

ΕΙΣ ΑΓΩΓΗ

ΕΙΣ ΤΑΣ ΜΕΘΟΔΟΥΣ ΕΡΕΥΝΗΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

(MARKETING RESEARCH)

Υπό τοῦ κ. ΜΑΡΙΟΥ Ε. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ

(Συνέχεια ἐκ τοῦ βου τεύχους)

60. Τὰς ἐν γένει ἐρωτήσεις διακρίνομεν :

α) *Εἰς ἐρωτήσεις κατὰ συστοιχίαν.*

Ἐνταῦθα πρόκειται περὶ σειρῶν ἐρωτήσεων συνδεομένων μεταξύ των εἰς τρόπον ὅστε νὰ συνιστοῦν τελικῶς μίαν καὶ μοναδικὴν ἐρώτησιν (¹).

β) *Εἰς ἐρωτήσεις ἀλληλενδέτους.*

Ἐν προκειμένῳ πρόκειται περὶ σειρῶν ἐρωτήσεων τιθεμένων κατὰ τρόπον ὅστε ἐκάστη νὰ ἐξαρτᾶται ἐκ τῆς προηγουμένης. Οὕτω ἡ θετικὴ ἢ ἀρνητικὴ ἀπάντησις εἰς τὴν πρώτην ἐρώτησιν προκαλεῖ ἢ ἀποκλείει τὰς ἐπομένους (²).

γ) *Εἰς ἐρωτήσεις ἀμέσους καὶ ἐμμέσους.*

Καὶ ἄμεσοι μὲν εἶναι ἐκεῖνα αἵτινες ἀναφέρονται ἀπ' εὐθείας εἰς τὸ ὑπὸ κρίσιν ἀντικείμενον, ὁ δὲ ἐρωτώμενος ἀπαντᾷ θεληματικῶς καὶ εὐθέως. Ἐμμεσοὶ δὲ εἶναι αἱ κεκαλυμμένα ἐρωτήσεις, αἱ ὁποῖαι πολλάκις ἐνδείκνυται ὅπως τεθῶσι λόγῳ τῆς λεπτότητος τοῦ θέματος.

Ἐὰν ἐπὶ παραδείγματι ἐρωτήσωμεν εὐθέως : « Ποῖα εἶναι τὰ μηνιαῖα εἰσοδήματά σας, ἢ ποίας πολιτικᾶς πεποιθήσεις ἔχετε » ; κ.ο.κ. ἐκ τῶν προτέρων πρέπει νὰ εἴμεθα βέβαιοι ὅτι οἱ ἐρωτώμενοι ἢ θὰ ἀρνηθοῦν νὰ ἀπαντήσουν, ἢ θὰ ἀποκρύψουν τὴν ἀλήθειαν. Ἐνῶ ἐὰν ἀκολουθήσωμεν τὴν μέθοδον τῶν ἐμμέσων ἐρωτήσεων εἶναι πιθανὸν νὰ φθάσωμεν εἰς ἀκρ βέστερα ἀποτελέσματα. Οὕτω, τὸ ἀνωτέρω ἐρώτημα θὰ ἠδύνατο νὰ τεθῇ ἐμμέσως

1) Ἐπὶ παραδείγματι ἐρώτησις : Πόσα ζυμαρικὰ ἀναλίσχετε μηνιαίως ;

* Ἀπάντησις : Κατὰ μέσον ὄρον 4 ὀκάδας.

* Ἐρώτησις : Πόσες φορὲς τὴν ἐβδομάδα χρησιμοποιεῖτε ζυμαρικὰ εἰς τὰ γεύματά σας ;

* Ἀπάντησις : Κατὰ μέσον ὄρον δύο φορὰς.

* Ἐρώτησις : Ποίας ἡμέρας παρασκευάζετε φαγητὰ μὲ ζυμαρικὰ ;

* Ἀπάντησις : Τὴν Πέμπτην καὶ Κυριακὴν, κ.ο.κ.

2) Ἐρώτησις : Κοπνίζετε ;

* Ἀπάντησις : Ναι.

Ἐὰν ἡ ἀπάντησις ἦτο ἀρνητικὴ δὲν θὰ ὑπῆρχε λόγος συμπληρώσεως τῶν ἐπομένων ἐρωτήσεων. Ἐφ' ὅσον ὁμοῦ ὁ ἐξεταζόμενος ἀποντᾷ καταφατικῶς ἐπακολουθοῦν ἕτεραὶ ἐρωτήσεις, ὡς φέρ' εἰπεῖν : « Χρησιμοποιεῖτε σιγαρέττα μὲ φίλτρο » ; Ἐὰν πάλιν ἡ ἀπάντησις εἶναι θετικὴ ἐπακολουθεῖ ἕτερα ἐρώτησις, ὡς ἐπὶ παραδείγματι : « Ποίας καπνοβιομηχανίας σιγαρέττο μὲ φίλτρο προτιμᾶτε » ; κ.ο.κ.

ὡς ἀκολούθως: «Καθ' ὑμᾶς, ποῖον ποσὸν κατὰ μέσον ὄρον χρειάζεται μηνιαίως μία οἰκογένεια συνθέσεως καὶ τρόπου ζωῆς παρομοίου μετὴν ἰδικήν σας, χωρὶς νὰ στερεῖται τῶν ἀναγκαιῶν, ἀλλὰ καὶ χωρὶς νὰ ἐνεργῆ ἔξοδα ὑπερπολυτελεῖ»;

Μετὰ τὴν ἐρώτησιν ταύτην ἐπακολουθοῦν 4-5 ἐρωτήσεις φύσεως γενικῆς εἰς τρόπον ὥστε νὰ ἀποσπᾶσὺν τὴν προσοχὴν τοῦ ἐρωτωμένου ἀπὸ τοῦ ἀρχικοῦ ἐρωτήματος καὶ ἀκολουθεῖ ἐτέρα, ἐπίσης ἔμμεσος, ὡς ἡ ἀκόλουθος: «Πόσα θὰ ἠθέλατε νὰ προσθέσετε εἰς τὰ μηνιαῖα εἰσοδήματα τῆς οἰκογενείας σας ὥστε νὰ ζῆτε ἀνευ φροντίδων καὶ ὑπὸ τὰς αὐτὰς ὡς σήμερον συνθήκας»; Εἶναι προφανὲς ὅτι ἐκ τῆς πρώτης ἐρωτήσεως ὁ ἐξεταζόμενος ὑποδεικνύει τὸ εἰσόδημα τὸ ὁποῖον θὰ ἐπεθύμει νὰ ἔχη, ἐκ δὲ τῆς δευτέρας τὸ ποσὸν τὸ ὁποῖον τῷ ἀναγκαιοῖ ὥστε νὰ προσεγγίση τὸ ὑποδειχθέν πρῶτον. Οὕτω ἡ διαφορὰ μεταξὺ τῶν δύο μᾶς δίδει τὸ ὑπ' αὐτοῦ ἀπολαμβανόμενον εἰσόδημα.

δ) *Εἰς ἐρωτήσεις με ἀπαντήσεις περιορισμένας, ἐλευθέρως ἢ μικτάς.*

Ἐρωτήσεις με ἀπαντήσεις περιορισμένας ἢ κλειστάς εἶναι ἐκεῖναι καθ' ἃς αἱ ἀπαντήσεις εἶναι προκαθορισμένα καὶ δὲν ἐπιδέχονται ἀπαντήσεις διαφόρους ἀπὸ τὰς προβλεπομένας (*). Ἐνῶ ἐρωτήσεις με ἐλευθέρως ἀπαντήσεις εἶναι ἐκεῖναι εἰς ἃς ἡ ἀπάντησις δὲν εἶναι καθωρισμένη ἀλλ' ὁ ἐρωτώμενος δύναται νὰ ἀναγράψῃ ὅ,τι οὗτος πιστεύει. Κατὰ κανόνα αἱ ἐρωτήσεις τοῦ ὡς ἄνω εἶδους ἔχουν τὸ πλεονέκτημα ὅτι ἀφήνουν ἐλεύθερον πεδῖον ἀπαντήσεως εἰς τὸν ἐρωτώμενον, ἀλλὰ παρουσιάζουν βασικὸν μειονέκτημα ὅτι δυσχεραίνουν τὰ μέγιστα τὴν ταξινόμησιν τῶν ἀπαντήσεων, εἴτε λόγῳ τῆς μεγάλης ἀνομοιομορφίας μεθ' ἧς ἐμφανίζονται, εἴτε λόγῳ τῆς ἀδυναμίας ἐξευρέσεως τῶν μεταξὺ τούτων ὁμοίων, ἔνεκα τοῦ τρόπου καθ' ὃν δίδεται ἡ ἀπάντησις.

Τέλος, ἔχομεν τὰς ἐρωτήσεις με μικτάς (²) ἀπαντήσεις καθ' ἃς ὄλαι αἱ ἀπαντήσεις εἶναι προκαθορισμένα (δηλαδὴ κλειστά), ἀλλὰ προβλέπεται ἡ ὀλοκλήρωσις τούτων διὰ τῆς προσθήκης ἐλευθέρων ἐρωτήσεων. Ἐν πάσῃ περιπτώσει, ἐὰν τὸ ἐρωτηματολόγιον καταρτίζεται τὸ πρῶτον, ἐνδείκνυται ὅπως προβῶμεν εἰς δοκιμαστικὴν χρησιμοποίησιν τούτου, ἵνα ἐξακριβώσωμεν τὰς ἐλλείψεις του, ὡς καὶ τὰς τυχόν προκαλουμένας ἀντιδράσεις τοῦ ἐρωτωμένου.

Τὰ δοκιμαστικὰ ἐρωτηματολόγια (³) διανεμόνται εἰς περιορισμένον ἀριθμὸν

1) Εἰς τὰς ἐρωτήσεις με κλειστάς ἀπαντήσεις παρουσιάζεται τὸ πλεονέκτημα ὅτι διευκολύνεται τὰ μέγιστα ἡ διαλογὴ καὶ ἡ ταξινόμησις τῶν δεδομένων καὶ ὡς ἐκ τούτου περιορίζεται λίαν αἰσθητῶς τὸ κόστος τῆς ἐρεῦνης. Τοῦτο δὲ διότι αἱ ἀπαντήσεις εἶναι προκαθορισμένα, πολλάκις δὲ ὑπάρχουν καὶ ἀριθμητικαὶ ἐνδείξεις τούτων ὥστε μηχανογραφικῶς νὰ συλλέγωνται αὐταὶ καθ' ὁμάδας καὶ ἐντὸς ἐλαχίστου χρόνου πρὸς περαιτέρω ἐρευναν.

2) Ὁ Καθηγ. τοῦ Πανεπιστημίου τῶν Παρισίων B. Lahy εἰς τὸ ἔργον του: *La Psychologie et les sondages de l' opinion publique*, Paris 1940, προτείνει τὸ ἀνωτέρω σύστημα τῶν μικτῶν ἐρωτήσεων.

3) Οὕτω τὸ Ἰνστιτούτον «Doxa» τῆς Ἰταλίας πρὶν διενεργήσῃ εὐρυτάτην ἐρευναν

προσώπων διαφόρου βαθμοῦ ἀναπτύξεως καὶ οἰκονομικῶν συνθηκῶν διαβίωσης καὶ μὲ διάφορον τρόπον διαμονῆς. Τοιοῦτοτρόπως πρὶν διεξαχθῆ ἡ ἔρευνα διασφαλίζομεθα :

- α) Ἐπὶ τῆς σαφηνείας καὶ λεπτολόγου θέσεως τῶν ἐρωτήσεων (').
- β) Ἐὰν καὶ κατὰ πόσον αἱ ἐρωτήσεις ἐπηρεάζουν τὸν τρόπον τῆς ἀπαντήσεως.
- γ) Ἐάν, τέλος, αἱ ἐρωτήσεις διαδέχονται ἢ μία τὴν ἄλλην φυσιολογικῶς καὶ λογικῶς.

§ 5 Προετοιμασία καὶ παροχὴ ὁδηγίων πρὸς τοὺς μέλλοντας νὰ διενεργήσουν τὴν ἔρευναν (ἀπογραφεῖς).

61. Αἱ δοκιμαστικαὶ ἐρωτήσεις χρησιμεύουν ἀφ' ἐνὸς μὲν διὰ τὴν ἀρτίαν διατύπωσιν τοῦ τελικοῦ ἐρωτηματολογίου, ἀφ' ἑτέρου δὲ διὰ τὴν παροχὴν ὁδηγίων εἰς τὰ πρόσωπα ἑκείνα τὰ ὁποῖα θὰ διενεργήσουν τὴν ἐπιτόπιον ἔρευναν. Αἱ παρεχόμεναι ὁδηγία ἀφοροῦν μετὰξὺ ἄλλων καὶ τῶν καθορισμῶν τοῦ τρόπου καθ' ὃν θὰ ἐκλεγοῦν αἱ μονάδες τῆς δειγματοληψίας εἰς τὰς ὁποίας πρέπει νὰ ἀπευθυνθῶμεν, ὡς καὶ ἐντὸς ποίων ὁρίων ἐπιτρέπεται ἡ ὑποκατάστασις τῆς ἐρωτήσεως ὁσάκις εὐρισκόμεθα πρὸ ἐλλείψεως ἀπαντήσεως. Ἐπίσης ὑποδεικνύεται εἰς τοὺς ἀπογραφεῖς τὸ ποσοστὸν τῶν προσώπων ἐξ ἐκάστης κοινωνικοοικονομικῆς ομάδος ἅτινα ὀφείλουν νὰ ἐρωτηθῶν, ὅπως ἐπίσης ὁ τρόπος καθ' ὃν ὀφείλουν νὰ πλησιάζουν τοὺς ἀπογραφόμενους (²).

ἐπὶ τῶν συνθηκῶν καὶ προτιμήσεων τῶν ἰταλῶν καπνιστῶν προέβη εἰς δοκιμαστικὴν (πλοηγὸν) δειγματοληψίαν (Sondaggio-pilota) βάσει δειγμάτος 341 μονάδων, ἐνῶ τὸ συνολικὸν δεῖγμα τῆς τελικῆς ἐρεύνης περιελάμβανε 7500 μονάδας. Παρόμοιαι προκριματικαὶ ἔρευναι ἀποτρέπουσιν συχνὰς αἰτινες συχνὰ παρατηροῦνται μετὰξὺ τῶν ἐρωτωμένων. Οὕτω ὁ P h i l i p p e d e V e n d e u n g e εἰς τὸ: *Études des marchés par sondages, leurs difficultés essentielles*, Paris 1950, ἀναφέρει ὅτι εἰς Η.Π.Α., ἐπ' εὐκαιρίᾳ ἐρεύνης συντελεσθείσης ἐν ἔτει 1949 καὶ ἀφορώσης τὸ θέμα τοῦ ψυχροῦ πολέμου (cold war), τὸ 45% τῶν ἀπογραφέντων δὲν ἀπήνησαν διότι εἰς τούτους ἐδημιουργήθη σύγχυσις μετὰξὺ «cold» (ψυχρὸς) καὶ «coal» (ἄνθραξ). Ὡς ἐκ τούτου οἱ πλείστοι δὲν εἶχον γνῶμην ἐπὶ τοῦ προβλήματος τοῦ πολέμου... τοῦ ἄνθρακος!

