

# ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΖΩΗ

## Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΙΣ ΕΙΣ ΤΟ MARKETING ΕΝ ΕΛΛΑΔΙ

Τοῦ κ. ΣΩΤΗΡΙΟΥ Ή. ΑΓΑΠΗΤΙΔΗ

Καθηγητοῦ τῆς Πολιτικῆς Οἰκονομίας τοῦ Ἐθνικοῦ Μετσοβίου Πολυτεχνείου

Ι. Ἡ οἰκονομικὴ ἐκπαίδευσις, ἐν γένει, ἀκολουθεῖ τὴν στάθμην τῆς οἰκονομικῆς ἐξελίξεως τῶν διαφόρων χωρῶν. Ἡ πορεία ὁμως τῶν καθ' ἕκαστα κλάδων τῆς Οἰκονομικῆς Ἐπιστήμης ἐπηρεάζεται καὶ ἀπὸ ἄλλους εἰδικούς παράγοντας, οἱ ὅποιοι συμβάλλουν εἰς τὴν διαμόρφωσιν τοῦ ἀντικειμένου των. Οὕτως, ὁ κλάδος τῆς Οἰκονομικῆς τῶν Ἐπιχειρήσεων ἀναπτύσσεται μὲ γνώμονα ἀφ' ἑνὸς τὴν ὅλην ἐξέλιξιν τῆς Οἰκονομικῆς Ἐπιστήμης εἰς τὴν οἰκείαν χώραν καὶ ἀφ' ἑτέρου μὲ τὸ ἐπιχειρηματικὸν πλαίσιον εἰς τὸ ὅποιον ἀναφέρεται ὁ κλάδος.

Ἐτι εἰδικώτερον, ἡ ἐπιστημονικὴ διαπραγματεύσις τοῦ Marketing προϋποθέτει ἐξέλιξιν τῆς ἐπιχειρηματικῆς δράσεως πρὸς συγχρονισμένας μορφάς, τὰς ὁποίας συνθέτουν ἡ μαζικὴ παραγωγή καὶ ὁ ἀνταγωνισμὸς, ἡ αὐξουσα ἀγοραστικὴ δύναμις καὶ ἡ εὐρεῖα ἀγορά.

Μὴ ἐκχρηματισμένη οἰκονομία καὶ μικραὶ μονάδες, μονοπωλιακαὶ καταστάσεις καὶ χαμηλὴ ἀγοραστικὴ δύναμις δὲν ἀποτελοῦν εὐμενεῖς συνθήκας διὰ τὴν ἐμπορίαν. Ὄταν δὲ ἡ ἐμπορία εἶναι ὑποανάπτυκτος, δὲν εὐνοεῖται ἡ διαμόρφωσις τοῦ ἀντικειμένου τοῦ Marketing καὶ τῆς περὶ τοῦτο Ἐπιστήμης.

Κατὰ τὴν διαδικασίαν τῆς ἀναπτύξεως ἐπέρχονται οὐσιώδεις μεταβολαὶ εἰς τὰς συνθήκας τῆς ἀγορᾶς, τῆς ὁποίας αἱ μορφαὶ ἐξελίσσονται πρὸς τὰ πρότυπα τῶν ἤδη ἀνεπτυγμένων Χωρῶν, χωρὶς ὁμως νὰ ἐπιτυγχάνεται παράλληλος πορεία μορφῶν ἀγορᾶς καὶ σταδίων ἀναπτύξεως. Διὰ τὸν λόγον τοῦτον, ἡ στάθμη τοῦ Marketing ἐξελίσσεται ἐν συναρτήσει πρὸς τὴν οἰκονομικὴν ἀνοδον, χωρὶς ἀπαραιτήτως νὰ εὐθυγραμμίζεται ἡ πορεία ἀμφοτέρων.

Ἡ ἀνάγκη τῆς ἀναπτύξεως τοῦ Marketing ὡθεὶ τοὺς ἐνδιαφερομένους εἰς τὰς ἀναπτυσσομένας Χώρας νὰ ζητήσουν τὴν ἔγκαιρον διάδοσιν τῶν συγχρονισμένων ἀρχῶν, ἐπὶ τῶν ὁποίων βασιζέται τοῦτο, ἵνα ἐπιτευχθῇ ταχεῖα προσαρμογὴ πρὸς τὰ πρότυπα τῶν προηγμένων Χωρῶν. Πρωταρχικὸν ρόλον διὰ τὴν ἐν λόγῳ προσαρμογὴν διαδραματίζει ἡ ἐκπαίδευσις εἰς τὰ θέματα τοῦ Marketing.

Ἡ Ἑλλάς, ἀνήκουσα εἰς τὴν κατηγορίαν τῶν ταχέως ἀναπτυσσομένων

---

Σημ. Εἰσήγησις γενομένη εἰς τὸ τέταρτον σεμινάριον ἐπὶ τῆς ἐκπαιδεύσεως εἰς τὴν ὀργάνωσιν τῆς διανομῆς ἀγαθῶν (Γενεῦθ, 11-13 Ἰουνίου, 1970).

χωρών, δεικνύει ιδιαίτερον ενδιαφέρον διὰ τὴν προώθησιν τοῦ Marketing διὰ μέσου τῆς ἐκπαιδεύσεως.

