιῶν, τῶν φωτογραφικῶν πλακῶν κλπ. Συνήθως, προκειμένου περὶ συσκευῶν τῶν ἀνωτέρω κατηγοριῶν, ἡ ἐτοιμότης αὐτῶν διασφαλίζεται διὰ προβλεπομένης ἀμέσου καὶ ἐνίοτε αὐτομάτου ὑποκαταστάσεως τῶν μὴ κανονικῶς λειτουργουσῶν λυχνιῶν ἢ ἐτέρων ἐπὶ μέρους συνθετικῶν στοιχείων των. Προκειμένου πάλιν περὶ ταινιῶν ἢ πλακῶν, ὡς αἱ προμνησθεῖσαι, εἰς τὴν συσκευὴν αὐτῶν ἀναγράφεται ὁ χρόνος μέχρι τοῦ ὁποίου ὑφίσταται πιθανότης πλήρους αὐτῶν ἐτοιμότητος. Οὕτως, ὁ προκαθορισμὸς τῆς ποιότητος τῶν ἀγαθῶν, ἀναλόγως τῆς χρήσεως αὐτῶν, διαμορφώνει τὴν σχετικῶς ἀρίστην ποιότητά των ἀπὸ λειτουργικῆς ἀπόψεως.

Ἡ κατὰ τὰ ἀνωτέρω συνδυαζομένη *σχετικῶς ἀρίστη ποιότητος* τῶν ἀγαθῶν, ἀπὸ τε ἠθονιστικῆς καὶ λειτουργικῆς ἀπόψεως, ἀποτελεῖ τὴν ἐκάστοτε ἀριστοποίησιν τῆς ποιότητος αὐτῶν, κατὰ κατηγορίας ἀγοραστῶν καὶ χρήσεις. Ἐκ τῶν ἀνωτέρω διαπιστοῦται, ὅτι ἀποκλείεται ἡ διαρκὴς προσφορά εἰς τὴν ἀγορὰν ἀγαθῶν *ἀπολύτως ἀρίστης ποιότητος*. Ἐάν, ἐπὶ παραδείγματι, ἐπιχειρήσῃ τις προσέφερεν εἰς τὴν ἀγορὰν ἀγαθὰ ἀπολύτως ἀρίστης ποιότητος, ἀλλ' εἰς τιμὰς ἀπροσίτους ἢ ἀνωτέρας τῆς ἀγοραστικῆς δυνάμεως τοῦ συνόλου τῶν κατηγοριῶν τῆς πελατείας τῆς, ἀσφαλῶς τότε αὕτη θὰ αὐτοκατεδικάζετο εἰς σύντομον οἰκονομικὴν ἐξαφάνισιν.

2. Προδιαγραφαὶ καὶ πρότυπα ποιότητος τῶν ἀγαθῶν

Ὡς ἐξάγεται ἐκ τῶν προεκτεθέντων, ἐκάστη σχετικῶς ἀρίστη ποιότητος τῶν διαφόρων εἰδῶν ἀγαθῶν, ἐφ' ὅσον *διατηρεῖται μακροχρονίως σταθερὰ* εἰς τὴν ἀγορὰν, ἐπικρατεῖ καὶ κατακτᾷ συνεχῶς νέους ὁπαδοὺς. Ἡ σταθερότης αὕτη προϋποθέτει, κατ' ἀρχὴν μὲν τὴν ὕπαρξιν προδιαγραφῶν ἢ προτύπων τῆς ἐν λόγῳ ποιότητος, ἐν τέλει δὲ τὴν ἐπὶ τῇ βάσει αὐτῶν ἀσκησιν συστηματικοῦ ἐλέγχου.

Προδιαγραφαὶ ποιότητος τῶν ἀγαθῶν εἶναι προγραμματισμένοι ἀκριβεῖς, ἐνιαῖοι καὶ ἔγγραφοι *περιγραφαὶ* καὶ *ἀναλύσεις* τῶν βασικῶν συστατι-

κῶν αὐτῶν, εἴτε ταῦτα εὐρίσκονται ὑπὸ μορφήν πρώτων ὑλῶν, εἴτε ὑπὸ μορφήν ἀνταλλακτικῶν, εἴτε ὑπὸ μορφήν ἡμικατεργασμένων ἢ τελικῶν προϊόντων.

Πρότυπα ποιότητος τῶν ἀγαθῶν εἶναι ὑποδείγματα, ἐπακριβῶς προσδιορίζοντα τὰ βασικά συστατικά αὐτῶν, ὡς καὶ τὸν προορισμὸν τῆς χρήσεώς των. Διὰ τῶν προτύπων τούτων καθιεροῦται, ἀσφαλέστερον τῶν προδιαγραφῶν, ἡ σταθερότης ἢ ἡ ὁμοιομορφία τῆς σχετικῶς ἀρίστης ποιότητος τῶν ἀγαθῶν.

Ἐν τούτοις, ἀσιτάθητοι ἢ τυχαῖοι δυσμενεῖς παράγοντες, ἐσωγενεῖς (ὡς ἀλλοιώσεις φθαρτῶν πρώτων ὑλῶν) ἢ ἐξωγενεῖς (ὡς ἀπορρυθμίσεις μηχανῶν, πτώσεις πιέσεων), εἶναι δυνατόν νὰ προκαλέσουν κατὰ τὴν παραγωγικὴν ἢ διανεμητικὴν διαδικασίαν, μεταβολὰς τινὰς ἐναντι τῶν προδιαγραφῶν ἢ τῶν προτύπων. Ἄλλ' αἱ μεταβολαὶ αὗται δὲν καθιστοῦν πάντοτε τὰ ἀγαθὰ ποιοτικῶς ἐλαττωματικά (σκάρτα), ἐφ' ὅσον δὲν μεταβάλλεται, πέραν ὀρισμένων ὁρίων, ὁ βαθμὸς ποιότητος τῶν βασικῶν συστατικῶν τῶν ἀγαθῶν. Δι' ὃ καὶ παραλλήλως προκαθορίζονται τὰ ἐπιτρεπόμενα *ὄρια ἐμπιστοσύνης ἢ ἀνοχῶν* μεταβλητικότητος τῶν συστατικῶν αὐτῶν, τὰ ὁποῖα μετροῦνται διὰ φυσικῶν μονάδων μετρήσεως.

3. Μέθοδοι ἀσκήσεως ἐλέγχου ποιότητος τῶν ἀγαθῶν

Αἱ προδιαγραφαὶ καὶ τὰ πρότυπα ποιότητος τῶν ἀγαθῶν, ἐν συνδυασμῷ πρὸς τὰ ὄρια ἐμπιστοσύνης ἢ ἀνοχῶν μεταβλητικότητος τῶν συστατικῶν αὐτῶν, ἐπιτρέπουν πλέον τὴν ἐφαρμογὴν μεθόδων ἀσκήσεως ἐλέγχου ἐπὶ τοῦ ἐκάστοτε βαθμοῦ ἐπιτεύξεως ἢ μὴ τῆς σχετικῶς ἀρίστης ποιότητός των.

Ἐλεγχος ποιότητος ἀγαθῶν εἶναι ἡ ἐφαρμογὴ μεθόδων, πρὸς ἐξασφάλισιν τῆς σχετικῶς ἀρίστης ποιότητος αὐτῶν, κατὰ τε τὴν παραγωγικὴν καὶ διανεμητικὴν διαδικασίαν, διὰ τῆς τηρήσεως τῶν προκαθορισμένων βασικῶν συστατικῶν τῆς ποιότητός των.

Αἱ μέθοδοι ἀσκήσεως τοῦ ἐν προκειμένῳ ἐλέγχου ἐπιλέγονται ἀναλόγως τοῦ τύπου καὶ τῆς ἀξίας τῶν ἀγαθῶν, τοῦ ἀπαιτουμένου βαθμοῦ ἀκριβείας, τῆς σχετικῶς ἀρίστης ποιότητός των καὶ τῆς ἐπιτρεπομένης συνολικῆς δαπάνης διὰ τὴν ἐφαρμογὴν των. Εἰδικῶς, ὡς πρὸς τὴν *συνολικὴν δαπάνην ἐφαρμογῆς των*, ἔχει διαπιστωθῆ ὅτι αὕτη συνήθως κυμαίνεται κατὰ ἐπιχειρήσεις μεταξὺ 4% καὶ 20% τῶν ἀκαθαρίστων κερδῶν των. Εἰς τὴν δαπάνην ταύτην περιλαμβάνεται καὶ ἡ τοιαύτη τῶν ἀπορριπτομένων ὡς ἐλαττωματικῶν (σκάρτων) ἀγαθῶν.

Συμφώνως πρὸς τὰ κριτήρια ταῦτα, αἱ πλέον ἐν χρήσει μέθοδοι εἶναι αἱ ἐπόμεναι τρεῖς:

α) Ἡ μέθοδος ἐλέγχου διὰ τῶν ἀνθρώπινων αἰσθήσεων

Αὕτη ἐφαρμόζεται παρ' ἐμπειρογνομῶνων, διὰ *συγκρίσεως* ἐκάστου τῶν παραχθέντων τελικῶν ἀγαθῶν πρὸς τόν, κατὰ τὴν κρίσιν αὐτῶν, ἀναγκαῖον

βαθμών ποιότητας του συνόλου των βασικών συστατικών των τελικών αγαθών ή προς τυχόν υφισταμένας προδιαγραφάς των. Ο βαθμός ούτος ποιότητας διαπιστούται διά δοκιμών, μέσω των άνεπτυγμένων και εξειδικευμένων αισθήσεων των διενεργούντων τον έλεγχο. Ούτως, αί έν λόγω δοκιμαί στηρίζονται εις τήν άκοήν, τήν αφήν, τήν γεϋσιν, τήν όσφρησιν και τήν όρασιν των έμπειρογνωμόνων.

Η κατά τά άνωτέρω στατική μέθοδος θεωρείται μέν ώς ή άπλουστέρα άσκήσεως κατασταλτικού έλέγχου τής ποιότητας των αγαθών. Είναι, έν τούτοις, αύτη δαπανηρά, καθ' όσον δέν συντελεί πάντοτε, ώστε νά προληφθῆ ή παραγωγή άκαταλλήλων αγαθών, διά προληπτικού έλέγχου. Έπιπροσθέτως, ό ύποκειμενικός χαρακτήρ τής μεθόδου ταύτης συντελεί ώστε νά μή θεωρηται πάντοτε ώς άσφαλής μέθοδος.

β) Η μέθοδος έλέγχου δι' ηλεκτρονικών συσκευών

Προκειμένου περί έπιχειρήσεων εφαρμοζουσών συνεχῆ ροήν πληθοπαγωγικῆς διαδικασίας, ό έλεγχος ποιότητας των αγαθών διεξάγεται άποτελεσματικώς κατά τήν διάρκειαν τής διαδικασίας ταύτης, προς πρόληψιν παραγωγῆς άκαταλλήλων αγαθών. Βασική έν προκειμένω μέθοδος έλέγχου τής ποιότητας των αγαθών είναι ή διά τής χρήσεως ήλεκτρονικών ύπολογιστών, τῆ βοηθεία άυτόκυβερνωμένων ήλεκτρονικών συσκευών, ώς των χρησιμοποιουμένων εις τήν άυτόματοποιημένη μηχανοργάνωσιν, επί τῆ βάσει των μεθόδων τής κυβερνητικῆς. Αί συσκευαί αύται συνδέονται μέ όργανα μικρομετρίας (ώς βατόμετρα, βολτόμετρα, θερμόμετρα, παχύμετρα, πυρόμετρα κλπ), ότινα είναι ένίοτε έφωδισμένα και δι' άνιχνευτών ραδιοίσοτόπων. Ούτως, έπιτυγχάνεται ή μέτρησις, διά φυσικών μονάδων μετρήσεως, του βαθμού ποιότητας των βασικών συστατικών των αγαθών και των έπιτροπόμενων όρίων έμπιστοσύνης ή άνοχῆς μεταβλητικότητος των έν λόγω συστατικών, από πλευρᾶς πυκνότητος, πάχους, σκληρότητος κλπ. Η μέτρησις αύτη άπεικονίζεται άυτόμάτως δι' όπτικῶν παραστάσεων και δῆ δεικτών συμπεριφορᾶς τής ποιότητος εκάστης βασικῆς ύλης, περιεχομένης εις εκαστον παραγόμενον αγαθόν. Όταν οί δείκται έμφανίζουν έντοπισμένας δυσμενεῖς ποιοτικάς παρεκκλίσεις λόγω μεταβολῆς ένός ή πλείονων των παραγόντων συνθέσεως τής μηχανοργάνωσεως, τής εργασίας και των λοιπῶν ύλικῶν μέσων παραγωγῆς, τότε πιέζονται ύπό των έλεγκτῶν ή έποπτῶν κομβία άυτόματου άποβολῆς των τυχόν παραχθέντων έλαττωματικῶν αγαθών, μετ' αναλόγου άναρρυθμίσεως τής παραγωγικῆς ροῆς. Ούτω, δέν προχωρεῖ ή παραγωγή άκαταλλήλων αγαθών.

γ) Η μέθοδος έλέγχου διά στατιστικῆς άπογραφῆς ή δειγματοληψίας

Αί έπιχειρήσεις μικροῦ μεγέθους, αίτινες δέν δύνανται νά εφαρμόσουν τήν δι' ήλεκτρονικών συσκευῶν μέθοδον και κρίνουν έπισφαλῆ τήν άμιγῆ διά των άνθρωπίνων αισθήσεων τοιαύτην, εφαρμόζουν κατά τό πλείστον τήν μέθοδον τής στατιστικῆς άπογραφῆς ή δειγματοληψίας, τόσοσν κατά τήν

παραγωγική διαδικασία (προληπτικῶς), ὅσον καὶ μετὰ τὸ πέρας αὐτῆς (κατασταλτικῶς).

Ἡ κατὰ τὰ ἀνωτέρω μέθοδος ἐλέγχου διὰ τῆς στατιστικῆς ἀπογραφῆς ἢ δειγματοληψίας στηρίζεται εἰς σαφεῖς καὶ ὀρθὸς προδιαγραφὰς καὶ διευκολύνεται ἐν τῇ ἐφαρμογῇ τῆς διὰ τῆς ἐκ τῶν προτέρων καταρτίσεως δυναμικῶν ὀργανογραμμάτων τύπου Gantt, καλουμένων «*ὀρίων ἐμπιστοσύνης*» ἢ ἀνοχῶν μεταβλητικότητος τῶν βασικῶν συστατικῶν τῆς ποιότητος τῶν ἀγαθῶν. Δι' αὐτῶν, παρακολουθεῖται ἡ παραγωγή καὶ αἱ ἐμφανιζόμεναι ἐκτροπαὶ ἐκ τῶν ὀρίων τούτων, αἵτινες σημειοῦνται εἰς εἰδικὰ δελτία, βάσει τῶν ὁποίων ἀσκεῖται, προληπτικῶς καὶ κατασταλτικῶς, κανονικὸς καὶ δημιουργικὸς ἔλεγχος.

Ἡ μέθοδος ἐλέγχου διὰ τῆς στατιστικῆς ἀπογραφῆς ἔχει ἐφαρμογὴν ἐπὶ τοῦ συνόλου τῶν παραγομένων ἀγαθῶν. Οὕτω, τὸ κόστος αὐτῆς καθίσταται σημαντικόν, ἐνῶ συνάμα ἀπαιτεῖ πολὺν χρόνον καὶ πολλοὺς ἰκανοὺς ἐλεγκτάς. Δι' ὃ καὶ ἐφαρμόζεται κυρίως ὑπὸ ἐπιχειρήσεων παραγοῦσῶν ἀγαθὰ μεγάλης ἀξίας, ζωτικῆς σημασίας καὶ περιορισμένης προσφορᾶς.

Ἡ μέθοδος ἐλέγχου διὰ τῆς στατιστικῆς δειγματοληψίας εἶναι ἡ πλέον ἐν χρῆσει ὄλων τῶν μεθόδων ἀσκήσεως ἐλέγχου ποιότητος τῶν ἀγαθῶν. Τοῦτο δὲ κυρίως διότι διεξάγεται μὲ λίαν χαμηλὸν κόστος, ταχέως καὶ ὑπὸ περιορισμένου ἀριθμοῦ ἐλεγκτῶν, μόνον ἐπὶ τινος ἀντιπροσωπευτικοῦ τοῦ συνόλου τῶν ἀγαθῶν δείγματος, ὅπερ λαμβάνεται περιοδικῶς καὶ παρέχει ἐχέγγυα ἐπαρκοῦς ἐξασφαλίσεως τοῦ ἀπαιτουμένου ἐλέγχου.

4. Ἐφαρμογαὶ τῶν μεθόδων κατὰ τὴν ἄσκησιν προληπτικοῦ καὶ κατασταλτικοῦ ἐλέγχου

Αἱ κατὰ τὰ προηγηθέντα μέθοδοι ἀσκήσεως ἐλέγχου ἐπὶ τῆς ποιότητος τῶν ἀγαθῶν τυγχάνουσι ἐφαρμογῆς, εἴτε ὑπὸ προληπτικῆν, εἴτε ὑπὸ κατασταλτικῆν μορφήν, εἴτε καὶ ὑπὸ τὰς δύο ταύτας μορφὰς ἀθροιστικῶς, ἐφ' ὅσον ἑκατέρα τούτων κρίνεται ὡς ἀνεπαρκῆς. Περαιτουμένου δὲ τοῦ ἐλέγχου, συνήθως ἐπικολλῶνται ἢ ἀναρτῶνται ἐπὶ τῶν κρινομένων ὡς καταλλήλων πρὸς πώλησιν ἀγαθῶν (ἵνα διατεθοῦν εἰς τὴν ἀγοράν) εἰδικὰ δελτία ἐγγυήσεως τῆς γνησιότητος τῆς ποιότητος των.

Ὁ προληπτικὸς ἔλεγχος διενεργεῖται ἐντὸς τῆς ἐπιχειρήσεως (ἐνδογενῶς), ἀνὰ πᾶσαν χρονικὴν στιγμήν καὶ φάσιν τῆς παραγωγικῆς ἰδίᾳ διαδικασίας. Οὕτος, ὅθεν, διεξάγεται κανονικῶς ἀπὸ τῆς παραλαβῆς τῶν πρώτων ὑλῶν μέχρι τῆς ὀλοκληρώσεως τῆς μεταποιήσεως αὐτῶν εἰς τελικὰ ἀγαθὰ. Ὁ προληπτικὸς ἔλεγχος καθίσταται συνάμα δημιουργικὸς, ὅταν πέραν τῆς ἐγκαίρου παρακολουθήσεως καὶ διαπιστώσεως τῶν ἐπερχομένων ποιοτικῶν παρεκκλίσεων, ἐπιδιώκεται δι' αὐτοῦ καὶ ἡ πρόληψις τυχόν μεταβολῶν τῆς προγραμματισμένης παραγωγικῆς ροῆς, ἔνεκα ἐνδεχομένης παραγωγῆς ἐλαττωματικῶν ἢ ἀκαταλλήλων ἀγαθῶν, εἰ δυνατόν δὲ εἰς τὰς πλέον ἀρχικὰς φάσεις τῆς ἐπεξεργασίας των. Ἀμα τῇ διαπιστώσει παραγωγῆς ἐλαττωμα-

τικοῦ τινος ἀγαθοῦ, ἀπομακρύνεται τοῦτο ἀμέσως τῆς παραγωγικῆς ροῆς, ἐνῶ συνάμα ἀναρρυθμίζεται αὐτὴ τόσο χρονικῶς, ὅσον καὶ διὰ τὰ ἀποφευχθῆ περαιτέρω χρήσις ἢ παραγωγή ἀκατάλληλων πρώτων ὑλῶν, ἢ ἡμικατεργασμένων προϊόντων.

Ὁ κατασταλτικὸς ἔλεγχος διενεργεῖται ἐντὸς (ἐνδογενῶς) καὶ ἐκτὸς (ἐξωγενῶς) τῆς ἐπιχειρήσεως. Ὁ ἐνδογενὴς καὶ κανονικὸς κατασταλτικὸς ἔλεγχος πραγματοποιεῖται βάσει ἀντιπαραβολῶν τῶν προδιαγραφῶν ἢ τῶν προτύπων ποιότητος πρὸς τὰ τελικῶς παραγόμενα ἀγαθὰ, εὐθύς ἅμα τῇ ἀποπερατώσει τῆς παραγωγῆς των. Τὰ τυχόν ἐλεγχόμενα ὡς ἀκατάλληλα ἀγαθὰ πρὸς πώλησιν, ἀπομακρύνονται τῶν προοριζομένων πρὸς διανομὴν. Ὁ ἔλεγχος οὗτος καθίσταται δημιουργικὸς, ὅταν ὑποδεικνύονται, περαιτέρω, δυνατότητες μελλοντικῆς ἐξουδετέρωσεως ἢ ἀποτροπῆς τῆς παραγωγῆς ἐλαττωματικῶν ἀγαθῶν καὶ γενικῶς βελτιώσεως τῶν ὅρων λειτουργίας τῆς παραγωγῆς.

Ὁ ἐξωγενὴς κατασταλτικὸς ἔλεγχος εἶναι συνήθως μόνον κανονικὸς καὶ ἀσκεῖται ὑπὸ τῶν πελατῶν τῆς ἐπιχειρήσεως (ἐνεργῶν καὶ λαυθάνοντων ἢ πιθανῶν) καὶ ὑπὸ ἐτέρων ἀτόμων καὶ ὀργανισμῶν ἐχόντων σχετικὰ συμφέροντα (ὡς ὑπὸ τοῦ κράτους πρὸς προστασίαν τῆς ὑγείας τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ), ἔτι δὲ πρωτοβουλία ἢ μὴ τῶν παραγουσῶν τὰ ἀγαθὰ ἐπιχειρήσεων. Ἡ πρωτοβουλία αὕτη ἐκδηλοῦται, ὅταν δεδομένη ἐπιχείρησις, μὴ δυναμένη νὰ ἀσκήσῃ ἀποτελεσματικὸν ἐνδογενῆ καὶ δὴ κανονικὸν ἔλεγχον, προσφεύγῃ εἰς ἐξωτερικοὺς πειραματισμοὺς, πρὸ τῆς ἐμπορικῆς διανομῆς τῶν ἀγαθῶν ἢ τῆς προσφορᾶς αὐτῶν εἰς τὴν ἀγοράν.

Πειραματισμοὶ τοῦ εἴδους τούτου πραγματοποιοῦνται, π.χ., ὑπὸ τινος ἀμερικανικῆς ἐπιχειρήσεως παραγωγῆς προϊόντων ἐξ ἐλαστικοῦ. Αὕτη, προκειμένου νὰ βεβαιωθῆ πλήρως περὶ τοῦ βαθμοῦ ἀνοτοχῆς καὶ διάρκειας χρήσεως τῶν παρ' αὐτῆς παραγομένων ἐλαστικῶν καττυμάτων ὑποδημάτων, πρὲ πάσης πωλήσεως ἐκάστης παραγωγικῆς σειρᾶς, προσφέρει δωρεὰν ὑποδήματα μὲ καττύματα παραγωγῆς τῆς εἰς ὁμάδας ἀνθρώπων, οἵτινες περισσότερο ἢ ταχύτερον τῶν λοιπῶν φθείρουν καττύματα ὑποδημάτων (μαθητὰς, ταχυδρόμους, δρομεῖς, ὄρειβάτας κλπ.). Αἱ ὁμάδες αὗται, ἐναντι τῆς γενομένης δωρεᾶς, παρακαλοῦνται ὅπως παρέχουν αἰτουμένας δι' ἐρωτηματολογίων πληροφορίας εἰς τὴν ἐπιχείρησιν, αἵτινες συγκεντροῦνται καὶ ἀναλύονται στατιστικῶς, συντελοῦν εἰς τὴν ἐκπλήρωσιν τοῦ ἐπιδιωκόμενου ποιοτικοῦ ἐλέγχου.

Βιβλιογραφία

- A. H. Bazin : «Ἡ ὑπηρεσία ἐλέγχου ποιότητος». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων Ἰαν. - Μαΐου 1964, σσ. 190 - 1.
- Φ. Φωκᾶ - Κοσμετάτου : «Εἰσαγωγή στὸν σύγχρονον ἔλεγχον ποιότητος». Ἀθῆναι, Ἐλληνικὸν Κέντρον Παραγωγικότητος, ἔκδοσις πολυγρ., 1963.
- Φ. Μαγκριώτη : «Οἱ σκοποὶ καὶ τὰ βασικὰ στοιχεῖα τοῦ ἐπιστημονικοῦ ἐλέγχου ποιότητος». Εἰς Παραγωγικότητα, Μαΐου - Ἰουν. 1960, σσ. 141 - 4.

- R. McGee* : «Ανάλυσις και έλεγχος αποθέματος». Εις Δελτίον Διοικήσεως 'Επιχειρήσεων, 'Ιαν. - Φεβρ. 1963, σσ. 42 - 3 και 16 - 7.
- R. Pihouee* : «Νεώτεροι μέθοδοι έλέγχου τής παραγωγής». Εις Δελτίον Διοικήσεως 'Επιχειρήσεων, 'Ιαν. - 'Απρ. 1965, σσ. 42 - 4, 152 - 3, 235 - 8 και 262.
- Commission Générale d'Organisation Scientifique* : «Le contrôle de qualité; Facteur de productivité». Paris, C.É.G.O.S., 1952.
- R. J. Hopeman* : «Production; Concepts, Analysis, Control». Columbus, Ohio, Ch. E. Merrill Books, 1965.
- P. Peach* : «Quality Control for Management». Englewood Cliffs, Prentice - Hall, 1965.
- E. S. Pearson* : «The Application of Statistical Methods to Industrial Standardisation and Quality Control. London, British Standards Institution, 1960.
- N. Goldfarb, and W. K. Kaiser* (editors) : «Gantt Charts and Statistical Quality Control; The Dissemination of New Business Techniques». New York, Hofstra University, 1964.

ΜΕΡΟΣ Δ'

ΜΗΧΑΝΟΡΓΑΝΩΣΙΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΑΓΑΘΩΝ

Μηχανοργάνωσις (ἢ μηχανοποίησις, *machinisation, méchanisation*) εἶναι ἡ συστηματικὴ χρησιμοποίησις μηχανικοῦ ἔξοπλισμοῦ, πρὸς διευκόλυνσιν τῆς ἀνθρωπίνης συμβολῆς εἰς τὴν ἐπιχειρηματικὴν δραστηριότητα.

Ὁ *μηχανικὸς ἔξοπλισμὸς* (*mechanical equipment*) συνίσταται ἐκ μηχανημάτων, συσκευῶν καὶ ἐργαλείων, φορητῶν ἢ μονίμως ἐγκατεστημένων, διακρινόμενος κυρίως ἀναλόγως τοῦ ἐπιτελουμένου δι' αὐτοῦ ἔργου. Οὕτως, ὑφίσταται εἰδικὴ κατηγορία μηχανικοῦ ἔξοπλισμοῦ διὰ τὸ ἔργον *τῆς διοικητικῆς καὶ τῆς ἐπιτελικῆς λειτουργίας*, διὰ τὸ ἔργον *τῆς παραγωγῆς*, ὡς καὶ διὰ τὸ ἔργον *τῆς διανομῆς ἀγαθῶν*, μέσῳ χειρισμοῦ μονάδων ἢ συγκροτημάτων μηχανικοῦ ἔξοπλισμοῦ.

Εἰς τὰ ἀκολουθοῦντα κεφάλαια ἐκτίθενται συνοπτικῶς αἱ πλέον ἐν χρῆσει μέθοδοι καὶ τὰ μέσα μηχανοργανώσεως, πρωτίστως εἰς τὴν παραγωγικὴν καὶ δευτερευόντως εἰς τὴν διανεμητικὴν δραστηριότητα τῶν ἐπιχειρήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΔΕΚΑΤΟΝ ΤΡΙΤΟΝ

ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΙΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΩΝ

Ὡς γνωστόν, αἱ ἐπιχειρήσεις αἵτινες ἐφαρμόζουν ἀρχὰς καὶ μεθόδους τῆς Ὀργανωτικῆς, ἐπιτυχάνουν ὅπως δημιουργοῦνται μακροχρονίως ὑπὲρ αὐτῶν *ἔσωτερικαὶ οἰκονομίαι* (*internal economies*), ἧτοι ἔσωτερικαὶ εὐνοϊκαὶ συνθήκαι ἐλαχιστοποιήσεως τοῦ ἐπιχειρηματικοῦ κόστους ἢ μεγιστοποιήσεως τῆς ἀποτελεσματικότητος ὄλων τῶν μέσων δράσεώς των.

Αἱ ἔσωτερικαὶ οἰκονομίαι διατηροῦνται, ἐφ' ὅσον πραγματοποιοῦνται ἐπιτυχεῖς συνδυασμοὶ δράσεως τῶν προαναφερθέντων μέσων καὶ ἰδίᾳ τοῦ ἀνθρωπίνου παράγοντος καὶ τοῦ κεφαλαιακοῦ ἢ στενωτέρου τοῦ μηχανικοῦ ἔξοπλισμοῦ.

Κρίνονται δὲ ὡς ἐπιτυχεῖς οἱ ἐν λόγῳ συνδυασμοί, ὅταν προκύπτῃ ἐπιχειρηματικὸν ἔργον καλύτερον, ἀκριβέστερον, σταθερώτερον, μεγαλύτερον καὶ ταχύτερον ἐκείνου, ὅπερ θὰ ἐπετελεῖτο ἄνευ αὐτῶν.

Ἀναλυτικώτερον, διὰ *καταλλήλων συνδυασμῶν ἐργασίας καὶ μηχανικοῦ ἔξοπλισμοῦ*, ἐξασφαλίζονται χειρισμοί, οἵτινες δημιουργοῦν τὰ ἀκόλουθα εὐνοϊκὰ ἀποτελέσματα, ἀπὸ οἰκονομικῆς, τεχνικῆς καὶ ὀργανωτικῆς ἀπόψεως :

1) Ἡ χρησιμοποίησις φυσικῶν ἐνεργειακῶν δυνάμεων (ἀνθρακος, ὕδατος, ἀνε-

μου, ήλιακής θερμότητας κλπ.) πρὸς ἱκανοποίησιν πλειόνων ἀνθρωπίνων ἀναγκῶν. 2) Ἡ διεύρυνσις τοῦ καταμερισμοῦ τῆς ἐργασίας καὶ συνεπῶς ἡ εἰδίκευσις τῶν ἐργαζομένων. 3) Ὁ πολλαπλασιασμός καὶ ἡ σημαντικὴ βελτίωσις τῆς σωματικῆς καὶ τῆς πνευματικῆς προσπάθειάς τῶν ἐργαζομένων καὶ κατ' ἀκολουθίαν, ἀντίστοιχος ηὔξημένη ἀποτελεσματικότης καὶ ἀμοιβή των. 4) Ἡ ἐξοικονόμησις ἀνθρωπίνων δυνάμεων, διατιθεμένων περαιτέρω πρὸς ἐκτέλεσιν συμπληρωματικῶν καὶ πολλάκις ἀνωτέρου ἐπιπέδου ἐργασιῶν. 5) Ἡ πραγματοποίησις ἔργων ἀνωτέρων τῆς δυνάμεως καὶ τῆς ἀκριβείας τῶν ἀνθρωπίνων ἱκανοτήτων. 6) Ἡ ἀποφυγὴ, κατὰ διαρκῶς αὐξοντα ρυθμόν, ἀνθρωπίνων ἀπασχολήσεων βραειῶν, κοπιωδῶν, ἀνθυγιεινῶν, δυσχερῶν, δυσαρέστων, ἐπικινδύνων κλπ. 7) Ἡ μείωσις σφαλμάτων προερχομένων ἐξ ἀτελειῶν τοῦ προσωπικοῦ. 8) Ἡ δυνατότης ἀπασχολήσεως ἀσθενεστέρων ἐργατικῶν δυνάμεων. 9) Ἡ παροχὴ εὐχερείας ἀκριβεστέρου προγραμματισμοῦ, λόγῳ τῆς ἐκ τῶν προτέρων γνώσεως τῆς ἱκανότητος τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ. 10) Ἡ προτυποποίησις ἐργασίας, ἀγαθῶν καὶ συσκευασίας αὐτῶν, ὡς ἐκ ταύτης δὲ ἡ μαζικὴ παραγωγή καὶ διανομὴ ἀγαθῶν.

Σὺν τῇ παρελεύσει, ἐν τούτοις, τοῦ χρόνου, εἶναι δυνατόν νὰ ἐμφανισθοῦν εἰς τὰς ὡς ἄνω ἐπιχειρήσεις *ἐσωτερικαὶ ἀντιοικονομίαι* (internal dis-economies). ἤτοι συνθηκαὶ σημαντικοῦ ὑποβιβασμοῦ τῆς προγραμματιζομένης ἐπιχειρηματικῆς ἀποτελεσματικότητος. Ἡ ἐμφάνισις τούτων εἶναι κυρίως συνέπεια τῆς ἐκδηλώσεως δυσμενῶν τινῶν ἐνδο-καὶ ἐξω-ἐπιχειρηματικῶν συνθηκῶν καὶ δὴ τῶν ἐπομένων :

Τῆς ἀνεπαρκείας τοῦ προσωπικοῦ. Ἡ ἀνεπάρκεια αὕτη ἐκδηλοῦται εἰς ἀδυναμίαν αὐτοῦ, ὅπως ἐκτελεῖ δεδομένον ἔργον, ὅπως προσαρμόζεται πρὸς τὸν τρόπον χειρισμοῦ μονάδων τινῶν τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, ὅπως ὑποκαθιστᾷ προαγομένους, μετατιθεμένους, ἀποχωροῦντας καὶ ἀπολυομένους συναδέλφους, ὅπως ἀποδίδῃ ἔργον ἀνώτερον ἢ περισσότερον κατὰ τὴν χρῆσιν δεδομένης μονάδος τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ κλπ.

Τῆς ἐκδηλώσεως χρονικῶν ὑποαπασχολήσεων τοῦ προσωπικοῦ καὶ τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, λόγῳ τῆς κατὰ τὸ μᾶλλον ἢ ἥττον μακροχρονίου σταθερότητος τῶν προγραμματιζομένων συνδυασμῶν διὰ τὴν ἀπὸ κοινοῦ ἀπασχόλησιν τῆς ἐργασίας καὶ τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ. Ὡς γνωστόν, αἱ σχέσεις τῶν συναπασχολουμένων τούτων συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς καὶ τῆς διανομῆς, εἶναι σχεδὸν ἀναπόσπαστοι καὶ ἀμετάβλητοι, ἐφ' ὅσον διατηρῆται ἀμετάβλητος ὁ αὐτὸς ἐξοπλισμός. Ἐκαστος ἐργαζόμενος χειρίζεται ἐπὶ μακρὸν τμήμα ἢ μίαν ἢ πλείονας μονάδας τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, συναπασχολούμενος κατὰ τὴν λειτουργίαν των. Ἐνίοτε ὁμως οὗτος ἀπασχολεῖται, ἀνεξαρτήτως ἐὰν ὁ μηχανικὸς ἐξοπλισμὸς εὑρίσκεται ἢ μὴ ἐν λειτουργίᾳ καὶ ἀντιστρόφως, ἤτοι δὲν ἀπασχολεῖται μερικῶς ἢ ὀλικῶς. Ὅσον περισσότεραι δυσμενεῖς ἐκδηλώσεις τῆς τελευταίας μορφῆς ὑφίστανται, τόσον περισσότερον παρατηροῦνται χρονικαὶ ὑποαπασχολήσεις τοῦ προσωπικοῦ ἢ τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ καὶ δὴ ἐντὸς τοῦ πλήρους ἡμερησίου εἰκσιτετραώρου (μὲ τρεῖς ὀκταώρους φυλακὰς).

Αί χρονικά αὐται ὑποαπασχολήσεις ἐμφανίζονται καί εἰς περιπτώσεις ἀδυναμίας διατηρήσεως ἐντὸς τοῦ ἐργασίμου χρόνου ἀδιακόπου, ὁμαλῆς καὶ ὁμοιόμορφου ροῆς τῆς ἀνθρωπίνης προσπάθειας καὶ τῶν λοιπῶν εἰσορῶν, τόσο εἰς τὴν ἐν γένει ἐπιχειρηματικὴν δραστηριότητα, ὅσον καὶ εἰς τινὰς αὐτῆς φάσεις. Περίπτωσης τῆς μορφῆς ταύτης ὑποαπασχολήσεως εἶναι ἡ ἐποχικῶς μόνον ἐμφανιζομένη πλήρης ἀπασχόλησις τῶν συντελεστῶν τῆς παραγωγῆς, εἰς ἐπιχειρήσεις μὲ ἐξατομικευμένην ὀργάνωσιν τῆς παραγωγῆς των, κατὰ παραγγελίας, ἢ χρησιμοποιοῦσας ἀποκλειστικῶς φθαρτὰς καὶ ἐποχικῶς παραγομένας πρώτας ὕλας (ὡς ὀπώρας, λαχανικὰ κλπ.).

Τῆς λειτουργικῆς κατωτερότητος (operating inferiority), ἡ σημαντικῆς μειώσεως τῆς ἀποτελεσματικότητος τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ. Αὕτη προέρχεται συνήθως ἐκ τῆς βαθμιαίας χρονικῆς φθορᾶς, ἔνεκα μακροχρονίου λειτουργίας τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ. Ἐνίοτε πάλιν, εἶναι δυνατόν νὰ προέλθῃ αὕτη λόγῳ συντόμου ἢ αἰφνιδίας ἀχρηστεύσεως ἢ καὶ καταστροφῆς μιᾶς ἢ πλειόνων μονάδων τοῦ ἐν λειτουργίᾳ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ ἐκ φυσικῆς αἰτίας.

Εἰς τὴν περίπτωσιν, μάλιστα, τῆς βαθμιαίας χρονικῆς φθορᾶς, προκαλοῦνται ἠΰξημένα δαπάναι συντηρήσεως καὶ ἐπισκευῆς τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ.

Τῆς συντόμου οικονομικῆς ἀπαξιώσεως ἢ παλαιώσεως τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, ἢτοι πρό τοῦ χρόνου τῆς φυσικῆς αὐτοῦ ἀχρηστεύσεως. Αὕτη προέρχεται ἐκ τῆς ἐμφάνισεως εἰς τὴν ἀγορὰν νέων τύπων μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, πολὺ τελειότερων καὶ ἀποδοτικωτέρων τῶν ὑπὸ τιμὸς ἐπιχειρήσεως χρησιμοποιουμένων. Ἐν προκειμένῳ, εἶναι μὲν ἱκανοποιητικὴ ἔνδο-ἐπιχειρηματικῶς ἡ ἀπόδοσις τοῦ ἐν χρήσει μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, ἀλλ' ἡ λειτουργία αὐτοῦ ἔξω-ἐπιχειρηματικῶς καὶ ἰδίᾳ ἀπὸ πλευρᾶς ἀνταγωνισμοῦ, καθίσταται πλέον ἀναχρονιστικὴ καὶ κυρίως ἀντιοικονομικὴ.

Ἡ παραγωγή καὶ ἡ διανομὴ εἰς τὴν ἀγορὰν ἐκάστοτε νέων, τελειότερων καὶ σημαντικῶς ἀνωτέρου βαθμοῦ ἀποδόσεως καὶ ρυθμοῦ ταχύτητος, μονάδων μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, εἶναι ἀποτέλεσμα, ἀρχικῶς μὲν τῆς συνεχῶς διευρυνομένης καὶ ἀναπτυσσομένης τεχνολογικῆς ἐξελίξεως, τελικῶς δὲ τῆς ἐπιχειρηματικῆς ἐπινοητικότητος, προβλεπτικότητος καὶ πρωτοβουλίας.

