

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ**

**ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**(ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΥΡΓΟΥ)**

**ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**« Προβλέψεις μεγέθους σχετιζομένου με τα Μ.Μ.Ε. »**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΔΡΟΣΟΣ ΛΑΜΠΡΟΣ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ: ΜΑΝΩΛΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ - ΤΖΙΩΤΗΣ ΜΙΧΑΗΛ**

**ΠΥΡΓΟΣ – 2015**

### ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΡΙΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Στο σημείο αυτό θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε, τον καθηγητή και Πρόεδρο του τμήματος, κ. Λάμπρο Δρόσο, για την υποστήριξη, τις συμβουλές του καθώς και τη συνολική βοήθεια στη διεκπαιρέωση αυτής της πτυχιακής. Επίσης, οφείλουμε ένα θερμό ευχαριστώ στην καθηγήτρια, κα Μιχοπούλου Μαρία που για έξι περίπου μήνες μας συμπαραστάθηκε και μας βοήθησε απεριόριστα, λύνοντας τις απορίες μας, πάντα με όρεξη και υπομονή. Ελπίζουμε να είναι εξίσου ευχαριστημένη από τη συνεργασία μας.

## Πίνακας Περιεχομένων

Περίληψη.....	6
Εισαγωγή.....	7
Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> – Η Έννοια και τα Χαρακτηριστικά των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στα Οποία Ανήκουν και οι Εφημερίδες Καθώς και Χαρακτηριστικά του Συγκεκριμένου Τύπου στις Μέρες μας.....	9
1.1 Η Έννοια και τα Χαρακτηριστικά των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στην Ελλάδα (Μ.Μ.Ε.).....	9
1.1.1 Κινήσεις Προσέγγισης από Μέρους των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και η Διαδικασία Ανάπτυξης Αποτελεσματικής Επικοινωνίας που Δημιουργείται προς τους Αναγνώστες του Έντυπου Τύπου.....	10
1.1.2 Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Προβολή Κοινωνικών Γεγονότων Μέσα από το Τύπο.....	13
1.2 Προέλευση και Χαρακτηριστικά Τύπου Εφημερίδων και η Εξελιξή του στην Ελλάδα.....	14
1.3 Η Εξέλιξη της Εποχής της Τεχνολογίας και των των Πληροφοριών στον Έντυπο Ηλεκτρονικό Τύπο.....	16
1.4 Ηλεκτρονικός Τύπος στην Ελλάδα.....	23
1.4.1 Ελληνική Αγορά και Παρουσία Εφημερίδων.....	23
1.4.2 Ο Κλάδος των Επιχειρήσεων Εκδόσεων Εφημερίδων και Περιοδικών στην Ελλάδα.....	24
1.4.3 Ανάλυση SWOT για την Παρουσία των Εφημερίδων στην Ελλάδα.....	25
1.4.4 Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού Τύπου Εφημερίδων.....	27
1.4.5 Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικού Τύπου Εφημερίδων.....	27
Κεφάλαιο 2 <sup>ο</sup> – Μεθοδολογία Έρευνας Καθώς και Παράθεση Στατιστικών Δεδομένων Αναφορικά με τα Στοιχεία Έκδοσης, Επιστροφής και Πώλησης Φύλλων σε Σχετικά Σταθερά Σημεία για την Τοπική Εφημερίδα.....	28
2.1 Μεθοδολογία Συλλογής Στοιχείων.....	28
2.1.1 Δευτερογενής Έρευνα.....	29
2.2 Πρωτογενής Έρευνα.....	30

2.3	Παράθεση Στατιστικών Στοιχείων Έρευνας Αναφορικά με την Κυκλοφορία της Τοπικής Εφημερίδας για την Περίοδο 2005 έως 2012.....	31
2.3.1	Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Εκδοθέντων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012 .....	31
2.3.2	Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Πωληθέντων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012.....	43
2.3.3	Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Επιστραφέντων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012.....	55
2.3.4	Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Πωληθέντων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012 στα Περίπτερα.....	67
2.3.5	Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Εκδοθέντων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012 στα Σταθερά Σημεία .....	79
2.3.6	Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Πωλήσεων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012 στα ΕΛΤΑ.....	91
2.3.7	Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Δωρεάν Παραδοθέντων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012 στα Υποκαταστήματα.....	103
2.4	Σημαντικότερα Συγκεντρωτικά Στοιχεία Εφημερίδας Ανά Έτος Κατά Μέσο Όρο και Συνολικά για τη Περίοδο 2005 – 2012 .....	116
2.4.1	Ποσοστά Εκδοθέντων Φύλλων Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος.....	116
2.4.2	Ποσοστά Πωληθέντων Φύλλων Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος.....	116
2.4.3	Ποσοστά Επιστραφέντων Φύλλων Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος .....	117
2.4.4	Ποσοστά Φύλλων στα Περίπτερα Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος .....	117
2.4.5	Ποσοστά Σταθερών Φύλλων Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος.....	117
2.4.6	Ποσοστά Φύλλων στα ΕΛΤΑ Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος.....	118
2.4.7	Ποσοστά Δωρεάν Φύλλων σε Υποκαταστήματα Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος .....	118

2.5	Παράθεση και Ανάλυση Αιτιών για τις Αυξομοιώσεις που Παρατηρούνται στις Πωλήσεις της Εφημερίδας Ανά Έτος / Ανά Μήνα από το 2005 έως το 2012 Βάση Στοιχείων Έρευνας.....	118
2.5.1	Αύξηση / Μείωση Πωληθέντων – Επιστραφέντων Φύλλων Λόγω Αλλαγής Θεματολογίας .....	126
2.5.2	Αύξηση / Μείωση Πωληθέντων – Επιστραφέντων Φύλλων Λόγω Οικονομικής Κρίσης.....	126
2.5.3	Αύξηση / Μείωση Πωληθέντων – Επιστραφέντων Φύλλων Λόγω Σημαντικών Συμβάντων όπως Εκλογές, Μνημόνια ή Επιπτώσεις από Καιρικές Συνθήκες .....	132
2.5.4	Αύξηση / Μείωση Πωληθέντων – Επιστραφέντων Φύλλων Λόγω Δημιουργίας Ανάγνωσης Γεγονότων από την Ηλεκτρονική Πλατφόρμα της Εφημερίδας .....	132
	Επίλογος – Συμπεράσματα .....	135
	Βιβλιογραφία .....	137
	Δικτυογραφία .....	138

## Περίληψη

Αποτελεί γεγονός πως οι εκδόσεις εφημερίδων στην Ελλάδα είναι μία ιδιαίτερη περίπτωση ιστορίας, τόσο για τους δημοσιογράφους όσο και για τους εκδότες. Με υπερβολικά πολλούς εκδοτικούς οίκους για βιβλία και περί τους 50 εκδοτικούς εφημερίδων για όλη την Ελλάδα (891 συνολικά σύμφωνα με στοιχεία του 2011) στη χώρα μας, η οικονομική κρίση για το χώρο ξεκίνησε πολύ προτού φθάσει στους υπόλοιπους επιχειρηματικούς κύκλους της Ελλάδας. Ως αποτέλεσμα; Οι εκδοτικοί οίκοι να μειώνουν συνεχώς το κόστος παραγωγής των εφημερίδων, με πρώτο θύμα δυστυχώς το δημοσιογράφο που συχνά βλέπει τα νόμιμα ποσοστά του επί των πωλήσεων να «ψαλιδίζονται» (ή ακόμα και να φτάνουν στο 0%). Σταδιακά, επίσης, άρχισαν να εμφανίζονται εκδοτικοί οίκοι που ζητούν από τους ίδιους τους δημοσιογράφους, να επενδύσουν χρήματα στις εφημερίδες, στις περισσότερες των περιπτώσεων, υπερβολικά μεγάλα, για τις υπηρεσίες που προσφέρουν.

Ωστόσο θα πρέπει να σημειωθεί πως ο κλάδος της έκδοσης εφημερίδων στην Ελλάδα, είναι από εκείνους ο οποίος έχει «χτυπηθεί» περισσότερο από την οικονομική κρίση σε συνδυασμό βέβαια με το γεγονός πως πλέον οι περισσότεροι μπορούν να ενημερώνονται για τα τοπικά ή διεθνή γεγονότα, απλά μέσα από τον υπολογιστή τους και σε άμεσο χρόνο. Μπορούν δηλαδή να εξοικονομούν χρήματα τα οποία θα προσέφεραν για την αγορά εφημερίδων με σκοπό την ενημέρωσή τους. Βάση βέβαια των όσων αναφέρονται ακολούθως και σχετικά με την ανάλυση της παρούσης εργασίας, θα πρέπει να σημειωθεί πως η ανάλυση στοιχείων που ακολουθεί βασίζεται στις καθημερινές και μηνιαίες πωλήσεις της τοπικής εφημερίδας Σύρου όπου και μέσω της απεικόνισης των στατιστικών στοιχείων, καλούμαστε να δικαιολογήσουμε τις όποιες μεταβολές παρατηρούνται στην αύξηση ή μείωση πωλήσεων της εφημερίδας ανά μήνα και ανά έτος από το 2005 έως το 2012 λόγω προσθήκης κάποιας στήλης δηλαδή αλλαγή θεματολογίας, εξαιτίας επίσης ενός σημαντικού κοινωνικού συμβάντος όπως διενέργεια εθνικών εκλογών, τέλεσης μνημονίων ή επιπτώσεις από καιρικές συνθήκες ή όπως αναφέραμε δημιουργία ηλεκτρονικής μορφής για την εν λόγω εφημερίδα.

## Εισαγωγή

Η ονομασία περιοδικός Τύπος και Τύπος Εφημερίδων, προήλθε από την γαλλική λέξη *Journal*, (ημερολόγιο) μια ονομασία την οποία έφεραν τα περισσότερα από τα πρώτα περιοδικά της Γαλλίας. Το παραδοσιακό αυτό μέσο μαζικής επικοινωνίας, μετά το σοκ το οποίο βίωσε από την εμφάνιση των ηλεκτρονικών μέσων, αφυπνίστηκε έντονα. Ανασύνταξε τις δυνάμεις του και επιστρατεύοντας όλους τους αμυντικούς του μηχανισμούς κατάφερε όχι μόνο να επιβιώσει, αλλά και να κρατήσει μέχρι σήμερα μία αξιοπρεπή θέση ανάμεσα στα σύγχρονα μέσα μαζικής πληροφόρησης (Πασχόπουλος, 2011).

Στην πραγματικότητα αποτελεί την απαρχή της ειδησεογραφίας. Κατά την διάρκεια του 13<sup>ου</sup> αιώνα, τα χειρόγραφα φύλλα εξυπηρετούσαν εμπορικές ανάγκες, προετοιμάζοντας τον δρόμο του περιοδικού Τύπου, ο οποίος διαμορφώνεται και συγκεκριμενοποιείται δύο αιώνες αργότερα με την παρουσία των «φυλλαδίων». Τα φυλλάδια αυτά διανέμονταν μέσω βιβλιοπωλείων ή από πλανόδιους πωλητές. Στον 16<sup>ο</sup> αιώνα οι «λίβελλοι» καθιέρωσαν τις θρησκευτικού περιεχομένου δημοσιογραφικές αναλύσεις καθαρά πολιτικές, έως ότου φτάσουμε στο πρώτο επίσημο περιοδικό της ιστορίας το «*Journal des Scavants*» που εκδόθηκε στην Γαλλία το 1665, καθιερώνοντας την επίσημη και ουσιαστική ιστορία του περιοδικού Τύπου.

Στην Ελλάδα, ο περιοδικός Τύπος και εκείνος των εφημερίδων έχει την δική του συμβολή και ιστορία. Αποτέλεσε σημαντικό μορφωτικό όργανο καθώς και διάυλος επικοινωνίας με την πνευματική κίνηση την Ευρώπη, ως μέσο μετακένωσης των ευρωπαϊκών ρευμάτων Ελλάδα. Δίνει δηλαδή το βήμα για την διατύπωση προτάσεων και καθιστούν όργανα αγώνα για αλλαγές και μεταρρυθμίσεις. Αποτελούν πηγή έμπνευσης, αλλά και ανταλλαγής απόψεων, διχάζοντας πολλές φορές, όπως η διαμάχη μεταξύ οπαδών της δημοτικής γλώσσας με τους οπαδούς της καθαρεύουσας (Πασχόπουλος, 2011).

Η βάση του περιοδικού τύπου και τύπου εφημερίδων στην Ελλάδα, πρωτίστως, αποτέλεσε την παροχή χρήσιμων πληροφοριών, με την προαγωγή παιδείας, αλλά στην εξέλιξή του ικανοποίησε την περιέργεια. Η πρώτη προσπάθεια

Ξεκινά το 1790 με τους αδελφούς Πούλιους με την έκδοση «Εφημερίδα» στην Βιέννη, με σκοπό την παροχή *«αξιοδηγήτων πραγμάτων, όχι μόνο πολεμικών, αλλά και πολιτικών και μάλιστα οικονομικών»*, η έκδοση αυτή θα συνεχισθεί ως το 1797, ακολουθώντας την ίδια γραμμή (Καζάκου, 2011). Έτσι λοιπόν, θα λέγαμε πως έως και τις μέρες μας, η έκδοση εφημερίδων σε έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή στο διαδίκτυο, αποτελεί σημαντικό γεγονός σε κάθε κοινωνία αφού οι εφημερίδες μπορούν να ενημερώσουν τους αναγνώστες τόσο για τοπικά ή διεθνή γεγονότα καθώς επίσης και να μορφώσουν αντίστοιχα τους αναγνώστες. Προσφέρουν δηλαδή την ευκαιρία σε ανθρώπους όλων των ηλικιών, να γνωρίζουν τι ακριβώς συμβαίνει γύρω τους, σε τοπική ή διεθνή βάση καθώς επίσης τους βοηθούν να κατανοούν τα διάφορα οικονομικά γεγονότα των ημερών μας και τα οποία πλέον επηρεάζουν τις ζωές όλων, μικρών και μεγάλων.



# **Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> – Η Έννοια και τα Χαρακτηριστικά των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στα Οποία Ανήκουν και οι Εφημερίδες Καθώς και Χαρακτηριστικά του Συγκεκριμένου Τύπου στις Μέρες μας**

## **1.1 Η Έννοια και τα Χαρακτηριστικά των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στην Ελλάδα (Μ.Μ.Ε.)**

θα ήταν χρήσιμο να αναφερθούμε στην παρουσία και λειτουργία του Ηλεκτρονικού Περιοδικού Τύπου στην Ελλάδα, να ορίσουμε πως ως Μ.Μ.Ε. εννοούνται όλα τα διαθέσιμα μέσα με τα οποία μπορεί να ενημερωθεί για παρελθόντα και τρέχοντα συμβάντα ένα μεγάλο πλήθος ατόμων (Πασχόπουλος, 2011). Τα ΜΜΕ χωρίζονται σε δύο κατηγορίες οι οποίες έχουν ως ακολούθως :

- Ø *Ασύγχρονα μέσα*, όπως είναι ο τύπος και το διαδίκτυο, καθώς η πληροφορία τους μεταδίδεται σε διαφορετικές χρονικές στιγμές για κάθε διακριτό χρήστη.
- Ø *Σύγχρονα μέσα*, όπως είναι το ραδιόφωνο και η τηλεόραση, καθώς όλοι οι χρήστες λαμβάνουν την πληροφορία συγχρόνως.

Τα Μ.Μ.Ε. μπορούν επίσης να είναι όργανα εξουσίας ή όπλο επαναστατικό, εμπορικό προϊόν ή όργανο παιδείας. Μπορούν να εξυπηρετήσουν σκοπούς απελευθερωτικούς ή καταπιεστικούς. Μπορούν να συμβάλουν στη διαμόρφωση της ατομικής προσωπικότητας όπως και στην ομοιόμορφη "*κοπαδοποίηση*" της ανθρωπότητας. Πολλοί ειδικοί με το χρόνο έχουν επισυμάνει πως ο όρος Μ.Μ.Ε. έχει χάσει από καιρό την αρχική του σημασία και αναφέρονται πλέον ως μέσα επικοινωνίας με τις μάζες, μέσα που προσφέρουν μέγιστο αριθμό γνώσεων σε μεγάλο αριθμό πολιτών και κατάντησαν να είναι τα μέσα που μεταμορφώνουν το πολίτη σε μάζα, που τον μετατρέπουν σε πολλό, πλάθοντάς τον κατά βούληση όποιου έχει το μαγικό, μαζικό πομπό (Καζάκου, 2011).

Τα ΜΜΕ διαχωρίζονται σε πέντε κατηγορίες :

- Ø Τύπος
- Ø ραδιόφωνο

- Ø τηλεόραση (τριανταφυλλόπουλος)
- Ø διαδίκτυο
- Ø εξωτερικοί σύνδεσμοι

Ο τύπος διαχωρίζεται σε ηλεκτρονικό και παραδοσιακό (έντυπο). Στον ηλεκτρονικό τύπο περιλαμβάνεται η τηλεόραση και οι ιστοσελίδες. Στον παραδοσιακό τύπο ανήκουν οι εφημερίδες και τα περιοδικά. Ο τύπος διαχωρίζεται σε ημερήσιο, σε εβδομαδιαίο ή σε μηνιαίο. Τα Ελληνικά έντυπα περιοδικά κατηγοριοποιούνται ως εξής: σε περιοδικά κοινωνικού/πολιτικού ενδιαφέροντος, οικονομικά, επιστήμης, ιστορίας, υγείας, αθλητικά, λογοτεχνικά, παιδικά-εικονογραφημένα, τεχνολογίας, τέχνης/μουσικής, οδηγός πόλης, ποικίλης ύλης, ποιότητα ζωής, αυτοκινήτου/μηχανής, τηλεπεριοδικά, διακοσμήσεις, Θεσσαλονίκης, life style, περιοδικό άμυνας (Δούρειος Ίππος), θρησκευτικά, τυχερών παιχνιδιών, πνευματικών παιχνιδιών (σταυρόλεξα), κ.α (Πασχόπουλος, 2011).

### **1.1.1 Κινήσεις Προσέγγισης από Μέρους των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και η Διαδικασία Ανάπτυξης Αποτελεσματικής Επικοινωνίας που Δημιουργείται προς τους Αναγνώστες του Έντυπου Τύπου**

- Ø *Εντοπισμός του ακροατηρίου στόχου*

Το βασικότερο ίσως βήμα για την ανάπτυξη αποτελεσματικής επικοινωνίας είναι ο εντοπισμός του ακροατηρίου στόχου (target audience). Το κοινό αυτό μπορεί να είναι τωρινοί χρήστες του προϊόντος ή δυνητικοί αγοραστές του, αυτοί που παίρνουν την αγοραστική απόφαση ή αυτοί που την επηρεάζουν.