Εἰς τὸ ὑπόμνημα τοῦτο θὰ ἀναπτύξωμεν συντόμως τὰς μέχρι τοῦδε καταβληθείσας προσπάθειας ἐν Ἑλλάδι ὡς πρὸς τὴν ἐκπαίδευσιν εἰς τὰ θέματα τοῦ Marketing, τόσον ἐξ ἀπόψεως συστηματικῆς διδασκαλίας εἰς τὰς ὑφισταμένας Σχολάς, ὅσον καὶ ἐξ ἀπόψεως ἐπιμορφώσεως, διὰ νὰ σταθμισθοῦν, ἐν συνεχείᾳ, τὰ ἐπιτεύγματα καὶ νὰ διαφανοῦν τὰ ἐνδεικνύόμενα νὰ γίνουσι εἰς τὸ μέλλον.

II. Ἡ ἐκπαίδευσις εἰς τὰ θέματα τοῦ Marketing, εἰς πανεπιστημιακὴν στᾶθμην, δὲν εἶναι εἰσέτι ἐπαρκῶς ἀνεπτυγμένη ἐν Ἑλλάδι.

Εἰς τὰ Πανεπιστήμια Ἀθηνῶν καὶ Θεσσαλονίκης, εἰς τὰ ὁποῖα ὠργανώθησαν Σχολαὶ Οἰκονομικῶν Ἐπιστημῶν, ἡ διδασκαλία τοῦ Marketing δὲν κατέλαβεν ἰδιαιτέραν θέσιν. Εἰς τὴν Θεσσαλονίκην, ὅπου ἐνωρίτερον ἐδόθη βαρῦτης εἰς τὴν ἀνωτάτην οἰκονομικὴν ἐκπαίδευσιν, τὸ Marketing διδάσκεται ὡς ἐν κεφάλαιον τῆς Οἰκονομικῆς τῶν Ἐπιχειρήσεων, εἰς δὲ τὰς Ἀθήνας, ὅπου μόλις ἐσχάτως διηρῦνθη ὁ κύκλος τῶν οἰκονομικῶν μαθημάτων, δὲν ἐφηρμόσθη ἀκόμη εἰς τὴν πρᾶξιν ἢ ἀποφασισθεῖσα ἀνάλογος ρύθμισις.

Αἱ ἄλλαι Σχολαί, πανεπιστημιακοῦ ἐπιπέδου, αἱ ὁποῖαι συνεστήθησαν ὡς ἰδρύματα ἀνωτάτης οἰκονομικῆς ἐκπαιδεύσεως, ἔχουν πᾶσαι περιλάβει τὴν Οἰκονομικὴν τῶν Ἐπιχειρήσεων εἰς τὸν κύκλον τῶν βασικῶν των μαθημάτων, ἐντὸς δὲ τῆς διδασκομένης ὕλης ὑπάρχει κεφάλαιον ἀναφερόμενον εἰς τὸ Marketing.

Ὡς εἰδικὴ διδασκαλία, ὑπὸ μορφήν αὐτοτελοῦς μαθήματος, τὸ Marketing ἔκαμε τὴν ἐμφάνισίν του, ἀρχικῶς, εἰς τὴν Ἀνωτάτην Βιομηχανικὴν Σχολὴν Πειραιῶς καὶ δὴ πρὶν ἢ ἡ Σχολὴ αὕτη ἀναγνωρισθῆ ὡς ἀνωτάτη. Εἰς τὴν ἰδίαν Σχολὴν, ἐπίσης, τὸ Marketing διδάσκεται καὶ εἰς τὸ Μάθημα τῆς Ὄργανωτικῆς καὶ Διοικησεως Ἐπιχειρήσεων καὶ ἐξεδόθη διδακτικὸν βιβλίον, ὑπὸ τὸν τίτλον «Μικρο-Οἰκονομικὴ Ὄργανωτικὴ Παραγωγῆς καὶ Διανομῆς Ἀγαθῶν».

Ἦδη ὁμως καὶ αἱ ἄλλαι δύο Ἀνώταται Οἰκονομικαὶ Σχολαί, ἢ Ἀνωτάτη Σχολὴ Οἰκονομικῶν καὶ Ἐμπορικῶν Ἐπιστημῶν (Α.Σ.Ο.Ε.Ε) καὶ ἢ Ἀνωτάτη Βιομηχανικὴ Σχολὴ Θεσσαλονίκης (Α.Β.Σ.Θ.) περιέλαβον εἰς τὰ προγράμματά των τὸ Marketing. Ἡ Α.Σ.Ο.Ε.Ε. ἀπέκτησεν ἀπὸ τοῦ 1963 Μεταπτυχιακὸν Τμήμα ὑπὸ τὴν ὀνομασίαν Ἰνστιτοῦτον Ἐπιμορφώσεως εἰς τὴν Διοικητικὴν τῶν Ἐπιχειρήσεων, εἰς τὸ ὁποῖον, μεταξὺ τῶν ὑποχρεωτικῶν μαθημάτων, περιλαμβάνεται ἡ ἔρευνα τῆς ἀγορᾶς, ὅπου ἐντάσσονται αἱ μέθοδοι διερευνήσεως καὶ διεισδύσεως, ἢ πολιτικὴ τῶν πωλήσεων καὶ ἡ ψυχολογία καὶ τεχνικὴ τῆς διαφημίσεως. Ἡ Α.Β.Σ.Θ., κατὰ τὸν ἰσχύοντα ὀργανισμόν της, ἔχει ἔδραν ὑπὸ τὴν ἐπωνυμίαν «Ἰδιωτικὴ Οἰκονομικὴ καὶ Ἐρευνα τῆς Ἀγορᾶς», ἀλλ' αὕτη δὲν ἐπληρώθη εἰσέτι, ἀνατεθεῖσα προσωρινῶς εἰς καθηγητὴν συγγενοῦς μαθήματος.

