

участието ни въ чуждитѣ пазари, ще се съгласимъ, че това участие наистина става често, но представянето е било въ много случаи незадоволително. Това не ще рече, че не сж правени усилия, но единствено, че изразходванитѣ срѣдства сж оскъдни и то въ ущърбъ на едно много по-цѣлостно и по-представително излагане на българскитѣ износни стоки. Нѣма никакво съмнение, че това се съзнава отъ официалнитѣ мѣста и че се прави усилие да се постигне повече, като се отстрани постепенно убеждението, че похарченитѣ пари за реклама сж загубени и като се събуди по-голямъ интересъ у износителитѣ, за да изпращатъ по-грижливо и повече отъ своитѣ мостри. Факторътъ-реклама, на който следва да се препише едно неизмѣримо влияние, следва да бжде наложенъ съ създаване на убеждението, че най-бедната страна, трѣбва да харчи най-много въ това отношение.

Независимо отъ това, пропагандата трѣбва значително да се разшири при настѣпването на нормални условия. Освенъ писмената реклама, като анонси и др., необходимо е да се използватъ и нѣкои други срѣдства, като киното, рекламни магазини въ странство, свѣтлинни реклами и пр.

Едно много важно срѣдство за поощрение на нашия износъ, което се прилага отъ години насамъ въ скандинавскитѣ страни и въ нѣкои континентални държави, е пропагандирането на ролята на износа между производителното население вътре въ страната. Това би могло да се постигне, като въ производителнитѣ центрове, отъ страна на официални органи или на примѣръ отъ селскитѣ кметове и отъ други официални лица се държатъ сказки и беседи за ползата отъ износа или се използва за сжщата целъ метода на писмената пропаганда въ списания, вестници, радиосказки и др. Тази пропаганда има вече другъ характеръ. Тя е „просвѣтна пропаганда“ за нашия износъ. Тази пропаганда трѣбва да засѣгне и единъ другъ елементъ: необходимо е да се създаде единъ вкусъ къмъ изящно представяне на нашитѣ стоки въ чужбина (опаковка и др.).

На единъ отъ най-деликатнитѣ въпроси на нашата експортна политика е необходимо да се даде справедлива