- Ø *Σχεδιασμός μηνύματος*

Συμπληρώνοντας όσο έχουν ήδη ειπωθεί, ο διαφημιστής έχοντας επιλέξει την ομάδα-στόχο γυναικών στις διαφήμισεις του, αρχίζει τη διαδικασία σχεδιασμού του μηνύματος. Το μήνυμα οφείλει να τραβά την προσοχή (attention), να κρατά το ενδιαφέρον (interest), να ενδυναμώνει την επιθυμία (desire) και τέλος να οδηγεί τον καταναλωτή – γυναίκα σε δράση (action). Τα χαρακτηριστικά αυτά που πρέπει να διακρίνουν ένα μήνυμα είναι γνωστά και ως μοντέλο AIDA (AIDA model) από τα

αρχικά των λέξεων που βρίσκονται μέσα στις παρενθέσεις. Παρακάτω παρουσιάζουμε συνοπτικά τα απαραίτητα βήματα για τον αποτελεσματικό σχεδιασμό του μηνύματος.

#### Ø *Περιεχόμενο Μηνύματος*

Ο διαφημιστής πρέπει να δημιουργήσει ένα θέμα στο μήνυμα, μια έλξη διαφορετικά, για να επιτύχει το επιθυμητό για αυτόν αποτέλεσμα. Υπάρχουν τρεις τύποι έλξης - έκκλησης (appeal).

#### Ø *Επίκληση στη Λογική (rational appeal)*

Το μήνυμα συσχετίζεται με το προσωπικό συμφέρον της κάθε γυναίκας και απευθύνεται στη λογική της. Αυτό επιτυγχάνεται δείχνοντας ότι το προϊόν διαθέτει όλα τα χαρακτηριστικά και πλεονεκτήματα που εκείνη ζητά όπως για παράδειγμα υψηλή ποιότητα προϊόντος, οικονομικό προϊόν κλπ και φέρνει ως παράδειγμα τη γυναίκα της διαφήμισης, η οποία το χρησιμοποιεί και λαμβάνει συγκεκριμένα πλεονεκτήματα.

#### Ø *Επίκληση στο Συναίσθημα (emotional appeal)*

Το μήνυμα προσπαθεί να αφυπνίσει αρνητικά ή θετικά συναισθήματα, έτσι ώστε να οδηγήσει στην αγορά του προϊόντος από μέρους των γυναικών. Τέτοια παραδείγματα είναι η χρήση της ενοχής, της αγάπης, της υπερηφάνειας, του φόβου και του χιούμορ.

#### Ø *Χιούμορ και Στρατηγικές Προβολής*

Οι Αμερικάνοι επικοινωνιολόγοι και διαφημιστές δίνουν ιδιαίτερο βάρος στη χρήση του χιούμορ ως μέσου για κατασκευή του περιεχομένου κάποιας διαφήμισης για τις γυναίκες. Κεντρικό στοιχείο πολλών και αξιωματικών διαφημιστικών εκστρατειών, είναι το χιούμορ, κάτι που θα προσθέταμε εμείς είναι ιδιαίτερα διαδεδομένο και στην Ελλάδα. Έρευνες στις Η.Π.Α. προσπάθησαν να εντοπίσουν πιθανά προτερήματα αλλά και προβλήματα από τη χρήση του χιούμορ σε επικοινωνιακούς, προωθητικούς στόχους με γυναίκες. Στην πρώτη κατηγορία εντάσσουμε τη μείωση αντεπιχειρημάτων και αύξηση των πιθανοτήτων ανάκλησης

της διαφήμισης και της μάρκας. Στα αρνητικά θα τοποθετούσαμε την αδυναμία κατανόησης και τη παρερμηνεία ενδεχομένως του επικοινωνιακού μηνύματος.

Το χιούμορ μπορεί να προσελκύσει την προσοχή, να αυξήσει τη δυνατότητα της διαφήμισης να αποτυπώνεται στη μνήμη του καταναλωτή και συνεπώς της γυναίκας καθώς και να αυξήσει την πειθώ του μηνύματος. Όλα τα παραπάνω, εν τούτοις, γίνονται κατορθωτά, μόνο σε περίπτωση που το μήνυμα συμβαδίζει με τους επικοινωνιακούς στόχους, είναι καλά προσαρμοσμένο σε αυτούς και είναι κατάλληλο για τη συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντος. Συνοψίζοντας λοιπόν, η αποτελεσματικότητα του χιούμορ προϋποθέτει :

- Ø *συνεισφορά του στο νόημα του μηνύματος με το οποίο είναι καλά συγχωνευμένο*
- Ø *καταλληλότητα του προϊόντος για να προβληθεί μέσω τέτοιων στρατηγικών.*

Αν συμβούν τα παραπάνω, οι επικοινωνιακές στρατηγικές για τη προώθηση αγαθών προς τις γυναίκες με χρήση άλλων γυναικών για διαφήμιση, θα επιτύχουν. Το προβαλλόμενο αγαθό/ υπηρεσία/ γεγονός θα συνδεθεί με την ευχαρίστηση, κέφι, ευθυμία και συνεπώς θα αυξηθεί η απόλαυση παρακολούθησης του μηνύματος. Σαν αποτέλεσμα η στάση προς τη διαφήμιση αυξάνει, το ίδιο και η στάση προς τη μάρκα κ.ο.κ. Μια πρώτη έρευνα στην οποία θα αναφερθούμε διεξήχθη από τους Alden, Hoyer και Lee (1993) και αναφέρει αρχές που παρουσιάζουν τη βασική δομή των χιουμοριστικών μηνυμάτων και τη διαφοροποίηση αυτών από πολιτισμό σε πολιτισμό. Η έρευνα αφορά τηλεοπτικές διαφημίσεις.

#### Ø *Τα διαφημιστικά μέσα και η συμπεριφορά καταναλωτή*

Τα κυριότερα είδη διαφημιστικών μέσων κατά σειρά διαφημιστικού όγκου είναι το τηλέφωνο, οι εφημερίδες, η τηλεόραση, το ταχυδρομείο, το ραδιόφωνο, τα περιοδικά, οι υπαίθριες διαφημίσεις και το Internet. Οι προγραμματιστές διαφημιστικών μέσων επιλέγουν ανάμεσα σε αυτές τις κατηγορίες διαφημιστικών μέσων αφού λάβουν υπόψη τους πολλές μεταβλητές, οι πιο σημαντικές από τις οποίες είναι οι εξής (Καζάκου, 2011):

### Ø *Συνήθειες των διαφημιστικών μέσων του ακροατηρίου-στόχος*

Για παράδειγμα, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση είναι τα πιο αποτελεσματικά μαζικά διαφημιστικά μέσα για την προσέγγιση των γυναικών.

### Ø *Προϊόν*

Τα γυναικεία φορέματα φαίνονται καλύτερα στα έγχρωμα περιοδικά, ενώ οι φωτογραφικές μηχανές Polaroid παρουσιάζονται καλύτερα στην τηλεόραση. Τα είδη διαφημιστικών μέσων έχουν διαφορετικές δυνατότητες για επίδειξη, μορφοποίηση, επεξήγηση, πιστευτότητα και χρώμα.

### Ø *Μήνυμα*

Ένα μήνυμα που ανακοινώνει ένα μεγάλο ξεπούλημα καταστήματος ή προϊόντων τροφίμων από ένα super market για αύριο χρειάζεται ραδιόφωνο ή εφημερίδες με φωνή ή φωτογραφία κάποιας γυναίκας αντίστοιχα. Ένα μήνυμα που περιέχει πολλά τεχνάσματα μπορεί να χρειαστεί εξειδικευμένα περιοδικά ή υλικό αποστελλόμενο μέσο ταχυδρομείου.

## **1.1.2 Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Προβολή Κοινωνικών Γεγονότων Μέσα από το Τύπο**

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν την υποχρέωση να ενημερώνουν το κοινό, λειτουργώντας αυτόνομα και χωρίς να εξυπηρετούν διάφορα συμφέροντα μέσα από το Τύπο. Τι συμβαίνει, όμως, με το ρόλο τους αυτό κατά τη διάρκεια ενός πολέμου για παράδειγμα; Σε μία μεγάλη κρίση, λοιπόν, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης μετατρέπονται συνήθως σε όργανα προπαγάνδας, χαρακτηριστικό των κρατών με ολοκληρωτικά καθεστάτα. Ωστόσο, στις μέρες μας ακόμη και οι δημοκρατικές κυβερνήσεις χρησιμοποιούν την προπαγάνδα με τη μορφή ‘δημόσιας πληροφόρησης’. Προσανατολίζουν δηλαδή την κοινή γνώμη ώστε να προωθήσουν ή να δυσφημίσουν ένα σκοπό ή ένα κίνημα (Πασχόπουλος, 2011).

Ιδιαίτερα σε περιόδους εθνικής κρίσης, τα μέσα μπορεί να δεχτούν τη λογοκρισία του στρατού και της πολιτικής ηγεσίας για το «καλό» της εθνικής ασφάλειας. Επιπλέον οφείλουν να αντανakλούν τη γενικότερη άποψη της λαϊκής

πλειονηφίας. Με λίγα λόγια, τα μέσα δεν είναι δυνατό να μείνουν αδέκαστα μπροστά στον κίνδυνο ενός πολέμου. Έτσι, πολλές φορές αποκρύπτονται συμβάντα και εικόνες, οι οποίες είναι πιθανό να ξεσηκώσουν θύελλα αντιδράσεων από την κοινή γνώμη. Αντίθετα, υπερθεματίζονται οι βίαιες επιθέσεις από το αντίπαλο κράτος και οι άσχημες καταστάσεις που βιώνουν οι ίδιοι οι πολίτες. Από όλα τα παραπάνω, αλλά και ανατρέχοντας σε σύγχρονα παραδείγματα πολέμου, συνειδητοποιούμε, λοιπόν, ότι το πρώτο θύμα σε τέτοιες περιπτώσεις είναι η αλήθεια. Και την αλήθεια οφείλουμε όλοι μας να υπερασπιστούμε με κάθε δυνατό τρόπο (Καζάκου, 2011).

## ***1.2 Προέλευση και Χαρακτηριστικά Τύπου Εφημερίδων και η Εξέλιξή του στην Ελλάδα***

Αναφερόμενοι στα χαρακτηριστικά και την εξέλιξη του Τύπου εφημερίδων στην Ελλάδα, επιχειρώντας μια ιστορική αναδρομή θα λέγαμε πως ο Ελληνικός Διαφωτισμός αρχικά εκφράζεται μέσα από την άποψη του περιοδικού - εφημερίδας «Ερμής Λόγιος», με την υποκίνηση του Αδαμάντιου Κοραή να παραμείνουν αποκλειστικά στην λογισύνη, καταχωρίζοντας πολλές μεταφράσεις φιλολογικών ιδίων έργων (Πασχόπουλος, 2011). Η διαμάχη μεταξύ οπαδών του Διαφωτισμού και των αντιπάλων τους εκφράστηκε μέσα από το φύλλο εφημερίδας, το οποίο εκδιδόταν στην Βιέννη, με την ονομασία «Καλλιόπη», Διευθυντής του οποίου ήταν ο Αθανάσιος Σταγειρίτης.

Η έναρξη του αγώνα μονοπόλησε όλες τις διαθέσιμες δυνάμεις του έθνους, τα βιβλία αραιώνουν, η έκδοση των περιοδικών διακόπτεται και οι σκηνές των θεάτρων παραμένουν βουβές. Η πνευματική διαμόρφωση του έθνους διακόπτεται, προκειμένου να συγκροτήσουν ένα κράτος. Υπολογίζεται ότι μόνο προς το τέλος του αιώνα το ποσοστό αναλφαβητισμού τείνει προς το 50% για τον ανδρικό πληθυσμό, ενώ για τις γυναίκες το ποσοστό υπερβαίνει το 80%. Με τέτοια μεγέθη αναλφαβητισμού σε ολόκληρο το 19ο αιώνα είναι εκ πρώτης όψεως εντυπωσιακό ότι από τη δεκαετία του 1830 και έως το τέλος του αιώνα εκδόθηκαν 1.000 περίπου εφημερίδες.

Η εξήγηση του εκδοτικού αυτού πληθωρισμού βρίσκεται στις λειτουργίες που επιτελούσαν και τη σημασία που αποκτούσαν οι εφημερίδες στην ελληνική κοινωνία. Από τα πρώτα χρόνια της εγκαθίδρυσης του ελληνικού κράτους και σε ολόκληρο το 19ο αιώνα η θεματολογία των εφημερίδων ήταν σαφώς πολιτική. Η ελευθερία λόγου στον ελληνικό Τύπο, από τις απαρχές της εγκαθίδρυσης του ελληνικού κράτους, δε στηρίζεται σε σχετικές νομοθετικές ρυθμίσεις. Μάλιστα, στο νόμο που ρύθμιζε τη λειτουργία του Τύπου (1833) δεν επιβεβαιώθηκε η αρχή της ελευθεροτυπίας, η οποία είχε καθιερωθεί στις Εθνοσυνελεύσεις της Επανάστασης.

Αντίθετα, δημιουργήθηκε καθεστώς προληπτικής λογοκρισίας που όμως δεν εφαρμόστηκε. Η χρηματοδότηση των εφημερίδων από το δημόσιο ταμείο είναι ενδεικτική, τόσο της διαπλοκής του Τύπου με τους προσωποπαγείς πολιτικούς σχηματισμούς, όσο και της ουσιαστικής πολιτικής δύναμης που κατείχε η λεγόμενη "τέταρτη εξουσία" από τις απαρχές της εγκαθίδρυσης του ελληνικού κράτους και σε ολόκληρο το 19ο αιώνα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το δημοσίευμα στην αθηναϊκή εφημερίδα *Καιροί*, ενός ανυπόγραφο άρθρου που έφερε τον τίτλο «Τις πταίει;». Ο συγγραφέας του υποστήριζε ότι η πολιτική αστάθεια που χαρακτήριζε το δημόσιο βίο οφειλόταν στο προνόμιο του στέμματος αναφορικά με το διορισμό και την παύση των κυβερνήσεων. Υποστήριζε τον περιορισμό των βασιλικών προνομίων με την εισαγωγή της αρχής της δεδηλωμένης, που θα οδηγούσε στην ομαλοποίηση της πολιτικής ζωής. Τα φύλλα κατασχέθηκαν και ασκήθηκε δίωξη στον εκδότη της (Καζάκου, 2011).

Ο 19ος αιώνας είναι η περίοδος της συγκρότησης του ελληνικού κράτους και η διαμόρφωση της ελληνικής εθνικής ταυτότητας, η οποία προσδιορίζεται από ένα σύνολο πολιτισμικών και πνευματικών στοιχείων, τα οποία χαρακτηρίζουν το αίσθημα της συμμετοχής στο εθνικό σύνολο και επιβεβαιώνουν τη συνοχή του. Κατά συνέπεια, τα θέματα του πολιτισμού αποτέλεσαν τα χρόνια αυτά πεδία συζητήσεων και αντιπαραθέσεων, η έκβασή τους αποτέλεσε ένα από τα σημαντικότερα διακυβεύματα της περιόδου.

Η τροπή που θα έπαιρναν τα πολιτισμικά ζητήματα σηματοδοτούσε τις κατευθύνσεις της γενικότερης πορείας της ελληνικής κοινωνίας. Γι' αυτό βλέπουμε παράγοντες της οικονομικής και της πολιτικής ζωής να είναι ενήμεροι και να

παρεμβαίνουν με καίριο τρόπο στις συζητήσεις που αφορούσαν τον πολιτισμό. Ο διάλογος για τα θέματα του πολιτισμού σημαδεύτηκε από σκληρές διαμάχες, μέσα από τις εκδόσεις των περιοδικών. Η σημαντικότερη από αυτές διεξήχθη μεταξύ των διανοούμενων της Επτανησιακής και της Πρώτης Αθηναϊκής Σχολής. Το κλίμα θα αλλάξει πολύ αργότερα με την εμφάνιση στα γράμματα του Κωστή Παλαμά (Καζάκου, 2011).

### **1.3 Η Εξέλιξη της Εποχής της Τεχνολογίας και των των Πληροφοριών στον Έντυπο Ηλεκτρονικό Τύπο**

Αποτελεί γεγονός πως ζούμε στην εποχή της παγκοσμιοποίησης και του διαδικτύου. Η αγορά, η επικοινωνία, η πληροφορία και η γνώση δεν έχουν πια σύνορα αλλά ούτε και όρια. Η πληροφορία και οι πηγές της γνώσης αυξάνονται με τρομακτικούς ρυθμούς και διαδίδονται με εκπληκτικές ταχύτητες. Ταχύτητες που τείνουν να μεταδίδουν σε πραγματικό χρόνο οτιδήποτε συμβαίνει από τη μια άκρη της γης στην άλλη και αντίστροφα (Ζωγόπουλος, 2007). Οι γνώσεις τα τελευταία χρόνια αυξάνονται με γεωμετρική πρόοδο και είναι αδύνατο να μεταδοθούν στους μαθητές από το σύστημα της σχολικής εκπαίδευσης, όσο και αν επιμηκυνθούν τα χρόνια της φοίτησής τους σε αυτό.

Η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών και η επιρροή που ασκούν στο τομέα της δραστηριοποίησης των δημόσιων οργανισμών και υπηρεσιών είναι ένα ζήτημα που έχει απασχολήσει και συνεχίζει να απασχολεί έντονα τη διεθνή επιστημονική και επιχειρηματική κοινότητα. Στην Ελλάδα, όπως και σε πολλά άλλα θέματα, η σχετική συζήτηση καθυστέρησε και ως εκ τούτου δεν έχει μια εξελικτική πορεία. Ξεκίνησε από εκεί που άλλες χώρες έφτασαν μετά από πολλές συζητήσεις, προβληματισμούς, διεργασίες και δοκιμές.

Σήμερα υπάρχει ένας καταγισμός συζητήσεων, σχεδιασμών και δράσεων για καλυφθεί ο χρόνος που χάθηκε. Δεν υπάρχει πια ενημερωτική και επιμορφωτική δράση που να μην συμπεριλαμβάνει στη θεματολογία της την εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στην λειτουργία των δημόσιων οργανισμών και υπηρεσιών. Ταυτόχρονα εξαγγελίες, σχεδιασμοί και προγράμματα επιχειρούν να εισάγουν τις νέες τεχνολογίες



σε κάθε διαδικασία παροχής υπηρεσιών στους δημόσιους οργανισμούς και κοινότητες, όπου και αν αυτή πραγματοποιείται (Πραστάκος, 2000).