- 1) Ἐὰν ἐπὶ παραδείγματι ἐπιθυμοῦμεν νὰ γνωρίσωμεν τὰ αἷτια τὰ ὁποῖα ἐπέδρασαν εἰς τὴν διενέργειαν ὀρισμένων προμηθειῶν ἐκ μέρους τοῦ ἐρωτωμένου πρέπει ὁ τρόπος τῆς θέσεως τοῦ ἐρωτήματος νὰ εἶναι ἀνάλογος πρὸς τὸν ἐπιδιωκόμενον σκοπὸν. Διότι ἐὰν ληφθῆ ὑπ' ὄψιν ὅτι ἀγορὰ προϊόντος τινὸς δυνατὸν νὰ ὀφείλεται εἴτε εἰς κάλυψιν ἀμέσου ἀνάγκης τοῦ ἀγοραστοῦ, εἴτε εἰς διαφημιστικὴν ἀγγελίαν ἢ ἐπίδρασιν τοῦ λιανοπωλητοῦ, εἴτε τέλος εἰς τὴν χαρακτηριστικὴν ποιότητα τούτου, εὐλογον εἶναι ὅτι, ἐὰν ἡ ἐρώτησις δὲν διασαφηνίξῃ ἐπιρυκῶς τὰ αἷτια τὰ ὁποῖα προεκάλεσαν τὴν ἀπόκτησιν τούτου, οἱ ἐρωτώμενοι δυνατοὶ νὰ ἀπαντήσουν διαφορετικῶς, ὁπότε αἱ ἀπαντήσεις των δὲν θὰ δύνανται νὰ ἐρμηνευθοῦν καὶ ταξινομηθῶν. Οὕτω ἐὰν ἐπιθυμοῦμεν νὰ ἀναφερθῶμεν εἰς τὰ χαρακτηριστικὰ τοῦ προϊόντος θὰ ἔδει νὰ θέσωμεν περίπου τὸ ἐξῆς ἐρώτημα: «Ποῖα εἶναι τὰ πλεονεκτήματα τοῦ τάδε προϊόντος; τὸ ὁποῖον χρησιμοποιεῖται διὰ τὸν τάδε σκοπὸν;». Ἐὸν δὲ πάλιν θέλωμεν νὰ ἐρευνήσωμεν τοὺς παράγοντας αἷτινες ἐπέδρασαν διὰ τὴν ἀπόκτησιν τοῦ προϊόντος ἐκ μέρους τοῦ ἐρωτωμένου ὀφείλομεν νὰ ἐρωτήσωμεν περίπου ὡς ἀκολούθως: «Πῶς ἐγνωρίσατε τὴν ὁδοντόκρεμα τάδε, τὴν ὁποίαν σήμερον χρησιμοποιεῖτε;»
- 2) Ὑποδεικνύεται εἰς τὸν ἀπογραφέα ὅτι πρέπει νὰ ἔχη ἐμφάνισιν θορυθαλαῶν, νὰ δίδῃ δὲ τὴν ἐντύπωσιν ὅτι ἡ συνέντευξις ἐνδιαφέρει ἐξ ἴσου καὶ αὐτὸν τὸν ἐρω-

Βεβαίως, ἀφ' ἑαυτοῦ νοεῖται ὅτι αἱ ὑποδείξεις εἰς τὰ ἐπιφορτισμένα μὲ τὴν συγκέντρωσιν στοιχείων πρόσωπα εἶναι διάφοροι καὶ ποικίλλουν ἀναλόγως τῆς μορφῆς καὶ τοῦ σκοποῦ τῆς ἐρεῦνης. Ἄλλ' ἐκτὸς τῶν γενικῶν ὁδηγιῶν ἐνδείκνυται ὅπως εἰς ἐκάστην συγκεκριμένην ἔρευναν παρέχονται καὶ τοιαῦτα εἰδικῶς χαρακτῆρος (1).

62. Τὰ κυριώτερα προσόντα τοῦ ἀπογραφέως συναψίζονται εἰς τὰ ἀκόλουθα (2):
- Κατάλληλος μόρφωσις καὶ ἐμφάνισις.
 - Ἰκανότης ἀντιμετωπίσεως προσώπων οἰασδήποτε κοινωνικῆς τάξεως.
 - Πνεῦμα ἐρευνητικὸν καὶ ηὔξημένος βαθμὸς παρατηρητικότητος.
 - Ἀκρίβεια εἰς τὴν μεταφορὰν τῶν συγκεντρουμένων πληροφοριῶν.
 - Ἀκεραιότης, ἀντικειμενικότης, τιμιότης καὶ εὐσυνειδησία (3).

τώμενον. Κατὰ τὴν ἐκτέλεσιν τῆς ἐργασίας του ὁ ἀπογραφεὺς δὲν πρέπει νὰ ἔχη μὲζι του ὀγκώδεις χαρτοφύλακας, διὰ νὰ μὴ δίδῃ τὴν ἐντύπωσιν ὅτι πρόκειται περὶ περιοδεύοντος ὑπαλλήλου (placier), ὅστις προσπαθεῖ νὰ τοποθετήσῃ ὠρισμένα προϊόντα. Ὅφειλε νὰ εἶναι εὐπρεπῶς ἐνδεδυμένος, εὐγενῆς καὶ νὰ θέτῃ τὰς ἐρωτήσεις του ὑπὸ τύπον συζητήσεως. Ὅφειλε ἀμέσως νὰ ἐξηγήσῃ τὸν σκοπὸν τῆς συνεντεύξεως καὶ ὅτι δὲν ἐπιθυμεῖ νὰ γνωρίσῃ τὸ ὄνομα τοῦ ἐρωτωμένου προσώπου, ἀλλ' ἀπλῶς τὴν γνώμην τοῦτου, ἥτις ὁμοῦ μὲ ἄλλας θὰ περιληφθῆ εἰς καταρτιζόμενα στατιστικὰ δεδομένα.

Συχνὰ ὁ ἀπογραφεὺς ὀφείλει ν' ἀπαντήσῃ διατὶ ἐξέλεξε τὸν ἐρωτώμενον καὶ οὐχὶ ἕτερον πρόσωπον, εἴτε τῆς αὐτῆς οἰκοδομῆς, εἴτε ἄλλης πλησιεστέρας. Πρέπει νὰ γνωρίζῃ νὰ ἐξηγήσῃ ὅτι ἡ διεξαγομένη ἔρευνα διενεργεῖται βάσει δειγματος τυχαίου, ὥστε τὸ ἀποτέλεσμα νὰ εἶναι ἀντικειμενικόν, καὶ ὅτι ἡ ἐκλογή τοῦ ἐρωτωμένου, προσώπου ὀφείλεται εἰς τυχαίαν ἐπιλογὴν μεταξὺ πολλῶν ἑτέρων. Ὅφειλε ἐπίσης νὰ ἀποφεύγῃ νὰ χρησιμοποιῇ τὰς λέξεις «ἔρευνα», «μελέτη» ἢ ἄλλας παραπλησίας, καθ' ὅσον αὗται, ἰδίᾳ εἰς πρόσωπα μικρᾶς ἀναπτύξεως, προκαλοῦν μεγάλην αἰσθησὶν καὶ τὰ καθιστοῦν λίαν ἐπιφυλακτικὰ εἰς τὰς ἀπαντήσεις των. Γενικῶς, ὁ ἀπογραφεὺς πρέπει νὰ μεταφέρῃ ἀπλῶς τὰ ὑπὸ τοῦ ἐρωτωμένου λεχθέντα καὶ νὰ συμπληρώῃ τὸ ἐρωτηματολόγιον μὲ τὰς ληφθείσας ἀπαντήσεις, χωρὶς νὰ προσπαθῆ νὰ ἐξηγήσῃ ἢ ἀναπτύξῃ ταύτας.

1) Ἐνδεικτικῶς παραθέτομεν κατωτέρω εἰδικὰς ὁδηγίας παρασχεθείσας ὑπὸ τοῦ Ἰνστιτούτου «Doxa» εἰς τοὺς ἀπογραφεῖς του (βλ. Tagliacarne: op cit. σελ. 47 ἐπ.) προκειμένου νὰ διενεργήσουν οὗτοι δειγματοληψίαν ἐπὶ τῆς 30ῆς Ἐκθέσεως τοῦ Μιλάνου (Ἀπρίλιος 1952). Αὗται συνοψίζονται ὡς ἀκόλουθα: α) Τὸν ἐπισκέπτην τῆς ἐκθέσεως οἱ ἀπογραφεῖς ὀφείλουν νὰ πλησιάζουν κατὰ τὸ τέλος τῆς ἐπισκέψεώς του καὶ δὴ εἰς σημεῖον πλησιάζον τὴν ἐξοδον, ἀλλ' ὄχι εἰς αὐτὸ τοῦτο τὸ σημεῖον τῆς ἐξόδου καθ' ὅσον δυσχεραίνεται ἡ συνέντευξις. β) Ἐκ τῆς συνεντεύξεως πρέπει ν' ἀποκλεισθῶνται οἱ ἀνήλικοι νὰ περιορίζεται δὲ αὕτη ἀποκλειστικῶς εἰς ἐπισκέπτας καὶ πρόσωπα ἐνήλικα, ἀνεξαρτήτως φύλου. γ) Τὰ μεθ' ὧν ἡ συνέντευξις πρόσωπα πρέπει νὰ ἐκλέγωνται τελείως κατὰ τύχην. Οὗτω ὑποδεικνύεται ὅπως κατὰ τὴν ἐξοδον σταματοῦν τὸ δέκατον κατὰ σειρὰν ἐκ τῶν ἐξερχομένων προσώπων, ἐν περιπτώσει δὲ ἀρνήσεως τοῦτου νὰ ἀπευθύνωνται εἰς τὸ ἐπόμενον. δ) Νὰ μὴ ἐρωτοῦν πρόσωπα τὰ ὅποια ἐκ περιεργείας παρευρέθησαν εἰς συνέντευξιν μὲ ἕτερον πρόσωπον. Ἐπίσης νὰ ἀποφεύγωνται συνεντεύξεις μὲ πρόσωπα τὰ ὅποια συνοδεύονται κ.ο.κ.

2) Βλ. A. R. D e l e n s εἰς Principles of Market Research, London 1950. Μετάφρασις τοῦ ἔργου τούτου εἰς τὴν Ἰταλικὴν ἐγένετο ὑπὸ τοῦ Giuseppe Ratti, Roma 1954.

3) Διότι ὑπάρχουν ἀπογραφεῖς ἀσυνειδήτοι, οἱ λεγόμενοι «Cheaters», οἱ ὅποιοι συμπληρῶνουν μόνοι των τὰ ἐρωτηματολόγια ἢ ὑπαγορεύουν εἰς τοὺς ἐρωτωμένους πρὸς διευ-

- Καλή μνήμη, ὥστε ἐκ τῶν ὑστέρων νὰ συμπληροῖ ἀκριβῶς τὰ ἐρωτηματολόγια βάσει τῶν ληφθεισῶν ἀπαντήσεων.
- Γνώσεις ἐμπορικαὶ ὥστε ν' ἀντιλαμβάνεται τὴν σημασίαν ὄρων τινῶν καὶ νὰ εἶναι εἰς θέσιν νὰ συζητῇ ἐπὶ ὀρισμένων θεμάτων ἀφορῶντων τὴν διεξαγομένην ἔρευναν.

§ 6 Χρησιμοποίησις τῶν συλλεγεσῶν πληροφοριῶν

63. Εἰς τὸ στάδιον τοῦτο τῆς δειγματοληψίας κατὰ πρῶτον διενεργεῖται ἡ ἀναθέρσις ἢ ἀποκατάστασις τῶν ἀπαντήσεων, ἥτοι ὁ ἀποκλεισμός τυχόν ἐκουσίων ἢ ἀκουσίων χονδροειδῶν σφαλμάτων. Ἐπακολουθεῖ ἡ κωδικοποίησις καὶ τέλος ἔπεται ἡ τελικὴ διαλογὴ καὶ ἐπεξεργασία τῶν πληροφοριῶν.

● Ἀναθέρσις τῶν ἀπαντήσεων.

Ἡ ἐργασία αὕτη ἀπαιτεῖ προσοχήν, δι' ἣν ἐνδείκνυται ὅπως ἀνατίθεται εἰς πρόσωπα μὲ μεγάλην πείραν συνεντεύξεων καὶ ἐξάσκησιν τοιαύτην ὥστε ταχύτατα νὰ ἀπομονώνουν τὰ σημεῖα ἐκεῖνα τῶν ἐρωτηματολογίων εἰς ἃ παρουσιάζονται κενά. Ἐπιχειρήσεις τινὲς χρησιμοποιοῦν πρὸς τὸν σκοπὸν τοῦτον τοὺς ἐπιθεωρητὰς τῶν ἀπογραφῶν.

Συνήθη σφάλματα, ἐκούσια ἢ ἀκούσια, τὰ ὁποῖα διαπράττονται κατὰ τὰς συνεντεύξεις καὶ τὰ ὁποῖα δύνανται νὰ ἀποκατασταθοῦν εἶναι τὰ ἀκόλουθα :

64. α) Ἡ ἀποκάλυψις ἀσυναρτησιῶν. Ἀσύνδετος ἢ ἀσυνάρτητος ἀπάντησις εἶναι ἐκεῖνη ἣτις κατεχωρήθη μὲν ὑπὸ τοῦ ἀπογραφῆως εἰς τὸ ἐρωτηματολόγιον, πλὴν ὅμως εὐρίσκεται εἰς ἀντίθεσιν πρὸς ἄλλας ἐρωτήσεις ἀφορώσας τὸ αὐτὸ θέμα. Τοιαῦτα σφάλματα εἶναι σπάνια, διότι οἱ καλοὶ τουλάχιστον ἀπογραφεῖς ταχέως τὰ ἀντιλαμβάνονται καὶ φροντίζουν κατὰ τὴν διάρκειαν τῆς συνεντεύξεως ὅπως τὰ ἀποφεύγουν. Οὕτω, φέρ' εἰπεῖν, ἐπὶ ἐρωτήσεως : «Καπνίζετε;» ὁ ἐρωτώμενος ἀπήνητησεν : «Ὁχι». Ἐν συνεχείᾳ ὅμως ἐπὶ ἐτέρας ἐρωτήσεως : «Προτιμᾶτε σιγαρέττα κοινὰ ἢ μὲ φίλτρον;» οὗτος ἀπήνητησεν ὅτι προτιμᾷ τὰ κοινὰ. Ἐνταῦθα εἶναι πρόδηλον ὅτι ὑπάρχει ἀντίφασις, διότι ἐπὶ τοῦ δευτέρου ἐρωτήματος οὗτος ὄφειλε νὰ μὴ ἀπαντήσῃ. Ὁ ἐλέγχων τὰς ἀπαντήσεις ὀφείλει ἀμέσως νὰ προβῇ εἰς τὰς δεούσας διορθώσεις, ὥστε αἱ ἐρωτήσεις νὰ ἀποκτήσουν εἰρμὸν καὶ λογικὴν συνέπειαν.

κόλυσιν των τὰς κατὰ τὴν ἐπιθυμίαν των ἀπαντήσεις. Πολλάκις καὶ τὰ γραφεῖα ἐρευνῶν ἐξωθοῦν τοὺς ἀπογραφεῖς εἰς τοιούτου εἶδους ἀπατηλὰς ἀπαντήσεις, ἐφ' ὅσον ἐπιβάλλουν εἰς τούτους ὅπως ἐντὸς ὀρισμένου χρόνου διενεργήσουν ἀριθμὸν τινὰ συνεντεύξεων πέραν τοῦ κανονικοῦ. Ἐνίοτε πρὸς ἀποκάλυψιν τῶν τυχόν ἀσυνειδήτων ἀπογραφῶν χρησιμοποιοῦνται ὀρισμένοι «ἐρωτήσεις παγίδες». Δηλαδή, καλοῦμεν τοὺς ἀπογραφεῖς καὶ ἐπεξηγοῦμεν εἰς τούτους τοὺς σκοποὺς τῆς ἐρένης, ταυτοχρόνως δὲ ἀναπτύσσομεν εἰς τούτους τὰς ἐρωτήσεις. Κατὰ τὴν ἀνάπτυξιν ταύτην εἰς τινὰ ἐρώτησιν πληροφορικοῦ χαρακτήρος διδομένην σκοπίμως ἐσφαλμένην ἀπάντησιν. Ἐάν κατὰ τὸν ἔλεγχον τῶν ἐρωτηματολογίων παρατηρήσομεν ὅτι ἀναγράφεται ἡ ἀπάντησις αὕτη, τότε συμπεραίνομεν ὅτι αὕτη συνεπληρώθη ὑπὸ τοῦ ἀπογραφῆως καὶ οὐχὶ τοῦ ἐρωτωμένου.