Ἐπὶ τοῦ προκειμένου, ὁ εἰς τὸ Πανεπιστήμιον τοῦ Harvard καθηγητῆς J. A. Schumpeter, ὑπεστήριξε τὰ ἑξῆς: «Καθ' ὅσον ἡ οἰκονομία ἐξελίσσεται μακροχρονίως εἰς ὅλον ἐν καὶ ἀνώτερα ἐπίπεδα, ἐκτοπίζονται ἐκ τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας αἱ ἐκάστοτε λειτουργοῦσαι ὀριακαὶ ἢ ὀλιγώτερον ἀποδοτικαὶ ἐπιχειρήσεις. Τοιοῦτοτρόπως, ἡ παραγωγή κατευθύνεται παρ' ἐκείνων τῶν ἐπιχειρηματιῶν, οἵτινες δὲν ἔχουν μόνον ὡς ἔργον τὴν διαχείρισιν τῶν ὑφισταμένων ἐπιχειρήσεων καὶ τοῦ κεφαλαιακοῦ ἐξοπλισμοῦ (capital equipment), ἀλλὰ διαθέτουν *ὑψηλότερον βαθμὸν διοικητικῆς καὶ τεχνικῆς ὀργάνωσεως*. Χάρις εἰς τὸν βαθμὸν τοῦτον, δημιουργοῦν αὐταὶ νέας ἐπιχειρήσεις, νέα ἔργοστάσια, νέον κεφαλαιακὸν ἐξοπλισμὸν, νέαν τεχνικὴν. Ἡ ἐν λόγῳ πορεία συνδέεται πρὸς νέους συνδυασμοὺς παραγωγῆς καὶ διανομῆς ἀγαθῶν. Συνάμα, ἡ ἐπιχειρηματικὴ δραστηριότης ἀξιοποιεῖ τὰς ἐκάστοτε ἀποδοτικώ-

τέρας έφευρέσεις, μεταβάλλουσα αὐτὰς εἰς *ἐπιχειρηματικούς νεωτερισμούς* (innovations) ἢ καινοτομίας. Διὰ τῶν νεωτερισμῶν τούτων, εἰσάγονται εἰς τὴν οἰκονομίαν νέαι μέθοδοι παραγωγῆς, νέαι τεχνικάι, νέοι τύποι ἀγαθῶν, νέαι μορφαὶ ὑπηρεσιῶν, αἰτινες προκαλοῦν ἐπανάστασιν εἰς τὴν ὑφισταμένην οἰκονομικὴν ἰσορροπίαν. Συνεπῶς, οἱ ἐπιχειρηματικοὶ νεωτερισμοὶ συνιστοῦν τὴν γενεσιουργὸν αἰτίαν τῆς οἰκονομικῆς ἀπαξιώσεως ἢ παλαιώσεως τοῦ ἐν χρήσει κεφαλαιακοῦ ἐξοπλισμοῦ τῶν ἐπιχειρήσεων».

Αἱ οὕτως ἐμφανιζόμεναι ἐσωτερικαὶ ἀντιοικονομίαι, ἐπιβάλλεται ὅπως ἐξουδετεροῦνται τὸ ταχύτερον, τόσον δι' *ἀναρρυθμίσεως τῆς συλλειτουργίας προσωπικοῦ καὶ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ*, πρὸς ἓκ νέου πλήρη αὐτῶν ἀπὸ κοινοῦ ἀπασχόλησιν, ὅσον καὶ δι' *ἀνανεώσεως ἢ ἀντικαταστάσεως τοῦ προσωπικοῦ ἢ τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ*.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- N. Γ. Κονδύλη* : «Ἐνδοεπιχειρηματικαὶ ἐπενδύσεις εἰς μηχανικὸν ἐξοπλισμόν». Εἰς Οἰκονομικὸν Ταχυδρόμον, 6 Ὀκτ. 1960.
- Κλ. Β. Μπανταλοῦκα* : «Ἡ τύχη τῆς κεφαλαιοκρατίας κατὰ τοὺς Marx καὶ Schumpeter». Ἀθῆναι, Ἀ. Παπαζήσης, 1953.
- Δ. Ἀ. Παπαδημητρίου* : «Τὸ πρότυπον κόστος». Ἀθῆναι, Ἀ. Παπαζήσης, 1958.
- M. Pauwels* : «Οἰκονομικὴ τῶν ἐπιχειρήσεων». Ἀπόδοσις Μ. Ε. Γεωργιάδου. Ἀθῆναι, Ἀ. Παπαζήσης, 1956.
- Ἰ. Α. Χρυσόχοῦ* : «Εἰσαγωγή εἰς τὴν ὀργάνωσιν ἱρυστασίων». Ἀθῆναι, Ἀ. Παπαζήσης, 1948.
- P. Barbier* : «Organisation industrielle» 3me édition, Paris, Dunod, 1964.
- F. E. Fols* : «Introduction to Industrial Management, Text, Cases, and Problems». 5th edition. Boston, Harvard University Graduate School of Business Administration, 1963.
- S. E. Seashore, and D. G. Bowers* : «Changing the Structure and Functioning of an Organization». Ann Arbor, Mich., University of Michigan Press, 1963.
- J. A. Shubin* : «Managerial and Industrial Economics». New York, Ronald Press, 1961.
- H. Thompson* : «Joint Man - Machine Decisions; The Phase Beyond Data Processing and Operations Research». Cleveland, Ohio, Systems and Procedures Associations, 1965.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΔΕΚΑΤΟΝ ΤΕΤΑΡΤΟΝ

ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΜΗΧΑΝΟΡΓΑΝΩΣΙΣ

Ἡ πλήρης, σχεδόν, ὑποκατάστασις τῆς ἀνθρωπίνης ἐργασίας διὰ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ εἶναι μακροχρονίως ἐφικτὴ, ἐφ' ὅσον ὑφίστανται *λίαν εὐνοϊκαὶ προϋποθέσεις* ἀπὸ οἰκονομικῆς, τεχνικῆς καὶ ὀργανωτικῆς ἀπόψεως. Αἱ προϋποθέσεις αὗται εἶναι συμπληρωματικάι τῶν ἰσχυουσῶν προκειμένου περὶ μερικῆς ὑποκαταστάσεως τοῦ προσωπικοῦ τῶν ἐπιχειρήσεων διὰ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ. Συνίστανται δὲ κυρίως αὗται εἰς τὴν μακροχρο-

νίως σταθεράν ὕπαρξιν : α) ἀνεπαρκoῦς προσφορᾶς ἀποδοτικῆς ἀνθρωπίνης ἐργασίας, β) πολὺ μεγάλης καταναλωτικῆς ἀγορᾶς προτυποποιημένων ἀγαθῶν, γ) πολὺ μεγάλης κεφαλαιαγορᾶς καὶ δ) δυνατοτήτων εὐχεροῦς καὶ συμφερούσης προμηθείας, ἐγκαταστάσεως, λειτουργίας καὶ ἐκσυγχρονισμοῦ τοῦ ἀναγκαίου μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ.

Ἡ ὕπαρξις ἀπασῶν τῶν ἀνωτέρω εὐνοϊκῶν προϋποθέσεων παρατηρεῖται εἰς τινὰς μόνον χώρας, τὰς πλεον οἰκονομικῶς ἀνεπτυγμένας, καὶ δὴ εἰς τινὰς πολὺ μεγάλας βιομηχανικὰς ἐπιχειρήσεις αὐτῶν, ὡς καὶ κρατικoῦς ὀργανισμοῦς των, οὐχὶ δὲ εἰς ἅπαντας τοὺς βιομηχανικοὺς κλάδους. Προσφάτως διεξαχθεῖσα ἔρευνα εἰς Η.Π.Α. ἔδειξεν, ὅτι πλήρως ἢ μερικῶς αὐτοματοποιημένη μηχανοργάνωσις ἐφαρμόζεται εἰς ἀριθμὸν τινὰ ἐπιχειρήσεων, εἶναι δὲ δυνατόν νὰ ἐφαρμοσθῇ αὕτη ἀποτελεσματικῶς μέχρι τοῦ ἐνὸς τετάρτου σχεδὸν τῶν ἐπιχειρήσεων τούτων. Αὗται ἀνήκουν εἰς τοὺς ἐξῆς παραγωγικοὺς κλάδους : αὐτοκινήτων, βυρσοδεφίας, ἐπιπλοποιίας, πετρελαίου, συσκευῶν τηλεπικοινωνίας, τσιμέντου, τυπογραφίας, ὑάλου, χάλυβος, χημικῶν προϊόντων καὶ ψύξεως. Ἐπί πλεον ἡ μηχανοργάνωσις αὕτη δύναται νὰ τύχῃ ἐφαρμογῆς διὰ τὴν ἐκτόξευσιν διαστημοπλοίων, διὰ τὴν ἐκτέλεσιν δρομολογίων σιδηροδρόμων, πλοίων καὶ ἀεροσκαφῶν, διὰ τὰς τηλεπικοινωνίας, ὡς καὶ διὰ τὴν διενέργειαν ἐπιτελικῶν λειτουργιῶν καὶ δὴ τὴν ἐφαρμογὴν οἰκονομικῶν μεθόδων.

Αὐτοματοποιημένη μηχανοργάνωσις, ἀπλοῦστερον καλουμένη «αὐτοματοποιήσις ἢ αὐτοματισμός» (automation, automatisisation, automatisme), εἶναι ἢ πλήρως ἢ μερικῶς (semi-automation) αὐτοκυβερνωμένη καὶ αὐτενεργoῦσα λειτουργία τοῦ συνόλου τῶν μονάδων συντονισμένου μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ. Ἡ λειτουργία αὕτη ἐξασφαλίζεται διὰ τῆς *κυβερνητικῆς* (cybernetics, cybernetique), ἥτοι τῆς μεθόδου ὀλοκληρώσεως ἢ ἐνότητος, ὡς καὶ ἐλέγχου μετ' ἀναρρυθμίσεως τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας (ἢ ἐτέρας δραστηριότητος)·

Συγκρότημα ἠλεκτρονικοῦ ὑπολογιστοῦ (ἢ διερευνητοῦ), ὡς καὶ ἐλάχιστον εἰδικευμένον προσωπικὸν ἐκ προγραμματιστῶν καὶ ἐποπιτῶν λειτουργίας τοῦ ἠλεκτρονικοῦ ὑπολογιστοῦ καὶ τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ παραγωγῆς, ἀποτελοῦν τὰ μέσα ἐφαρμογῆς τῆς κυβερνητικῆς. Τὰ μέσα αὐτὰ προγραμματίζουν καὶ συντονίζουν τὸ ὅλον ἔργον, κατὰ χρόνους, χώρους καὶ στάδια παραγωγικῆς (ἢ ἐτέρας) δραστηριότητος. Ὁ προγραμματισμός τοῦ ὅλου ἔργου βασιζέται κατ' ἀρχὴν εἰς τὰ καταρτιζόμενα ἐκάστοτε συνθετικὰ καὶ ἀναλυτικὰ προγράμματα δράσεως τῆς ἐπιχειρήσεως. Συμφῶνως πρὸς αὐτά, οἱ προγραμματισταὶ καταρτίζουν ἐκάστοτε τὰ ἀναγκαῖα *δυναμικὰ ὄργανογράμματα ροῆς ἢ διαδικασίας λειτουργίας* (flow charts), τόσον τοῦ ἠλεκτρονικοῦ ὑπολογιστοῦ, ὅσον καὶ τοῦ καθαρῶς παραγωγικοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ. Διὰ τῶν ἐν λόγῳ ὄργανογραμμάτων προβλέπεται ἢ παροχὴ ὁδηγιῶν εἰς τὸ συγκρότημα ἠλεκτρονικοῦ ὑπολογιστοῦ, διὰ τὴν μέσῳ αὐτοῦ αὐτόματον ἐκτέλεσιν ὑπὸ τοῦ παραγωγικοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ τῆς προγραμματισθείσης παραγωγῆς, κατὰ φάσεις, χρόνους, χώρους, χειρισμούς καὶ φορτίσεις ἐκάστης μονάδος ἢ δέσμης μονάδων τοῦ μηχανικοῦ τούτου ἐξοπλι-

σμοῦ κλπ., ὡς καὶ κατὰ τρόπον ρυθμικόν, ἀπρόσκοπτον, ἀκριβῆ, ὁμοίομορφον καὶ ταχύ. Αἱ ἀνωτέρω ὁδηγίαι μεταφέρονται μηχανογραφικῶς εἰς τὸν μνήμονα τοῦ ἠλεκτρονικοῦ ὑπολογιστοῦ, πρὸς φόρτισιν αὐτοῦ καὶ ἐν συνεχείᾳ ἐκτέλῃσιν τοῦ προγραμματισμοῦ, διὰ τῆς κυβερνητικῆς μεθόδου.

Ἡ ὁλοκλήρωσις (integration) ἢ ἡ ἐνότῃς τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας ἀναφέρεται εἰς τὴν διαδοχικὴν σειρὰν ροῆς τῆς παραγωγῆς, κατὰ πρότυπα ἐργασίας καὶ ἀγαθῶν, φάσεις, χρόνους, χώρους, διατάξεις αὐτῶν καὶ χειρισμούς. Ἡ σειρὰ αὕτη ἀρχεταὶ ἀπὸ τῆς στιγμῆς τῆς εἰσδοχῆς εἰς τὸν μηχανικὸν ἐξοπλισμὸν τῶν πρώτων ὑλῶν καὶ τῶν λοιπῶν ὑλικῶν μέσων παραγωγῆς ἀγαθῶν, μέχρι τῆς τελικῆς κατεργασίας, ὡς καὶ τῆς συσκευασίας καὶ τῆς ἀποθηκεύσεως τῶν ἐμπορευσίμων, ἤτοι τῶν ἐτοιμῶν πρὸς πώλησιν, ἀγαθῶν. Οὕτω, ρυθμίζονται ἡ χρονικὴ συχνότης καὶ τὰ στάδια τῆς κατεργασίας καὶ τῆς διακινήσεως (μετατοπίσεως ἢ ἔλξεως) τῶν ἀγαθῶν, ἀπὸ ἐκάστης θέσεως ἐργασίας ἢ ἀπὸ ἐκάστης δέσμης μηχανικῶν χειρισμῶν ἢ ἀπὸ ἐκάστης συναρμολογήσεως ἢ μετασχηματισμοῦ, πρὸς τὸν ἐπόμενον, μέχρι τέλους τοῦ παραγωγικοῦ κυκλώματος.

Ὁ ἔλεγχος μετ' ἀναρρυθμίσεως (feed back control) τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας διενεργεῖται τῇ συνδρομῇ ἐδικῶν πινάκων, συνδεομένων μετὰ τοῦ ἠλεκτρονικοῦ ὑπολογιστοῦ. Οἱ πίνακες οὗτοι εἶναι δυνατὸν νὰ εἶναι τοποθετημένοι μακρὰν τῶν χώρων παραγωγῆς, εἰς ἐδικὸν γραφεῖον, εἰς τὸ ὁποῖον εἶναι ἐγκατεστημένοι οἱ ἐπόπται παρακολουθήσεως τῆς συντελουμένης παραγωγικῆς λειτουργίας. Εἰς τοὺς ἐν λόγω πίνακας ὑπάρχουν λαμπτήρες καὶ φωτεινοὶ δείκται τῆς συντελουμένης ἐργασίας, ὡς καὶ κομβία ρυθμίσεως, ἐλέγχου καὶ ἀναρρυθμίσεως τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας. Οἱ λαμπτήρες καὶ οἱ φωτεινοὶ δείκται παρέχουν διαρκῶς πληροφορίας ἐπὶ τοῦ βαθμοῦ τῆς ἀκριβοῦς ἢ μὴ ἐκτελέσεως τῶν οἰκείων προγραμμάτων, ὡς καὶ τῆς καλῆς λειτουργίας καὶ συντηρήσεως ἐκάστης μονάδος τοῦ ὅλου μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ. Αἱ πληροφορίαι αὗται διαβιβάζονται ὑπὸ τοῦ ἠλεκτρονικοῦ ὑπολογιστοῦ, ὁ ὁποῖος συνεχῶς, ὄχι μόνον πραγματοποιεῖ τὴν προμνησθεῖσαν ὁλοκλήρωσιν τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας, ἀλλὰ καὶ διενεργεῖ ἀντιπαραβολὰς καὶ μετρήσεις μεταξὺ προγραμμάτων καὶ ἐκτελέσεως αὐτῶν, ἤτοι διενεργεῖ *αὐτόματον ἔλεγχον*.

Εἰς περιπτώσεις καθ' ἃς διαπιστοῦται ὑπὸ τῶν ἐποπτῶν ἐκτροπὴ τῆς μεταξὺ προγραμμάτων καὶ ἐπιτεύξεων, οἱ ἐπόπται ἐπιλαμβάνονται ἀναλόγων *διωρθώσεων ἢ ἀναρρυθμίσεων τῆς παραγωγικῆς ροῆς*. Σχετικῶς, πιέζουσιν οὗτοι κομβία τῶν ὡς ἄνω πινάκων, διαβιβάζοντες δι' αὐτῶν σχετικὰς ἐντολὰς πρὸς τὸν ἠλεκτρονικὸν ὑπολογιστὴν καὶ μέσῳ αὐτοῦ πρὸς τὸν λοιπὸν μηχανικὸν ἐξοπλισμὸν. Διὰ τῶν ἐντολῶν τούτων εἶναι δυνατὰ διακοπαί, ἐπιβραδύνσεις, ἐπιταχύνσεις καὶ ἐκ νέου κινητοποιήσεις μονάδος τινὸς ἢ τμήματος ἢ καὶ τοῦ συνόλου τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- **Ε. Ἀ. Γεωργαντοπούλου* : «Ὁ αὐτοματισμὸς εἰς τὴν ἐμπορικὴν ναυτιλίαν». Εἰς Σπουδάς, Ἰαν. - Φεβρ. 1966, σσ. 359 - 69.
- Κ. Δ. Γεωργούλη* : «Αὐτοματισμὸς, τεχνικὴ καὶ κυβερνητικὴ». Εἰς Σπουδάς, Σεπτ. 1958, σσ. 3 - 15.
- P. Drucker* : «Αὐτοματοποιήσις, ἡ βιομηχανικὴ ἐπανάστασις τοῦ εἰκοστοῦ αἰῶνος». Εἰς Σπουδάς, Ἰαν. 1956, σσ. 22 - 60.
- Κλ. Β. Μπανταλούκα* : «Ἡ ὀργανωτικὴ τῆς μηχανογραφίας». Ἀθήναι, Γραφεῖον Οἰκονομικῶν Ἐρευνῶν Ἀνωτάτης Βιομηχανικῆς Σχολῆς, 1959.
- **Ι. Χ. Παπαλέξα* : «Αὐτοματοποιήσις τῆς παραγωγῆς, δευτέρα βιομηχανικὴ ἐπανάστασις». Εἰς Ἀρχεῖον Οἰκονομικῶν καὶ Κοινωνικῶν Ἐπιστημῶν, 1962, σσ. 353 - 62.
- S. Beer* : «Cybernetics and Management». London, English Universities Press, 1959; or New York, J. Wiley and Sons, 1959.
- E. Bernard* : «Automatisme - vers l'usine automatique». Paris, Dunod, 1957.
- J. R. Bright* : «Automation and Management». Boston, Graduate School of Business Administration, Harvard University, 1958.
- G. T. Guilbaud* : «What is Cybernetics?». London, Heineman, 1959.
- Ch. R. Walker* : «Toward the Automatic Factory». New Haven, Conn., Yale University Press, 1957.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΔΕΚΑΤΟΝ ΠΕΜΠΤΟΝ

ΔΙΑΚΙΝΗΣΙΣ ΥΛΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

Ὡς διεπιστώθη ἐκ σχετικῶν στατιστικῶν ἐρευνῶν εἰς τὰς Η.Π.Α., εἰς τὰς μεγάλας μεταποιητικὰς ἐπιχειρήσεις τὸ ἥμισυ περίπου τοῦ διατιθεμένου χρόνου παραγωγικῆς καὶ διανεμητικῆς δραστηριότητος ἀναλίσκεται εἰς τὴν διακίνησιν τῶν ὑλικῶν μέσων παραγωγῆς καὶ διανομῆς ἀγαθῶν. Συνάμα, τὸ τρίτον περίπου τοῦ κόστους παραγωγῆς καὶ διαθέσεως ἀγαθῶν προέρχεται ἐκ δαπανῶν διακινήσεως ὑλικῶν μέσων. Αἱ στατιστικαὶ αὐταὶ διαπιστώσεις εἶναι ἀρκούντως ἐνδεικτικαὶ τῆς σημασίας τῆς ὀργανώσεως τῆς διακινήσεως ὑλικῶν μέσων καὶ δὴ κατὰ τρόπον ὥστε νὰ διασφαλίζεται δι' αὐτῆς συντονισμὸς χρονικῆς συχνότητος εἰς τὴν ροὴν ὑλικῶν μέσων καθ' ὅλα τὰ στάδια τῆς ἐπιχειρηματικῆς δράσεως (ἀγορᾶς ὑλικῶν μέσων, ἀποθεματοποιήσεως καὶ ἀποθηκεύσεως αὐτῶν, κατεργασίας, συναρμολογήσεως, συσκευασίας καὶ διαθέσεως τῶν κ.ο.κ.).

Διακίνησις ὑλικῶν μέσων (materials movement) εἶναι ἡ προώθησις ἢ μεταφορὰ αὐτῶν, κυρίως διὰ μετατοπίσεως ἢ ἀνυψώσεως τῶν ἀπὸ τινος θέσεως ἐργασίας ἢ μηχανῆς εἰς ἕτεραν. Ἡ διακίνησις αὕτη ὑποβοηθεῖται διὰ καταλήλου *χειρισμοῦ* (materials handling) φορτώσεως, ἐκφορτώσεως καὶ ἀναφορτώσεως τῶν ὑλικῶν μέσων, ἔτι δὲ καὶ στοιβασίας κατὰ τὴν ἐναπόθεσιν τῶν.

Αἱ κυριώτεροι ἀρχαὶ μηχανοοργάνωσεως τῆς διακινήσεως ὑλικῶν μέσων εἶναι αἱ ἑξῆς: *Πρώτον*, τῆς ἐλαχιστοποιήσεως τοῦ κόστους παραγωγῆς καὶ διανομῆς τῶν ἀγαθῶν. *Δεύτερον*, τῆς ἐξασφαλίσεως ὁμαλῆς ροῆς

λειτουργίας του συνόλου των τομέων της επιχείρησης, κατόπιν Ισορρόπου έφοδιασμού των θέσεων εργασίας δι' υλικών μέσων, ως και παροχής αποτελεσματικών μέτρων ασφαλείας των εργαζομένων έξ άτυχημάτων και έτέρων κινδύνων. *Τρίτον*, της εξαλείφως πάσης σωματικής προσπάθειας, υποβιβάζουσης τον άνθρωπον εις τό επίπεδον του άχθοφορικού ζώου ή μέσου.

Ούτω, μετατοπίσεις και άνυψώσεις υλικών μέσων διενεργούνται υπό μηχανικού έξοπλισμού διακινήσεως αύτων, όταν πρόκειται : *Πρώτον*, περί μετατοπίσεως εις απόστασιν μεγαλυτέραν των 180 εκατοστών του μέτρου, οίουδήποτε υλικού μέσου. *Δεύτερον*, όταν πρόκειται περί άνυψώσεως : α) οίουδήποτε βάρους υλικών μέσων εις ύψος άνωτερον του ανθρώπινου άναστήματος, β) βάρους μεγαλυτέρου των 18 χιλιογράμμων εις σημείον τι κείμενον ύψηλότερον των ώμων του ανθρώπου, γ) βάρους μεγαλυτέρου των 25 χιλιογράμμων εις σημείον τι κείμενον ύψηλότερον του ανθρώπινου στήθους, και δ) βάρους άνωτέρου των 38 χιλιογράμμων εις σημείον τι κείμενον ύψηλότερον των γονάτων του ανθρώπου.

Ο μηχανικός έξοπλισμός διακινήσεως υλικών μέσων άποτελείται από μηχανικάς μονάδας ίδιοκινήτους ή ρυμουλκούμενας, ως είναι κυρίως αί εξής : Άναβατήρες, άνελκυστήρες, άνυψωτήρες, γερανοί, προωθητήρες, τροχοφόρα όχήματα κινούμενα επί σιδηροτροχιών ή μή, έπικλινείς ή περιστρεφόμεναι άτέρμονες ταινίαι κλπ.

Η μορφή και ή έκταση της έκάστοτε άρίστης διακινήσεως καθορίζεται κατόπιν μελέτης ώρισμένων παραγόντων και έφαρμογής κατά κανόνα της μεθόδου άξιολογήσεως προγράμματος και θεωρήσεως τεχνικής (P.E.R.T.).

Οι άνωτέρω παράγοντες προς μελέτην είναι οι ακόλουθοι :

1. *Τό περιβάλλον διακινήσεως υλικών μέσων.* Τό περιβάλλον τουτο συνίσταται συνήθως έκ της ύφισταμένης ή της καταλλήλου διατάξεως των χώρων έγκαταστάσεως, του φυσικού περιβάλλοντος και των θέσεων εργασίας, ως και των διατεθειμένων μέσων μηχανοργανώσεως, άποθεματοποιήσεως, άποθηκέυσεως, μεταποιήσεως, συσκευασίας και διαθέσεως άγαθών.

Επί πλέον, τό έν προκειμένω περιβάλλον συνίσταται έκ της φύσεως (βάρους και μεγέθους), της χρονικής συχνότητος διακινήσεως και των αποστάσεων των διαδρομών των υλικών μέσων.

2. *Τά χαρακτηριστικά γνωρίσματα του μηχανικού έξοπλισμού διακινήσεως υλικών μέσων, από οικονομικής, οργανωτικής και τεχνικής πλευράς.* Τά σημαντικώτερα των έν λόγω χαρακτηριστικών γνωρισμάτων είναι τά άναφερόμενα : α) Εις την *πλαστικότητα προσαρμογής* (flexibility) του έξοπλισμού τούτου προς τās ύφισταμένες και τās προβλεπομένες διακινήσεις όγκων διαφόρων μεγεθών, ταυτοχρόνως και μή. β) Εις τās *εις χώρον άνάγκας* (space requirements), τās ύφισταμένες και προβλεπομένες έν περιπτώσει διευρύνσεως της επιχειρηματικής δραστηριότητος. γ) Εις τās *ύπηρεσίας λειτουργίας και συντηρήσεως των μέσων της όλης μηχανοργανώσεως*, από πλευράς χειρισμών, έποπτείας, αυτοματοποιήσεως, κινητηρίου δυνάμεως, όδεύσεων, ρυθμού ταχύτητος, δυναμικότητος μετατοπίσεως ή άνυψώσεως

δεδομένου ὄγκου ὑλικῶν μέσων κλπ. δ) Εἰς τὰς *προϋποθέσεις προμηθείας καὶ χρήσεως τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ*, αἵτινες εἶναι περίπου αἱ αὐταί, ὡς ἀναφέρονται προκειμένου περὶ προμηθείας καὶ χρήσεως συγκροτημάτων μηχανῶν γραφείου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Θ. Γροσομανίδη : «Διακίνησις ὑλικῶν». Ἀθήναι, Ἑλληνικὸν Κέντρον Παραγωγικότητος, 1965.
- N. P. Κονδύλη : «Ἐυδοεπιχειρηματικαὶ ἐπενδύσεις εἰς μηχανικὸν ἐξοπλισμὸν». Εἰς Οἰκονομικὸν Ταχυδρόμον, 6 Ὀκτ. 1960.
- R. W. Mallik : «Χεῖρισμὸς τῶν ὑλικῶν, ἡ τρίτη μορφή τῆς βιομηχανικῆς ἐν ἐργοστασίῳ δραστηριότητος». Εἰς Βιομηχανικὴν Ἐπιθεώρησιν, Μαρτ. 1963, σσ. 181 - 3.
- E. W. Smykay : «Διεύθυνσις μεταφορῶν ὑλικῶν». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεως, Ἰαν. 1965, σσ. 27 - 9.
- H. Stocker : «Χεῖρισμὸς καὶ διακίνησις ὑλικοῦ». Ἀθήναι, Ἑλληνικὸν Κέντρον Παραγωγικότητος, 1957.
- D. S. Ammer : «Materials Management». Homewood, Ill., R.D. Irwin, 1962.
- J. M. Apple : «Plant Layout and Materials Handling». New York, Ronald Press, 1950.
- H. A. Bolz, and G. E. Hageman (editors) : «Materials Handling Handbook». New York, Ronald Press, 1958.
- K. G. Lockyer : «An Introduction to Critical Path Analysis». New York, Pitman, 1964.
- H. D. Moore, and D. R. Kibbey : «Manufacturing Materials and Processes». Homewood, Ill., R. D. Irwin, 1965.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΔΕΚΑΤΟΝ ΕΚΤΟΝ

ΣΥΝΤΗΡΗΣΙΣ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ

Ἀπόβλεπτοι τεχνικαὶ βλάβαι τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ εἶναι δυνατόν νὰ ἐμφανίζωνται διαρκούσης τῆς ἐργασίμου ἡμέρας, ὅσονδῆποτε ἀρίστης ποιότητος ἡ καινουργῆς καὶ ἂν εἶναι οὗτος. Καθίστανται, ὅθεν, ἀναπόφευκτοι *ἀπρόοπτοι ἢ ἀναγκαστικαὶ διακοπαὶ* τῆς προγραμματισμένης ροῆς δράσεως οἵσδῆποτε ἐπιχειρήσεως.

Αἱ συνέπειαι τῶν διακοπῶν τούτων εἶναι κυρίως δύο εἰδῶν. Ἡ πρώτη ἀναφέρεται εἰς τὴν ἀσφάλειαν τῶν ἐργαζομένων, ἥτις περιορίζεται καθόσον αἱ διακοπαὶ πολλάκις προκαλοῦν *ἐργατικά ἀτυχήματα*. Ἡ δευτέρα συνεπάγεται *χρονικὰς καθυστερήσεις* τοῦ ἐπιτελουμένου ἔργου, μὲ ἐπακόλουθον τὴν σημαντικὴν *ἐπαύξησιν τοῦ κόστους* παραγωγῆς καὶ διανομῆς ἀγαθῶν.

Ἡ συμπτωματικὴ κατασταλικὴ συντήρησις τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ δι' ἐκ τῶν ὑστέρων ἐπιδιορθώσεων κατεπειγούσης ἀνάγκης, δὲν συντελεῖ εἰς τὴν θεραπείαν τῶν ἀνωτέρω δυσμενῶν συνεπειῶν. Ἀντιθέτως μάλιστα, εἶναι δυνατόν νὰ συμβάλῃ αὕτη εἰς τὴν ἐπιτάχυνσιν τῆς φθορᾶς τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, ἔνεκα ἐμφανίσεως μονίμων πλέον τεχνικῶν βλαβῶν καὶ συνεπῶς ἐπισπεύσεως τῆς ἀχρηστεύσεως καὶ τῆς καταστροφῆς τοῦ μηχανι-

κοῦ ἐξοπλισμοῦ, χρῆζοντος συντόμου ἀντικαταστάσεως, δι' ἐπιταχυνομένων ἀποσβέσεων αὐτοῦ.

Ἡ συστηματικὴ προληπτικὴ συντήρησις τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ κρίνεται, ἀντιθέτως, ὡς *ὄργανωτικῶς ἐπιβεβλημένη*. Τοῦτο δέ, διότι αὐτὴ συντελεῖ εἰς τὴν ἐλαχιστοποίησιν τῶν ἀπρόοπτων ἢ ἀναγκαστικῶν διακοπῶν τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ καὶ κατ' ἀκολουθίαν εἰς τὴν ἀπρόσκοπτον αὐτοῦ λειτουργίαν. Ἐπακόλουθα δὲ τῆς τοιαύτης ἐλαχιστοποιήσεως εἶναι: α) Ἡ καλύτερα ἀσφάλεια τῶν ἐργαζομένων, ἀποφευγομένων τῶν ἐκ τεχνικῶν βλαβῶν ἐργατικῶν ἀτυχημάτων. β) Ἡ βελτίωσις τῆς παραγωγικότητος τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, ὡς καὶ ἡ ἐπιμήκυνσις τῆς χρονικῆς διαρκείας ἐπιβλεπόμενης αὐτοῦ χρησιμοποίησεως. γ) Ὁ περιορισμὸς τοῦ κόστους λειτουργίας αὐτοῦ, ὡς καὶ τῶν δεσμευμένων ἀποθεματικῶν κεφαλαίων δι' ἀντικατάστασιν αὐτοῦ ἔνεκα φυσικῆς φθορᾶς του.

Καθίσταται δὲ πλέον ἐπιβεβλημένη ἡ ἀσκήσις προληπτικῆς συντηρήσεως, ἐφ' ὅσον διαπιστοῦται ὅτι *τὸ μέσον ὠριαῖον κόστος αὐτῆς* εἶναι κατώτερον τοῦ ὁμοίου κόστους, τόσον διὰ δαπάνας ἀποκαταστάσεως τῆς ὑγείας καὶ ἀποζημιώσεως τῶν ὑποστάντων ἐργατικά ἀτυχήματα λόγῳ ἀπροβλεπτῶν τεχνικῶν βλαβῶν, ὅσον καὶ διὰ δαπάνας ἢ ζημίας προκαλουμένης ἐξ ἀκίνητοποιήσεων τῆς ἐπιχειρηματικῆς δραστηριότητος, συνεπιεῖα τῶν αὐτῶν βλαβῶν.

Συστηματικὴ προληπτικὴ συντήρησις τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ ὀνομάζεται ἡ διενεργουμένη βάσει εἰδικοῦ προγράμματος, δι' ἐγκαίρου παρεμβάσεως συνέργειου τεχνικῶν, πρὸς συνεχῆ ρύθμισιν καὶ διατήρησιν ὁμαλῆς αὐτοῦ λειτουργίας, συμφῶνως πρὸς τὰ προγράμματα ἐπιχειρηματικῆς δράσεως.

Τὸ εἰδικὸν πρόγραμμα προληπτικῆς συντηρήσεως τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ συνοδεύεται ὑπὸ ἀναλυτικῶν ὀργανογραμμάτων καὶ κανονισμῶν, πρὸς διευκόλυνσιν τοῦ ἔργου τῶν ἐκτελεστῶν αὐτοῦ. Τοῦτο περαιτέρω ἐπικουρεῖται διὰ τῆς τηρήσεως σειρῶν ἐξ ἀποθεμάτων ἐξαρτημάτων, ἐκ συσκευῶν ἐπιθεωρήσεως καὶ ἐξ ἀτομικῶν δελτίων συντηρήσεως τοῦ ὅλου συγκροτήματος τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ.

Τὸ μέγεθος τῶν ἀποθεματικῶν σειρῶν ἐξαρτημάτων (ἀνταλλακτικῶν τεμαχίων κλπ.), ἐξαρτᾶται ἐκ τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων ἐκάστης μονάδος τοῦ ἐξοπλισμοῦ, ὡς τοῦ τύπου καὶ τῆς ἡλικίας αὐτῆς, τῆς συνήθους συχνότητος φθορᾶς τεμαχίων αὐτῆς κλπ. Ὑπολογίζεται πάντως, ὅπως τοῦτο εἶναι ἐκάστοτε τὸ ἄριστον, ἵνα ἐπαρκῆ διὰ τὰς ἀνάγκας τῶν συνεργειῶν προληπτικῆς συντηρήσεως.

Αἱ συσκευαὶ ἐπιθεωρήσεως τῆς λειτουργίας τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ συνίστανται ἐξ ὀργάνων ἐντοπισμοῦ καὶ διαπιστώσεως τῶν πρώτων ἰχνῶν ἐπικειμένης φθορᾶς ἢ βλάβης, ἐξ ὁμοίων παρακολουθήσεως τοῦ βαθμοῦ ἀποδόσεως ἐκάστης μονάδος, ἐξ ὀργάνων διευκολύνσεως τῶν ἐπισκευῶν κλπ.

Τὰ ἀτομικὰ δελτία συντηρήσεως ἐκάστης μονάδος τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ ἐνημεροῦνται συνεχῶς καὶ ἰδίᾳ μεθ' ἐκάστην ἀπογραφὴν, μεταβολὴν καὶ παρέμβασιν συντηρήσεως. Οὕτως, ἕκαστον τούτων παρέχει *πληροφορίαν*

δι' ἐκάστην μονάδα τοῦ ὅλου μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, σχετικὰ πρὸς: α) Τὴν ἄξian, τὸν χρόνον κτήσεως, τὸν κατασκευαστὴν, τὸ εἶδος καὶ τὰ διακριτικὰ χαρακτηρισμοῦ, συμβολισμοῦ καὶ χώρων ἐγκαταστάσεως τῆς μονάδος. β) Τὰς διαδοχικὰς αὐτῆς φθοράς, βλάβας καὶ διακοπὰς. γ) Τὸ εἶδος καὶ τὴν διάρκειαν (εἰς ἡμερομίσθια) τῶν γενομένων συντηρήσεων. δ) Τὰς ὁδηγίας διενεργείας ἐκάστης συντηρητικῆς ἐργασίας.

Ἡ ἐκτέλεσις τοῦ εἰδικοῦ προγράμματος προληπτικῆς συντηρήσεως ἀνατίθεται εἰς *συνεργεῖα*. Ταῦτα προβλέπεται, ὅπως *παρακολουθοῦν καὶ ἐξετάζου*ν, ἀνὰ τακτὰ χρονικὰ διαστήματα ἐκάστης ἐργασίμου ἡμέρας, τὴν κανονικὴν ἢ μὴ λειτουργίαν ὄλων τῶν μονάδων τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, ἐπιλαμβανόμενα ἀμέσως πάσης ἀναγκαίας συντηρήσεως. Ἐπὶ πλέον, ταῦτα προβλέπεται ὅπως ἐπιλαμβάνονται *τῶν προκαθορισμένων ἐργασιῶν συντηρήσεως*, συμφώνως πρὸς τὰς ἐπομένας μεθόδους.

Αἱ μέθοδοι συντηρήσεως διακρίνονται εἰς τὰς ἑξῆς τρεῖς κατηγορίας: α) Τὰς ἐφαρμοζόμενας *ἄνευ διακοπῶν τῆς λειτουργίας*, καθ' ἐκάστην ἐργασίμον ἡμέραν. Ἐν προκειμένῳ ἐπιδιώκεται συνεχῆς διατήρησις ἐν καλῇ καταστάσει τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, ὁ ὁποῖος, εὐρισκόμενος ἐν λειτουργίᾳ, εἶναι δεκτικὸς μικροδιορθώσεων, λιπάνσεων, καθαρισμοῦ, ἀναρρυθμίσεων ἐν περιδεκτικὸς μικροδιορθώσεων, λιπάνσεων, καθαρισμοῦ, ἀναρρυθμίσεων ἐν περιπτώσει ὑπερφορτώσεων κλπ. β) Τὰς ἐφαρμοζόμενας *κατὰ τὴν διάρκειαν προσωρινῶν διακοπῶν τῆς λειτουργίας*, καθ' ἐκάστην ἐργασίμον ἡμέραν. Σχετικῶς διενεργοῦνται μερικαὶ ἀνασυναρμολογήσεις, ἀντικαταστάσεις ἐφθαρμένων εξαρτημάτων κλπ. Ἡ συχνότης τῆς τοιαύτης συντηρήσεως ἐξαρτᾶται ἐκ παραγόντων σχετικῶν πρὸς τὴν ἡλικίαν, τὸ εἶδος, τὸν φόρτον ἐργασίας καὶ τὴν ἀντοχὴν ἐκάστης μονάδος τοῦ ἐξοπλισμοῦ, ἢ δὲ διάρκεια τῆς συντηρήσεως ταύτης προκαθορίζεται εἰς τὸν κατὰ τὸ δυνατόν μικρότερον χρόνον, πρὸς ταύτης προκαθορίζεται εἰς τὸν κατὰ τὸ δυνατόν μικρότερον χρόνον, πρὸς ταύτης προκαθορίζεται εἰς τὸν κατὰ τὸ δυνατόν μικρότερον χρόνον, πρὸς ἀποφυγὴν διαταραχῶν τοῦ ρυθμοῦ λειτουργίας τοῦ ὅλου μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ. γ) Τὰς ἐφαρμοζόμενας *κατὰ τοὺς χρόνους παραμονῆς τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ ἐκτὸς λειτουργίας* ἢ κατὰ τὰς ἡμέρας παύσεως καὶ ἀργίας αὐτοῦ. Εἰς τὴν περίπτωσιν ταύτην διενεργεῖται πλήρης καὶ συστηματικὴ προληπτικὴ συντήρησις, κατόπιν ἀποσυναρμολογήσεως καὶ γενικῆς ἐξετάσεως ἐκάστης μονάδος τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ.