Ἀπὸ ἐξαιτίας ἢ Οἰκονομικῆς τῶν Ἐπιχειρήσεων διδάσκεται καὶ εἰς ὀριζόμενας Σχολάς τοῦ Ε.Μ. Πολυτεχνείου Ἀθηνῶν (Σχολὴ Χημικῶν Μηχανικῶν

και Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής τής Σχολής Μηχανολόγων - Ήλεκτρολόγων).  
 'Εκεί τὸ Marketing ἀποτελεῖ ἐν κεφάλαιον τοῦ διδασκομένου μαθήματος.

Τὸ Ὑπουργεῖον Ἐθνικῆς Παιδείας ἀπεφάσισεν ἐσχάτως τὴν ἴδρυσιν Κέντρων Ἀνωτέρας Τεχνικῆς Ἐκπαίδευσως, εἰς τὰ ὁποῖα περιελήφθη ἡ διδασκαλία τοῦ μαθήματος Marketing, χρησιμοποιοῦν πρὸς τοῦτο εἰδικούς ἐπιστημονας ὑπάρχοντας εἰς τὴν χώραν ἢ καταρτιζομένους ἐπὶ τούτῳ.

III. Εἰς ὠρισμένας ἰδιωτικὰς Σχολὰς, στάθμης χαμηλοτέρας τῆς πανεπιστημιακῆς, παρέχονται γνώσεις εἰς τὰ θέματα τοῦ Marketing, ἀλλὰ εἰς περιορισμένην ἔκτασιν. Ἀναφέρονται τὴν Σχολὴν Δημοσιογραφίας καὶ Δημοσίων Σχέσεων καὶ τὴν Σχολὴν Ἐμπορικῶν Ἀντιπροσώπων, εἰς τὰς ὁποίας ἡ διδασκαλία τοῦ Marketing ἐντοπιζεται εἰς τὰ ἀντικείμενα τὰ συναφῆ πρὸς τὸ κύριον ἔργον των. Τούναντίον, συστηματικώτερα καὶ συγχρονισμένη ἐμφανίζεται ἡ παροχὴ γνώσεων σχετικῶν μὲ τὸ Marketing εἰς τὴν Σχολὴν Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων τοῦ Ἀμερικανικοῦ Κολλεγίου Θηλέων (Pierce College), εἰς τὴν ὁποῖαν διδάσκεται τὸ Marketing εἰς δύο ἔτη (τέσσαρα ἑξάμηνα) κατὰ τὴν τετραετὴ φοίτησιν τῶν σπουδαστριῶν. Συγκεκριμένως, διδάσκονται εἰς τὴν Σχολὴν ταῦτην: α) Αἱ ἀρχαὶ τοῦ Marketing, β) ἡ διαφήμισις, γ) ἡ προώθησις πωλήσεων καὶ δ) ἡ ἔρευνα ἀγορᾶς, μὲ βᾶσιν τὰ ἀμερικανικὰ πρότυπα ἐκπαίδευσως εἰς τὸ Marketing.

Ἀξίζει νὰ σημειωθῇ, ὅτι, ἐνῶ ἐκ τοῦ προορισμοῦ του τὸ Pierce College εἶναι ἴδρυμα ἐκπαίδευσως θηλέων, εἰς τὴν Σχολὴν Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, ἀπὸ τινων ἐτῶν, γίνονται δεκτοὶ καὶ ἄρρενες, εἰς συνεχῶς αὔξοντα ἀριθμὸν. Δὲν εἶναι περιττὸν νὰ μνημονευθῇ, ὅτι τινὲς τῶν πτυχιούχων τῆς Σχολῆς ταύτης σταδιοδρομοῦν ἐπαγγελματικῶς εἰς τὸν τομέα Marketing τῶν Ἐπιχειρήσεων, εἰς τὰς ὁποίας προσλαμβάνονται.

IV. Ἡ ἀπουσία ἱκανοποιητικῆς ἀναπτύξεως τῆς ἐκπαίδευσως εἰς τὸ Marketing, ἐξ ἀπόψεως συστηματικῆς διδασκαλίας εἰς τὰ πλαίσια τῆς ἀνωτάτης καὶ τῆς ἀνωτέρας ἐκπαίδευσως, καὶ ἡ αἴσθησις τῆς ἀνάγκης διαπαιδαγωγώσεως εἰς τὸ Marketing τῶν στελεχῶν τῶν ἐπιχειρήσεων, ὠδήγησαν εἰς τὴν ὀργάνωσιν σεμιναρίων, εἰς τὰ ὁποῖα ἐπιχειρεῖται ἡ σχετικὴ ἐπιμόρφωσις.

Τὰ Σεμινάρια δύνανται νὰ διακριθοῦν εἰς δύο βασικὰς κατηγορίας: τὰ ὀργανούμενα ἀπὸ δημοσίους φορεῖς καὶ τὰ ὀργανούμενα ἀπὸ ἰδιωτικούς φορεῖς.

