

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΖΩΗ

ΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ

Τοῦ κ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ Ι. ΔΕΛΙΒΑΝΗ

Κοσμήτορας τῆς Σχολῆς Νομικῶν καὶ Οικονομικῶν Ἐπιστημῶν τοῦ Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης

Κατὰ τὴν ἔναρξιν τῶν ἐργασιῶν τοῦ σεμιναρίου ἐπὶ θεμάτων ὁργανώσεως ἐμπορικοῦ τμήματος ἐπιχειρήσεων τῆς ἀνοίξεως τοῦ 1970, ἐχρειάσθη, ὡς πρόεδρος τῆς τοπικῆς ἐπιτροπῆς Θεσσαλονίκης τοῦ Ἑλληνικοῦ Κέντρου Παραγωγικότητας νὰ προβῶ εἰς μίαν ὁμιλίαν καὶ ἐπέλεξα ὡς θέμα τὰς προϋποθέσεις τῆς ἀποτελεσματικότητος τοῦ marketing. Ἡ ὁμιλία αὕτη ἐθεωρήθη ἱκανοποιητικὴ ὑπὸ τῶν ἀρμοδίων διὰ τὴν ἐπιλογὴν τῆς ὕλης τοῦ μηνιαίου δελτίου τοῦ Ἐμπορικοῦ καὶ Βιομηχανικοῦ Ἐπιμελητηρίου Θεσσαλονίκης. Μοῦ ἔκαμαν τὴν τιμὴν νὰ μοῦ ζητήσουν νὰ δημοσιεύσουν τὸ κείμενον τῆς διαλέξεως ἐκείνης. Δεδομένου ὅτι κατὰ κανόνα ὁμιλῶ βάσει σημειώσεων ἔπρεπε νὰ εὔρω τὸν καιρὸν νὰ γράψω τὸ κείμενον καὶ τοῦτο ἐπετεύχθη μόλις τώρα. Εὐτυχῶς τὸ θέμα δὲν ἔχασε τὴν ἐπικαιρότητά του, ἀντιθέτως μάλιστα αὕτη ἠῤῥηξεν ὑπὸ τὴν ἐπίδρασιν τῆς διαδόσεως καὶ εἰς τὸν ἰδιωτικὸν καὶ εἰς τὸν δημόσιον τομέα τῆς ὀρθῆς ἀπόψεως ὅτι ἡ δραστηριότης μας εἶναι ἐπιτυχῆς, ὅταν ὄχι μόνον οἱ ἀναπτυσσοντες αὐτὴν εἶναι εὐχαριστημένοι, ἀλλὰ ὅταν τὸ αὐτὸ συμβαίη εἰς ἐκείνους, οἱ ὅποιοι πρόκειται νὰ ἀγοράσουν ἢ ὀπωσδήποτε νὰ χρησιμοποιήσουν ὅ,τι προκύπτει ἀπὸ τὴν οἰκονομικὴν δραστηριότητα τῶν παραγωγῶν.

Προτίθεμαι, εἰς τὸ πρῶτον μέρος νὰ ἐκθέσω τοὺς λόγους, οἱ ὅποιοι μὲ ὤθησαν εἰς τὴν ἐπιλογὴν τοῦ θέματος. Εἰς τὸ δεύτερον μέρος θὰ ἀναλύσω συνοπτικῶς τὴν δυνατότητα συμβολῆς τοῦ marketing εἰς τὴν ἐπίλυσιν τῶν μεγάλων οἰκονομικῶν προβλημάτων τῆς χώρας, ἐν συνδυασμῷ πρὸς τὴν διαμόρφωσιν τούτων. Τέλος, εἰς τὸ τρίτον μέρος θὰ ὑποδείξω τί πρέπει νὰ λαμβάνουν ὑπ' ὄψιν ὅσοι προγραμματίζουν εἰς τὴν Ἑλλάδα τὸ marketing, θὰ ἐπακολουθήσουν δὲ τὰ συμπεράσματα ἐκ τῆς ἐδῶ ἀναπτύξεως.

Α.