Βιβλιογραφία

- Ἑλληνικοῦ Κέντρου Παραγωγικότητος : «Μηχαναὶ Δῆζελ». Ἀθήναι, 1965.
 International Cooperation Administration : «Ἀρχὲς καὶ τεχνικὲς προασπίσεως μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ». Μετάφρασις Δ. Π. Βακατόπου. Ἀθήναι, Ἑλληνικὸν Κέντρον Παραγωγικότητος, 1966.
 Ὄργανισμὸς Ἠνωμένων Ἐθνῶν : «Συντήρησις καὶ ἐπισκευὴ βιομηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ». Εἰς Παραγωγικότητα, Ἰουλ. - Αὐγ. 1960, σσ. 228 - 9.
 P. Barbier : «Organisation Industrielle». 3me édition. Paris, Dunod, 1964.
 M. L. Begeman : «Manufacturing Processes». New York, J. Wiley and Sons, 1952.
 R. J. Ziegler : «Principles of Industrial Management; Case Book». New York, Macmillan, 1961.

ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΙΣ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ

Ἡ ἀντικατάστασις (replacement) ἢ ἡ ἀνανέωσις τοῦ ἐν χρήσει μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, ἀποφασίζεται κατ' ἀρχὴν ἅμα τῇ διαμορφώσει εἰς τὴν ἐπιχειρήσιν ἐσωτερικῶν ἀντιοικονομιῶν, ἕνεκα λειτουργικῆς κατωτέρωτης ἢ οἰκονομικῆς ἀπαξιώσεως αὐτοῦ. Ἡ ὀριστικὴ, πάντως, ἀπόφασις ἀντικαταστάσεως τούτου λαμβάνεται ἐν ὄψει τῶν πορισμάτων, διεξαγομένης ὑπὸ τῆς ἐπιτελικῆς λειτουργίας τῆς ἐπιχειρήσεως, ἐνδελεχοῦς *μελέτης ἐφικτότητος* ἢ δυνατότητος πραγματοποίησεως (feasibility study), εἰς τὴν ὁποίαν ἐκτίθενται αἱ ἐπὶ μέρους εὐνοϊκαὶ προϋποθέσεις προμηθείας ἢ μακροπροθέσμου μισθώσεως νέου μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ.

Αἱ προϋποθέσεις αὗται ἐξαρτῶνται, κατὰ πρῶτον μὲν ἐκ τοῦ *βαθμοῦ ἀξιολογήσεως τῆς ἀποδόσεως* (rate of return of capital employed), τόσον τοῦ εἰσέτι ἐν χρήσει, ὅσον καὶ τοῦ ἐπιλεγομένου πρὸς ἀντικατάστασιν τούτου μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, κατὰ δεύτερον δὲ ἐκ τῶν ἀκολουθῶν διακριβώσεων.

1. *Τοῦ βαθμοῦ ἐπιτεύξεως εὐκαμψίας προσαρμογῆς τῆς ἐπιχειρήσεως* πρὸς τὰς ραγδαίας τεχνολογικὰς ἐξελίξεις καὶ ἀντιστοιχῶς ἐμφανίσεις εἰς τὴν ἀγορὰν νέων τύπων μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, σημαντικῶς ἀποδοτικωτέρων τῶν χρησιμοποιουμένων.

2. *Τοῦ βαθμοῦ ἐπαρκείας κεφαλαίων* καὶ δὴ εἰδικῶν ἀποθεματικῶν, σχηματιζομένων μὲ ἐπιτάχυνσιν ἢ ἐπιβράδυνσιν, ἀναλόγως τῆς πιθανότητος ἐμφανίσεως εἰς τὴν ἀγορὰν τῶν ὡς ἄνω νέων τύπων μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, ὡς καὶ τῆς προβλέψεως τῆς χρονικῆς διαρκείας ὠφελίμου χρησιμοποιήσεως αὐτῶν, συναρτήσῃ δηλαδὴ τοῦ φυσικοῦ χρόνου ἀποδοτικῆς λειτουργίας του. Ἐν περιπτώσει ἀνεπαρκείας ἐκάστοτε τῶν κεφαλαίων τούτων πρὸς ἄμεσον ἀγορὰν ἢ ἕνεκα προβλέψεως δημιουργίας ὑπερμέτρου ἀκίνητοποιήσεως ρευστῶν κεφαλαίων, ἀναγκαίων διὰ τὰς συναλλαγὰς ἢ τὸν κύκλον ἐργασιῶν τῆς ἐπιχειρήσεως, μὴ ἐξουδετερουμένης διὰ δανεισμῶν ἢ ἄλλως, τότε ἐπιλέγεται ἡ ἐφαρμογὴ τῆς μεθόδου μακροπροθέσμου μισθώσεως νέου μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, περὶ ἧς κατωτέρω.

3. *Τοῦ βαθμοῦ ἀποδόσεως* τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, ἐν συνδυασμῶ, τόσον πρὸς τὸ διαθέσιμον προσωπικόν, ὅπερ χειρίζεται καὶ προβλέπεται νὰ χειρισθῇ αὐτόν, ὅσον καὶ πρὸς τὴν ὑφισταμένην καὶ προβλεπομένην ζήτησιν τῶν προϊόντων ἢ τῶν ὑπηρεσιῶν τῆς ἐπιχειρήσεως (return of investment with cost minimization or profit maximization). Πρὸς διακρίβωσιν τοῦ βαθμοῦ τούτου ἀποδόσεως τοῦ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, λαμβάνονται εἰδικώτερον ὑπ' ὄψιν οἱ ἑξῆς παράγοντες:

α) *Τὸ μέγεθος ἐξοικονομήσεως εἰσροῶν* ἐξ ὑλικῶν μέσων, ἐκ σωματικῆς καὶ πνευματικῆς ἀνθρωπίνης προσπάθειας, ὡς καὶ χρόνου, διαρκούσης τῆς ὠφελίμου χρησιμοποιήσεως των. Εἰδικώτερον, τοῦτο προσδιορίζεται ἐκ τοῦ βαθμοῦ ἐπιτεύξεως τελειότερων, περισσοτέρων καὶ εὐθηνότερων ἀγαθῶν, ἕνεκα ἀκριβοῦς, ἐγκαίρου, ὁμοιογενοῦς καὶ συνεχοῦς ἐκτελέσεως τῶν προγραμ-

Βιβλιογραφία

- J. P. Gaullier* : Το «Leasing». Εισ Τραπεζικήν, Φεβρ. 1965, σσ. 43 - 6.
- Μ. Ε. Γεωργιάδου* : «Η χρηματοδότησις τῶν ἐπιχειρήσεων. Θεωρία καὶ πράξις». Ἀθήναι, Ἀ. Παπαζήσης, 1963.
- Μ. Κ. Μειῦμάρογλου* : «Ἡ χρηματοδοτικὴ λειτουργία τῆς ἐπιχειρήσεως». Ἀθήναι, Ἀ. Παπαζήσης, 1962.
- Συνδέσμου Ἑλλήνων Βιομηχάνων* : «Ἡ μέθοδος τῆς μακροπροθέσμου μισθώσεως εἰς βιομηχανίας μηχανικῶν ἐγκαταστάσεων». Εἰς Δελτίον Πληροφοριῶν Συνδέσμου, 28 Φεβρ. 1966, σσ. 14 - 5.
- Ἰπουργεῖον Ἑθνικῆς Ἀμύνης* : «Ἀντικατάστασις καὶ προμήθεια μηχανημάτων». Ἀθήναι, ἔκδοσις πολυγρ., 1963.
- F. Amling* : «Investments ; An Introduction to Analysis and Management». Englewood Cliffs, N. J., Prentice - Hall, 1965.
- W. D. Falcon* : «Reporting Financial Data to Management». New York, American Management Association, 1965.
- H. L. Timms* : «The Production Function in Business; Fundamentals and Analysis for Management. Homewood», Ill., R. D. Irwin, 1962.
- W. Voris* : «The Management of Production». 2nd edition. New York, Ronald Press, 1960.
- E. W. Walker* : «Essentials of Financial Management». Englewood Cliffs, N. J., Prentice - Hall, 1965.

ΜΕΡΟΣ Ε'

ΟΡΓΑΝΩΣΙΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΓΑΘΩΝ

Ὁργάνωσις διανομῆς ἀγαθῶν (management of goods' distribution ἢ management of physical distribution, ἢ marketing) καλεῖται τὸ σύνολον τῶν ὀργανωτικῶν ἐνεργειῶν τῶν ἐπιχειρήσεων, πρὸς ἀποτελεσματικὴν προώθησιν τῆς πωλήσεως ἀγαθῶν.

Ἡ διανομὴ τῶν ἀγαθῶν ἄρχεται ἀπὸ τῆς στιγμῆς τοῦ τερματισμοῦ τῆς παραγωγῆς των. Περαιοῦται δὲ αὕτη, ἄνευ βεβαίως ἕκτοτε οὐσιώδους μεταβολῆς τῆς ὕλης καὶ τῆς μορφῆς τῶν ἀγαθῶν, μὲ τὴν πώλησιν αὐτῶν. Ὑπὸ εὐρύτεραν ἔννοιαν, ἡ διανομὴ ἀγαθῶν εἶναι δυνατόν νὰ περιλάβῃ καὶ τὴν προσφορὰν ὑπηρεσιῶν πρὸς τὸ ἀγοραστικὸν κοινὸν διὰ τῆς προβολῆς καὶ τῆς διαφημίσεως τῶν ἀγαθῶν. Τὰ δύο, ὅμως, ταῦτα στάδια ἐπιχειρηματικῶν δραστηριοτήτων θεωροῦνται κατὰ κανόνα ὡς βοηθητικὰ τῆς διανομῆς ἀγαθῶν, δι' ὃ καὶ ἐξετάζονται ἰδιαιτέρως.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΔΕΚΑΤΟΝ ΟΓΔΩΘΟΝ

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΠΡΟΩΘΗΣΕΩΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Πώλησις εἶναι ἡ ὑπὸ τινος ἐπιχειρήσεως μεταβίβασις τῆς κυριότητος καὶ παράδοσις ἀγαθῶν εἰς τὴν πελατεῖαν αὐτῆς, ἐπὶ χρηματικῶ ἀνταλλάγματι καὶ συνήθως ἐπὶ κέρδει. Ἡ πώλησις αὕτη ἀπὸ ὀργανωτικῆς ἀπόψεως θεωρεῖται ὅτι, *δλοκληροῦται*, οὐχὶ κατὰ τὸν χρόνον τῆς συναλλαγῆς, ἀλλὰ κατὰ τὸν χρόνον τῆς χρήσεως τῶν ἀγαθῶν ὑπὸ τῶν ἀγοραστῶν των καὶ ἐφ' ὅσον οὗτοι ἱκανοποιοῦνται ἐξ αὐτῆς. Οὕτω, προκειμένου μὲν περὶ ἀγαθῶν ἀπλῆς χρήσεως, ἡ πώλησις συντελεῖται κατὰ τὴν ἱκανοποιητικὴν χρῆσιν των, προκειμένου δὲ περὶ ἀγαθῶν διαρκοῦς χρήσεως, αὕτη διενεργεῖται μετὰ τὴν ἔναρξιν τῆς ἱκανοποιητικῆς αὐτῶν χρήσεως. Εἰς τὴν μορφήν ταύτην τῆς πωλήσεως ἀποβλέπει ἡ ὀργάνωσις τῆς διανομῆς ἀγαθῶν, βάσει τῆς στρατηγικῆς προώθησεως τῶν πωλήσεων καὶ τῆς ἐφαρμογῆς τῆς διὰ τοῦ ἀντιστοίχου προγραμματισμοῦ.

1. Στρατηγικὴ προώθησεως τῶν πωλήσεων (sales promotion strategy)

Ἡ στρατηγικὴ αὕτη *προσανατολίζεται εἰς τὴν ἐφαρμογὴν δύο ὀργανωτικῶν ἀρχῶν*. Πρῶτον, τῆς προσαρμογῆς τῶν ἀγαθῶν πρὸς τὰς ἀνάγκας

και επιθυμίας εκάστου καταναλωτοῦ (consumer orientation) και δεύτερον, τῆς αύξήσεως τῆς άμοιβῆς τῶν συντελεστῶν επιχειρηματικῆς δραστηριότητος, παραλλήλως πρὸς τὴν αύξησιν τοῦ ὄγκου τῶν πωλήσεων (profitable sales volume).

Ἐπιδιώξεις τῶν επιχειρήσεων εἶναι, ὅθεν, νά πωλοῦν ὅσον τὸ δυνατόν καλύτερον και ταχύτερον, ὅσα και οἷα άγαθά προβλέπεται νά άπορροφηῖ ἑκάστοτε ἡ ένεργός και ἡ πιθανή αὐτῶν πελατεία. Ἡ επιδίωξις δέ αὐτῆ επιτυγχάνεται ἀναλόγως τῶν δυνατοτήτων τῶν επιχειρήσεων, ὅπως προσφέρουν μελλοντικῶς ὅ,τι προβλέπεται νά ζητηθῆ, συναρτήσῃ τοῦ κόστους, τῆς επικερδείας, τῶν διατιθεμένων μέσων και τῆς άσκουμένης γενικωτέρας κοινωνικο-οικονομικῆς πολιτικῆς ὑπὸ εκάστης επιχειρήσεως. Αἱ ἐν λόγω επιδίωξεις και δυνατότητες προσδιορίζουν τὸν εκάστοτε *στόχον πωλήσεων* (sales target), ἥτοι τὴν σχετικῶς άριστὴν ποιότητα και τὸν σχετικῶς μέγιστον ὄγκον τῶν πωλήσεων εκάστης κατηγορίας άγαθῶν, κατὰ δεδομένας χρονικὰς περιόδους. Ὁ στόχος οὗτος επιτυγχάνεται βάσει συντονισμοῦ τῶν ἀκολουθῶν βασικῶν ενεργειῶν :

α) *Τῆς διαφοροποιήσεως τοῦ άγαθοῦ* (product diversification). Ἡ διαφοροποίησις αὐτῆ ἀναφέρεται εἰς βελτιώσεις και παραλλαγὰς εκάστου άγαθοῦ, αἰτινες παρέχουν δυνατότητας ἰκανοποιήσεως τῶν ἀναγκῶν τῆς πελατείας δι' ἐπεκτάσεως τῶν μέχρι τοῦδε χρησιμοτήτων αὐτοῦ. Ἡ τοιαύτη ἐπέκτασις περιλαμβάνει τὴν συχνὴν εισαγωγὴν επιχειρηματικῶν νεωτερισμῶν ἢ καινοτομιῶν, αἰτινες δὲν προκαλοῦν πάντοτε, και δὴ ἀναποφεύκτως, μεταβολὰς τῶν τιμῶν εἰς τὸ διαφοροποιούμενον άγαθόν.

β) *Τῆς ἀναπτύξεως τοῦ άγαθοῦ* (product development). Ἡ ἀνάπτυξις αὐτῆ ἀποβλέπει εἰς τὴν καλύτεραν ἐξυπηρέτησιν τῆς πελατείας, τόσον κατὰ τὰς συναλλαγὰς τῆς, ὅσον και κατὰ τὴν χρῆσιν τοῦ άγαθοῦ. Δι' ὃ και καταβάλλεται προσοχὴ περιορισμοῦ ἢ ἐπεκτάσεως τῆς προσφορᾶς δεδομένου άγαθοῦ, ἀναλόγως τῶν εκάστοτε χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων αὐτοῦ και τῶν τάσεων τῆς πλειονότητος τῆς πελατείας πρὸς αγοράν τῆς σχετικῶς άριστῆς ποιότητος αὐτοῦ, άσκούσης ἑλκυστικὴν ἐπ' αὐτῆς ἐπίδρασιν.

γ) *Τῆς διεισδύσεως εἰς τὴν αγοράν* (market penetration) Ἡ ἐν λόγω διείσδυσις ἀποβλέπει εἰς τὴν ὅλονεν και μεγαλυτέραν διανομὴν πλειόνων άγαθῶν, ἀρχικῶς μὲν εἰς τὴν τοπικὴν αγοράν, ἀκολουθῶν δέ εἰς εὐρυτέρας ἐθνικὰς και διεθνεῖς αγοράς. Ἄνευ προηγουμένης διεισδύσεως εἰς τὴν τοπικὴν αγοράν, δὲν ὑφίστανται εὐνοϊκαί προοπτικαί ἐπεκτάσεως τῆς διανομῆς τῶν άγαθῶν εἰς εὐρυτέρας αγοράς. Ἡ διείσδυσις αὐτῆ πραγματοποιεῖται διὰ τῶν σχέσεων τῆς επιχειρήσεως μετὰ τοῦ κοινοῦ, αἰτινες κυρίως ὑποβοηθοῦνται διὰ τῶν σχέσεων αὐτῆς μετὰ τῆς πελατείας τῆς, μέσφ άγωγῶν και μεθόδων διανομῆς, μετὰ προβολῆς τῶν άγαθῶν.

δ) *Τῆς ἀναπτύξεως τῆς αγοράς* (market development). Αὐτῆ ἀναφέρεται εἰς τὴν ὀργάνωσιν τῆς διανομῆς άγαθῶν ἀπὸ ἀπόψεως δημοσίων σχέσεων και ἰδίᾳ διαφημίσεως τῶν άγαθῶν και τῆς επιχειρήσεως, πρὸς διεύρυνσιν τῆς παλαιᾶς αγοράς και πρὸς διάνοισιν νέων αγορῶν.

2. Προγραμματισμός προωθήσεως των πωλήσεων (*sales promotion programming*)

Ὁ προγραμματισμός οὗτος *ἀναφέρεται* εἰς τὸ σύνολον τῶν ἐνεργειῶν δεδομένης ἐπιχειρήσεως, πρὸς κατάρτισιν, ἐκτέλεσιν, ἔλεγχον καὶ προσαρμογὴν ἢ ἀναθεώρησιν ἐναλλακτικῶν συνθετικῶν καὶ ἀναλυτικῶν προγραμμάτων ἐπιτυχοῦς διανεμητικῆς ροῆς τῶν ἀγαθῶν, μακροχρονίως καὶ βραχυχρονίως.

Οἷκοθεν νοεῖται, ὅτι ὁ ἀνωτέρω προγραμματισμός *προηγείται τοῦ λοιποῦ προγραμματισμοῦ* τῆς ἐπιχειρηματικῆς δράσεως καὶ ἰδίᾳ τοῦ σχετικοῦ πρὸς τὴν ἀγορὰν ὑλικῶν μέσων, τὴν ἀποθεματοποίησιν καὶ πρὸ παντὸς τὴν παραγωγὴν ἀγαθῶν. Διὰ τῆς τοιαύτης προτάξεως ἀποφεύγονται κίνδυνοι ζημιῶν λόγῳ ὑπὲρ — ἢ ὑπὸ — παραγωγῆς, ἀποθεματοποιήσεως κλπ. Μόνον ὅταν προβλέπεται νὰ ἐκδηλωθῇ μεγαλυτέρα ἐνεργὸς ζήτησις τῶν ἀγαθῶν, ἐναντι τῶν δυνατοτήτων τῆς παραγωγῆς καὶ κατ' ἀκολουθίαν τῆς προσφορᾶς τῆς ἐπιχειρήσεως, μόνον τότε εἶναι δυνατόν νὰ ἐπεται ὁ προγραμματισμός τῆς προωθήσεως τῶν πωλήσεων τοῦ λοιποῦ, ἐξ οὗ πλέον καὶ ἐξαρτᾶται οὗτος.

Ἐπὶ τῇ βάσει τῶν πορισμάτων τῆς ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς καὶ τῆς ἐπιχειρήσεως, ὡς καὶ ἐπὶ τῇ βάσει τῶν ἐπιδιώξεων καὶ τῶν δυνατοτήτων τῆς ἐπιχειρήσεως πρὸς ἀσκήσιν ἐπιτυχοῦς στρατηγικῆς προωθήσεως τῶν πωλήσεων τῆς, καθορίζεται εἰς τὰ προγράμματα προωθήσεως τῶν πωλήσεων κατὰ τρόπον ἀκριβῆ «τί, πόσον, ποῦ, εἰς ποίους, διὰ ποίων, πότε, πῶς καὶ εἰς ποίας τιμὰς» θὰ διανεμηθῇ δεδομένον εἶδος ἀγαθοῦ. Οὕτως, ἑκάστον πρόγραμμα προωθήσεως τῶν πωλήσεων, καὶ δὴ συνθετικόν, περιλαμβάνει προβλέψεις τῆς πορείας τοῦ διανεμητικοῦ κυκλώματος κατὰ τὰς ἑξῆς διακρίσεις: Κατὰ *ἔσοδα καὶ ἔξοδα* ἐκ τῆς λειτουργίας τοῦ διανεμητικοῦ κυκλώματος, κατανεμόμενα εἰς φάσεις αὐτοῦ. Κατὰ *τιμὰς ἢ τιμολογήσεις*, ἀναλόγως διαφόρων κριτηρίων. Κατὰ *χρονικὰς μονάδας* κυκλικῆς ροῆς τῆς διανομῆς καὶ κατὰ φάσιν αὐτῆς (ἀναλήψεως καὶ ἐκτελέσεως παραγγελιῶν, διαθέσεως καὶ μεταφορᾶς ἀγαθῶν κλπ.). Κατὰ *περιοχὰς* ἀπορροφήσεως σημαντικοῦ ὄγκου ἐκάστου ἀγαθοῦ, ὡς καὶ ἀποστάσεις προωθήσεως, μέσα ἐπιμονίας καὶ συγκοινωνίας ἐκάστης περιοχῆς κλπ. Κατὰ *ἀγωγούς* διανομῆς τῶν ἀγαθῶν, *μεθόδους προωθήσεως*, προβολῆς καὶ διαφημίσεως αὐτῶν, *χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα ἀγαθῶν* καὶ ἀγοραστῶν, *τομεῖς δράσεως πρὸς ἀπωπικοῦ* διανομῆς ἀγαθῶν κλπ.

Βιβλιογραφία

- Μ. * Ε. Γεωργιάδης*: «Ἐρευνα καὶ πολιτικὴ κατακτῆσεως τῆς ἀγορᾶς». Ἐκδοσις β', Ἀθήναι, Β. Παπαζήσης, 1965.
- Γ. Π. Θεοφιλοπούλου*: «Ἡ προώθησις τῶν πωλήσεων». Εἰς Δημοσιότητα καὶ Προβολήν, Ἰουλ. 1960, σσ. 8 καὶ 32.
- Α. Kroeger*: «Σεμινάρια ἐπὶ τῆς ἐμπορίας βιομηχανικῶν προϊόντων». Ἀθήναι, ἔκδοσις πολυγρ. Ἑλληνικοῦ Κέντρου Παραγωγικότητος, 1958.

- O. Rydeng : «Προσέξατε τὴν ὀργάνωσιν τῆς διανομῆς τῶν προϊόντων σας». Εἰς Παραγωγικότητα, Ὀκτ. 1957, σσ. 30 - 1.
- *I. K. Χολέβα : «Ἡ λειτουργία τῆς διανομῆς, ἡ ἔρευνα τῆς ἀγορᾶς καὶ ἡ πώλησις». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Σεπτ. - Ὀκτ. 1965, σσ. 376 - 8, 421 καὶ 451 - 4.
- R. D. Crisp : «Sales Planning and Control». New York, McGraw - Hill, 1961.
- J. G. Jones, and W. L. Doremus : «Sales Management». New York, Alexander Hamilton Institute, 1958.
- C. L. Larr : «Successful Selling Strategies». New York, McGraw - Hill, 1957.
- M. Michel : «Stratégie du marché; Theorie de la firme et vente sous marque». Gembloux, J. Duculot, 1960.
- W. M. Thomsson : «Salesmanship ; Concepts, Management, and Strategy». New York, J. Wiley and Sons, 1963.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΔΕΚΑΤΟΝ ΕΝΑΤΟΝ

ΑΓΩΓΟΙ ΚΑΙ ΑΡΧΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΓΑΘΩΝ

Ἡ στρατηγικὴ προωθήσεως τῶν συναλλαγῶν διὰ τῶν πωλήσεων στρέφεται ἐν πολλοῖς εἰς τὸν συντονισμόν τῶν ἐνεργειῶν δεδομένης ἐπιχειρήσεως πρὸς ἐπιτυχή ὀργάνωσιν τῆς διανεμητικῆς ροῆς ἐνὸς ἐκάστου εἴδους ἀγαθῶν. Ἐντὸς τοῦ πλαισίου τῶν ἐνεργειῶν τούτων περιλαμβάνονται αἱ τῆς διεισδύσεως εἰς τὴν ἀγοράν, μέσῳ ἰδίως τῶν ἀγωγῶν, ὡς καὶ τῶν ἀρχῶν καὶ μεθόδων τῆς διανομῆς ἀγαθῶν εἰς τὴν ἀγοράν.

1. **Ἄγωγοι διανομῆς** (distribution channels, ἢ distribution points οἱ sales) εἶναι ἐπιλεγέντα διαδοχικὰ στάδια διανομῆς (διέξοδοι, δίοδοι, διέκτα), δι' ὧν διέρχεται ἕκαστον εἶδος ἀγαθῶν μέχρι τῆς πωλήσεώς του. Οἱ ἀγωγοὶ οὗτοι ἐπαυξάνουν τὴν δυνατότητα διεισδύσεως τῶν ἀγαθῶν εἰς τὴν ἀγοράν, κατ' ἀναλογίαν πρὸς τὸ μέγεθος καὶ τὸν ἀριθμὸν αὐτῶν. Αὐξουόμενοι δὲ οὗτοι, τείνουν νὰ φθάσουν εἰς τὴν μεγίστην κάλυψιν τῆς ἐν γένει ἀγορᾶς.

Κατὰ *ὀργανωτικὴν ἀρχήν*, ἡ διανομὴ τῶν ἀγαθῶν πρέπει νὰ εἶναι πάντοτε εὐθηνὴ καὶ ταχεῖα. Ἡ ἕκτασις τῶν διαδοχικῶν σταδίων τῆς διανομῆς ταύτης δὲν ἔχει μεγάλην σημασίαν, ἐφ' ὅσον τὰ ἀγαθὰ διανεμῶνται κατὰ τὸν οἰκονομικώτερον καὶ ταχύτερον τρόπον. Ἐν τούτοις ἀπεδείχθη, ὅτι ὅσον περιορίζεται ὁ ἀριθμὸς τῶν ὡς ἄνω σταδίων, ἐπὶ τοσοῦτον περιστέλλονται αἱ σχετικαὶ δαπάναι, αἵτινες τελικῶς ἐνσωματοῦνται εἰς τὴν τιμὴν πωλήσεως.

Οἱ ἀγωγοὶ οὗτοι διακρίνονται εἰς βραχέος καὶ μακροῦ κυκλώματος, δι' ἀμφοτέρας τὰς κατηγορίας μεθόδων προωθήσεως τῶν πωλήσεων, τὰς τε αὐτοπροσώπους καὶ ἀπροσώπους. Εἰς τὴν πρώτην περίπτωσιν, ἡ διανομὴ τῶν ἀγαθῶν συντελεῖται ἀμέσως ἐκ τῆς παραγωγῆς εἰς τοὺς τελικοὺς ἀγοραστάς. Εἰς τὴν δευτέραν περίπτωσιν, ἡ ἐν λόγῳ διανομὴ διενεργεῖται ἐμμέσως πρὸς τοὺς τελικοὺς ἀγοραστάς τῶν ἀγαθῶν, τῇ μεσολαβήσει διαδοχικῶν ἐνδιάμεσων σταδίων. Οἱ ἀναλαμβάνοντες ἕκαστον ἐνδιάμεσον στάδιον καλοῦν-

ται *λειτουργικοί ενδιάμεσοι* (functional middlemen) μεταξύ παραγωγής και τελικών αγοραστών, οίτινες απαλλάσσουν την παράγουσαν επιχείρησιν τῆς φροντίδος καὶ τῶν δαπανῶν διανομῆς, στεροῦν ὁμως ταύτην τῆς ἀμέσου προσεγγίσεως ἢ ἐπικοινωνίας μετὰ τῶν τελικῶν αγοραστῶν τῶν προϊόντων τῆς. Λειτουργικοί ενδιάμεσοι εἶναι κυρίως οἱ ἔμποροι χονδρικής καὶ λιανικῆς πωλήσεως, οἱ ἀντιπρόσωποι, οἱ μεσίται, οἱ παραγγελιοδόχοι καὶ οἱ πράκτορες. Ἀμφότερα τὰ ἀνωτέρω κυκλώματα τῶν ἀγωγῶν διανομῆς εἶναι δυνατὸν νὰ χρησιμοποιοῦνται συγχρόνως, χωρὶς νὰ θεωρῆται ἐκ τῶν προτέρων τὸ ἐν ἑξ αὐτῶν ὡς πληρέστερον ἢ ἐπιτυχέστερον. Αἱ ἐκάστοτε συνθῆκαι τῆς ἀγορᾶς καὶ τῆς μεταποιητικῆς ἐπιχειρήσεως ὑποδεικνύουν τὸ μέγεθος καὶ τὸν ἀριθμὸν τῶν διαδοχικῶν σταδίων διανομῆς, ὡς ἐπίσης καὶ τὴν ἐφαρμογὴν μεθόδων αὐτοπροσώπου ἢ ἀπροσώπου προωθήσεως τῶν πωλήσεων.

2. *Αἱ ἀρχαὶ διανομῆς τῶν ἀγαθῶν διακρίνονται ἀναλόγως τῆς μορφῆς τῆς μεθόδου προωθήσεως τῶν πωλήσεων, ὡς ἑξῆς:*

α) *Ἀρχαὶ ἐφαρμογῆς μεθόδων αὐτοπροσώπου προωθήσεως τῶν πωλήσεων.* Αὗται ἀναφέρονται εἰς τὸν συνδυασμὸν τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν τριῶν βασικῶν παραγόντων ἐφαρμογῆς των, ἧτοι τῶν ἀγαθῶν, τῶν αγοραστῶν καὶ τῶν πωλητῶν, εἶναι δὲ αἱ ἐπόμεναι τέσσαρες:

Ἡ ἀρχὴ τῆς διαρκοῦς προσφορᾶς σχετικῶς ἀρίστης ποιότητος ἀγαθῶν. Ἡ ἀρχὴ τῆς ἀπολύτου ἐντιμότητος τῆς ἐπιχειρήσεως εἰς τὰς σχέσεις τῆς μετὰ τῶν συναλλασσομένων μετ' αὐτῆς. Ἡ ἀρχὴ τῆς ἐπικερδείας ἀναλόγως πρὸς τὸν ὄγκον τῶν πωλήσεων, ἧτοι «ἐν τῇ καταναλώσει τὸ κέρδος». Ἡ ἀρχὴ τῆς παροχῆς εἰς τὴν πελατεῖαν τῆς ἐπιχειρήσεως πάσης δυνατῆς ἐξυπηρητήσεως καὶ ἐγγυήσεως ἐπὶ τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἀγαθῶν. Βάσει τῶν τεσσάρων τούτων ἀρχῶν, ἐπιτυγχάνεται μακροχρόνιος ἐμπιστοσύνη τῆς πελατείας πρὸς τὴν ἐπιχείρησιν, μὲ ἀποτέλεσμα τὴν ἀφοσίωσιν αὐτῆς καὶ τὴν διεύρυσίν τῆς. Αἱ ἀνωτέρω ἀρχαὶ ἰσχύουν κατὰ τὸ πλεῖστον καὶ εἰς τὴν περίπτωσιν τῆς ἐφαρμογῆς μεθόδων ἀπροσώπου προωθήσεως τῶν πωλήσεων.

Παράγοντες ἐπιβάλλοντες τὴν ἐφαρμογὴν μεθόδων αὐτοπροσώπου προωθήσεως τῶν πωλήσεων εἶναι πρωτίστως οἱ δύο ἐπόμενοι. Πρῶτον, ἡ *ἐπιθυμία τῆς πλειονότητος τῶν τελικῶν αγοραστῶν* τῶν προϊόντων τῆς ἐπιχειρήσεως, ὅπως συναλλάσσονται ἀμέσως μετ' αὐτῆς, ἵνα τυγχάνουν αὐτοπροσώπου ὑπὸ τῶν πωλητῶν τῆς καὶ ἰδιαιτέρας παρ' αὐτῶν ἐξυπηρητήσεως καθ' ἐκάστην συναλλαγὴν ἢ παραγγελίαν. Δεύτερον, ἡ *ἔλλειψις δυνατότητος τῆς ἐπιχειρήσεως ὅπως προσφέρει προτυποποιημένα ἀγαθὰ* καὶ συνεπῶς νὰ ἐφαρμόσῃ μεθόδους ἀπροσώπου προωθήσεως τῶν πωλήσεών τῆς. Ἄλλ' ἢ νὰ ἐφαρμοσθῶσι μεθόδοι ἀπροσώπου προωθήσεως τῶν πωλητῶν καὶ ἡ ἔλλειψις προτυποποιήσεως συντελοῦν, ὥστε αἱ μέθοδοι αὐτοπροσώπου προωθήσεως τῶν πωλήσεων νὰ ἐπιβαρύνουν τὸ κόστος καὶ τὴν τιμὴν τῶν προσφερομένων ἀγαθῶν, διὰ δαπανῶν ἀπωλείας χρόνου εἰς τὰς συναλλαγὰς καὶ χρησιμοποίησεως πωλητῶν. Δι' ὃ καὶ πολλάκις αἱ χρησιμοποιοῦσαι τὰς μεθόδους ταύτας ἐπιχειρήσεις εἶναι ἐκεῖναι, αἵτινες λειτουργοῦν εἰς χώρας ἐνθα δὲν ἐπικρατεῖ γενικῶς ἡ προτυποποίησις, ὡς καὶ

έκειναι αίτινες προσφέρουν άγαθά δευτερευούσης ανάγκης ή πολυτελείας καί εις ύψηλās τιμάς, δι' άγοραστās βεβoίωσ με ύψηλόν εισόδημα.

Αί αύτοπρόσωποι πωλήσεις διενεργoύνται εις τὰ κεντρικά ή τὰ περιφερειακά κατά τόπους *καταστήματα*, ή ύποκαταστήματα, πρατήρια καί μόνιμους εκθέσεις δεδομένης επιχειρήσεως, βάσει του βραχέος κυκλώματος τών άγωγών διανομής άγαθών εις τήν αγοράν. Διενεργoύνται επίσης αύται διά *περιοδευόντων πωλητών* έντός καί εκτός έδρας τής επιχειρήσεως, οίτινες καλούνται συνήθως ταξιδιωτάι, διανομείς καί γυρολόγοι ή πλανόδιοι πωλητάι από οικίας εις οικίαν (house to house selling), του τύπου τών άλλοτε έν Έλλάδι «πραμματευτών».

β) *Άρχαί έφαρμογής μεθόδων άπροσώπου προωθήσεως τών πωλήσεων*. Αύται εφαρμόζονται παρ' επιχειρήσεων, αίτινες προσφέρουν εις τήν αγοράν προτυποποιημένα άγαθά καί ίδίως εύρειας καταναλώσεως, διά καταργήσεως τών πωλητών καί συνεπώς δι' αύτοεξυπηρητήσεως τών πελατών των, ή διά ταχυδρομικών παραγγελιών (mail - order). Συνεπώς, *δύο είναι αι όργανωτικαί αρχαί*, έφ' ών βασίζεται ή έφαρμογή τών μεθόδων τούτων. Η πρώτη έξ αύτών αναφέρεται εις τήν πρόσκλησιν τής πελατείας, όπως διαδραματίζει ρόλον συμπράξεως εις τήν διανεμητικήν ροήν τών άγαθών. Η δευτέρα τούτων συνιστά τήν έφαρμογήν προτυποποιήσεως τών άγαθών πρὸς επίτευξιν μαζικής παραγωγής καί πωλήσεως.

Ο ρόλος εκάστου πελάτου εις τήν διανεμητικήν ροήν τών άγαθών είναι δυνατόν νά προσδιορισθῆ περισσότερον συγκεκριμένως διά τής ακολουθήσεως *περιγραφής τής σειρās τών ενεργειών του*, ήτις κατά κανόνα πραγματοποιείται όταν ούτος έπισκέπτεται επιχείρησιν άπροσώπου προωθήσεως τών πωλήσεων, δι' *αύτοεκλογής καί αύτοεξυπηρητήσεως* αύτου. Η περιπτωσις αύτη είναι ή πλέον συνήθης καί δύναται νά τύχη γενικεύσεως, εφαρμόζεται δέ κυρίως εις καταστήματα άλυσωτά, ύπεραγορών ή μεγάλα γενικά καί εις τοιαύτα τών κέντρων αγοράς.

Ο πελάτης, άνενόχλητος εκ παρεμβάσεων ή έπιρροών τών πωλητών, καί αυτενεργών, εύθύς ως εισέλθη εις κατάστημα τών άνωτέρω μορφών, *εφοδιάζεται* δι' ειδικής χειραμάξης ή κανίστρου τοποθετήσεως καί διακινήσεως άγαθών έντός του καταστήματος. Ακολουθώς, διέρχεται ούτος εκ διαδρόμων προτυποποιημένων καί εύρέων, εκατέρωθεν τών όποιων ύφίστανται έμφανείς καί προσιτάι εις αύτόν προθηκαι, με εύρύ πεδίον έποπτείας τών εις αύτάς εκτιθεμένων καί παρουσιαζομένων άγαθών (άπάντων φερόντων πινακίδας δηλούσας τήν τιμήν πωλήσεως), εις μεγάλην κατ' είδος ποικιλίαν. Κατά τήν *διέλευσίν* του ταύτην, παρατηρεῖ καί επιλέγει μόσις ό,τι επιθυμεί, τοποθετών ταύτα εις τήν χειράμοξαν. Περαιτουμένων τών προμηθειών του, μεταφέρει αύτάς διά τής χειραμάξης εις πλησίον τών έξόδων του καταστήματος κείμενα ταμεία, πρὸς επί άποδείξει καταβολήν του άντιτίμου των. Υπάλληλοι του καταστήματος τοποθετοῦν έν συνεχείᾳ τὰ άγορασθέντα άγαθά εις χαρτίους σάκκους ή περιτυλίγματα καί μεταφέρουν αύτούς, έφ' όσον επιθυμῆ ό πελάτης, εις τοὺς εκτός του καταστήματος χώρους σταθμεύσεως αυτοκινήτων τών

- S. Mustonen : «On Distance Distributions in Networks», Helsinki, University of Helsinki, 1964.
- F. Neveu - Nivellet : «Distribution et organisation commerciale», Préface de Jean Chévalier, Paris, Dunod, 1949.
- R. G. Thomas : «La direction des ventes et ses représentants», Paris, Comité National de l'Organisation Française, 1964.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΕΙΚΟΣΤΟΝ

ΚΥΡΙΩΤΕΡΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΕΩΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Ἡ προώθησις τῶν πωλήσεων διενεργεῖται διὰ μεθόδων αὐτοπροσώπου ἢ ἀπροσώπου ἐξυπηρέτησεως τῆς πελατείας τῶν ἐπιχειρήσεων. Αἱ ἀρχαὶ τῶν μεθόδων τούτων ἐκτίθενται εἰς τὰ περὶ ἀγωγῶν καὶ ἀρχῶν διανομῆς ἀγαθῶν, δι' ὃ καὶ κατωτέρω περιγράφονται ἀπλῶς αἱ κυριώτεραι τῶν ἐν λόγῳ μεθόδων.