Ἀπὸ καθαρῶς κυβερνητικῆς πλευρᾶς, μόνον τὸ Ὑπουργεῖον Ἐμπορίου ἤρχισεν ἐσχάτως ἐπιδεικνύον ἐνδιαφέρον, διὰ τῆς ὀργανώσεως, κατὰ τὸ παρελθὸν ἔτος, εἰδικοῦ Σεμιναρίου μὲ ἀντικείμενον τὸ Marketing τῶν ἐξαγωγῶν. Εἰς τοῦτο ἐκλήθησαν νὰ φοιτήσουν ὑπάλληλοι τοῦ ἐν λόγῳ Ὑπουργείου. Προγραμματίζεται ἤδη ἡ λειτουργία νέου Σεμιναρίου διὰ τὸ τρέχον ἔτος μὲ μεγαλύτεραν συμμετοχὴν ὑπαλλήλων καὶ περισσοτέρας ὥρας διδασκαλίας.

Ὁ κύριος δημόσιος φορεὺς ὀργανώσεως Σεμιναρίων Marketing εἶναι τὸ Ἑλληνικὸν Κέντρον Παραγωγικότητος, τὸ ὁποῖον ἀπὸ

άρκετων ήδη έτων έχει αναπτύξει αξιόλογον δραστηριότητα έν προκειμένω, έν τή πεποιθήσει ότι ή τοιαύτη έκπαίδευσις συμβάλλει εις τήν άνοδον τής άποδόσεως τής έμπορικής δραστηριότητος τών έπιχειρήσεων.

Τά οργανωθέντα και λειτουργήσαντα Σεμινάρια Marketing έκ μέρους του ΕΛΚΕΠΑ αναφέρονται εις ποικίλα θέματα, έπαναλαμβάνονται δέ ταύτα, βελτιούμενα συνεχώς, και εκτείνονται, πέραν τής έδρας του (Αθήναι), εις έπαρχιακάς πόλεις. Τά κατ' έτος οργανούμενα Σεμινάρια Marketing του ΕΛΚΕΠΑ είναι κατά βάσιν, τά αναφερόμενα εις τήν έρευναν τής άγοράς, τήν πολιτικήν τών πωλήσεων (οργάνωσις, λειτουργία, προώθησις) και τήν διαφήμισιν.

V. Οι Ιδιωτικοί φορείς τών Σεμιναρίων Marketing είναι Έπιστημονικά Έταιρικοί, Οργανώσεις και Έπιχειρήσεις.

Μεταξύ τών Έπιστημονικών Έταιριών άξίζει ιδιαίτερας μνείας ή Έλληνική Έταιρία Διοικήσεως Έπιχειρήσεων (Ε.Ε.Δ.Ε.), ήτις οργανώνει κατ' έτος Σεμινάριον Marketing με τήν συνεργασίαν ξένου ειδικού. Τά άντικείμενα τών μέχρι σήμερα λειτουργησάντων Σεμιναρίων ύπηρεσιών: Η έρευνα τής άγοράς, ή έσωτερική οργάνωσις τών πωλήσεων, ή οργάνωσις και ή λειτουργία τής έσωτερικής ύπηρεσίας και ή προώθησις τών πωλήσεων.

Μία άλλη ελληνική έπιστημονική οργάνωσις, ή Έλληνική Έταιρία Έπιχειρησιακών Έρευνών, δεικνύει ένδιαφέρον διά τήν προβολήν τών θεμάτων του Marketing, αλλά μέχρι σήμερα δέν έχει οργανώσει ειδικόν Σεμινάριον έπ' αυτών, άρκεσθείσα εις τήν παροχήν περιορισμένων γνώσεων Marketing έπ' εύκαιρία λειτουργίας Σεμιναρίων με έτερον κύριον αντικείμενον.

Με τὸ Marketing ήσχολήθη και ή Έλληνική Έταιρία Οικονομικών Έπιστημών, ή όποία περιέλαβεν εις τὸ 4ον Συνέδριόν της (Μάιος 1969), τὸ όποιον ειχεν αντικείμενον τήν Οργάνωσιν τής Οικονομίας, τὸ θέμα «Οργάνωσις τής Διανομής».

Υπό τήν αιγίδα και δαπάναις του Έμπορικού και Βιομηχανικού Έπιμελητηρίου Αθηνών συνεστήθη, τὸ 1962, τὸ Ίνστιτούτον Έκπαιδευσεως Πωλητών, τὸ όποιον έχει ως έπιδιώξιν τήν διαμόρφωσιν εις τούς πωλητάς αισθήματος ευθύνης, αξιοπρεπείας, ευγενείας και εργατικότητας. Τὸ Ίνστιτούτον τοῦτο ώργάνωσεν άρκετὸν άριθμὸν Σεμιναρίων άφ' ένός εις τὸ Διδακτήριόν του και άφ' έτέρου έντός τών ένδιαφερομένων έπιχειρήσεων. Υπολογίζεται, ότι συμμετέσχον εις τὰ Σεμινάρια ταῦτα περι τὰ 1500 πρόσωπα.