Οἱ λόγοι οἱ ὅποιοι μὲ ὤθησαν νὰ ἐπιλέξω τὸ παρὸν θέμα ἦσαν :

1) Ἡ ἀνάγκη συρνής ὑπομνήσεως τῆς σημασίας τοῦ marketing, δεδομένου ὅτι εἰς πολλὰς περιπτώσεις, ἰδίως δὲ εἰς τὴν Ἑλλάδα, οἱ παραγωγοὶ ἔχουν τὴν τάσιν νὰ πιστεύουν ὅτι ὀπωσδήποτε τὰ προϊόντα των εἶναι ἐξαιρετικὰ καὶ ὅτι ἡ

μη προτίμησις των οφείλεται εις την αδυναμίαν ὀρθῆς ἐκτιμήσεως καὶ ὡς ἐκ τούτου ὀρθῆς ἐπιλογῆς τῶν ἐνδιαφερομένων.

2) Ἡ ἀνάγκη ἐφαρμογῆς τῶν διδαγμάτων τοῦ marketing καὶ ὄχι ἀπλῶς ἡ μνημόνευσις των. Αὐτὸ ἀφορᾷ κυρίως τοὺς παραγωγοὺς καὶ τοὺς πωλητὰς ἀλλὰ λόγῳ τῆς ἀλληλεξαρτήσεως ὄλων τῶν ὑποκειμένων τῆς οἰκονομίας αὕτη ἀφορᾷ καὶ τὸ σύνολον τῶν κατοίκων τῆς χώρας καὶ τὰς κρατικὰς ὑπηρεσίας. Ἡ συμβολὴ τούτων εἶναι σημαντικὴ, θετικῶς μὲν ὑπὸ τὴν ἔννοιαν ὅτι πολλὰ δύνανται αὐταὶ νὰ ἐπιτελέσουν πρὸς προώθησιν τῶν πωλήσεων ἡμεδαπῶν ἀγαθῶν καὶ ὑπηρεσιῶν, νὰ ἀρνητικῶς δὲ ὑπὸ τὴν ἔννοιαν ὅτι δύνανται νὰ ἀποφύγουν ἐνεργείας ἢ νὰ ἀπαλάξουν τοὺς ἐνδιαφερομένους ἐνεργειῶν, διατυπώσεων κ.λ.π., αἵτινες εἰς ἀμφοτέρας τὰς περιπτώσεις παρακωλύουν τὰς πωλήσεις.

