

ΟΡΓΑΝΩΣΙΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΥΤΟΥΣΙΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

Τοῦ κ. ΚΛΑΥΔΙΟΥ Β. ΜΠΑΝΤΑΛΟΥΚΑ

Καθηγητοῦ καὶ Κοσμητοροῦ τῆς Ἀνωτάτης Βιομηχανικῆς Σχολῆς Πειραιῶς

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

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

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

Α'. Κατάτμησις ἀγορᾶς, βάσει ἀγοραστῶν

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ἡ κατάτμησις τῆς ἀγορᾶς, βάσει τοῦ ἀνωτέρω διαφορισμοῦ τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινού, διαμορφώνει τὴν καλουμένην «συμβιοτικὴν ἀγορᾶν» (symbiotic market). Τοῦτο δέ, διότι αἱ ἐπιχειρήσεις ἐπιδιώκουν ν' ἀνταποκρίνονται ἢ προσανατολίζονται ἐδῶκα πρὸς τὴν ἐκάστοτε ἐνεργὸν ζήτησιν ἐκάστης ὁμοιογενοῦς καὶ ὑπολογισίμου ὁμάδος ἀγοραστῶν (buyers orientation). Δι' αὐτῆς τῆς ἐπιδιώξεως, συμβάλλουν αὐταὶ εἰς διαρκῆ ἐξισορρόπησιν τῆς προσφορᾶς καὶ τῆς ζήτησεως ἀγαθῶν, κατ' εἶδη, ποσότητας καὶ τιμὰς αὐτῶν. Ἡ οὕτως «συμβιοτικὴ» ἀγορὰ καθίσταται ἀσφαλεστέρα, τῇ ἐπιδράσει βεβαίως καὶ τῆς ἀναλύσεώς τῆς, βάσει τῶν ἀγαθῶν.

Β'. Ἀνάλυσις ἀγορᾶς, βάσει ἀγαθῶν

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

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

κοινοῦ, ὀνομάζεται *χρησιμότης δεδομένου ἀγαθοῦ* ἢ ἱκανότης αὐτοῦ ὅπως προκαλεῖ αἴσθημα ἱκανοποίησεως ἢ εὐαρεσκείας εἰς τὸν ἄνθρωπον ὅταν τοῦτο χρησιμοποιῆται. Τὸ ἐν λόγῳ αἴσθημα συνοδεύει τὴν πλήρωσιν ἀνάγκης ἢ ἐπιθυμίας τοῦ ἀνθρώπου, ἀνεξαρτήτως οἰουδήποτε ἀντικειμενικοῦ κριτηρίου. Ὁ ὡς ἄνω προορισμὸς διαφορίζει τὰ ἀγαθὰ εἰς δύο ζεύγη ὁμοειδῶν ἐπὶ μέρους κατηγοριῶν, ἤτοι εἰς ἀγαθὰ ἀπλῆς καὶ διαρκοῦς χρήσεως ἢ λειτουργίας καὶ εἰς τοιαῦτα παραγωγῆς καὶ καταναλώσεως, ἤτοι παραγωγικὰ καὶ καταναλωτικὰ.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ἡ ἐνημέρωσις τῶν ἐνδιαφερομένων ἐντὸς καὶ ἐκτὸς

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

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

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

Γ'. Διείσδυσις εἰς ἀγορὰν δι' ἀγωγῶν διανομῆς

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

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

Εἰς τὴν περίπτωσιν τοῦ βραχείου κυκλώματος,

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

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

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

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

Οἱ μεσίται, οἱ παραγγελιοδόχοι καὶ οἱ πράκτο-

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

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

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

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

άντιστοίχου προσφορᾶς. Μόνον όταν προβλέπεται νὰ ἐκδηλωθῆ μεγαλυτέρα ἐνεργὸς ζήτησις ἀγαθῶν, ἔναντι τῶν δυνατοτήτων τῆς παραγωγῆς καὶ κατ' ἀκολουθίαν τῆς διανομῆς ἢ τῆς προσφορᾶς, τότε μόνον δικαιολογεῖται νὰ ἔπεται ὁ ἀνωτέρω προγραμματισμὸς τοῦ λοιποῦ, ἐξ οὗ καὶ πλέον ἐξαρτᾶται ἡ ὅλη διείσδυσις εἰς τὴν ἀγορᾶν.