Θα πρέπει να σημειωθεί λοιπόν σχετικά πως με τον όρο «*Τεχνολογίες Πληροφορίας & Επικοινωνιών*» (ΤΠΕ) αποδίδουμε στα Ελληνικά τον διεθνή αγγλικό όρο "*Information & Communication Technologies*" και αναφερόμαστε συνολικά στις σύγχρονες ψηφιακές τεχνολογίες που με κεντρικά στοιχεία τους υπολογιστές και τα δίκτυα υπολογιστών, επιτρέπουν την κωδικοποίηση, επεξεργασία, αποθήκευση, αναζήτηση, ανάκληση και μετάδοση της πληροφορίας σε ψηφιακή μορφή (κείμενο, γραφική παράσταση, κινούμενες και ακίνητες εικόνες, ήχοι) (Ζωγόπουλος, 2007).

Θα πρέπει να αναφέρουμε πως η τεχνολογία πληροφοριών, τεχνολογία πληροφοριών και επικοινωνίας ή τεχνολογία της πληροφορίας (ΤΠΕ, αγγλ. IT ή ICT) μπορεί να αναφέρεται και στο σύνολο των δημοσίων χώρων οι οποίοι σχετίζονται με τη μελέτη, δημιουργία, σχεδίαση, λεπτομερή ανάπτυξη, ειδική υλοποίηση, συντήρηση και διαχείριση υπολογιστικών πληροφοριακών συστημάτων, κυρίως όσον αφορά εφαρμογές λογισμικού και υλικό υπολογιστών των δημοσίων οργανισμών και υπηρεσιών (Πραστάκος, 2000).

Είναι γνωστό το πόσο σημαντικός είναι ο ρόλος των Τεχνολογιών Πληροφορικής και των Επικοινωνιών αλλά και το πόσο αναγνωρισμένος είναι. Ο τομέας αυτός και οι υπηρεσίες του έχουν προσφέρει σημαντική βοήθεια στην καλύτερη λειτουργία των επιχειρήσεων αλλά και στη διοίκηση αυτών ειδικά από στιγμή που έχουν καταφέρει να μειώσουν τους χρόνους εξυπηρέτησης. Ο τομέας που τους έχει χρησιμοποιήσει είναι κυρίως ο δημόσιος χωρίς αυτό να σημαίνει ότι και ο ιδιωτικός δεν έχει τα οφέλη από αυτές τις υπηρεσίες. Τα οφέλη αναγνωρίζονται στα εξής στοιχεία (European Commission. i2010):

- μείωσης χρόνων εξυπηρέτησης,
- μείωσης κόστους διαχείρισης
- διοίκησης

Σχετικά με τα παραπάνω, θα πρέπει να σημειωθεί πως στη διεθνή βιβλιογραφία, οι ορισμοί για την έννοια ΤΠΕ είναι πολλοί και ειδικότερα σε σχέση με

τα πληροφοριακά συστήματα που αναφέρονται σε μονάδες παροχής υπηρεσιών σε πολίτες. Βέβαια ως μια γενική έννοια θα μπορούσε να πει κάποιος ότι τα πληροφοριακά συστήματα δημόσιων υπηρεσιών, είναι σε θέση :

- Να βελτιώσουν τις συνθήκες λειτουργίας και υπηρεσιών σε ένα δημόσιο οργανισμό
- Να βελτιώσουν τις διαδικασίες παροχής υπηρεσιών
- Να παρέχουν περισσότερες πληροφορίες
- Να μειώνουν το κόστος διαχείρισης
- Να μειώνουν το χρόνο

Σε ότι αφορά τα συστήματα πληροφορικής και την εφαρμογή τους στα περισσότερα κέντρα εξυπηρέτησης πολιτών, έπειτα από έρευνα που πραγματοποιήθηκε, φάνηκε ότι υπάρχει ένα μεγάλο φάσμα ως προς την υιοθέτησή τους. Οι παράγοντες που επιδρούν και είναι ανασταλτικοί, είναι πολλοί και κάποιοι από αυτούς αναφέρονται (Davies, 2008):

- Στο χαμηλό επίπεδο επενδύσεων
- Στο χαμηλό επίπεδο χρήσης της πληροφορικής

Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί πως στην Αμερική έχει διαπιστωθεί ότι η χρήση των παραπάνω συστημάτων πληροφορικής δεν είναι και τόσο ανεπτυγμένη και ο βασικός λόγος είναι η μειωμένη και χαμηλή ικανοποίηση των πολιτών. Σε ότι αφορά όμως τα θετικά και τα δυνατά σημεία ως προς τη επιτυχημένη εφαρμογή τους, αναφέρονται τα εξής σημεία (Ζωγόπουλος, 2007) :

- Διαλειτουργικότητα
- Ασφάλεια
- Δημιουργία προτύπων

Επιπρόσθετα, το γεγονός πως η χρήση και η εφαρμογή των προγραμμάτων αυτών στη Μεγάλη Βρετανία είναι επιτυχημένη αλλά έχουν παρατηρηθεί κάποια προβλήματα σε θέματα ασφάλειας και προτύπων. Έπειτα από σχετική έρευνα διαπιστώθηκε ότι συγκεκριμένα στη χώρα της Νορβηγίας και στη Σουηδία έχει παρατηρηθεί μια επιτυχημένη εφαρμογή αυτών των προγραμμάτων. Στις χώρες αυτές

τα εθνικά τους δίκτυα εξυπηρέτησης πολιτών είναι συνδεδεμένα με αποτέλεσμα να έχει δημιουργηθεί ένα Σκανδιναβικό δίκτυο με θέμα την ηλεκτρονική υγεία. Το δίκτυο αυτό διαθέτει (Πραστάκος, 2000) :

- Καινοτόμο στρατηγική
- Ποικίλες λύσεις ασφαλείας
- Σωστή οργάνωση στον τομέα της διαλειτουργικότητας
- Εναρμόνιση με διεθνή πρότυπα

Είναι σημαντικό επίσης το γεγονός πως όλοι οι επιστήμονες στην Ε.Ε. έχουν διαβεβαιώσει ότι μέσα από τη χρήση των ΤΠΕ, βελτιώνονται οι παρεχόμενες δημόσιες υπηρεσίες στους πολίτες. Συνήθως όμως η ελλιπής εκπαίδευση και η έλλειψη τεχνικής υποστήριξη αποτελούν και τους βασικούς λόγους που δεν χρησιμοποιούνται. Τα ηλεκτρονικά αρχεία στις δημόσιες υπηρεσίες είναι μια από τις πιο σημαντικές και ευρέως γνωστές εφαρμογές σε χώρες όπως Ηνωμένο Βασίλειο, Αυστραλία, Καναδάς. Η χρήση τους σε πολλές χώρες γίνεται με επιτυχία. Αναφορικά σε Φινλανδία και Γερμανία σύμφωνα με τους Fragidis & Chatzoglou, η υιοθέτηση των παραπάνω έχει αντίκτυπο σε έλεγχο των ιατρικών οδηγιών και καλύτερη και ταχύτερη θεραπεία των ασθενών. Η ηλεκτρονική συνταγογράφηση βέβαια άρχισε πρώτα να χρησιμοποιείται στη Γερμανία (Ζωγόπουλος, 2007).

Εκτός όμως από τη Γερμανία και άλλες χώρες αντιμετώπισαν προβλήματα στην εφαρμογή αυτών των συστημάτων όπως η Αυστραλία, όπου μια ειδική ομάδα δημιούργησε τον Εθνικό Ηλεκτρονικό Φάκελο Πολιτών το έτος 2000. Έτσι ταυτόχρονα δημιουργήθηκε και ένα εθνικό δίκτυο πληροφοριών υγείας. Ωστόσο, δεν είναι και λίγες οι ερευνητικές δραστηριότητες τις οποίες η Ε.Ε. έχει χρηματοδοτήσει προκειμένου να μπορέσουν οι ΤΠΕ να εφαρμοσθούν με επιτυχία σε υπηρεσίες και τομείς υγείας. Έτσι στόχος είναι να υιοθετηθεί ο ηλεκτρονικός φάκελος εξυπηρέτησης με την ηλεκτρονική διακυβέρνηση, τις κάρτες πολιτών και τα νέα πληροφοριακά συστήματα. Όλες οι ειδικές απαιτήσεις και οι συνθήκες από το κάθε κράτος λαμβάνονται υπόψη από τη ΕΕ μέσα από μια προσπάθεια εφαρμογής του προγράμματος (Βελέντζας, 2008).

Εκτός των παραπάνω όμως, αναφέρεται πως οι παράγοντες που επηρεάζουν την εφαρμογή αυτών των συστημάτων στις δημόσιες είτε ιδιωτικές υπηρεσίες, είναι οι εξής (Πραστάκος, 2000) :

- Ø Οργανωτικά και πολιτιστικά θέματα σε υπηρεσίες εξυπηρέτησης πολιτών
- Ø Τεχνολογικό κενό σε επαγγέλματα δημόσιων υπηρεσιών
- Ø Νομικές απαιτήσεις σε εμπιστευτικότητα δεδομένων των αναγκών των πολιτών
- Ø Η θέση του κλάδου των υπηρεσιών εξυπηρέτησης πολιτών στην αγορά
- Ø Έλλειψη ηγετικής ικανότητας διοικήσεων σε τομείς εξυπηρέτησης πολιτών
- Ø Έλλειψη προθυμίας αναδιοργάνωσης για καλύτερη παροχή υπηρεσιών
- Ø Προθυμία χρήσης εργαλείων αυτών των συστημάτων

Φυσικά και είναι μια δύσκολη υπόθεση η εφαρμογή αυτών των συστημάτων και ειδικά από τη στιγμή που χρειάζεται χρόνο. Οι παράγοντες που είναι συνδεδεμένοι με την επιτυχία του είναι πολλοί και εξαρτώνται από την κατάσταση της κάθε δημόσιας επιχείρησης που τα εφαρμόζει. Επίσης υπάρχουν και πολλές διαφορές που δρουν ως ανασταλτικοί παράγοντες. Η έλλειψη ικανοτήτων από το ιατρικό και νοσοκομειακό προσωπικό είναι η πλέον σημαντική. Η οργάνωση ενός προγράμματος εκπαίδευσης είναι επίσης σημαντική. Όπως επίσης η χρήση Η/Υ είναι απαραίτητη με την παροχή σχετικής εκπαίδευσης σε αυτούς (Ζωγόπουλος, 2007).

Τέλος, η εγκατάσταση ενός συγκεκριμένου προγράμματος, καλό θα είναι να αρχίσει σε ένα τμήμα της δημόσιας επιχείρησης ή κοινοφελούς οργανισμού ώστε να υπάρχει και ένα κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό. Οι παράγοντες, σύμφωνα με τους ειδικούς που είναι συνδεδεμένοι με την επιτυχία ενός προγράμματος ΤΠΕ είναι οι ακόλουθοι (Βελέντζας, 2008):

- Ø Νοοτροπία προσωπικού
- Ø Κοινωνικός παράγοντας
- Ø Κατάρτιση υπαλληλικού, τεχνικού και διοικητικού προσωπικού

Περί το 1956 στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι ερευνητές παρατήρησαν ότι ο αριθμός των ατόμων που κατείχαν θέσεις εργασίας γραφείου, υπερέβαιναν στον αριθμό των ανθρώπων που κατείχαν θέσεις εργασίας σε χειρονακτικές ή συναφής εργασίας. Τότε οι ερευνητές συνειδητοποίησαν ότι η βιομηχανική εποχή είχε φτάσει στο τέλος της. Καθώς η βιομηχανική εποχή έφτανε στο τέλος της, τα νεότερα χρόνια υιοθέτησαν τον τίτλο της εποχής της πληροφορίας. Εκείνη την εποχή, ελάχιστες θέσεις εργασίας είχαν να κάνουν με υπολογιστές και γενικά με ότι έχει να κάνει με την τεχνολογία των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Οι άνθρωποι που κατείχαν βιομηχανικές θέσεις κατά τη διάρκεια της βιομηχανικής εποχής ήταν σταθερά απομακρυσμένοι. Ο αριθμός των ανθρώπων που κρατούσαν θέσεις εργασίας ως υπάλληλοι καταστημάτων, υπάλληλοι γραφείου, νοσοκόμοι, δάσκαλοι κλπ. ολοένα και αυξανόταν. Ο δυτικός κόσμος μετατρέποταν σε μια οικονομία παροχής υπηρεσιών (Ζωγόπουλος, 2007).

Τελικά η τεχνολογία της πληροφορικής και των επικοινωνιών (όπως είναι οι υπολογιστές και γενικά των ηλεκτρονικών υπολογιστικών μηχανημάτων, των οπτικών ινών, των επικοινωνιακών δορυφόρων, του Διαδικτύου) έγινε σημαντικό μέρος της σύγχρονης οικονομίας. Οι υπολογιστές εξελίσσονταν συνεχώς και σαν αποτέλεσμα πολλές επιχειρήσεις γνώρισαν δραματικές αλλαγές. Έτσι, συχνά ο όρος εποχή της πληροφορίας αναφέρεται στη χρήση των κινητών τηλεφώνων της ψηφιακής μουσικής, της τηλεόρασης υψηλής ευκρίνειας, των ψηφιακών καμερών, του Διαδικτύου καθώς και σε άλλα σχετικά προϊόντα και υπηρεσίες που έχουν τεθεί σε ευρεία χρήση (Χριστάκης, Fowler, 2010).

Το κατά πόσο οι ΤΠΕ έχουν εισβάλλει και εφαρμόζονται από τις ελληνικές δημόσιες επιχειρήσεις και οργανισμούς, είναι ένας παράγοντας από τον οποίο φαίνεται και η χρήση τους αλλά και η έρευνά τους στην ελληνική τοπική κοινωνία γενικότερα (Ζωγόπουλος, 2007). Με σκοπό να υπάρξουν οφέλη στην ελληνική οικονομία και να είναι αυτά εμφανή μέσω της χρήσης των ΤΠΕ στη τοπική κοινωνία, θα πρέπει να συνεργασθούν και να συνυπάρξουν τα ελληνικά νοικοκυριά και οι ελληνικές δημόσιες επιχειρήσεις. Άρα λοιπόν και οι δυο πλευρές θα πρέπει να αποδεχτούν τις εφαρμογές των ΤΠΕ σαν μια μοναδική λύση για τα καλύτερα οφέλη και την βέλτιστη παραγωγή (Πραστάκος, 2000).

Αναφερόμενοι στην εφαρμογή των ΤΠΕ στην καθημερινή ζωή των πολιτών σε μια τοπική κοινωνία, θα λέγαμε πως πολλοί ήταν οι ερευνητές εκείνοι που έδειξαν το ενδιαφέρον τους, ειδικότερα στην δεκαετία 1990, για το κατά πόσο έχουν γίνει αποδεκτά οι ΤΠΕ από την Ε.Ε. και συνεπώς σε κάθε χώρα κράτος μέλος, όπως η Ελλάδα (Ζωγόπουλος, 2007). Αρχικά το ενδιαφέρον τους στράφηκε στον αγροτικό τομέα και αργότερα σε άλλους τομείς δημόσιων υπηρεσιών στην Κοινότητα. Δυστυχώς στην Ελλάδα η σχετική βιβλιογραφία δεν είναι και τόσο πλούσια. Αλλά και αυτή η προσιτή και μικρή που υπάρχει, αποκαλύπτει ότι η έρευνα γύρω από την διείσδυση των ΤΠΕ στην Ελληνική Γεωργία και τις δημόσιες επιχειρήσεις γενικότερα, είναι ελάχιστη (Βελέντζας, 2008).

Η βιβλιογραφία προέρχεται από τις κατά τόπους Διευθύνσεις Επιχειρηματικής Ανάπτυξης, Επιμελητήρια και Συνεταιρισμούς, μεμονωμένους επιχειρηματίες, κλπ. Το να παρουσιασθούν κάποια σημαντικά αποτελέσματα ερευνών μεγάλης σημασίας κρίνεται σκόπιμο αλλά και θετικό για την δημιουργία στρατηγικής προώθησης των παραπάνω εφαρμογών και τεχνολογιών στην επιχειρηματική ζωή (Ζωγόπουλος, 2007).

Επιπλέον, θα πρέπει να σημειωθεί πως σημαντικοί παράγοντες για την κατοχή ηλεκτρονικού υπολογιστή είναι η ηλικία και το επίπεδο εκπαίδευσης, από την πλευρά των κοινωνικών μεταβλητών. Κάποιοι άλλοι βασικοί παράγοντες είναι το επίπεδο μόρφωσης, η ηλικία και η οικογενειακή κατάσταση. Οι δυο τελευταίοι είναι δευτερεύουσας σημασίας και σχετίζονται με την χρήση ή και απόκτηση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (Ζωγόπουλος, 2007).

Η εφαρμογή των ΤΠΕ στην καθημερινή ζωή πολιτών και των δημοσίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα, θα λέγαμε πως έχει αποτελέσει σημαντικό θέμα ερευνών τα τελευταία χρόνια. Εντός του συγκεκριμένου πλαισίου λοιπόν, η έρευνα για την ποσοτική και ποιοτική χρήση του διαδικτύου των δημοσίων επιχειρήσεων σε καθημερινά θέματα των εργασιών που εκτελούνται, αποτέλεσε το θέμα της έρευνας των Salampanis και Συνεργάτες το 2007, έγινε προσπάθεια σκιαγράφησης του προφίλ των δημοσίων επιχειρήσεων αυτών και της χρήσης νέων τεχνολογιών στις καθημερινές τους διεργασίες σε συνάρτηση με την συχνότητα παρουσίας τους στο διαδίκτυο και το πόσο αποτελεσματικές είναι οι ιστοσελίδες τους. Το κύριο δείγμα

της συγκεκριμένης έρευνας, ήταν οι δημόσιες επιχειρήσει εκείνες που δραστηριοποιούνται στον γενικότερο επιχειρηματικό τομέα (Βελέντζας, 2008).

## **1.4 Ηλεκτρονικός Τύπος στην Ελλάδα**

### **1.4.1 Ελληνική Αγορά και Παρουσία Εφημερίδων**

Αποτελεί γεγονός πως ελέω οικονομικής κρίσης, περαιτέρω υποχώρηση εμφάνισε το 2011 ο κλάδος εφημερίδων και περιοδικών, με μόνη εξαίρεση του τίτλους ποικίλης ύλης που ενισχύθηκαν κατά 17,5%, σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της Hellastat<sup>1</sup>. Ειδικότερα, το 2011 η αγορά υποχώρησε αφενός λόγω της οικονομικής κρίσης και του περιορισμένου εισοδήματος των καταναλωτών και αφετέρου λόγω των δυσμενών συνθηκών που επικρατούν για τον ευρύ εκδοτικό τομέα (φθίνουσα κυκλοφορία βιβλίων και έντυπων μέσων και υποχώρηση διαφημιστικών εσόδων). Επίσης η πτώση αυτή οφείλεται και στη σημαντική υποχώρηση των διαφημιστικών εσόδων, καθώς το 2011 τα διαφημιστικά έσοδα των περιοδικών υποχώρησαν κατά 22% (στα 580 εκατ.), ενώ οι εφημερίδες υπέστησαν κάμψη 17%.