3) Ἡ ἀνάγκη συμβολῆς ὄλων εἰς τὴν πληρεστέραν δυνατὴν ἐκμετάλλευσιν τοῦ παραγωγικοῦ δυναμικοῦ τῆς χώρας, ἄνευ τῆς ὁποίας ὀρισμένοι ἐπενδύσεις ἀποδεικνύονται περιτταί. Πράγματι, ἂν δὲν εὐρίσκονται εἴτε εἰς τὸ ἐσωτερικὸν εἴτε εἰς τὸ ἐξωτερικὸν ἀγορασταί, τότε αἱ ἐπενδύσεις ἐλέγχονται ἐκ τῶν ὑστέρων, κατὰ διάφορον ἐκάστοτε ποσοστὸν, ὡς περιτταί. Ἡ ἐκτέλεσις των περιώρισε τότε τὰς δυνατότητας καταναλώσεως ἢ ἄλλων ἐπενδύσεων καὶ ἤδη ἡ συντήρησις των ἔχει τὰ αὐτὰ δυσμενῆ ἀποτελέσματα. Δὲν πρέπει νὰ παραβλεφθῇ τῆσιν, ὅτι ἡ ἐπιδιωκομένη ὑπὸ τῆς Κυβερνήσεως ἐξύψωσις τοῦ βιοτικοῦ ἐπιπέδου τῶν πολλῶν προϋποθέτει τὴν πλήρη ἀξιοποίησιν τῶν ἐκάστοτε διαθέσιμων ἐγκαταστάσεων παραγωγῆς καὶ μεταφορᾶς. Αὕτη ἀποκλείεται, ἂν δὲν ἐκδηλοῦνται ἐνεργὸς ζήτησις διὰ τὰ ἀγαθὰ καὶ διὰ τὰς ὑπηρεσίας των, ἂν ἡ ἐκδήλωσις ταύτης παρακωλύεται ἐκουσίως ἢ ἀκουσίως ὑπὸ τῆς κρατικῆς μηχανῆς, εἴτε διὰ τῆς προτιμήσεως ἄνευ ἐξαιρετικῶν σοβαροῦ λόγου ἄλλοδαπῶν ἀγαθῶν, ὅταν δὲν λείπουν τὰ ἀντίστοιχα ἡμεδαπὰ προϊόντα, ὅπως συνέβαινε μέχρι τῆς ἀνοίξεως τοῦ 1967 μὲ τὴν ἐπιλογὴν χημικῶν λιπασμάτων ὑπὸ τῆς Ἀγροτικῆς Τραπέζης τῆς Ἑλλάδος, εἴτε διὰ τῆς παρακωλύσεως τῆς ζήτησεως ἑλληνικῶν προϊόντων, ὅπως συνέβαινε μέχρι πρὸ ὀλίγων ἐτῶν, μὲ τὴν πρακτικὴν αδυναμίαν ἐξαγωγῆς ἑλληνικῶν βιβλίων λόγῳ τῶν πολλῶν διατυπώσεων, αἱ ὁποῖαι ἐπεβάλλοντο ἄνευ ἀποχρῶντος λόγου. Ἀνεκτίμητος σχετικῶς εἶναι ἡ προσπάθεια τῶν μὲν παραγωγῶν νὰ βελτιώσουν καὶ νὰ αὐξήσουν τὴν ἀπόδοσιν των, τῶν δὲ καταναλωτῶν, τόσον ἰδιωτῶν ὅσον καὶ νομικῶν προσώπων ἰδιωτικοῦ καὶ δημοσίου δικαίου νὰ προτιμοῦν, ἐφ' ὅσον εἶναι δυνατόν, ἑλληνικὰ προϊόντα. Παραστατικὴ ἦτο ἀπὸ αὐτῆς τῆς ἀπόψεως ἡ «ἀφίσα» τοῦ Ὑπουργείου Συντονισμοῦ, ὅταν κατὰ τὴν ἀνοιξὶν τοῦ 1970 ἐπροπαγάνδιζε τὴν προτίμησιν τῶν ἡμεδαπῶν προϊόντων μὲ τὰ χαρακτηρισμὰτα τοῦ ἀγοραστοῦ ἑλληνικῶν προϊόντων, τὰ ὁποῖα τοῦ ἐπανάηροντο οὕτως εἰπεῖν μὲ τὰς προσθέτους παραγγελίας, τὰς ὁποίας κατ' αὐτὸν τὸν τρόπον ἐξεσηφάλιζεν.

B.

Εἰς διάλεξίν μου τὸ 1967 εἰς τὴν αἴθουσαν τοῦ Ἐμπορικοῦ καὶ Βιομηχανικοῦ Ἐπιμελητηρίου Θεσσαλονίκης εἶχα ἐξετάσει τὴν δυνατὴν συμβολὴν τοῦ

καταλλήλου marketing εις την επίλυσιν τών μεγάλων οικονομικών προβλημάτων της χώρας. Αὐτὰ ἦσαν τότε ὅπως ἄλλωστε καὶ τώρα :

1) Τὸ ἔλλειμμα τοῦ τρέχοντος ἰσοζυγίου πληρωμῶν τῆς χώρας ὑπὸ τὴν ἐπίδρασιν τῆς οικονομικῆς ἀναπτύξεως τῆς χώρας, τῶν ὑπερβολικῶν μεγάλων μισθῶν ἐν σχέσει πρὸς τὴν ποιοτικὴν καὶ πρὸς τὴν ποσοτικὴν ἀπόδοσιν τῶν ἐργαζομένων, τῶν πληθωριστικῶν πιέσεων, αἱ ὁποῖαι προκύπτουν ἀπὸ τὴν ὑπεράγαν γενναιόδωρον πιστωτικὴν πολιτικὴν τῆς ἐκδοτικῆς τραπεζῆς, τέλος, τῶν ἐνίοτε πολὺ μεγάλων περιθωρίων κέρδους, τὰ ὁποῖα ἐξασφαλίζουν ὄχι μόνον οἱ ἰδιῶται καὶ αἱ ἰδιωτικαὶ ἐπιχειρήσεις ἀλλὰ καὶ αἱ κρατικαὶ ἐπιχειρήσεις, π.χ. τὸ κρατικὸν διῦλιστήριον καὶ ἕνια νομικὰ πρόσωπα δημοσίου δικαίου. Εὐτυχῶς τὸ κατὰ τὰ ἀνωτέρω ἄνοιγμα τοῦ ἰσοζυγίου πληρωμῶν καλύπτεται διὰ τῆς ἀθρόας εἰσαγωγῆς κεφαλαίων, ἄρκει αἱ πολιτικά, νομισματικά καὶ οικονομικά συνθήκαι τῆς χώρας νὰ εἶναι σχετικῶς ὁμαλαί.