1. Μέθοδοι αὐτοπροσώπου προωθήσεως τῶν πωλήσεων

Αἱ μέθοδοι αὗται ἀναφέρονται ἀποκλειστικῶς εἰς τὴν ἐξυπηρέτησιν τῆς πελατείας κατὰ τὸ στάδιον τῆς συναλλαγῆς τῆς (personal shopping service) καὶ ἐφαρμόζονται βάσει τῆς ἀρχῆς ἀό πελάτης ἔχει πάντοτε δίκαιον». Ἐχει δὲ ὁ πελάτης δίκαιον, ἀκόμη καὶ ὅταν λαυθάνη, ὑπὸ τὴν ἐννοίαν ὅτι οὗτος εἶναι ἰσχυρότερος τοῦ πωλητοῦ κατὰ τὸ στάδιον τῆς συναλλαγῆς, ἐφ' ὅσον εἰς αὐτὸν ἀπόκειται τελικῶς νὰ ἀποφασίσῃ.

Ἐπὶ τὸ ἀνωτέρω πνεῦμα ἡ ἐξυπηρέτησις τῆς πελατείας καθίσταται ἐλικρινής. Αὕτη ἀρχικῶς ἐκδηλοῦται δι' εὐγενοῦς ὑποδοχῆς ἐκάστου ἐπισκέπτου καὶ προσπαθείας ἀποφυγῆς ἐπὶ μακρὸν χρόνον ἀναμονῆς αὐτοῦ πρὸς διενέργειαν τῆς συναλλαγῆς. Ἀκολουθῶς, ὁ ἀρμόδιος πωλητῆς συμβάλλει μετὰ προθυμίας εἰς τὴν πραγματοποιήσιν τῆς ἐν λόγῳ συναλλαγῆς, τὰ διαδοχικὰ στάδια τῆς ὁποίας ἀποτελοῦν θέμα ὀργανώσεως τοῦ προσωπικοῦ διανομῆς ἀγαθῶν. Ἐν γενικαῖς, πάντως, γραμμαῖς, τὰ στάδια ταῦτα συνίστανται εἰς τὴν προσοχὴν (attention), τὸ ἐνδιαφέρον (interest), τὴν ἐπιθυμίαν (desire) καὶ τὴν ἀποδοχὴν (acceptance) τῶν πελατῶν πρὸς ἀγορὰν ἀγαθῶν. Ἡ ἐκάστοτε εὐπροσήγορος συμπεριφορὰ τοῦ προσωπικοῦ συντελεῖ ὥστε ἕκαστος πελάτης νὰ θεωρῇ ἑαυτὸν προσκεκλημένον φίλον τῆς ἐπιχειρήσεως, μὲ ἀμφιτρύνας τοὺς πωλητὰς τῆς.

2. Μέθοδοι ἀπροσώπου προωθήσεως τῶν πωλήσεων

Αἱ ἐν προκειμένῳ μέθοδοι ἐφαρμόζονται παρ' ἐπιχειρήσεων παραγωγῆς ἢ διανομῆς καταναλωτικῶν ἀγαθῶν, προτυποποιημένων καὶ εὐρείας καταναλώσεως. Τοιαῦτα ἀγαθὰ εἶναι, π.χ., τὰ τῆς οἰκιακῆς χρήσεως, διατροφῆς, εὐπρεπισμοῦ, ἀναψυχῆς, ψυχαγωγίας, ἐνδύσεως, ὑποδήσεως, καπνίσματος, τὰ ποτά, τὰ φάρμακα, τὰ εἶδη γραφῆς, ἀναγνώσεως κλπ. Ἡ ἐφαρμογὴ τῶν με-

θόδων άπροσώπου προωθήσεως τών πωλήσεων έχει ως βάση την «άνεμπόδιτον» έπίδειξιν άπάντων τών διατιθεμένων άγαθών. Παρατηρείται Εξ αύτη κυρίως εις τās χώρας τής Δυτικής Εύρώπης και τής Βορείου 'Αμερικής και όλιγώτερον εις τās λοιπās, εις ας ήρχισεν ήδη ή γενίκευσις τής προτυποποίησης και τής μαζικής παραγωγής και διανομής άγαθών. Δύο κυρίως κατηγορίαι τών μεθόδων τούτων ύφίστανται, ή τής αυτοεξυπηρητήσεως τών πελατών, κατά την μετάβασιν των εις ειδικά καταστήματα πωλήσεων ή εις αυτόματους συσκευός (μετά διευκολύνσεως αυτών διά προηγούμενην αυτοεκλογήν τών άγαθών) και ή τής εξυπηρητήσεως τών πελατών διά ταχυδρομικών παραγγελιών.

α) *Η μέθοδος τής αυτοεξυπηρητήσεως* (self service), κατόπιν αυτοεκλογής τών άγαθών, εφαρμόζεται εις τὰ προμηθεύετα καταστήματα, ως και δι' αυτόματων συσκευών. Τά έν λόγω καταστήματα είναι δυνατόν νά ύπαρχοϋν εις τās έπομένας τρεις διακρίσεις :

1) *Άλυσιατά καταστήματα* (chain stores), σχηματίζοντα όριζόντιον όλοκλήρωσιν άγωγών διανομής τών άγαθών, υπό μορφήν άλύσεως. Ταϋτα συνιστώνται κατά τρόπον, ώστε ή περιοχή έπιρροής έκάστου εξ αυτών νά συνορεύη προς την περιοχήν έπιρροής του έτέρου, νά είναι όμοειδη εις την έμφάνισιν και νά προσφέρουν όμοειδη άγαθά. Τά καταστήματα τής έν προκειμένω κατηγορίας άνήκουν συνήθως εις έπιχειρήσιν παραγωγής άγαθών διατροφής ή εις συνεργαζομένην ομάδα έπιχειρήσεων παραγωγής όμοειδών άγαθών. Εις την δευτέραν περίπτωσην μεγεθύνονται και πολλαπλασιάζονται οι άγωγοί διανομής και συνάμα συντονίζονται αί διανεμητικαί αυτών δραστηριότητες (big chains).

2) *Μεγάλα γενικά καταστήματα ή ύπεραγοράι* (great universal stores, grands magasins, super markets), συνιστώμενα συνήθως παρ' ομάδος μεταποιητικών ή παρὰ μεγάλων έμπορικών έπιχειρήσεων εις τὸ κέντρον ή τās παρυφάς και τὰ περίχωρα μεγαλοπόλεων, καταλαμβάνοντα μέγαν χώρον (όριζοντίως και καθέτως). Εις ταϋτα πωλοϋνται κατά διαμερίσματα ή τομείς ειδικεύσεως παντοειδη άγαθά, εις εύρειαν ποικιλίαν, ώστε νά καλύπτουν τὸ σύνολον σχεδόν τών άναγκών του καταναλωτικού κοινού μικρών και μεσαίων εισοδημάτων.

Ή έν λόγω εύρύτης τής ποικιλίας τών πωλουμένων άγαθών συνήθως έξικνείται εις τās πλέον έπιβεβλημένες και περισσότερο ζητουμένες κατηγορίας προτύπων. Σχετικῶς, έκάστη έπιχείρησις προβλέπει τās άγοραστικās πιθανότητας δι' έκαστον είδος άγαθοϋ και τὸ αντίστοιχον πρόσθετον κόστος εκ τής προσφορās του, προς άποφυγήν άντιοικονομικών δεσμεύσεων κεφαλαίων και δὴ εναντι άσημάντου διευρύνσεως του κύκλου τών έργασιών της.

3) *Κέντρα άγορās* (shopping centers), συνιστάμενα εκ διαφόρων (30 - 80) καταστημάτων αυτοεξυπηρητήσεως και έτέρων τύπων προσφορās διαφόρων κατηγοριών καταναλωτικών άγαθών και ύπηρεσιών, ως άπό άλυσιατά, καθωρισμένων μικρών τιμών (five and ten), ύπεραγοράς, φαρμακεία, έστιακά τόρια κλπ. Τά κέντρα άγορās κείνται εις προάστια ή εις περίχωρα πόλεων ή

εις περιοχάς εκτός οικισμών, πλησίον όμως συγκοινωνιακῶν ἀρτηριῶν ἐνουσῶν πυκνοκαταρκημένες ἀστικές μονάδας ἐντὸς ἀκτίνας περίπου πενήτην χιλιομέτρων. Οἱ πελάται τῶν κέντρων τούτων προτιμοῦν ταῦτα, διότι ἄλλως θὰ ὑπεχρεοῦντο νὰ ἐπισκεφθοῦν σωρείαν ἐπιχειρήσεων εἰς διάφορα σημεῖα τῆς πλησιεστέρας ἀστικῆς μονάδος, ἵνα ἀγοράσουν ὅ,τι ἐκάστοτε καὶ δὴ κατὰ τὸ τέλος τῆς ἐβδομάδος ἐπιθυμοῦν διὰ τὴν ἐπομένην ἐβδομάδα, ἐξοικονομοῦντες οὕτω σημοντικὸν χρόνον, χρήμα καὶ κόπον. Τὰ κέντρα ταῦτα διαθέτουν συνάμα πολὺ μεγάλους χώρους σταθμεύσεως αὐτοκινήτων τῆς πελατείας τῶν καὶ παιδικούς κήπους. Παρέχουν δὲ τὰ καταστήματα ταῦτα ἐπὶ πλέον καὶ ἐξυπηρετήσεις εἰς τὴν πελατείαν μετὰ τὴν συναλλαγὴν, οἷας προανεφέρωμεν κατὰ τὴν ἐφαρμογὴν τῶν μεθόδων αὐτοπροσώπου προωθήσεως τῶν πωλήσεων.

β) Ἡ μέθοδος τῆς αὐτοεξυπηρετήσεως δι' αὐτομάτων συσκευῶν (vending machines) ἐφαρμόζεται παρ' ἐπιχειρήσεων παραγωγῆς ἀγαθῶν μικρᾶς ἀξίας καὶ ἀμέσου καταναλώσεως. Τοιαῦτα ἀγαθὰ εἶναι, π.χ., ἀναψυχτῆς, ποτά, καπνίσματος, διατροφῆς, καλλωπισμοῦ, ἀλληλογραφίας, ταχυδρομῆσεως ἐπιστολῶν, συντάξεως συμβολαίων ἀσφαλείας ζωῆς ταξιδευόντων κλπ. Αἱ συσκευαὶ αὗται, ἰδιόκτητοι ἢ ἐνοικιαζόμεναι, τοποθετοῦνται κυρίως εἰς πολυσυχνάστους χώρους (ἢ σημεῖα) τῶν πόλεων, ὡς ἐντὸς καὶ ἐκτὸς τῶν ἐγκαταστάσεων μεγάλων ἐπιχειρήσεων, σχολείων, θεάτρων, ἀεροδρομίων, σιδηροδρομικῶν σταθμῶν, γηπέδων ἀθλητισμοῦ κλπ. Οὕτως, οἱ πλησίον τῶν χώρων τούτων ἐργαζόμενοι ἢ διερχόμενοι ἱκανοποιοῦν ἐπιτακτικὰς μικροανάγκας αὐτῶν διὰ καταβολῆς ἐκ τῶν προτέρων τῆς ἀντιστοίχου ἀξίας τῶν ἀγαθῶν εἰς κέρματα. Ἡ τοιαύτη δὲ ἱκανοποίησις τῶν δύναται νὰ πραγματοποιηθῆ ἀνὰ πᾶσαν στιγμὴν, ἀνεξαρτήτως κανονικοῦ ὥραριου λειτουργίας τῶν καταστημάτων.

γ) Ἡ μέθοδος προωθήσεως πωλήσεων διὰ ταχυδρομικῶν παραγγελιῶν (mail order selling) ἐφαρμόζεται παρ' ὁμάδος ἐπιχειρήσεων φήμης καὶ ἐμπιστοσύνης, παραγοῦσῶν προτυποποιημένα ἀγαθὰ διαρκοῦς χρήσεως, ἐφ' ὅσον ἐκάστη τούτων δὲν ἐφαρμόζη ἑτέραν τῶν προμηθευστῶν μεθόδων. Σχετικῶς, συνιστῶνται καταστήματα, συγκεντροῦντα τὰ πρὸς διανομὴν ἀγαθὰ τῶν ἐν λόγῳ ἐπιχειρήσεων, ἐγκαθιστάμενα εἰς ἀπομεμακρυσμένες τῶν ἀστικῶν κέντρων περιοχάς καὶ ἀποβλέποντα εἰς τὴν προώθησιν τῶν πωλήσεων ἀνευ χρησιμοποίησεως πωλητῶν, καὶ δὴ εἰς ἀκτίνα ἐδαφικῶς ἀπεριόριστον, δυναμένην νὰ καλύψῃ τοπικὰς, ἐθνικὰς καὶ διεθνεῖς ἔτι ἀγοράς. Ἡ διαδικασία ἐφαρμογῆς τῆς μεθόδου ταύτης ἀρχεται ἀπὸ τῆς καταρτίσεως πινακῶν με διευθύνσεις ἐνεργῶν καὶ πιθανῶν πελατῶν. Βάσει αὐτῶν, ἐκδίδεται καὶ ἀποστέλλεται περιοδικῶς καὶ δωρεὰν εἰς τοὺς πελάτας τούτους εἰδικὸς κατάλογος πωλουμένων ἀγαθῶν. Ὁ κατάλογος οὗτος εἶναι ὀγκώδης καὶ πολυτελής, περιέχων ἐγχρώμους εἰκόνας καὶ περιγραφὰς τῶν ἀγαθῶν, κωδικούς ἀριθμούς αὐτῶν πρὸς ἐπιλογὴν καὶ ὑπόδειξιν, τιμὰς καὶ λοιπούς ὄρους πωλήσεως καὶ ἀντικαταστάσεως ἢ ἐπιστροφῆς τῶν ἀγαθῶν, ὡς καὶ ἔντυπα παραγγελιῶν μετὰ ὁδηγίων συμπληρώσεως τῶν καὶ φακέλλων ταχυδρομῆσεώς των. Οὕτως,

έκαστος πελάτης δύναται νά συμβουλευθῆ τὸν κατάλογον τοῦτον, νά σκεφθῆ ἡρέμως ἐντὸς τοῦ περιβάλλοντος τῆς κατοικίας του καὶ ἄνευ ἀπώλειας χρόνου πρὸς ἐπίσκεψιν διαφόρων ἐπιχειρήσεων, τελικῶς δὲ νά παραγγείλῃ ὅ,τι ἐπιθυμεῖ, σταθμίζων τὰ πλεονεκτήματα καὶ τὰ μειονεκτήματα ἐκάστης προσφορᾶς. Ἡ παραγγελία ταχυδρομεῖται καὶ ἐκτελεῖται ταχέως, ἢ δὲ πληρωμὴ τῆς ἀξίας τῶν ἀγαθῶν διενεργεῖται διὰ συναποστολῆς ἐπιταγῆς, ἐφ' ὅσον ὁ πελάτης ἔχει πλήρη ἐμπιστοσύνην εἰς τὴν ἐπιχείρησιν καὶ συνάμα οἰκονομικὴν εὐχέρειαν ἢ αὐτὴ διενεργεῖται ἅμα τῇ παραλαβῇ τῶν ἀγαθῶν, δηλαδὴ ἐπὶ ἀντικαταβολῇ (cash on delivery) ἢ καὶ κατὰ δόσεις.

Βιβλιογραφία

- A. Γ. Δρογῶνα* : «Λειτουργικὴ διάρθρωσις καὶ ὀργανωτικὰ προβλήματα ἐπιχειρήσεων τύπου "Μεγάλα καταστήματα"», Ἀθῆναι, 1963.
- M. E. Hurley* : «Μέθοδοι χρησιμοποιοῦμενοι εἰς τὴν διανομὴν ἀγαθῶν». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Ἀπρ. - Μαΐου 1964, σσ. 194 - 6 καὶ 202.
- N Γ. Κονδύλη* : «Ἐπιπτώσεις ἐπὶ τῶν μεθόδων πωλήσεως καὶ διανομῆς». Εἰς Δελτίον Συνδέσμου Διπλωματούχων Οἰκονομικῶν καὶ Ἐμπορικῶν Ἐπιστημῶν, Ἰουν. 1965, σσ. 45 - 8.
- A. Courties* : «Μέθοδοι ἀξιοποιήσεως τῶν ἐμπορικῶν δυνατοτήτων τῆς ἐπιχειρήσεως». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Σεπτ. 1964, σσ. 392 - 5.
- X. Ἰ. Παπαδοπούλου* : «Σύγχρονοι ἐξελίξεις τῶν μεθόδων πωλήσεων. Ἐθελούσιαι ἀλύσεις». Εἰς Δελτίον Ἐμπορικοῦ καὶ Βιομηχανικοῦ Ἐπιμελητηρίου Ἀθηνῶν, Ἀπρ. 1960, σσ. 12 - 8.
- N. L. Enrick* : «Sales and Production Management Manual, Practicetested Methods and Procedures». New York, Interscience Publishers, 1964.
- A. Gross* : «Sales Promotion; Principles and Methods for Intensifying Marketing Effort». Second edition. New York, Ronald Press, 1961.
- H. H. Maynard, and J. H. Davis* : «Sales Management». Third edition. New York. Ronald Press, 1957.
- D. D. Selz* : «Successful Industrial Selling». Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall, 1956.
- H. M. Turner* : «Sales Promotion that Gets Results». New York, McGraw - Hill, 1959.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΕΙΚΟΣΤΟΝ ΠΡΩΤΟΝ

ΟΡΓΑΝΩΣΙΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΓΑΘΩΝ

Ἡ ἐπιτυχὴς ὀργάνωσις τῆς διανεμητικῆς ροῆς τῶν ἀγαθῶν, διὰ τῶν καταλλήλων αὐτοπροσώπων ἀγωγῶν καὶ μεθόδων διανομῆς τῶν ἀγαθῶν εἰς τὴν ἀγοράν, ἐξασφαλίζεται δι' ἀναλόγου ὀργανώσεως τοῦ προσωπικοῦ τῆς διανομῆς τῶν ἀγαθῶν, ὅπερ κατὰ κύριον λόγον συνίσταται ἐξ ἀμέσων καὶ ἐμμέσων πωλητῶν. Οἱ πωληταί, μετὰ τῶν ἀγαθῶν καὶ τῶν ἀγοραστῶν, ἀποτελοῦν τοὺς τρεῖς βασικοὺς παράγοντας ἀναπτύξεως τῆς ἀγορᾶς δι' αὐτοπροσώπων πωλήσεων, ἐντὸς καὶ ἐκτὸς τῆς ἕδρας τῆς μεταποιητικῆς ἐπιχειρήσεως ἢ τοῦ ἀγωγοῦ διανομῆς τῶν ἀγαθῶν.

Πρὸς ἐπίτευξιν *ὕψηλης σιᾶθμης καὶ ὀλιγαριθμοῦ προσωπικοῦ* διανομῆς ἀγαθῶν, αἱ ἐπιχειρήσεις καταβάλλουν ἰδιαιτέραν προσοχὴν εἰς τὴν ὀργάνωσιν τῆς δράσεως τούτου. Ἡ ἐν λόγῳ ὀργάνωσις ἀναφέρεται κατὰ τὸ πλεῖστον εἰς τὴν προσέλκυσιν, τὴν ἐπιλογὴν καὶ τὴν πρόσληψιν καταλλήλου προσωπικοῦ, ἐπὶ τῇ βάσει ἰδιαιτέρως αὐστηρῶν κριτηρίων. Ἀναφέρεται ἐπίσης αὕτη εἰς τὴν ἐπαγγελματικὴν καθοδήγησιν καὶ ἐκπαίδευσιν τούτου ἐπὶ θεμάτων ἀρμοδιότητός του. Περαιτέρω ἀναφέρεται αὕτη εἰς τὸν συντονισμόν καὶ τὸν ἔλεγχον τῆς δράσεως τοῦ προσωπικοῦ τούτου, εἰς τὴν παρ' αὐτοῦ ὑποβολὴν ὑπευθύνων εἰσηγήσεων, βάσει πληροφοριῶν καὶ παρατηρήσεων, ἐπὶ τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς καὶ τῆς πορείας τῆς δραστηριότητός του. Τέλος, καὶ σημαντικώτερον, ἡ ὀργάνωσις τοῦ προσωπικοῦ διανομῆς τῶν ἀγαθῶν στρέφεται πρὸς τὴν διαμόρφωσιν ὁλοῦν καὶ καλυτέρων ἀπαραιτήτων ἢ ἐπιθυμητῶν *προσόντων καὶ ἱκανοτήτων τῶν ἀμέσων καὶ ἐμμέσων πωλητῶν*. Οὕτως, ἡ ἐπιχειρήσις κατορθώνει νὰ ἀσκῇ διὰ τῶν πωλητῶν τῆς σημαντικῶν μέρος τῆς στρατηγικῆς προωθήσεως τῶν πωλήσεων ὠρισμένων εἰδῶν ἀγαθῶν καὶ εἰς δεδομένας περιοχάς, συμπληροῦσα συνάμα τὸ δίκτυον τῶν ἐπικοινωνιῶν τῆς μετὰ τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ.

Τὰ *προσόντα* τοῦ προσωπικοῦ διανομῆς ἀγαθῶν πρέπει νὰ εἶναι παρόμοια περίπου πρὸς τὰ καθοριζόμενα παρ' ἡμῶν ἰδιαιτέρως εἰς τὴν περιγραφὴν καθηκόντων καὶ τὸν προσδιορισμὸν προσόντων τῶν ἐργαζομένων ἐν γένει. Ταῦτα ἀναφέρονται εἰς τὴν μόρφωσιν, τὴν πείραν, τὸν χαρακτήρα, τὴν πνευματικὴν καὶ σωματικὴν κατάστασιν, ὡς καὶ εἰς τὰς διοικητικὰς ἱκανότητας. Ὅσον ὁμως τὰ προσόντα ταῦτα ἀφοροῦν ἰδιαιτέρως τοὺς πωλητὰς, εἶναι σκόπιμον νὰ προστεθοῦν καὶ εἰδικώτερα, σχετικὰ πρὸς τὸν χαρακτήρα, τὴν μόρφωσιν καὶ τὴν πείραν τῶν πωλητῶν.

Τὰ ὡς πρὸς τὸν *χαρακτήρα προσόντα τῶν πωλητῶν* συνίστανται εἰς τὴν διάκρισιν τῶν ἀπὸ πλευρᾶς εὐγενείας, ἐλικρινείας, ἐντιμότητος, καλωσύνης καὶ εὐθύτητος εἰς τὰς συναλλαγὰς τῶν μετὰ τῆς πελατείας τῆς ἐπιχειρήσεως. Συγχρόνως πρέπει οὗτοι νὰ διακρίνωνται δι' ἀξιοπρέπειαν, φιλοπονίαν, ἐχεμύθειαν καὶ σταθερότητα χαρακτήρος, ἵνα διατηροῦν πάντοτε εὐνοϊκὸν ψυχολογικὸν κλίμα μετὰ τῶν συναλλασσομένων.

Τὰ ὡς πρὸς τὴν *μόρφωσιν καὶ τὴν πείραν προσόντα τῶν πωλητῶν* συνίστανται εἰς τὴν πλήρη αὐτῶν ἐνημέρωσιν ἐπὶ θεμάτων ὀργανώσεως καὶ διοικήσεως ἐπιχειρήσεων, ἰδίᾳ ἀπὸ διανεμητικῆς ἀπόψεως, ἐμπορευματολογικῆς ἀναλύσεως τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἀγαθῶν, λειτουργίας τῶν ἀγωγῶν διανομῆς, συνθηκῶν τῆς οἰκονομίας καὶ ἰδιαιτέρως τῆς ἀγορᾶς, ἀναπτύξεως ἐπικοινωνιῶν καὶ ἀνθρωπίνων σχέσεων κλπ. Ἡ ἐνημέρωσις αὕτη δεόν νὰ συμπληροῦται διὰ τῆς γνώσεως τῆς ὅλης δραστηριότητος τῆς ἐπιχειρήσεως εἰς ἣν ὑπηρετοῦν, ὡς καὶ τῶν ἀνταγωνιστριῶν τῆς, πρὸς σύγκρισιν πλεονεκτημάτων καὶ μειονεκτημάτων τῆς ἐπιχειρήσεώς των ἔναντι τοῦ τυχόν ὑπάρχοντος ἀνταγωνισμοῦ. Τέλος δέ, ἐπιβάλλεται αὕτη νὰ συμπληροῦται διὰ τῆς γνώσεως τῶν ἱκανοτήτων τὰς ὁποίας ὀφείλουν οὗτοι νὰ ἔχουν.

Αἱ ἱκανότητες καὶ αἱ ἀρμοδιότητες τῶν πωλητῶν σχετίζονται πρὸς τὴν

προσωπικότητά των καὶ τὴν εὐπροσῆγορον συμπεριφορὰν των ἔναντι ἐνὸς ἐκάστου τῶν πελατῶν. Ἡ *προσωπικότης* αὐτῶν κρίνεται ἐκ τοῦ βαθμοῦ τῆς ἐπιβολῆς, κοινωνικότητος, αὐτοκρατορίας, προθυμίας, πρωτοβουλίας, ἀξιοπρεποῦς ἐμφανίσεως, προσαρμοστικότητος πρὸς τὰς ἐπικρατούσας συνθήκας καὶ περιστάσεις, ὡς καὶ ἀποφασιστικότητός των πρὸς ἐκμετάλλευσιν χρησίμων ἰδεῶν ἢ εὐκαιριῶν δημιουργίας καὶ ἐπιβολῆς των. Ἡ *εὐπροσῆγορος συμπεριφορὰ* ἐκάστου τούτων ἐκδηλοῦται διὰ τῶν ἐπομένων ἐπὶ μέρους ἱκανότητων των.

Προσέλκυσις τῆς *προσοχῆς* καὶ διέγερσις τοῦ *ἐνδιαφέροντος* τῶν πελατῶν. Δεξιότης *ἀποφυγῆς διακοπῶν* τοῦ ἐκθέτουτος σκέψεις καὶ ἐπιθυμίας πελάτου. Ἐπίδειξις ἀξιοπιστίας, σωφροσύνης καὶ ἐτοιμότητος πνεύματος πρὸς *συνεργασίαν*, ἄνευ ἐπαγγελματικῆς προσποιήσεως Διατήρησις *ὑπομονῆς καὶ ψυχραιμίας* κατὰ τὸ στάδιον κατατοπισμοῦ τοῦ πωλητοῦ ἐπὶ τῶν προθέσεων καὶ ἀπόψεων τοῦ πελάτου. Ἐκδήλωσις *παρατηρητικότητος*, μετὰ διαισθήσεως, διεισδύσεως καὶ κατανοήσεως τῆς νοοτροπίας τοῦ πελάτου, ἄνευ ἀπομακρύνσεως ἐκ τῆς πολιτικῆς τῆς ἐπιχειρήσεως. Δυνατότης ἐμπνεύσεως εἰς τὸν πελάτην αἰσθημάτων *συμπαθείας καὶ ἐμπιστοσύνης*, δι' ἐπικλήσεως ἑλατηρίων ἐπηρεασμοῦ τῆς συμπεριφορᾶς του. Ὑπομονητικὴ ἐξέτασις διατυπωμένων *παραπόνων* ὑπὸ τοῦ πελάτου, ὡς καὶ διάθεσις πρὸς θεραπείαν των ἢ ἱκανοποίησιν τοῦ αἰτήματός του κατὰ τὸν καλύτερον δυνατὸν τρόπον. Ἀνάπτυξις *ἐπιχειρηματολογίας κατατοπισμοῦ καὶ προβολῆς τῶν ἐπωφελῶν χρήσεων καὶ ἰδιοτήτων τῶν προσφερομένων ἀγαθῶν*, κατὰ τρόπον ἤπιον, σαφῆ, πειστικὸν καὶ εὐγλωττον, μετ' ἀντικειμενικότητος καὶ παρρησίας. Ὑπόδειξις ἐπίδειξις, καὶ ἐνθάρρυνσις τοῦ πελάτου, ὅπως λάβῃ εἰς χεῖρας του τὸ προσφερόμενον ἀγαθόν, ἐνθάρρυνσις τοῦ πελάτου, ὅπως ἐπιπλέον, εἰ δυνατόν, καὶ δοκιμῆν. Σύγκρισις τῶν πλεονεκτημάτων καὶ τῶν μειονεκτημάτων τοῦ προσφερομένου ἀγαθοῦ μετὰ τῶν ὁμοειδῶν καὶ ὑποκαταστάτων τῆς ἐπιχειρήσεως καὶ τῶν ἀνταγωνιστριῶν τῆς. Διευκλύνσις τοῦ πελάτου ὅπως κρίνῃ, ἐκτιμῆσῃ καὶ ὑπολογίσῃ ἀναλόγως καὶ ψυχραίμως, ἐὰν ἡ προσφορὰ εἶναι συμφέρουσα καὶ προσαρμόζεται πρὸς τὰς ἐπιθυμίας του. Ἐξουδετέρωσις τυχόν ἀντιρρήσεων ἢ δισταγμῶν τοῦ πελάτου, ὅπως πραγματοποιήσιν δεδομένης ἀγορᾶς. Ἐνθάρρυνσις, τέλος, τοῦ πελάτου, ὅπως πεισθῆ καὶ ἐπιλέξῃ τὰ ἀγαθὰ, ἅτινα ἱκανοποιοῦν τὰς ἀνάγκας καὶ ἐπιθυμίας του, μετὰ διευκολύνσεώς του πρὸς ἄνετον καὶ ταχεῖαν παραλαβὴν αὐτῶν. Αἱ ἱκανότητες αὗται συντελοῦν, ὥστε ἕκαστος πελάτης νὰ αἰσθάνεται τελικῶς ὑποχρεωμένος ἔναντι τοῦ πωλητοῦ, ὁ ὁποῖος τὸν ἐξυπηρέτησε, νὰ τρέφῃ πρὸς αὐτὸν ἐμπιστοσύνην, νὰ ἐξοικειοῦται μετ' αὐτοῦ καὶ νὰ δεσμεύεται παρ' αὐτοῦ.

Ἡ *ἀποδοτικότης τῶν ἱκανότητων τῶν πωλητῶν* μετρεῖται συνήθως καθ' ἀπλουστευμένην διαδικασίαν, ἐφ' ὅσον καθίσταται δυσχερὴς ἢ ἀξιολογησις τῆς ἐργασίας καὶ ἡ ποιοτικὴ ἐκτίμησις αὐτῶν διὰ τῆς ἐφαρμογῆς συστημάτων κατατάξεως, ταξινομήσεως, βαθμολογήσεως, συγκρίσεων κλπ., περὶ ὧν γίνεται λόγος εἰς τὰ μαθήματα τῆς ὀργανωτικῆς τῶν ἐπιχειρήσεων ἀπὸ διοικητικῆς καὶ ἐπιτελικῆς ἀπόψεως. Κατὰ τὴν ἐν προκειμένῳ ἀπλουστευμένην δια-

δικασίαν, υπολογίζεται ὁ κατά χρονικὴν μονάδα πωλούμενος παρ' ἑκάστου τῶν πωλητῶν ἢ τοῦ συνόλου αὐτῶν, ὄγκος ἢ ἀξία τῶν ἀγαθῶν, ἐν συνδυασμῶι πρὸς τὸν ἀριθμὸν τῶν μέσῳ τούτων ἀγοραστῶν ἀγαθῶν. Ὁ υπολογισμὸς οὗτος διευκολύνει: περαιτέρω τὴν ἐπιχείρησιν πρὸς παροχὴν εἰς τοὺς πωλητὰς ἀναλόγων ὑλικῶν καὶ ἠθικῶν ἀμοιβῶν, ἢ εἰς ἐπιτίμησιν καὶ τιμωρίαν τῶν.

Βιβλιογραφία

- Σ. Κ. Ζευγαρίδη :** «Ἐρευναι περὶ ἐπιπέδου τῶν πωλητῶν εἰς τὴν χώραν μας». Εἰς Σπουδὰς 1962 - 63, σσ. 190 - 207.
- G. R. Lindahl :** «Ἡ ὀργάνωσις καὶ ἡ διδασκαλία τοῦ πωλοῦντος καὶ τοῦ ἀγοράζοντος». Εἰς Παραγωγικότητα 1954 - 55, τεύχ. 3, σσ. 29 - 39.
- B. Μαντέλη :** «Πῶς θὰ ἐπιτύχετε ὡς πωλητὴς». Ἀθήναι, 1962.
- Ἰ. Χατζηδήμου :** «Ὁ καλὸς πωλητὴς, ἢ ἡ τέχνη τοῦ πείθειν». Ἐκδοσις β', Ἀθήναι, 1963.
- Ἰ. Α. Χρυσσοῦ :** «Ὁ καλὸς πωλητὴς». Εἰς Εὐήμεριαν, Μαΐου - Ἰουν., σσ. 13 - 7.
- R. A. Copel :** «Managing Salesmen». Pleasantville, N. Y., Printers' Ink Books, 1955.
- T. Pollock :** «Professional Salesman's Guide». Englewood Cliffs, N. J., Prentice - Hall, 1964.
- S. J. Shaw, and J. W. Thompson :** «Salesmanship: Modern Viewpoints on Personnel Communication». New York, Henry Holt, 1960.
- W. J. Stanton, and R. H. Buskirk :** «Management of the Sales Force». Homewood, Ill., R.D. Irwin, 1959.
- Syracuse University :** «Management and Supervision of Sales Force». Washington, D.C., International Cooperation Administration, 1961.

ΜΕΡΟΣ ΣΤ'

ΟΡΓΑΝΩΣΙΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΔΙΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΑΓΑΘΩΝ

Όργανωσις προβολής αγαθών (merchandising management) είναι τὸ σύνολον τῶν ὀργανωτικῶν ἐνεργειῶν τῶν ἐπιχειρήσεων, πρὸς παροχὴν, πρὸ καὶ μετὰ τὴν διενέργειαν συναλλαγῶν, προσωπικῶν ἐξυπηρετήσεων καὶ δωρεῶν εἰς τινὰς κατηγορίας τῶν πελατῶν των.

Συνεπῶς, ἡ ὀργανωσις προβολῆς αγαθῶν συμβάλλει σημαντικῶς εἰς τὴν διανομὴν αὐτῶν. Ἀναφέρεται δὲ αὕτη εἰς ἐξω-ἐπιχειρηματικὴν ἐπικοινωνίαν μετὰ τινῶν κατηγοριῶν ἀγοραστῶν, πρὸς προσωπικὴν γνωστοποίησιν εἰς αὐτοὺς τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν προσφερομένων εἰς τὴν ἀγορὰν αγαθῶν, ὡς καὶ πρὸς ἐφαρμογὴν εἰδικῶν μεθόδων ἐξυπηρετήσεως αὐτῶν, πρὸ καὶ μετὰ τὰς συναλλαγὰς των. Οὕτω καθίσταται πλέον ἀποτελεσματικὴ ἡ διείσδυσις τῶν αγαθῶν, ἔτι δὲ καὶ ἡ ἀνάπτυξις τῆς ἀγορᾶς.

Ὡς γνωστὸν, δὲν ἀρκεῖ νὰ γνωρίζῃ ἕκαστος μελλοντικὸς ἀγοραστὴς ποῖα αγαθὰ παράγονται καὶ διανέμονται. Ἀπαιτεῖται συνάμα, ὅπως εἶναι οὗτος αὐτοπροσώπως ἐνημερωμένος ἐπὶ τῶν προμνησθέντων γνωρισμάτων τῶν αγαθῶν καὶ ἐπὶ τῶν παρεχομένων ὑπὸ τῶν ἐπιχειρήσεων ἐξυπηρετήσεων πρὸς αὐτόν, πρὸ, κατὰ καὶ μεθ' ἑκάστην συναλλαγῆν.

Τὰ ἐν λόγῳ γνωρίσματα τῶν αγαθῶν, ὡς καὶ τὰ τοιαῦτα τῶν ἀγοραστῶν, μετὰ τῶν κυριωτέρων μεθόδων προβολῆς αγαθῶν, ἐκτίθενται εἰς τὸ παρὸν μέρος τῶν μαθημάτων μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΕΙΚΟΣΤΟΝ ΔΕΥΤΕΡΟΝ

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ

Μεταξὺ τῶν βασικῶν παραγόντων ἀναπτύξεως τῆς διανομῆς τοῦ αγαθοῦ εἰς τὴν ἀγορὰν περιλαμβάνεται ἡ γνῶσις τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων (ἢ τῆς μορφολογίας) αὐτοῦ, ὡς καὶ τῶν ἀγοραστῶν του. Τὰ ἐν λόγῳ γνωρίσματα τῶν δύο τούτων παραγόντων ἐρευνῶνται καὶ ἐξακριβοῦνται ὑπὸ τῶν ἐπιχειρήσεων μέσῳ τῆς ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς. Τοιοῦτοτρόπως ἐνημεροῦνται αἱ ἐπιχειρήσεις, προγραμματίζουν ἀναλόγως τὸ ἔργον των. Παραλλήλως ἐνημεροῦνται οἱ πωληταὶ καὶ οἱ διαφημισταί, οἵτινες ἀποτελοῦν τρίτον βασικὸν παράγοντα ἀναπτύξεως τῆς ἀγορᾶς κατὰ τὴν ἐφαρμογὴν μεθόδων προωθήσεως τῶν πωλήσεων καὶ διαφημίσεως τῶν αγαθῶν. Τέλος, διὰ τῶν μεθόδων προβολῆς αγαθῶν καὶ διαφημίσεως, ἐνημεροῦνται σχετικῶς καὶ οἱ πελάται τῶν ἐπιχειρήσεων.

1. Χαρακτηριστικά γνωρίσματα τῶν ἀγαθῶν

Ταῦτα ἀποτελοῦν τὰ συστατικά τῶν ἀγαθῶν, δι' ὧν καθίσταται ἐφικτή ἡ διάκρισις καὶ ἡ σύγκρισις τῶν. Κατ' ἀρχήν, τὰ ἐν λόγῳ χαρακτηριστικά διακρίνονται εἰς *ἀντικειμενικά* καὶ εἰς *ὑποκειμενικά*. Εἰς τὴν πρώτην κατηγορίαν ὑπάγονται τὰ ὕλικά χαρακτηριστικά τῶν παραγωγικῶν καὶ τῶν καταναλωτικῶν ἀγαθῶν, ὡς καὶ τὰ τῶν ἀπλῆς καὶ διαρκoῦς χρήσεως. Εἰς τὴν δευτέραν κατηγορίαν ὑπάγονται τὰ ψυχολογικά χαρακτηριστικά, τὰ δημιουργοῦντα ἐλατήρια ἐπηρεασμοῦ τῆς συμπεριφορᾶς τῶν ἀγοραστῶν.

