

ΣΥΝΕΙΔΗΤΗ ΠΩΛΗΣΗ

Τοῦ κ. ΠΑΝΑΓΗ ΣΟΛΟΜΟΥ

Ἡ προσπάθεια ποὺ γίνεται στὸν τόπο μας γιὰ τὴν ἀνάπτυξη τῶν ἐξαγωγῶν, μὲ σκοπὸ τὴν ἀνόρθωση τοῦ ἐμπορικοῦ μας ἰσοζυγίου, προσκρούει σὲ ἕνα ἀπὸ τὰ σοβαρότερα ἐμπόδια : τὴν ἀγνοία τῆς συνειδητῆς πωλήσεως.

Πῶς νὰ συναγωνισθοῦμε τὶς βιομηχανικὰ ἀνεπτυγμένες χῶρες ὅπου ἡ πώληση ἔχει ἀναχθῆ σὲ ἐπιστήμη καὶ ὅπου ἐξαπολύουν τοὺς ἰκανότατους πωλητές τους στὴν πόρτα τῶν ἀγοραστῶν καὶ εἶναι πανταχοῦ παρόντες, ἐνῶ ἐμεῖς περιμένουμε νὰ κάνουμε πωλήσεις λάμποντας μὲ τὴν ἀπουσία μας ;

Ἐκτὸς ὅμως ἀπὸ τὴν ἐξαγωγή, καὶ ἡ ἐγχώρια κατανάλωση εἶναι ὑπερβολικὰ χαμηλὴ σχετικὰ μὲ ἄλλες χῶρες—καὶ εἶναι χαμηλὴ ἐπειδὴ δὲν γίνεται συστηματικὴ ἐργασία πωλήσεως. Ὅταν λέμε «συστηματικὴ ἐργασία», ἐννοοῦμε ὅτι δὲν ὑπάρχει συνειδητὸ πρόγραμμα πωλήσεως ἐκ μέρους τῶν ἐμπόρων καὶ τῶν βιομηχάνων, ποὺ κατὰ κανόνα δὲν φροντίζουν λ.χ. γιὰ τὴν ἐπιστημονικὴ κατάρτιση τῶν πωλητῶν καὶ τῶν πωλητριῶν, καὶ ἐκείνων ποὺ πουλᾶνε στὰ καταστήματα καὶ ἐκείνων ποὺ περιοδεύουν. Ὅλοι αὐτοὶ δὲν διαβάζουν τίποτα ἀπὸ τοὺς τόμους ποὺ γράφονται διεθνῶς πάνω στὸ θέμα τῆς πωλήσεως.

Ἡ πώληση δὲν εἶναι ἔργο τῆς πρώτης τυχοῦσης «καλλιπαρείου δεσποινίδος» οὔτε τοῦ ἔξυλνου νεαροῦ. Ἡ πώληση εἶναι ἔργο ποὺ διέπεται ἀπὸ κανόνες ἐπιστημονικῆς ὀργανώσεως καὶ ἔχει ὕψιστη σημασία καὶ σπουδαιότητα γιὰ τὴν οἰκονομία.

Σὲ ὅλα τὰ Πανεπιστήμια ὅπου διδάσκει καὶ ἡ Ὄργάνωση καὶ ἡ Διοίκηση, ὁ τομέας τῆς πωλήσεως κατέχει περιόπτη θέση. Ἡ Ἀμερικὴ ἀνδρώθηκε οἰκονομικὰ χάρις στὴ μεθοδικὴ πώληση.

Ἡ πώληση εἶναι ἡ πρώτη προϋπόθεση γιὰ τὴν παραγωγή. Παραγωγή χωρὶς πώληση μοιάζει μὲ σῶμα χωρὶς πόδια. Ἄν γιὰ μιὰ στιγμὴ συνειδητοποιήση κανεὶς ὅτι γιὰ τὰ ψώνια του δὲν πηγαίνει στὸ διπλανὸ προμηθευτὴ ἀλλὰ σὲ κάποιον ποὺ βρίσκεται ἕνα ἢ δύο τετράγωνα παραπέρα μὰ τὸν ἐξυπηρετεῖ καλύτερα, θά ἀντιληφθῆ γιατί ἡ «πώληση» ἔχει σημασία. Ἄν ἕνα κατάστημα ἀκμάζει, καὶ ἕνα ἄλλο μὲ τὰ ἴδια εἶδη καταρρέη, αὐτὸ συμβαίνει ἐπειδὴ ὁ ἕνας ἰδιοκτῆτης ξέρει νὰ πουλᾷ καὶ ὁ ἄλλος δὲν ξέρει.