β) *Ἡ ὑπαρξίς ἐσφαλμένων ἀπαντήσεων.*

65. Συγῆθη σφάλματα εἶναι τὰ ὀφειλόμενα εἰς ἀπαντήσεις ἐσφαλμένας λόγῳ ἀπροσεξίας τῶν ἀπαντῶντων. Οὕτω, ἐπὶ παραδείγματι, ἐὰν ἐρωτήσωμεν : «Πόσα κυττῖα βερνικίων ὑποδημάτων ἀναλίσκετε ἐτησίως ;» καὶ μᾶς δοθῆ ἡ ἀπάντησις : «200», προφανῶς ἐνταῦθα πρόκειται περὶ λάθους ἐὰν ἡ ἀπάντησις δὲν δικαιολογῆται λόγῳ τοῦ πολυαριθμοῦ τῆς οἰκογενείας τοῦ ἐρωτωμένου. Ἐπίσης ἐὰν ἐρωτήσωμεν : «Πόσα χιλιόμετρα διανύετε μηνιαίως μὲ τὸ αὐτοκίνητόν σας κατὰ τὸ θέρος καὶ πόσα κατὰ τὸν χειμῶνα ;» καὶ τύχωμεν ἀπαντήσεως : «5.000 τὸν χειμῶνα καὶ 3.000 τὸ θέρος» ἀσφαλῶς θὰ πρόκειται περὶ σφάλματος, ἐκτὸς ἐὰν ὁ ἐρωτώμενος ἀσκηῖ ἐπάγγελμα τοιοῦτον ὅστε νὰ δικαιολογῆται ἡ ἀπάντησις του.

γ) *Ἡ ἐμφιλοχώρησις ἀρνητικῶν ἀπαντήσεων.*

66. Γενικῶς, αἱ ἀπαντήσεις δυνατὸν νὰ διακριθῶσιν ἀναλόγως τοῦ περιεχομένου των, τοῦ σκοποῦ εἰς ὃν κατατείνουσι καὶ τῆς μορφῆς των. Οὕτω δύναται μία ἐρώτησις, ἀναλόγως τοῦ περιεχομένου της ν' ἀναφέρεται εἰς ζητήματα πολιτικά, οἰκονομικά, κοινωνικά κ.ο.κ. καὶ νὰ εἶναι χαρακτηριστῆρος εἴτε ἐθνικοῦ, εἴτε διεθνοῦς. Ἐπίσης, ἀναλόγως τῆς μορφῆς των αἱ ἐρωτήσεις δυνατὸν νὰ εἶναι «ἐλεύθεραι» ἢ «ἀνοικταί», ὡς εἶδομεν ἀνωτέρω, ὁπότε ἕφεται πλήρης ἐλευθερία διατυπώσεως τῆς ἀπαντήσεως, καὶ «κλεισταί» ἢ «προκαθορισμέναι», ὅσάκις ὁ ἐρωτώμενος ὀφείλῃ νὰ ἐκλέξῃ μεταξὺ τῶν ὑποδεικνυομένων ἀπαντήσεων. Τέλος, ἀναλόγως τοῦ σκοποῦ, δύναμεθα νὰ διακρίνωμεν τρεῖς κατηγορίας ἐρωτήσεων. Ἦτοι : τὰς πληροφορικὰς, τῆς κοινῆς γνώμης, καὶ τέλος τὰς ἐρωτήσεις ἐξ ὧν τεκμαίρονται γεγονότα ἀφορῶντα τὸ πρόσωπον τοῦ ἐρωτωμένου.

Ἐρωτήσεις πληροφορικαὶ χρησιμοποιοῦνται ὅσάκις ἐπιθυμοῦμεν νὰ ἐκτιμήσωμεν τὸν βαθμὸν τῆς παροχῆς πληροφοριῶν τῶν ἐρωτωμένων ἐπὶ ὀρισμένου προβλήματος, γεγονότος, προσώπου κλπ. Ἐπὶ παραδείγματι, δύναται νὰ ἐρωτηθῆ : «Γνωρίζετε ποῖον εἶναι τὸ ποσὸν τῶν ἐξόδων ἰατρικῆς περιθάλψεως τῶν ἀσθενῶν τοῦ Ι.Κ.Α.» ; ἢ «Γνωρίζετε τί σημαίνουν τὰ ἀρχικὰ γράμματα Ο.Χ.Ο.Α.» ; κ.ο.κ.

Αἱ ἐρωτήσεις κοινῆς γνώμης χρησιμεύουν διὰ τὴν γνῶσιν τῆς κρίσεως ἢ συμπεριφορᾶς τοῦ ἐρωτωμένου ἔναντι φαινομένου, προβλήματος ἢ προσώπου, τῶν προτιμήσεων, τῶν βλέψεων, τῶν κινήτρων κ.ο.κ. Ἐπὶ παραδείγματι : «Εἶσθε ὑπὲρ ἢ κατὰ τῆς καθιερώσεως τοῦ στοιχήματος ἐπὶ τῶν ποδοσφαιρικῶν συναντήσεων» ; ἢ «ποῖον εἶδος μουσικῆς προτιμᾶτε» ; κ.ο.κ. Τέλος, ἡ τρίτη κατηγορία ἐρωτήσεων ἀφορᾷ γεγονότα ἀναγόμενα εἰς τὸ πρόσωπον τοῦ ἐρωτωμένου. Ὡς ἐπὶ παραδείγματι : «Τί ἐπαγγέλλεσθε» ; ἢ «διαθέτετε τὰ μέσα διὰ τὴν ἀγορὰν μιᾶς συσκευῆς τηλεοράσεως» ; κ.ο.κ. Τὰ ἐρωτηματολόγια γενικῶς περιλαμβάνουν ἐρωτήσεις ὄλων τῶν ἀνωτέρω κατηγοριῶν.

67. Εἰς τὰς δειγματοληψίας ὅμως τῆς «κοινῆς γνώμης» ὑπάρχει ἕνας ἀριθμὸς ἐρωτωμένων, οἵτινες εἴτε δὲν γνωρίζουν, εἴτε δὲν δύνανται, εἴτε δὲν ἐπιθυ-

μοῦν νὰ ἀπαντήσουν. Οὗτοι συνήθως δίδουν τὴν ἀπάντησιν «Δὲν γνωρίζω». Ἄλλ' ἢ ἀπάντησις αὕτη ἀναλόγως τῆς φύσεως τῆς ἐρωτήσεως προσλαμβάνει καὶ διαφόρους σημασίας. Οὕτω: Ἄλλοτε μὲν, καὶ δὴ προκειμένου περὶ πληροφοριακῶν ἐρωτήσεων ἢ ἄρνησις δυνατὸν νὰ σημαίη ἄγνοιαν ἐπὶ τοῦ ἐρωτωμένου θέματος, ἄλλοτε δέ, καὶ δὴ προκειμένου περὶ ἐρωτήσεων κοινῆς γνώμης, ἢ ἄρνησις δυνατὸν νὰ σημαίη ἔλλειψιν ἐνδιαφέροντος, πλήρη ἀδιαφορίαν ἢ ἐπιφύλαξιν ἐκφράσεως τῆς γνώμης τοῦ ἐρωτωμένου, κ.ο.κ. Τέλος, ἀρνητικὴ ἀπάντησις ἐπὶ ἐρωτήσεων ἀναφερομένων εἰς τὸ πρόσωπον τοῦ πρὸς ὃν ἀπευθύνονται αἱ ἐρωτήσεις, δυνατὸν νὰ σημαίη φόβον τούτου ὅπως καταστήσῃ δημοσίως γνωστὰ ὄρισμένα προσωπικά του θέματα. Αἱ εἰς μίαν ἔρευναν συναντώμεναι ἀρνητικαὶ ἀπαντήσεις ἐξαρτῶνται ἐκ τοῦ εἶδους ταύτης, ὡς καὶ ἐκ τῆς τάξεως τῶν ἐρωτωμένων προσώπων. Οὕτω, ἐπὶ ἐρωτήσεων ἀναγομένων εἰς θέματα πολιτικῆς ἢ πνευματικῆς ἀναπτύξεως κ.ο.κ. εὐλόγον εἶναι νὰ συναντήσωμεν περισσότερας ἀρνητικὰς ἀπαντήσεις ἐπὶ ἐργατῶν καὶ γεωργῶν παρὰ μεταξὺ ὑπαλλήλων, ἐπαγγελματιῶν ἢ διευθυνόντων ἐπιχειρήσεως κ.ο.κ. Ἐνῶ, ἐὰν ἐρωτήσωμεν σχετικῶς μὲ τὸ κόστος ζωῆς ἢ τὰς τιμὰς, θὰ παρατηρηθῇ τὸ ἀντίθετον φαινόμενον, δηλαδὴ θὰ συναντήσωμεν περισσότερας ἀρνητικὰς ἀπαντήσεις μεταξὺ τῶν δευτέρων. Ἐὰν τὰ ἐρωτηματολόγια περιέχουν μεγαλύτερον τοῦ δέοντος ἀριθμὸν ἀρνητικῶν ἀπαντήσεων συμπεραίνομεν ὅτι ὁ ἀπογραφεὺς εἰργάσθη πλημμελῶς ἢ ὅτι ὁ ἐρωτώμενος δὲν εἶχε σοβαρὰν πρόθεσιν ἀπαντήσεως. Εἰς τὰς περιπτώσεις ταύτας ἀποφασίζομεν ἐὰν καὶ κατὰ πόσον πρέπει νὰ στηρίξωμεν τὴν ἔρευνάν μας ἐπὶ τῶν οὕτω πως συμπληρωθέντων ἐρωτηματολογίων.

δ) Ἡ ἐμφάνισις πλεονασμῶν ἢ παραλείψεων.

Τοιαῦτα σφάλματα εἶναι μικροτέρας σημασίας καὶ εὐκόλως ἀπομονοῦνται.

● Τεχνικὴ τῆς κωδικοποιήσεως (1).

Γενικά

68. Μετὰ τὴν ἀναθεώρησιν καὶ προσαρμογὴν τῶν ἐρωτηματολογίων ἐπακολουθεῖ ἡ ταξινόμησις τῶν ἀπαντήσεων κατὰ κατηγορίας. Ἡ ἐργασία δι' ἧς ἐκ τῶν προτέρων καθορίζονται αἱ κατηγορίαι τῶν ἀπαντήσεων καλεῖται: «σχηματισμὸς τοῦ κώδικος», ἐκείνη δὲ δι' ἧς αἱ διδόμεναι ἀπαντήσεις ταξινομοῦνται εἰς τὰς διαφόρους κατηγορίας τοῦ κώδικος καλεῖται «κωδικοποιήσις».

Τὰ ἐρωτηματολόγια γενικῶς — ὡς ἀνωτέρω ἐτονίσθη — εἶναι δύο τύπων: Τὰ ἐκ τῶν προτέρων κωδικοποιημένα καὶ τὰ μὴ κωδικοποιημένα.

Τὰ πρῶτα ὑποδιακρίνονται πάλιν εἰς πλήρως καὶ μερικῶς κωδικοποιημένα.

1) Βλ. Bartolo Mardessich: Codificazione, Spoglio meccanico ed elaborazione dei risultati di un' indagine campionaria, Milano 1955, καὶ R. Crisp: ο p. cit. σελ. 410 ἐπ.

Πλήρως κωδικοποιημένα είναι εκείνα εις τὰ ὁποῖα ἅπασαι αἱ δυναταὶ ἀπαντήσεις ἐπὶ ὄρισμένης ἐρωτήσεως εἶναι προκαθορισμένα, ἔναντι δὲ μιᾶς ἐκάστης τούτων ἀναγράφεται ὁ ἀριθμὸς τοῦ κώδικος. Εἰς τὰ ἐρωτηματολόγια ταῦτα ὁ ἀπογραφεὺς σημειοῖ διὰ κύκλου τὸν ἀριθμὸν τοῦ κώδικος ὅστις ἀντιστοιχεῖ πρὸς τὴν ὑπὸ τοῦ ἀνακρινομένου δοθεῖσαν ἀπάντησιν.

Εἰς τὰ μὴ κωδικοποιημένα ἐρωτηματολόγια δὲν ὑφίσταται ἀριθμὸς τις κώδικος, ἀλλὰ δι' ἐκάστην ἐρώτησιν ἀφίεται ἐπαρκῆς χώρος διὰ τὴν ἀναγραφὴν τῆς ἀπαντήσεως, ἥτις κωδικοποιεῖται ἐκ τῶν ὑστέρων.

Ὁ κώδιξ δέον νὰ πληροῖ τὰς ἐξῆς συνθήκας :

α) Νὰ διαρθροῦται κατὰ τρόπον δεκτικὸν διευρύνσεως ἢ περιορισμοῦ, ἀναλόγως τῆς περιπτώσεως. Αἱ κατηγορίαι τῶν ἀπαντήσεων ἢ οἱ τίτλοι τοῦ κώδικος πρέπει νὰ διαβαθμίζωνται. Κατ' ἀρχήν, αἱ ἐρωτήσεις ὁμαδοποιοῦνται εἰς μικρὸν ἀριθμὸν εὐρυτάτων τάξεων. Ἐν συνεχείᾳ ἐκάστη τάξις ὑποδιαιρεῖται εἰς ἄλλας ἥττον εὐρύτερας, κ.ο.κ. μέχρις ὅτου καταλήξωμεν εἰς ὁμάδας μικροτέρας, ἀντιστοίχους πρὸς τὴν φύσιν τῆς ἐρεύνης καὶ τὸν ἀριθμὸν τῶν διενεργηθειῶν συνεντεύξεων.

β) Νὰ προσαρμόζεται ψυχολογικῶς, δηλαδὴ νὰ συμφωνῇ πρὸς τὴν φυσικὴν πορείαν καὶ ἐξέλιξιν τοῦ ἐρευνωμένου θέματος. Ἐπὶ παραδείγματι, εἰς ἔρευναν ἐπὶ τῶν συνηθειῶν τῶν καταναλωτῶν ζύθου ἐτέθη τὸ ἐρώτημα : «Ποῖα στοιχεῖα χαρακτηρίζουν, καθ' ὑμᾶς, τὴν καλὴν ποιότητα ζύθου;» Εἰς τὰς δοθεῖσας ἀπαντήσεις ὑπεδείχθησαν περίπου 150 χαρακτηριστικὰ τῆς καλῆς ποιότητος ζύθου. Τὰ χαρακτηριστικὰ ταῦτα κατετάγησαν ὡς ἐξῆς : Εἰς τὰ ἀναφερόμενα εἰς τὰς συνθήκας τῆς παραγωγῆς (ποσοστὸν βύνης), τὰ ἀναγόμενα εἰς τὴν ἐμφάνισίν τῆς κατὰ τὴν κατανάλωσιν (χρῶμα, ὄσμη κλπ.) καὶ τέλος τὰ σχέσιν ἔχοντα μὲ τὴν εὐνοϊκὴν ἐπὶ τῆς ὑγείας ἐπίδρασιν (π.χ. θρεπτικὴ, ὀρεκτικὴ, πεπτικὴ κ.ο.κ.).