Σύμφωνα με την Hellastat, η εγχώρια εφημεριδοπαραγωγή υποχώρησε το 2011 στους 7.667 νέους τίτλους (-14% από το προηγούμενο έτος). Επιπλέον, καταγράφηκε περαιτέρω μείωση κυκλοφορίας σε όλες τις κατηγορίες εφημερίδων, με τις πωλήσεις των κυριακάτικων εκδόσεων να υποχωρούν κατά 10% και των απογευματινών κατά 17%. Υποχώρηση χαρακτηρίζει και τη μέση κυκλοφορία όλων σχεδόν των κατηγοριών περιοδικών (π.χ. διακόσμησης: -49%, ήχου και εικόνας: -30%, γνώσεων: -24,6%, αυτοκινήτου: -22,8%). Αντιθέτως, οι τίτλοι ποικίλης ύλης ενισχύθηκαν σε +17,5%.

Βάση των ανωτέρω, σημειώνεται λοιπόν πως ο χώρος των ΜΜΕ και ιδιαίτερα των εφημερίδων, δε θα μπορούσε να μείνει αλώβητος από την οικονομική κρίση για αυτό και το 2012 χαρακτηρίστηκε από πολλούς ως τέλος εποχής για τα περιοδικά και το επίπλαστο life style που κυριάρχησε την τελευταία δεκαετία και τα οποία περιοδικά προσφέρονται ακόμα και σήμερα με συγκεκριμένα «πακέτα» εφημερίδων. Ιστορικοί τίτλοι περιοδικών αλλά και εφημερίδες με ισχυρό παρελθόν υπό την πίεση

---

<sup>1</sup> Hellastat, 2012, Οικονομικά Στοιχεία Κλάδου Κυκλοφορίας και Εμπορίας Περιοδικών και Εφημερίδων

των χρεών αναγκάζονται ρίξουν αυλαία. Ενδεικτικά αναφέρεται ο Όμιλος Λυμπέρη και οι εκδόσεις ΙΜΑΚΟ του Κωστόπουλου που «λύγισαν» υπό το βάρος της οικονομικής κρίσης και σταμάτησαν να εκδίδουν τα επιτυχημένα περιοδικά τους. Συγκεκριμένα κάποιοι από τους τίτλους της Liberis Publications, μεταξύ αυτών τα περιοδικά "Εγώ" και "Status", μεταφέρθηκαν στις Αττικές Εκδόσεις ενώ διεξήχθησαν συζητήσεις για τα περιοδικά "Vogue", "Men's Health" και "Glamour".

#### **1.4.2 Ο Κλάδος των Επιχειρήσεων Εκδόσεων Εφημερίδων και Περιοδικών στην Ελλάδα**

Κύριο χαρακτηριστικό του κλάδου αποτελεί ο μεγάλος αριθμός τίτλων που κυκλοφορούν σε σχέση με τον πληθυσμό, την αναγνωσιμότητα και την κυκλοφορία των εντύπων διεθνών και εγχώριων περιοδικών. Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, η ελληνική αγορά διαθέτει περισσότερα μέσα ενημέρωσης (εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικούς σταθμούς και τηλεοπτικά κανάλια) απ' όσα μπορεί να υποστηρίξει με βάση το μέγεθός της. Η διανομή των εφημερίδων και των περιοδικών στην εγχώρια αγορά πραγματοποιείται κυρίως μέσω των πρακτορείων διανομής τύπου. Επίσης, ορισμένες εφημερίδες όπως οι οικονομικές και οι επαρχιακές, καθώς και ένα μικρό τμήμα των περιοδικών, διανέμονται είτε μέσω συνδρομών είτε με ιδιόκτητα μέσα<sup>2</sup>.

Η ύπαρξη μεγάλου αριθμού εκδιδόμενων τίτλων εφημερίδων, διεθνών και εγχώριων περιοδικών σε συνδυασμό με την πτωτική τάση που παρουσιάζει η συνολική κυκλοφορία των εντύπων, έχει ως αποτέλεσμα την όξυνση του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου. Επιπλέον, σημαντικό ρόλο στην κερδοφορία των επιχειρήσεων έχουν τα έσοδα από διαφημιστικές και άλλου είδους καταχωρήσεις, καθώς το αντίτιμο αγοράς ενός εντύπου δεν επαρκεί. Ως εκ τούτου, η μείωση των συγκεκριμένων εσόδων αλλά και ο ανταγωνισμός από άλλα μέσα ενημέρωσης (διαδίκτυο κλπ) επιδεινώνουν τα οικονομικά αποτελέσματα των επιχειρήσεων.

Χαρακτηριστικές επιχειρήσεις του κλάδου αντιπροσώπων και εκδόσεων διεθνών και εγχώριων περιοδικών και εφημερίδων, αναφέρονται οι

---

<sup>2</sup> Hellastat, 2012, Οικονομικά Στοιχεία Κλάδου Κυκλοφορίας και Εμπορίας Περιοδικών και Εφημερίδων



ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΑΜΠΡΑΚΗ, ΤΕΓΟΠΟΥΛΟΣ Χ. ΕΚΔΟΣΕΙΣ, και ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΑΕ με κύκλο εργασιών στα 130.299.79, 78.991.006 και 76.054.094 ευρώ αντίστοιχα και προσωπικό 691, 820 και 372 άτομα αντιστοίχως.

<i>Επωνυμία επιχείρησης</i>	<i>Κύκλος εργασιών 2009</i>	<i>Ποσοστό % επι του κλάδου</i>	<i>Προσωπικό</i>
ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΑΜΠΡΑΚΗ	130.299.79		691
ΤΕΓΟΠΟΥΛΟΣ Χ ΕΚΔΟΣΕΙΣ	78.991.006		820
ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΑΕ	76.054.094		372

#### **1.4.3 Ανάλυση SWOT για την Παρουσία των Εφημερίδων στην Ελλάδα**

##### **Δυνατά Σημεία**

- Ø Η συνεχής και σημαντική βελτίωση των εντύπων εφημερίδων τόσο όσον αφορά το περιεχόμενο και την ποικιλία της ύλης όσο και την εμφανισή τους
- Ø Ο ψυχαγωγικός και εκπαιδευτικός χαρακτήρας των εφημερίδων, καθώς και η κατηγοριοποίησή τους βάσει θεματολογίας καλύπτοντας εξειδικευμένες ανάγκες του κοινού

- Ø Οι εφημερίδες αποτελούν το πιο παραδοσιακό μέσο ενημέρωσης και έχουν κατοχυρωθεί στη συνείδηση του κοινού

### Αδύνατα Σημεία

- Ø Ο μεγάλος αριθμός των εκδιδόμενων τίτλων διεθνών φημερίδων σε σχέση με το μέγεθος της ελληνικής αγοράς
- Ø Το υψηλό λειτουργικό κόστος των επιχειρήσεων καθώς και το υψηλό κόστος παραγωγής των εντύπων (πρώτες ύλες, εκτύπωση κλπ).

### Ευκαιρίες

- Ø Η επέκταση στη ψηφιακή ενημέρωση, η οποία διεισδύει συνεχώς στις επιλογές του αναγνωστικού κοινού
- Ø Η «συνένωση» μεμονωμένων εκδοτικών επιχειρήσεων για την επίτευξη οικονομικών κλίμακας

### Απειλές

- Ø Το υφιστάμενο οικονομικό κλίμα το οποίο επηρεάζει το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών και οδηγεί στην πτώση της κυκλοφορίας των εντύπων
- Ø Η μεγάλη μείωση των διαφημιστικών εσόδων
- Ø Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης

### - **Ζήτηση**

Οι εφημερίδες αποτελούν μέσα ενημέρωσης ψυχαγωγίας, κοινωνικού και πολιτικού επηρεασμού. Η αναγνωσιμότητα και η κυκλοφορία των εντύπων αποτελούν τα σημαντικότερα μέτρα προσδιορισμού ζήτηση διεθνών εφημερίδων.

### - **Προσφορά**

Ο κλάδος των εκδόσεων εφημερίδων αποτελείται από σημαντικό αριθμό επιχειρήσεων οι οποίες είναι συγκεντρωμένες σε μικρό αριθμό μεγάλων ομίλων.

### - **Αγορά**

Τη περίοδο 2006-9 η συνολική κυκλοφορία των εφημερίδων έδειξε χαμηλή πτώση στη διετία 2008-2009. Το 2009 συνολικά πουλήθηκαν 199,18 εκατ. τεύχη. Η συνολική κυκλοφορία των εφημερίδων έδειξε ανοδικά πορεία το 2004-2007 και αργότερα ακολούθησε φθίνουσα πορεία και διαμορφώθηκε σε 75,8 τεύχη το 2009.

#### **1.4.4 Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού Τύπου Εφημερίδων**

1. Άμεση και εύκολη πρόσβαση στην ενημέρωση από το ιδιωτικό ή προσωπικό χώρο του χρηστή.
2. Άμεση και εύκολη ενημέρωση ακόμα και σε απομακρυσμένες περιοχές
3. Δυνατότητα ανάγνωσης σε άτομα με αναπηρία
4. Μηδενικό κόστος παροχής υπηρεσιών
5. Εξοικονόμηση γραφικής ύλης

#### **1.4.5 Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικού Τύπου Εφημερίδων**

1. Δημιουργία προβλημάτων υγείας από την πολύωρη χρήση του ηλεκτρονικού υπολογιστή.
2. Μείωση των εσόδων έντυπων εφημερίδων.
3. Πληροφορίες οι οποίες δεν μπορούν να ελεγχθούν.

## **Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> – Μεθοδολογία Έρευνας Καθώς και Παράθεση Στατιστικών Δεδομένων Αναφορικά με τα Στοιχεία Έκδοσης, Επιστροφής και Πώλησης Φύλλων σε Σχετικά Σταθερά Σημεία για την Τοπική Εφημερίδα**

### **2.1 Μεθοδολογία Συλλογής Στοιχείων**

Σύμφωνα με τον Mouly (1970), θα πρέπει να σημειωθεί πως η έρευνα είναι μια διαδικασία που οδηγεί μέσα από προγραμματισμένη συστηματική συλλογή, ανάλυση κι ερμηνεία δεδομένων, στην αξιόπιστη λύση προβλημάτων. Επιπλέον, κατά τον Kerlinger (1986), επιστημονική έρευνα είναι η συστηματική, ελεγχόμενη, εμπειρική και κριτική μελέτη υποθετικών προτάσεων, που αναφέρονται στις υποτιθέμενες σχέσεις μεταξύ φυσικών φαινομένων ενώ για τον Κονετά (1977), έρευνα είναι μια προσπάθεια, που παρέχει απαντήσεις σε ερωτήματα.

Αναφερόμενοι στη μεθοδολογία της παρούσης έρευνας, θα πρέπει να σημειωθεί πως σκοπός της έρευνας είναι η διευκόλυνση της κατανόησης των φαινομένων, η πρόβλεψή τους και η δυνατότητα για τον έλεγχο τους σχετικά με την διερεύνηση του θέματος μας, το οποίο αναφέρεται στις καθημερινές και μηνιαίες πωλήσεις της τοπικής εφημερίδας Σύρου όπου και μέσω της απεικόνισης των στατιστικών στοιχείων, καλούμαστε να δικαιολογήσουμε τις όποιες μεταβολές παρατηρούνται στην αύξηση ή μείωση πωλήσεων της εφημερίδας ανά μήνα και ανά έτος από το 2005 έως το 2012 λόγω προσθήκης κάποιας στήλης δηλαδή αλλαγή θεματολογίας, εξαιτίας επίσης ενός σημαντικού κοινωνικού συμβάντος όπως διενέργεια εθνικών εκλογών, τέλεσης μνημονίων ή επιπτώσεις από καιρικές συνθήκες ή όπως αναφέραμε δημιουργία ηλεκτρονικής μορφής για την εν λόγω εφημερίδα.

Πιο συγκεκριμένα και βάση στοιχείων που παρατίθενται, αναφέρεται ο συνολικός αριθμός εκδοθέντων και πωληθέντων φύλλων της εφημερίδας, ο αριθμός επιστραφέντων φύλλων, ο αριθμός πωλήσεων της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ, στα περίπτερα, στα σταθερά σημεία και στα υποκαταστήματα δωρεάν ανά μήνα και ανά έτος από το 2005 έως το 2012.

Μέσα από την συγκεκριμένη ανάλυση που παρατίθεται, θα πρέπει να σημειώσουμε πως η τύπωση και κυκλοφορία των ημερησίων φύλλων της εφημερίδας είναι σταθερή και αμετάβλητη, άρα δεν υπάρχουν μεταβολές στην κυκλοφορία των ημερησίων φύλλων. Οι μόνες μεταβολές που παρουσιάζονται είναι στον αριθμό των πωληθέντων-επιστραφέντων φύλλων. Ως εκ τούτου λοιπόν, καλούμαστε να αναλύσουμε την μείωση ή αύξηση των πωλήσεων της εφημερίδας ανά μήνα και ανά έτος, όπου μπορεί να προέλθει από

- Ø Αλλαγή Θεματολογίας: Μπορούμε να δικαιολογήσουμε κάποια μεταβολή με την προσθήκη κάποιας επιπλέον στήλης π.χ. Αθλητικά
- Ø Κάποιο σημαντικό συμβάν: Εκλογές, μνημόνια, επιπτώσεις από καιρικές συνθήκες
- Ø Κρίση: Πιθανή μείωση των πωλήσεων λόγω οικονομικής κρίσης.
- Ø Δημιουργία ηλεκτρονικής μορφής: Πιθανή μείωση των πωλήσεων λόγω κυκλοφορίας της εφημερίδας σε ηλεκτρονική μορφή.

Επίσης θα πρέπει να σημειώσουμε πως αλλαγή τιμής δεν έχει πραγματοποιηθεί άρα και οι πωλήσεις δεν επηρεάζονται επουδενεί από το γεγονός αυτό. Αντίστοιχα, τα έσοδα από τις διαφημίσεις είναι από τοπικές επιχειρήσεις και είναι συνήθως σταθερά.

### **2.1.1 Δευτερογενής Έρευνα**

Σε γενικές γραμμές, η δευτερογενής έρευνα, ασχολείται με την συλλογή πληροφοριών που έχουν συγκεντρωθεί από κάποιον άλλο εκτός του ερευνητή και για κάποιο άλλο σκοπό, οι οποίες όμως είναι απόλυτα απαραίτητες για κάθε έρευνα. Με την έρευνα αυτή αρχίζει ουσιαστικά η συλλογή των πρώτων πληροφοριών που είναι απαραίτητες για την διεξαγωγή της πρωτογενούς έρευνας. Οι πληροφορίες αυτές έχουν ως στόχο να διευρύνουν την γνώση του ερευνητή δίνοντας μια λεπτομερή

εικόνα για την υπάρχουσα κατάσταση σχετικά με την εικόνα που προσφέρουν τα οικονομικά στοιχεία για την κυκλοφορία των εφημερίδων.

Τέλος, «εργαλείο» δευτερογενούς έρευνας αποτελούν προγενέστερες ακαδημαϊκές μελέτες καθώς και βιβλιογραφίες που ασχολούνται με κάποιο συγκεκριμένο ζήτημα και μπορούν να δώσουν στον ερευνητή χρήσιμες πληροφορίες για το υπό διερεύνηση θέμα που ασχολείται. Στην παρούσα εργασία, η δευτερογενής έρευνα θα βασίζεται πάνω σε ακαδημαϊκά βιβλία που αναλύουν την παρουσίαση και ιστορία των εφημερίδων στην Ελλάδα, από επιστημονικά άρθρα σχετικά με την συμβολή των εφημερίδων στη τοπική κοινωνία καθώς και από οποιαδήποτε βιβλιοθήκη που θα μπορούμε να έχουμε πρόσβαση σχετικά με την επιρροή διαφόρων παραγόντων στην κυκλοφορία των εφημερίδων γενικότερα.

## **2.2 Πρωτογενής Έρευνα**

Πρωτογενής έρευνα (Primary Research) θεωρείται αυτή που γίνεται για πρώτη φορά με σκοπό τη διερεύνηση των στάσεων και απόψεων του πληθυσμού που μας ενδιαφέρει (target group). Δύο είναι τα είδη ερευνών για την συγκέντρωση των πρωτογενών στοιχείων: α) Ποιοτική πρωτογενής έρευνα (ημιδομημένη προσέγγιση) και β) Ποσοτική πρωτογενής έρευνα (δομημένη προσέγγιση). Η ποσοτική έρευνα δίνει σημασία στη συχνότητα και ποσότητα του φαινομένου.

Στα πλαίσια της παρούσης εργασίας, πραγματοποιήθηκε μια συγκεκριμένη διαδικασία άντλησης δεδομένων μέσω χρήσης στατιστικών στοιχείων αναφορικά με την παράθεση του συνολικού αριθμού εκδοθέντων και πωληθέντων φύλλων της εφημερίδας, ο αριθμός επιστραφέντων φύλλων, αριθμού πωλήσεων της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ, στα περίπτερα, στα σταθερά σημεία και στα υποκαταστήματα δωρεάν ανά μήνα και ανά έτος από το 2005 έως το 2012.