α) *Παραγωγικά καὶ καταναλωτικά ἀγαθὰ* χαρακτηρίζονται τὰ παραγόμενα καὶ προοριζόμενα, τόσον πρὸς παραγωγήν ἑτέρων ἀγαθῶν, ὅσον καὶ πρὸς κατανάλωσιν. Τὰ πρῶτα τούτων συνίστανται ἐκ πρώτων καὶ βοηθητικῶν ὑλῶν, ἡμικατεργασμένων ἀγαθῶν καὶ κεφαλαιακοῦ ἐξοπλισμοῦ ἢ παραγωγικῶν ἐπεנדύσεων. Τὰ δευτέρα ἐξ αὐτῶν εἶναι τὰ ὀριστικῶς ἀποσυρόμενα ἐκ τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας καὶ προοριζόμενα νὰ ἱκανοποιήσουν ἀνάγκας τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ, δι' ἐξαφανίσεως ἢ τερματισμοῦ τῆς χρησιμότητός των κατὰ τὴν χρῆσιν των. Οὕτω, τὰ παραγωγικά ἀγαθὰ ἀναλίσκονται κατὰ τὴν παραγωγικὴν διαδικασίαν, μετὰ μίαν ἢ πολλαπλὴν χρῆσιν των, χωρὶς ὅμως νὰ ἐξαφανίζονται ἢ νὰ παύη ὑπάρχουσα ἢ χρησιμότης των. Ἀπλῶς, ταῦτα μεταποιοῦνται εἰς ἕτερα ἀγαθὰ ἢ ὑποβοηθοῦν τὴν παραγωγήν των. Ἀντιθέτως, τὰ καταναλωτικά ἀγαθὰ, χρησιμοποιούμενα, χάνουν τὴν χρησιμότητα ἢ τὴν ἀξίον των.

β) *Ἀπλῆς καὶ διαρκoῦς χρήσεως ἀγαθὰ* καλοῦνται τὰ χρησιμοποιούμενα ὑπὸ τῆς παραγωγῆς ἢ τῆς καταναλώσεως, πρῶτον μὲν ἅπας, δεύτερον δὲ βαθμιαίως. Τὰ πρῶτα τούτων ἀναλίσκονται διὰ μιᾶς χρήσεως, ὡς, π.χ., τὰ καύσιμα, τὰ πυρεῖα, ὁ χάρτης γραφῆς, τὰ ποτά, τὰ τρόφιμα, ὁ καπνὸς κλπ. Τὰ δευτέρα τούτων ἀναλίσκονται μετὰ πολλαπλὴν καὶ συχνὰ μακροχρόνιον χρῆσιν, ὡς π.χ., τὰ μηχανήματα, τὰ ἐργαλεῖα, τὰ μεταφορικά μέσα, τὰ ἐπιπλα, τὰ σκεύη, αἱ οἰκοδομαὶ, αἱ γραφίδες, τὰ ἐνδύματα, τὰ ὑποδήματα κλπ.

γ) *Ἀγαθὰ δημιουργοῦντα ἐλατήρια ἐπηρεασμοῦ τῆς συμπεριφορᾶς τῶν ἀγοραστῶν* (motivations), βάσει τῶν οικονομικῶν ἢ ψυχολογικῶν χαρακτηριστικῶν αὐτῶν γνωρισμάτων. Ταῦτα κυρίως ἀναφέρονται εἰς τὸν *βαθμὸν χρησιμότητος ἢ ὠφελείας* τὸν ὁποῖον προσπορίζονται διὰ τῆς χρήσεώς των οἱ ἀγορασταί. Ὁ βαθμὸς οὗτος προσδιορίζεται ἐκ τῆς *μορφῆς, τοῦ χρόνου, τοῦ χρόνου καὶ τῆς κτήσεως τῶν ἀγαθῶν ὑπὸ τῶν ἀγοραστῶν*. Ἡ χρησιμότης τῆς *μορφῆς* τῶν ἀγαθῶν καθορίζεται κατὰ τὴν παραγωγήν των καὶ δὴ τὴν ἐπιδίωξιν ἀριστοποίησεως τῆς ποιότητός των, ἀναλόγως τοῦ ἡδονιστικοῦ καὶ τοῦ λειτουργικοῦ προσδιορισμοῦ τῶν συστατικῶν αὐτῶν, ἥτοι βάσει οικονομικῶν καὶ τεχνικῶν κριτηρίων. Αἱ λοιπαὶ τρεῖς χρησιμότητες καθορίζονται ὑπὸ τῶν ἀγοραστῶν τῶν ἀγαθῶν. Ἡ χρησιμότης τοῦ *χρόνου* ἀναφέρεται εἰς τὸν τόπον ἔνθα προσφέρονται τὰ ἀγαθὰ ἀμέσως εἰς τοὺς ἀγοραστάς. Δι' ὃ καὶ ταῦτα διακρίνονται εἰς ἐγχώρια ἢ ἐδώδιμα, εἰς εἰσαγόμενα ἢ ἀποικιακά κλπ. Ἡ χρησιμότης τοῦ *χρόνου* ἀναφέρεται εἰς τὴν χρονικὴν στι-

γμήν καθ' ἣν ταῦτα καθίστανται ἐπιθυμητὰ καὶ ἀγοράζονται. Δι' ὃ καὶ διακρίνονται εἰς ἀγαθὰ συνεχοῦς ἢ ἐποχικῆς ζητήσεως κλπ. Ἡ χρησιμότης τῆς *κτεήσεως* ἀναφέρεται εἰς τὴν δυνατότητα ἀποκτήσεως αὐτῶν ὑπὸ τῶν ἀγοραστῶν, ἀναλόγως τῆς ἀπολύτου καὶ συγκριτικῆς ὑπεροχῆς τῶν. Ἡ ὑπεροχὴ αὕτη περιλαμβάνει σχετικῶς ἀρίστην ποιότητα, σπάνιον ἢ ἀποκλειστικότητα, βαθμὸν ἀναγκαιότητος, ἀποφυγὴν προσπαθείας, ὕψος τιμῶν καὶ δυνατότητα ὑποκαταστάσεως. Δι' ὃ καὶ γίνεται λόγος περὶ ἀγαθῶν καλύψεως φυσικῶν ἢ κοινωνικῶν ἀναγκῶν, πρώτης ἢ πολυτελοῦς ἀνάγκης, ὑφισταμένης ἢ δημιουργουμένης ἀνάγκης, ἀνωτέρων καὶ κατωτέρων στρωμάτων τῆς κοινωνίας ἀπὸ ἀπόψεως ἐκπολιτιστικῆς ἢ οἰκονομικῆς, μονοπωλιακῶν ἢ ἀνταγωνιστικῶν τιμῶν, περιωρισμένης ἢ μὴ προσφορᾶς κλπ.

Πέραν τῶν ἀνωτέρω ὑποκειμενικῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἀγαθῶν, ἅτινα ἐπηρεάζουν τὴν συμπεριφορὰν τῶν ἀγοραστῶν, ὑφίστανται καὶ *τεχνικὰ χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα*. Τὰ ἐν λόγῳ γνωρίσματα ἀναφέρονται εἰς τὰ ἐπικρατοῦντα εἰς τὴν ἀγορὰν ἀγαθὰ, ἀπὸ ἀπόψεως εἶδους, φυσικῆς αὐτῶν ἰδιοσυστάσις ἢ ποιότητος, ποσότητος, ὀνομασίας, ἀνταλλακτικότητος καὶ μορφολογίας τῶν—ἢτοι ἐμφανίσεως, ἔλκυστικότητος, μεγέθους, συσκευασίας αὐτῶν. Ἀναφέρονται συνάμα ταῦτα εἰς χρόνους παραγωγῆς τῶν ἀγαθῶν, μεθόδους παραγωγῆς τῶν (χειροποίητα, μηχανοποίητα, ἐπὶ παραγγελίᾳ, πληθοπαραγωγικῶς κλπ.), ὡς καὶ εἰς τὸ εἶδος καὶ τὸν τρόπον χρήσεως καὶ διατηρήσεως αὐτῶν.

Εἰς τὰ προμνησθέντα ὑποκειμενικὰ χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα τῶν ἀγαθῶν προστίθενται τελικῶς τὰ ἀναφερόμενα εἰς τὴν ἐπίδειξιν (*demonstration effect*) ἢ τὰς ἐμφύτους ὁρμὰς καὶ τάσεις τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ, ὡς καὶ τὸ ἀπεριόριστον τῶν ἀνθρωπίνων ἀναγκῶν. Ἐνταῦθα ὑπάγονται τὰ χαρακτηριστικὰ ἐκεῖνα τῶν ἀγαθῶν, τὰ ὁποῖα συντελοῦν εἰς τὴν *διάκρισιν* τοῦ κατόχου τῶν ἔναντι τρίτων, ὀφειλομένην εἰς ἔθιμα, συνηθείας, μιμήσεις, τέρψεις, συρμὸν (μόδαν), ἀμιλλαν, φιλοδοξίαν κλπ.

2. Χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα τῶν ἀγοραστῶν

Ἀγορασταὶ ἢ πελάται τῶν ἐπιχειρήσεων, εἶναι πρόσωπα προμηθεύμενα καὶ χρησιμοποιοῦντα ἀγαθὰ, ἔναντι καταβολῆς ἀντιτίμου. Οἱ ἀγορασταὶ ἢ πελάται οἵτινες ὑπῆρξαν, εἶναι ἐνεργοὶ καὶ εἶναι πιθανοὶ ἢ λαθάνοντες καθ' ἣν πελάται οἵτινες ὑπῆρξαν, εἶναι ἐνεργοὶ καὶ εἶναι πιθανοὶ ἢ λαθάνοντες καθ' ὅσον κατὰ τεκμήριον ἀντιμετωπίζουν κάλυψιν παρουσίας ἢ διεγειρομένης ἀνάγκης τῶν, συνιστοῦν τὴν *πελατεῖαν* τῶν ἐπιχειρήσεων. Ἐκ τῶν *προθέσεων τῶν ἀγοραστῶν* ἐξαρτᾶται κυρίως ἡ ὑπαρξίς καὶ ἡ εὐεξία τῶν ἐπιχειρήσεων, οὐχὶ δὲ τόσο ἐξ ἑτέρων παραγόντων, ὡς τῆς οἰκονομικῆς αὐτῶν ἐπιφανείας, τῆς παραγωγῆς τῶν, τῆς λοιπῆς δραστηριότητός τῶν κλπ. Οἱ ἀγορασταὶ ἔχουν τὴν δυνατότητα νὰ ἐκμηδενίσουν καὶ νὰ ἀναδεικνύουν ἐπιχειρήσεις. Δι' ὃ καὶ αὐτὴν δυνατότητα νὰ προσαρμόζονται ἐκάστοτε τὸ σύνολον τῶν δραστηριοτήτων τῶν πρὸς τὸ ἐπικρατοῦν *ρεῦμα τῶν ἀναγκῶν καὶ ἐπιθυμιῶν τῶν πελατῶν τῶν*.

Τὸ ἐν λόγῳ ρεῦμα παρακολουθεῖται συστηματικῶς διὰ τῶν ἐρευνῶν τῶν συνηθῶν τῆς ἀγορᾶς καὶ δι' *ειδικῶν ἀτομικῶν δελτίων τῶν πελατῶν*. Εἰς ἕκαστον τῶν δελτίων τούτων ἀναγράφονται ἑκάστοτε στοιχεῖα καὶ πληροφοροῖαι, σχετικαὶ πρὸς τὰ *χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα τῶν ἀγοραστῶν* ἀπὸ πλευρᾶς χαρακτῆρος αὐτῶν, κοινωνικο-οικονομικῆς κατατάξεώς των καὶ τόπου διαμονῆς των, ἀναφερόμενα :

α) *Ἀπὸ πλευρᾶς χαρακτῆρος τῶν ἀγοραστῶν, ἐκδηλουμένου κατὰ τὴν διενέργειαν συναλλαγῶν*, εἰς πληροφορίας διακρινούσας ἕκαστον πελάτην ὡς πρὸς τὴν πρωτοβουλίαν ἐπιλογῆς καὶ ἀγορᾶς ἀγαθῶν, τὴν παρ' αὐτοῦ ἀπομίμησιν ἐτέρων ἀγοραστῶν, τὸν ἐπηρεασμὸν τοῦ ἐκ τῶν ἀναπτυσσομένων ὑπὸ τῆς ἐπιχειρήσεως δημοσίων σχέσεων καὶ τῆς διαφημίσεώς της. Καταγράφονται ὡσαύτως εἰς τὰ ἐν λόγῳ δελτία πληροφοροῖαι χαρακτηρισμοῦ ἑκάστου ἀγοραστοῦ ὡς λογικοῦ, ἐνθουσιώδους, ἰσχυρογνώμονος, διστακτικοῦ, δυστρόπου κλπ., κατὰ τὸ στάδιον τῆς συναλλαγῆς αὐτοῦ μετὰ τῶν πωλητῶν τῆς ἐπιχειρήσεως.

β) *Ἀπὸ πλευρᾶς κοινωνικο-οικονομικῆς κατατάξεως τῶν ἀγοραστῶν*, εἰς στοιχεῖα καὶ πληροφορίας ἐπὶ τοῦ γένους, τῆς ἡλικίας, τοῦ ἐπαγγέλματος, τῆς μορφώσεως, τῶν συνηθῶν διαμονῆς αὐτῶν καὶ τοῦ περιβάλλοντος αὐτῆς, ἐπὶ τοῦ ὕψους τοῦ ὑπ' αὐτῶν καταναλισκομένου εἰσοδήματος, τοῦ βαθμοῦ τῆς ἀξιοπιστίας των εἰς τὴν ἀγοράν, τῆς συχνότητος καὶ τοῦ ὄγκου τῶν ἀγορῶν των, τῶν ὑπ' αὐτῶν χρησιμοποιουμένων ἀγωγῶν διανομῆς τῶν ἀγαθῶν κλπ.

γ) *Ἀπὸ πλευρᾶς τόπου διαμονῆς τῶν ἀγοραστῶν*, εἰς στοιχεῖα προσδιορισμοῦ χώρας, γεωγραφικοῦ διαμερίσματος, τόπου διαμονῆς (πόλεως, κοινοπόλεως κλπ., μετὰ διευθύνσεως καταστήματος ἢ κατοικίας), ὡς καὶ εἰς στοιχεῖα χαρακτηρισμοῦ αὐτῶν ὡς ἀστῶν ἢ ἀγροτῶν, ὡς ἐδρευόντων ἢ κατοικούντων εἰς κεντρικὸν ἢ συνοικιακὸν τμήμα μιᾶς πόλεως, ἢ εἰς περιοχὴν τινα ἐκτὸς πόλεως κλπ.

Βιβλιογραφία

- R. Mainer καὶ Ch. Slater : «Μέθοδοι ἀξιοποιήσεως τῶν μεταβολῶν προτιμήσεως τῶν καταναλωτῶν». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Ἰουλ. - Σεπτ. 1964, σσ. 316 - 8 καὶ 384 - 5.
- Ἐ. Μητσιάλη : «Ἡ αὐτοῦ μεγαλειότης ὁ πελάτης». Ἀθῆναι, 1961.
- Κλ. Β. Μπανταλούκα : «Ἡ συνολικὴ κατανάλωσις». Πειραιεύς, Γραφεῖον Οἰκονομικῶν Ἐρευνῶν Α.Β.Σ., 1962.
- Κ. Ἰ. Πάπης : «Πρόσδος τοῦ ἐμπορίου μὲ Merchandising». Εἰς Δημοσιότητα καὶ Προβολήν, Ἰουν. 1963, σσ. 21 - 2.
- Β. Ν. Σαρσένη : «Ὁ καταναλωτής, ὡς βᾶσις τῆς ἐπιχειρηματικῆς δραστηριότητος ἐντὸς τῆς ἀγορᾶς». Θεσσαλονίκη, 1961.
- A. L. Edwards : «Product Standards and Labeling for Consumers». New York, Ronald Press, 1940.
- H. Henry : «Motivation Research; Its Practice and Uses for Advertising, Market-

- ing, and other Business Purposes». London, Crosby Lockwood, 1958.
- J. W. Newman: «Motivation Research, and Marketing Management». Boston, Harvard University, 1957.
- G. H. Smith: «Motivation Research in Advertising and Marketing». New York, McGraw - Hill, 1954.
- J. W. Wingate, and C. A. Nolan: «Fundamentals of Selling; Meeting Consumer Demand». Eighth edition, Cincinnati, Ohio, South - Western Publishing Co., 1964.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΕΙΚΟΣΤΟΝ ΤΡΙΤΟΝ

ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΑΓΑΘΩΝ

Πρωτογενής ή φυσική προβολή αγαθών είναι ή έλκυστική ή ύποβλητική παρουσιάσις και επίδειξις αὐτῶν αὐτουσίῳν. Ἡ *παρουσίασις* (presentation) τῶν ἀγαθῶν συνίσταται εἰς ὀρθήν καὶ έντυπωσιακὴν ἐμφάνισιν, διὰ καταλλήλου ταξιθετήσεως καὶ ἐναποθέσεως αὐτῶν ἐντὸς καὶ ἐκτὸς τῶν αἰθουσῶν πωλήσεως των. Αὕτη διενεργεῖται ἐπὶ τῇ βάσει διαφόρων *κριτηρίων* καὶ κυρίως τῶν τῆς *ἐπικαιρότητος* (συρμοῦ, ἐποχῆς, νεωτερισμῶν), τῆς *εὐκαιρίας* (ἐκπτώσεων, εἰδικῶν ἐξυπηρητήσεων, τέλους ἐποχῆς) καὶ τῆς *προβολῆς γοήτρου* (ἀγαθῶν πολυτελείας, ὑψηλῆς ποιότητος, χρησιμοποιουμένων ὑπὸ προσωπικοτήτων). Ἡ *ἐπίδειξις* (display) τῶν ἀγαθῶν συνιστᾷ τὴν ἐκφρασίαν τῆς στρατηγικῆς προωθήσεως τῶν πωλήσεων, διὰ παροχῆς εὐκαιριῶν παρατηρήσεως, ἐξετάσεως καὶ δοκιμῆς τῆς χρήσεως τῶν ἀγαθῶν τούτων.

Τὸ γεγονός τῆς προβολῆς *αὐτουσίῳν τῶν ἀγαθῶν*, καθιστᾷ τὰς σχετικὰς μεθόδους προνομιακάς, ἔναντι τῶν τῆς δευτερογενοῦς προβολῆς αὐτῶν. *Δι' ὃ καὶ αἱ προθῆκαι, αἱ ἐκθέσεις καὶ αἱ δειγματοδοτήσεις*, αἰτινες εἶναι αἱ κυριώτεροι τῶν μεθόδων πρωτογενοῦς προβολῆς ἀγαθῶν, ἀποτελοῦν τὸν πλέον ἐπιτυχητὸν ἢ εἰσαγωγὴν εἰς τὴν ἐφαρμογὴν τῶν μεθόδων αὐτοπροσώπου προωθήσεως τῶν πωλήσεων, ἀπὸ πλευρᾶς προκλήσεως τῆς προσοχῆς, τοῦ ἐνδιαφέροντος, τῆς ἐπιθυμίας καὶ τῆς ἀποδοχῆς ἐκ μέρους τῶν πελατῶν διὰ τὴν ἀποδοχὴν εἰς προμήθειαν ἀγαθῶν.

Αἱ γενικαὶ ἀρχαὶ τῶν μεθόδων πρωτογενοῦς προβολῆς ἀγαθῶν, εἶναι κατὰ βᾶσιν αἱ ἑξῆς:

α) *Τῆς διαμορφώσεως τοῦ φυσικοῦ περιβάλλοντος* τῶν αἰθουσῶν πωλήσεως κατὰ τρόπον, ὥστε νὰ προκαλῆ τοῦτο διαρκῶς εὐεργετικὴν φυσιολογικὴν καὶ ψυχολογικὴν ἐπίδρασιν ἐπὶ τε τῶν πελατῶν καὶ τοῦ προσωπικοῦ τῆς ἐπιχειρήσεως. Ἡ διαμόρφωσις αὕτη ἀναφέρεται κυρίως εἰς τὴν ὑπαρξίν, εὐνοϊκῶν ὄρων ἀπὸ ἀπόψεως ὑγιεινῆς, ἀσφαλείας, φωτισμοῦ, χρωματισμοῦ, διακοσμῆσεως, ὀχλήσεων ἐκ θορύβου, μουσικῆς μεταδόσεως, ἀτμοσφαιρικῶν συνθηκῶν κλπ.

β) *Τῆς διαρρυθμίσεως τῶν χώρων* τῶν αἰθουσῶν πωλήσεως εἰς τρεῖς βασικὰς διακρίσεις καὶ μεγέθη, ἧτοι εἰς χώρους κυκλοφορίας, ἀναπαύσεως καὶ ψυχαγωγίας τῶν πελατῶν (ἐκτάσεως περίπου 50% τοῦ συνόλου), εἰς χώ-

ρους προβολής τῶν ἀγαθῶν καὶ διενεργείας συναλλαγῶν (ἐκτάσεως περίπου 40% τοῦ συνόλου) καὶ εἰς χώρους συμπληρωματικῶν ἐξυπηρετήσεων τῆς πελατείας (ἐκτάσεως περίπου 10% τοῦ συνόλου).

γ) *Τῆς ταξιθετήσεως τῶν ἀγαθῶν*, βάσει ἐπικρατούσης ταξινομήσεως, κατὰ σχέσιν χρήσεως αὐτῶν, κατὰ ἐποχὰς ἢ συρμούς καὶ διὴ κατὰ ὁμοιογενεῖς κατηγορίας ἢ ομάδας μὲ περιωρισμένον ἀριθμὸν ἀγαθῶν ἐξ ἑκάστου. Οὕτως, ἕκαστος πελάτης, διερχόμενος πρὸ οἰασθήποτε προθήκης, ὁδηγεῖται αὐτομάτως εἰς τὴν ἀνεύρεσιν τῶν ἐπιθυμητῶν ἀγαθῶν, κατὰ τρόπον ὥστε σὺν τῷ χρόνῳ νὰ δημιουργηθῆται εἰς αὐτὸν ἕξις, καθισταμένη ἰσχυρὰ ροπή πρὸς μηχανικὴν ἐπανάληψιν ἐνεργειῶν. Ἡ ροπή αὕτη ἀποτελεῖ προνόμιον εἰδικῆς προωθήσεως τῶν πωλήσεων.

δ) *Τῆς ἐναποθέσεως τῶν ἀγαθῶν* εἰς σταθερὰς «στρατηγικὰς» θέσεις ἢ σημεία ἢ βάρβα ἢ προθήκας, βάσει τῶν γνωστῶν ἀφορισμῶν «ὁ πελάτης ἀγοράζει βλέπων» καὶ «ἐμπόρευμα ἐμφανὲς πωλεῖται ταχέως». Οὕτως, ἡ ἐν λόγῳ ἐναπόθεσις συντελεῖ εἰς τὴν ἄμεσον ἐμφάνισιν τῶν ἀγαθῶν, ἐντὸς τῆς ὀπτικῆς ἀκτίνας ὅσον τὸ δυνατὸν περισσοτέρων ἐκ τῶν πελατῶν, καθισταμένη «μαγνήτης τῶν ὀφθαλμῶν» καὶ συνάμα παρέχουσα τὴν εὐχέρειαν τῆς παραλαβῆς των δι' ἐλαχίστης προσπάθειας. Σχετικὰ πειράματα ἔδειξαν, ὅτι τὰ πρὸς πώλησιν ἀγαθὰ, ἅτινα εἶναι ἐναποθεθειμένα εἰς τὸ ὕψος τῶν ὀφθαλμῶν, πωλοῦνται ταχύτερον τῶν λοιπῶν.

Αἱ προθήκαι ἐντὸς καὶ ἐκτὸς τῶν αἰθουσῶν πωλήσεως συνδυάζουν τὸν ἐμπορικὸν καὶ τὸν αἰσθητικὸν παράγοντα, ἐπὶ τῷ τέλει μεγαλυτέρας προβολῆς τῶν ἀγαθῶν, κατὰ τρόπον ἄμεσον ἢ καὶ ἀκαριαῖον. Αὗται *τοποθετοῦνται καθέτως καὶ ὀριζοντίως, συνιστάμεναι* κυρίως ἐξ ἐνθεμίων (ροφίῶν), ἀνοικτῶν θηκῶν, ἐρμαρίων, «γουνδολῶν» μὲ ἐνθέμια εἰς τὰς τέσσαρας πλευρᾶς των, περιστρεφόμενων κρεμαστῶν, συρματίνων καλᾶθων ἐπαλλήλως ἐναποθεμένων διὰ τῆς χρήσεως εἰδικῶν ἀγκίστρων κλπ., ὡς καὶ ἐξ εἰδικῶν χώρων ἐκτὸς τῶν αἰθουσῶν πωλήσεως, συνήθως προφυλασσομένων διὰ κρυσταλλίνων ἢ ὑαλίνων πινάκων.

Αἱ ἰδιότητες τῆς ἐπιτυχοῦς προθήκης συνίστανται ἐν πολλοῖς εἰς τὴν ἐνότητα, ἀπλότητα, πρωτοτυπίαν, ποικιλίαν καὶ δυνατότητα ὁρατότητος αὐτῆς. Αἱ ἰδιότητες αὗται ταυτίζονται σχεδὸν πρὸς τὰς ὁμοίας τῆς ἐφαρμογῆς τῆς ἀρχῆς δημοτικότητος τῶν διαφημιστικῶν μηνυμάτων. Δι' ὃ καὶ αὗται ἀναπτύσσονται εἰς ἀκολουθοῦν κεφάλαιον, περὶ ἀρχῶν δημοτικότητος καὶ πειστικότητος μηνυμάτων. Κρίνεται, ἐν τούτοις, σκόπιμον ὅπως γίνῃ λόγος δι' αὐτὰς καὶ ἐνταῦθα, ἀπὸ εἰδικωτέρας σκοπιᾶς, σχετικῆς πρὸς τὴν προθήκην. Ἡ ἐνόησις ἀναφέρεται εἰς τὴν ὁμοιότητα τῶν συνθετικῶν παραγόντων τῆς προθήκης, ἡ ὁποία προβάλλει ὠρισμένην ὁμάδα ὁμοειδῶν ἀγαθῶν. Ἡ ἀπλότης συμβάλλει εἰς τὴν ἀποφυγὴν περιττῶν στολισμῶν καὶ ἐξεζητημένων προβολῶν ἀγαθῶν. Ἡ *πρωτοτυπία* συναρπάζει καὶ καθηλώνει τὴν πελατεῖαν πρὸ τῶν ἐκθεμάτων. Ἡ *ποικιλία* δημιουργεῖται συνήθως διὰ τῆς συχνῆς (π.χ., ἅπαξ τῆς ἐβδομάδος) ἐναλλαγῆς τῆς διακοσμῆσεως ἢ τῆς σκηνοθεσίας. Ἡ δυνατότης *ὁρατότητος* βασιζέται εἰς τὴν ἀρχὴν τῆς ἐναποθέσεως τῶν ἀγα-

θῶν, διευκολυνομένη περαιτέρω διὰ καταλλήλου φωτισμοῦ. Ὁ φωτισμὸς οὗτος ἐπιτρέπει εὐχερῆ καὶ εὐχάριστον παρατήρησιν τῶν προβαλλομένων ἀγαθῶν, προκαλῶν ἐντυπώσεις γοητείας.

Ἡ ἔκθεσις ἀγαθῶν εἰς προθήμας ἐκτὸς τῶν αἰθουσῶν πωλήσεως συνήθως πραγματοποιεῖται εἰς χώρους ὀλίγον ἀπέχοντας τῆς εἰσόδου τῶν αἰθουσῶν τούτων. Αὕτη συγκεντρώνει τὰς ιδιότητες τῆς ἐπιτυχοῦς προθήκης, εἰς βαθμὸν ὥστε νὰ διακρίνεται, νὰ ἐλκύη τὰ βλέμματα καὶ νὰ καθίσταται τὸ ἐπίκεντρον τῆς προσοχῆς (attractive) τοῦ διερχομένου κοινοῦ. Ἀποτελεσματὸς τῆς προβολῆς ταύτης εἶναι ἐνίοτε τὸ γεγονός, ὅτι ὄρκετοὶ τῶν διερχομένων πλησιάζουν τὴν ἔκθεσιν, ἐλκύονται ἐκ τῶν ἐκθεμάτων τῆς καὶ ἐνίοτε ὀδηγοῦνται ἄνευ χρονικῆς ἀναβολῆς εἰς τὰς αἰθούσας πωλήσεων πρὸς διενέργειαν συναλλαγῶν, τῇ ἀμέσῳ ταύτης ἐπιδράσει.

Ἡ γενικὴ ἢ ἐνυτέρως μορφῆς ἔκθεσις, δίκην δειγματολογίου ἐξ αὐθεντικῶν ἀγαθῶν διενεργεῖται ἐκ μέρους μιᾶς καὶ συνήθως πλείονων ἐπιχειρήσεων, πρὸς περαιτέρω διείσδυσιν τῶν ἀγαθῶν των εἰς τὴν ἀγοράν, ἢ πρὸς κατάκτησιν νέων ἀγορῶν. Αὕτη κατὰ κανόνα πραγματοποιεῖται εἰς ἐκτεταμένους εἰδικούς καὶ πλεονεκτικούς ἀπὸ πλευρᾶς προσπελάσεως χώρους καὶ εἰς μεταφορικὰ μέσα (πλωτῆ, ἐπὶ ἀμαξοστοιχίας κλπ.), ἐκτάκτως, περιοδικῶς καὶ διαρκῶς, χαρακτηριζομένη τοπικῆ, ἐθνικῆ ἢ διεθνῆς. Διὰ τῆς ἐν λόγῳ ἐκθέσεως δημιουργοῦνται, διὰ διαφόρων μέσων ἢ τεχνασμάτων, πόλοι ἕλξεως τῆς προσοχῆς καὶ ὑποβοηθεῖται ἀκολουθῶς τὸ προσελκνύμενον ἢ ἐνδιαφερόμενον ἀγοραστικὸν κοινὸν ὅπως περιεργασθῆ καὶ ἐνημερωθῆ ἐπὶ τῶν προσφερομένων ἀγαθῶν, ὡς πρὸς τὰ χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα καὶ τοὺς ὄρους πωλήσεως, δυνάμενον τοῦτο ἐν συνεχείᾳ νὰ προβῆ ἀτομικῶς εἰς παραγγελίας ἢ καὶ ἀμέσους ἀγορὰς εἰς τοὺς χώρους τῆς ἐκθέσεως. Σχετικῶς οἱ Ἀγγλοσάξονες καθορίζουν τὰ διαδοχικὰ στάδια ἐπηρεασμοῦ τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ ὑπὸ τῆς ἐκθέσεως, διὰ τῆς φράσεως «στάσου, πρόσεξε, ἐξέτασε, ἀγόρασε» (stop, look, learn, buy).

Ἡ δειγματοδότησις ἀγαθῶν πρὸς δοκιμὴν ἀποτελεῖ τὴν πλέον ἀνεπιβεβαιωμένην καὶ πειστικὴν ἐπίδειξιν αὐτῶν. Σχετικῶς ἡ ἐπιχειρήσις διανέμει δωρεὰν εἰς τὴν ἐνεργὸν καὶ τὴν πιθανὴν πελατείαν, εἴτε μικρὰς ποσότητος ἀγαθῶν, ὑπὸ μορφὴν «δειγμάτων ἄνευ ἀξίας», εἴτε δειγματολόγια. Βάσει τούτων, ἕκαστος παραλήπτης ἔχει τὴν εὐκαιρίαν νὰ δοκιμάσῃ τὸν βαθμὸν χρησιμότητος τῶν ἀγαθῶν (ὡς εἰς περιπτώσεις καταναλωτικῶν ἀγαθῶν ἀπλῆς χρήσεως), ἢ νὰ παρατηρήσῃ καὶ ἐξετάσῃ τὰ χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα αὐτῶν, ἀνέτως, εἰς τὸ περιβάλλον τῆς ἐπιχειρήσεως ἢ τῆς κατοικίας του. Ἡ τοιαύτη δοκιμὴ συντελεῖ, πράγματι, εἰς περαιτέρω διείσδυσιν εἰς τὴν ἀγοράν.

Βιβλιογραφία

- Γ. Κ. Ζαφείρα : «Ἡ πολιτικὴ τῆς προβολῆς τῶν ἐλληνικῶν προϊόντων». Εἰς Λογιστικὴν Ἐπιθεώρησιν, Ἰαν. - Φεβρ. 1964, σσ. 1 - 6.
 Μ. Jonbert : «Τὸ λανσάρισμα ἐνὸς βιομηχανικοῦ προϊόντος». Εἰς Λογιστικὴν Ἐπιθεώρησιν, Ἰαν. - Φεβρ. 1959, σσ. 3 - 4.

- Θ. Κ. Θεοφιλοπούλου : «Ο σκοπός τῶν διεθνῶν ἐμπορικῶν ἐκθέσεων». Εἰς Σπουδᾶς, 'Ιαν. - Φεβρ. 1966, σσ. 489 - 91.
- Α. Μιχαηλίδη καὶ Μ. Β. Παυλίδη : «Πίσω ἀπὸ τὴν βιτρίνα. Προβλήματα τοῦ συγχρόνου καταστήματος». Ἀθῆναι, ἔκδοσις περιοδικοῦ Δημοσιότης καὶ Προβολή, 1962.
- A. J. Wood : «Ἡ προώθησις νέων προϊόντων». Εἰς Δημοσιότητα καὶ Προβολήν, Αὐγ. 1960, σσ. 21 - 2.
- R. Ferber, and H. G. Wales (editors) : «Motivation and Marketing Behaviour». Homewood, Ill., R. D. Irwin, 1958.
- J. A. Howard : «Marketing: Executive and Buyer Behavior». New York, Columbia University Press, 1963.
- F. M. Jones : «Retail Merchandising». Homewood, Ill., R. D. Irwin, 1957.
- F. Neuveu - Nivelle : «Promotion des ventes; Clé du succès». Paris, Dunod, 1965.
- G. B. Roth : «Successful Sales Presentations». Englewood Cliffs, N. J., Prentice - Hall, 1955.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΕΙΚΟΣΤΟΝ ΤΕΤΑΡΤΟΝ
ΜΕΘΟΔΟΙ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΟΥΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΑΓΑΘΩΝ

Δευτερογενής ἡ τεχνικὴ προβολὴ ἀγαθῶν εἶναι ἡ προσωπικὴ ἐξω-επιχειρηματικὴ ἐπικοινωνία μετὰ περιορισμένων κατηγοριῶν πελατείας, πρὸς ἀπ' εὐθείας σκόπιμον καὶ ἡλεγμένην τῆς πελατείας ταύτης ἐνημέρωσιν, ὑπόμνησιν, διαφώτισιν καὶ ἐπιρρασμόν. Ἡ ἐπικοινωνία αὕτη ἐπιτυγχάνεται διὰ μεθόδων, ἀφ' ἐνὸς μὲν ἀναπαραστάσεως καὶ περιγραφῆς ἀγαθῶν, ἀφ' ἑτέρου δὲ προσφορᾶς εἰδικῶν δῶρων. Αἱ ἐν προκειμένῳ μέθοδοι ἐφαρμόζονται, συναρτήσῃ τοῦ κόστους καὶ τῆς ἀποδόσεώς των.

Πλέον ἀποτελεσματικαὶ καθίστανται αἱ μέθοδοι δευτερογενοῦς προβολῆς ἀγαθῶν, ὃ ἀν ἐφαρμόζονται ὑπὸ ὅσον τὸ δυνατόν περιορισμένου ἀριθμοῦ ἐπιχειρήσεων εἰς δεδομένην ἀγοράν. Ὅσον διευρύνεται καὶ κυρίως παραμένει ἀμετάβλητος ὁ τρόπος ἐφαρμογῆς τῶν ἐν λόγῳ μεθόδων, ἐπὶ τοσοῦτον αἱ ἐν προκειμένῳ μέθοδοι καθίστανται οἰκονομικῶς ἀσύμφοροι καὶ συνεπῶς περιτταί. Δι' ὃ καὶ τὸ εἶδος, ὡς καὶ τὸ περιεχόμενον τῶν μέσων ἐφαρμογῆς αὐτῶν, μεταβάλλεται κατὰ σύντομα χρονικὰ διαστήματα ἢ ἐποχάς, ὡς καὶ ἀναλόγως τοῦ μεγέθους τῶν συναλλαγῶν τῆς ἐπιχειρήσεως μετὰ τῆς πελατείας τῆς καὶ τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῆς τελευταίας. Ἰδιαιτέρως λαμβάνονται ὑπ' ὄψιν τὰ χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα τῶν ἀγοραστῶν, ἀπὸ πλευρᾶς κοινωνικο-οἰκονομικῆς αὐτῶν κατατάξεως καὶ τόπου διαμονῆς των. Εἶναι δὲ δυνατόν τὸ αὐτὸ μέσον μεθόδου τινὸς δευτερογενοῦς προβολῆς ἀγαθῶν, νὰ προορίζεται ὅπως ἐπιρράσῃ πλείονας ἢ καὶ ὀλιγωτέρους πελάτας τῆς ἐπιχειρήσεως.

1. Αἱ μέθοδοι ἀναπαραστάσεως καὶ περιγραφῆς ἀγαθῶν χρησιμοποιοῦνται, τόσο πρὸς σχηματισμόν καὶ διατήρησιν διαρκῶν εὐνοϊκῶν διὰ τὰ ἀγαθὰ ἐντυπώσεων, ὅσον καὶ πρὸς παροχὴν πληροφοριῶν καὶ στοιχείων ἐπὶ τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων των, ἐν συνδυασμῷ πρὸς τὰς ἐπιθυ-

(έορτασμών, δεξιώσεων, δημοσίων όμιλιών) και έτέρων έκδηλώσεων τής έπιχειρήσεως.

Η ευνοϊκή επίδρασις των δώρων τούτων εις τήν προβολήν των αγαθών αύξάνει, όσον ταύτα καθίστανται ήλεγμένως έπιθυμητά έκ μέρους των άποδεκτών των ή τυγχάνουν τής έπιδοκιμασίας των. Έπίσης έξυψούται ή σημασία του δώρου, όσον τουτο έχει σχέσιν τινά προς τά προβαλλόμενα αγαθά, Ιδία από άπόψεως χρησιμοποίησεως των. Π.χ., προκειμένου περι ποτών, δώρα από θήκας φιαλών, κρυσταλλίνας φιάλας, κύπελλα κλπ., θεωροϋνται Ιδιαιτέρως έπιθυμητά, ένω συγχρόνως έκάστη τούτων χρήσις ύπενθυμίζει τά οικεία αγαθά.

Αναλόγως προς την κλίμακα τής αξίας και τής σπανιότητος των δώρων, αύξάνει ή προβολή των αγαθών. Δι' ό και πολλοί των ένεργών πελατών είναι διατεθειμένοι πολλάκις, όπως ούχι μόνον προμηθεύονται ώρισμένα αγαθά, αλλά και καταβάλλουν ύψηλοτέρας των συνήθων τιμάς δι' αύτά, προκειμένου ούτω νά άποκτήσουν δώρα μεγάλης αξίας, άσυνήθη, πρωτότυπα και διαρκούς χρήσεως. Η έπίδιώξις αύτη των πελατών Ικανοποιείται διά τής συγκεντρώσεως χορηγουμένων υπό τής έπιχειρήσεως μικρών άποδεικτικών, έναντι των έκάστοτε καταβαλλομένων άντιτίμων των άγοραζομένων αγαθών (ώς άποκομμάτων έκ των ταινιών άθροίσεως των ταμιακών μηχανημάτων ή ειδικών κουπονιών). Η συγκέντρωσις και παράδοσις εις τήν έπιχείρησιν τοιούτων άποδεικτικών εις ώρισμένα επίπεδα χρηματικών ποσών συντελεί εις τήν παραλαβήν άντιστοίχου χρησιμότητος ή αξίας καθιερούμενου δώρου ή δώρων. Τά πλείστα των δώρων τούτων, όταν δέν συνδέονται προς τήν χρήσιν των προβαλλομένων αγαθών, περιέχουν έξωτερικώς μικράς άναπαραστάσεις ή συντόμους περιγραφάς τής ποιότητος και τής χρήσεως των αγαθών.