γ) Νὰ εὐσταθῇ λογικῶς. Δηλαδὴ αἱ ὁμάδες ἢ κατηγορίαι ἐξ ὧν οὗτος ἀπαρτίζεται νὰ παρουσιάζουν λογικὴν συνέπειαν καὶ νὰ εἶναι τῆς αὐτῆς τάξεως (ὁμοιογενεῖς). Οὕτω, ἐὰν ἐπιθυμοῦμεν νὰ κωδικοποιήσωμεν τὰ ὑπὸ τῶν ἐρωτωμένων ἀναγνωσθέντα κατὰ τὸν τρέχοντα μῆνα περιοδικὰ ἀναλόγως τοῦ εἶδους των : εἰς λαϊκά, εὐτράπελα, μόδας, ποικιλιῶν καὶ ἐπικαιροτήτων, παρατηροῦμεν ὅτι ἡ κατηγορία «ποικιλίαι καὶ ἐπικαιρότητες» δὲν εἶναι τῆς αὐτῆς τάξεως μὲ τὰς προηγουμένας, καθ' ὅσον καὶ τὰ λαϊκὰ ἀναγνώσματα δυνατὸν νὰ εἶναι ποικιλιῶν καὶ ἐπικαιροτήτων. Ἄρα ὁ κώδιξ κακῶς κατηρτίσθη καὶ πρέπει νὰ τροποποιηθῇ. Τοῦτ' αὐτὸ ἰσχύει, ἐὰν διακρίνωμεν τὰ περιοδικὰ εἰς ἐπαγγελματικά, ἐπιχειρηματικά, εἰκονογραφημένα. Καὶ ἐνταῦθα ὁ κώδιξ εἶναι πλημμελής, καθ' ὅσον ἡ κατηγορία εἰκονογραφημένα δὲν εἶναι αὐτοτελής, ἀλλὰ δύναται νὰ περιλαμβάνῃ περιοδικὰ τόσον τῆς μιᾶς ὅσον καὶ τῆς ἄλλης κατηγορίας.

69. Πρόβλημα ἐμφανιζόμενον κατὰ τὴν κωδικοποίησιν εἶναι «αἱ σύμμικτοι ἢ διάφοροι ἀπαντήσεις». Κατὰ κανόνα αἱ ἀπαντήσεις τῆς τοιαύτης κατηγορίας δὲν πρέπει νὰ ὑπερβαίνουν τὸ 10 %, διότι ἄλλως ὁ κώδιξ χρῆζει ἀναθεωρή-

σεως και ἐλέγχου πρὸς ἐξακριβωσιν ἐὰν περιελήφθη εἰς τοῦτον ἀξιόλογός τις κατηγορία ἀπαντήσεων.

Ὑπὸ τὸν τίτλον «σύμμικτοι ἢ διάφοροι ἀπαντήσεις» θεωρητικῶς θὰ περιληφθοῦν ὅλα ἐκεῖνα αἵτινες παρουσιάζουν μεταξύ των ἔντονον ἀνομοιομορφίαν καὶ ὡς ἐκ τούτου εἰς οὐδεμίαν τῶν γενικῶν κατηγοριῶν δύνανται νὰ καταταχθοῦν. Παρ' ὅλα ταῦτα αἱ ἐν λόγῳ ἀπαντήσεις δὲν ἀποκλείονται προκαταβολικῶς, καθ' ὅσον πολλάκις δύνανται νὰ παρέχουν πολυτίμους διὰ τὴν ἔρευναν ἀπόψεις καὶ γνώμας.

Τύποι κωδίκων

70. Ὁ συνήθης τύπος κώδικος εἶναι ἐκεῖνος κατὰ τὸν ὁποῖον δι' ἐκάστην ἐρώτησιν ἢ ἐπὶ μέρος τίτλον τοῦ κώδικος ἀναγράφεται εἰς ἀριθμὸς ἀπὸ τὸ 1—12 (ἀπλοῦς κῶδιξ). Συχνὰ ὁμως ὁμαδοποιοῦνται εἰς τὸν αὐτὸν κώδικα δύο ἢ περισσότεραι ἐρωτήσεις ὡς κατωτέρω :

1) **Φῶλον** Ἀρ. κώδικος

Ἄρρεν	1
Θῆλυ	2

Κατάστασις

ἄγαμος	3
ἔγγαμος	4
ἐν χηρείᾳ	5, ἢ

- 2) Παράγοντες προτιμήσεως ἀγορᾶς ἑνὸς ραδιοφώνου : «σημα», «τιμῆ», «καλὴ λῆψις».

Σῆμα

Κατὰ πρῶτον λόγον	1
» δεύτερον λόγον	2
» τρίτον λόγον	3
Οὐδεμία ἀπάντησις	4

Τιμῆ

Κατὰ πρῶτον λόγον	5
» δεύτερον λόγον	6
» τρίτον λόγον	7
Οὐδεμία ἀπάντησις	8

Λῆψις

Κατὰ πρῶτον λόγον	9
» δεύτερον λόγον	x
» τρίτον λόγον	y
Οὐδεμία ἀπάντησις	0

Ἐὰν ὑποθέσωμεν ὅτι ὁ ἐρωτώμενος ἀπήνησεν ὅτι κατὰ κύριον λόγον τὸν ἐνδιαφέρει ἡ **λῆψις**, κατὰ δεύτερον λόγον ἡ **τιμῆ** καὶ κατὰ τρίτον τὸ **σημα** αἱ ἀπαντήσεις αὗται κωδικοποιοῦνται μὲ τοὺς ἀριθμοὺς 9, 6, 3.

Εἰς ἀμφοτέρω τὰ παραδείγματα ἐχρησιμοποιήθη **πολλαπλοῦς κῶδιξ**, ὅστις συνεπάγεται **πολλαπλῆν διάτρησην** (perforation) ἐπὶ μιᾶς στήλης τοῦ διατρήτου δελτίου.

● **Διαλογή και επεξεργασία τών δεδομένων.**

71. Ἡ πινακοποίηση τών δεδομένων διενεργεῖται διὰ χειρὸς ἢ διὰ χρησιμοποίησιν μηχανικῶν μέσων.

Ἡ διὰ χειρὸς πινακοποίησης συνίσταται εἰς τὴν ὁμαδοποίησιν τών ἐρωτηματολογίων κατὰ βασικὰς κατηγορίας ἀπαντήσεων καὶ ἐν συνεχείᾳ εἰς τὴν ἄθροισίν των καθ' ὁμάδας. Ἡ ἐργασία αὕτη ἐπαναλαμβάνεται κεχωρισμένως δι' ἐκάστην ἐρώτησιν.

Εἰς τὴν διὰ χειρὸς πινακοποίησιν (tabulation) συνήθως γίνεται ταυτόχρονα καὶ ἡ κωδικοποίησις. Πάντως ἡ διὰ χειρὸς πινακοποίησις διενεργεῖται μόνον ὅταν ἔχωμεν μικρὸν ἀριθμὸν ἐρωτηματολογίων καὶ ὀλίγας ἐρωτήσεις. Εἰς τὰς ἄλλας περιπτώσεις χρησιμοποιεῖται εὐρέως ἡ μηχανικὴ πινακοποίησις μέσῳ τών διατρήτων καρτελλῶν (1). Ἡ μηχανικὴ πινακοποίησις εἶναι ταχύτερα καὶ αἰσθητῶς οικονομικωτέρα, παρέχει δὲ καὶ τὴν δυνατότητα διενεργείας διασταυρουμένων ἢ συνδεδεσασμένων κατατάξεων.

Ἡ μηχανικὴ πινακοποίησις ἀναλύεται κατὰ κανόνα εἰς δύο ἐργασίας: Κατὰ πρῶτον μεταφέρονται τὰ δεδομένα ἐκ τών ἐρωτηματολογίων ἢ τών φύλλων τῆς κωδικοποίησιν ἐπὶ τών διατρήτων καρτελλῶν καὶ ἐν συνεχείᾳ διεξάγεται ἡ καθαρὸ πινακοποίησις. Ἡ πρώτη ἐργασία καλεῖται *διὰ τ ρ η σ ις*. Διὰ τῆς διατρήσεως οἱ ἀριθμοὶ τοῦ κώδικος μετατρέπονται, διὰ καταλλήλων μηχανῶν, εἰς ἀντίστοιχους ὁπὰς τοῦ διατρήτου δελτίου. Ἐάν, ἐπὶ παραδείγματι, λάβωμεν τὰς κατωτέρω κατηγορίας ἀπαντήσεων καὶ τὸν σχετικὸν κώδικα:

—	ξυράφι κοινὸν	1
—	» ἀσφαλείας	2
—	» ἠλεκτρικὸν	3
—	» ἠλεκτρικοῦ τύπου	4
—	» οὐδεμία ἀπάντησις	5

καὶ ὑποθέσωμεν ὅτι διὰ τὴν ἐρώτησιν εἰς ἣν ἀναφέρονται αἱ ὡς ἄνω ἀπαντήσεις ὠρίσθη ἡ στήλη 10 ἐπὶ τοῦ διατρήτου δελτίου, ἐν τιαυτῇ περιπτώσει, ἐάν ὁ ἐρωτώμενος ἔδωκε τὴν ἀπάντησιν 3 (δηλ. εἶναι κάτοχος ἠλεκτρικοῦ ξυραφίου), εἰς τὴν σχετικὴν καρτέλλαν καὶ ἐπὶ τῆς στήλης 10 διανοίγεται ὁπὴ ἀντιστοίχως πρὸς τὸν ἀριθμὸν 3.

Ἐφ' ἐκάστης στήλης τῆς καρτέλλας, κατὰ κανόνα, ὑπάρχει μία διάτρησις ἀλλὰ δύνανται νὰ ὑπάρχουν καὶ περισσότερα (πολλαπλαῖα διατρήσεις), ἐάν ὁ ἐρωτώμενος ἔδωκε πλείονας ἀπαντήσεις.

Ἀφοῦ ἐκτελεσθῇ ἡ διάτρησις καὶ ἡ ἐπαλήθευσις τών δελτίων ἐξακολουθεῖ ἡ κυρίως διαλογή ἢ πινακοποίησις δι' εἰδικῶν μηχανῶν (2). Ἡ ἄθροισις

1) Βλ. R. C r i s p: Marketing research, ἐνθ. ἄνωτ. σελ. 135.

2) Οἱ μεγαλύτεροι οἰκοὶ οἰτινες κατασκευάζουν σήμερον μηχανὰς διατρήτων καρτελλῶν εἶναι: — Ἡ International Business Machines Corp.—Νέας Ὑόρκης.
— Ἡ Powers Accounting Machines Ltd.—Λονδίνου.
— Ἡ Compagnie des Machines Bull—Παρισίων.
— Ἡ Remington Rand Inc—Buffalo.

Ἐσχάτως κατασκευάσθη ἠλεκτρονικὴ μηχανὴ διατρήτων καρτελλῶν ἐντελῶς αὐτόματος.

γίνεται κεχωρισμένως δι' ἐκάστην στήλην καὶ βάσει τῶν ὀπῶν ἃς ἔχουσιν αἱ καρτέλλαι εἰς τὴν στήλην ταύτην.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΝ ΤΡΙΤΟΝ

Ἡ ΕΡΕΥΝΑ ΤΩΝ ΣΥΝΘΗΚΩΝ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΕΙΣ ΤΑΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

§ 1 Περιεχόμενον τῆς ἐρεύνης

72. Ἡ ἀνάλυσις τῆς ἀγορᾶς εἰς τὰς βιομηχανικὰς ἐπιχειρήσεις πλὴν τῶν εἰς προηγουμένα σημεῖα ἐκτεθέντων περιλαμβάνει κυρίως καὶ τὰ κάτωθι θέματα :
- α) Τὴν μελέτην τῶν γενικῶν συνθηκῶν τῆς τοποθετήσεως τοῦ προϊόντος ἐν τῇ ἀγορᾷ.
 - β) Τὴν μελέτην τοῦ καθέτου ἢ ὀριζοντίου ἀνταγωνισμοῦ.

● **Ἡ μελέτη τῶν γενικῶν συνθηκῶν τῆς τοποθετήσεως τοῦ προϊόντος ἐν τῇ ἀγορᾷ.**

73. Κατ' ἀρχὴν ὀφείλομεν νὰ καθορίσωμεν τὴν κατηγορίαν εἰς ἣν περιλαμβάνονται τὰ παρ' ἡμῶν παραγόμενα εἶδη. Δηλαδή: πρόκειται περὶ τροφίμων, περὶ εἰδῶν ἐνδύσεως καὶ ὑποδήσεως, περὶ εἰδῶν οἰκιακῆς χρήσεως, ἀνέσεως ; κ.ο.κ. Ἡ ἐν λόγῳ ταξινόμησις ἐπιτρέπει νὰ γνωρίσωμεν ἀπ' ἐνός μὲν τὰ κίνητρα τὰ προκαλοῦντα τὴν κατανάλωσιν, ἀπ' ἐτέρου δὲ τὰ αἷτια τὰ ὁποῖα εἶναι δυνατὸν νὰ ὀδηγήσουν εἰς τὴν ἀποχὴν τῶν ἀτόμων ἀπὸ ταύτης. Εὐθύς ὡς καθορισθῇ ἡ βασικὴ κατηγορία εἰς ἣν ἀνήκει τὸ παραγόμενον προϊόν πρέπει νὰ μελετηθῇ ἡ τυχὸν ἐποχικὴ διακύμανσις τῶν πωλήσεων ὡς καὶ ἡ ἀπαιτούμενη χρονικὴ διάρκεια τῆς παραγωγῆς, εἰς τρόπον ὅστε καταλλήλως νὰ συγκροτοῦνται τὰ ἀποθέματα τούτου.

Ἐπακολουθεῖ ἔλεγχος τῆς ἀποτελεσματικότητος τοῦ χρησιμοποιουμένου « σήματος », δεδομένου ὅτι τοῦτο ὡς γνωστὸν ἀποτελεῖ τὸ ἀσφαλέστερον μέσον διὰ τὴν ἐξασφάλισιν τῆς καταναλώσεως, τῶν τυποποιημένων ἰδία προϊόντων. Ἐρευνᾶται, φέρ' εἰπεῖν, δι' εἰδικῶν δειγματοληψιῶν τὸ κῦρος τοῦ σήματος τόσοσιν τοπικῶς, ὅσον καὶ εἰς τὰ εὐρύτερα πλαίσια τῆς ἐθνικῆς καὶ διεθνοῦς ἀγορᾶς. Μελετῶνται ἐπίσης τὰ αἷτια τὰ ὁποῖα προεκάλεσαν τὴν ἐπιβολὴν τοῦ σήματός μας ἐν τῇ ἀγορᾷ (ὡς π.χ. ἡ ἠγγυημένη ποιότης, ἡ εὐρυτάτη ποικιλία, αἱ λογικαὶ τιμαὶ κ.ο.κ.). Ἐπίσης ἐν ἡ περιπτώσει προτιθέμεθα νὰ ἐμφανίσωμεν εἰς τὴν ἀγορὰν νέον τι εἶδος διαφόρου ποικιλίας, ποιότητος ἢ τιμῆς (1) ἑξετάζομεν ἐὰν ἐνδείκνυται ἡ χρησιμοποίησις

1) Ἀποτελεῖ πράγματι θέμα δυσχερὲς ἡ πρόκρισις ἐὰν συμφέρη ἡ παραγωγή προϊόντων βάσει τοῦ παλαιοῦ τύπου κατασκευῆς ἢ ἡ ἐμφάνισις νέων τύπων. Εἶναι βέβαιον ὅτι κάθε ἀλλαγὴ συνεπάγεται νέας δαπάνας καὶ κινδύνους, ἀλλὰ καὶ ἡ καθήλωσις εἰς τοὺς αὐτοὺς τύπους προϊόντων ὀδηγεῖ ἐνίοτε εἰς ἀπραξίαν. Ἔργον τῆς ἀναλύσεως τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς εἶναι καὶ ἡ ἐξέυρεσις τοῦ χρονικοῦ σημείου καθ' ὃ ἐνδείκνυται ἡ ἐγκατάλειψις τῶν παλαιῶν τύπων καὶ ἡ παραγωγή νέων προϊόντων.

