

מציאות במחיר אפסי של לירה אחת לכל אדם המזכיר לנוסות ליי בשדרשורת



שערך המוצרים שחולקו הגיע לסכום של 17.500 ל"י במחיר קמעוני.

★ ★ ★

רווח נקי סמוי

א ידו העמויקו האנשים לחשוב ולבדוק את הענין, היו מבינים שהעוקץ איננו טמון בטיב המוצר שהם מקבלים, כי אם במקום אחר לגמרי.

למעשה שילם כל אחד מהם את מחיר המוצר מראש. בשעה שעקרת הבית המאר שרת סחבה הביתה את סיר-הלחץ שלה, היה כבר הכסף המלא ששולם תמורתו מונח בקופת החברה. כי היא, והאנשים שרכשו ממנה את החוליות הכניסו לקופת החברה סכום של 30 לירות, עוד לפני שקיבלה את הסחורה.

שיטה זאת איפשרה לבעלי-העסק לשלם במוזמנים ליצרנים. כל אדם הבקי אך ב"מקצת בשוק הישראלי הצמא למוזמנים, יודע שיצרן, המייצר תמורת שטרות-לומד ארוך, מוכן להוריד בהרבה את מחיר תוצרתו אם ישלמו עבורה מיד. ההפרש הזה בין המחיר הפחות-מסויגני ששולם על-ידי החברה, לבין המחיר הקמעוני המלא שי למעשה נגבה על-ידיה, הוא רווח נקי.

רווח נוסף מרויחה החברה מן החוליות שבעליהן אינם באים לגבות את המגיע להם. אם איבד משה את הפנסק שקנה, או הח" לים שלא כדאי לו לרוץ ולהפיץ את ה" חוליות שלו, איבד את הכסף שכבר שילם לחברה. הוא ויתר על חמש ל"י לסובת החברה להפצת המוצר הישראלי.

★ ★ ★

400 אלף בשבעה מתוזרים

ס עיף מיוחד בפנסק החוליה קובע מה יקבל בעל-חוליה שהפיץ רק חלק מ"חמשת התלושים בפנסק. אם משה הצליח להפיץ רק את החוליות מספר 1, ו"2 שבפנסקו, הרי יקבל במשרדי החברה מוצר בעל ערך של שבע לירות. אך למעשה כבר שילמו אברהם ויצחק, שקנו ממנו תלושים, חמש לירות כל אחד עבור הפנסקים שרכשו במשרד. עשר הלירות של שניים אלה, בניכוי שבע ל"י של המחיר הקמעוני של המוצר שניתן למשה, עדיין משאירות לחברה רווח נקי של שלוש ל"י, נוסף על הרווח הרגיל של המוצר. וכל זה אם מצרפים את חמש הל"י, ששילם משה עצמו עבור פנסקו המקורי, לחשבון החוליה הקודמת. לו היה לחייל משה אלפונסו, שהתלהב תחילה מהרעיון ולא הצליח לבסוף למכור מאומה, אותו הנסיון שיש לסוכני המלחה העממי, היה יודע שככל שגדל מספר ה"מפיצים, כך קטן מספר האנשים להם אמשר

ליות היתה מדהימה. תוך ימים אחדים לא הספיקו כוחותיו של הווג ברגרמן כדי להשתלט על המוני הקונים. הם העסיקו שתי פקידות, הגדילו את רשימת המוצרים ה"מופצים על-ידם, הכינו כרטיסיה משוכללת, בה נרשם שמו של כל מפיץ ומספר החוליה שלו.

המספרים בכרטיסיה גדלו במהירות. מאות הפכו לאלפים, מספר הפקידות גדל לארבע. כשגדל הלחץ, נאלצו להכפיל את הצאת לשמונה פקידות. גלי מכתבים הגיעו מכל פינות הארץ. החוליות הגיעו לירושלים, לחיפה, למושבות ולכפרים נידחים.

בניגוד ליושבי המקומות המרוחקים, ש"סמכו על הדואר ושלתו את חלושיהם בצרוף שאלון בדבר סוג המוצר שברצונם לרכוש, היו התל-אביבים חשדנים גדולים יותר. הם רצו למשש את המוצרים, לראות אותם, לבדוק אם כל הענין איננו בלוף.