Η ως άνω συνδυαστική διαδικασία εμπλουτίζει τα συμπεράσματα της δευτερογενούς έρευνας και είτε τα επιβεβαιώνει, είτε τα αναιρεί. Σε κάθε περίπτωση, αποτελεί ένα βασικό εργαλείο στην προσπάθεια εύρεσης απαντήσεων στα ερευνητικά ερωτήματα. Έτσι, με τον κατάλληλο συνδυασμό δευτερογενούς και πρωτογενούς έρευνας ελαχιστοποιείται κάθε στοιχείο αβεβαιότητας περί της έρευνας, μέσω της συγκριτικής αξιολόγησης των αποτελεσμάτων. Τα στοιχεία της έρευνας αναλύονται

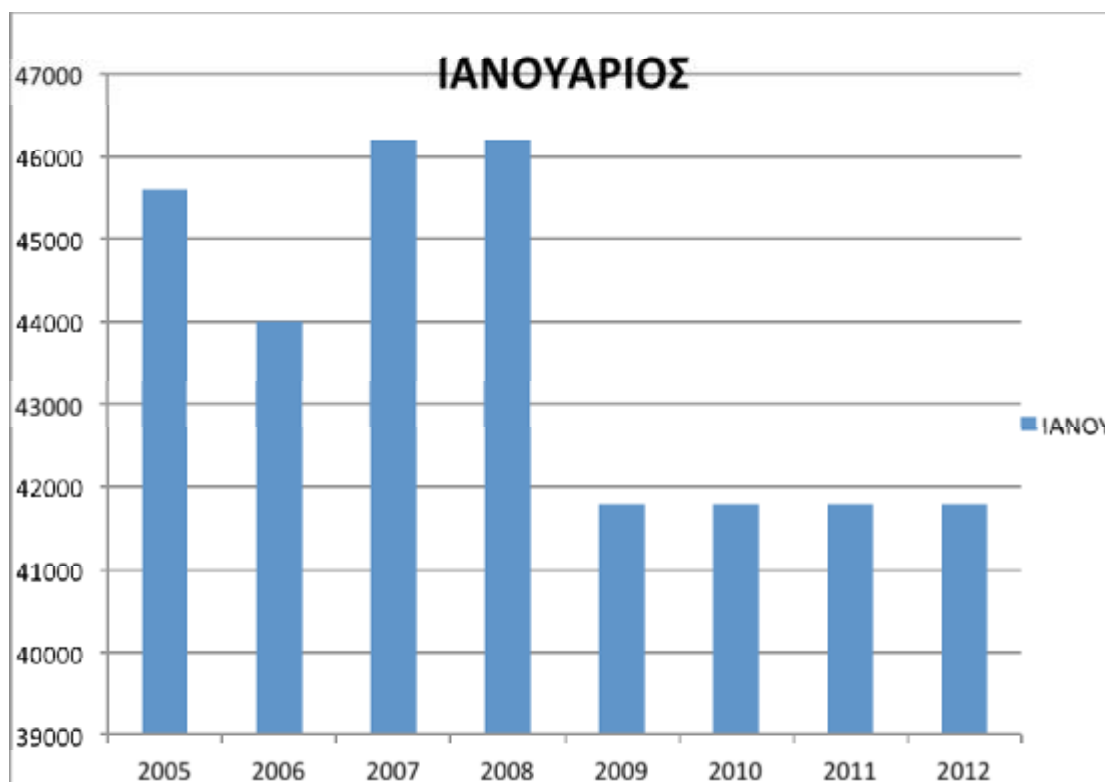
με χρήση του προγράμματος Excel/SPSS, ώστε να εξαχθούν σημαντικά ποσοτικά συμπεράσματα. Αυτά, συσχετίζονται τόσο με τα ποιοτικά συμπεράσματα και ευρήματα της δευτερογενούς έρευνας, ώστε να εξαχθούν συνδυασμένα και όσο το δυνατόν ασφαλή συμπεράσματα.

### ***2.3 Παράθεση Στατιστικών Στοιχείων Έρευνας Αναφορικά με την Κυκλοφορία της Τοπικής Εφημερίδας για την Περίοδο 2005 έως 2012***

#### **2.3.1 Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Εκδοθέντων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012**

## 1.1 ΕΚΔΟΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι οι πιο αυξημένοι χρονιές σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Ιανουάριο ήταν το 2007 και το 2008 με 46200 φύλλα. Ακολουθεί το 2005 με 45600 φύλλα και το 2006 με 44000 φύλλα. Από το 2009 έως το 2012 τα εκδοθέντα φύλλα είναι ίδια με 41800 φύλλα.





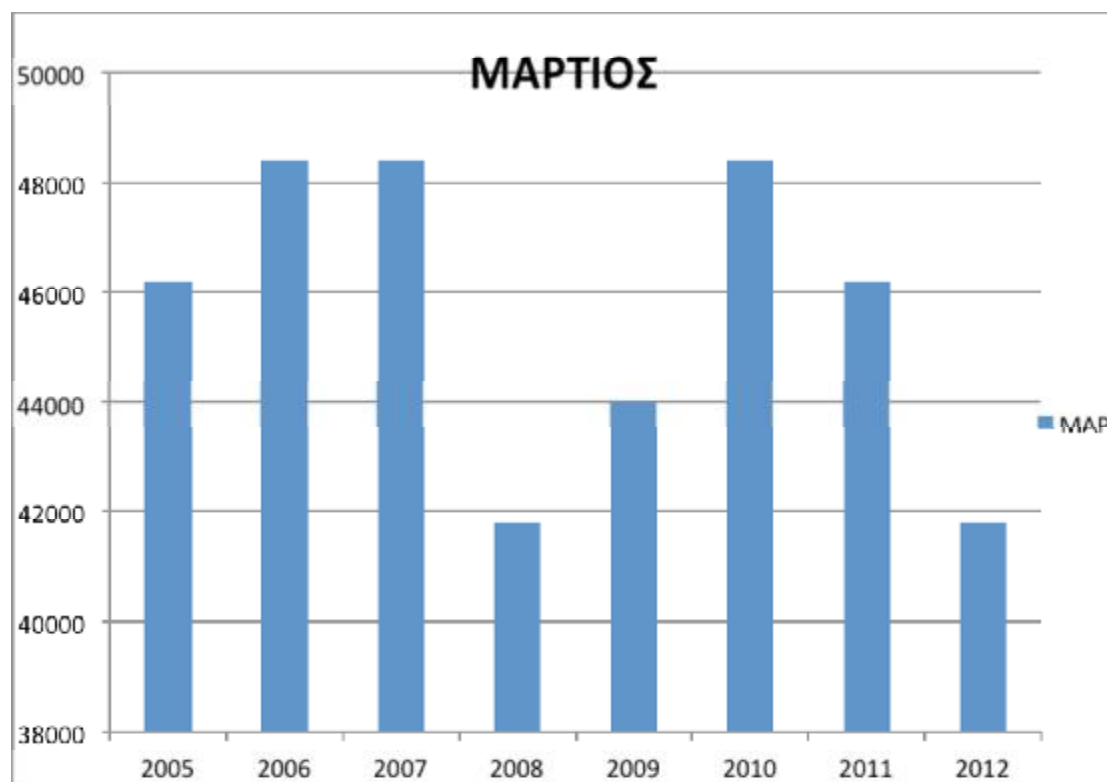
## 1.2 ΕΚΔΟΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Φεβρουάριο ήταν το 2005. Ακολουθεί το 2006, το 2008, το 2009 και το 2011, όπου ο αριθμός των εκδοθέντων φύλλων είναι κοινός με 44000 φύλλα. Το ίδιο συμβαίνει και με το 2007, το 2010 και το 2012 με κοινό αριθμό τα 41800 εκδοθέντων φύλλων.



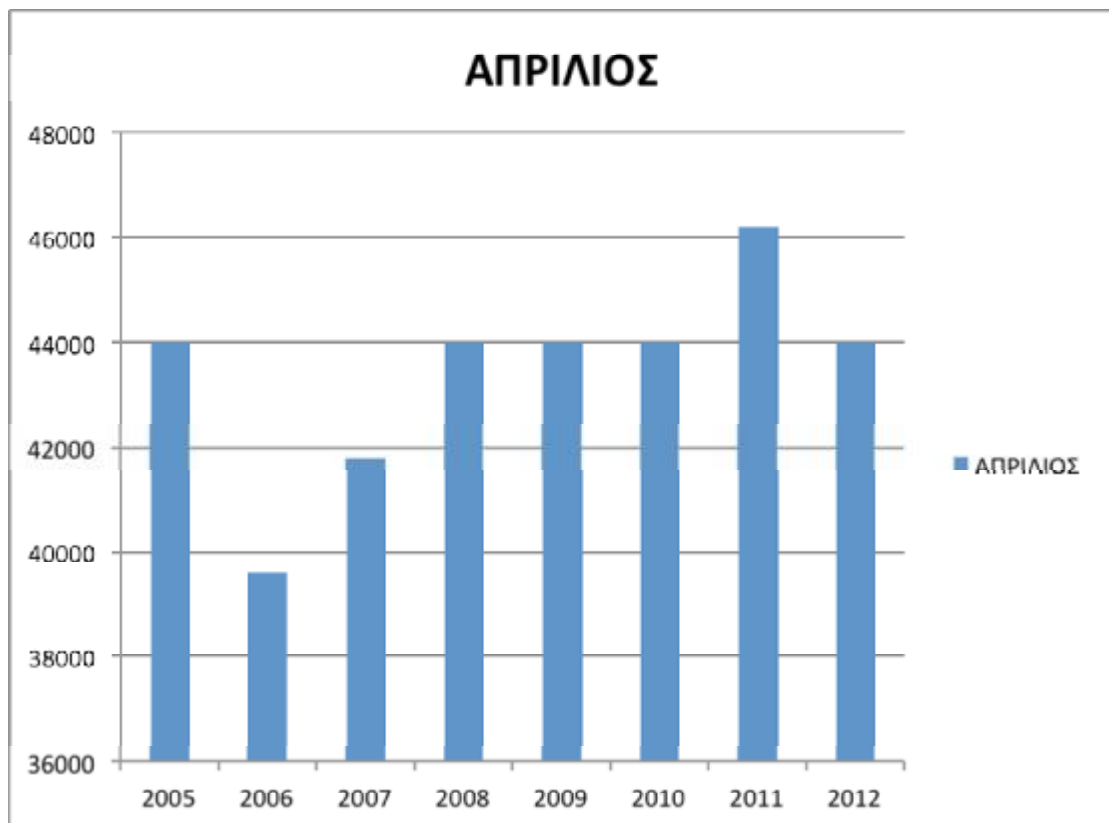
### 1.3 ΕΚΔΟΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΜΑΡΤΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι οι πιο αυξημένες χρονιές σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Μάρτιο ήταν το 2006, το 2007 και το 2010 με κοινό αριθμό φύλλων τα 48400. Ακολουθεί το 2005 και το 2011, όπου ο αριθμός εκδοθέντων φύλλων είναι τα 46200. Τέλος, το 2008 και το 2012 έχουν κοινό αριθμό φύλλων τα 41800.



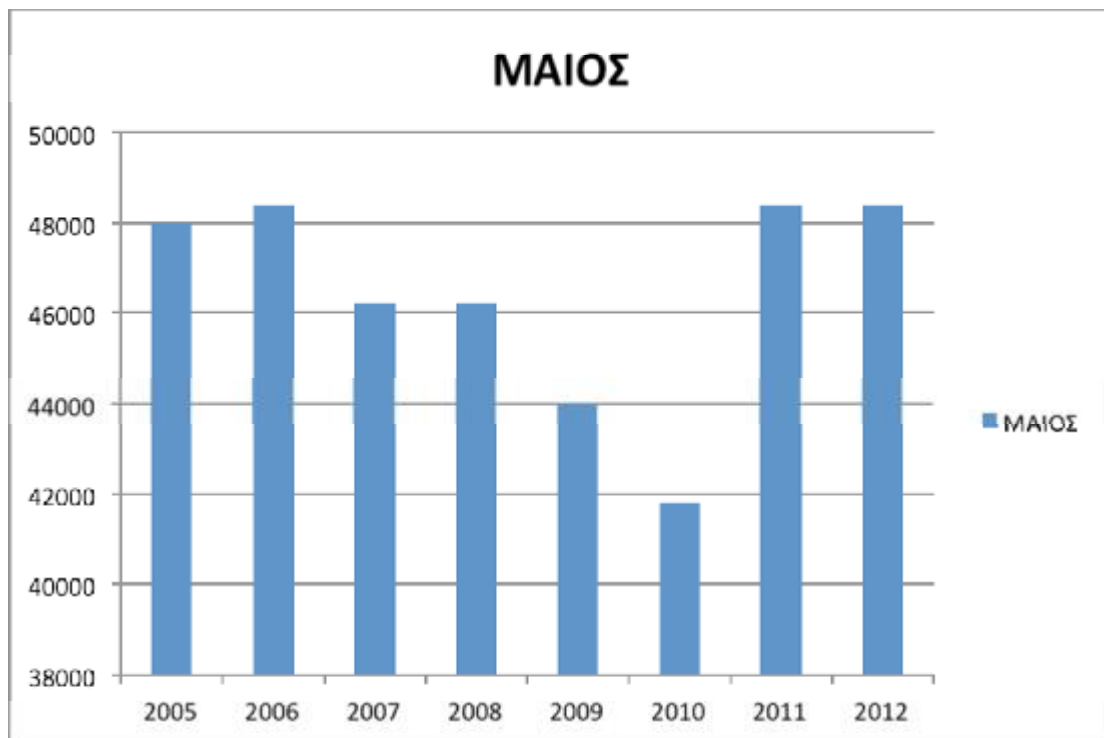
## 1.4 ΕΚΔΟΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Απρίλιο ήταν το 2011 με 46200 φύλλα. Το 2005, το 2008, το 2009, το 2010 και το 2012 έχουμε κοινό αριθμό εκδοθέντων φύλλων τα 44000. Το 2007 έχουμε μείωση των εκδοθέντων φύλλων σε 41800 και το 2006 ακόμα μεγαλύτερη μείωση σε 39600.



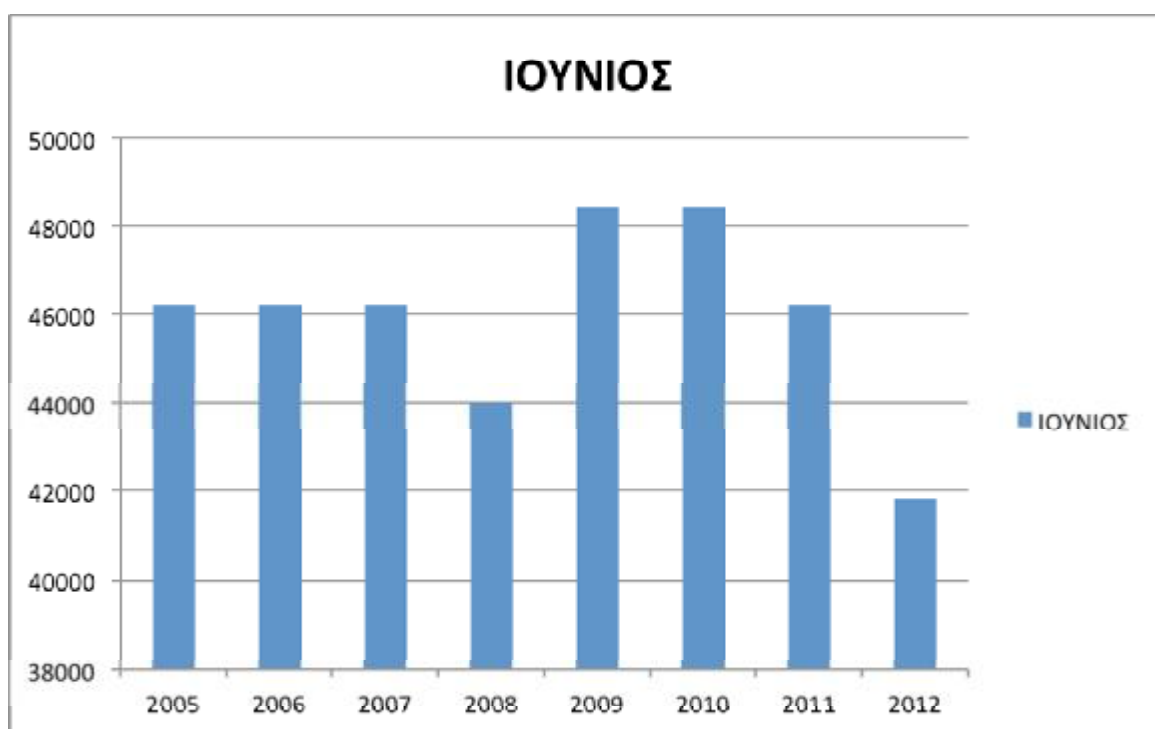
## 1.5 ΕΚΔΟΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΜΑΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι οι πιο αυξημένες χρονιές σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Μάιο ήταν το 2006, το 2011 και το 2012 με 48400 φύλλα. Το 2005 ο αριθμός των εκδοθέντων φύλλων της εφημερίδας κυμάνθηκε στα 48000 φύλλα. Το 2007 και το 2008, τα εκδοθέντα φύλλα μειώθηκαν στα 46200, το 2009 μειώθηκαν και άλλο στα 44000 φύλλα και το 2010 μειώθηκαν και άλλο, φθάνοντας στα 41800.



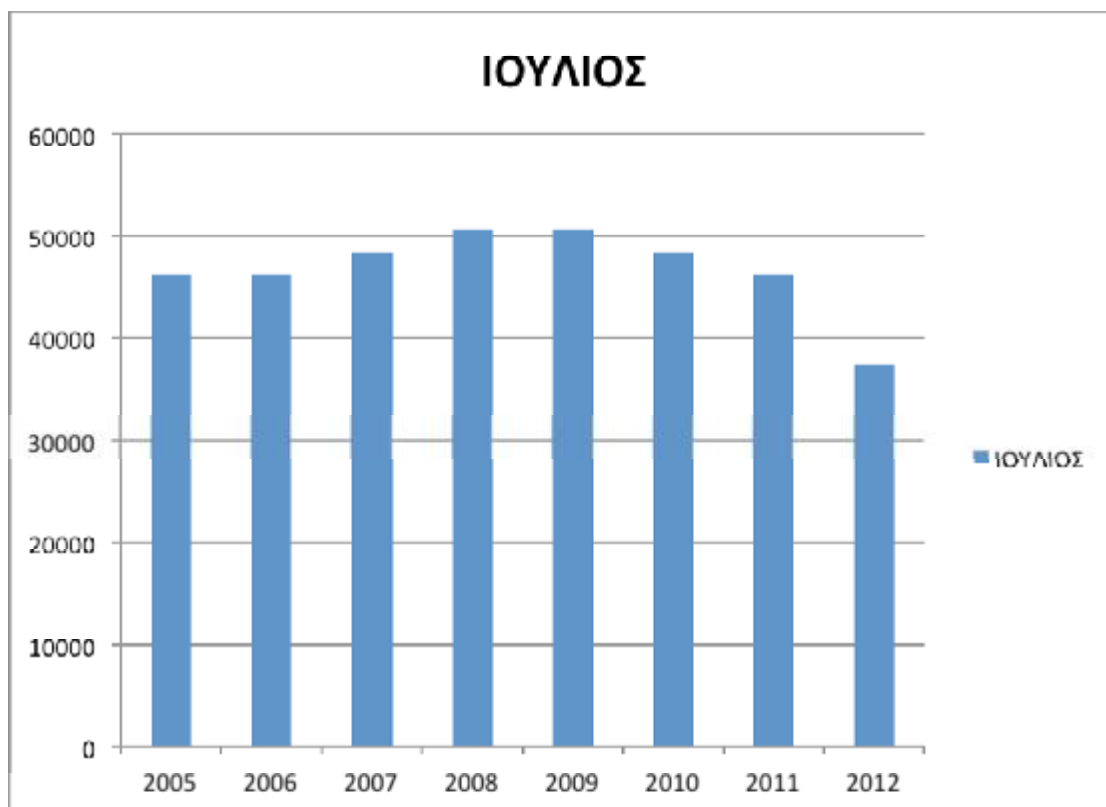
## 1.6 ΕΚΔΟΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΝΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι οι πιο αυξημένες χρονιές σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Ιούνιο ήταν το 2009 και το 2010 με αριθμό εκδοθέντων φύλλων τα 48400. Το 2005, το 2006, το 2007 και το 2011 ήταν κοινός ο αριθμός εκδοθέντων φύλλων στα 46200 φύλλα. Το 2008 ο αριθμός των εκδοθέντων φύλλων της εφημερίδας κυμάνθηκε στα 44000 φύλλα και τέλος το 2012 ο αριθμός των φύλλων ήταν αισθητά μειωμένος, με 41800 φύλλα.