Ὁ ἄνθρωπος δὲν ἀγοράζει ἐκεῖνο ποὺ τοῦ χρειάζεται ἀλλὰ ἐκεῖνο γιὰ τὸ

ὁποιοῦ τοῦ δημιουργεῖται ἐπιθυμία—καὶ αὐτὸ εἶναι ποῦ δὲν κάνουμε στὸν τόπο-
μας. Δὲν δημιουργοῦμε ἐπιθυμίες γιὰ ἀγορά.

Τελευταία, μιὰ ξένη κυρία διηγόταν ὅτι ἐπισκέφθηκε ἓνα γνωστὸ κατά-
στημα τῆς ὁδοῦ Σταδίου ὅπου πουλοῦν εἶδη ἀθλητισμοῦ καὶ ζήτησε κάτι ποῦ
δὲν εἶχε δεῖ τὴν προηγούμενη μέρα. Ἡ πωλήτρια, χωρὶς νὰ ψάξη, ἀπάντησε ὅτι
δὲν ὑπῆρχε. Χρειάστηκε πολλὴ ἐπιμονὴ ἐκ μέρους τῆς κυρίας γιὰ νὰ κάμη
τὴν πωλήτρια νὰ ψάξη καὶ νὰ βρῆ αὐτὸ ποῦ τῆς ζήτησε.

Τέτοια παραδείγματα εἶναι ἀτελείωτα. Γιὰ νὰ πεισθῆ κανεὶς ὅτι δὲν γίνε-
ται καμιὰ μεθοδικὴ προσπάθεια πωλήσεως, δὲν ἔχει παρὰ νὰ ἐπισκεφθῆ ἓνα
κατάστημα, προπάντων ἐκεῖ ποῦ πωλήτριες εἶναι γυναῖκες.

Αὐτὸ δὲν περιορίζεται στὴν πρωτεύουσα, ἀλλὰ ἐπεκτείνεται, σὲ μεγαλύ-
τερο [μάλιστα βαθμὸ, στὴν ὑπαιθρο. Στὶς ἐπαρχίες, οὔτε φτάνει κὰν τὸ κάθε
εἶδος. Καὶ ἐκεῖνα ποῦ φτάνουν εἶναι κάθε ἄλλο παρὰ τὰ καλύτερα καὶ τὰ ὀρειό-
τερα, καὶ αὐτὸς ποῦ τὰ πουλάει συμπεριφέρεται σὰν ἀφεντικὸ πρὸς δούλους,
πράγμα τελείως ἀπαράδεκτο.

Καὶ ὅμως, γιὰ ν' ἀνδρωθῆ ἡ παραγωγὴ καὶ νὰ γίνῃ συναγωνιστικὴ, εἶναι
ἀπαραίτητο νὰ αὐξηθῆ ἡ ἐσωτερικὴ κατανάλωση.

Ἄν πάρουμε γιὰ παράδειγμα τὴν Αὐστραλία, ποῦ ὁ πληθυσμὸς τῆς δὲν
εἶναι μεγαλύτερος ἀπὸ τὸν ἑλληνικὸ, θὰ δοῦμε ὅτι ἡ χώρα αὐτὴ στενάζει ἀπὸ
ἔλλειψη βιομηχανικῶν χεριῶν, ἐπειδὴ ὁ ἀφρὸς χρησιμοποιεῖται γιὰ τὴν πώληση.

Ἡ σπουδαιότητα τοῦ ρόλου τῆς πωλήσεως γιὰ τὴν ἄνοδο τῆς οἰκονο-
μίας προκύπτει ἀπὸ τὸ γεγονός ὅτι δὲν ὑπάρχει φύλλο ὀργανωτικοῦ περιοδικοῦ
ποῦ νὰ μὴν ἔχῃ ἄρθρο γιὰ τὴν πώληση. Ὅσα κράτη ἔχουν ἀνεπτυγμένη παρα-
γωγικότητα καὶ ὑψηλὸ ὀργανωτικὸ ἐπίπεδο, τὰ ὀφείλουν κατὰ πολὺ μεγάλο
μέρος στὶς μεθόδους πωλήσεως. Οἱ μεγάλες εἰταιρεῖες ἔχουν ἐπιστημονικὰ ἐρ-
μηνεία, ὅπου μελετοῦν ὅλα τὰ ἐκ πρώτης ὄψεως ἀφρημένα φαινόμενα «πω-
λήσεως». Ἡ Ἄμερικὴ εἶναι γεμάτη ἀπὸ περιοδεύοντας πωλητὰς, ποῦ εἶναι
κατὰ κανόνα ἀπόφοιτοι ἀνωτάτων σχολῶν, συνηθέστατα τεχνικῶν, ἀλλὰ καὶ
θεωρητικῶν ἐπιστημῶν. Πολλὲς φορὲς ἔχουν περισσότερα ἀπὸ ἓνα διπλώματα
καὶ ὅλοι ἀμείβονται ἰκανοποιητικῶτα. Ἐκεῖ ἔχει ἀπολύτως συνειδητοποιηθῆ
ὅτι τὸ κόστος τῆς πωλήσεως βιομηχανικῶν προϊόντων κυμαίνεται ἀπὸ 50-
1.000 % τοῦ κόστους παραγωγῆς. (Εἶναι γνωστὸ ὅτι ἡ ὀδοντόκρεμα ποῦ που-
λιέται 25 σέντς δὲν κοστίζει παραπάνω ἀπὸ δύο σέντς, κ.ο.κ.).