הענין לא היה בלוף. החברה עמדה בכל התחייבויותיה, חילקה עד היום למעלה מ"700 מוצרים. השבוע כבר הגיע מספר החוליות המופצות ל"10 אלפים. כך התקרבו ההכנסות ל"50 אלף ל"י, במוזמנים, בעוד

הישראלי. הקאריירה האורחית של יהודה ברגרמן, היתה לא פחות מגדולה. הוא עבד כפקיד במשרד-הבטחון, פרש ממשרתו כדי להצטרף לחברת-ייצוא שעסקה בעיקר ב"ייצוא לתורכיה.

תוך כדי נודו בחוף-לארץ, התעניין ברגרמן, בעל החוש המסחרי המפותח, ב"שיטת-המכירה המזורה. אשתו דורה (29) תירגמה את ההתענינות למעשים. השיטה, לפיה הוקמה ברבות הימים החברה להפצת המוצר הישראלי, היא, לדברי דורה החיננית, תערובת של דוגמות מארצות-חוץ. טוענת דורה: "הכננו את הפנסקים שלנו, לפי מתכונת חוקית הקיימת בתורכיה, הרי לנו, אוסטריה וארצות-הברית."

מרבית מניותיה של החברה רשומה על שמה של האשה רבת-המרץ. אולם היא לא נשארה לבדה במשרד. התפתחות המהירה של העסק, אילצה את יהודה לנטוש את כל שאר עניניו ולהצטרף אל אשתו.

★ ★ ★

10 אלפים חוליות

התחלה הצנועה הפכה במהירות להצלחה מסחררת. התרבות קוני-החור

המציע

יהודה ברגרמן, בעל החברה המציעה סחורה בשווי של 25 ל"י, תמורת השקעה של לירה אחת בלבד.

למכור משהו. אילו חישוב לעצמו אלפונסו שהוא עלול לאבד את שש הלירות שהשקיע (לירה במחיר התלוש שקנה אצל חברה, ועוד חמש לירות ששילם בחברה במחיר הפנסק) הרי לא היה נאלץ להופיע השבוע במשרד החברה כדי לבקש את כספו בחזרה כפי שעשה!

אך המפיץ האלמוני לא עשה לעצמו את החשבון שאם ירצה לחזור על מבצעו ול"הפיץ חוליה נוספת, יהיו לו חמישה מת"חיים, אותם הכניס לשוק כמו ידיו.

חמשת המתחרים יגררו 25, במחזור הבא יגיע מספרם ל"125, במחזור השלישי ל"625 ברביעי ל"3125. תוך שבעה מחזורים יעלה מספר המפיצים ל"390,625 איש. זהו מספר גדול בהשואה לגודל האוכלוסיה של ישראל שאינה מגיעה לשני מיליון, מהם מאות אלפי עולים חדשים, פועלי-דחק, פלאחים ואביונים.

ייתכן, שמפיצי המחזור השמיני או ה"תשיעי, ייאלצו לחפש להם לקוחות מבין תושבי קפריסין או קהיר.

★ ★ ★

1 ל"י = ?

ח יחשוב התיאורטי, לפיו יגיע ה"שוק לרוייה תוך ימים אחדים, איננו מודייק, אם יובא בחשבון מספר החוליות (המשך בעמוד 8)



סרן ברוך קולסקי הפיץ תוך יום אחד את תלושי החוליה שלו ובא לקנל מכשיר סיפולוסק.

חברה להפצת המוצר הישראלי בע"מ
 נח"ד 4420
 ירושלים
 חוליה מס' 1
 חוליה מס' 2
 חוליה מס' 3

חברה להפצת המוצר הישראלי בע"מ
 נח"ד 4420
 ירושלים
 חוליה מס' 1
 חוליה מס' 2
 חוליה מס' 3

החוליה אלה הם שניים מתוך חמשה תלושים, אשר יש להפיצם כדי לקבל את הסחורה המובטחת.



החברה, שהחלה כעסק צנוע ביותר, התפתחה במהירות עתה היא מעסיקה שמונה מזכירות, המנהלות כרטיסיה, בה רשומים שמות רוכשי החוליות. מימין, מתכנפת: בעלת החברה דורה ברגרמן.



תור ענק עשרות אנשים מצטופפים ליד דלת משרד החברה להפצת המוצר הישראלי, כדי לקבל את הסחורה המובטחת. למרות שהובטח לשלוח להם את המוצר הביתה, העדיפו לבוא ולהיווכח בעצמם בטיב החברה החדשה.