Αναφερόμεν, επίσης, ότι έσχάτως ιδρύθη έν Αθήναις, τὸ Ίνστιτούτον Οργάνωσεως Καταστημάτων Αύτοεξυπηρησήσεως (Centre Hellénique d' Organisation des Unités Libre Service), τὸ όποιον συνεδέθη με τούς άντιστοιχούς ξένους Οργανισμούς καθώς και με τήν διεθνή Γραμματείαν (Γερμανία). Τὸ Ίνστιτούτον τοῦτο παρασκευάζει τήν οργάνωσιν σειρᾶς Σεμιναρίων διά τήν έκπαίδευσιν στελεχών εις θέματα Marketing τών καταστημάτων αύτοεξυπηρητήσεως.



Αί ιδιωτικοί επιχειρήσεις, κατ' εξαίρεσιν, ανέλαβον πρωτοβουλίαν ὀργανώσεως Σεμιναρίων. Τὰς ἀνάγκας τῶν, ὡς πρὸς τὴν ἐκπαίδευσιν τῶν στελεχῶν τῶν εἰς τὰ θέματα τοῦ Marketing, ἱκανοποιοῦν βασικῶς διὰ συμμετοχῆς αὐτῶν, δαπάναις τῆς ἐργοδοσίας, εἰς τὰ Σεμινάρια τοῦ ΕΛΚΕΠΑ καὶ τῆς Ε.Ε.Δ.Ε. Μόνον κατ' εξαίρεσιν, μεγάλοι τινὲς επιχειρήσεις ὀργάνωσαν Σεμινάρια ἀποκλειστικῶς διὰ τὸ προσωπικόν τῶν. Ἀρμόζει ἐνταῦθα νὰ γίνη λόγος διὰ τὸ Ἰνστιτούτον Προωθήσεως Πωλήσεων, τὸ ὁποῖον ὀργάνωσε σχετικὰ σεμινάρια κατὰ τὸ παρελθόν καὶ τὸ τρέχον ἔτος. Τὰ σεμινάρια ταῦτα εἶχον ἀντικείμενα τὰς μεθόδους πωλήσεων, τὴν ταχύρρυθμον ἐκπαίδευσιν πωλητῶν επιχειρήσεων καὶ εἰδικῶς πωλητῶν βιομηχανικῶν προϊόντων, τὴν ἐκπαίδευσιν στελεχῶν διαφημίσεως κλπ.

VI. Ἡ ἐπιστημονικὴ κίνησις, ἡ ἀναπτυχθεῖσα ἐν Ἑλλάδι, πέραν ἐκείνης τῆς μεταδόσεως γνώσεων ἐπὶ τῶν θεμάτων τοῦ Marketing διὰ διδασκαλίας, ἐκτείνεται καὶ εἰς τὴν σύστασιν εἰδικῶν Ἐπιστημονικῶν Ὄργανώσεων καὶ τὴν ἔκδοσιν περιοδικῶν καὶ δημοσιευμάτων.

Ἐν ἔτει 1959 συνεστήθη ἡ Ἑλληνικὴ Ἐταιρία Marketing ἡ ὁποία, κατὰ τὸ καταστατικόν τῆς, εἶχεν ὡς ἀποστολὴν τὴν συμβολὴν εἰς τὴν προαγωγὴν τῆς ἐπιστημονικῆς μελέτης καὶ ἐρεύνης εἰς τὸν κλάδον τοῦ Marketing, διὰ μέσου ἀρτιωτέρας διδασκαλίας, προαγωγῆς τῆς τεχνικῆς τῆς ἐρεύνης τῆς ἀγορᾶς καὶ ἀναλήψεως ὑποδειγματικῶν ἢ πειραματικῶν μελετῶν καὶ ἐρευνῶν. Ἡ ἐν λόγω Ἐταιρία, μετὰ γόνιμον δρᾶσιν τριῶν ἐτῶν, διελύθη, ἀπορροφηθεῖσα ἀπὸ τὴν ἰδρυθεῖσαν, κατὰ τὸ 1962 ὀργάνωσιν, ὑπὸ τὸ ὄνομα Ἑλληνικὴ Ἐταιρία Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, ἡ ὁποία, μεταξὺ τῶν ἐνδιαφερόντων τῆς, περιέλαβε καὶ τὸ Marketing. Ἡ συγχώνεσις τῆς πρώτης Ἐπιστημονικῆς Ἐταιρίας εἰς τὴν δευτέραν, ὀφείλεται εἰς τὴν ἐπιθυμίαν ἐνιαίας ἀντιμετωπίσεως τῶν προβλημάτων, τῶν συναφῶν μετὰ τὴν προώθησιν τῆς στάθμης ὀργανώσεως, διοικήσεως καὶ ἐξωτερικῆς λειτουργίας τῶν ἑλληνικῶν επιχειρήσεων, ἀλλὰ καὶ εἰς τὸ γεγονός ὅτι τὰ ἴδια πρόσωπα ἐξεδήλωσαν ἐνδιαφέρον διὰ τὴν σύστασιν ἀμφοτέρων τῶν Ἐταιριῶν. Πράγματι, ἡ Ἑλληνικὴ Ἐταιρία Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων ἀσχολεῖται συστηματικῶς μετὰ τὴν προώθησιν τῶν Marketing, τόσον διὰ τῶν εἰδικῶν Σεμιναρίων, τὰ ὁποῖα ὀργανώνει, ὡς εἶδομεν, ὅσον καὶ διὰ τῶν μελετῶν, τὰς ὁποίας δημοσιεύει εἰς τὸ περιοδικόν τῆς.