του αυτού «σήματος» ἢ μήπως ἐπιβάλλεται ἡ δημιουργία ἐτέρου πρὸς ἀποφυγὴν τυχόν δυσφημίσσεως τοῦ ἤδη ἐπικρατήσαντος ἐν τῇ ἀγορᾷ παλαιοῦ προϊόντος μας (1).

74. Θέμα ἐπίσης μεγάλου ἐνδιαφέροντος εἶναι ἡ ποσοτικὴ παρακώλυσις τῆς ἐξελίξεως τῶν πωλήσεων τοῦ προϊόντος ὡς καὶ ἡ ἔρευνα τῶν αἰτιῶν (2) ἅτινα προεκάλεσαν τὴν τυχόν ἀξομειώσιν των. Δηλαδή ἐνταῦθα ἐξακριβοῦται ἐὰν ἡ τυχόν ἀξίησις ἢ μείωσις τῶν πωλήσεων ὀφείλεται εἰς τὴν γενικωτέραν διεύρυνσιν (3) ἢ τὸν περιορισμὸν τῆς καταναλώσεως, εἰς τὴν ἀποτελεσματικωτέραν ἢ ἀνεπιτυχῆ διείσδυσιν τῆς ἐπιχειρήσεως ἐν τῇ ἀγορᾷ, ἢ εἰς ἀμφότερα καὶ κατὰ ποίαν ἀναλογίαν.
- Ἐν τῇ περιπτώσει ἡ ἐπιχείρησις προτίθεται νὰ ἐμφανίσῃ εἰς τὴν ἀγορὰν ἕν νέον προϊόν, ἡ εἰδικὴ ἔρευνα ἀποβλέπει νὰ προσδιορίσῃ μὲ τὴν μεγαλυτέραν δυνατὴν προσέγγισιν τὴν δυναμικότητα τῆς ἀγορᾶς, ὡς καὶ τὴν ἐκ τοῦ ἀνταγωνισμοῦ ἀσκηθησομένην πίεσιν. Διὰ τὴν ἐπιτυχῆ ὁμως διεξαγωγὴν παρομοίας ἐρευνῆς πρέπει νὰ εἶναι γνωσταὶ ἐκ τῶν προτέρων αἱ ἰδιότητες καὶ ἡ τιμὴ τοῦ νέου προϊόντος ὥστε νὰ καθίσταται δυνατὴ ἡ σύγκρισις τούτου μὲ ἤδη προϋπάρχοντα ἢ παρεμφερῆ προϊόντα. Παρὰλλήλως ἡ ἔρευνα ἐξετάζει τὰς προθέσεις καὶ τὰς συνηθείας τῶν καταναλωτῶν (4) ὡς καὶ τὸ χρο-

1) Τοῦτο συναντᾶται εἰς βιομηχανίας ραδιοφῶνων, ἀρωμάτων κ.τ.τ.

2) Ἐνίοτε ἐξακριβοῦται ὅτι ἐπιβάλλεται ἑλαφρὰ μείωσις τῶν τιμῶν διὰ τὴν προσέλκυσιν νέων πελατῶν, ἐνίοτε πάλιν διαπιστοῦται ὅτι μείωσις τιμῆς δύναται νὰ ἀπομακρύνῃ τοὺς καταναλωτὰς λόγῳ ἐλλείψεως ἐμπιστοσύνης. Ἄλλοτε ἐνδείκνυται ἡ τροποποίησις τῶν ὀρων πληρωμῆς, παραδόσεως, συσκευασίας, παρακολουθήσεως καὶ συντηρήσεως τῶν εἰδῶν καὶ μετὰ τὴν πώλησιν (ψυγεία, ραπτομηχαναὶ, αυτοκίνητα κ.ο.κ.).

Ἐρευνα διενεργηθεῖσα ἐν Γερμανίᾳ (Deutsche Psychologie, vol. III, fasc. 5, 6, βλέπε Βο u q u e r e l T. 2, ορ. cit., σελ. 473) ἀπέδωσε ἐνδεικτικῶς τὰ κάτωθι ἀποτελέσματα ἐπὶ τῶν αἰτιῶν καὶ κινήτρων ἅτινα προεκάλεσαν τὴν ἀγορὰν ἐνὸς βιβλίου ὑπὸ γυναικῶν.

— Προσωπικαὶ συστάσεις	17 %	
— Ἄτερα ἔργα τοῦ αὐτοῦ συγγραφέως	12 %	
— Εἰδικοί κατάλογοι	5 %	
— Ἐκθέσεις εἰς προθήκας	13,5 %	
— Βιβλιογραφία	5,4 %	
— Συστάσεις τοῦ Βιβλιοπωλείου	7 %	κ.ο.κ.

3) Οὕτω ἐὰν βιομήχανος ὀδοντόκρεμας παρατηρήσῃ ὅτι αἱ πωλήσεις του ηἰξήθησαν κατὰ τὴν τελευταίαν 20ετίαν τοῦτο δὲν εἶναι ἀρκετόν, δεδομένου ὅτι ἡ χρησιμοποίησις τοῦ εἶδους τούτου ηἰξήθη γενικῶς κατὰ τὸ ἀντίστοιχον χρονικὸν διάστημα. Ὡς ἐκ τούτου ὀφείλει νὰ ἐξακριβώσῃ τὸ ποσοστὸν τῆς ἀξίησεως ὅπερ ὀφείλεται εἰς τὴν ἐπέκτασιν τῆς καταναλώσεως, ὡς καὶ τὸ τοιοῦτον ὅπερ προέρχεται ἐκ τῆς ἀναπτυχθείσης δραστηριότητός του.

4) Δηλαδή, ἐὰν οἱ καταναλωταὶ ἐνὸς προϊόντος θὰ ἦσαν πρόθυμοι νὰ παραιτηθοῦν ὀρισμένον πλεονεκτημάτων τὰ ὅποια τοῦτο προσφέρει προκειμένου νὰ ἐπιτύχουν μικροτέραν τιμὴν. Ἐπὶ παραδείγματι, ἐπὶ ἐνὸς νέου τύπου πλυντηρίου θὰ ἐδέχοντο ἔναντι μικροτέρας τιμῆς τούτου τὴν ἔλλειψιν αὐτομάτου θερμάνσεως τοῦ ὕδατος ; κ.ο.κ. Προκειμένου περὶ τῶν συνηθειῶν τῶν καταναλωτῶν ἐξετάζεται κυρίως ἡ ἡλικία τῶν προσώπων ἅτινα χρησιμοποιοῦν τὸ προϊόν. Ἐὰν τοῦτο χρησιμοποιῆται ἀπὸ άτομα μικροτέρων ἡλικιῶν ἢ προσήλωσις πρὸς τὰς παραδόσεις εἶναι ἀσθενεστέρα.

νικόν διάστημα ὅπερ ἀπαιτεῖται μεταξύ τῶν ἀρχικῶν πωλήσεων (καλούμενων πωλήσεων ἐκκινήσεως) καὶ τῶν ἐν συνεχείᾳ κανονικῶν τοιούτων. Τοῦτο βεβαίως ἐξαρτᾶται καὶ ἐκ τοῦ κύρους τῆς ἐπιχειρήσεως καὶ τῆς ψυχολογικῆς πίεσεως, ἣτις συνήθως ἀσκεῖται διὰ τῆς καταλλήλου διαφημιστικῆς ἐξορμήσεως. Πλείστα παρόμοια θέματα (1) τίθενται κατὰ τὴν ἐμφάνισιν νέων προϊόντων, ἢ ἐπίλυσιν δὲ τούτων ἀποτελεῖ βασικὴν προϋπόθεσιν διὰ τὴν ἐπιτυχῆ τοποθέτησιν τῶν εἰδῶν ἐν τῇ ἀγορᾷ.

● **Ἡ μελέτη τοῦ καθέτου καὶ ὀριζοντίου ἀνταγωνισμοῦ**

α) **Κάθετος ἀνταγωνισμὸς**

75. Ὑπὸ τὴν ραγδαίαν ἐξέλιξιν τῆς τεχνικῆς εἰς τὸν τομέα τῆς παραγωγῆς, ὁ ὀριζόντιος ἀνταγωνισμὸς — δηλαδή ὁ ἀσκούμενος μεταξύ ἐπιχειρήσεων παραγουσῶν ὁμοειδῆ προϊόντα — παραχωρεῖ ὄλοεν τὴν θέσιν του εἰς μίαν νέαν μορφήν ἀνταγωνισμοῦ, τὸν καλούμενον «*κάθετον ἀνταγωνισμόν*».

Κάθετος ἀνταγωνισμὸς εἶναι ἐκεῖνος ὅστις διενεργεῖται ὑπὸ ἐπιχειρήσεων παραγουσῶν ὑποκατάστατα προϊόντα, δηλαδή προϊόντα σχετικὰ ἢ παρεμφεροῦ, ἐν πάσῃ δὲ περιπτώσει τοιαῦτα ὥστε νὰ δύνανται νὰ ἀντικαταστήσουν τὴν χρῆσιν καὶ κατανάλωσιν τοῦ ὑφισταμένου τὸν ἀνταγωνισμόν κυρίου προϊόντος. Ἡ ζωικὴ μετάξι, φέρον εἰπεῖν, ὑφίσταται τὸν κάθετον ἀνταγωνισμόν τῆς φυτικῆς τοιαύτης, ἢ ἀγορὰ τῶν δερματίνων εἰδῶν ὑφίσταται τὴν πίεσιν τῶν εἰδῶν ἐκ νάυλον, ἢ κατανάλωσις τοῦ οἴνου ὄλοεν περιστέλλεται λόγῳ τῆς συνηθείας καταλώσεως τοῦ ζυθου, τὰ διάφορα μέταλλα ἢ ξύλινα ἀντικείμενα ἀντικαθίστανται καθημερινῶς ὑπὸ πλαστικῶν τοιούτων κ.ο.κ. Ἀλλὰ ὁ «*κάθετος ἀνταγωνισμὸς*» δὲν περιορίζεται μόνον εἰς τὴν ἐξοντωτικὴν μάχην μεταξύ ὑποκαταστάτων καὶ κυρίων προϊόντων, διότι ἡ ἔκτασις τούτου εἶναι ἔτι εὐρύτερα καὶ περιλαμβάνει οἰονδήποτε ἕτερον γεγονός τὸ ὁποῖον εἶναι δυνατόν νὰ ἐπιδράσῃ ἀνασταλτικῶς ἐπὶ τῶν πωλήσεων τοῦ κυρίου προϊόντος. Οὕτω, κάθετον ἀνταγωνισμόν τῆς ἐκ ζωικῆς μετάξις κάλτσας δὲν ἀποτελεῖ μόνον ἡ ἐμφάνισις τῆς κάλτσας ἐκ νάυλον ἢ ἐκ τεχνητῆς μετάξις, ἀλλὰ καὶ ἡ ἐπεκτεινομένη μόδα τῆς μὴ χρησιμοποιήσεως (2) καλτσῶν ἐκ μέρους τῶν γυναικῶν κατὰ τοὺς θερινοὺς ἢ καὶ ἑαρινοὺς μῆνας.

76. Συνήθως ὁσάκις παρατηρεῖται πτώσις τῶν πωλήσεων εἴδους τινὸς ἐπιχειρήσεως, διενεργεῖται εὐρεῖα ἢ περιορισμένη διαφημιστικὴ ἐξόρμησις ἐπὶ τῷ σκοπῷ τῆς ἀνακτίσεως μέρους τῆς ἀπωλεσθείσης πελατείας. Ἐν τού-

1) Ὡς ἐπὶ παραδείγματι, ἐὰν τὸ προϊόν εἶναι κατωχυρωμένον διὰ διπλώματος εὐρεσιτεχνίας, ἐὰν καθίσταται εὐχερὴς ἢ προμήθεια τῶν ἀπαραιτητῶν διὰ τὴν παραγωγὴν τούτου πρώτων ὑλών, ἐὰν αἱ ἐργατικαὶ χεῖρες εἶναι ἐπαρκεῖς καὶ τεχνικῶς κατηρτισμένοι κατὰ ποῖον ποσοστὸν ἢ νέα παραγωγὴ θὰ μείωσῃ τὸ κόστος τῆς παλαιᾶς, ὡς καὶ τὴν τυχὸν εὐμενῆ ἐπίδρασιν τὴν ὁποῖαν θὰ ἀσκήσουν αἱ πωλήσεις τοῦ νέου προϊόντος, ἐπὶ τῶν πωλήσεων τῶν παλαιῶν εἰδῶν κ.ο.κ.

2) Grève des acheteurs.

τοις, μία διαφημιστική έκστρατεία άνευ προηγουμένης έρεύνης τών αιτίων εκείνων άτινα προεκάλεσαν τήν περιστολήν τής ζητήσεως θά ήτο έντελώς άκαρπος και ίσως ματαία, διότι ώς μόνον άποτέλεσμα θά είχε τήν συσκότι-σιν τής πραγματικής καταστάσεως τών πωλήσεων διά τής τεχνητής και προσκαίρου ενισχύσεως τούτων, χωρίς νά καταστή δυνατή ή έξακριβώσις τών άφορμών αίτινες προεκάλεσαν τήν τοιαύτην μείωσιν.

Ή έπιχειρήσις όμως όφείλει συνεχώς νά έπαγρυνή και παρακολουθή τās μεταβαλλομένας συνθήκας τής άγοράς εις τρόπον ώστε νά προσδιορίξη κατά τό δυνατόν και τήν μελλοντικήν πορείαν τών πωλήσεών της. Βεβαίως άπό-λυτος πρόβλεψις δέν καθίσταται έφικτή, δι' ό και αι διενεργούμεναι έρευναι άπλώς περιορίζονται νά προδιαγράφουν τήν μελλοντικήν πιθανήν τάσιν τής καταναλώσεως. Ή τάσις αύτη έξαρτάται, έν πολλοίς, άπό τās έν γένει δια-θέσεις τοῦ καταναλωτικού κοινού έναντι τοῦ προσφερομένου είδους. Κατω-τέρω θά έπιχειρήσωμεν διά βραχέων νά αναλύσωμεν τās συνθήκας τής άγο-ράς, ώς και τόν τρόπον καθ' όν έξακριβούνται αι διαθέσεις τής καταναλώ-σεως, προσδιορίζοντες τās έν γένει επιδράσεις τοῦ « κ α θ έ τ ο υ » άντα-γωνισμού επί τοῦ ύψους τών πωλήσεων κυρίου τινός προϊόντος.

77. Είναι γνωστόν ότι κατά τήν πρώτην μετά τόν β' παγκόσμιον πόλεμον περι-οδον και λόγω τοῦ επί μακρόν χρόνον άνικανοποίητου βασικών άναγκών τοῦ κοινού παρατηρήθη τό φαινόμενον τής προμηθείας άγαθών άδιακρίτως ποιότητος, ποικιλίας ή παραγωγής. Αί πάσης φύσεως έπιχειρήσεις έγνωρι-σαν μεταξύ τών έτών 1944—1950 περίοδον έξαιρετικής ευημερίας, ή δέ συν-ολική οικονομία τών διαφόρων χωρών περίοδον εννοϊκής οικονομικής συγ-κυρίας. Τό φαινόμενον τοῦτο συνεχίσθη μέχρις ότου αι καταναλωτικαι μάζαι ίκανοποίησαν τās πλέον έπειγούσας αυτών άνάγκας, όποτε ή άνευ διακρίσεως προμήθεια άγαθών παρεχώρησε τήν θέσιν της εις άγοράς λελογισμένας και εις περισσότερον σταθμισμένην έκλογήν ειδών. Οὔτω πως ένεφανίσθη και ήρχισε νά αναπτύσσεται δεύτατος ό « κ α θ έ τ ο ς ά ν τ α γ ω ν ι σ μ ο ς » μεταξύ διαφόρων ειδών, αι δέ πωλήσεις τών έπιχειρήσεων ύπέστησαν αισθη-τās διακυμάνσεις, όφειλομένας εις τās σχεδόν καθημερινάς έναλλαγάς τών προτιμήσεων και διαθέσεων τοῦ καταναλωτικού κοινού.
78. Ίνα καταστήσωμεν τὰ άνωτέρω σαφέστερα παραθέτομεν περίπτωσιν « κ α - θ έ τ ο υ ά ν τ α γ ω ν ι σ μ ο ῦ » χρησιμοποιούντες, λόγω έλλείψεως πρα-γματικών στατιστικών στοιχείων, ύποθετικούς αριθμούς. Οὔτω, έν έπιχει-ρήσις παραγωγής δερματίνων γυναικείων ειδών ύφίσταται τόν « κ α θ έ τ ο ν ά ν τ α γ ω ν ι σ μ ο ν » έτέρας, παραγωγής είδη εκ νάυλον και έπιθυμεί νά γνωρίση τήν μελλοντικήν διαμόρφωσιν τής άγοράς τών ειδών της, θά διενερ-γήση δειγματοληψίαν, επί ένός αριθμοῦ προσώπων (δείγματος) αντιπροσω-πευόντων κατά τό δυνατόν τό σύνολον τών καταναλωτών, διά τήν εκτίμησιν τών μελλοντικών συνθηκών τής άγοράς. Αί μελλοντικαι όμως προβλέψεις τής άγοράς τών εκ ζωϊκής μετάξης και εκ νάυλον ειδών προσδιορίζονται εκ τριών παραγόντων, ήτοι :

α) Ἐκ τῆς γνώμης τῶν καταναλωτικῶν μαζῶν ἐπὶ τῆς ἐξελίξεως τῆς ἀγορᾶς τῶν ἐν λόγῳ εἰδῶν.