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

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

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

Δ'. Ἀνάπτυξις ἀγορᾶς, δι' ἀπροσώπων πωλήσεων

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

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

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

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

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

έκτυπωμένα αι όνομασία κατηγορίας τινός όμοειδών αγαθών, ως επίσης οι κωδικοί αριθμοί αυτών, αι μονάδες μετρήσεώς των και ή τιμή των κατά μονάδα. Υφίσταται χώρος προς αναγραφήν του όνοματεπωνύμου του αγοραστού παρά του ίδιου ή του κωδικού αριθμού του εάν ούτος είναι τακτικός πελάτης του οικείου άγωγού διανομής. Διερχόμενος ό αγοραστής πρό των προθηκών, παρατηρεί και επιλέγει ό,τι επιθυμεί, αναγράφων τον αριθμόν των μονάδων των αγαθών τούτων και τό όνοματεπωνύμόν του επί των οικείων δελτίων παραγγελιών. Είς τό άκρον εκάστης προθήκης, είναι τοποθετημένον εξάρτημα του συστήματος του ηλεκτρονικού υπολογιστού, εις τό όποιον ό πελάτης εισάγει τά δελτία προς μηχανογραφικήν «ανάγνωσιν» και αναγραφήν του άθροίσματος του αντίτιμου των επιλεγέντων παρ' αυτού αγαθών. Αποσύρων, κατόπιν, ούτος τά συμπληρωμένα ούτω δελτία του, μεταβαίνει προς εξόφλησίν των εις τά ταμεία και προς παραλαβήν των αγορασθέντων αγαθών καταλλήλως περιτυλιγμένων. Από τής στιγμής τής μηχανογραφικής αναγνώσεως των δελτίων μέχρι τής τοιαύτης τής παραλαβής των περιτυλιγμένων αγαθών, ό μεσολαβών χρόνος είναι αρκετός ίνα αυτομάτως επενεργήσουν έντολαι του μνήμονος του ηλεκτρονικού υπολογιστού επί σχετικού μηχανικού εξοπλισμού εκτελέσεως των παραγγελιών, διακινήσεως των παραγγελθέντων εις τον τόπον παραλαβής των, ως και περιτυλίξεώς των. Αμα τή επιδόσει εξωφλημένων των δελτίων παραγγελιών, ό αγοραστής παραλαμβάνει ό,τι επέλεξε προς αγοράν.

Τρίτον, ή μέθοδος χειρισμού «μηχανημάτων αυτομάτων πωλήσεων» (vending machines, or automatic sellers) αγαθών καλυπτόντων μικροανάγκας, ως είναι τά άπλής χρήσεως, άμέσου καταναλώσεως και μικράς αξίας αγαθά. Τοιαύτα, π.χ., αγαθά είναι τά διατροφής, άναψυχής, κανίσματος, καλλωπισμού, άλληλογραφίας κλπ. Η μέθοδος αύτη εφαρμόζεται διά τής τοποθετήσεως και τής λειτουργίας των άνωτέρω μηχανημάτων εις σημεία ή χώρους, έξ των διέρχεται ή συγκεντρούται πολύ μεγάλος αριθμός πιθανών αγοραστών. Τοιοῦτοι χώροι είναι οι έντός και εκτός των μεγάλων κτιρίων δημοσίων και ιδιωτικών οργανισμών (σχολείων, ύπηρεσιών, επιχειρήσεων, πολυκατοικιών, θεάτρων, σταθμών μέσων συγκοινωνίας και τηλεπικοινωνίας), γηπέδων άθλητισμού, πλατειών κλπ. Έκαστος εργαζόμενος, διερχόμενος, ή εύρισκόμενος πλησίον ενός των μηχανημάτων τούτων και παρατηρών ό,τι δι' αυτού φυσικώς προβάλλεται δίκην προθήκης (μετ' αναγραφής τής τιμής του κατά μονάδα), έχει την δυνατότητα ανά πᾶσαν στιγμήν νά επιλέγη ελευθέρως ό,τι επιθυμεί. Μετά δέ την παρ' αυτού καταβολήν του αντίτιμου εις μεταλλικά κέρματα έντός όπής του μηχανήματος, έχει εις την διάθεσίν του άμέσως ό,τι ήθέλησεν εκ των πωλουμένων αγαθών, άφου προηγουμένως έχει πείσει σχετικόν κομβιον του μηχανήματος και παραλάβει τουτο εκ σχετικής θυρίδος του αυτού μηχανήματος.