2) Οἱ κυβερνῶντες κατέχονται ὀρθότατα ἄλλωστε ἀπὸ τὴν ἐπιθυμίαν τῆς μεγίστης δυνατῆς ἐπιταχύνσεως τῆς οικονομικῆς ἀναπτύξεως, χωρὶς ὅμως νὰ παρακωλυθῇ ἡ συνεχῆς βελτίωσις τοῦ βιοτικοῦ ἐπιπέδου τῶν εὐρέων λαϊκῶν στρωμάτων. Πρέπει νὰ ὁμολογηθῇ ὅτι χάρις εἰς τὴν ἀθρόαν εἰσροὴν ξένων κεφαλαίων καὶ χάρις εἰς τὴν συνεχῆ αὔξησιν τῶν ἀδήλων πόρων ἢ πραγματοποιήσις τοῦ ἀντικειμενικοῦ αὐτοῦ σκοποῦ διηκολύθη ἐξαιρετικά, ἀνεξαρτήτως τοῦ ὅ,τι ἔνεκα αὐτοῦ οἱ φορολογικοὶ συντελεσταὶ διατηροῦνται εἰς ὑψηλότερα ἐπίπεδα ἀπὸ ὅ,τι θὰ ἐχρειάζετο ἄλλως καὶ ἀνεξαρτήτως τοῦ ὅ,τι οὕτως ἡ ἐνεργὸς ζήτησις ἡμεδαπῶν καὶ ἀλλοδαπῶν προϊόντων συνεπῶς καὶ ἐξωτερικοῦ συναλλάγματος ἐπηρεάζεται ὑψωτικῶς.

3) Ἡ συνεχῆς ἐμφάνισις δυσχερειῶν προσαρμογῆς ἐκ τῆς συνδέσεως τῆς Ἑλλάδος μὲ τὴν Εὐρωπαϊκὴν Οἰκονομικὴν Κοινότητα, πρὸ παντὸς δὲ μετὰ τὴν Ἐπανάστασιν ἐν ὧσιν τῆς παρελκυστικῆς πολιτικῆς τῆς Κοινότητος ἐναντι τῆς Ἑλλάδος, ἰδίως ὡς πρὸς τὸν ἑναρμονισμόν τῆς ἀγροτικῆς πολιτικῆς καὶ μὲ παράβλεψιν ἐκ μέρους τῶν ὀργάνων τῆς Εὐρωπαϊκῆς Οἰκονομικῆς Κοινότητος ὅτι συνεβλήθη αὕτη μετὰ τῆς Ἑλλάδος καὶ ὄχι μετὰ τῆς Ἑλλάδος μὲ ὀρισμένην μορφήν πολιτεύματος. Παρὰ τὴν παθητικὴν αὐτὴν στάσιν τῆς Εὐρωπαϊκῆς Οἰκονομικῆς Κοινότητος ἢ προϊοῦσα ἔντασις τῶν μετὰ τῆς Ἑλλάδος σχέσεών της οὐδόλως ἀνεκόπη, ὡς ἄλλωστε καταφαίνεται ἐκ τῆς σχετικῆς ἐκθέσεως τῆς Ὑπηρεσίας πληροφοριῶν τῆς Εὐρωπαϊκῆς Οἰκονομικῆς Κοινότητος, ἥτις ἐδημοσιεύθη αὐτοῦσια εἰς τὸν Οἰκονομικὸν Ταχυδρόμον τῆς 14ης Ἰανουαρίου 1971. Ἀσφαλῶς ἡ συμπλήρωσις τῆς μεταβατικῆς περιόδου ἀπὸ ἀπόψεως εἰσαγωγικῶν δασμῶν ἐπὶ τῶν ἐξ Ἑλλάδος εἰσαγωγῶν εἰς τὰς χώρας τῆς Κοινότητος συνέβαλε καὶ συμβάλλει οὐσιαστικῶς εἰς τὴν αὔξησιν τῶν ἐκεῖ ἐξαγωγῶν μας εἰς τὴν παρ' ἡμῖν δημιουργίαν νέων βιομηχανιῶν μὲ κεφάλαια προερχόμενα εἰς σημαντικὴν κλίμακα ἐκ τῶν χωρῶν τῆς Κοινότητος, τέλος εἰς τὴν, μὲ λίαν ἱκανοποιητικὸν ρυθμὸν συνεχιζομένην ταχεῖαν αὔξησιν τῶν ἐσόδων τῆς ἐλληνικῆς οικονομίας ἐξ ἀδήλων πόρων. Βεβαίως, ἡ βαθμιαία κατάργησις τῶν τελωνειακῶν δασμῶν ἐπὶ τῶν ἐκ τῆς Κοινότητος εἰσαγομένων εἰς τὴν Ἑλλάδα ἀγαθῶν δὲν διευκολύνει τὴν θέσιν τῶν Ἑλλήνων παραγωγῶν, ἀλλὰ αὐτὸ εἶναι ἀπὸ ἀπόψεως