Ὅλα τὰ μεγάλα ὀνόματα τῆς βιομηχανικῆς ἱστορίας τῶν Ἠνωμένων Πο-
λιτειῶν (Ford, Bell, Carnegie κ.ἄ.) στηρίχθηκαν γιὰ τὴ μαζικὴ τους παραγωγὴ
ὄχι στὴν κατανάλωση ποῦ ὑπῆρχε ἤδη, ἀλλὰ στὸν πολλαπλασιασμὸ τῆς, μὲ τὴ
δημιουργία νέου ἀγοραστικοῦ κοινοῦ.

Εὐτυχῶς ἀρχίσαμε νὰ ἔχουμε καὶ ἐδῶ βιτρίνες καὶ ὀραία καταστήματα.
Δὲν ἀρκοῦν ὅμως αὐτά. Χρειάζεται ἡ προσωπικὴ ἐπαφὴ ποῦ θὰ θερμάνῃ τὸν
ἀγοραστὴ καὶ θὰ τὸν κάμη νὰ ξεδέψη. Χρειάζεται νὰ ἐκπαιδευθῆ τὸ κοινὸ νὰ
δαπανᾷ. Νὰ δαπανᾷ μὲ εὐχαρίστηση—καὶ αὐτὸ γίνεται μόνο μὲ διδασκαλία
πρὸς ὄψιν μὲ πρόσωπο. Οἱ ἄνθρωποι θὰ φροντίσουν νὰ κερδίζουν περισσότερα
ὥστε νὰ μποροῦν νὰ δαπανοῦν περισσότερα.

Γιὰ τὴν κατάρτιση συνειδητῶν πωλητῶν εἶναι ἀπαραίτητο νὰ ἰδρυθοῦν πολλὰς σχολὰς πωλητῶν. Ἡ πώληση πρέπει νὰ διδάσκεται σὲ ὅλα τὰ σχολεῖα, καὶ οἱ Ἕλληνες νὰ ἀσκοῦνται στὴν πώληση ὅπως ἀσκοῦνται τὰ Ἀμερικανόπουλα, ποὺ γιὰ νὰ κερδίσουν τὸ χαρτζιλίκι τοὺς πουλοῦν ἐφημερίδες, γάλα, κ.ο.κ. πρὶν ξεκινήσουν τὸ πρῶν γιὰ τὸ σχολεῖο. Ἐξάλλου, εἶναι γνωστὸς οἱ σχολικὰς κερδοσκοπικὰς βιοτεχνίαι τῆς Ἀγγλίας, τῆς Ἀμερικῆς, τῆς Αὐστραλίας κ.ἄ., ὅπου οἱ μαθητὲς ἀσκοῦνται πρακτικὰ νὰ παράγουν, νὰ διανέμουν, νὰ διοικοῦν.

Ἄν δὲν ἀναπτύξουμε τὴν ἐσωτερικὴν μας κατανάλωσιν σὲ τέτοιο βαθμὸν, ὥστε νὰ μποροῦμε νὰ συναγωνισθοῦμε μὲ κέρδος τὰς διεθνεῖς ἀγορὰς, ποτὲ δὲ θὰ μπορέσουμε νὰ ἐκμεταλλευθοῦμε τὰς πλουτοπαραγωγικὰς μας πηγὰς, καὶ προπάντων τὴν εὐφυΐαν τοῦ Ἕλληνα. Ἡ πώληση εἶναι ἓνας τομέας οἰκονομικῆς δραστηριότητος ποὺ δημιουργεῖ μεγάλη παραγωγικὴ ἀπασχόλησιν καὶ μπορεῖ νὰ ἐξαλείψῃ τὴν ἀνεργίαν στὸν τόπον.

“ 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 Ἐπιστημόνων καὶ εἰδικῶν.

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, Ἀρθρα καὶ μελέται ἐπὶ τῶν σπουδαιότερων 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)