Εϊδικοί τύποι καταστημάτων εφαρμόζουν τας δύο πρώτας των προαναφερθεισών μεθόδων. Αξιολογότεροι έξ αυτών των τύπων είναι οι κατωτέρω τέσσαρες. Πρώτον, τά λεγόμενα «άλυσωτά καταστήματα» (chain stores), άτινα έγκαθιστάμενα εις διαφόρους συνοικίας των πόλεων,

ὥστε νὰ καλύπτουν τὴν ζήτησιν ὀρισμένης συνοικιακῆς ἀγορᾶς, σχηματίζουν συνολικῶς ἄλυσον. Ἡ ἄλυσος αὕτη ἔχει τὴν μορφήν τῆς ὀριζοντίου συγκεντρώσεως ὁμοειδῶν καὶ ὁμοιομόρφων καταστημάτων εἰς τινὰ πόλιν καὶ κατ' ἐπέκτασιν εἰς πολλὰς ἢ καὶ εἰς ὅλας τὰς πόλεις δεδομένης χώρας. Ἐκαστον ἄλυσωτὸν κατάστημα εἶναι πανομοιότυπον οἰουδήποτε ἐτέρου, ἀπὸ πλευρᾶς ἐξωτερικῆς καὶ ἐσωτερικῆς ἐμφανίσεως, ὡς καὶ ἐσωτερικῆς ὀργανώσεως. Ἄπαντα δὲ τὰ ἄλυσωτὰ καταστήματα φέρονται ὑπὸ ἐνιαίαν ἐπωνυμίαν. Τὰ συνήθως παρ' αὐτῶν πωλούμενα ἀγαθὰ εἶναι εἶδη διατροφῆς καὶ ποτῶν.

Τὰ καταστήματα ὑπεραγορῶν (super-markets stores) ἀποτελοῦν σημαντικὴν διεύρυσιν τῶν ἄλυσωτῶν καταστημάτων, ἀπὸ πλευρᾶς μεγέθους αὐτῶν καὶ ποικιλίας πωλουμένων ἀγαθῶν. Ταῦτα καταλαμβάνουν μέγα χῶρον εἰς τὰ κεντρικὰ σημεῖα μεγαλοπόλεων καὶ εἰς τὰς παρυφάς αὐτῶν, πρὸς ἐξυπηρέτησιν πολὺ μεγάλου ἀριθμοῦ πελατῶν καθ' ἐκάστην ἐργάσιμον ἡμέραν. Τὰ πωλούμενα δι' αὐτῶν ἀγαθὰ εἶναι ἐπίσης εἶδη διατροφῆς καὶ ποτῶν, ἀλλὰ καλύπτουν ὅτι σχετικῶς ἐξ αὐτῶν παράγεται εἰς δεδομένην οἰκονομίαν καὶ εἶναι δυνατόν νὰ εἰσαχθῇ ἐκ τῆς ἀλλοδαπῆς, πρὸς πώλησιν.

Τὰ μεγάλα γενικὰ καταστήματα (department stores, or great universal stores) διαθέτουν πρὸς πώλησιν παραγόμενα καὶ εἰσαγόμενα ἀγαθὰ παντὸς εἶδους καὶ ποικιλίας. Ἀρκεῖ ταῦτα νὰ ζητοῦνται ὑπὸ τῆς πλειονότητος τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ. Τὰ κυριώτερα τῶν παρ' αὐτῶν πωλουμένων ἀγαθῶν, εἶναι καταναλωτικὰ διαρκοῦς χρήσεως, ὡς εἶναι τὰ εἶδη ἐνδύσεως, ὑποδήσεως, ἐπιπλώσεως, διακοσμήσεως, μαγειρικῆς καὶ πάσης ἐτέρας (οἰκιακῆς, κηπευτικῆς κλπ.) χρήσεως. Τὰ ἀνωτέρω καταστήματα καταλαμβάνουν ἐξαιρετικῶς μεγάλα καὶ πολυόροφα κτίρια, περὶ τὸ κέντρον τῆς ἀγορᾶς τῶν μεγαλοπόλεων. Τὰ ἐν λόγῳ κτίρια κατανέμονται ἐσωτερικῶς εἰς εἰδικὰ τμήματα πωλήσεως ὀρισμένης μεγάλης κατηγορίας ἀγαθῶν. Συμπληρωματικῶς ὑφίστανται καὶ τμήματα ἐστιατορίου, ἀναψυχῆς, καλωπισμοῦ, παιδικῆς χαρᾶς, πωλήσεως εἰσιτηρίων δημοσίων θεαμάτων (θεάτρων, συναυλιῶν κλπ.), συγκοινωνιακῶν μέσων (διὰ ταξίδια, ἐκδρομὰς κλπ.), βιβλίων καὶ περιοδικῶν εὐρείας κυκλοφορίας κλπ., ἔτι δὲ καὶ σταθμεύσεως αὐτοκινήτων τῶν πελατῶν.