μακροοικονομικής μικρόν τίμημα προκειμένου νά εξασφαλισθῆ ἡ ἐλευθέρα ἐξαγωγή τῶν προϊόντων μας εἰς τὰς χώρας τῆς Ἑυρωπαϊκῆς Οἰκονομικῆς Κοινοτήτος. Βεβαίως κατ' αὐτὸν τὸν τρόπον ἐξοικειοῦται ὁ Ἕλλην παραγωγὸς πρὸς τὴν ἀνάγκην ἀνταγωνισμοῦ, συμπίεσεων τῶν δαπανῶν του καὶ τῶν περιθωρίων τῶν κερδῶν του, τέλος προσαρμογῆς εἰς τὰς ἀπαιτήσεις τῶν πελατῶν του, ἡμεδαπῶν καὶ ἀλλοδαπῶν, ἔστω καὶ ἂν ὁ ἴδιος ἐνδομύχως πιστεύῃ ὅτι αἱ προτιμήσεις αὐταὶ δὲν εἶναι λογικαί. Ἐπὶ πλέον ἀναγκάζεται ὁ Ἕλλην παραγωγὸς νά προνοήσῃ διὰ τὴν δημιουργίαν ὑπηρεσιῶν συντηρήσεως, πωλήσεως ἀνταλλακτικῶν κλπ., ἀντιλαμβανόμενος ὅτι ἄλλως θὰ χάσῃ ἀνεπιστρεπτι τὴν πελατείαν του, ἄνευ τῆς ὁποίας εἶναι καταδικασμένος νά ἐξαφανισθῆ.

Γ.

Κατὰ ταῦτα, ὅσοι ἀσχολοῦνται μὲ τὴν ὀργάνωσιν τῆς παραγωγῆς καὶ μὲ τὴν τελειοποίησιν τοῦ marketing εἰς τὴν Ἑλλάδα, πρέπει νά λαμβάνουν ὑπ' ὄψιν τὰ κάτωθι :