β) Ἐκ τῶν προτιμήσεων τῶν καταναλωτῶν.

γ) Ἐκ τῶν προθέσεων τούτων εἰς ὅ,τι ἀφορᾷ τὰς μελλοντικὰς τῶν ἀγορᾶς.

● Ἡ γνώμη τῶν καταναλωτικῶν μαζῶν ἐπὶ τῆς ἐξελίξεως τῆς ἀγορᾶς τῶν ἐν λόγῳ εἰδῶν.

79. Τὴν γνώμην τῶν μαζῶν ἐπὶ τοῦ μέλλοντος τῶν ὡς ἄνω εἰδῶν δυνάμεθα νὰ διαπιστώσωμεν δι' ἐρωτήματος καταλλήλως διατυπωμένου. Οὕτω εἶναι δυνατὸν νὰ τεθῆ τὸ ἐρώτημα : «Μερικοὶ ὑποστηρίζουν ὅτι ἡ κατανάλωσις τῶν δερματίνων εἰδῶν ὀλίγον κατ' ὀλίγον ὑποχωρεῖ ἐκ τῆς ἀγορᾶς. Εἰσθε καὶ ἐσεῖς τῆς αὐτῆς γνώμης» ;

Ἐὰν ἐπὶ τοῦ ἀνωτέρω ἐρωτήματος ἀπήντησαν :

ὅτι εἶναι ὑπὲρ τῆς ὡς ἄνω γνώμης ποσοστὸν, ἔστω 40 %/

ὅτι εἶναι ὑπὲρ τῆς ἀντιθέτου γνώμης ποσοστὸν, ἔστω 28 %/

ὅτι δὲν ἔχουν γνώμην ποσοστὸν, ἔστω 32 %/

προκύπτει τὸ συμπέρασμα ὅτι ὑπάρχει μέγας ἀριθμὸς (32 %) προσώπων ἐρωτηθέντων ἅτινα οὐδεμίαν ἐξέφρασαν γνώμην. Ὅσον δὲ τὸ ποσοστὸν τοῦτο εἶναι μεγαλύτερον, τόσον εἶναι φανερόν ὅτι οἱ καταναλωταὶ οὐδόλως εἶναι κατηγορηματικοὶ καὶ ἀμετάπειστοι καὶ ὅτι βασίμως δύναται νὰ ἐλπίζεται ὅτι, ἐν μέρει τουλάχιστον, εἶναι ἐνδεχόμενον νὰ βελτιωθῆ ἡ κατάστασις ὑπὲρ τῶν εἰδῶν ἐκ δέρματος.

● Αἱ προτιμήσεις τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ.

80. Δι' ἐτέρου ἐρωτήματος ἐλέγχονται αἱ προτιμήσεις τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ.

Τὸ ἐρώτημα τοῦτο διατυπῶνται περίπου ὡς ἑξῆς :

«Κατὰ κανόνα προτιμᾶτε εἶδη ἐκ δέρματος ἢ ἐκ νάυλον» ;

Ἐστω ὅτι ἀπήντησαν ὅτι προτιμοῦν :

εἶδη ἐκ δέρματος 20 %/

εἶδη ἐκ νάυλον 60 %/

εἶδη ἐξ ἐτέρων ὑλῶν 5 %/

Ἄδιάφοροι 15 %/

100 %/

Ἐπίσης, ἡ περαιτέρω ἔρευνα ἀποδεικνύει ὅτι αἱ γυναῖκες νεαρᾶς ἡλικίας προτιμοῦν εἶδη ἐκ νάυλον, ὅτι αἱ χρησιμοποιοῦσαι εἶδη ἐκ δέρματος ἀνήκουν εἰς τὴν κατηγορίαν τῶν εὐπόρων, ὅτι κατοικοῦν εἰς τὰ ἀστικά κέντρα καὶ ὅτι ἀπολαμβάνουν ἐν γένει ὑψηλοῦ βιοτικοῦ ἐπιπέδου. Ἀντιθέτως αἱ χρησιμοποιοῦσαι εἶδη ἐκ νάυλον εἶναι μᾶλλον μετρίου εἰσοδήματος κατοικοῦν κατὰ κανόνα εἰς τὴν ἐπαρχίαν καὶ ἔχουν χαμηλὸν βιοτικὸν ἐπίπεδον. Τέλος, ὅτι εἰς ὅλα τὰ κοινωνικὰ στρώματα ἡ προτίμησις ὑπὲρ τοῦ νάυλον εἶναι καταφανής. Τοῦτο προκύπτει καὶ ἐκ τοῦ κατωτέρω πίνακος ὅστις ἐμ-

φανίζει τὰ ποσοστὰ προτιμήσεως τῶν καταναλωτῶν τῶν ἤδη χρησιμοποιούντων εἴτε προϊόντα ἐκ δέρματος, εἴτε προϊόντα ἐκ νάυλον. Οὕτω :

Πρόσωπα τὰ ὁποῖα ἤδη χρησιμοποιοῦν :	Προτιμοῦν προϊόντα ἐκ :		Εἶναι ἀδιάφοροι	Σύνολον
	δέρματος	νάυλον		
Προϊόντα ἐκ νάυλον	4	90	6	100
» ἐκ δέρματος	70	15	15	100
* Ἀμφότερα, μὲ ὑπεροχὴν τοῦ νάυλον	10	85	5	100
» » » τῶν δερματίνων	60	35	5	100
* Ἀμφότερα κατ' ἴσην ἀναλογίαν	25	65	10	100

Ἐτι περαιτέρω ἢ μὴ εὐνοϊκὴ τάσις τῆς ἀγορᾶς δερματίνων εἰδῶν καθίσταται αἰσθητή, ἐὰν ληφθῆ ὑπ' ὄψιν ὅτι ἐκ τῶν προσώπων τὰ ὁποῖα νῦν χρησιμοποιοῦν κατ' ἴσην ἀναλογίαν καὶ τὰ δύο εἶδη μόνον τὰ 25% ἐδήλωσαν ὅτι προτιμοῦν τὰ εἶδη ἐκ δέρματος ἐνῶ τὰ 65% τὰ εἶδη ἐκ νάυλον.

Εἶναι ἐνδεχόμενον νὰ συνεχίσωμεν τὰς ἀναλύσεις πρὸς ἐξεύρεσιν τῆς ἡλικίας, τοῦ ἐπαγγέλματος, τῆς πληθυσμιακῆς κατανομῆς, τῶν κοινωνικῶν συσθηκῶν διαβιώσεως κ.ο.κ. τῶν καταναλωτῶν. Οὕτω τὸ ὑποβληθὲν εἰς ἐξέτασιν καταναλωτικὸν κοινὸν τῶν ἐν λόγῳ εἰδῶν παρέσχε τὰς κάτωθι πληροφορίας :

	Προτιμοῦν δερμάτινα	Προτιμοῦν ἐκ νάυλον	* Ἀδιάφοροι	Σύνολον
εἰς τὸ σύνολον	23	62	15	100
<i>καθ' ἡλικίαν</i>				
ἀπὸ 17 — 35 ἐτῶν	16	72	12	100
» 36 — 50 »	22	65	13	100
» 51 — 65 »	25	58	17	100
» 66 καὶ ἄνω	38	43	19	100
<i>Κατ' ἐπάγγελμα</i>				
ἐργάται	10	78	12	100
ὑπάλληλοι	11	80	9	100
ἀνευ ἐργασίας	15	75	10	100
<i>κατὰ πληθυσμιακὴν κατανομήν</i>				
Εἰς πόλεις ἀπὸ 5.000 — 10.000	15	80	5	100
» » » 10.001 — 25.000	17	81	2	100
» » » 25.001 — 50.000	19	79	2	100
» » » 50.001 — 100.000	21	75	4	100

● *Προθέσεις τῶν καταναλωτῶν.*

81. Ἐκ τῶν ἀνωτέρω προκύπτει ὅτι ποσοστὸν 23% ἐκ τῶν καταναλωτικῶν μαζῶν ἐκδηλώνει τὴν πρόθεσιν τοῦ ὅπως χρησιμοποιῆ εἶδη ἐκ δέρματος, ποσοστὸν 62% θὰ προμηθεύεται ἀντιθέτως εἶδη ἐκ νάυλον καὶ ποσοστὸν 15% μένει ἀδιάφορον. Ἡ μελλοντικὴ τάσις τῆς καταναλώσεως ἐλέγχεται διὰ τοῦ κατωτέρω ἐρωτήματος.

Ἐὰν εὐρεθῆτε εἰς τὴν ἀνάγκην ν' ἀγοράσετε τὸ τάδε εἶδος ἢ προτίμησίν σας θὰ ἐστρέφετο πρὸς τὰ εἶδη ἐκ νάυλον ἢ τὰ εἶδη ἐκ δέρματος; Ἐκ δὲ τῶν κατωτέρω ἀπαντήσεων προσώπων ἄτινα χρησιμοποιοῦν εἶδη ἐκ νάυλον, ἐκ δέρματος καὶ ἐξ ἀμφοτέρων, αἵτινες κατανέμονται ὡς ἑξῆς:

θὰ ἐξέλεγον εἶδη	οἱ κατέχοντες δερμάτινα	οἱ κατέχοντες εἶδη ἐκ νάυλον	οἱ κατέχοντες ἀμφοτέρα
ἐκ νάυλον	75	86	60
ἐκ δέρματος	18	5	25
δὲν γνωρίζουν	7	9	15
	100	100	100

προκύπτει τὸ συμπέρασμα ὅτι αἱ καταναλωτικαὶ μᾶζαι εἶναι περισσότερον πισταὶ εἰς τὰ εἶδη ἐκ νάυλον παρὰ εἰς τὰ δερμάτινα εἶδη. Ὅσον ἀφορᾷ ἐκείνους οἵτινες κατέχουν ἀμφοτέρα τὰ εἶδη τὰ $\frac{2}{3}$, ἐκλέγουν τὰ εἶδη ἐκ νάυλον, τὸ δὲ $\frac{1}{3}$ τὰ δερμάτινα εἶδη.

Ἐκ τῶν ἀνωτέρω καταδεικνύεται ἡ σημασία τὴν ὁποίαν προσλαμβάνουν αἱ ἀναλύσεις τῆς ἀγορᾶς, ὡς καὶ ἡ ἀνάγκη τῆς διενεργείας τούτων ἐπὶ τῷ σκοπῷ τῆς διαπιστώσεως τῶν αἰτίων τῶν προκαλούντων τὰς εὐμενεῖς ἢ δυσμενεῖς ἐπὶ τῶν πωλήσεων, ἐπιδράσεις.

β) Ὁριζόντιος ἀνταγωνισμὸς

82. Οὗτος ὡς γνωστὸν προκαλεῖται ὑπὸ ὁμοειδῶν ἐπιχειρήσεων. Ἐνταῦθα ἐρευνᾶται κατὰ πρῶτον ὁ ἀριθμὸς τῶν ἀνταγωνιστριῶν ἐπιχειρήσεων, ἢ τοπικῆ αὐτῶν διασπορά, ὡς καὶ ἡ οἰκονομικὴ τούτων ἰσχύς. Δύναται πρὸς τούτοις νὰ τηρῆται κεχωρισμένος φάκελλος ἐκάστου ἀνταγωνιστοῦ, εἰς ὃν νὰ καταγράφονται διάφοροι χρήσιμοι πληροφοροὶ φύσεως οἰκονομικῆς, ἀναφερόμεναι: εἰς τὴν νομικὴν μορφήν ἐκάστης ἀνταγωνιστρίας ἐπιχειρήσεως, τὸ μέγεθος τῶν χρησιμοποιουμένων ὑπ' αὐτῆς κεφαλαίων καὶ τὸν διαχωρισμὸν τούτου εἰς ἴδιον καὶ ξένον, τὰ πρόσωπα τὰ διοικοῦντα τὰς ἀνταγωνιστρίας ἐπιχειρήσεις μετὰ τῆς ἀτομικῆς αὐτῶν περιουσίας, τὰς τραπέζας μεθ' ὧν αὐταὶ συναλλάσσονται, τὴν τυχὸν οἰκονομικὴν αὐτοτέλειαν ἢ τὴν ἐξάρτησίν των ἐξ ἄλλων κ.ο.κ.

Ἐπίσης χρήσιμον εἶναι νὰ συγκεντροῦνται καὶ καταγράφονται εἰς τὸν φάκελλον μιᾶς ἐκάστης ἐκ τούτων πληροφοροὶ φύσεως τεχνικῆς, ὥστε νὰ εἶναι γνωστὴ ἡ ἀνωτάτη παραγωγικὴ τῶν ἱκανότης, ἢ ἐπιτυγχανομένη συνήθως ἀπασχόλησις, αἱ τυχὸν νεώτεροι προσθῆκαι ἐργαλειοκῶ ἢ μηχανικοῦ ἐξοπλισμοῦ, τὰ τυχὸν διπλώματα εὐρεσιτεχνίας ἢ προνόμια ἐκμεταλλεύσεως των ἢ ἐν γένει τεχνικὴ κατάρτισις καὶ ἀπόδοσις τοῦ προσωπικοῦ τούτων κ.ο.κ.

Τέλος, πρέπει νὰ συγκεντροῦνται πληροφοροὶ ἀναγόμεναι εἰς τὴν συναλλακτικὴν τῶν δραστηριότητα καὶ εἰδικώτερον τὴν σημασίαν (τοπικὴν ἢ εὐρυτέραν) τοῦ ὑπ' αὐτῶν χρησιμοποιουμένου σήματος, τὴν ὑπὸ τούτων

ἀσκουμένην πολιτικὴν τιμῶν, τοὺς τρόπους καὶ μεθόδους πωλήσεως ὡς καὶ τὰς σχέσεις των μετὰ τῶν ἀντιπροσώπων, τὰ παραχωρούμενα ποσοστὰ προμηθείας κ.τ.τ.

§ 2. Ἡ Ὄργάνωσις εἰδικῆς Ὑπηρεσίας ἔρευνῶν τῆς ἀγορᾶς

83. Ἡ ὀργάνωσις εἰδικῆς ὑπηρεσίας ἔρευνῶν τῆς ἀγορᾶς ἐξαρτᾶται ἐκ τοῦ εἵδους τῆς ἐπιχειρήσεως. Ἡ ἐργασία αὕτη περιλαμβάνεται μεταξὺ τῶν φροντίδων τῆς ἐμπορικῆς λειτουργίας καὶ εἰδικώτερον ἀνάγεται εἰς τὴν «Ὑπηρεσίαν τῶν πωλήσεων».