Ἀπὸ πλευρᾶς ἐπιστημονικῶν ἐπιθεωρήσεων, ἡ Χώρα δὲν διαθέτει εἰδικὴν περιοδικὴν ἔκδοσιν, ἀποκλειστικῶς ἀσχολουμένην μετὰ τὰ προβλήματα τοῦ Marketing. Ἐκδίδονται ὅμως δύο περιοδικὰ μετὰ ἀντικείμενον τὰ ἐν γένει προβλήματα τῆς διοικήσεως τῶν οἰκονομικῶν μονάδων, εἰς τὰ ὁποῖα δημοσιεύονται τακτικῶς μελέται εὐρέος κύκλου θεμάτων συναφῶν μετὰ τὸ Marketing. Τὰ περιοδικὰ ταῦτα εἶναι: τὸ Δελτίον Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, ἐκδιδόμενον κατὰ μῆνα μετὰ ἰδιωτικὴν πρωτοβουλίαν ἀπὸ τοῦ 1962 καὶ ἡ Διοίκησις Ἐπιχειρήσεων, ἐκδιδόμενη μερίμνη τῆς Ἑλληνικῆς Ἐταιρίας Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων. Τὸ τελευταῖον τοῦτο περιοδικόν, κυκλο-

φορήσαν εις μηνιαίας εκδόσεις κατά την τετραετίαν 1966-1969, κατέστη διμηνιαίου από των αρχών του 1970. Θέματα Marketing περιελήφθησαν και εις άλλα επιστημονικά περιοδικά, γενικωτέρου οικονομικού χαρακτήρος.

Ἡ ἑλληνική βιβλιογραφία ἐπὶ τοῦ Marketing εἶναι μᾶλλον πτωχή. Ἡ παλαιότερα σχετική μελέτη εἶναι ἡ τοῦ Καθηγητοῦ κ. Μαρίου Γεωργιάδη, ἐμφανισθεῖσα εἰς πρώτην ἐκδοσιν τὸ 1951. Αὕτη ἀποτελεῖ καὶ τὴν βάση τῆς διδασκαλίας τοῦ συγγραφέως εἰς τὴν Ἀνωτάτην Βιομηχανικὴν Σχολὴν Πειραιῶς. Τὴν μελέτην αὐτὴν ἠκολούθησεν ἕτερα εἰς τὸ προαναφερθὲν διδακτικὸν βιβλίον τοῦ Καθηγητοῦ τῆς αὐτῆς Σχολῆς κ. Κλαυδίου Β. Μπανταλούκα, ἐκδόσεως 1966. Αἱ πλείσται τῶν εὐαριθμῶν ἄλλων αὐτοτελῶν μελετῶν ἐν σχέσει μὲ τὸ Marketing ἐδημοσιεύθησαν, εἰς ἔντυπον ἢ πολυγραφημένην ἐκδοσιν, μερίμνη τοῦ Ἑλληνικοῦ Κέντρου Παραγωγικότητος, εἰς Σεμινάρια τοῦ ὁποῖου ἐδιδάχθησαν τὰ εἰς αὐτὰ περιλαμβανόμενα θέματα. Σημειοῦμεν, ἐπίσης, ὅτι ἐξεδόθη εἰς ἑλληνικὴν μετάφρασιν (1969) ἐν τμήμα τοῦ συγγράμματος τοῦ Joel Dean ὑπὸ τὸν τίτλον «Managerial Economics», ἔχον ἀντικείμενον τὰς τιμὰς καὶ τὴν διαφήμισιν.

VII. Ἑτέρα μορφή διαδόσεως γνώσεων ἐπὶ τοῦ Marketing ἐνεκαινιάσθη ἀπὸ τὴν Ἑταιρίαν «Σπύρος Ζευγαρίδης καὶ Συνεργάται». Αὕτη ὠργάνωσεν ἐπὶ τούτῳ εἰς τὴν Θεσσαλονίκην «Συζητήσεις στρογγυλῆς τραπέζης», διαρκείας 4-5 ἡμερῶν. Ἡ ἴδια ἐταιρία παρουσίασεν εἰς τὸ ραδιόφωνον, κατὰ τὸ παρελθὸν ἔτος, δεκαπεντάλεπτον ἑβδομαδιαίου πρόγραμμα θεμάτων Marketing μὲ τὸν τίτλον «Πῶς θὰ κερδίζετε εἰς τὰς ἐπιχειρήσεις σας».

Ἐπιπροσέτι, τὴν σύστασιν τεσσάρων ἐξειδικευμένων Γραφείων, τὰ ὁποῖα ἀναλαμβάνουν, ἐπ' ἀμοιβῆ, τὴν ἐν προκειμένῳ ἐξυπηρέτησιν τῶν ἐπιχειρήσεων, τῶν ἐνδιαφερομένων νὰ συστηματοποιήσουν καὶ νὰ διευρύνουν τὴν δραστηριότητά των βάσει πορισμάτων στηριζομένων εἰς εἰδικὰς μελέτας ἀγορᾶς.

Ἐκτὸς τῶν Γραφείων τούτων, τὰ ὁποῖα ἔχουν ἀποκλειστικὸν ἀντικείμενον τὴν διενέργειαν ἐρευνῶν Marketing, καὶ ἄλλαι μονάδες, ἑλληνικαὶ καὶ ξέναι, ἀναλαμβάνουν, ὑπὸ μορφήν ἐπιχειρηματικὴν, τὴν ἐκπόνησιν μελετῶν διὰ λογαριασμὸν τρίτων.