I. Κατὰ τὴν κατάστρωσιν τῶν προγραμμάτων παραγωγῆς ἀπὸ ἀπόψεως ποιοτικῆς καὶ ποσοτικῆς τὰς ἀνάγκας τῶν πελατῶν των καὶ ἐκείνων τῶν πελατῶν τοὺς ὁποίους ἐπιδιώκουν νά εξασφαλίσουν, ἐνῶ πρὸς τὸ παρὸν προτιμοῦν οὗτοι τοὺς ἀνταγωνιστάς των, εἴτε διότι εἶναι οὗτοι εἰς θέσιν νά παράσχουν τὰς ὑπὸ τῶν πελατῶν των ἀπαιτουμένας ποσότητας καὶ ποιότητας καὶ δὴ ὅταν χρειάζονται, φυσικὰ δὲ μὲ περιθώρια δι' ἀναπόφευκτα ἀπρόοπτα, ὅταν δι' οἰονδήποτε λόγον ἐπέρχονται διαταραχαὶ εἰς τὴν ἀποθήκευσιν, εἰς τὴν συντήρησιν ἢ εἰς τὰς μεταφοράς, ἐν συνδυασμῶ πρὸς τὴν ἐπαύξησιν τῶν παραγομένων ποσοτήτων, ὥστε νά εξασφαλίζον τὰ πλεονεκτήματα τῶν κατιουσῶν δαπανῶν παραγωγῆς, εἴτε διότι πωλοῦν ὑπὸ ὄρους περισσότερον συμφέροντας, ὄχι μόνον ἀπὸ ἀπόψεως τιμῶν, διὰ τοὺς πελάτας των.

II. Κατὰ τὸν καθορισμὸν τῶν τιμῶν, τὸ ὕψος τῆς ἀγοραστικῆς δυνάμεως τῶν πελατῶν των, τῶν πελατῶν τῶν ἀνταγωνιστῶν των καὶ ἐκείνων, οἱ ὅποιοι πρὸς τὸ παρὸν τοῦλάχιστον, δὲν ἐκδηλοῦν ἐνδιαφέρον διὰ τὸ ὕλικὸν ἢ αἴυλον ἀγαθόν, διὰ τὸ ὅποιον ἐκάστοτε πρόκειται, τὴν ροπὴν πρὸς κατανάλωσιν ὄλων αὐτῶν τῶν ὁμάδων, τὰς τιμὰς τῶν ἀνταγωνιστῶν τῶν ἐνδιαφερομένων παραγωγῶν, τὰς δυνατότητας ὑποκαταστάσεως, τὰς μεταβολὰς τῆς μόδας, τὰς προσθέτους πληρωμάτων διαθεσίμων καὶ ἐνδεχομένων πελατῶν διὰ μεταφοράν, μεταφόρτωσιν, ἀποθήκευσιν, ἀσφάλισιν, φόρους καὶ παντοειδῆ ἄλλα ἔξοδα, τέλος τοὺς ὄρους πληρωμῆς καὶ παραδόσεως, οἵτινες θὰ ἦσαν ἀρεστοὶ εἰς τοὺς πελάτας των, ἰδίως ἂν αὐτοὶ ἐφαρμόζονται ἀπὸ τοὺς ἀνταγωνιστάς των, ἐν συνδυασμῶ πρὸς τὴν ἐκ μέρους τῶν πωλητῶν διὰ λογαριασμὸν τῶν πελατῶν των ἀνάληψιν διατυπώσεων χρονοφάγων καὶ ἐνοχλητικῶν διὰ τοὺς πωλητάς, χωρὶς νά παραβλέπεται ἡ σκοπιμότης τῆς καταβολῆς συστηματικῆς προσπάθειάς διὰ νά πεισθοῦν αἱ ἀρμόδια ἀρχαὶ πρὸς κατάργησίν των, ἐκτὸς ἂν αὕτη θὰ συνεδέετο μὲ ζημίας γενικωτέρας φύσεως.

III. Κατὰ τὴν ἐπιλογὴν τῶν παρακτέων τύπων νά μὴ παραβλέπονται τὰ πλεονεκτήματα τῆς τυποποιήσεως, χωρὶς ὅμως αὕτη νά ἀποτελῆ δικαιολογίαν ἀποθαρρύνσεως τῆς καθιερώσεως νεωτερισμῶν, ὅσάκις πιστεύεται ὅτι ἀνταποκρί-

νονται εις τὰς ἐπιθυμίας καὶ εις τὰς προτιμήσεις τῶν πελατῶν, ἂν μάλιστα ὑπάρχη φόβος οὗτοι ἄλλως νὰ προσελκυσθοῦν ὑπὸ τῶν περισσότερον νεωτεριστῶν ἀνταγωνιστῶν. Φυσικὰ εὐκταῖον εἶναι πάντοτε νὰ ἀποφεύγονται ὑπερβολαὶ καὶ νὰ μὴ σημειοῦται παράβλεψις τοῦ ἀρχαίου ἑλληνικοῦ ρητοῦ «πᾶν μέτρον ἄριστον».