Ὁ μέλλον νὰ ὀργανώσῃ μίαν τοιαύτην εἰδικὴν ὑπηρεσίαν ἐντὸς τῆς ἐπιχειρήσεως ὀφείλει ἀφ' ἑνὸς μὲν νὰ κατανείμῃ τὰς ἀρμοδιότητας ταύτης καὶ συντονίσῃ τὴν δρᾶσιν της πρὸς τὰ λοιπὰ τμήματα καὶ ὑπηρεσίας, ἀφ' ἑτέρου δὲ νὰ προβῆ εἰς τὴν ἐκλογὴν τῶν καταλλήλων συνεργατῶν του.

Ὅσον ἀφορᾷ τὴν κατανομὴν τῶν ἀρμοδιοτήτων μιᾶς τοιαύτης ὑπηρεσίας γενικῶς ἐπεκράτησεν ὅπως αὕτη περιλαμβάνῃ δύο βασικὰ τμήματα :

- α) Τὸ τμήμα ἀναλύσεως τῶν πωλήσεων,
- β) Τὸ τμήμα ἔρευνῶν καὶ πειραματικῶν δοκιμῶν (tests).

Τὸ τμήμα ἀναλύσεως τῶν πωλήσεων εἰδικώτερον ἀσχολεῖται :

αα) Μὲ τὴν ἀνάλυσιν τῶν πωλήσεων κατὰ ἐπαρχίας καὶ διοικητικὰ διαμερίσματα.

ββ) Μὲ τὴν ἀνάλυσιν τῶν πωλήσεων κατὰ κατηγορίας πελατῶν.

γγ) Μὲ τὴν συγκριτικὴν ἔρευναν τῶν πωλήσεων κατὰ διάφορα χρονικὰ διαστήματα.

δδ) Μὲ τὰς προβλεπομένας πωλήσεις.

εε) Μὲ τὸν ἔλεγχον τῶν χονδρεμπόρων.

ζζ) Μὲ τὸν ἔλεγχον τῶν λιανοπωλητῶν κ.ο.κ.

Τὸ τμήμα τῶν ἔρευνῶν καὶ πειραματικῶν δοκιμασιῶν (tests) ἀσχολεῖται :

αα) Μὲ διάφορα πειράματα.

ββ) Μὲ ἐρεῦνας βάσει καταρτιζομένων «panels» (κανίστρων).

84. Αἱ μεγάλαι ἐπιχειρήσεις αἰτινες διατηροῦν εἰδικὰς αὐτοτελεῖς ὑπηρεσίας ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς ἀπαραιτήτως ὀφείλου νὰ χρησιμοποιοῦν μηχανὰς διατρήτων δελτίων, καθ' ὅσον ἄλλως ἢ ἐργασία τούτων καθίσταται δυσχερεστάτη.

Ἐκ τῶν ἀνωτέρω προκύπτει ὅτι ἡ ὑπηρεσία ἐρεύνης τῶν συνθηκῶν τῆς ἀγορᾶς περιλαμβάνει δύο συγκεκριμένους τομεῖς. Ὁ εἷς ἀσχολεῖται μὲ τὴν ἀνάλυσιν τῶν πωλήσεων, ἥτοι μὲ τὰ διάφορα προβλήματα τὰ ἀφορῶντα τοὺς πωλητὰς (1), ὁ δὲ ἕτερος μὲ τὴν κυρίως ἔρευναν τῆς ἀγορᾶς δηλαδὴ μὲ

1) Ὡς πωλητὰι νοοῦνται : τὸ γραφεῖον πωλήσεων, οἱ ἀντιπρόσωποι, οἱ χονδρπωλητὰι καὶ οἱ λιανοπωληταί. Καθῆκον τοῦ τομέως ἀναλύσεως τῶν πωλήσεων εἶναι ἡ διενέργεια ἀνακεφαλαιώσεων τῶν μηνιαίων, τριμηνιαίων κ.ο.κ. πωλήσεων ὥστε διὰ συγκρίσεως μὲ τὰ προηγούμενα ἔτη νὰ ἐξευρίσκειται ἢ ἐν γένει πορεία τῶν πωλήσεών μας. Βεβαίως τὸ

τὴν σφυγμομέτρησιν τῆς κοινῆς γνώμης, με διαφόρους πειραματικὰς δοκιμασίας (tests), με εἰδικὰς μελέτας διὰ τὴν προώθησιν (λανσάρισμα) ἑνὸς νέου προϊόντος, με τὸν ἔλεγχον τῶν εἰς χεῖρας τῶν πάσης φύσεως ἐνδιαμέσων ἀποθεμάτων (1), ὡς καὶ τὸν προσδιορισμὸν τῆς ἀγοραστικῆς ἱκανότητος τῶν διαφόρων περιοχῶν τοῦ ἔθνικοῦ χώρου.

Ἔργον τοῦτο εἶναι λίαν δυσχερὲς καὶ ὀγκῶδες, ἰδίᾳ εἰς περίπτωσιν ὑπάρξεως πολυαρίθμων προϊόντων καὶ τὸ ἰδεῶδες σύστημα εἶναι τὸ μηχανογραφικὸν με διάτρητα δελτία. Μετὰ τὴν συγκέντρωσιν τῶν ἀνωτέρω καταστάσεων εἴμεθα κάτοχοι μιᾶς τεραστίας μάξης ἀριθμητικοῦ ὕλικου ἕπερ δέον νὰ τεθῆ ὑπὸ εἰδικὴν ἐπεξεργασίαν, ὥστε νὰ συναγάγωμεν συμπεράσματα διὰ καταλλήλων τοπικῶν καὶ χρονικῶν συγκρίσεων, ἔτι δὲ καὶ διὰ συγκρίσεων κατὰ κατηγορίας πελατῶν, προϊόντων κ.ο.κ.

1) Ἀποθέματα (stocks) εἶναι τὸ τμήμα ἐκεῖνο τῶν ἐμπορευμάτων ὅπερ παραμένει σταθερῶς εἰς χεῖρας τῶν μεταπωλητῶν ἐν ὄψει πωλήσεων. Τὸ ἀπόθεμα ἔχει ταχύτητα κυκλοφορίας ποικίλλουσαν ἀναλόγως τῶν προϊόντων, τῆς ἐποχῆς, τῆς περιόδου ἀρχικῆς ἐμφανίσεως τῶν εἰδῶν, τοῦ ὕψους τῶν διαφημίσεων κ.ο.κ.

Ἡ σημασία τῆς γνώσεως τῆς ταχύτητος κυκλοφορίας εἶναι μεγίστη διὰ τὴν ἀσκήσιν ὀρθῆς τιμολογικῆς πολιτικῆς. Ἐπίσης ἡ παρακολούθησις τῶν εἰς χεῖρας τῶν χονδρεμπόρων καὶ λιανοπωλητῶν εὐρισκομένων ἀποθεμάτων εἶναι ἀπαραίτητος καθ' ὅσον ἡ μόνιμος συσσώρευσις πασοτήτων εἰδῶν τινῶν εἰς χεῖρας τούτων σημαίνει ἀζητησίαν τούτων, ἢ δὲ ὑπερβολικὴ ἐξάντλησις τῶν εἰς χεῖρας τῶν ἀποθεμάτων ἀποτελεῖ ἀδυναμίαν ἀντιμετωπίσεως ἠϋξημένων ζητήσεων.

Ἡ παρακολούθησις καὶ καταμέτρησις τῶν ἀποθεμάτων καθίσταται ἰδιαιτέρως ἀπαραίτητος ὁσάκις προτιθέμεθα νὰ προβῶμεν εἰς μεταβολὰς τῶν τιμῶν τῶν πωλουμένων προϊόντων καὶ τοῦτο ἵνα ἐπιλέξωμεν τὴν καταλληλοτέραν στιγμήν αὐξομειώσεως τῶν τιμῶν πρὸς ἀποφυγὴν ἀδικαιολογητῶν ζημιῶν ἢ κερδῶν.

Δι' άπεριορίστον «πληθυσμόν» ή λίαν πολυάριθμον

Π Ι Ν Α Κ Ι

Μέ πιθανότητα 997/1000 ότι τó άποτέλεσμα περιέχεται έντός τών όρίων του σφάλματος (±) του κατωτέρω όρισμένου

Συντελεστής άσφαλείας 99,7 % (3σ)

$$\text{Τύπος : } N = \frac{p \rho q}{E^2}$$

Όριασφάλ- ματος ± 3σ εις ποσο- στον τοίς %	Τ ι μ α ι τ ο ύ ρ και q εις ποσοστον τοίς % (p + q = 100)													
	1/99	2/98	3/97	4/96	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	35/65	40/60	45/55	50/50
0,1	89.100	176.400	261.900	345.600	427.500	810.000	1.147.500	1.440.000	1.687.500	1.890.000	2.047.500	2.160.000	2.227.500	2.250.000
0,2	22.275	44.100	65.475	86.400	106.875	202.500	286.875	360.000	421.875	472.500	511.875	540.000	556.875	562.500
0,3	9.900	19.600	29.100	38.400	47.500	90.000	127.500	160.000	187.500	210.000	227.500	240.500	247.500	250.000
0,4	5.569	11.025	16.369	21.600	26.719	50.625	71.719	90.000	105.469	118.125	127.969	135.000	139.219	140.625
0,5	3.564	7.056	10.476	13.824	17.100	32.400	45.900	57.600	67.500	75.600	81.900	86.400	89.100	90.000
• • •														
1,0	891	1.764	2.619	3.456	4.275	8.400	11.475	14.400	16.875	18.900	20.475	21.600	22.375	22.500
1,5	396	784	1.164	1.356	1.900	3.600	5.400	6.400	7.500	8.400	9.100	9.600	9.900	10.000
2,0	228	441	655	861	1.069	2.025	2.869	3.600	4.219	4.725	5.119	5.400	5.569	5.625
2,5	143	282	419	553	684	1.296	1.836	2.304	2.700	3.024	3.276	3.456	3.564	3.600
3,0	99	196	291	384	475	900	1.275	1.600	1.875	2.100	2.275	2.400	2.475	2.500
• • •														
4,0	56	110	164	216	267	506	717	900	1.055	1.181	1.280	1.350	1.392	1.406
5,0	36	71	105	138	171	324	459	576	675	766	819	864	891	900
6,0	25	49	73	96	119	225	319	400	469	525	569	600	619	625
7,0	18	36	53	71	87	165	234	294	344	386	418	441	455	459
8,0	14	28	41	54	67	127	179	225	264	295	320	338	348	352
10,0	11	22	32	43	53	100	142	178	208	233	253	267	275	278
15,0	9	18	26	35	43	81	115	144	169	189	205	216	223	225
20,0	4	8	12	15	19	36	51	64	75	84	91	96	99	100
	2	4	7	9	11	20	29	36	42	47	51	54	56	56

Δι' υπερφόρτιστον «πληθυσμόν» ή λίαν πολυφόρτιστον

Π Ι Ν Α Ξ Ι Ι

Με πιθανότητα 95/100 ότι το άποτέλεσμα περιέχεται εντός των όρων του σφάλματος (±) του κατωτέρω οριζομένου

Τιμ α ι τ ο υ ρ και q εις ποσοστόν τοις % (p + q = 100)

*Όριον σφάλματος ± 2σ εις ποσοτόν %	1/99	2/98	3/97	4/96	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	35/65	40/60	45/55	50/50
0,1	39.600	78.400	116.400	153.600	190.000	360.000	510.000	640.000	750.000	840.000	910.000	960.000	990.000	1.000.000
0,2	9.900	19.600	29.100	38.400	47.500	90.000	127.000	160.000	187.500	210.000	227.500	240.000	247.500	250.000
0,3	4.400	8.711	12.933	17.067	21.111	40.000	56.667	71.111	83.333	93.333	101.111	106.667	110.000	111.111
0,4	2.475	4.900	7.375	9.600	11.875	22.500	31.875	40.000	46.875	52.500	56.875	60.000	61.875	62.500
0,5	1.584	3.136	4.656	6.144	7.600	14.400	20.400	25.600	30.000	33.600	36.400	38.400	39.600	40.000
...														
1,0	396	784	1.164	1.536	1.900	3.600	5.100	6.400	7.500	8.400	9.100	9.600	9.900	10.000
1,5	176	348	517	683	844	1.600	2.267	2.844	3.333	3.733	4.044	4.267	4.400	4.444
2,0	99	196	291	384	475	900	1.275	1.600	1.875	2.100	2.275	2.400	2.475	2.500
2,5	63	125	186	246	304	576	816	1.024	1.200	1.344	1.456	1.536	1.584	1.600
3,0	44	87	129	171	211	400	567	711	833	933	1.011	1.067	1.100	1.111
...														
4,0	25	49	73	96	119	225	319	400	469	525	569	600	619	625
5,0	16	31	47	61	76	144	204	256	300	336	364	384	396	400
6,0	11	22	32	43	53	100	142	178	208	233	253	267	275	278
7,0	8	16	24	31	39	73	104	131	153	171	186	196	202	204
8,0	6	12	18	24	30	56	80	100	117	131	142	149	155	156
9,0	5	10	14	19	23	44	63	79	93	104	112	119	122	123
10,0	4	8	12	15	19	36	51	64	75	84	91	96	99	100
15,0	2	3	5	7	8	16	23	28	33	37	40	43	44	45
20,0	1	2	3	4	5	9	13	16	19	21	23	24	25	25

I. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΝ*

ΕΡΕΥΝΑ ΑΠΕΥΘΥΝΟΜΕΝΗ ΕΙΣ ΚΟΥΡΕΙΑ ΚΑΙ ΑΦΟΡΩΣΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΙΝ "ΣΑΜΠΟΥΑΝ,"