Παραδείγματα ειδικών δώρων άποτελοϋν αί γραφίδες, σί εικόνες, όί ήμεροδεικται, όί όδηγοί έπιχειρηματιών, περιηγητών κλπ., διάφορα είδη όικιακής χρήσεως και ένδύσεως, εισιτήρια ταξιδίων κλπ.

Βιβλιογραφία

- G. Gogne : «Η έπιστολική διαφήμισις». Εις Δημοσιότητα και Προβολήν, Νοεμ. - Δεκ. 1965, σσ. 32 - 3.
- W. Danham : «Τά δώρα φέρουν πωλήσεις». Εις Δημοσιότητα και Προβολήν, Άπρ. 1963, σσ. 13 - 4.
- K. B. Druck : «Τό πρόγραμμα έπικοινωνίας και οι δέκα τύποι προσωπικών έπαφών». Εις Δελτίον Διοικήσεως Έπιχειρήσεων, Ίουλ. - Αύγ. 1963, σσ. 44 - 5 και 49.
- Κλ. Β. Μπανταλούκα : «Η έπιβαλλομένη υπό των μεταποιητικών έπιχειρήσεων όργανώσεις έπικοινωνιών και άνθρωπίνων σχέσεων». Εις Σπουδάς, Σεπτ. - Όκτ. 1965, σσ. 129 - 47.
- Σ. Δ. Μπούκη : «Μέθοδοι προαγωγής των πωλήσεων και διαφημίσεων». Εις Δελτίον Διοικήσεως Έπιχειρήσεων, Φεβρ. 1963, σσ. 20 - 1.
- R. W. Ferrell : «Customer - Oriented Planning». New York, American Management Association, 1964.

- R. F. Kosobud, and J. N. Morgan (editors): *Consumer Behavior of Individual Families Over Two and Three Years**; Studies. Ann Arbor, Mich., University of Michigan, 1964.
- J. H. Menning, and C. W. Wilkinson: «Communicating Through Letters and Reports». Third edition. Homewood, Ill., R. D. Irwin, 1963.
- F. Nepveu-Nivelle: «Le 'service,' et l'après-vente, idées et techniques de Service aux différents stades achat-vente». Paris, Dunod, 1964.
- W. F. Nerthue: «Managing by Communication». New York, McGraw-Hill, 1960.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΕΙΚΟΣΤΟΝ ΠΕΜΠΤΟΝ

ΜΕΘΟΔΟΙ ΤΡΙΤΟΓΕΝΟΥΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΑΓΑΘΩΝ

Τριτογενής ή οικονομική προβολή αγαθών είναι ή χρηματική διευκόλυνσις και ενίσχυσις τῆς ενεργοῦ πελατείας τῶν ἐπιχειρήσεων, πρὸ και μετὰ τὰς συναλλαγὰς. Αὕτη παροτρύνει τὸ ἀγοραστικὸν κοινὸν ἵνα σκεφθῆι δυνατότητα, διὰ νὰ ἐπωφεληθῆ εὐκαιριῶν αὐξήσεως τῆς ἀγοραστικῆς ἰκανότητος και συμπληρωματικῆς ἐξυπηρετήσεώς του. Αἱ κυριώτεραι τῶν σχετικῶν μεθόδων εἶναι αἱ κατωτέρω.

1. Ἡ μέθοδος καθορισμοῦ τιμῶν πωλήσεως και παροχῆς συμπληρωματικῶν ἐξυπηρετήσεων

Ἡ μέθοδος αὕτη στηρίζεται εἰς τὴν *ὀργανωτικὴν ἀρχήν*, καθ' ἣν ή ἀποδοτικότητα τῶν πωλήσεων βελτιοῦται ὅταν δεδομένη ἐπιχείρησις πωλῆι τὸ αὐτὸ εἶδος και μέγεθος αγαθῶν εἰς χαμηλοτέραν κατὰ μονάδα τιμὴν τῆς γενικῶς διαμορφουμένης εἰς τὴν ἀγοράν. Ἐν ἄλλοις λόγοις, ή ἐφαρμογή τῆς ἀρχῆς ταύτης συνεπάγεται διείσδυσιν τῶν αγαθῶν εἰς διαρκῶς εὐρύτερα στρώματα ἀγοραστικοῦ κοινοῦ με μικροτέραν ἀγοραστικὴν δύναμιν. Τὸ γεγονός δὲ τοῦτο παρέχει περαιτέρω δυνατότητα ὑποβιβασμοῦ τῶν τιμῶν πωλήσεως.

Δι' ὃ και ἀναλόγως τοῦ βαθμοῦ ἐλαστικότητος τῆς ζήτησεως αγαθῶν, ὀργανώσεως και λειτουργίας τῆς ἐπιχειρήσεως και τῶν ἐν γένει συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς, ἐπιδιώκεται συστολή τοῦ κόστους παραγωγῆς και διανομῆς, πρὸς καθορισμὸν *χαμηλῶν τιμῶν*, αἵτινες καθίστανται *ἐνιαῖαι* δι' ἅπαντας τοὺς ἀγοραστὰς τῆς αὐτῆς δυναμικότητος, διαρκούσης ἐκάστης περιόδου γενικῆς σταθερότητος τοῦ ἐπιπέδου τῶν τιμῶν. Αἱ οὕτω διαμορφούμεναι τιμαὶ καταχωροῦνται εἰς *τιμοκαταλόγους*, ἀποτελοῦντας τὴν βάσιν τῆς *σταθερότητος* αὐτῶν. Παραλλήλως, *ἀναγράφονται αὐταὶ ἐπὶ τῆς συσκευασίας* ἐκάστου αγαθοῦ, πρὸς διευκόλυνσιν τῆς πελατείας εἰς τὸν προγραμματισμὸν τῶν ἀγορῶν τῆς, πρὸς ἐπιτάχυνσιν τοῦ ρυθμοῦ τῶν συναλλαγῶν και πρὸς ἐπικράτησιν κλίματος ἐμπιστοσύνης.

Ἡ παροχὴ συμπληρωματικῶν ἐξυπηρετήσεων συνίσταται εἰς τὴν πρόθυμον, ταχεῖαν και ἀσφαλῆ διευκόλυνσιν ἐκάστου ἀγοραστοῦ μεθ' ἐκάστην

συναλλαγῆν. Συγκεκριμένως, αὕτη ἀναφέρεται εἰς τὴν παροχὴν διευκολύνσεων πληρωμῆς τοῦ ἀντιτίμου τῶν ἀγοραζομένων ἀγαθῶν καὶ τῆς παραλαβῆς των, ὡς καὶ εἰς τὴν πρόθυμον ἀντικατάστασιν ἢ καὶ ἀποδοχὴν ἐπιστροφῆς ἀγορασθέντων καὶ μὴ ἱκανοποιούντων πλήρως τοὺς πελάτας ἀγαθῶν, μετ' ἐπιστροφῆς τῆς καταβληθείσης ἀξίας των. Προκειμένου δὲ περὶ ἀγαθῶν διαρκοῦς χρήσεως, ἡ παροχὴ συμπληρωματικῶν ἐξυπηρετήσεων ἐπεκτείνεται εἰς τὴν μεταφορὰν, ἐγκατάστασιν, παροχὴν ὁδηγιῶν χρήσεως καὶ ἀνάληψιν ὑποχρέωσης συντηρήσεως καὶ ἐπισκευῆς, μὲ μικρὰν ἢ καὶ μὲ οὐδεμίαν πρόσθετον οἰκονομικὴν ἐπιβάρυνσιν τοῦ πελάτου.

2. Ἡ μέθοδος παροχῆς τιμολογιακῶν ἐκπτώσεων (discounts)

Αὕτη συνίσταται εἰς τὴν προσωρινὴν ἢ καὶ μόνιμον μείωσιν κατὰ ποσοστὸν τοῦ ὕψους τῶν ἐπικρατουσῶν τιμῶν τῶν ἀγαθῶν, πρὸς διαμόρφωσιν τῶν λεγομένων «*τιμῶν εὐκαιρίας*», τῶν ὁποίων ἐκάστοτε ἐπώφελεται ἡ πελατεία τῶν ἐπιχειρήσεων. Ἡ ἐν λόγῳ μείωσις ποικίλλει ἀναλόγως τῶν *κρίσεων* καὶ ἡ συχνότης τῶν συναλλαγῶν, ἡ σπουδαιότης τῶν πελατῶν, ἡ κατηγορία τῶν ἀγωγῶν διανομῆς καὶ ἡ τάσις ἐνθαρρύνσεως τῆς ζητήσεως ἀγαθῶν. Εἰδικώτερον ἐπιδιώκεται ἐνθάρρυνσις τῆς ζητήσεως ἀγαθῶν προβαλλομένων καὶ διαφημιζομένων εἰς δεδομένην χρονικὴν περίοδον, ὡς καὶ νέων ἢ βελτιωμένων τύπων αὐτῶν, τὸ πρῶτον εἰσαγομένων εἰς τὴν ἀγορὰν. Τέλος, ἡ μέθοδος αὕτη τυγχάνει ἐφαρμογῆς ὅταν παρατηρῆται εἰς τὴν ἀγορὰν κάμψις τῆς ζητήσεως.

3. Ἡ μέθοδος παροχῆς ἐκπτώσεων, λόγῳ τέλους ἐποχῆς ἢ συρμοῦ (sales)

Αὕτη ἐφαρμόζεται εἰς δύο περιπτώσεις: Συνήθως, ἅμα τῷ πέρατι ἢ ἐκτὸς τῆς *ἐποχῆς χρησιμοποίησεως* ὠρισμένων καταναλωτικῶν ἀγαθῶν διαρκοῦς χρήσεως, ὡς ἀγαθῶν ἐνδύσεως καὶ ὑποδήσεως. Ἐν Ἑλλάδι, ἡ μέθοδος αὕτη ἐφαρμόζεται κατὰ τὸ πρῶτον εἰκοσαήμερον ἐκάστου Φεβρουαρίου καὶ Αὐγούστου. Σπανιώτερον, ἐφαρμόζεται ἡ ἀνωτέρω μέθοδος ἅμα τῷ πέρατι ἢ ἐκτὸς τοῦ *συρμοῦ χρησιμοποίησεως* τῆς αὐτῆς περίπου κατηγορίας ἀγαθῶν, ὡς καὶ ἐπὶ ἀγαθῶν ἐπιπλώσεως καὶ γενικῶς οἰκιακῆς χρήσεως. *Τὸ ὕψος τῶν ἐκπτώσεων* ποικίλλει κατὰ κατηγορίας ἀγαθῶν καὶ ἐπιχειρήσεων, ἀναλόγως τῶν κριτηρίων ἐφαρμογῆς τῆς μεθόδου παροχῆς τιμολογιακῶν ἐκπτώσεων, ὡς καὶ ἐτέρων σχετικῶν πρὸς τὰς ἐν γένει συνθήκας τῆς ἀγορᾶς καὶ διὰ τὸ κόστος καὶ τὸν ὄγκον τῶν προσφερομένων ἀγαθῶν. Ὑφίσταται, πάντως, τάσις ὅπως τὸ ὕψος τοῦτο φθάνη ἐκάστοτε εἰς ποσοστὸν ἔναντι τῶν προηγούμενων συνήθων τιμῶν, ὥστε νὰ ἐπιτρέπη ἑλάχιστον ἢ καὶ οὐδὲν κέρδος, ἐνίοτε δὲ νὰ προκαλῆ ζημίαν. Αἱ μετὰ τὴν ἐκπτώσιν διαμορφούμεναι *τιμαὶ ἀναγράφονται* ἐπὶ τῆς συσκευασίας ἐκάστου ἀγαθοῦ, διαγραφόμενων τῶν προηγουμένων τιμῶν κατὰ τοῦτον, ὥστε νὰ εἶναι ἐμφανῆς ἡ διαφορά. Ἄνα-

ἐπὶ πιστώσει πωλήσεων ἐντὸς δεδομένης χρονικῆς περιόδου. Ὁ ὄγκος οὗτος πρέπει νὰ φθάνη μέχρις ἐκείνου τοῦ ὕψους, καθ' ὃ μειοῦνται εἰς τὸ ἐλάχιστον οἱ κίνδυνοι ἐξ ἐπισφαλῶν πελατῶν, ἄνευ κάμψεως τῶν πωλήσεων. Δεύτερον, τῆς πιστωτικῆς ἐπιφανείας ἐκάστου πελάτου, ἀναλόγως τοῦ βαθμοῦ ἀξιοπιστίας ἢ φερεγγυότητος ἢ οἰκονομικῆς καταστάσεως αὐτοῦ, πρὸς ἀντιστάθμισιν κινδύνων μὴ πλήρους ἀποπληρωμῆς τοῦ ἀντιτίμου τῶν ἀγοραζομένων ἐπὶ πιστώσει ἀγαθῶν. Τρίτον, τοῦ χρόνου, τοῦ ὕψους ἐκάστης τμηματικῆς ἀποπληρωμῆς καὶ τῶν λοιπῶν συναφῶν ὄρων, ὡς τῆς διατηρήσεως ἢ μὴ ὑπὸ τῶν πωλητῶν τοῦ ἐμπραγμάτου δικαιώματος τῆς κυριότητος ἐπὶ τῶν πωλουμένων ἀγαθῶν μέχρις ἐξοφλήσεως τοῦ τιμήματος κλπ.

5. Ἡ μέθοδος συμμετοχῆς τῶν πελατῶν εἰς τὰ ἐπιχειρηματικά κέρδη

Αὕτη ἀποτελεῖ βελτιωμένην παραλλαγὴν τῆς μεθόδου προσφορᾶς ἐδικῶν δώρων. Εἰς τὸ τέλος ἐκάστης ἐτησίως διαχειριστικῆς χρήσεως τῆς ἐπιχειρήσεως, οἱ πελάται αὐτῆς προσκομίζουσι ἀποδεικτικά καταβληθέντων παρ' αὐτῶν χρημάτων πρὸς ἀγορὰν ἀγαθῶν. Βάσει τῶν ἀποδεικτικῶν τούτων, διακαίϋται ἕκαστος πελάτης νὰ εἰσπράξη ἀνάλογον ποσοστὸν ἐπὶ τοῦ συνόλου τῶν διατιθεμένων πρὸς διανομὴν εἰς τοὺς πελάτας κερδῶν.

Οὕτω, τὸ ἐνδιαφέρον τῆς πελατείας τῆς ἐπιχειρήσεως καθίσταται μακροχρόνιον καὶ συνεχές, μὲ τάσιν ὅπως ἡ ἐπιχείρησις καταστῆ ὁ μοναδικὸς τῆς πελατείας προμηθευτῆς παντοειδῶν ἀγαθῶν. Ἡ μέθοδος αὕτη ἐφαρμόζεται κυρίως παρ' ἐπιχειρήσεων ἐνώσεως καταναλωτῶν ἢ παρὰ συνεταιρισμῶν.

Βιβλιογραφία

- Σ. Ἰ. Ἀγαπηεῖδη : «Αἱ πωλήσεις μὲ δόσεις». Εἰς Ἀρχεῖον Οἰκονομικῶν καὶ Κοινωνικῶν Ἐπιστημῶν, 1959, σσ. 419 - 27.
- Γ. Π. Δράκου : «Αἱ πωλήσεις μὲ δόσεις, μέσον κοινωνικῆς ἀνάδου». Εἰς Σπουδᾶς, Νοεμ. - Δεκ. 1964, σσ. 249 - 52.
- Ch. L. Hinkle : «Ἡ στρατηγικὴ τῶν τιμολογιακῶν ἐκπτώσεων». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Μαρτ. 1966, σσ. 153 - 7.
- F. Nepveu - Nivelles : «Τί πρέπει νὰ κάνετε γιὰ νὰ πωλήσετε τὰ βιομηχανικά σας προϊόντα». Εἰς Παραγωγικότητα, Νοεμ. - Δεκ. 1964, σσ. 3 - 6.
- H. Rühle von Lilienstern : «Ἐνεργὸς πολιτικὴ προμηθειῶν καὶ διαθέσεως προϊόντων». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Νοεμ. - Δεκ. 1964, σσ. 523 - 6.
- B. Dixon : «Price Discrimination and Marketing Management». Ann Arbor, Michigan, University of Michigan, 1960.
- R. G. Englesman, and N. L. Englesman : «Keys to Modern Selling». New York, McKay Co., 1955.
- J. S. Meyer, and E. L. Harling : «Merchandise Control and Budgeting». Revised edition. New York, National Retail Merchants Association, 1965.
- F. J. Meystre : «Sales Magic that Multiplies Earnings». Englewood Cliffs, Prentice - Hall, 1965.
- F. Nepveu - Nivelles : «Techniques modernes d'expansion des ventes dans l'industrie». Paris, les Éditions d'Organisation, 1962.

ΜΕΡΟΣ Ζ'

ΟΡΓΑΝΩΣΙΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΔΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΣ ΑΓΑΘΩΝ

Όργανωσις διαφημίσεως αγαθών (goods advertising management) καλείται τὸ σύνολον τῶν ἐνεργειῶν μοζικῆς ἐπικοινωνίας, ἵνα ἐπιτευχθῆ, ἀμέσως μὲν ἐνημέρωσις καὶ παρακίνησις δι' ἐνεργὸν ζήτησιν, ἀπωτέρω δὲ ἐνέργεια συναλλαγῶν καὶ διεύρυνσις τῆς πελατείας δεδομένης ἐπιχειρήσεως.

Ἐκ τοῦ ὀρισμοῦ τούτου προκύπτει, ὅτι ἡ ὀργανωσις διαφημίσεως αγαθῶν διευκολύνει καὶ συμπληρώνει τὸ ἔργον τῆς ὀργανώσεως τῆς διανομῆς των, ἔτι δὲ καὶ τῆς προβολῆς αὐτῶν. Εἰς τὴν ἀποστολὴν ταύτην συμβάλλει ἀποκλειστικῶς ἡ *μαζικὴ ἐπικοινωνία* (mass communication), διὸ τῆς ἐγγράφου ἢ προφορικῆς διατυπώσεως, διὰ τῆς ἀναπαραστάσεως, ὡς καὶ διὰ τῆς δημοσίᾳ μεταδόσεως ἀπροσώπων ἢ δευτερογενῶν *μηνυμάτων* (messages), δι' ὧν ἐπισημαίνονται φυσικαὶ καὶ κοινωνικαὶ ἀνάγκαι ἢ ἐπιθυμίαι τοῦ ἐν γένει ἀγοραστικοῦ κοινοῦ. Ἡ μετάδοσις αὕτη πραγματοποιεῖται δι' ἀκουστικῆς, ὀπτικῆς ἢ ἀκουστικο-ὀπτικῆς *δημοσιότητος* (publicity), δίκην ἐπικοινωνίας μεταξύ πομπῶν καὶ δέκτου, διὰ τινῶν διαφημιστικῶν μέσων (media). Πομπὸς ἐν προκειμένῳ εἶναι ἡ διαφημιζοῦσα ἐπιχείρησις, δέκται δὲ οἱ ἀναγνώ-σται, ἀκραταὶ καὶ θεαταὶ τῶν οἰκείων μηνυμάτων τῆς, οἵτινες συνιστοῦν τμῆμα τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ αγαθῶν καταναλώσεως καὶ παραγωγῆς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΕΙΚΟΣΤΟΝ ΕΚΤΟΝ

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΣ

Ἡ ἐπιλογή, ὁ καθορισμὸς καὶ ὁ συντονισμὸς τῶν βασικῶν παραγόντων ἐπιτυχοῦς *προγραμματισμοῦ* τῆς διαφημίσεως πραγματοποιοῦνται συμφώνως πρὸς τὰ ἐξαγόμενα πορίσματα ἐκ τῆς ἐκάστοτε ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς.

Τὰ πορίσματα τῆς ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς ἀναφέρονται ἐν προκειμένῳ καὶ κατὰ κύριον λόγον εἰς τὴν διαπίστωσιν τοῦ βαθμοῦ τῆς πιθανολογουμένης νὰ διαμορφωθῆ *ιδανικῆς συμπεριφορᾶς* τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ ἔναντι τῶν οἰκείων μηνυμάτων. Δι' ὃ καὶ πρωτίστως διαπιστοῦται ὁ βαθμὸς ὀργανώσεως εἰς τὴν ἀγοράν, ἀφ' ἐνὸς μὲν τῶν προσφεροῦσῶν ἀγαθῶν ἐπιχειρήσεων, ἀπὸ πλευρᾶς παραγωγῆς καὶ διανομῆς τῶν ἀγαθῶν, μετὰ τῆς προβολῆς καὶ τῆς διαφημίσεώς των, ἀφ' ἑτέρου δὲ τῆς ἐνεργοῦ ζήτησεως τῶν καταναλωτῶν καὶ τῶν ἐπενδυτῶν, ἧτοι τοῦ ἐν γένει ἀγοραστικοῦ κοινοῦ.

Εἰς τὸς διαπιστώσεις ταύτας περιλαμβάνονται, ὡς εἶναι εὐνόητον, καὶ αἱ σχετικαὶ πρὸς τὰ σημαντικώτερα, διὰ τὸν προγραμματισμὸν τῆς διαφημίσεως ἀγαθῶν, *χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα* τῶν τε ἀγαθῶν καὶ ἀγοραστῶν, ἴδια δὲ ἐκείνων οἵτινες πιθανολογεῖται ὅτι θὰ δεῖξουν σχετικὸν ἑνδιαφέρον.

Οἱ βασικοὶ παράγοντες προγραμματισμοῦ τῆς διαφημίσεως εἶναι οἱ ἀκόλουθοι ἑπτὰ: α) Ἡ πρόβλεψις τῆς διαφημιστικῆς διεισδύσεως. β) Ὁ προυπολογισμὸς δαπανῶν διαφημίσεως. γ) Ὁ χρόνος καὶ ἡ συχνότης διενεργείας ἐκάστης διαφημιστικῆς ἐξορμήσεως. δ) Οἱ διαφημιστικοὶ στόχοι. ε) Αἱ ἀρχαὶ δημοτικότητος καὶ πειστικότητος τῶν μηνυμάτων. στ) Αἱ μέθοδοι ἐπιτεύξεως διαφημιστικῶν στόχων. ζ) Τὰ μέσα δημοσιότητος μηνυμάτων. Τυχὸν παράλειψις ἐπιλογῆς, καθορισμοῦ καὶ συντονισμοῦ ἐνὸς τῶν ἀνωτέρω βασικῶν παραγόντων ἔχει πάντοτε ὡς ἐπακόλουθον τὴν ἀποτυχίαν τοῦ ὅλου διαφημιστικοῦ προγραμματισμοῦ. Ἐκ τῶν παραγόντων τούτων, ἐξετάζονται κατωτέρω οἱ τρεῖς πρῶτοι, ἐνῶ δι' ἕκαστον τῶν λοιπῶν, ἀφιερῶται ἴδιον ἐν συνεχείᾳ κεφάλαιον.

1. Πρόβλεψις τῆς διαφημιστικῆς διεισδύσεως (forecasting of advertising penetration)

Αὕτη ἀποσκοπεῖ εἰς τὴν ἐκ τῶν προτέρων σχετικὴν γνῶσιν τοῦ θετικοῦ ἢ τοῦ ἀρνητικοῦ βαθμοῦ εὐοδώσεως ἐκάστης διαφημιστικῆς ἐξορμήσεως. Ἡ πρόβλεψις αὕτη συντελεῖ, τόσον εἰς τὴν διενέργειαν σχετικῶν συγκρίσεων, ἐπανασταθμίσεων, ἀναπροσαρμογῶν καὶ ἀναθεωρήσεων σημερινῶν ἢ μελλοντικῶν διαφημιστικῶν ἐξορμήσεων, ὅσον καὶ εἰς τὴν ἀποφυγὴν περιττῶν καὶ δὴ σημαντικῶν δαπανῶν, ἀνευ πιθανολογουμένων ἀντιστοιχῶν ἀποτελεσμάτων.

Οὕτω, πρὸ τῆς διενεργείας ἐκάστης σχεδιαζομένης διαφημιστικῆς ἐξορμήσεως, μὲ διαφόρους διαζευκτικούς συνδυασμούς αὐξομειώσεων σχετικῶν μεγεθῶν, ἐπιδιώκεται ἢ κατὰ προσέγγισιν ἐξακριβῶσις τοῦ θετικοῦ ἢ ἀρνητικοῦ βαθμοῦ ἀποδόσεως τῆς. Οἱ ἐν λόγῳ συνδυασμοὶ μεγεθῶν ἀναφέρονται κυρίως εἰς τοὺς βασικοὺς παράγοντας προγραμματισμοῦ τῆς διαφημίσεως, ἕκαστος τῶν ὁποίων τυγχάνει ἰδιαίτερας *δοκιμαστικῆς ἐρεύνης* (pilot survey).

Αἱ οικονομομετρικαὶ μέθοδοι, συνδυάζουσαι εἰδικὰς μεθόδους οἰκονομικῆς ἐρεύνης καὶ δὴ τὴν μαθηματικὴν καὶ τὴν στατιστικὴν, ὑποβοηθοῦν εἰς τὴν κατάστρωσιν καὶ ἐπίλυσιν *ὑποδειγμάτων ἀντιστοιχομετρικῆς καὶ μεσομετρικῆς* (models of simulmetrics and mediametrics), βάσει τοῦ γραμμικοῦ ἢ μὴ προγραμματισμοῦ. Εἰς τὰ ὑποδείγματα ταῦτα συσχετίζονται ποσοτικὰ μεγέθη ἀπάντων τῶν βασικῶν παραγόντων προγραμματισμοῦ τῆς διαφημίσεως, κατ' εἶδος καὶ ἀριθμὸν, μετὰ μεγεθῶν σχετικῶν πρὸς τὸν ἀριθμὸν καὶ τὸν βαθμὸν τῶν προξενουμένων ἀντιδράσεων τῶν δειγματοληπτικῶς ἐπιλεγόμενων δεκτῶν τῶν μηνυμάτων. Τὰ δειγμάτων ταῦτα τῶν δεκτῶν, κατὰ περιοχάς, κατηγορίας καὶ χρόνους, ἀνάγονται τελικῶς εἰς τὸ σύνολον τοῦ προβλεπομένου ἢ πιθανολογουμένου ἀγοραστικοῦ κοινοῦ. Ἀκολουθῶς ἀξιολο-

γούνται αι αντιδράσεις (αντίκτυποι, έπιπτώσεις, ύποδοχή) του κοινού του-του, κατά προτεραιότητα διαφημιστικών στόχων και καθ' ύπόδειγμα.

Αι κλασσικαι μέθοδοι έρεύνης των συνθηκών της άγοράς ύποβοη-θοϋν επίσης και διή θετικώτερον εις την πρόβλεψιν τής διαφημιστικής διεισ-δύσεως, κατόπιν ιδιαιτέρας *δοκιμαστικής έρεύνης* έκάστου σχεδιαζομένου συνδυασμοϋ των προμνησθέντων ποσοτικών μεγεθών. Η δοκιμαστική, μάλι-συνδυασμοϋ των προμνησθέντων ποσοτικών μεγεθών. Η δοκιμαστική, μάλι-στα, έρευνα του είδους τούτου έπιτρέπει και την έκτίμησιν ποιοτικών στοι-χείων συμπεριφοράς των δεκτών των μηνυμάτων. Παραδείγματα εφαρμογής τής δοκιμαστικής ταύτης έρεύνης, διὰ των ειδικών μεθόδων τής παρατηρή-σεως, του πειραματισμοϋ, τής άνακρίσεως και τής στατιστικής, αναφέρονται εις τά περι έρεύνης των συνθηκών τής άγοράς.

Οι έκπρόσωποι των άγωγών διανομής άγαθών, ως και αι διαφημιστι-και όργανώσεις η ειδικαι έπιχειρήσεις διαφημίσεως, είναι επίσης εις θέσιν να ύποβοηθήσουν έμπειρικώς η ύποκειμενικώς εις την όρθην πρόβλεψιν τής δια-φημιστικής διεισδύσεως. Κατά κανόνα, οϋτοι έχουν σχετικήν πείραν και συνάμα τηροϋν άρχειον προγραμμάτων και μέσων των διενεργουμένων έκά-στοτε ύπό τινος έπιχειρήσεως και των ανταγωνιστών της διαφημιστικών έξορμήσεως. Οϋτως, η έπιχείρησις αύτη άποστέλλει εις αυτούς σχέδια των ύπό δοκιμασίαν μηνυμάτων, προς κατατοπισμόν των, σύγκρισιν και τελικώς διατύπωσιν άπόψεών των βελτιώσεως η αντικαταστάσεως των σχεδίων τού-των. Αι άπόψεις των τελευταίων συνοδεύονται και άπό σχετικήν έπιχειρη-ματολογίαν θετικών και άρνητικών αντιδράσεων των πελατών των και των ίδιων, ίνα τεθῆ ύπ' όψιν τής ήγεσίας τής έπιχειρήσεως κατά την ύπ' αύτης λήψιν αναλόγου άποφάσεως.

Ο συντονισμός οϋτος έπιστήμης και έμπειρίας άποδίδει πάντοτε τά βέλτιστα των άποτελεσμάτων έκ τής τοιαύτης προβλέψεως τής διαφημιστι-κής διεισδύσεως.

2. Ο προϋπολογισμός δαπανών διαφημίσεως (advertising expenditures budget)

Οϋτος καταρτίζεται, έκτελείται, έλέγχεται και αναθεωρείται ύπό των *μεγάλων έπιχειρήσεων*, βάσει τής προαναφερθείσης μεθοδολογίας προ-βλέψεως τής διαφημιστικής διεισδύσεως. Τοιουτοτρόπως έπιτυγχάνεται η *άριστη κατανομή* των διαφημιστικών δαπανών, κατά κατηγορίας άγαθών, αγοραστών, άγορών, χρόνων, συχνότητος, στόχων, άρχών, μεθόδων και μέσων. Δι' ό και η έν λόγω κατανομή συντελεί ώστε να προσδιορίζεται έκά-στοτε τό έλάχιστον χρηματικόν ποσόν διαφημίσεως, όπερ είναι δυνατόν να διατεθῆ διὰ την έπίτευξιν των καλυτέρων και μεγαλυτέρων άποτελεσμάτων. Έχει άποδειχθῆ στατιστικώς εις τας Η.Π.Α., ότι τά άποτελέσματα ταϋτα *είς καθαρά κέρδη* κυμαίνονται μεταξύ 110 - 175 % του συνόλου των δανα-νών διαφημίσεως. Έτεροι δέ στατιστικά έρευναι έδειξαν, ότι αι δαπάναι δια-φημίσεως φθάνουν τά 2 - 5 % του κύκλου των πωλήσεων, εις άξίαν η όγκον.

Ἡ κατὰ τὰ ἀνωτέρω μεθοδολογία εἰς τὴν περίπτωσιν τῶν *μεσαίου* καὶ *μικροῦ μεγέθους ἐπιχειρήσεων* ὑποκαθίσταται πολλάκις δι' ἐμπειρικῶν ὑπολογισμῶν. Σχετικῶς καθορίζεται ποσοστὸν δαπανῶν διαφημίσεως, ἐν σχέσει πρὸς τὸν κύκλον ἐργασιῶν τῆς παρελθούσης χρονικῆς περιόδου ἢ τὰ κέρδη κατὰ διαφημιζόμενον εἶδος ἀγαθῶν. Ἐνίοτε, πάλιν, καθορίζονται συνολικῶς αἱ δαπάναι διαφημίσεως, συναρτήσῃ τῆς ἐν γένει οἰκονομικῆς καταστάσεως τῆς ἐπιχειρήσεως, τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἀγαθῶν καὶ τῶν ἀγοραστῶν, ὡς καὶ τῶν δαπανῶν διαφημίσεως τῶν ἀνταγωνιστριῶν ἐπιχειρήσεων.

Οὕτως ἀποφεύγονται *ἐνδεχόμενα οἰκονομικῶν δυσχερειῶν* τῶν διαφημιζουσῶν ἐπιχειρήσεων ἢ δυσαναλογιῶν μεταξύ τῶν διαφημιστικῶν δαπανῶν καὶ τῶν ἐξ αὐτῶν ἀποτελεσμάτων. Αἱ δαπάναι δὲ αὗται, ἐφ' ὅσον ἐπιτρέπουν αἱ κρατοῦσαι συνθήκαι ἀνταγωνισμοῦ, ἐπιβαρύνουν τελικῶς καὶ προσωρινῶς τὴν τιμὴν πωλήσεως. Ἡ ἀνωτέρω ἐπιβάρυνσις ἀποτελεῖ ἀμοιβὴν τῶν ἐπιχειρήσεων ἔναντι τῆς παρεχομένης παρ' αὐτῶν ἐξυπηρετήσεως τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ, λόγῳ γνωστοποιήσεως εἰς αὐτὸ τῆς ὑπάρξεως πλεονεκτηούντων ἢ νέων ἀγαθῶν καὶ λόγῳ σχετικῆς διαπαιδαγωγήσεώς του. Ὅσον ὅμως ἡ ἐπιτυχὴς διαφήμισις καθίσταται πλέον ἀποδοτικὴ, διευρύνουσα καὶ ἀναπτύσσουσα τὰς συναλλαγάς, ἐπὶ τοσοῦτον αὐτὴ συμβάλλει εἰς τὸν ὑποβρασμὸν τοῦ κόστους καὶ συνεπῶς καὶ τῆς τιμῆς ἐκάστης μονάδος ἀγαθοῦ. Αἱ σταθεραὶ δαπάναι τῆς ἐπιχειρήσεως κατανέμονται ἐπὶ μεγαλυτέρου συνεχῶς ἀριθμοῦ μονάδων τῶν πωλουμένων ἀγαθῶν.

3. Ὁ χρόνος καὶ ἡ συχνότης διενεργείας ἐκάστης διαφημιστικῆς ἐξορμήσεως

Εἰς τὸν προγραμματισμὸν τοῦ χρόνου καὶ τῆς συχνότητος διενεργείας ἐκάστης διαφημιστικῆς ἐξορμήσεως, διὰ μὲν τὰς μεγάλας ἐπιχειρήσεις, συμβάλλει ἡ προμνησθεῖσα μεθοδολογία προβλέψεως τῆς διαφημιστικῆς διεισδύσεως, διὰ δὲ τὰς λοιπὰς ἡ σχετικὴ ἐμπειρία αὐτῶν καὶ τῶν διαφημιστικῶν ὀργανώσεων ἢ ἐπιχειρήσεων. Τοιοῦτοτρόπως καθίσταται ἐφικτὸς ὁ καθορισμὸς τῆς *ἀρίστης ἐκάστοτε κατανομῆς καὶ κλιμακώσεως* τῶν διαφημιστικῶν δραστηριοτήτων, ἀπὸ πλευρᾶς συχνότητος, ἐντάσεως καὶ ἐκτάσεως.

Κρίνεται ὡς ἀπαραίτητος ὁ *προγραμματισμὸς τοῦ χρόνου* διενεργείας ἐκάστης διαφημιστικῆς ἐξορμήσεως, ἀναλόγως τῶν προβλεπομένων πιθανοτήτων ὅπως οὕτω προκληθοῦν ἄμεσα ἀποτελέσματα ἢ μακροχρόνιος ἀνιούσα τάσις τῆς φήμης καὶ τῶν πωλήσεων. Σχετικῶς δύναται ὑπὸ μορφήν παραδείγματος νὰ λεχθῆ, ὅτι προκειμένου περὶ ἀγαθῶν ἐποχικῆς καταναλώσεως ἢ ἐπενδύσεως, ἡ διαφημιστικὴ ἐξόρμησις ἀρχεται ὀλίγας ἡμέρας πρὸ τῆς προβλεπομένης πραγματοποιήσεως τῶν συναλλαγῶν, συνεχίζεται δὲ αὕτη, προοδευτικῶς ἐκτεινομένη καὶ ἐντεινομένη ἐπὶ τινος εἰσέτι ἡμέρας. Εἰς τὴν περίπτωσιν, πάλιν, τῆς εἰσαγωγῆς εἰς τὴν ἀγορὰν νέων ἀγαθῶν, ἡ διαφημιστικὴ ἐξόρμησις διενεργεῖται κατὰ τὰς χρονικὰς ἐκείνας περιόδους, καθ' ἃς διευκολύ-

νεται περισσότερο τὸ κοινὸν ὅπως προβαίνει εἰς ἀγορὰν ἀγαθῶν, ὡς κατὰ τὴν ἀνοίξιν καὶ τὸ φθινόπωρον.

Ἡ συχνότης διενεργείας ἐκάστης διαφημιστικῆς ἐξορμήσεως προσελκύει βαθμιαίως ὄλονεν καὶ περισσότερο ἀγοραστικὸν κοινόν. Ἐν προκειμένῳ ὑποστηρίζεται, ὅτι ὡς ὁ πλίνθος ἐπὶ τοῦ πλίνθου συντελεῖ εἰς τὴν σὺν τῶ χρόνῳ ἀνοικοδόμησιν, οὕτω καὶ τὸ μήνυμα ἐπὶ τοῦ μηνύματος καλλιέργει τὰς συνθηεῖας τοῦ κοινοῦ ἐνημερώσεως καὶ ὑπομνήσεως καὶ δὴ κατὰ καθοριζομένην χρονικὴν περιодικότητα.

Αἱ συχναὶ ἐπαναλήψεις τῶν διαφημιστικῶν μηνυμάτων κατὰ διαδοχικῶς περιοδικὰ χρονικὰ διαστήματα ἢ ἀκόμη καὶ ταυτοχρόνως ἀλλὰ μὲ διάφορα μέσα, ἐπιβάλλουν ὅπως τὸ περιεχόμενον τῶν μηνυμάτων περιορίζεται εἰς τὴν ἐπίσημανσιν ἀπλῶν καὶ σημαντικῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἀγαθῶν. Οὕτως ἐπιτυγχάνεται, τόσον ἢ σὺν τῶ χρόνῳ ἐντονωτέρα χάραξις εἰς τὴν μὴμην τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ τῶν ἐν λόγῳ χαρακτηριστικῶν, ὅσον καὶ ἡ βαθμιαία αὐτοῦ πειθὴ περὶ ὑπάρξεως ἀνάγκης του καὶ περὶ δυνατοῦτος καλυτέρας ἱκανοποιήσεως αὐτῆς διὰ τῆς κτήσεως καὶ τῆς χρήσεως τοῦ συνεχῶς διαφημιζομένου ἀγαθοῦ.

Βιβλιογραφία

- P. Bertier* καὶ *B. Roy* : «Αἱ δυνατότητες ἐφαρμογῆς τῆς ἐπιχειρησιακῆς ἐρεῦνης στὴ διαφήμισι». Εἰς Ἑλληνικὴν Ἐπιθεώρησιν Ἐπιχειρησιακῆς Ἐρεῦνης, Φεβρ. - Μαρτ. 1965, σσ. 43 - 51.
- I. Grossack* καὶ *R. Kelly* : «Μέτρησις τῆς ἀποτελεσματικότητος τῆς διαφημίσεως». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Μαρτ. - 1964, σσ. 95 - 8.
- Σ. Κ. Ζευγαρίδης* : Προβλήματα μετρήσεως τῆς ἀποδοτικότητος τῆς διαφημίσεως. Εἰς Δελτίον Ἐμπορικοῦ καὶ Βιομηχανικοῦ Ἐπιμελητηρίου Ἀθηνῶν, Ἰουν. 1966, σσ. 53 - 63.
- Α. Π. Κανελλοπούλου* : «Ἡ σημασία τῆς διαφημίσεως εἰς τὴν λειτουργίαν τῆς οἰκονομίας». Εἰς Δελτίον Ἐμπορικοῦ καὶ Βιομηχανικοῦ Ἐπιμελητηρίου Ἀθηνῶν, Μαρτ. 1966, σσ. 48 - 56.
- Χ. Ἰ. Παπαδοπούλου* : «Ἡ μέτρησις τῆς διαφημίσεως». Εἰς Δημοσιότητα καὶ Προβολήν, Μαρτ. 1963, σσ. 5 - 9.
- J. Bernkap* : «Management and Creative Advertising». Toronto, Burus and Mac Eachern, 1960.
- R. H. Colley* : «La publicité, se definit et se mesure». Paris, Comité National de l'Organisation Française, 1964.
- D. B. Lucas, and S. H. Britt* : «Measuring Advertising Effectiveness». New York, McGraw - Hill, 1963.
- N. Wedding, and R. S. Lessler* : «Advertising Management». New York, Ronald Press, 1962.
- R. S. Weinberg* : «An Analytical Approach to Advertising Expenditure Strategy». New York, Association of National Advertisers Inc., 1960.

ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΧΩΝ

Δύο είναι αἱ βασικαὶ κατηγορίαι τῶν διαφημιστικῶν στόχων, κατὰ τὸν ὀρισμὸν τῆς ὀργανώσεως διαφημίσεως τῶν ἀγαθῶν. Εἰς τὴν *πρώτην* κατηγορίαν ἀνήκουν οἱ *ἄμεσοι στόχοι* τῆς ἐνημερώσεως καὶ τῆς παρακινήσεως τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ δι' ἐνεργὸν ζήτησιν ἀγαθῶν. Οὗτοι περιλαμβάνουν τὰ ἐξῆς στάδια ἐπιδράσεώς των. Τὸ τῆς διαπαιδαγωγήσεως τοῦ κοινοῦ, τὸ τῆς ἐξάρσεως κατ' αὐτὸ τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἀγαθῶν, ἵνα ταῦτα ἀποκτήσουν γόητρον καὶ φήμην, καὶ τὸ τῆς παρακινήσεως τοῦ κοινοῦ δι' ἐνεργὸν ζήτησιν ἀγαθῶν, κατόπιν ἀλύσεως προηγουμένων ἐπιδράσεων τῶν μηνυμάτων ἐπὶ τῶν δεκτῶν των. Εἰς τὴν *δευτέραν* κατηγορίαν ἀνήκουν οἱ *ἀπώτεροι στόχοι* τῆς διενεργείας συναλλαγῶν καὶ διευρύνσεως τῆς πελατείας δεδομένης ἐπιχειρήσεως.

Ἡ διαπαιδαγώγησις τοῦ κοινοῦ συνίσταται εἰς τὴν εὐρείαν, ἀληθῆ καὶ ἐπακριβῆ *γνωστοποίησιν* εἰς αὐτὸ, τόσον τῆς ὑπάρξεως εἰς τὴν ἀγορὰν ἐμπορευσίμων ἀγαθῶν, ὅσον καὶ τῶν κυριωτέρων χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων των, μετὰ τῶν χρησιμοτήτων καὶ χρήσεών των. Οὕτω, τὸ ἀπληροφόρητον ἀγοραστικὸν κοινόν, ὃπερ δὲν ἔχει προηγουμένως ἐπισκεφθῆ ἢ συναλλαγῆ μετὰ τῆς διαφημιζούσης ἐπιχειρήσεως, εὐρίσκει τὴν εὐκαιρίαν, ἄνευ ἀξιολόγου προσπάθειας, νὰ διαφωτισθῆ, κατατοπισθῆ καὶ καθοδηγηθῆ ἐπὶ τῶν ὑφιστάμενων εἰς τὴν ἀγορὰν ἀγαθῶν καὶ ἐπὶ τῶν δυνατοτήτων ἀποκτήσεως καὶ χρήσεώς των, ὑπὸ ὄρους εὐνοϊκοῦ καὶ συμφέροντος. Τὰ γνωστοποιούμενα ἀγαθὰ ἀνήκουν εἰς ὑφιστάμενα, εἰς ποιοτικῶς βελτιωθέντα, εἰς διατιθέμενα μὲ μικροτέρας τιμᾶς, εἰς εἰσαγόμενα τὸ πρῶτον εἰς τὴν ἀγορὰν, εἰς συμβάλλοντα εἰς τὴν ἀποκάλυψιν ἢ δημιουργίαν νέων ἐπιθυμιῶν τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ, κλπ.

Ἡ ἔξαρσις τῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἀγαθῶν. Ἴνα ταῦτα ἀποκτήσουν γόητρον καὶ φήμην, ἀποτελεῖ ὑπόσχεσιν τῆς ἐπιχειρήσεως περὶ πλεονεκτημάτων αὐτῶν, ἧτις προϋποθέτει δυνατότητα διακρίσεως καὶ ὑπεροχῆς των ἔναντι ἐτέρων ὁμοειδῶν ἀγαθῶν. Ἡ διαπίστωσις τῆς τοιαύτης ὑπεροχῆς συντελεῖ εἰς τὴν *ικανοποίησιν* καὶ περαιτέρω εἰς τὴν ἐδραΐωσιν *ἐμπιστοσύνης* τοῦ κοινοῦ, ἧτις δημιουργεῖ καὶ ἐπαυξάνει τὸ γόητρον καὶ τὴν φήμην τῶν ἀγαθῶν, ἔτι δὲ καὶ αὐτῆς τῆς παραγούσης καὶ διανεμούσης ἐπιχειρήσεως. Ὅσον δὲ ἀγαθόν τι ἀποκτᾷ μεγαλύτερον γόητρον καὶ φήμην, ἐπὶ τοσοῦτον τοῦτο ἐδραϊώνει συνθήκας μονοπωλιακοῦ ὑπὲρ αὐτοῦ ἀνταγωνισμοῦ, ἐντεινομένας καὶ ἐπεκτεινομένας.

Ἡ παρακίνησις τοῦ κοινοῦ δι' ἐνεργὸν ζήτησιν ἀγαθῶν. κατόπιν ἀλύσεως προηγουμένων ἐπιδράσεων τῶν μηνυμάτων ἐπὶ τῶν δεκτῶν των, εἶναι ἐν προκειμένῳ ἐντελῶς ἀπρόσωπος, ἧτοι δὲν μεσολαβεῖ δι' αὐτὴν ὁ πωλητής. Τὰ μηνύματα παρέχουν εἰς τὸ κοινὸν μόνον συμβουλὰς, προσκλήσεις καὶ προτροπὰς. Δι' αὐτῶν ἀσκεῖται ἐπιρροή εἰς τὴν βούλησιν τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ πρὸς ἐνσυνείδητον διαμόρφωσιν γνώμης ἢ προτιμήσεών του. Οὕτω, τὸ κοινὸν τελικῶς πείθεται, ὅτι δέον νὰ ἱκανοποιήσῃ ὑφισταμένους ἢ ἤδη ἀφυ-

πνιζομένας ανάγκας του, ἐν περιπτώσει ἀποκτίσεως καὶ χρήσεως τῶν προτεινομένων ἀγαθῶν.

Οἱ ἀπώτεροι στόχοι τῆς διενεργείας συναλλαγῶν καὶ τῆς διευρύνσεως τῆς πελατείας δεδομένης ἐπιχειρήσεως ἐπιτυγχάνονται διὰ τῆς διεγέρσεως καὶ ἐδραιώσεως κινήτρων ἀποκτίσεως καὶ χρήσεως τῶν ἀγαθῶν, εἰς τὸ ἐγγύς ἢ τὸ ἀπώτερον μέλλον. Τὰ κίνητρα ταῦτα, συνήθως ἐμφανίζονται μετὰ παρ-ἔλευσιν χρονικοῦ τινος διαστήματος ἀπὸ τῆς ἐπιδράσεως τοῦ κοινοῦ ἐκ τῶν μέσων δημοσιότητος. Ὑφίσταται, δηλαδή, νεκρά τις χρονικὴ περίοδος (ἡμερῶν, ἐβδομάδων ἢ καὶ μηνῶν) μέχρι τῆς ἐκδηλώσεως συναλλαγῶν τῇ ἐπιδράσει τῆς διαφημίσεως.

Οἱ εἰδικώτεροι στόχοι ἐκάστης διαφημιστικῆς ἐξορμήσεως ἀναφέρονται συνήθως εἰς κίνητρα οικονομικῆς ἐνισχύσεως τῆς ἐπιχειρήσεως, δι' αὐτήσεως τῶν συναλλαγῶν τῆς, δι' ἐξουδετερώσεως ἀνταγωνισμοῦ, δι' ἀντιμετωπίσεως ἐκτάκτων δυσχερειῶν κλπ. Οἱ στόχοι οὗτοι εἶναι δυνατόν νὰ ἐπιτευχθῶν, δοθέντος ὅτι τὸ πιθανολογούμενον ἀγοραστικὸν κοινὸν ἐπηρεάζεται ὅπως-δήποτε ἐκ τῆς ἐπιτυχοῦς διαφημίσεως εἰς τὰς προτιμήσεις τῶν προτεινομένων ἀγαθῶν, ἐφ' ὅσον ἀνταποκρίνονται ταῦτα εἰς τὰς ἐπιθυμίας του κατὰ τρόπον πληρέστερον ἐναντι ἐτέρων ὁμοειδῶν ἀγαθῶν. Θέμα διαφορᾶς τιμῶν δὲν ὑφίσταται, ὡς ἐπὶ τὸ πλεῖστον, δοθέντος ὅτι ὁ ἀνταγωνισμὸς διαμορφώνει συνήθως ἐνιαίας καὶ σταθερᾶς τιμᾶς εἰς τὴν ἀγορὰν διὰ τὰ αὐτὰ ποιοτικῶς καὶ ποσοτικῶς ἀγαθὰ.

Ὁ καθορισμὸς τῶν διαφημιστικῶν στόχων πραγματοποιεῖται κατὰ κανόνα βάσει τῶν πορισμάτων τῆς ἐρεῦνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς καὶ τῶν ἀναλυτικῶν προγραμμάτων τῆς διαφημίσεως. Εἰς τὰ προγράμματα ταῦτα ἐπιλέγονται καὶ συντονίζονται οἱ βασικοὶ παράγοντες τῶν διαφημιστικῶν ἐκείνων ἐξορμήσεων, αἵτινες ἐμφανίζουν μεγαλύτεραν πιθανότητα ἐπιτυχίας. Ἡ ἐν λόγῳ πιθανότης προβλέπεται ἐκ τῶν διδομένων ἀπαντήσεων τῆς ἐπιτελικῆς λειτουργίας τῆς ἐπιχειρήσεως ἢ τῆς εἰδικῆς διαφημιστικῆς ἐπιχειρήσεως, εἰς τίνα σχετικὰ σημαντικὰ ἐρωτήματα τῆς ἡγεσίας τῆς ἐπιχειρήσεως. Τὰ ἐρωτήματα ταῦτα εἶναι τουλάχιστον τέσσαρα, ἀγγλιστὶ χαρακτηριζόμενα ὡς «τὰ τέσσαρα W», ἤτοι: ποῖος (who), ποῦ (where) πότε (when) καὶ διατί (why) πρόκειται νὰ ἀνταποκριθῇ εἰς ἐκάστην διαφημιστικὴν ἐξόρμησιν.

Τόσον περισσότερον θεωροῦνται ἐπιτυχόντες οἱ καθοριζόμενοι διαφημιστικοὶ στόχοι, ὅσον μεγαλύτερος εἶναι ἐκάστοτε ὁ ἀριθμὸς τῶν δεκτῶν τοῦ μηνύματος. Εἶναι δὲ τοῦτο ἀληθές, ἀνεξαρτήτως τῆς τυχὸν μεγαλοφυοῦς ἢ μὴ ἐμπνεύσεως καὶ ἐκτελέσεως δεδομένης διαφημιστικῆς ἐξορμήσεως, ὡς ἐπίσης καὶ ἀνεξαρτήτως τῶν ἀποτελεσμάτων τῶν ἀπωτέρων διαφημιστικῶν στόχων.

Θέμα καθορισμοῦ διαφημιστικῶν στόχων καὶ γενικῶς διαφημίσεως δὲν ὑφίσταται, ὅταν ἐκ τῶν πορισμάτων τῆς ἐρεῦνης τῆς ἀγορᾶς ἢ τῶν ἀπαντήσεων εἰς τὰ προμνησθέντα ἐρωτήματα, ἐξάγεται σαφῶς καὶ ἀναμφισβητήτως, ὅτι τὸ σύνολον τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ εἶναι ἐνήμερον καὶ βέβαιον ἐπὶ τῶν ἀκολουθῶν καταστάσεων: Πάντες διατηροῦν εἰς τὴν μνήμην των τὰ ἐξορμητικὰ γνωρίσματα τῶν ἀγαθῶν δεδομένης ἐπιχειρήσεως καὶ τὰ ἐξ

αυτῶν ὀφέλη ἐκ τῆς χρήσεώς των. Πάντες ἔχουν ἐκτίμησιν καὶ ἐμπιστοσύνην εἰς τὰ ἀγαθὰ ταῦτα. Ἡ ζήτησις τῶν ἀγαθῶν τούτων παραμένει σταθερὰ καὶ ἀνεπηρέαστος ἀπὸ ἀνταγωνισμῶν. Οὐδεὶς ἀνταγωνιστὴς προτίθεται νὰ ἐπωφεληθῆ τῆς σιωπῆς ἀπὸ πλευρᾶς διαφημίσεως τῆς δεδομένης ἐπιχειρήσεως. Οὐδὲν νέον φαινόμενον ἐπιβάλλει διαφημιστικὴν ἐξόρμησιν εἰς τὴν ἐπιχείρησιν ταύτην.

Ἐκ τῶν ἀνωτέρω προκύπτει σαφῶς, ὅτι οἱ διαφημιστικοὶ στόχοι συμβάλλουν οὐσιωδῶς εἰς τὴν πλήρη καὶ ἀκριβῆ ἐνημέρωσιν καὶ καθοδήγησιν τοῦ ἀπληροφόρητου ἀγοραστικοῦ κοινού, πρὸς διάθεσιν τοῦ εἰσοδήματός του διὰ κατανάλωσιν καὶ ἐπένδυσιν. Ἀντιστοίχως, τὰ πορίσματα τῆς ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς συμβάλλουν ἐπίσης οὐσιωδῶς εἰς τὴν ἐνημέρωσιν καὶ καθοδήγησιν τῶν ἐπιχειρήσεων, πρὸς ἀνάπτυξιν τῆς δραστηριότητός των, ἰδίᾳ τῆς παραγωγικῆς καὶ διανεμητικῆς, μετὰ τῆς προβολῆς τῶν ἀγαθῶν. Συνεπῶς, ἀμφοτέρω οἱ παράγοντες οὗτοι ὑποβοηθοῦν εἰς τὴν ἐδραίωσιν καὶ τὴν διατήρησιν ἰσορροπίας τῆς προσφορᾶς καὶ τῆς ζήτησεως ἀγαθῶν εἰς τὴν ἀγοράν. Ἡ ἰσορροπία δὲ αὕτη, συνήθως ὀδηγεῖ εἰς τὴν ἀνάπτυξιν τοῦ βιοτικού ἐπιπέδου τοῦ κοινού καὶ συνεπῶς τὴν ἐν γένει οἰκονομικὴν καὶ κοινωνικὴν ἀνάπτυξιν.

Βιβλιογραφία

- Γ. Π. Θεοφιλοπούλου : «Ἡ κοινὴ ἀγορὰ καὶ ἡ διεθνὴς διαφήμισις». Ἀθῆναι, 1963.
- H. Simmons : «Συντονισμὸς διαφημίσεως καὶ πωλήσεων». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Σεπτ. καὶ Ὀκτ. 1964, σσ. 407, 425 καὶ 474 - 6.
- Ἰ. Κ. Σπανδανοπούλου : «Ἡ διαφήμισις». Εἰς Ἐπετηρίδα Παντείου Ἀνωτάτης Σχολῆς Πολιτικῶν Ἐπιστημῶν. Ἀθῆναι, 1958.
- Χ. Στράτου : «Ἡ «διαφήμισις τῶν ἐλληνικῶν προϊόντων». Εἰς Δημοσιότητα καὶ Προβολήν, Μαρτ. - Ἀπρ. 1959, σσ. 3 - 4.
- Ἰ. Α. Χρυσόχοῦ : «Ὀργανωτικὰ ἀνάλεκτα». Ἀθῆναι, Ἀνωτέρα Σχολὴ Βιομηχανικῶν Σπουδῶν, 1958, σσ. 317 - 40.
- H. W. Boyd, Jr., V. Fryburger, and R. Westfall : «Cases in Advertising Management». New York, McGraw - Hill., 1964.
- W. R. Dix : «Industrial Advertising for Profit and Prestige». Pleasantville, N.Y., Printers' Ink Book Co., 1956.
- C. A. Kirkpatrick : «Advertising; Mass Communication in Marketing». Second edition, Boston, Houghton Mifflin, 1964.
- A. R. Oxenfeldt, and C. Swan : «Management of the Advertising Function». Belmont, Calif, Wadsworth Publishing Co., 1964; or Englewood Cliffs, N.J., Prentice - Hall, 1965.
- J. B. Stewart : «Repetitive Advertising in Newspapers; A Study of two New Products. Boston, Harvard University, 1964.

λημένη και εύχερης, συμφώνως πρὸς σχετικὴν ὀργανωτικὴν ἀρχήν, ἣτις ἀναφέρεται εἰς τὰ περὶ μεθόδου τῆς ἀνακρίσεως, δι' ἔρευναν τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς. Ὄταν, πάλιν, ἐπιδιώκεται ἡ ἀπόσπασις τῆς συμπτωματικῆς προσοχῆς τοῦ κοινοῦ, τότε αἱ διαστάσεις τῶν μέσων δημοσιότητος ἐπιβάλλεται νὰ εἶναι ὅσον τὸ δυνατόν μεγαλύτεραι, ἵνα μὴ τὰ μηνύματα διέλθουν ἀπαρατήρητα, λόγῳ ἑλλείψεως ἐνδιαφέροντος ἐκ μέρους τοῦ κοινοῦ.

Τὸ σχῆμα καὶ ἡ διάταξις τοῦ περιεχομένου τῶν μέσων δημοσιότητος προσδιορίζονται βάσει ἀρχῆς ἀπορροῦσης ἐκ τῆς ψυχοτεχνικῆς ὀπτικῆς. Κατὰ τὴν ἀρχὴν ταύτην, τὸ βλέμμα τοῦ ἀναγνώστου φέρεται ἀκόπως κατὰ τὴν φοράν τῶν δεικτῶν τοῦ ὥρολογίου καὶ μὲ μεγαλύτεραν ἄνεσιν ὀριζοντίως, ἐκ τῶν ἄνω καὶ ἀριστερῶν πρὸς τὰ κάτω καὶ δεξιὰ. Συνειπῶς, μέσα δημοσιότητος ἑλαφρῶς ὀρθογωνίου σχήματος, μὲ ὕψος μικρότερον τοῦ μήκους αὐτῶν, κρίνονται πλέον κατάλληλα. Περαιτέρω, τὸ κύριον θέμα τοῦ μηνύματος ἢ ἡ κεντρικὴ αὐτοῦ ἰδέα καὶ τὰ ἰσχυρότερα τῶν ἐπιχειρημάτων, εἶναι σκόπιμον ὅπως τίθενται ἄνω καὶ ἀριστερὰ τοῦ κειμένου καὶ μὲ μεγαλύτερους γραφικούς χαρακτῆρας, τὰ δὲ ἀσθενέστερα κάτω καὶ δεξιὰ καὶ μὲ μικροτέρους ἄλλ' εὐαναγνώστους χαρακτῆρας, τῶν λοιπῶν τιθεμένων ἐνδιαμέσως καὶ μὲ μεσαίου μεγέθους στοιχεῖα γραφῆς.

Ἡ ἀπλότης τοῦ μηνύματος ἀναφέρεται κυρίως εἰς τὴν λακωνικότητα τοῦ περιεχομένου του καὶ δὴ ἄνευ ἐπιτηδεύσεως. Ἡ ἀπλότης αὕτη καθίσταται ἀναγκαῖα ἕνεκα κυρίως τοῦ γεγονότος, ὅτι ἡ ἱκανότης ἢ ἡ θέλησις τοῦ κοινοῦ εἰς τὴν καταβολὴν προσοχῆς καὶ ἀπομνημόνευσιν κειμένων καὶ ἀναπαραστάσεων, εἶναι κατὰ κανόνα περιωρισμένη. Ὅσον τὸ περιεχόμενον τοῦ μηνύματος καθίσταται περίπλοκον, ἐπὶ τοσοῦτον ἀπωθοῦνται οἱ πιθανοὶ δέκταί του καὶ περιορίζεται ὁ ἀριθμὸς των, τυχόν δὲ ἐνδιαφερόμενοι ὑφίστανται διάσπασιν τῆς προσοχῆς των. Ἐχει πειραματικῶς ἀποδειχθῆ, ὅτι πολλάκις, μίαν καὶ μόνην φράσιν ἢ σύνθημα (slogan), μὲ κατονομασίαν τῆς μὲ εὐρέως γνωστῆς ἐπιχειρήσεως, εἶναι ἀρκετὴ ἵνα συμβάλῃ εἰς πλήρη κατανόησιν καὶ κατατοπισμὸν τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ. Περαιτέρω, μίαν ἐπιτυχῆ σύνθεσιν ἀναπαραστάσεως (συμβολικοῦ διαγράμματος ἢ εἰκόνος), ἰσοδυναμεῖ πρὸς σειρὰν ὅλην ἐπιτυχῶς ἐπιχειρηματολογίας.

Ἐφ' ὅσον ὁμως θεωρεῖται ἀναγκαῖα ἡ ὑποστήριξις ἢ ἡ ἐπεξήγησις τοῦ κεντρικοῦ θέματος ἢ τῆς ἰδέας ἢ τῆς ἀναπαραστάσεως, τότε ἐπιβάλλεται παράθεσις τριῶν ἕως τεσσάρων *βασικῶν ἐπιχειρημάτων*, κατὰ τρόπον θετικὸν (καὶ οὐχὶ ἀρνητικόν), εἰλικρινῆ καὶ εὐκατάληπτον, συντελοῦντα εἰ δυνατόν ὥστε οὐκ ἀναγνώσται (ἢ ἀκροαταὶ) νὰ ὀραματίζωνται τὴν ὑπ' αὐτῶν χρῆσιν καὶ ἀπολαυσιν τῶν προτεινομένων ἀγαθῶν. Ἡ διαδοχικὴ δὲ παράθεσις τῶν ἐπιχειρημάτων τούτων διατάσσεται ἀπὸ τοῦ γνωστοῦ πρὸς τὸ ἄγνωστον καὶ ἀπὸ τοῦ ἰσχυροτέρου πρὸς τὸ ἀσθενέστερον ἐκ τῶν σημαντικῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἀγαθῶν καὶ τῆς ἐπιχειρήσεως. Μεταξὺ τῶν σημαντικωτέρων γνωρισμάτων τῆς ἐπιχειρήσεως, εἶναι, λόγου χάριν, τὸ ἱστορικὸν αὐτῆς, ἰδίως ὅταν τοῦτο διακρίνεται ἀπὸ μακρὰν χρονικὴν περίοδον εὐδοκίμου δράσεως καὶ ἐμπειρίας ὀργανωμένης ἐξυπηρετήσεως τῆς πελατείας τῆς.

Ἡ πρωτοτυπία τοῦ μηνύματος ἀναφέρεται εἰς τὴν παροχὴν πληροφοριῶν, αἵτινες, εἴτε περιέχουν τι τὸ νέον, εἴτε διατυπιοῦνται βάσει ἐπινοήσεων ἢ φραστικῶν εὐρημάτων, κατὰ τρόπον εἰλικρινῆ (συμφώνως πρὸς τὴν ἀρχὴν τοῦ θεμιτοῦ ἀνταγωνισμοῦ), ὡς καὶ διακριτικὸν καὶ εὐπρεπῆ (συμφώνως πρὸς τὴν ἠθικὴν, τὴν διανοητικότητα, τὴν αἰσθητικὴν καὶ τὴν ψυχολογίαν τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ). Διὰ τῆς πρωτοτυπίας ταύτης προκαλοῦνται συνήθως ὀρθοί, ἔντονοι, ἐλκυστικαὶ καὶ γοητευτικαὶ ἐντυπώσεις, διεγείρουσαι ἔνστικτα, πάθη καὶ συναισθήματα τῶν δεκτῶν τῶν μηνυμάτων. Ἐπὶ παραδείγματι, ἡ ἐν λόγῳ πρωτοτυπία εἶναι δυνατόν νὰ διεγείρῃ ἔνστικτα αὐτοσυντηρήσεως, ἀναπαραγωγῆς, ἀνέσεως, διακρίσεως, ἐπιδείξεως, ἀσφαλείας, φίλτρου, ἀγάπης, περιεργείας, φόβου ἀπροβλέπτου καταστάσεως, κλπ., ἔτι δὲ νὰ ἱκανοποιῇ μίαν ἢ πλείονας τῶν αἰσθήσεων.

Ἡ πρωτοτυπία τῶν παρεχομένων πληροφοριῶν συνίσταται συνήθως εἰς τὴν προσφορὰν νέων ἀγαθῶν ἢ τοιαύτην μὲ νέας καὶ βελτιωμένας ιδιότητες καὶ τιμὰς, ὑπερεχόντων ἢ διακρινομένων ἔναντι ἐτέρων ὁμοειδῶν, εἰς τὴν διευκόλυνσιν τῆς διανομῆς τῶν ἀγαθῶν διὰ νέων ἀγωγῶν, ὡς καὶ μεθόδων προωθήσεως καὶ προβολῆς αὐτῶν, εἰς τὴν παροχὴν δυνατοτήτων βελτιώσεως τοῦ βιοτικοῦ καὶ ἐκπολιτιστικοῦ ἐπιπέδου τοῦ κοινοῦ κλπ.

Αἱ ἐπινοήσεις ἢ τὰ φραστικὰ εὐρήματα, σχετίζονται πρὸς τὴν ἐπίδειξιν πνεύματος (humor), τὴν κατασκευὴν ὁμοιοκαταληξίας, τὴν ἰδιάζουσαν παραστατικὴν τέχνην, τὴν ἀναγραφὴν γρίφων κλπ., ἄνευ ἀπομιμήσεων, ἀμφιβολιῶν, παραπλανήσεων, συγχύσεων, ἐξαντλήσεως ὑπομονῆς, ὑπερβολῶν καὶ γενικῶς στοιχείων δυναμένων νὰ κλονίσουν τὴν ἐμπιστοσύνην τοῦ κοινοῦ πρὸς τὴν ἐν γένει ἀποστολὴν τῆς διαφημίσεως ἢ νὰ δημιουργήσουν «κακοφήμισιν» εἰς βάρος ἐτέρων ἀγαθῶν καὶ ἐπιχειρήσεων.

Ἡ αὐτάρκεια τοῦ μηνύματος ἀναφέρεται εἰς τὴν πλήρη ἐνότητα καὶ σαφῆ ἀντιστοιχίαν περιγραφῶν καὶ ἀναπαραστάσεων, μὲ ἑναρμονισμόν ὁρατότητος, φωτισμοῦ, εἶδους, μεγέθους, σχήματος, διατάξεως, χρωμάτων, ἐπιχειρημάτων, εἰκόνων κλπ. Ἡ αὐτάρκεια αὕτη προσδίδει ἑξατομίκευσιν εἰς τὸ μέσον δημοσιότητος, ἥτοι ἰδιαιτέραν αὐτοτέλειαν καὶ φυσιογνωμίαν.

Ἡ ἐπικαιρότης τοῦ μηνύματος ἀναφέρεται εἰς τὴν σύνδεσιν τοῦ περιεχομένου του μὲ πρόσφατα καὶ γενικοῦ ἐνδιαφέροντος γεγονότα ἢ ἐπετείους, χαρακτῆρος ἔθνικοῦ, θρησκευτικοῦ, κοινωνικοῦ, ἐποχικοῦ κλπ., ὡς καὶ μὲ εὐκαιρίας προβολῆς γοήτρου, ἐπιδείξεως, ἐκθέσεων, ἐκπτώσεων κλπ.

Ἡ ἐναλλαγὴ τοῦ μηνύματος ἀναφέρεται εἰς τὴν ἐκάστοτε διάφορον σύνθεσιν τοῦ περιεχομένου καὶ τῆς μορφῆς αὐτοῦ, προκειμένου περὶ πολλὰ πλῶν διαφημιστικῶν ἐξορμήσεων καὶ δὴ κατὰ διάφορα χρονικὰ διαστήματα. Τῆς ἐναλλαγῆς ταύτης ἐξαιρεῖται μόνον τὸ βασικὸν ἢ κεντρικὸν θέμα, ἡ ἐπιχείρημα, ἡ σύνθημα, ἵνα τοῦτο διατηρῆται ἀμετάβλητον εἰς τὴν μνήμην τοῦ κοινοῦ. Οὕτω, προσελκύονται ἐκάστοτε νέοι δέκται τοῦ μηνύματος, οἵτινες δὲν προσειλκύσθησαν προηγουμένως ἢ δὲν κατέβαλον ὑψηλὸν βαθμὸν προσοχῆς, ἐλλείπει καταλλήλου δι' αὐτοὺς συγκεντρώσεως τῶν προμνησθεῖσῶν ιδιοτήτων ἐφαρμογῆς τῆς ἀρχῆς τῆς δημοτικότητος.

2. Ἡ ἀρχὴ τῆς πειστικότητος

Ἡ ἀρχὴ αὕτη συνίσταται εἰς τὴν ἱκανότητα τῶν μηνυμάτων, ὅπως ἀπροσώπως τείνουν εἰς τὴν ἐμπνευσιν μονίμου ἐμπιστοσύνης καὶ ἀντιστοίχου ἐπηρεασμοῦ καὶ παρακινήσεως τοῦ κοινοῦ δι' ἐνεργὸν ζήτησιν καὶ τελικῶς ἀγορὰν τῶν διαφημιζομένων ἀγαθῶν. Κατὰ τὴν ἐφαρμογὴν τῆς ἐπιδιώκεται ἡ ἐπιτυχὴς ἐφαρμογὴ *ἀλύσεως προηγουμένων ἐπιδράσεων τῶν μηνυμάτων* ἐπὶ τῶν δεικτῶν τῶν, ἢ σειρὰ τῆς ὁποίας ἔχει ὡς ἐξῆς: Διεγίρεται ἡ περιέργεια τοῦ κοινοῦ ἐπὶ τοῦ περιεχομένου τοῦ μηνύματος. Προσελκύεται καὶ καθηλώνεται ἡ προσοχὴ αὐτοῦ, εἴτε αὕτη ἦτο συμπτωματικὴ, εἴτε ἦτο σκόπιμος, λόγῳ ἐνδιαφέροντος καὶ οἰκονομικῆς δυνατότητος αὐτοῦ. Συνειδητοποιεῖται ἡ σημασία καὶ ἡ ἀξιοπιστία τοῦ περιεχομένου τῶν μηνυμάτων, ἐν συνδυασμῷ πρὸς τὴν ἀνταπόκρισίν του εἰς τὴν ἀλήθειαν ἢ τὴν ἀποφυγὴν παραπλανήσεως, μὲ δυνατότητα ἢ εὐχέρειαν ἀποδείξεως ἢ μὴ διαψεύσεως τῶν σχετικῶν ἐπιχειρημάτων. Κατανοοῦνται τὰ σημαντικὰ χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα καὶ δι' ἡ ἀναγκαιότης, ἥτις πληροῦται, καὶ ἡ ὠφέλεια, ἥτις ἐπιδιωκεῖται, εἰς τοὺς δέκτας τῶν μηνυμάτων ἐκ τῆς ἀποκτήσεως καὶ τῆς χρήσεως τῶν οἰκείων ἀγαθῶν. Καθίσταται ἀποδεκτὴ καὶ ἀπρόσβλητος ἡ ὀρθότης τῶν ἐκτιθεμένων ἐπιχειρημάτων, ἔναντι τυχόν ἀντιθέτων ἀπόψεων ἢ ἀντιρρήσεων τοῦ κοινοῦ καὶ τῶν ἀνταγωνιστῶν τῆς ἐπιχειρήσεως. Ἐκδηλοῦται λογικὴ καὶ συναισθηματικὴ ἀνταπόκρισις τοῦ κοινοῦ ἢ ἐνσυνείδητος αὐτοῦ πεποίθησις ἐπὶ τῆς πλεονεκτικότητος τῶν προτεινομένων ἀγαθῶν, ἀνταποκρινομένης πρὸς τὰ συμφέροντα αὐτοῦ. Συγκρατεῖται εἰς τὴν μνήμην τοῦ κοινοῦ ἀριθμὸς τῶν βασικῶν χαρακτηριστικῶν γνωρισμάτων τῶν ἀγαθῶν καὶ τῆς ἐπιχειρήσεως, πρὸς ἀναζήτησίν των εἰς τὴν ἀγορὰν, ἀποφευγομένης τυχόν συγχύσεως πρὸς ὁμοιάζοντα ἕτερα. Ἐκδηλοῦται προδιάθεσις ἢ πρόθεσις δι' ἐνεργὸν ζήτησιν καὶ τελικῶς δι' ἀγορὰν τῶν ἀγαθῶν τούτων.

Βιβλιογραφία

- Ἐ. Βαλασάκη* : «Ἡ σύγχρονη διαφήμισις. Ἱστορία καὶ κατατοπιστικὴ ἔκθεσις περὶ τῆς σύγχρονου διαφημίσεως». Ἀθῆναι, 1959.
- Διεθνoῦς Ἐμπορικoῦ Ἐπιμελητηρίου* : «Διεθνῆς κώδιξ θεμιτῶν μεθόδων διαφημίσεως». Εἰς Οἰκονομικὸν Ταχυδρόμον, 4 Φεβρ. 1965, σ. 74.
- Κλ. Β. Μπανταλούκα* : «Ψυχοτεχνικὴ καὶ οἰκονομία». Ἀθῆναι, Ἀ. Παπαζήσης, 1942.
- Κ. Νικολετοπούλου* : «Μορφαὶ καὶ ὄρια θεμιτῶν διαφημίσεων ἐν τῷ ἐμπορικῷ ἀνταγωνισμῷ». Εἰς Δελτίον Ἐμπορικoῦ καὶ Βιομηχανικοῦ Ἐπιμελητηρίου Ἀθηνῶν, Ἰουν. 1960, σσ. 19 - 20.
- Κ. Χοχλακίδη* : «Ἡ σύγχρονος διαφήμισις καὶ αἱ βασικαὶ ἀρχαὶ τῆς». Εἰς Δημοσιότητα καὶ Προβολήν, Ἰαν. - Φεβρ. 1966, σσ. 68 - 70.
- R. Barton* : «Advertising Agency Operations and Management». New York, Mc Graw Hill, 1955.
- Ph. W. Burton* : «Principles of Advertising». Englewood Cliffs, N. J., Prentice Hall, 1955.

- C. J. Dirksen, and A. Kroeger* : «Advertising; Principles and Problems». Revised edition. Homewood, Ill., R. D. Irwin, 1964.
- J. D. Scott* : «Advertising Principles and Problems». Second edition. Englewood Cliffs, N.J., Prentice - Hall, 1953.
- R. V. Zucker* : «Advertising Techniques and Management». Homewood, Ill., R. D. Irwin, 1961.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΕΙΚΟΣΤΟΝ ΕΝΑΤΟΝ

ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΤΕΥΞΕΩΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΧΩΝ

Αί κυριώτεροι τῶν μεθόδων ἐπιτεύξεως διαφημιστικῶν στόχων κατατάσσονται εἰς δύο βασικὰς κατηγορίας, τῆς ἀμέσου καὶ τῆς ἐμμέσου ἐκκλήσεως πρὸς τὸ ἀγοραστικὸν κοινόν, ἐνίοτε δὲ καὶ πρὸς τὸ πωλοῦν κοινόν. Εἰς τὴν πρώτην κατηγορίαν ἀνήκουν αἱ μέθοδοι ἐνημερώσεως καὶ παρακινήσεως δι' ἀγορὰν ἀγαθῶν, ἀντιμετωπίσεως ἀνταγωνισμοῦ, συλλογικῆς διαφημίσεως, ζητήσεως ἀγαθῶν καὶ ζητήσεως μεσολαβήσεως μεταξύ παραγωγῆς καὶ καταναλώσεως ἀγαθῶν. Εἰς τὴν δευτέραν κατηγορίαν ἀνήκουν αἱ μέθοδοι ἐμμέσου ἐπιπηρεασμοῦ πιθανῶν ἀγοραστῶν, ἐλευθέρως δημοσιότητος, ὑπομνήσεως λειτουργίας ἐπιχειρήσεως, ἐνισχύσεως τῶν σχέσεων μετὰ τοῦ κοινοῦ καὶ ἐδραιώσεως τῆς ζωῆς διαφημίσεως. Αἱ δέκα αὗται μέθοδοι κατατάσσονται καὶ ἀναλόγως ἐτέρων κριτηρίων, ὡς πομποῦ ἢ δέκτου μαζικῆς ἐπικοινωνίας, μορφῆς διαφημιστικῶν στόχων, ἐκτάσεως χωρικῆς διεισδύσεως μηνυμάτων (τοπικῶς, ἐθνικῶς, διεθνῶς) καὶ μέσου δημοσιότητος.

1. Ἡ μέθοδος ἐνημερώσεως καὶ παρακινήσεως δι' ἀγορὰν ἀγαθῶν εἶναι ἡ πλέον συνήθης καὶ χρησιμοποιεῖται διὰ τὴν ἐν γένει ἐπίτευξιν τῶν ἀμέσων καὶ τῶν ἀπωτέρων διαφημιστικῶν στόχων, ὡς οὗτοι ἀναφέρονται εἰς τὰ περὶ διακρίσεως καὶ καθορισμοῦ τῶν στόχων τούτων.

2. Ἡ μέθοδος ἀντιμετωπίσεως ἀνταγωνισμοῦ ἐφαρμόζεται πρὸς μετρισμὸν ἢ ἐξουδετέρωσιν τῆς ἐντάσεως καὶ τῆς ἐκτάσεως τυχόν ὑφισταμένου καὶ προβλεπομένου νὰ συνεχισθῇ ἀνταγωνισμοῦ μεταξύ τῆς διαφημιζούσης ἐπιχειρήσεως καὶ ἐτέρων παραγουσῶν καὶ διαθετουσῶν εἰς τὴν ἀγορὰν ὁμοειδῆ, παρεμφερῆ καὶ ὑποκατάστατα ἀγαθὰ. Ἡ ἀντιμετώπισις αὕτη πραγματοποιεῖται κυρίως μὲ ὑπέρτερα ἢ τουλάχιστον ὁμοία μέσα δημοσιότητος μηνυμάτων. Εἰς ταῦτα ἐξάιρονται τὰ πλεονεκτήματα τῶν ἀγαθῶν καὶ τῶν προσφερομένων ὑπηρεσιῶν πρὸς τὸ κοινόν ὑπὸ τῆς ἐνδιαφερομένης ἐπιχειρήσεως, ἐναντι τῶν ἀνταγωνιστριῶν αὐτῆς, βάσει τῶν ἀρχῶν δημοτικότητος καὶ πειστικότητος τῶν οἰκείων μηνυμάτων.