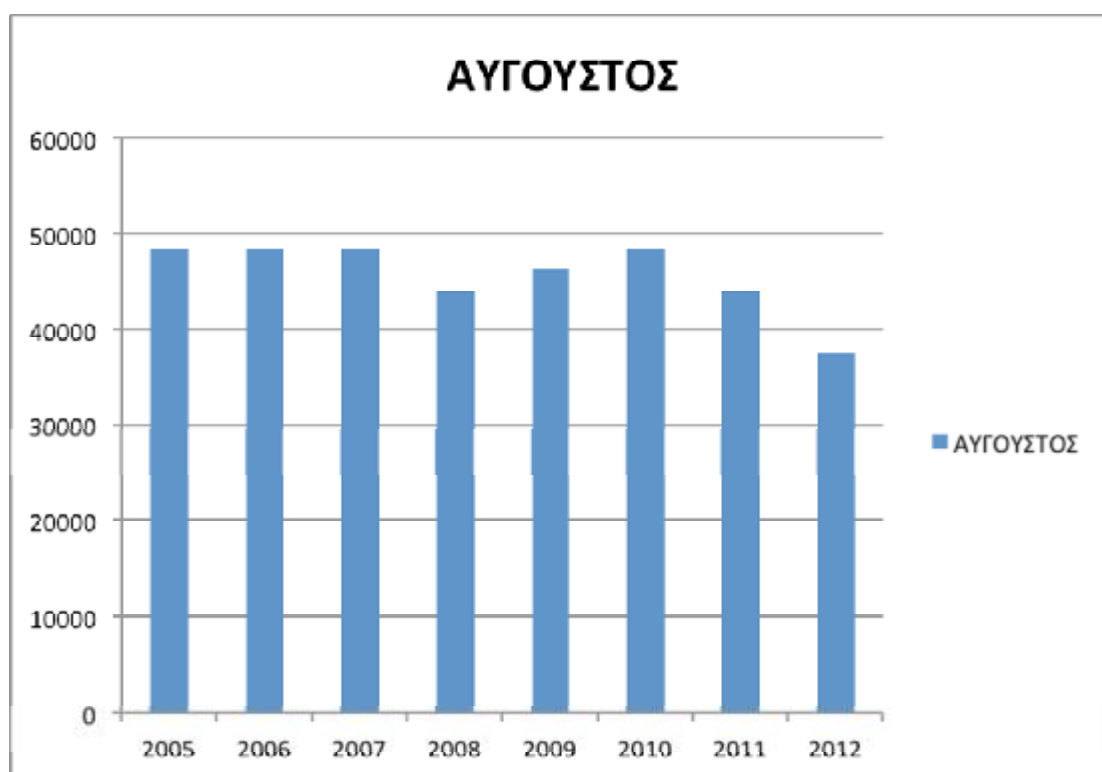
## 1.7 ΕΚΔΟΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι οι πιο αυξημένες χρονιές σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Ιούλιο ήταν το 2008 και το 2009 με αριθμό εκδοθέντων φύλλων τα 50600. Μειωμένες τιμές εμφανίστηκαν σε δυο χρονιές, το 2007 και το 2010 με 48400 αριθμό φύλλων. Το 2005, το 2006 και το 2011 ήταν κοινός ο αριθμός εκδοθέντων φύλλων στα 46200 φύλλα. Το 2012 ο αριθμός των φύλλων ήταν αισθητά μειωμένος, με 37400 φύλλα.



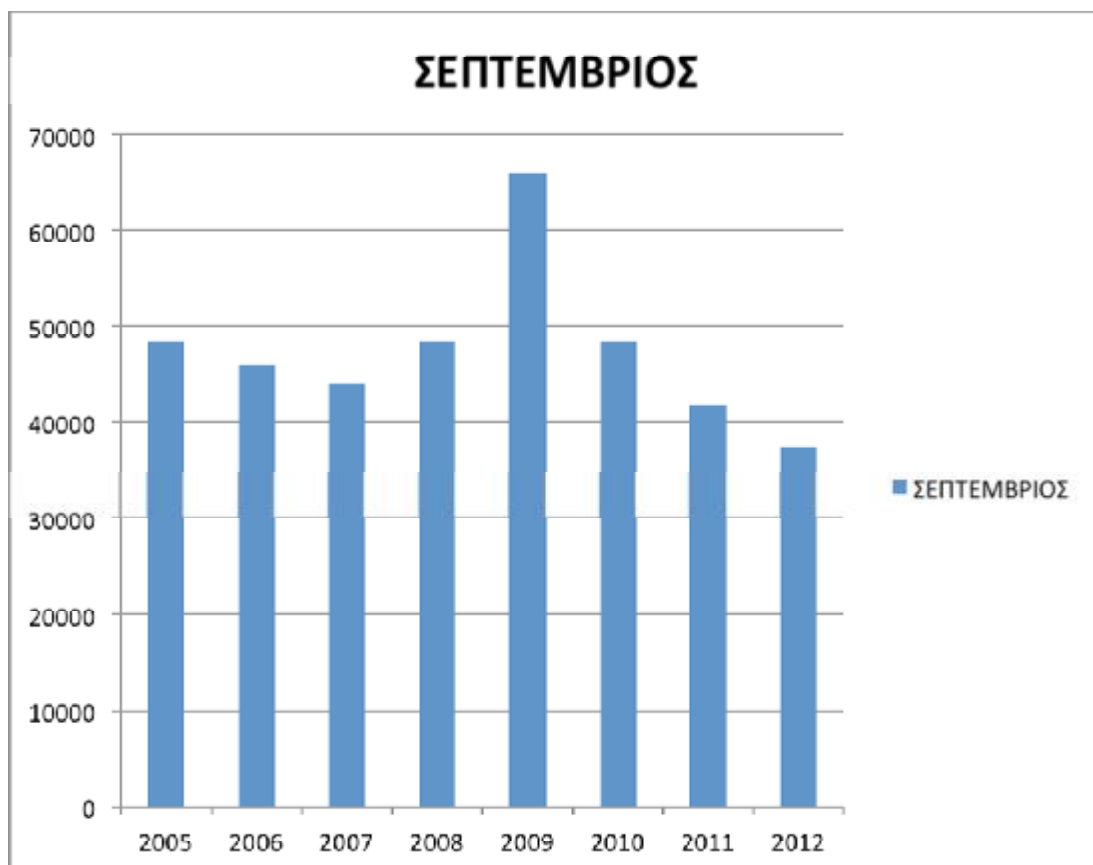
## 1.8 ΕΚΔΟΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι οι πιο αυξημένες χρονιές σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Αύγουστο ήταν το 2005, το 2006, το 2007 και το 2010 με αριθμό εκδοθέντων φύλλων τα 48400. Το 2009 είχε 46200 αριθμό εκδοθέντων φύλλων ενώ πιο μειωμένες τιμές εμφανίστηκαν σε δυο χρονιές, το 2008 και το 2011 με 44000 αριθμό φύλλων. Το 2012 ο αριθμός των φύλλων ήταν αισθητά μειωμένος, με 37400 φύλλα.



## 1.9 ΕΚΔΟΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Σεπτέμβριο ήταν το 2009 με 66000 φύλλα. Το 2005, το 2008 και το 2010 έχουμε κοινό αριθμό εκδοθέντων φύλλων τα 48400. Το 2007 είχε 44000 αριθμό εκδοθέντων φύλλων, το 2011 έχουμε πιο μειωμένες τιμές με 41800 φύλλα και τέλος, το 2012 ο αριθμός των φύλλων ήταν αισθητά μειωμένος, με 37400 φύλλα.





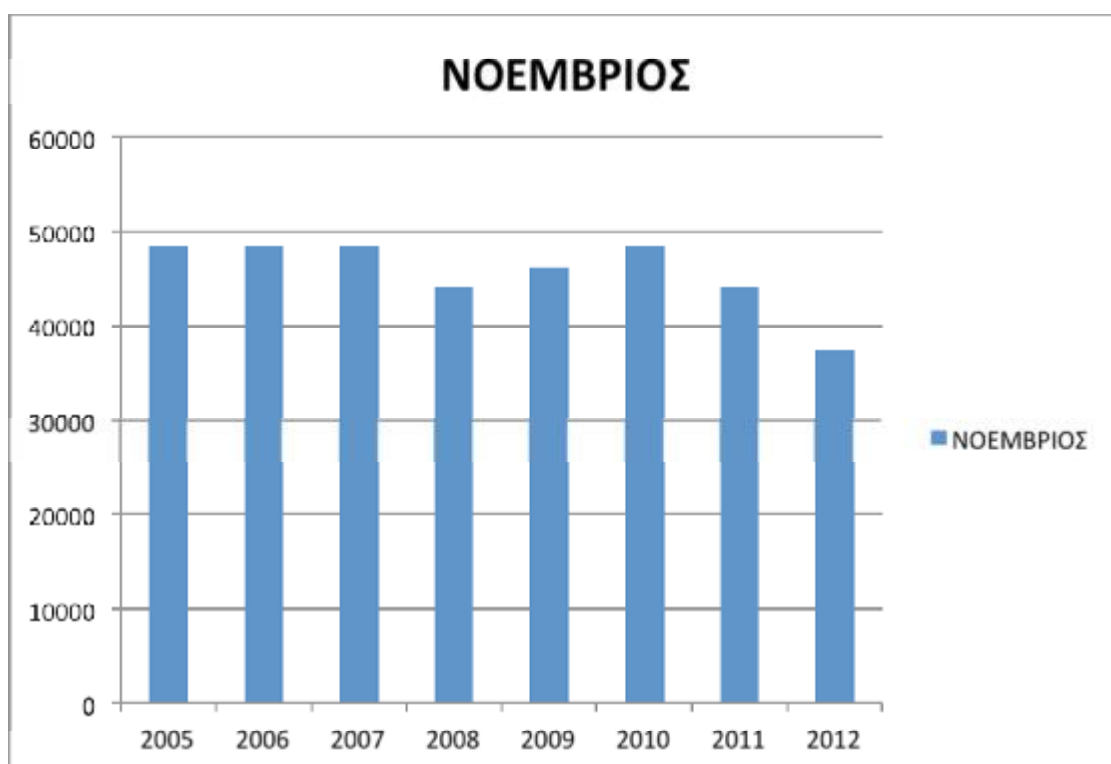
## 1.10 ΕΚΔΟΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Οκτώβριο ήταν το 2009 με 63800 φύλλα. Το 2007 έχουμε 50600 και το 2006, 48500. Το 2005 και το 2010 έχουμε κοινό αριθμό εκδοθέντων φύλλων τα 44000. Το 2011 είχε ξεκινήσει η μείωση με 41800 αριθμό εκδοθέντων φύλλων και τέλος, το 2012 ο αριθμός των φύλλων ήταν αισθητά μειωμένος, με 37400 φύλλα.



### 1.11 ΕΚΔΟΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι οι πιο αυξημένες χρονιές σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Νοέμβριο ήταν το 2005, 2006, 2007 και 2010 με 48400 φύλλα. Το 2009 έχουμε 46200 φύλλα και το 2008 καθώς και το 2011 έχουμε μείωση σε 44000 φύλλα. Τέλος, το 2012 ο αριθμός των φύλλων ήταν αισθητά μειωμένος, με 37400 φύλλα.



## 1.12 ΕΚΔΟΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

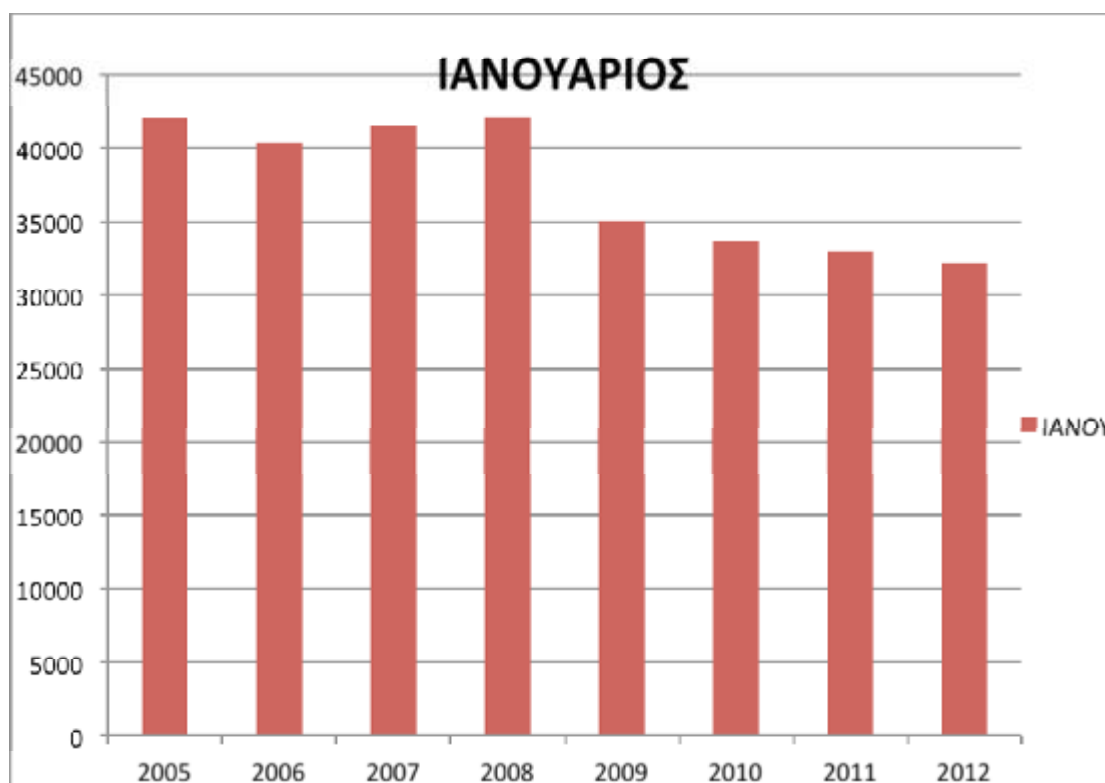
Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Δεκέμβριο ήταν το 2010 με 48400 φύλλα. Το 2008 και το 2009 έχουμε 46200 εκδοθέντα φύλλα. Το 2005 και το 2011 έχουμε 44000 φύλλα. Το 2006 και το 2007 έχουμε μείωση σε 39600 φύλλα. Τέλος, το 2012 ο αριθμός των φύλλων ήταν ακόμα πιο μειωμένος, με 37400 φύλλα.



### 2.3.2 Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Πωληθέντων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012

## 2.1 ΠΩΛΗΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Ιανουάριο ήταν το 2008 με 42104 φύλλα. Ακολουθεί το 2005 με 41999 φύλλα, το 2007 με 41486, το 2006 με 40363. Με πτωτική τάση ακολουθούν το 2009 με 35104, το 2010 με 33674, το 2011 με 32941 και το 2012 με 32208 φύλλα.



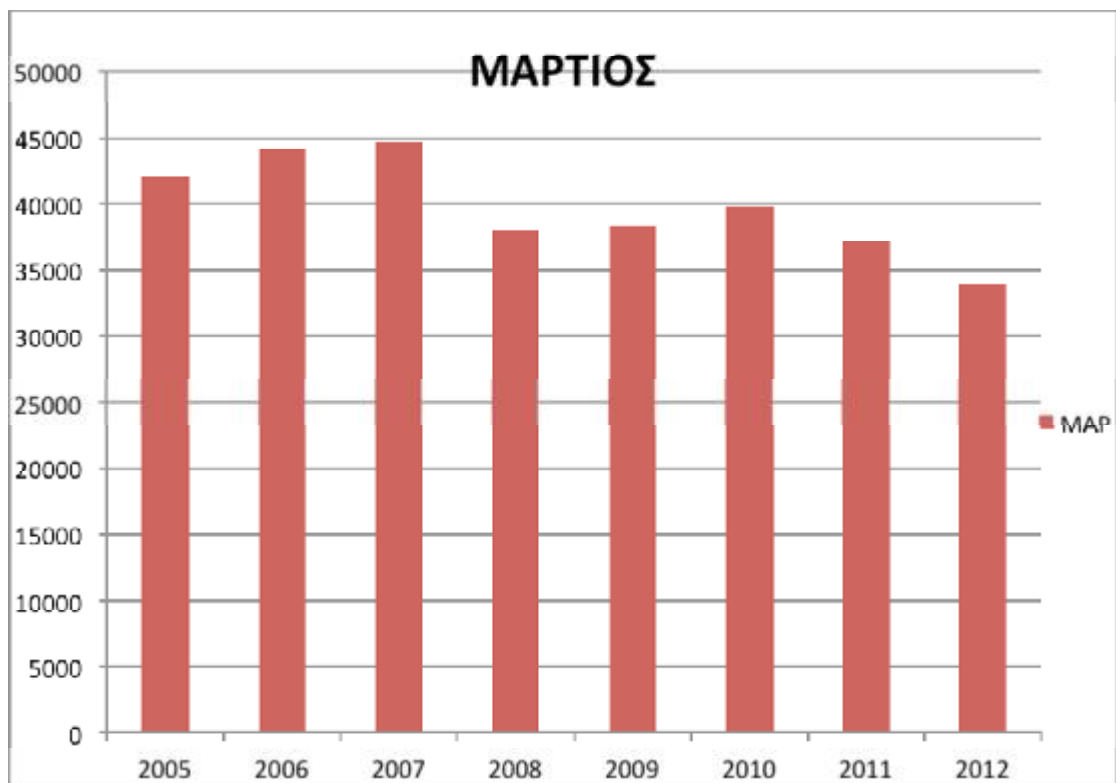
## 2.2 ΠΩΛΗΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Φεβρουάριο ήταν το 2005 με 43636 φύλλα. Ακολουθεί το 2008 με 40245 φύλλα, το 2007 με 40151, το 2006 με 40363. Με πρωτική τάση ακολουθούν το 2009 με 38679, το 2006 με 38241, το 2012 με 35708, το 2011 με 34927 και το 2010 με 34205 φύλλα.