IV. Κατὰ τὸν καθορισμὸν τῶν παρακτέων ποσοτήτων νὰ μὴ παραβλέπεται ὅτι ἡ ἀνεπαρκὴς παραγωγή ἀποθαρρύνει τὰς δοσοληψίας μὲ μεγάλας μονάδας, ὅπως συνέβη πλέον ἢ ἅπαξ μὲ τὴν ἀδυναμίαν ἐκτελέσεως παραγγελιῶν ἐκ μέρους μεγάλων ἐπιχειρήσεων ἢ νομικῶν προσώπων δημοσίου δικαίου ἐγκατεστημένων εις χώρας τῆς Εὐρωπαϊκῆς Οἰκονομικῆς Κοινότητος. Εἰς τὰς περιπτώσεις αὐτὰς δὲν χάνεται μόνον ἡ παραγγελία, διὰ τὴν ὁποίαν πρόκειται ἀλλὰ καὶ μελλοντικαὶ παραγγελίαι, αἱ ὁποῖαι μετὰ τὴν πρώτην ἀποτυχίαν δὲν μεταβιβάζονται κἂν πλέον εις τὴν Ἑλλάδα. Ἡ ἐξέλιξις αὕτη εἶναι τοσοῦτω μᾶλλον λυπηρά, ὅταν, παρὰ αὐτήν, αἱ ἑλληνικαὶ ἐξαγωγαὶ βιομηχανικῶν προϊόντων ἀνέρχονται ἀλματωδῶς καὶ καλύπτουν περὶ τὰ 40% τοῦ συνόλου τῶν ἐξαγωγῶν καὶ μάλιστα χωρὶς τὴν παράβλεψιν τῶν ἐπαγγελιῶν καὶ ἀναγκῶν τῆς κοινωνικῆς πολιτικῆς. Αὕτη ἐσημειώθη π.χ. εἰς τὸ Χόγκ Κόγκ καὶ παλαιότερον εἰς τὴν Ἰαπωνίαν.

V. Κατὰ τὴν λήσιν ἀποφάσεων περὶ τῆς ἐνδεικνυομένης διαφημίσεως τόσον εις τὴν ἡμεδαπὴν ὅσον καὶ εις τὴν ἀλλοδαπὴν. Πρέπει σχετικῶς νὰ ἀποφεύγονται ἐπαγγελίαι ἀπραγματοποίητοι, διότι ἀπλῶς δημιουργοῦν δυσπιστίαν ἐναντι τῶν οὕτως διαφημιζομένων ἐπιχειρήσεων.

VI. Κατὰ τὸν καθορισμὸν τῆς προσπάθειας ἐπαφῆς παραγωγῶν καὶ καταναλωτῶν δὲν πρέπει ἐν τῇ ἐπιδιώξει διευρύνσεως τοῦ περιθωρίου τοῦ κέρδους νὰ καταβάλλεται προσπάθεια παραμερισμοῦ τοῦ χονδρικοῦ ἐμπορίου, διότι τοῦτο ἐπιτελεῖ σπουδαίαν ἀποστολὴν ἀπὸ τῆς ἀπόψεως τῆς κατατοπίσεως τῶν παραγωγῶν μὲν ὡς πρὸς τὰς ἐπιθυμίας τῶν καταναλωτῶν, τούτων δὲ ὡς πρὸς τὴν ὑπαρξίν τῶν ἀγαθῶν, ὑλικῶν καὶ ἀϋλων μὲ τὰ ὁποῖα θὰ δυνηθοῦν νὰ ἱκανοποιήσουν τὰς ἀνάγκας τῶν.

Δ.