3. Ἡ μέθοδος συλλογικῆς ἢ ομαδικῆς διαφημίσεως ἐφαρμόζεται ὑπὸ ὁμάδος συνεργαζομένων εἰς διαφημιστικὰς ἐξορμήσεις ἐπιχειρήσεων, παραγουσῶν καὶ διανεμουσῶν εἰς τὴν ἀγορὰν ὁμοειδῆ ἀγαθὰ καὶ ἐχουσῶν κοινὰ συμφέροντα. Κατ' αὐτήν, ἐξάιρονται γενικά τινὰ χαρακτηριστικὰ γνωρίσματα τῶν ἀγαθῶν τούτων, ἐναντι ἐτέρων ὁμοειδῶν ἢ παρεμφερῶν ἢ ὑποκαταστά-

των, ἵνα ἐπιτευχθῆ διελθούσις καὶ ἐπικράτησις των εἰς τὴν ἀγορὰν ἢ ἐπιβολὴ τοῦ ὀνόματος ἢ τῆς φήμης τῶν ἀγαθῶν τούτων ἢ τοῦ ἐπιχειρηματικοῦ κλάδου παραγωγῆς των. Ἐπὶ πλέον, διὰ τῆς μεθόδου ταύτης καθίσταται δυνατόν, ὅπως σχετικαὶ δαπάναι διαφημίσεως ἐπιμερισθοῦν εἰς βάρους ἀπασῶν τῶν συνεργαζομένων ἐπιχειρήσεων, ἤτοι ἵνα αὗται περιορισθοῦν κατὰ μονάδα, δεδομένου ὅτι συνήθως εἶναι μακροχρόνιοι καὶ σημαντικαὶ καὶ μάλιστα δι' ἐπιχειρήσεις μεσαίου καὶ μικροῦ μεγέθους.

4. Ἡ μέθοδος ζητήσεως ἀγαθῶν χρησιμοποιεῖται κατὰ τὸ πλεῖστον πρὸς ἀγορὰν ἢ ἐνοικίασιν μεγάλου ὄγκου ἢ σπανιζόντων ὑλικῶν μέσων παραγωγῆς καὶ ἑτέρων ἀγαθῶν διαρκοῦς χρήσεως καὶ σημαντικῆς ἀξίας (ὡς οἰκοπέδων, κτιρίων, μηχανικῶν ἐξοπλισμῶν, συγκοινωνιακῶν μέσων κλπ.). Δι' αὐτῆς ἐπιδιώκεται ἐν πολλοῖς ἢ ἀναζητήσις πηγῶν ἐπωφελοῦς ἀγορᾶς ἢ ἐνοικιάσεως τῶν ἀνωτέρω ἀγαθῶν, ὅταν δὲν ὑφίστανται δυνατότητες ἐπιλογῆς προμηθευτῶν, μέσῳ προκηρύξεως μειοδοτικῶν διαγωνισμῶν ἢ μέσῳ τῶν συνήθων ἀγωγῶν διανομῆς ἀγαθῶν.

5. Ἡ μέθοδος ζητήσεως μεσολαβήσεως μεταξὺ παραγωγῆς καὶ καταναλώσεως ἀγαθῶν χρησιμοποιεῖται ὑπὸ φορέων τῶν διαδοχικῶν ἐνδιαμέσων σταδίων τοῦ κυκλώματος προωθήσεως τῶν πωλήσεων ἢ ὑπὸ τῶν λειτουργικῶν ἐνδιαμέσων ἀγωγῶν διανομῆς ἀγαθῶν μεταξὺ παραγωγῆς καὶ τελικῶν ἀγοραστῶν, ὡς εἶναι οἱ ἔμποροι, οἱ ἀντιπρόσωποι, οἱ μεσίται, οἱ παραγγελιοδόχοι καὶ οἱ πράκτορες. Σχετικῶς, καλοῦνται οἱ παραγωγοὶ ἢ οἱ τελικοὶ ἀγορασταὶ ὅπως ἐξυπηρετηθοῦν, οἱ μὲν πρῶτοι λόγῳ διατηρήσεως ὑπὸ τῶν ἐνδιαμέσων τούτων εὐρυτάτης καὶ σταθερᾶς πελατείας, οἱ δὲ δεῦτεροι λόγῳ παρ' αὐτῶν διαθέσεως ἀγαθῶν σχετικῶς ἀρίστης ποιότητος εἰς πλουσίας συλλογὰς καὶ ὑπὸ ἰδιαιτέρους ἢ συμφέροντας ὄρους προβολῆς των.

6. Ἡ μέθοδος ἐμμέσου ἐπηρεασμοῦ πιθανῶν ἀγοραστῶν τυγχάνει ἐφαρμογῆς διὰ τῆς παροχῆς συστάσεων, συμβουλῶν ἢ ὑποδείξεων πρὸς τὸ κοινὸν ἐκεῖνο, ὅπερ δὲν ἔχει ἄμεσον ἐνδιαφέρον προμηθείας τῶν οἰκείων ἀγαθῶν, εἶναι ὅμως εἰς θέσιν νὰ ἀσκήσῃ ἐπιρροὴν ἐπὶ τῶν ἀμέσως ἐνδιαφερομένων ἀγοραστῶν. Κατὰ τὴν ἐφαρμογὴν τῆς μεθόδου ταύτης, ἀποφεύγεται πᾶσα ἄμεσος ἐνημέρωσις καὶ παρακίνησις δι' ἀγορὰν ἀγαθῶν. Παραδείγματα ἐφαρμογῆς τῆς ἀποτελοῦν αἱ ἔμμεσοι ὑποδείξεις, πρῶτον μὲν, πρὸς τοὺς ἰατροὺς καὶ φαρμακοποιοὺς περὶ νέων φαρμάκων περισσότερο ἐξυπηρετικῶν τῆς πελατείας των, δεῦτερον δὲ πρὸς τὸ κοινὸν περὶ τῆς ἀναγκαιότητος διενεργείας τακτικῶν ἐκδρομῶν εἰς τὸ τέλος ἐκάστης ἐβδομάδος καὶ τῆς τοιαύτης τῶν πολλῶν θαλασσιῶν λουτρῶν κατὰ τὰς θερινὰς διακοπὰς του, ἐπὶ τῶν τέλει διευρύνσεως τῶν πωλήσεων μέσων μεταφορῶν, ἀνταλλακτικῶν αὐτῶν, ἀγαθῶν ἀθλητισμοῦ κλπ.

7. Ἡ μέθοδος ἐλευθέρας δημοσιότητος καθιστᾷ ἀφανὲς οἰονδήποτε διαφημιστικὸν μήνυμα, καθόσον αὕτη ἐφαρμόζεται ὑπὸ ἀνεξαρτήτων πρὸς τὴν ἐνδιαφερομένην ἐπιχείρησιν προσωπικοτήτων ἢ ἐδικῶν ἐπιστημόνων ἢ δημοσιογράφων. Ὑπὸ τῶν τελευταίων τούτων δημοσιεύονται εἰς τὸν ἡμερήσιον

καί τὸν περιοδικὸν τύπον μελέται, ἄρθρα, ἀνακοινώσεις, ἀνταποκρίσεις* καὶ εἰδήσεις, ἔνθα παρουσιάζονται ἀντικειμενικῶς ἐνδιαφέροντα καὶ μᾶλλον σημαντικὰ γεγονότα καὶ ἀπόψεις (editorial advertising). Κατὰ τὴν παρουσίᾳσιν δὲ ταύτην, γίνεται ἐμμέσως λόγος περὶ τῶν εἰδικῶν πλεονεκτημάτων ὠρισμένων ἀγαθῶν ἢ ἐπιχειρήσεων, ὡς πρὸς τὴν ἱκανοποίησιν ἀνθρωπίνων ἀναγκῶν ἢ ἐπιθυμιῶν κατὰ τρόπον πλεόν τοῦ συνήθους ἀποτελεσματικόν. Εἶναι δὲ γνωστόν, ὅτι ἡ κοινὴ γνώμη εἶναι πάντοτε πρόθυμος νὰ δεχθῆ ἄσυζητητὶ παρομοίας πληροφoρίας, ἐφ' ὅσον αὐταὶ εἶναι πράγματι ἀμερόληπτοι καὶ ἀποβλέπουν κυρίως εἰς τὴν ἐξυπηρέτησιν τοῦ κοινοῦ.

8. Ἡ μέθοδος ὑπομνήσεως λειτουργίας ἐπιχειρήσεως ἐφαρμόζεται εἰς περιπτώσεις προσωρινῆς ἀδρανείας ἢ ἐκτροπῆς τῆς ἐπιχειρηματικῆς δραστηριότητος, λόγῳ ἐμφανίσεως συνθηκῶν ἀνωτέρας βίας (πολέμου κλπ.). Δι' αὐτῆς ἐπιδιώκεται ἡ διατήρησις εἰς τὴν μνήμην τοῦ κοινοῦ τῆς φήμης δεδομένων ἀγαθῶν ἢ τοῦ ὀνόματος τῆς οἰκείας ἐπιχειρήσεως, ἵνα τὸ κοινὸν νοσταλγῆσῃ ὅ,τι προσωρινῶς χάνει καὶ ἐν καιρῷ ἐπανέλθῃ εἰς τὰς συνηθείας του.

9. Ἡ μέθοδος ἐνισχύσεως τῶν σχέσεων μετὰ τοῦ κοινοῦ εἶναι ἐν χρήσει διὰ τὴν παρουσίᾳσιν τῆς ἐν γένει δραστηριότητος τῆς ἐνδιαφερομένης ἐπιχειρήσεως. Συγκεκριμένως, δι' αὐτῆς παρέχεται εἰς τὸ κοινὸν καθαρὰ καὶ ἀληθῆς εἰκὼν τῶν ἐπιτεύξεων, τῶν προθέσεων καὶ τῶν προοπτικῶν ἐξυπηρετήσεως ἢ ἱκανοποιήσεως τοῦ κοινοῦ, μέσῳ ἐφαρμογῆς ἀρχῶν καὶ μεθόδων κοινωνικῆς πολιτικῆς ἢ ἀνθρωπίνων σχέσεων τῆς ἐπιχειρήσεως ἐναντι τρίτων. Οἱ τρίτοι οὗτοι εἶναι τὸ εὐρὺ κοινόν, ἴδιὰ δὲ τὸ συνδεδεμένον κατὰ τινα τρόπον μετὰ τῆς ἐπιχειρήσεως. Ἡ διὰ τῆς μεθόδου ταύτης παρεχομένη εἰκὼν ἐνημερῶνει, κατατοπίζει, ἱκανοποιεῖ καὶ προκαλεῖ τὸ ἐνδιαφέρον τοῦ κοινοῦ τούτου, μὲ ἐπακόλουθον τὴν δημιουργίαν καὶ ἀνάπτυξιν εὐμενοῦς αὐτοῦ διαθέσεως, ἐκτιμῆσεως καὶ συμπαραστάσεως εἰς τὰς ἐπιδιώξεις τῆς ἐπιχειρήσεως, ἐν αἷς καὶ αἱ τῆς προωθήσεως τῶν πωλήσεων της.

10. Ἡ μέθοδος ἐδραιώσεως τῆς ζώσης διαφημίσεως συνιστᾷ διαρκῆ καὶ ἀδάπανον διαφήμισιν, ὡς καὶ τὴν πλεόν ἀποτελεσματικὴν μέθοδον ἐξ ὀλων τῶν προαναφερθεισῶν. Αὕτη ἐφαρμόζεται ἐμμέσως, διὰ τῆς πιστῆς συμμορφώσεως τῆς ἐπιχειρήσεως πρὸς τὰς ἐκάστοτε βελτίστας γενικὰς καὶ εἰδικὰς δι' αὐτὴν ἀρχὰς καὶ μεθόδους, τὰς σχετικὰς πρὸς τὴν ἐν γένει ὀργάνωσιν καὶ τὴν διοίκησιν της. Οὕτω, τὸ συναλλασσόμενον μετὰ τῆς ἐπιχειρήσεως κοινόν διαπιστώνει καθημερινῶς καὶ συνάμα αὐθορμήτως γνωστοποιεῖ διὰ ζώσης καὶ μετ' ἐξάρσεως εἰς τοὺς μετ' αὐτοῦ ἐπικοινωνοῦντας τρίτους, τὴν πλήρη ἱκανοποίησιν του ἐκ τῶν παρὰ τῆς ἐπιχειρήσεως ταύτης προμηθευμένων καὶ χρησιμοποιουμένων ἀγαθῶν. Δὲν περιορίζεται δὲ τὸ κοινόν τοῦτο μόνον εἰς τὴν ἀνωτέρω ἐνημέρωσιν, ἀλλὰ περαιτέρω συνιστᾷ ἐνθέρμως εἰς τοὺς τρίτους ὅπως τὸ μιμηθοῦν, πρὸς τὸ συμφέρον των.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- **E. Βαλασάκη* : «Η όμαδική διαφήμιση για τὰ βιοτεχνικά προϊόντα μας». Εἰς Δημοσιότητα καὶ Προβολήν, Νοεμβρ. 1962, σσ. 26 - 9.
- **I. Ζαφέτ* : «Διαφήμιση». Εἰς Οἰκονομικήν καὶ Λογιστικὴν Ἑγκυκλοπαιδείαν, τόμ. γ' 1957, σσ. 191 - 7.
- N. Π. Κωνσταντινίδη* : «Διαφήμιση καὶ ἐξαγωγή». Εἰς Σπουδὰς, Ἰουλ. 1958, σσ. 35-40.
- L. Quesnel* : «Ἡ διαφήμιση, σύστημα ἐπικοινωνίας». Εἰς Δημοσιότητα καὶ Προβολήν, Σεπτ. Ὀκτ. 1965, σσ. 31 - 5.
- M. H. Wiseman* : «Πῶς νὰ ἐκλέξετε ἓνα ἀποτελεσματικὸν θέμα διαφημίσεως». Εἰς Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, Ἰαν. 1963, σσ. 45 - 6.
- J. Caples* : «Tested Advertising Methods». New York, Harper and Brothers, 1960.
- J. W. Crawford* : «Advertising; Communication for Management». Second edition. Boston, Allyn and Bacon, 1965.
- W. A. Gaw* : «Advertising; Methods and Media». San Francisco; Calif., Wadsworth Publishing Co., 1961.
- R. Harris, and A. Seldon* : «Advertising and the Public». London, A. Deutsch, for the Institute of Economic Affairs, 1962.
- O. Kleppner* : «Advertising Procedure». Fifth edition. Englewood Cliffs, N. J., Prentice - Hall, 1953.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΓΡΙΑΚΟΣΤΟΝ

ΜΕΣΑ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΟΣ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ

Μέσα δημοσιότητος μηνυμάτων (media of messages - publicity, ἢ advertising media) καλοῦνται οἱ τεχνικοὶ ἄγωγοὶ δι' ὧν διενεργεῖται δεδομένη διαφήμιση. Οἱ ἄγωγοὶ οὗτοι *διακρίνονται* ἀναλόγως τοῦ βαθμοῦ ἀποδόσεως των, ἀπὸ πλευρᾶς μεγέθους ἀγοραστικοῦ κοινοῦ, εἴδους καὶ ποιότητος αὐτῶν, προκαλουμένης δαπάνης διὰ τὴν διαφημιζουσαν ἐπιχείρησιν, δημοτικότητος καὶ πειστικότητος τῶν μηνυμάτων των κλπ. Βάσει τοῦ κριτηρίου τοῦ βαθμοῦ ἀποδόσεως, τὰ μέσα δημοσιότητος μηνυμάτων, ἄτινα *κυρίως χρησιμοποιοῦνται*, εἶναι τὰ ἑξῆς :

1. Ὁ ἡμερήσιος καὶ λοιπὸς περιοδικὸς τύπος

Τὸ μέσον τοῦτο *εἶναι τὸ ἐπικρατέστερον ὄλων*, καθόσον τυγχάνει εὐρείας κυκλοφορίας μεταξύ τοῦ ἀναγνωστικοῦ κοινοῦ, τοῦ χρησιμοποιοῦντος τὴν γλῶσσαν εἰς ἣν ἐκδίδεται. Ὁ τύπος ἀπευθύνεται συνήθως πρὸς κοινὸν δεδομένης περιοχῆς ἢ χώρας, ὡς καὶ τὸ διεθνές, ἔχει δὲ οὗτος γενικὸν ἢ εἰδικὸν διὰ τὸ κοινὸν ἐνδιαφέρον. Προκειμένου μάλιστα περὶ τῶν περιοδικῶν, ταῦτα πλεονεκτοῦν ἔναντι τῶν ἐφημερίδων, καθόσον οἱ ἀναγνώσται των διατηροῦν ταῦτα ἐπὶ μακρὸν χρονικὸν διάστημα καὶ δίδουν εἰς τὸ περιεχόμενον των μεγαλυτέραν προσοχήν.

Στατιστικαὶ ἔρευναι ἐπὶ τῆς κυκλοφορίας τοῦ τύπου εἰς χώρας τῆς δυτι-

κῆς Εὐρώπης καὶ τῆς βορείου Ἀμερικῆς, ἔδειξαν ὅτι ὁ τύπος καλύπτει μεταξύ 30 - 50 % τῶν διατιθεμένων ὑπὸ τῶν ἐπιχειρήσεων συνολικῶν διαφημιστικῶν δαπανῶν. Ἡ τοιαύτη προτίμησις τῶν ἐπιχειρήσεων βασιζέται εἰς γενικοὺς καὶ εἰδικούς *παράγοντας ἐπιλογῆς* τῶν μέσων δημοσιότητος μηνυμάτων.

Ἡ *ἰδιαιτέρα ἐπιλογή τῶν συγκεκριμένων ἐφημερίδων καὶ περιοδικῶν* πρὸς διαφήμισιν, πραγματοποιεῖται βάσει *εἰδικῶν παραγόντων*, σχετικῶν πρὸς : *τὸν ὄγκον καὶ τὴν συχνότητα κυκλοφορίας* καὶ γενικώτερον ἀναγνώσεως ἐκάστου φύλλου ἢ τεύχους. *Τὸ εἶδος καὶ τὴν ποιότητα τοῦ ἐντύπου*, ἀπὸ πλευρῆς γενικοῦ ἢ εἰδικοῦ ἐνδιαφέροντος (κατηγοριῶν ἐπιστημόνων, ἐπαγγελματιῶν, μελῶν ὀργανώσεων κλπ.). *Τοὺς κανόνας ἢ τὰς συνηθείας ἐκδόσεως* ἐκάστου τῶν ἐντύπων τούτων, ὡς πρὸς τὸ μέγεθος καὶ τὴν μορφήν τῆς διαφήμισης, ὡς καὶ τὴν θέσιν καταχωρήσεώς της. Παρατηρεῖται γενικῶς, ὅτι ὅσον σοβαρώτερον καὶ μεγαλυτέρας διεθνῶς κυκλοφορίας τυγχάνει ἔν φύλλον ἢ τεῦχος, ἐπὶ τοσαῦτον τοῦτο καταχωρεῖ διαφημίσεις ὑπὸ περιουσιμῶν μεγέθους, θέσεως σελίδων ἢ στηλῶν, μακρὰν ἢ μὴ τοῦ κειμένου τῆς κυρίας ὕλης κλπ. Αἱ εὐθηνότεραι τῶν διαφημίσεων εἰς τὸν ἡμερήσιον τύπον εἶναι *ἀγγελίαι*, ἤτοι αἱ μικρᾶς ἐκτάσεως, ὁμοιογενεῖς κατατάξεως, ὡς καὶ ὁμοιομόρφου ἐμφανίσεως καὶ κοστολογήσεως διαφημίσεις (classified advertisement).

2. Τὸ ραδιόφωνον καὶ ἡ τηλεόρασις

Τὰ ἐν προκειμένῳ μέσα καταλαμβάνουν τὴν δευτέραν θέσιν εἰς τὸ σύνολον τῶν ἐν χρήσει, καθόσον στατιστικῶς ἀπορροφῶν τὰ 15 - 25 % τοῦ συνόλου τῶν ἐπιχειρηματικῶν δαπανῶν διαφήμισεως εἰς τὰς χώρας τῆς δυτικῆς Εὐρώπης καὶ τῆς βορείου Ἀμερικῆς. Ἡ σπουδαιότης των αὐτῆ ὀφείλεται κυρίως εἰς τὴν δυνατότητα των καλύψεως *μεγάλου γεωγραφικοῦ εὗρους ἀγοραστικοῦ καινοῦ*. Εἰς τὸ κοινὸν τοῦτο περιλαμβάνονται, τόσον οἱ κάτοχοι σχετικῶν συσκευῶν, ὅσον καὶ οἱ παρευρισκόμενοι κατὰ τὰς ὥρας τῆς λειτουργίας αὐτῶν, ἐντὸς οἰκιῶν, ἐπιχειρήσεων, μέσων συγκοινωνίας, εἰς τὴν ὕπαιθρον κλπ. Τὸ παρακολουθοῦν ἐκπομπὰς σταθμῶν ραδιοφωνίας καὶ τηλεόρασεως κοινὸν προσελκύεται ἀπὸ τὴν μετάδοσιν διαφημιστικῶν μηνυμάτων, λόγῳ τοῦ συνδυασμοῦ τούτων μετὰ τῶν κατὰ τὸν αὐτὸν περίπου χρόνον μεταδιδόμενων προγραμμάτων ψυχαγωγίας καὶ παροχῆς νέων γενικοῦ ἐνδιαφέροντος. Ἐν τέλει, οἱ ἀκροαταὶ ἢ καὶ θεαταὶ τῶν προγραμμάτων τούτων, πολλὰκις συνυφαίνουσι εἰς τὴν μνήμην των τὸ περιεχόμενον διαφήμισεως μετὰ τὴν συγχρόνως μεταδιδομένην μελωδίαν ἢ καὶ παράστασιν, γεγονός ὅπερ ἐπαναφέρει εἰς τὴν μνήμην των τὸ σχετικὸν μήνυμα ὅταν ἀναπολοῦν ἢ ἐκ νέου ἀκούσιν ἢ βλέπουν τὴν αὐτὴν μελωδίαν ἢ παράστασιν.

Ἡ *τηλεόρασις*, εἰδικώτερον, ἂν καὶ δαπανηρότερον τοῦ ραδιοφώνου μέσον, πλεονεκτεῖ αὐτοῦ σημαντικῶς, καθόσον ἀνήκει ταυτοχρόνως εἰς τὰ ἀκουστικὰ καὶ ὀπτικὰ μέσα δημοσιότητος, ὡς ἀκριβῶς ὁ κινηματογράφος. Τὰ μέσα δὲ ταῦτα ἔχουν μεγαλύτερον βαθμὸν ἀποδοτικότητος, ὡς προκύπτει,

πρώτον μὲν ἐκ βεβαιώσεων τῶν ψυχολόγων ὅτι ὁ ἄνθρωπος συγκρατεῖ εἰς τὴν μνήμην του τὰ 10% τῶν ὄσων ἀκούει, τὰ 35% τῶν ὄσων βλέπει καὶ τὰ 65% τῶν ὄσων συγχρόνως βλέπει καὶ ἀκούει, δεύτερον δὲ ἐκ τῶν ἀμέσως κατωτέρω ἀναφερομένων.

3. Ὁ κινηματογράφος

Ὁ κινηματογράφος (ὡς καὶ ἡ τηλεόρασις) εἶναι ταυτοχρόνως ἀκουστικὸν καὶ ὀπτικὸν μέσον μαζικῆς ἐπικοινωνίας, κατατασσόμενον εἰς τὴν τρίτην σειρὰν σπουδαιότητος. Αἱ κατὰ ἀραιὰ χρονικὰ διαστήματα προβαλλόμεναι διαφημιστικῶς περιεχομένου κινηματογραφικαὶ ταινίαι καλύπτουν στατιστικῶς τὰ 7 - 10% τῆς συνολικῆς διαφημιστικῆς δαπάνης εἰς τὰς προμνησθείσας χώρας. Ἡ μεγάλη αὕτη ἀναλογία δαπανῶν δικαιολογεῖται ἐκ τῶν ἐπερχομένων ἀποτελεσμάτων. Τὸ καθηλωμένον εἰς τὰς θέσεις του κοινὸν συγκεντρώνει τὴν προσοχὴν του εἰς ὅ,τι βλέπει καὶ ἀκούει διὰ τῶν προβαλλομένων ταινιῶν, αἵτινες πολλάκις ἀποτελοῦν ἀριστουργήματα τεχνικῆς ἀρτιότητος, συλλήψεως ἰδεῶν, σκηνοθεσίας καὶ διαφημιστικῆς μεθοδολογίας. Συνήθως αἱ ταινίαι αὗται ἀναπαριστοῦν πιστῶς καὶ ἐνεργῶς, εἰς φυσικὰς διαστάσεις καὶ χρωματισμούς, τὰ ἀγαθὰ καὶ τὴν χρῆσιν αὐτῶν, ἐν συνδυασμῶι πρὸς συγχρόνως μεταδιδομένην προφορικὴν καὶ γραπτὴν ἐπιχειρηματολογίαν. Δι' ὅ καὶ οἱ παρακολουθοῦντες τὰς ταινίας ταύτας, εὐχερῶς πλέον ἀναγνωρίζουν τὰ διαφημιζόμενα ἀγαθὰ εἰς τοὺς τόπους προβολῆς καὶ πωλήσεώς των.

4. Τὸ θέατρον

Τὸ θέατρον, αὐτὸ καθ' ἑαυτό, ὡς παράστασις, ὑστερεῖ ὡς μέσον δημοσιότητος μηνυμάτων, ἐναντι τῶν προμνησθέντων, λόγῳ κυρίως περιορισμένων δυνατοτήτων χρησιμοποίησεώς του. Ἐνίοτε, πρὸ τῆς ἐνάρξεως καὶ κατὰ τὰ διαλείμματα τῶν παραστάσεων, μεταδίδονται ἀπὸ μεγαφῶνων ἀγγελίαι. Σπανίως δὲ κατὰ τὴν ὥραν τῆς παραστάσεως ἐλαφρῶν θεατρικῶν ἔργων (ἰδίᾳ ἐπιθεωρήσεων) ὑπεισέρχονται μηνύματα διαφημιστικοῦ περιεχομένου, ἀρκούντως δαπανηρὰ καὶ ἀνεξακριβώτου ἀποδόσεως. Ἐν τούτοις, εἰς τὰς αἰθούσας τῶν θεάτρων (καὶ δὴ τὴν αὐλαίαν καὶ τοὺς πέριξ αὐτῆς χώρους) περιέχονται πολλάκις ἐπιγραφαὶ καὶ πίνακες διαφημιστικοῦ χαρακτῆρος. Ἐπίσης, τὰ φυλλάδια τῶν θεατρικῶν προγραμμάτων καὶ τὰ διπλότυπα τῶν εἰσιτηρίων διαρκείας, καταχωροῦν διαφημιστικὰ μηνύματα. Τὸ αὐτὸ συμβαίνει καὶ εἰς τὰς αἰθούσας, τὰ προγράμματα καὶ τὰ διπλότυπα τῶν εἰσιτηρίων τῶν κινηματογράφων.

5. Αἱ ἔντυποι αὐτοτελεῖς ἐκδόσεις

Αὗται ἀποτελοῦν δευτερεύοντα μέσα δημοσιότητος μηνυμάτων, ἂν καὶ εἶναι μακροχρονίου διαρκείας, μὲ συστηματικὴν παροχὴν σχετικῶν ἐξυπηρετήσεων εἰς τοὺς κατόχους των. Συγκεκριμένως πρόκειται περὶ βιβλίων, φυλλαδίων, πολυπτύχων, καταλόγων καὶ ὁδηγῶν καθημερινῆς ἐνημερώσεως τοῦ

8. Οί έσωτερικοί χώροι όχημάτων και σκαφών

Τοιοῦτοι χώροι είναι οί τών λεωφορείων, τροχιοδρόμων, άμαξοστοιχιών, σκαφών κλπ., οί όποιοι χρησιμοποιούνται υπό έπιβατών ώς μέσων μαζικής συγκοινωνίας, οίτινες χαρακτηρίζονται ώς συμπληρούντες τά μέσα τής ύπαιθρίου διαφημίσεως. Σχετικώς, τοποθετοῦνται πινακίδες (car cards) διαφημιστικού περιεχομένου εις έμφανεῖς και καταλλήλους θέσεις τών χρησιμοποιουμένων υπό τών έπιβατών χώρων (ώς άνωθεν καθισμάτων, εις διαδρόμους και εις χώρους έστιάσεως, άναψυχής κλπ.). Αί πινακίδες αὔται τυγχάνουν μεγαλυτέρας και διαρκεστέρας δημοτικότητας και πειστικότητας τών λοιπών μέσων τής ύπαιθρίου διαφημίσεως, άλλ' άπευθύνονται εις όλιγώτερον κοινόν. Οί δέκται τών τοιούτου είδους μηνυμάτων είναι κυρίως όσοι τών έπιβατών δέν άπασχολοῦνται μέ άνάγνωσιν, συζήτησιν ή έτέρας άσχολίας, καθήμενοι δέ ή περιερχόμενοι, προσελκύνονται άπό τās πινακίδας ταύτας. Δοθέντος μάλιστα, ότι οὔτοι διαθέτουν σχετικώς πλείονα χρόνον και άδέσμευτον ένδιαφέρον, είναι δυνατόν τό περιεχόμενον τών πινακίδων νά είναι λεπτομερέστερον τών τής ύπαιθρίου διαφημίσεως.

Πάντα τά άνωτέρω μέσα δημοσιότητας μηνυμάτων χρησιμοποιούνται κερωρισμένως ή έν συνδυασμῶ εις έκάστην διαφημιστικήν έξόρμησιν. Ἡ έκάστοτε έπιλογή των έξαρτάται έκ τε τών γενικῶν και τών ειδικῶν εκείνων παραγόντων, περί ών έγένητο άνωτέρω λόγος. Θα ήδύνατο νά ύπομνησθῆ, ότι γενικοί έν προκειμένῳ παράγοντες είναι κυρίως οί τοῦ προγραμματισμοῦ τής διαφημίσεως, τών διαφημιστικῶν στόχων, τών μεθόδων έπιτεύξεως τών στόχων τούτων, τών ιδιοτήτων έκάστου μέσου και τής τοποθεσίας εις τήν όποιάν προβλέπεται μεγαλυτέρα πιθανότης προσελκύσεως τής προσοχής όσον τό δυνατόν μεγαλυτέρου αριθμοῦ πιθανών άγοραστῶν. Ὁ συνδυασμός τών ώς άνω παραγόντων άποτελεῖ δυσχερές έργον διά τήν έπιτελικήν λειτουργίαν τής έπιχειρήσεως και τήν τοιαύτην τής διανομής τών άγαθῶν, λόγω άνεπαρκούς αὔτων έξειδικεύσεως και έμπειρίας.

Δι' ό και συνήθως τό έργον τοῦτο και ή εκτέλεσις τών διαφημιστικῶν προγραμμάτων άνατίθεται υπό τών έπιχειρήσεων παραγωγής και διανομής άγαθῶν εις ειδικās και έμπείρους διαφημιστικās οργανώσεις ή ειδικās έπιχειρήσεις διαφημίσεως. Ἡ τελική όμως άπόφασις προσδιορισμοῦ τών μέσων δημοσιότητας διά τά μηνύματα έκάστης διαφημιστικῆς έξορμήσεως λαμβάνεται πάντοτε μετ' έγκρισιν τής άναθεσάσης τό έργον τοῦτο έπιχειρήσεως.

Βιβλιογραφία

- H. Hametscald : «Φωτογραφία και δημοσιότης». Εις Δημοσιότητα και Προβολήν, Ἰουλ. 1963, σσ. 15 - 6.
- Ἰ. Μάλαμα : «Ἡ ύπαιθριος διαφήμισις». Εις Δημοσιότητα και Προβολήν, Φεβρ., Μαρτ. και Ἰουν. 1963, σσ. 13 - 4, 16 - 8 και 15 - 6.
- Ἰ. Ν. Παπαμιχαλάκη : «Ἡ ραδιοφωνία, ώς μέσον δημοσιότητας». Εις Σπουδās, Σεπτ. - Ὀκτ. 1965, σσ. 185 - 8.

- B. Pinet* : «Ἡ ἐπιλογή τῶν διαφημιστικῶν μέσων διὰ τῆς ἐπιχειρησιακῆς ἐρεύνης». Εἰς Ἑλληνικὴν Ἐπιθεώρησιν Ἐπιχειρησιακῆς Ἐρεύνης, Ἰουλ. - Αὐγ. 1964, σσ. 35 - 6.
- Σ. Πολεμάκη* : «Κινηματογράφος καὶ διαφήμισις». Εἰς Δημοσιότητα καὶ Προβολήν, Ἰουλ. 1960, σσ. 23 - 4.
- E. Brennan* : «Advertising Media». New York, McGraw - Hill, 1951.
- L. O. Brown, R. S. Lessler, and W. M. Weilbacher* : «Advertising Media; Creative Planning in Media Selection». New York, Ronald Press, 1957.
- B. Duffy* : «Profitable Advertising in Today's Media, and Markets». Englewood Cliffs, N. J., Prentice - Hall, 1951.
- J. D. Halloran* : «The Effects of Mass Communication, with Special Reference to Television; A Survey». Leicester, Leicester University Press, 1964.
- L. W. McClure, and P. C. Fulton* : «Advertising in the Printed Media». New York, McMillan, 1964.

ΚΥΡΙΩΤΕΡΑ ΕΡΓΑ ΤΟΥ ΙΔΙΟΥ

1. *Αί κοινωνικαί ασφαλίσεις και ή εφαρμογή των εν 'Ελλάδι* (τῆ συνεργασία Ν. Κοκκίνου), εἰς 'Εργασίαν, 1934, σσ. 1000 - 1, 1032 - 3 και 1064 - 5.
2. *Ψυχοτεχνική οἰκονομία*. 'Αθήναι, 'Α. Παπαζήσης, 1942, σσ. 112.
3. *'Η ὀρθολογική ὀργάνωσις τῶν δημοσίων διοικητικῶν ὑπηρεσιῶν, γενικῶς και ἐν 'Ελλάδι*. 'Αθήναι, 'Ελληνική 'Επιστημονική 'Εταιρεία 'Οργανώσεως 'Εργασίας 1945, σσ. 20.
4. *The Inflexibilities in the Modern Economy, as a Factor of the Economic Fluctuations; A Preliminary Theoretical Approach*. Cambridge, Mass., 1947 (unpublished).
5. *'Ανάλυσις και ὑπολογισμὸς ἐθνικοῦ εἰσοδήματος*, εἰς 'Επιθεώρησιν Οἰκονομικῶν και Πολιτικῶν 'Επιστημῶν, 1951, σσ. 19 - 52 και 'Αθήναι, 'Α. Παπαζήσης, 1951, σσ. 45.
6. *'Η τύχη τῆς κεφαλαιοκρατίας κατὰ τοὺς Marx και Schumpeter*, εἰς 'Επιθεώρησιν Οἰκονομικῶν και Πολιτικῶν 'Επιστημῶν, 1953, σσ. 122 - 51 και 'Αθήναι, 'Α. Παπαζήσης, 1953, σσ. 34.
7. *La Scuola Superiore de Studi Industriali di Athene* εἰς *l'Informazione Industriale di Torino*, 1954, τ. 22.
8. *Εἰσαγωγή εἰς τὴν Οἰκονομικήν*, μετὰφρασις ἔργου J. R. Hicks και A. G. Hart. 'Αθήναι, 'Α. Παπαζήσης, διὰ τὴν 'Ελληνικήν 'Εταιρείαν Οἰκονομικῶν 'Επιστημῶν, 1955, σσ. 255.
9. *History of Economic Crises in U.S.A. Under the National Banking System, 1870 - 1907*, εἰς 'Ἀρχεῖου Οἰκονομικῶν και Κοινωνικῶν 'Επιστημῶν, 1955, σσ. 93 - 106 και Athens 1955, σσ. 16.
10. *'Η ὀργανωτική τῆς οἰκονομίας*, εἰς Σπουδᾶς, 1955 - 6, τ. 1 - 2, σσ. 15 - 46 και 'Αθήναι, 'Α. Παπαζήσης, 1960, σσ. 45.
11. *"Εξοδα και ἀποζημιώσεις μετακινουμένων δημοσίων πολιτικῶν ὑπαλλήλων, ἐντὸς και ἐκτὸς τῆς 'Επικρατείας*, εἰς Σπουδᾶς, 1955 - 6, τ. 12, σσ. 1 - 32, και 1956 - 7, τ. 1, σσ. 98 - 141, ὡς και 'Αθήναι, Γραφεῖον Οἰκονομικῶν 'Ερευνῶν Α.Σ.Β.Σ., 1956, σσ. 82.
12. *'Η χρονία ὑποαπασχόλησις τοῦ ἐν 'Ελλάδι ἐργατικοῦ δυναμικοῦ*, εἰς 'Επιθεώρησιν Οἰκονομικῶν και Πολιτικῶν 'Επιστημῶν, 1956, σσ. 118 - 38 και 'Αθήναι, 'Α. Παπαζήσης, 1956, σσ. 23.
13. *'Η κατανάλωσις εἰς τὴν 'Ελλάδα, ὡς συνολικὸν οἰκονομικὸν μέγεθος*, εἰς 'Επιθεώρησιν Οἰκονομικῶν και Πολιτικῶν 'Επιστημῶν, 1958, σσ. 1 - 40 και 'Αθήναι, 'Α. Παπαζήσης, 1958, σσ. 46.
14. *'Εφαρμογαὶ τοῦ αὐστημάτος εἰσοδῶν - ἐκροῶν εἰς διαφόρους χώρας*, εἰς Γραφεῖον Οἰκονομικῶν 'Ερευνῶν Α.Β.Σ. «Γραμμική οἰκονομική ἀνάλυσις», 'Αθήναι, 1960, σσ. 140 - 53 και 'Αθήναι ἀνάτ., σσ. 16.

15. *Φορολογικά κίνητρα δι' οικονομικήν ανάπτυξιν*, εις 'Ελληνικῆς 'Εταιρείας Οικονομικῶν 'Επιστημῶν «Εισηγήσεις ἐπὶ τῆς οικονομικῆς ἀναπτύξεως τῆς 'Ελλάδος» 'Αθήναι, 1960, σσ. 163 - 74 καὶ Πειραιεύς, Γραφεῖον Οικονομικῶν 'Ερευνῶν Α.Β.Σ. 1961, σσ. 16.
16. *Ἱστορικὴ ἐπισκόπησις τοῦ προπολεμικοῦ ἐξωτερικοῦ δημοσίου χρέους τῆς 'Ελλάδος*, εις Σπουδᾶς, 1960 - 61, ττ. 1 - 3, σσ. 87 - 130 καὶ 81 - 119, ὡς καὶ Πειραιεύς, Γραφεῖον Οικονομικῶν 'Ερευνῶν Α.Β.Σ. 1961, σσ. 90.
17. *El Problema de las Rigideces en Una Economía Moderna*, εις Mundo Economico, Caracas, Μάρτ. 1961, σσ. 12 - 26.
18. *Εἰσαγωγή εἰς τὴν μακρο-οικονομικὴν τῆς καταναλώσεως*, εις 'Ελληνικῆς 'Εταιρείας Οικονομικῶν 'Επιστημῶν «Τιμητικὸς τόμος ἐπὶ τῇ ἑβδομηκονταετηρίδι Δ. Ε. Καλιτσουνάκι, Οικονομία καὶ κοινωνία», 'Αθήναι, 1961, σσ. 71 - 88 καὶ Πειραιεύς, Γραφεῖον Οικονομικῶν 'Ερευνῶν Α.Β.Σ., 1962, σσ. 20.
19. *Εἰσαγωγή εἰς τὴν μεθοδολογίαν τῆς οικονομικῆς ἐρεύνης*, εις Σπουδᾶς 1962 - 63, σσ. 157 - 89 καὶ 345 - 76, ὡς καὶ Πειραιεύς, Γραφεῖον Οικονομικῶν 'Ερευνῶν Α.Β.Σ., 1963, σσ. 80.
20. *Ὁργανωτικὴ τῶν ἐπιχειρήσεων, διοικητικὴ καὶ ἐπιτελική*. Πειραιεύς, Γραφεῖον Οικονομικῶν 'Ερευνῶν Α.Β.Σ., 1964, σσ. 152.