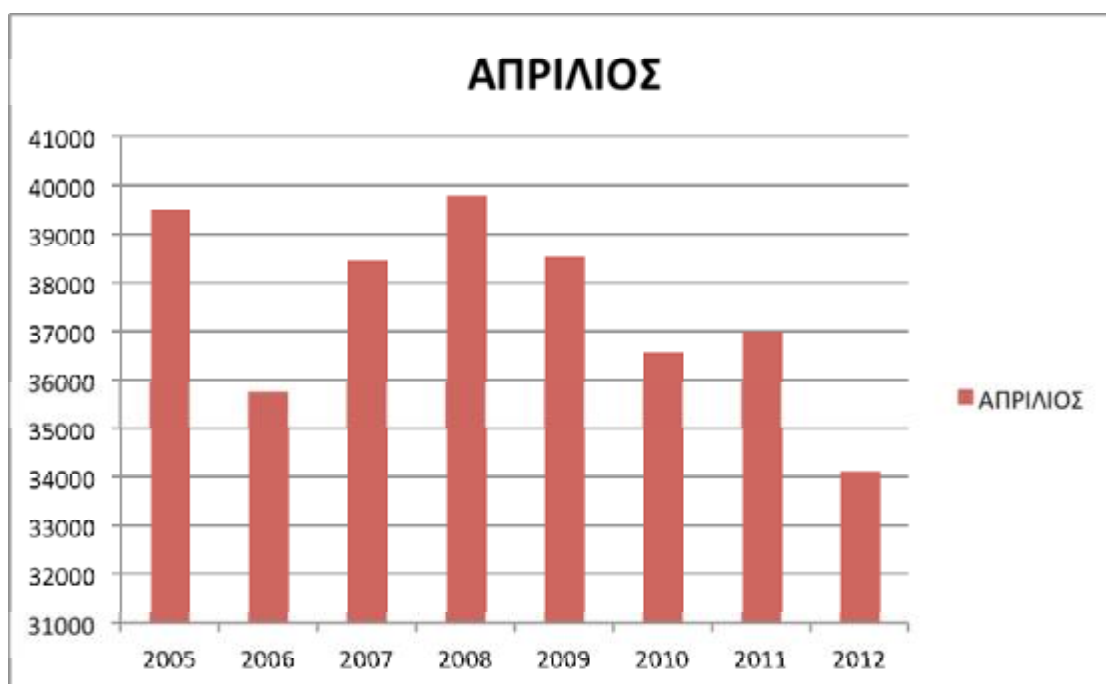
### 2.3 ΠΩΛΗΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΜΑΡΤΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Μάρτιο ήταν το 2007 με 44661 φύλλα. Ακολουθεί το 2006 με 44147 φύλλα και το 2005 με 42109. Με πτωτική τάση ακολουθούν το 2010 με 39810, το 2009 με 38429, το 2008 με 37986, το 2011 με 37163, και το 2012 με 33902 φύλλα.



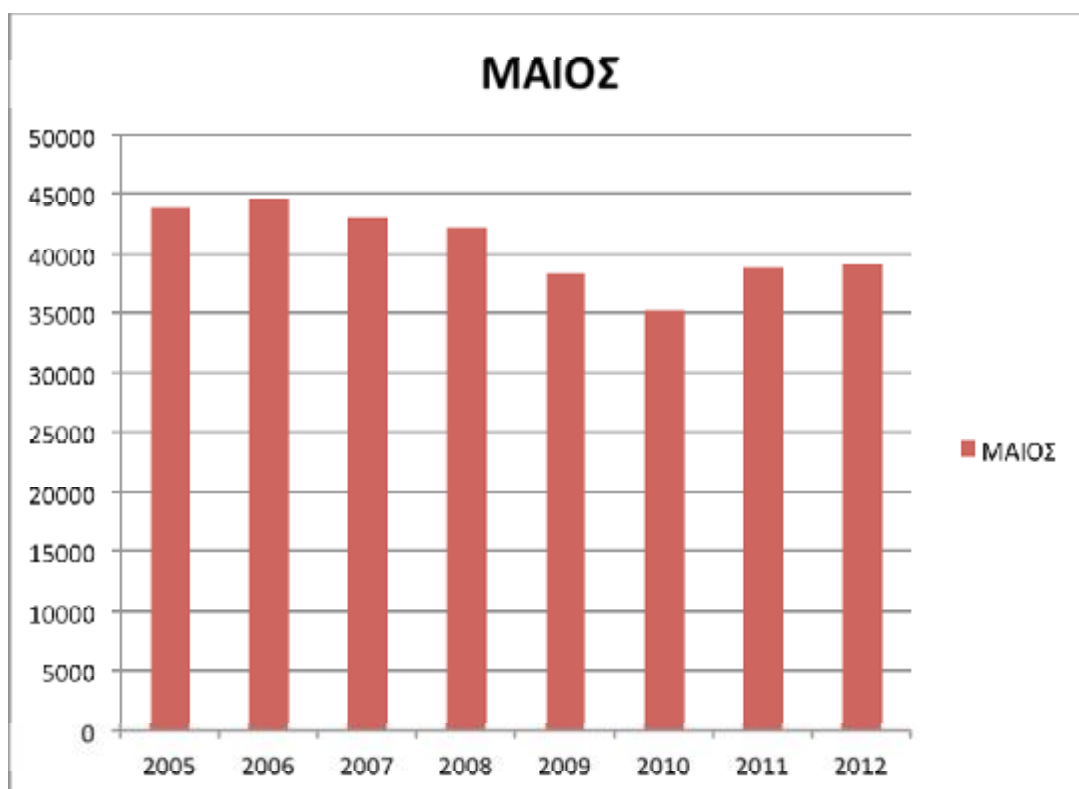
## 2.4 ΠΩΛΗΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Απρίλιο ήταν το 2008 με 39798 φύλλα. Ακολουθεί το 2005 με 39500 φύλλα, το 2009 με 38520, και το 2007 με 38452. Με πτωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 37011, το 2010 με 36553, το 2007 με 35763 και το 2012 με 34102 φύλλα.



## 2.5 ΠΩΛΗΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΜΑΙΟΥ 2005-2012

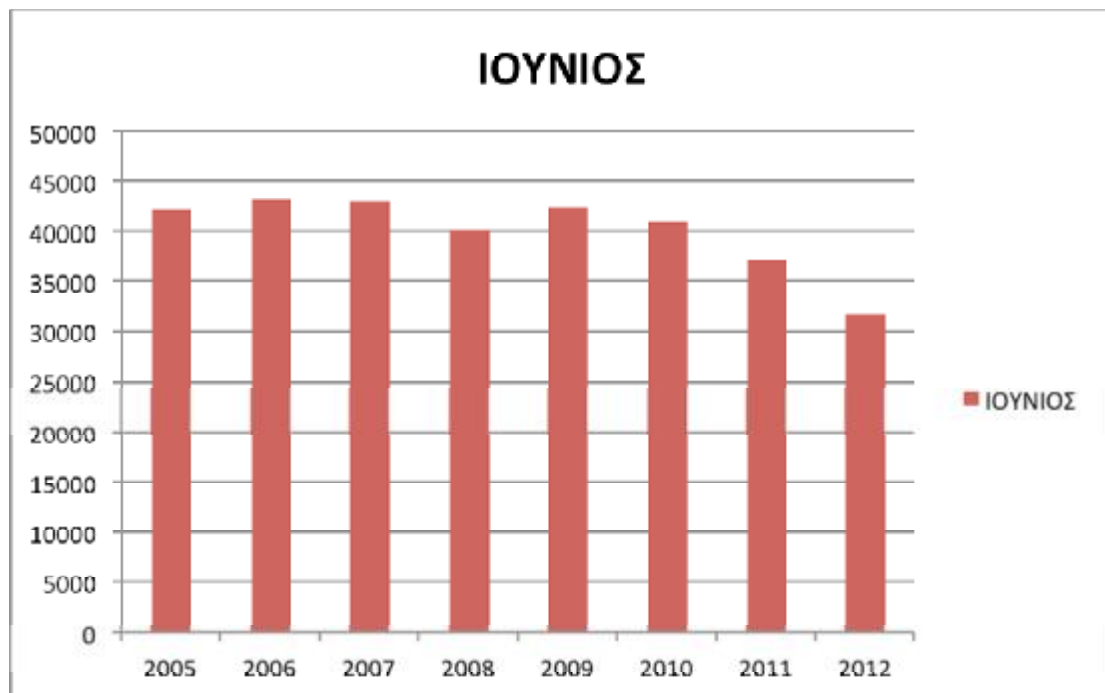
Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Μάιο ήταν το 2006 με 44647 φύλλα. Ακολουθεί το 2005 με 43908 φύλλα, το 2007 με 42967, και το 2008 με 42238. Με πτωτική τάση ακολουθούν το 2012 με 33102, το 2011 με 38868, το 2009 με 38397 και το 2010 με 35239 φύλλα.





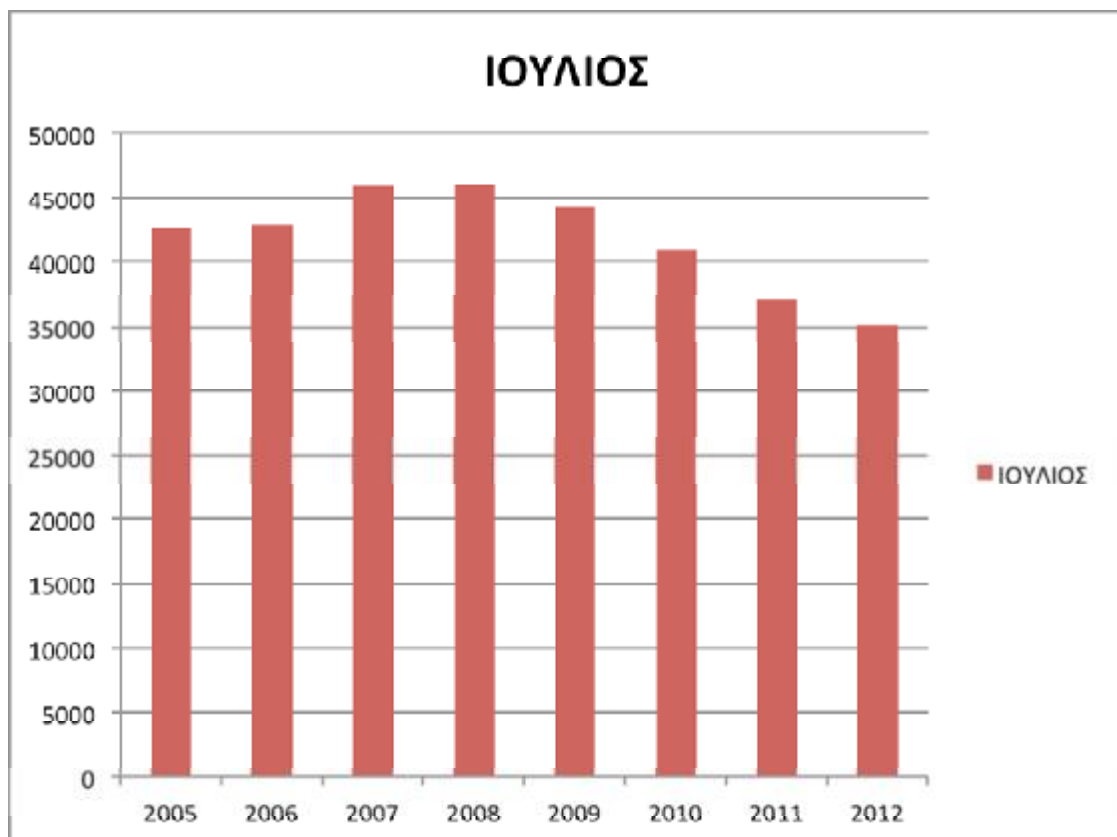
## 2.6 ΠΩΛΗΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΝΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Ιούνιο ήταν το 2006 με 43130 φύλλα. Ακολουθεί το 2007 με 42961 φύλλα, το 2009 με 42350, το 2005 με 42113, το 2010 με 40936 και το 2008 με 40180. Με πτωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 37062 και το 2012 με 31702 φύλλα.



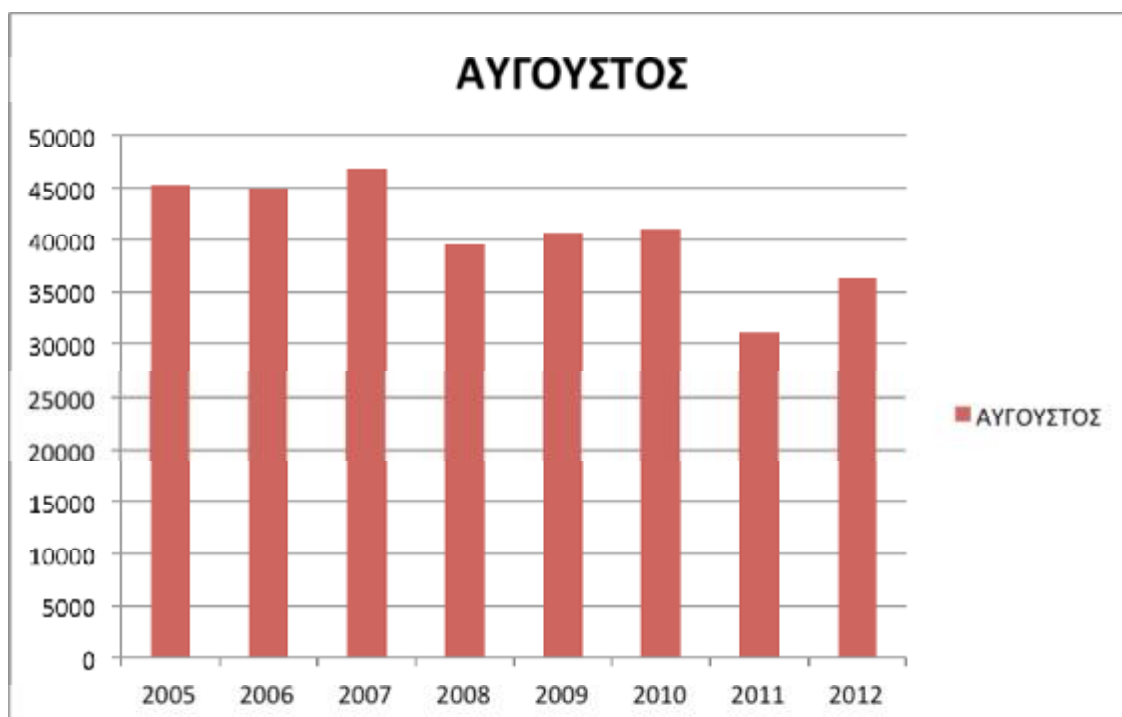
## 2.7 ΠΩΛΗΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Ιούλιο ήταν το 2008 με 45982 φύλλα. Ακολουθεί το 2007 με 45924 φύλλα, το 2009 με 44244, το 2006 με 42947, το 2005 με 42615 και το 2010 με 40986. Με πτωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 37181 και το 2012 με 35135 φύλλα.



## 2.8 ΠΩΛΗΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Αύγουστο ήταν το 2007 με 46801 φύλλα. Ακολουθεί το 2005 με 45166 φύλλα, το 2006 με 44938, το 2010 με 40987 και το 2009 με 40614. Με πτωτική τάση ακολουθούν το 2012 με 36398 και το 2011 με 31109 φύλλα.



## 2.9 ΠΩΛΗΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Σεπτέμβρη ήταν το 2005 με 45886 φύλλα. Ακολουθεί το 2006 με 43984 φύλλα, το 2008 με 43726, το 2007 με 42691, το 2009 με 42460 και το 2010 με 40683. Με πρωτική τάση ακολουθούν το 2012 με 36111 και το 2011 με 30009 φύλλα.



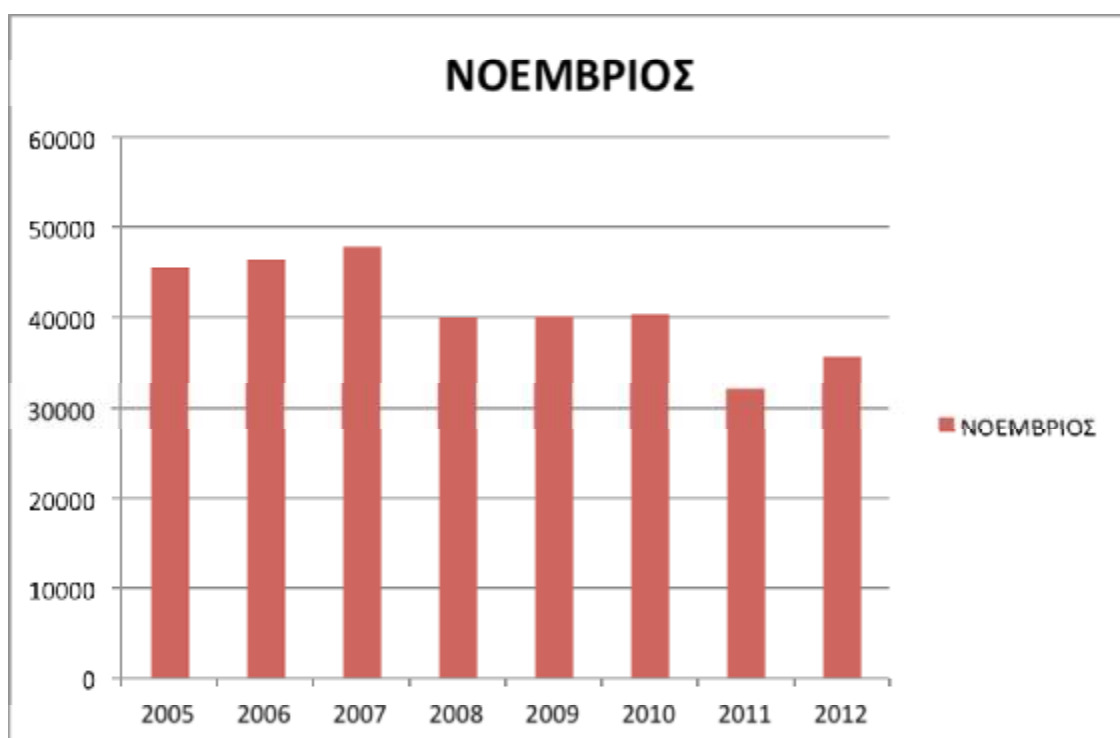
## 2.10 ΠΩΛΗΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Οκτώβρη ήταν το 2007 με 49666 φύλλα. Ακολουθεί το 2006 με 46792 φύλλα, το 2005 με 41407, το 2008 με 41350 και το 2009 με 40674. Με πτωτική τάση ακολουθούν το 2010 με 36567, το 2012 με 35447 και το 2011 με 31093 φύλλα.