Εἰς τὰς ὠργανωμένας ταύτας μονάδας, τῆς πρώτης καὶ δευτέρας κατηγορίας, προσφεύγουν κυρίως μεγάλαι ἐπιχειρήσεις, κατὰ τὸ πλεῖστον δὲ ἐκείναι, αἱ ὁποῖαι ἰδρύθησαν μὲ κεφάλαια τοῦ ἐξωτερικοῦ. Ἄλλὰ καὶ αἱ καθαρῶς ἑλληνικαὶ ἐπιχειρήσεις, κατ' αὔξουσιν κλίμακα, ζητοῦν τὴν τεχνικὴν βοήθειαν τῶν Γραφείων Ἐρευνῶν Marketing, ἀντιλαμβανόμεναι τὴν σημασίαν τοῦ ρόλου των.

VIII. Ἐκ τῶν ἀνωτέρω ἐκτεθέντων προκύπτουν τὰ ἑξῆς :

Ἡ ἐκπαίδευσις Marketing εἰς ἀνώτατον ἐπίπεδον δὲν ἔχει λάβει μέχρι σήμερον τὴν δέουσαν ἀνάπτυξιν. Δὲν ὑφίσταται εἰδικὴ Ἀνωτάτη Σχολή, οὔτε Μεταπτυχιακὸν Τμήμα εἰς λειτουργοῦσαν Σχολὴν, μὲ κύριον ἀντικείμενον τὸ

Marketing. Ἄλλὰ καὶ ὡς μάθημα, ἐντὸς τοῦ κύκλου τῆς ὄλης ἐκπαιδεύσεως τῶν Οἰκονομικῶν Σχολῶν, δὲν ἐμφανίζει τὴν βαρύτητα ποῦ τοῦ ἀρμόζει. Ἡ βραδεῖα ἀνάπτυξις τῆς ἀνωτάτης οἰκονομικῆς ἐκπαιδεύσεως, τὸ ηὔξημένον σχετικῶς ἐνδιαφέρον ὑπὲρ τῶν θεωρητικῶν μαθημάτων καὶ ἡ σημαντικὴ καθυστέρησις τῆς ἐξελιξέως εἰς τοὺς εἰδικοὺς κλάδους τῆς Οἰκονομικῆς τῶν Ἐπιχειρήσεων, ἀποτελοῦν τὰς κυρίας αἰτίας τοῦ διαπιστωμένου κενοῦ, τὸ ὁποῖον πολυλαχόθεν ἐπιζητεῖται νὰ πληρωθῇ.

Ἐκ τῶν χαμηλοτέρας στάθμης Σχολῶν, εἰς τὰς ὁποίας τὸ Marketing ἀποτελεῖ μάθημα διδασκόμενον, οὐσιαστικῶς μόνον ἡ Σχολὴ Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων τοῦ Ἀμερικανικοῦ Κολλεγίου Θηλέων ἀνέπτυξε τὸν κλάδον τοῦτον ἱκανοποιητικῶς. Μετὰ ταύτην δὲ ἔρχεται ἡ Ἀνωτάτη Βιομηχανικὴ Σχολὴ Πειραιῶς.

Ἐὰν ὅμως ἐξ ἀπόψεως συστηματικῆς ἐκπαιδεύσεως εἰς τὸ Marketing δὲν ἐσημειώθη μέχρι σήμερον πρόοδος ἀνάλογος πρὸς ἐκείνην τῶν προηγμένων Χωρῶν, ἡ ἀνάγκη τῆς ταχυρρυθμοῦ ἐπιμορφώσεως τῶν ἐπιχειρηματικῶν στελεχῶν εἰς τὰ θέματα τοῦ Marketing ὠδήγησεν εἰς τὴν ὀργάνωσιν Σεμιναρίων ἐκ μέρους δημοσίων καὶ ἰδιωτικῶν φορέων, γενικοῦ καὶ εἰδικοῦ χαρακτῆρος, μέσης ἢ μακρᾶς διάρκειας, εἰς τὴν πρωτεύουσαν καὶ εἰς ὠρισμένας ἐπαρχιακὰς πόλεις.

Γενικώτερον ὡς πρὸς τὰ Σεμινάρια, δύναται τις νὰ διαπιστώσῃ συνεχῶς αὐξοῦσαν κίνησιν. Προϊόντος τοῦ χρόνου, αὐξάνεται ὁ ἀριθμὸς τῶν ὀργανομένων Σεμιναρίων Marketing, αἱ κατὰ Σεμινάρια ὥραι διδασκαλίας, ὁ κύκλος τῶν διδασκομένων μαθημάτων καὶ ὁ ἀριθμὸς τῶν συμμετεχόντων προσώπων. Ἐξ ἀπόψεως διδασκόντων προσώπων, παρατηροῦμεν ὅτι συνεχίζεται ἡ μετακλήσις ξένων εἰδικῶν, ἀλλὰ παραλλήλως διευρύνεται ὁ ἀριθμὸς τῶν Ἑλλήνων, οἱ ὁποῖοι καταρτισθέντες εἰδικῶς εἰς τὸ ἐξωτερικόν, ἀναλαμβάνουν τὴν διδασκαλίαν μαθημάτων.