Τὰ κέντρα ἀγορᾶς (shopping centers) θεωροῦνται ὡς οἱ ἀποτελεσματικώτεροι ἀγωγοὶ διανομῆς ἀγαθῶν. Δι' αὐτῶν ἐκπληροῦνται αἱ περισσότητες τῶν ἀναγκῶν καὶ τῶν ἐπιθυμιῶν τοῦ ἀγοραστικοῦ κοινοῦ δεδομένης γεωγραφικῆς περιοχῆς, εἰς ἀγαθὰ καὶ ὑπηρεσίας. Ἐκαστον κέντρον ἀγορᾶς ἐγκαθίσταται εἰς ἐξαιρετικῶς μεγάλην ἐδαφικὴν ἔκτασιν, κειμένην μακρὰν οἰουδήποτε κατωκημένου τόπου. Ἐπιλέγεται ὅμως ἡ ἐδαφικὴ αὕτη ἔκτασις, ὥστε νὰ εἶναι εἰς ἀκτίνα οὐχὶ μεγαλυτέραν τῶν πενήκοντα χιλιόμετρων ἀπὸ ἀστικὰς καὶ προαστικὰς μονάδας, πυκνοκατωκημένας καὶ συνδεδεμένας συγκοινωνιακῶς διὰ σημαντικῶν ἀρτηριῶν. Εἰς τὸν κόμβον τῶν ἀνωτέρω συγκοινωνιακῶν ἀρτηριῶν, τοιαύτη ἐγκατάστασις θεωρεῖται ὡς ἡ πλέον κατάλληλος. Εἰς τὴν προλεχθεῖσαν ἔκτασιν ἀνοικοδομοῦνται κτίρια, ὥστε νὰ περιλαμβάνουν σειρὰν ἀπὸ 30 μέχρι 80 διαφοροῦς ἀγωγοὺς διανομῆς ἀγαθῶν καὶ προσφορᾶς ὑπηρεσιῶν. Οὕτως, εἰς ἕκαστον κέντρον ὑφίστανται καταστήματα

τα των προαναφερθέντων τύπων, ως και έτερα (έστιατόριον, ζαχαροπλαστεϊον, φαρμακειον, κομμωτήριον, κουρειον, ταχυδρομειον, τράπεζα κλπ.). Τοιουτοτρόπως, τὸ αγοραστικὸν κοινόν, ὅπερ διαμένει εἰς ἀκτίνα μέχρι πενήκοντα χιλιομέτρων, περίξ ὄρισμένου κέντρου ἀγορᾶς, ἐφ' ὅσον διαθέτη συγκοινωνιακόν μέσον, προτιμᾷ νὰ ἀγοράζῃ ἐκ τοῦ κέντρου τούτου, ἐξοικονομοῦν κόπον, χρόνον καὶ χρῆμα, παρὰ νὰ περιέρχεται ἐπισκεπτόμενον σωρείαν καταστημάτων εἰς διάφορα ἐδαφικά σημεῖα τῆς πλησιεστέρας ἀστικῆς ἢ προαστικῆς μονάδος.

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

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

Ε'. Ὀλοκλήρωσις ἀγορᾶς διὰ πωλητῶν

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ΑΡΧΕΙΟΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

1921 - 1970

ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ Ε. ΚΑΛΙΤΣΟΥΝΑΚΗ

Η ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΤΕΡΑ
ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΓΚΥΚΛΟΠΑΙΔΕΙΑ

50 ΤΟΜΟΙ ΔΕΜΕΝΟΙ ΜΕ ΕΥΡΕΤΗΡΙΑ ΕΤΩΝ, ΟΝΟΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΓΛΗΣ

Τὸ Εὑρετήριον Ὑλῆς καθοδηγεῖ ποικιλοτρόπως πρὸς πλήρη γνωσιολογίαν πάσης οἰκονομικῆς ἐννοίας καὶ προσανατολίζει πρὸς τὴν διεθνή βιβλιογραφίαν.

Ἀπαραίτητον διὰ βοήθημα καὶ τεκμηρίωσιν πάσης οἰκονομικῆς ἐργασίας.

ΤΙΜΗ : ΔΡΧ. 3.000

Διὰ σπουδαστὰς καὶ ὑπαλλήλους ἐκπτώσεις καὶ μὲ δόσεις.

ΓΡΑΦΕΙΑ : Πανεπιστημίου 42, Ἀθῆναι

ΤΗΛΕΦΩΝΟΝ 616-997