Συνήθως κατὰ τὴν μελέτην τῶν προβλημάτων τὰ ὁποῖα ἀνάγονται εἰς τὸ marketing, πολλοὶ σκέπτονται κυρίως τὴν διευκόλυνσιν τῆς διαθέσεως τῶν βιομηχανικῶν προϊόντων. Ἡ ἄποψις αὕτη εἶναι ὑπὲρ τὸ δέον περιορισμένη, διότι ἀνάλογα προβλήματα δημιουργεῖ ἡ προσπάθεια διαθέσεως τῶν προϊόντων τῆς βιοτεχνίας, ἐν μέρει τοῦλάχιστον διαφόρων προϊόντων τοῦ πρωτογενοῦς τομέως καὶ δὴ ὄχι τῶν περισσότερον ἐπιδεκτικῶν μαζικῆς παραγωγῆς, ἀλλὰ ἔτι μᾶλλον τῶν ὑπηρεσιῶν τοῦ τριτογενοῦς τομέως, χαρακτηριστικὸν τοῦ ὁποίου εἶναι μετὰξὺ ἄλλων εἰς τὴν Ἑλλάδα νὰ στερηθῆται κάποιας φαντασίας, ἡ ὁποία θὰ ἐπέτρεπε τὴν σημαντικὴν ἐπιμήκυνσιν τῆς περιόδου ἐκμεταλλεύσεως ἐντατικῶς ἕκαστον ἔτος τῶν διαθέσιμων ἐγκαταστάσεων.

Τοῦτο συμβαίνει φέρ' εἰπεῖν μὲ τὰ ξενοδοχεῖα τῆς Νοτίου Ἑλλάδος, ὅπου μὲ μείωσιν τῶν τιμῶν κατὰ τοὺς νεκροὺς μῆνας, ἐν συνδυασμῶ πρὸς τὴν καθιέρω-

σιν ειδικῶν ἀεροπορικῶν τουριστικῶν ναύλων, θά ἦτο δυνατόν νά καθιερωθῆ, ἄν μάλιστα τὸ φέστιβαλ Ἀθηνῶν διεξήγετο καὶ τὸν χειμῶνα εἰς κλειστοῦς χώρους, λαμπρὰ χειμερινή περίοδος, ἀφοῦ οὐσιαστικῶς εἰς τὴν Νότιον Ἑλλάδα ὁ χειμὼν διαρκεῖ, τοῦλάχιστον εἰς τὰς πεδιάδας καὶ εἰς τὰ παράλια, 6-7 ἑβδομάδας. Οἱ πάσης φύσεως ἀντίκτυποι μιᾶς τοιαύτης πρωτοβουλίας θά ἦσαν ἀξιόλογοι καὶ ἐνεργητικοί. Ἀνάλογα δύνανται νά ἐπιτευχθοῦν εἰς πλείστας ὅσας περιπτώσεις.

“ Λ Ο Γ Ι Σ Τ Η Σ , ,

Μηνιαία Λογιστικὴ Φορολογικὴ καὶ Οἰκονομικὴ
Ἐπιθεώρησις
Ἐπιστημονικὸν καὶ Ἐπαγγελματικὸν Βῆμα τῶν
Ἑλλήνων Λογιστῶν

ΣΥΝΕΡΓΑΤΑΙ : Οἱ κορυφαῖοι τῶν Ἑλλήνων καὶ ξένων Ἐπιστη-
μόνων καὶ ἐιδικῶν.

ΕΝΗΜΕΡΟΤΗΣ : Ἐπὶ τῶν ὑποχρεώσεων τοῦ φορολογουμένου,
τῆς φορολογίας τοῦ εἰσοδήματος, τοῦ Κώδικος Φορολογικῶν
Στοιχείων, τῶν Διοικητικῶν λύσεων καὶ τῶν ἀποφάσεων τῶν
φορολογικῶν Δικαστηρίων καὶ τοῦ Συμβουλίου Ἐπικρατείας,
τῆς ἐργατικῆς νομοθεσίας καὶ νομολογίας.

ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ : Ἄρθρα καὶ μελέται ἐπὶ τῶν σπουδαιοτέρων
θεμάτων τῆς Λογιστικῆς, τῆς φορολογίας καὶ τῆς ἰδιωτικῆς
οἰκονομίας. Ἐπαγγελματικὴ κίνησις τῶν Ἑλλήνων Λογιστῶν.

Ἐγγραφαὶ συνδρομητῶν εἰς τὰ γραφεῖα τοῦ «**ΛΟΓΙΣΤΟΥ**»

Ὁδὸς Πανεπιστημίου 44 — Ἀθῆναι (τηλ. 622.737)