Μολονότι τὸ συντελεσθὲν ἔργον τῶν Σεμιναρίων δὲν εἶναι εὐκαταφρόνητον, ἰδίως μάλιστα τῶν ὀργανωθέντων ἐκ μέρους ὠρισμένων φορέων καὶ δὴ τοῦ Ἑλληνικοῦ Κέντρου Παραγωγικότητος καὶ τῆς Ἑλληνικῆς Ἐταιρίας Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, ἡ ἀναπτυχθεῖσα δραστηριότης δὲν καλύπτει τὸ κενόν, τὸ ὁποῖον παραμένει ἀκόμη εἰς τὴν Ἀνωτάτην καὶ Μέσην ἐκπαίδευσιν. Ἡ ἔλλειψις θεωρητικοῦ ὑποβάθρου ἐξ ἀπόψεως βασικῆς οἰκονομικῆς καταρτίσεως ὑψηλοῦ ἐπιπέδου, ἡ ἔλλειψις γνώσεως τῶν προβλημάτων τῆς ἀγορᾶς, ἡ ἀνομοιογένεια τῶν συμμετεχόντων, ἡ βραχεῖα φοίτησις καὶ ἄλλοι ἀκόμη λόγοι, καθιστοῦν τὸ ἔργον τῶν Σεμιναρίων ἀτελές.

Ἀξιέπαινος, ὅπωςδῆποτε, εἶναι ἡ ἰδιωτικὴ πρωτοβουλία, ἣτις καὶ εὐαίσθησιν δεικνύει, μὲ ἐντόνωσιν αὐξοῦντα ρυθμόν, εἰς τὴν ἀνάγκην διαδόσεως συγχρονισμένων γνώσεων ἐπὶ τοῦ Marketing καὶ πρόθυμον συμμετοχὴν ἐμφανίζει εἰς τὰ ὀργανούμενα Σεμινάρια, τῶν ὁποίων ἡ ἀνάπτυξις ὀλοὲν διευρύνεται.

Ἐκδηλώσιν τῆς αἰσθήσεως τῆς ἀνάγκης πρὸς κατάρτισιν στελεχῶν εἰς τὰ θέματα τοῦ Marketing, ἐμφαίνουσιν ὅμως ἐν ταύτῳ καὶ τὴν ἀνεπάρκειαν τῆς σημερινῆς προσφορᾶς τοιούτων γνώσεων ἐν Ἑλλάδι, ἀποτελεῖ ἡ μετᾶβα-

σις ίκανοῦ ἀριθμοῦ νέων εἰς ξένας Χώρας, εἰς τὰς ὁποίας καλλιεργεῖται συστηματικῶς ἡ ἐκπαίδευσις καὶ ἡ ἐφαρμογὴ εἰς τὸν κλάδον. Οἱ μεταβαίνοντες εἰς τὸ ἐξωτερικὸν Ἑλληνες ἀκολουθοῦν εἴτε μεταπτυχιακὰς σπουδὰς εἰς Ἰδρύματα εἰδικῆς ἐκπαιδεύσεως Marketing, ἢ σπουδάζουν βασικῶς εἰς Σχολὰς Διοικήσεως Ἐπιχειρήσεων, ὅπου τὸ Marketing καταλαμβάνει σημαντικὸν μέρος εἰς ὅλον τὸν κύκλον τῶν διδασκομένων μαθημάτων.

ΙΧ. Ἐν ὄψει τῶν διαπιστωθέντων κενῶν καὶ τρωτῶν εἰς τὴν ἐκπαίδευσιν τοῦ Marketing καὶ τῶν ἀρρυθμιῶν, τῶν ἐμφανιζομένων εἰς τὴν ἐκδήλωσιν ἐνδιαφέροντος ἐκ μέρους τῆς ἰδιωτικῆς πρωτοβουλίας, ἐνδεδειγμένη εἶναι ἡ ἐκ βάρων ἐπανεξέτασις τοῦ ζητήματος, τόσοσ ἐκ μέρους τοῦ Κράτους καὶ εἰδικώτερον ἐκ μέρους τῶν ἐνδιαφερομένων Ὑπουργείων Παιδείας, Ἐμπορίου κλπ., ὅσον καὶ ἐκ μέρους Ὄργανώσεων δημοσίου καὶ ἰδιωτικοῦ χαρακτῆρος. Κατὰ τὴν γνώμην μας, σκόπιμον εἶναι νὰ γίνουσι τὰ ἀκόλουθα :

α) Ἰδρύσις Μεταπτυχιακοῦ Ἰνστιτούτου Marketing.

β) Ἀναμόρφωσις τῶν προγραμμάτων τῶν Μέσων καὶ Ἀνωτάτων Οἰκονομικῶν Σχολῶν, μὲ κατεύθυνσιν προσδόσεως ἰδιαίτερας βαρύτητος εἰς τὴν διδασκαλίαν τῶν Marketing.

γ) Ἀνασύστασις τῆς Ἑλληνικῆς Ἐταιρίας Marketing.

δ) Συγκρότησις Σεμιναρίων καὶ ἐνδεχομένως εἰδικῶν Σχολῶν μέσης στάθμης (πωλητῶν, διαφημιστῶν κλπ.), μετὰ γνώμην συλλογικοῦ ὄργανου, περιλαμβάνοντος ἀρμοδίου ἐκπροσώπου τῶν ἐκπαιδευτικῶν Ἰδρυμάτων, τῆς Ἐταιρίας Marketing καὶ τῶν ἐπαγγελματικῶν Ὄργανώσεων.