1. **Ἐρώτ.** Δύνασθε νὰ προσδιορίσητε τὸ ποσοστὸν τῶν πελατῶν σας τὸ ὁποῖον λούεται εἰς τὰ κουρεῖα;
- Ἀπάντ.** Γυναῖκες
Ἄνδρες
2. **Ἐρώτ.** Τὸ ἀνωτέρω ποσοστὸν εὐρίσκατε ὅτι εἶναι ἠδξημένον ἐν σχέσει πρὸς τὸ προηγούμενον ἔτος καὶ κατὰ πόσον;
- Ἀπάντ.**
3. **Ἐρώτ.** Ἐάν ναι ποῖα ὑπῆρξαν τὰ αἷτια τῆς ὡς ἄνω αὐξήσεως;
- Ἀπάντ.**
4. **Ἐρώτ.** Οἱ λουόμενοι εἰς τὸ κατάστημά σας ἐποφίενται εἰς ἐσᾶς ὅπως χρησιμοποίησθε εἶδος σάπωνος τῆς προτιμήσεώς σας, ἢ μήπως σᾶς ἐπιβάλλουν σάπωνα τῆς ἰδικῆς των ἀρεσκείας;
- Ἀπάντ.**
5. **Ἐρώτ.** Δύνασθε νὰ ἐκτιμήσητε τὸ ποσοστὸν τῶν πελατῶν σας οἱ ὁποῖοι ἀπαιτοῦν ὅπως χρησιμοποίησθε σάπωνα τῆς προτιμήσεώς των;
- Ἀπάντ.**
6. **Ἐρώτ.** Ὅσακις ὁ πελάτης σας ἀδιαφορεῖ διὰ τὸ εἶδος τοῦ σάπωνος τὸ ὁποῖον πρόκειται νὰ χρησιμοποιήσθε, ἐσεῖς ποῖαν προτίμησιν ἔχετε;
- Δηλαδὴ χρησιμοποιεῖτε :
- σάπωνα πράσινο κοινὸ; . . .
 - > λευκὸ > ; . . .
 - > τουαλέττας ἀρωματικόν; . . .
 - > ἐν ὑγρᾷ καταστάσει; . . .
 - > εἰς κόνιν; . . .
- ἢ μήπως σαμπουάν; . . .
- Ἀπάντ.**
7. **Ἐρώτ.** Ἐάν χρησιμοποιήτε σαμπουάν προτιμᾶτε ἐγχωρίου παραγωγῆς ἢ εὐρωπαϊκόν;
- Ἀπάντ.**
8. **Ἐρώτ.** Ποῖον τύπον προτιμᾶτε;
- Ἵγρὸν;
 - Κόνιν;
 - Κρέμα;
- Ἀπάντ.**
9. **Ἐρώτ.** Ἐνθυμείσθε ποῖαν μάρκαν σαμπουάν ἐχρησιμοποίησατε τὴν τελευταίαν φορὰν;
- Ἀπάντ.**
10. **Ἐρώτ.** Κατὰ τὴν γνώμην σας ὑπάρχει εἰδικὸς λόγος ὥστε νὰ προτιμᾶτε ὄρισμένον εἶδος (ὑγρὸ, κρέμα κ.λπ.), ἢ ὄρισμένην μάρκαν σαμπουάν; καὶ ποῖος;
- Ἀπάντ.**
11. **Ἐρώτ.** Μήπως ὅταν ὁ πελάτης σας λούεται μὲ σαμπουάν ἀντὶ μὲ σάπωνα ἐπιβαρύνεται περισσότερον;
- Ἀπάντ.**
12. **Ἐρώτ.** Ἐάν δὲν ὑπῆρχε διατίμησις διὰ τὸ λούσιμο θὰ χρησιμοποιούσατε σαμπουάν ἀντὶ σάπωνος, ἢ ὄχι;
- Ἀπάντ.**
13. **Ἐρώτ.** Τὸν τύπον ἢ τὴν μάρκαν τοῦ σαμπουάν τὴν ὁποῖαν τυχὸν χρησιμοποιεῖτε, προτιμᾶσατε ἀφοῦ ἐδοκίμασατε ἄλλες μάρκας, ἢ μήπως ἀπὸ συνήθεια χρησιμοποιεῖτε μέχρι σήμερον τὴν ἀρχικὴν μάρκαν;
- Ἀπάντ.**
14. **Ἐρώτ.** Εἶσθε εὐχαριστημένος ἀπὸ τὴν μάρκαν σαμπουάν πού χρησιμοποιεῖτε ἢ μήπως δὲν θὰ ἐδιστάζατε νὰ δοκίμασατε καὶ ἄλλην;
- Ἀπάντ.**
15. **Ἐρώτ.** Ὁ αὐτὸς προμηθευτὴς καλλυντικῶν σᾶς προμηθεύει τόσοσ τοὺς σάπωνας ὅσων καὶ τὸ σαμπουάν;
- Ἀπάντ.**
16. **Ἐρώτ.** Ὁ τρόπος πληρωμῆς εἶναι ὁ αὐ-

* Συνταχθὲν ὁμοίως ὑπὸ τοῦ Ἑλληνικοῦ Ἰνστιτούτου «Κοινῆς Γνώμης».

τὸς διὰ τὸν σάπωνα καὶ τὸ σαμ-
πουάν ;

προσεχὲς μέλλον θὰ αὐξηθῆ ἡ
χρησιμοποίησις τοῦ σαμπουάν καὶ
διὰτί ;

Ἀπάντ.
17. **Ἐρώτ.** Ἐκ πείρας νομίζετε ὅτι εἰς τὸ

Ἀπάντ.

II. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΝ*

ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΕΩΣ

ΩΡΙΣΜΕΝΟΥ ΤΥΠΟΥ ΟΡΥΚΤΕΛΑΙΩΝ ΔΙΧΡΟΝΩΝ ΜΗΧΑΝΩΝ

1. **Ἐρώτ.** Εἰσθε κάτοχος ὀχήματος μὲ δι-
χρονον μηχανή ;

Ἀπάντ.

2. **Ἐρώτ.** Ἐάν ναί, τί εἶδους εἶναι καὶ
ποιᾶς μάρκας ;

Ἀπάντ. Εἶ δ ο ς Μ ἄ ρ κ α
Σκοῦτερ
Μοτοσυκλέτα
Μοτοποδήλατον
Αὐτοκίνητον

3. **Ἐρώτ.** Ποίᾳς ἰπποδυναμείως εἶναι ἡ μη-
χανή σας ;

Ἀπάντ.

4. **Ἐρώτ.** Ὅταν ἀγοράσατε τὸ ὄχημά σας,
ὁ πωλητὴς σᾶς συνέστησε νὰ χρη-
σιμοποιήτε ὠρισμένον μίγμα βεν-
ζίνης καὶ ὀρυκτελαίου ;

Ἀπάντ.

5. **Ἐρώτ.** Μήπως διὰ τὸ ἀνωτέρω θέμα
συνεβουλευθήτε φίλον σας, ἢ
σταθμὸν αὐτοκινήτων, ἢ πρατη-
ριοῦχον ;

Ἀπάντ.

6. **Ἐρώτ.** Ἐάν ναί, ποῖον μίγμα σᾶ ; συν-
έστησαν καὶ εἰς ποῖαν ἀναλογίαν
βενζίνης καὶ ὀρυκτελαίου ;

Ἀπάντ.

7. **Ἐρώτ.** Μήπως σᾶς συνέστησαν νὰ χρη-
σιμοποιήτε βενζίνην ὠρισμένης
ἐπιχειρήσεως ;

Ἀπάντ.

8. **Ἐρώτ.** Μήπως σᾶς συνέστησαν νὰ χρη-
σιμοποιήτε ὀρυκτέλαια ὠρισμένης
ἐπιχειρήσεως καὶ ὠρισμένου τύ-
που ;

Ἀπάντ.

9. **Ἐρώτ.** Ὅσάκις γίνεται λόγος περὶ βενζί-
νης αὐτομάτως ποῖαν ἐπιχειρήσιν
ἐνθυμείσθε ;

Ἀπάντ.

10. **Ἐρώτ.** Ὅσάκις γίνεται λόγος περὶ ὀρυ-
κτελαίων αὐτομάτως ποῖαν ἐπι-
χειρήσιν ἐνθυμείσθε ;

Ἀπάντ.

11. **Ἐρώτ.** Κατὰ τὴν τελευταίαν ἀγοράν σας
ποιᾶς ἐπιχειρήσεως βενζίνην ἠγο-
ράσατε ; Ἐπίσης ποῖαν μάρκαν
ὀρυκτελαίου ;

Ἀπάντ.

12. **Ἐρώτ.** Τὸ ὀρυκτέλαιον τὸ ὁποῖον ἠγο-
ράσατε τὴν τελευταίαν φορὰν ἦτο
εἰδικὸν διὰ δίχρονον μηχανήν, ἢ
μῆπως ἦτο κοινόν ;

Ἀπάντ.

13. **Ἐρώτ.** Ποῖος καθώρισε τὴν ἀναλογίαν
βενζίνης καὶ ὀρυκτελαίου ;
Σεῖς ἢ ὁ ὑπάλληλος τοῦ πρατη-
ρίου ;

Ἀπάντ.

14. **Ἐρώτ.** Ἐχετε συνήθως ὠρισμένον πρα-
τήριον ἀπὸ τὸ ὁποῖον ἀγοράζετε
τὸ μίγμα ;

Ἀπάντ.

15. **Ἐρώτ.** Ἐάν ναί, εὐρίσκεται τοῦτο πλη-
σίον τῆς οἰκίας σας, τοῦ γρα-
φείου σας, ἢ εἰς ἐτέραν περιοχὴν ;

Ἀπάντ.

16. **Ἐρώτ.** Κατὰ τὰς πέντε τελευταίας ἀγο-
ράς πόσες φορὲς ἠγοράσατε ἀπὸ
τὸ ὡς ἄνω πρατήριο ;

Ἀπάντ.

17. **Ἐρώτ.** Τὸ πρατήριο τοῦτο διαθέτει
εἰδικὴν ἀντλίαν δυναμένην νὰ
διοχετεύῃ διαφόρους ἀναλογίας
βενζίνης καὶ ὀρυκτελαίου ;

Ἀπάντ.

18. **Ἐρώτ.** Εἰς τὰ πρατήρια ἐξυπηρετεῖσθε
προθύμως ἢ ἔχετε τὴν ἐντύπωσιν
ὅτι μᾶλλον προκαλεῖτε ἐνόχλησιν ;

Ἀπάντ.

* Συναχθὲν ὑπὸ τοῦ Ἑλληνικοῦ Ἰνστιτούτου Σφυγμομετρήσεως τῆς «Κοινῆς Γνώμης».

19. 'Ερώτ. Κατὰ τὴν γνώμην σας, θὰ ἦτο προτιμώτερον νὰ ὑπάρχουν σταθμοὶ μὲ εἰδικὰ τμήματα ἐξυπηρέτησεως διχρόνων μηχανῶν ἢ προτιμᾶτε νὰ ἐξυπηρετηθεῖ ὁμοῦ μετὰ τῶν ἄλλων αὐτοκινήτων ;

'Απάντ.

20. 'Ερώτ. Ἐξ ὧν τῶν τρόπων προσιμίζεως ποῖον προτιμᾶτε ;

α) Ἀνάμειξιν τὴν ὁποῖαν κάμνετε ὁ ἴδιος σας ;

β) Ἀνάμειξιν τὴν ὁποῖαν κάμνει ὁ ὑπάλληλος τοῦ πρατηρίου ;

γ) Ἀνάμειξιν δι' εἰδικῆς ἀντλίας ;

δ) Μίγμα ἐσφραγισμένων δοχείων ;

'Απάντ.

21. 'Ερώτ. Διὰ ποῖον λόγον προτιμᾶτε τὸν ἀνωτέρω τρόπον ;

'Απάντ.

22. 'Ερώτ. Ἐὰν τὸ ἔτοιμον, μίγμα ἐπωλεῖτο εἰς ἐσφραγισμένα δοχεῖα ποῖον μέγεθος κατὰ τὴν γνώμην σας θὰ ἦτο κατάλληλον ;

'Απάντ.

23. 'Ερώτ. Ποῖαν ποσότητα μίγματος ἀγοράζετε συνήθως ;

'Απάντ.

24. 'Ερώτ. Κατὰ τὴν γνώμην σας ποῖον μίγμα ὑπερέχει καὶ ποῖον μειονεκτεῖ ;

'Υπερ- Μειον-
έχει εκτεῖ

—Τὸ ἐξασφαλίζον ταχεῖαν ἐκκίνησην εἰς ψυχρὰν ἀτμό-

σφαιραν 1 1

—Τὸ μὴ ρυπαῖνον

τοὺς σπινθηριστάς

(μπουζί) 2 2

—Τὸ ἐπαρκῶς ἀνα-

μεμιγμένον μὲ βεν-

ζίνη 3 3

—Τὸ ἐπιτρέπον τὴν
καλὴν ἀνάφλεξιν 4 4

'Απάντ.

25. 'Ερώτ. Μήπως διεπιστώσατε ὅτι ὠρισμένον μίγμα ὑπερέχει καὶ δὲν ἐμποδίζει τὴν ἀνάφλεξιν τῶν μπουζι ;

'Απάντ.

26. 'Ερώτ. Χρησιμοποιεῖτε τὸ δίχρονον ὄχημά σας καθ' ὅλον τὸ ἔτος καὶ ἀνεξαρτήτως ἐποχῆς ; Ἐὰν ὄχι, διατί ;

'Απάντ.

27. 'Ερώτ. Πόσα χιλιόμετρα διανύετε περὶπου καθ' ἔτος ; Καὶ πόσα διήνυσε ἡ μηχανὴ σας, ἀφ' ὅτου τὴν κατέχετε ;

'Απάντ.

28. 'Ερώτ. Μήπως ταξιδεύσατε εἰς τὸ ἐξωτερικὸν μὲ δίχρονον μηχανήν ;

'Απάντ.

29. 'Ερώτ. Εἰς ποῖαν ἐκ τῶν κατωτέρω χωρῶν ἡ ἐξυπηρέτησις ἦτο χειρότερα ;

'Αγγλία

Γαλλία

Γερμανία

'Ελβετία

'Ιταλία

'Ισπανία

'Απάντ.

30. 'Ερώτ. Εἰς ποῖαν ἡ ἐξυπηρέτησις ἦτο καλυτέρα καὶ εἰς ποῖον σημεῖον ὑπερέιχεν ;

'Απάντ.

31. 'Ερώτ. Μήπως κατὰ τὴν προσεχῆ διαίταν προβλέπετε ὅτι τὰ εἰσοδήματά σας θὰ σᾶς ἐπιτρέψουν νὰ ἀντικαταστήσετε τὸ ὄχημά σας μὲ αὐτοκίνητον ἐφοδιασμένον μὲ τετράχρονον μηχανήν ;

'Απάντ.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Abrams, Mark : The method of Market research. London 1946.
 Adler, Max : L'Étude du Marché. Paris 1954.
 Bouquerel, F. : L'étude des marchés au service des Entreprises, T. I. II. Paris 1954.
 Clark, T. F. : Marketing and market research. London 1948.
 Crisp, Richard : Marketing research. N. York 1957.
 Delens, A. H. R. : L'analisi del mercato. Torino 1954.
 : Principles of market research. London 1950.

- Danbourg, R. : Pourquoi et comment faire l' étude du marché. Paris 1947.
- Fassio, Mario : L'analisi del mercato. Milano 1941.
- Irvine, A. G. : Marketing research and management. Lond. 1954
- Jacquart, Hugues : Une technique nouvelle au service de l' étude de du marché. Είς «Vendre». Paris 1953. N°284.
- James H. Lorie and Harry V. Roberts : Basic Methods of Marketing Research. N. York 1951.
- Lengelé R. : L' étude rationnelle du marché. Paris 1948.
- Levy—Bruhl, J. et Thionet, P. : Cours sur les sondages. Paris 1949.
- Mazzilli Beniamino : Metodologia dell' inchiesta. Bari 1951.
- Sauvy A. : Technique du questionnaire et de l'enquête statistique. La 28e session de l' Institut International de Statistique. Rome 5—12 Sep. 1953.
- Schertenleib, Charles : Traité théorique et pratique de l' étude du marché. Lausanne 1945
- » : Les méthodes prévisionnelles de vente dans le cadre de l' étude du marché. Lausanne 1944.
- Servoise, René : L' étude scientifique des marchés. Paris 1944
- Tagliacarne Gugl. : Technica e pratica delle ricerche di mercato. Milano 1951.
- » : Che cosa sono e a che servono le ricerche di mercato. Roma 1953.
- » : I metodi di Prova. Roma 1954. (Rivista produttività, Anno 5, N° 6).
- Yates, F. : Sampling methods for censuses and surveys. London 1949.
- Zuccarelli, Renato : Introduzione all' analisi di mercato. Torino 1954.
- Χρυσόχοῦ Ἰωάν. : Ἐμπλοικὴ Ὁργάνωσις, Ἀθῆναι 1957.

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- Bolletino della «Doxa» : Milano
- ESOMAR—Journal : London
- Κοινὴ Γνώμη : Ἀθῆναι
- Pubblicità e Vendite : Milano : SIGMA.
- Sondages : Revue française de l' opinion publique. Paris.
- Studi di mercato : Rivista dell' Associazione Italiana per gli studi di mercato. Roma 1955.
- Vendre : Paris.

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

- Assosiazione Italiana per gli studi di mercato. Roma.
- Association nationale des Praticiens en Études de marchés (ANPEM). Paris.
- Association pour le développement des techniques d' Études de marchés (ADETEM). Paris.
- Arbeitskreis Betriebswirtschaftlicher Mark-und Absatzforschung, Hambourg.
- ESOMAR. European Society for Opinion Surveys, and Market Research.
- The Market Research Society Limited. London.