## 2.11 ΠΩΛΗΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Νοέμβριο ήταν το 2007 με 47813 φύλλα. Ακολουθεί το 2006 με 46397 φύλλα, το 2005 με 45464, το 2010 με 40239, το 2009 με 40070 και το 2008 με 40042. Με πρωτική τάση ακολουθούν το 2012 με 35508 και το 2011 με 32101 φύλλα.



## 2.12 ΠΩΛΗΘΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

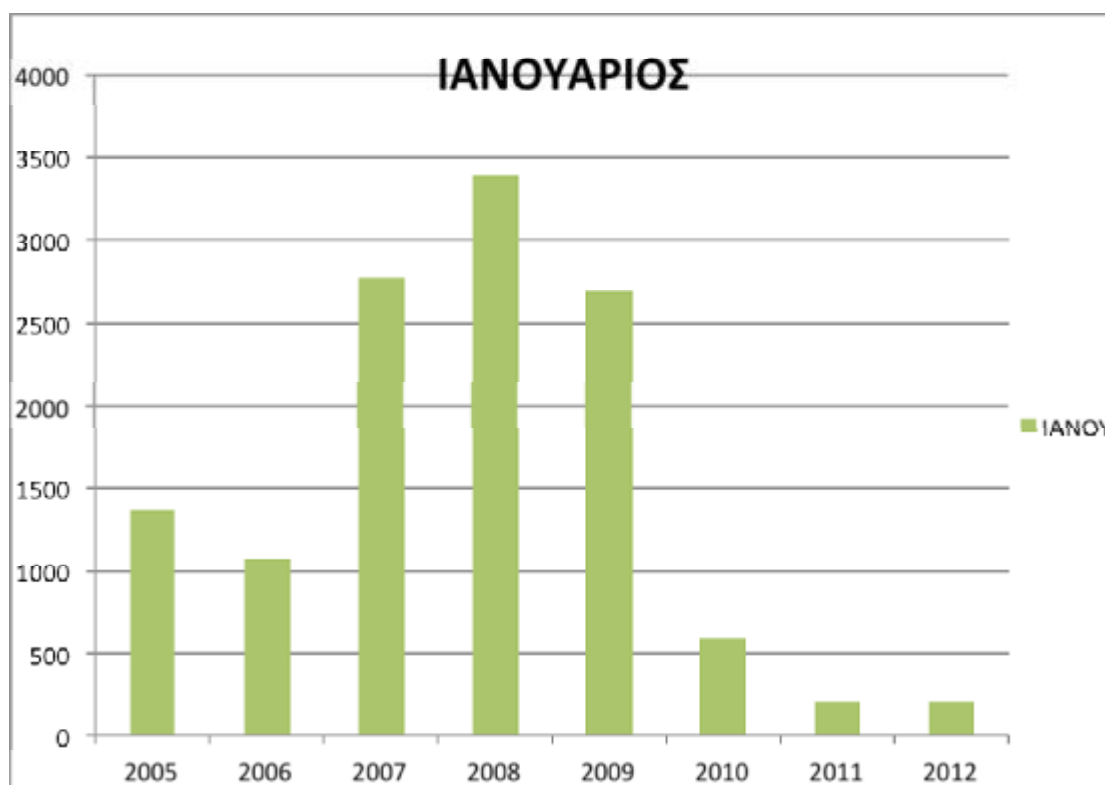
Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Δεκέμβριο ήταν το 2008 με 41179 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2009 με 39878 φύλλα, το 2005 με 39354, το 2010 με 39288, το 2007 με 37377 και το 2006 με 37064. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2012 με 34998 και το 2011 με 31313 φύλλα.



### 2.3.3 Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Επιστραφέντων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012

### 3.1 ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Ιανουάριο ήταν το 2008 με 3385 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2007 με 2775 φύλλα, το 2009 με 2689, το 2005 με 1371, το 2006 με 1078. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2010 με 596, το 2011 με 204 φύλλα και το 2012 με 205 επιστραφέντα φύλλα.





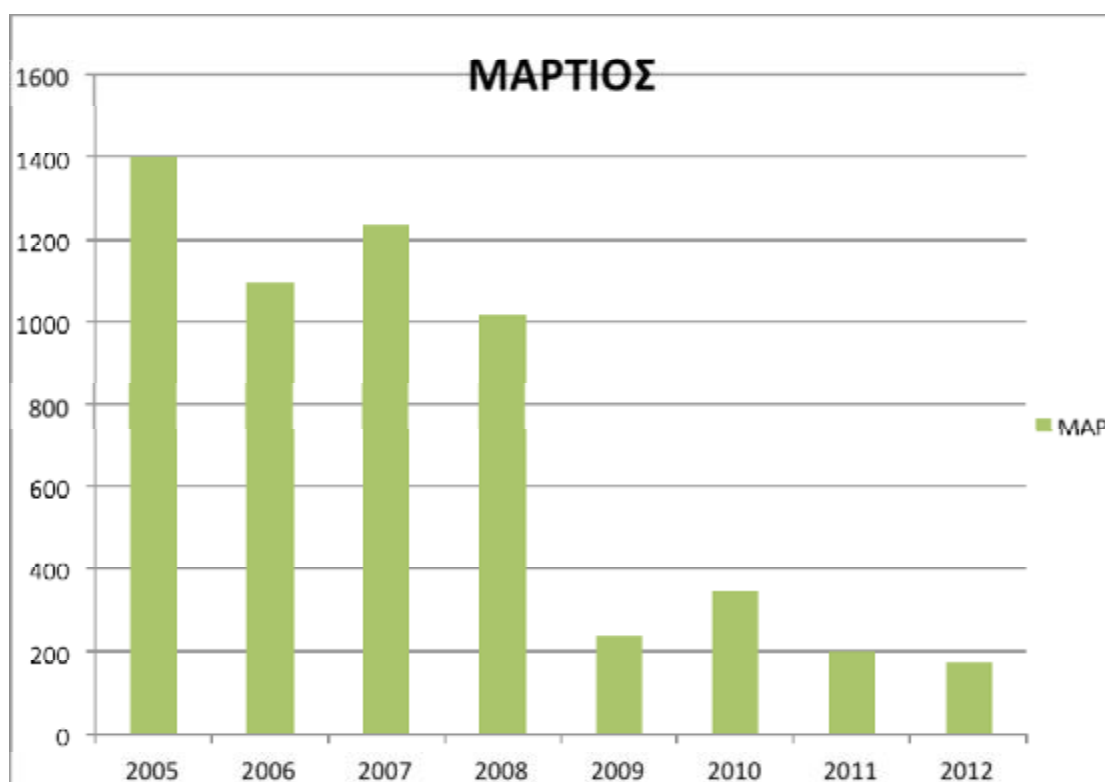
### 3.2 ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Φεβρουάριο ήταν το 2005 με 1946 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2007 με 1370 φύλλα, το 2008 με 1306, το 2006 με 850 και το 2009 με 455. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2010 με 268, το 2011 με 217 φύλλα και το 2012 με 199 επιστραφέντα φύλλα.



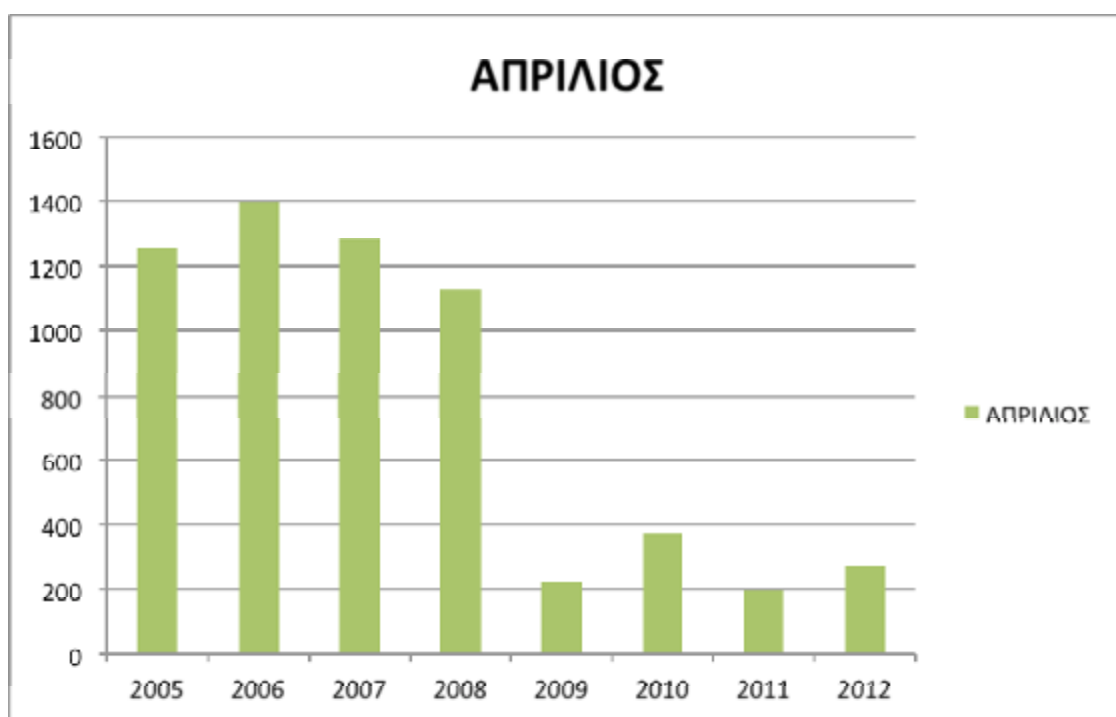
### 3.3 ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΜΑΡΤΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Μάρτιο ήταν το 2005 με 1402 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2007 με 1237 φύλλα, το 2006 με 1096 και το 2008 με 1017. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2010 με 348, το 2009 με 240, το 2011 με 201 φύλλα και το 2012 με 175 επιστραφέντα φύλλα.



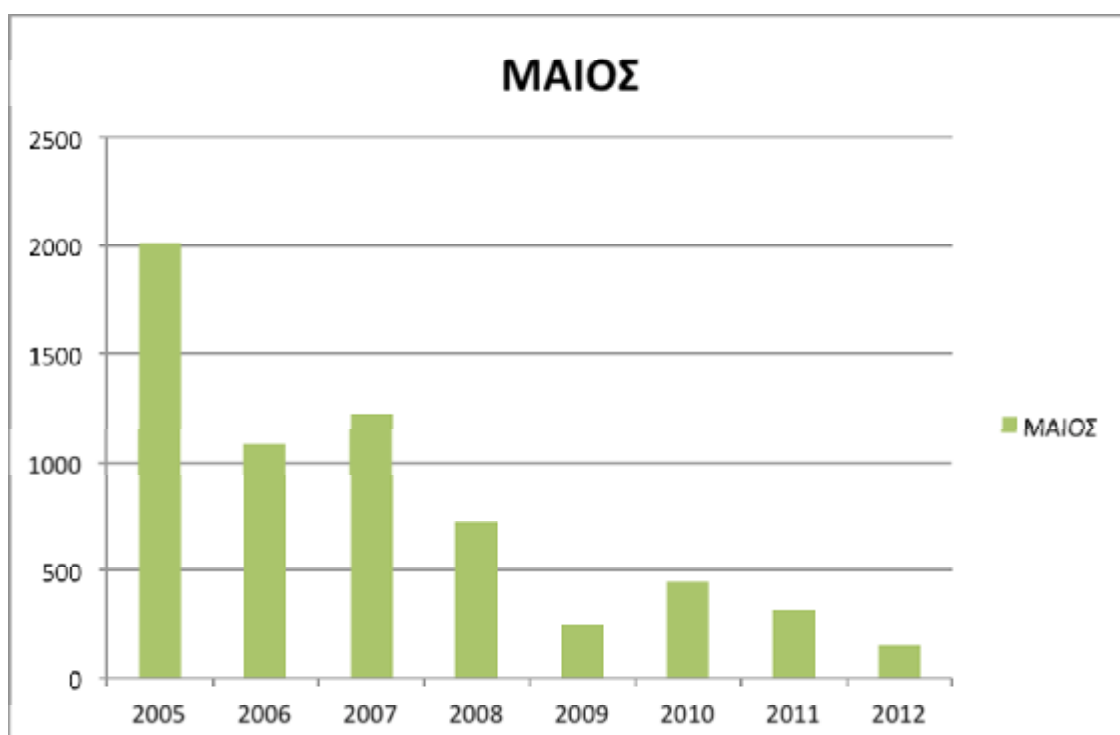
### 3.4 ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Απρίλιο ήταν το 2006 με 1399 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2007 με 1282 φύλλα, το 2005 με 1254 και το 2008 με 1128. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2010 με 371, το 2012 με 271, το 2009 με 223 φύλλα και το 2011 με 199 επιστραφέντα φύλλα.



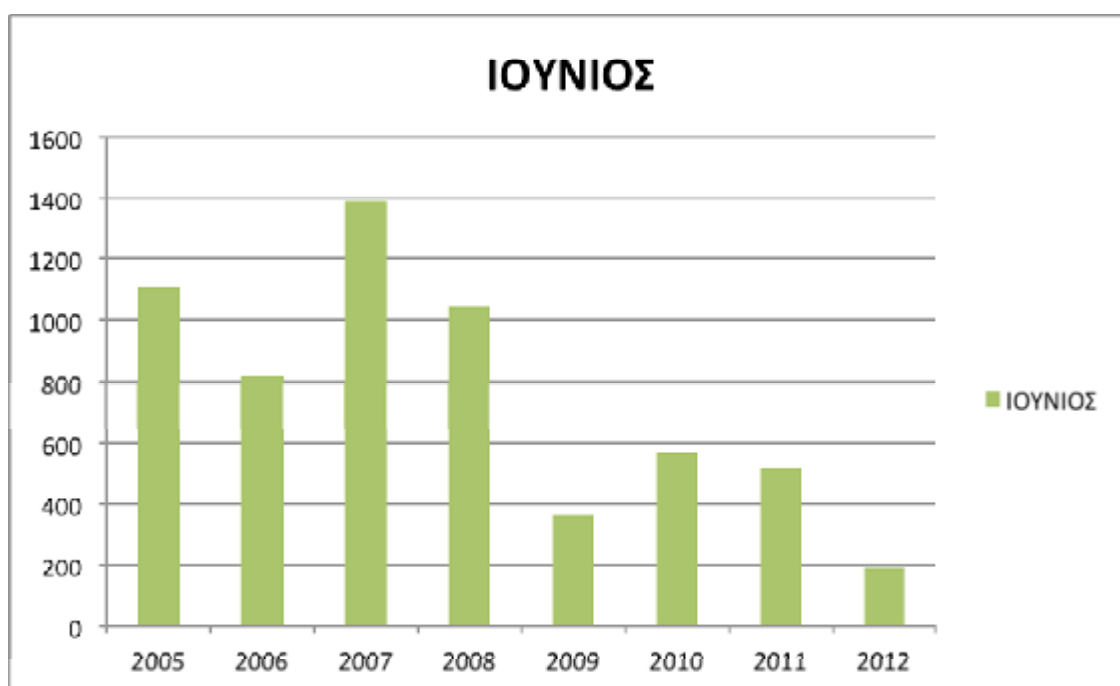
### 3.5 ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΜΑΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Μάιο ήταν το 2005 με 2011 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2007 με 1222 φύλλα και το 2006 με 1087. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2008 με 720, το 2010 με 447, το 2011 με 318 φύλλα, το 2009 με 247 και το 2012 με 149 επιστραφέντα φύλλα.



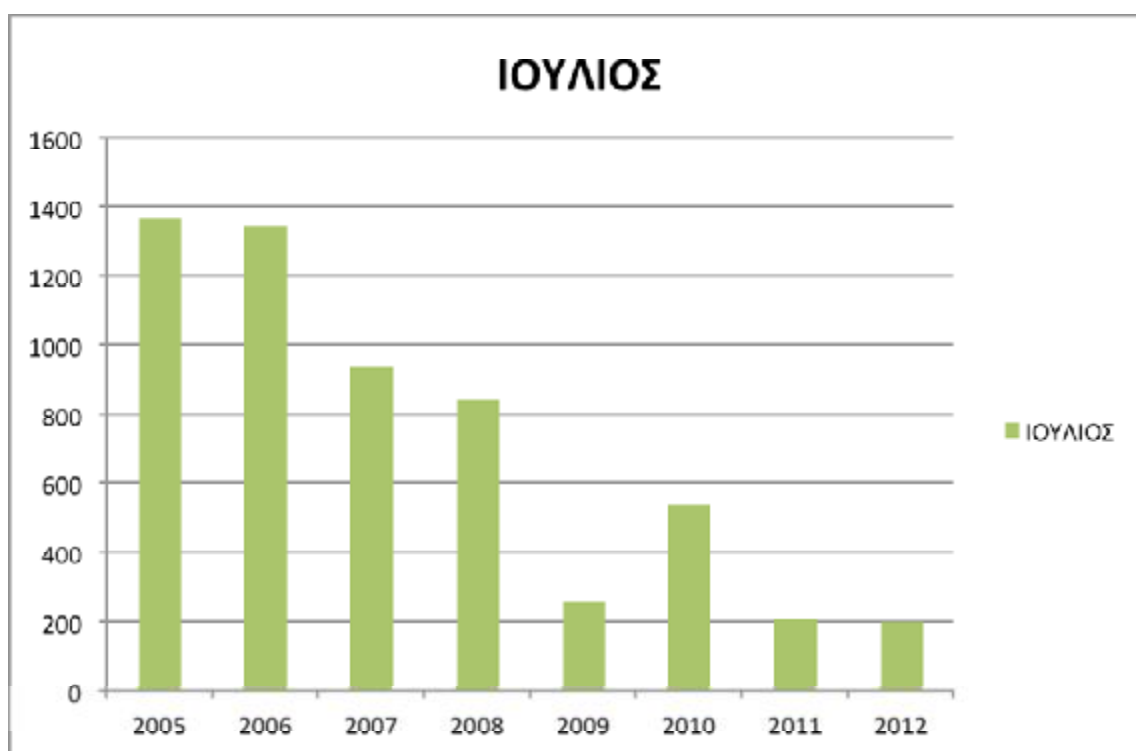
### 3.6 ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΝΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Ιούνιο ήταν το 2007 με 1391 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 1110 φύλλα και το 2008 με 1042. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2006 με 820, το 2010 με 569, το 2011 με 519 φύλλα, το 2009 με 364 και το 2012 με 189 επιστραφέντα φύλλα.



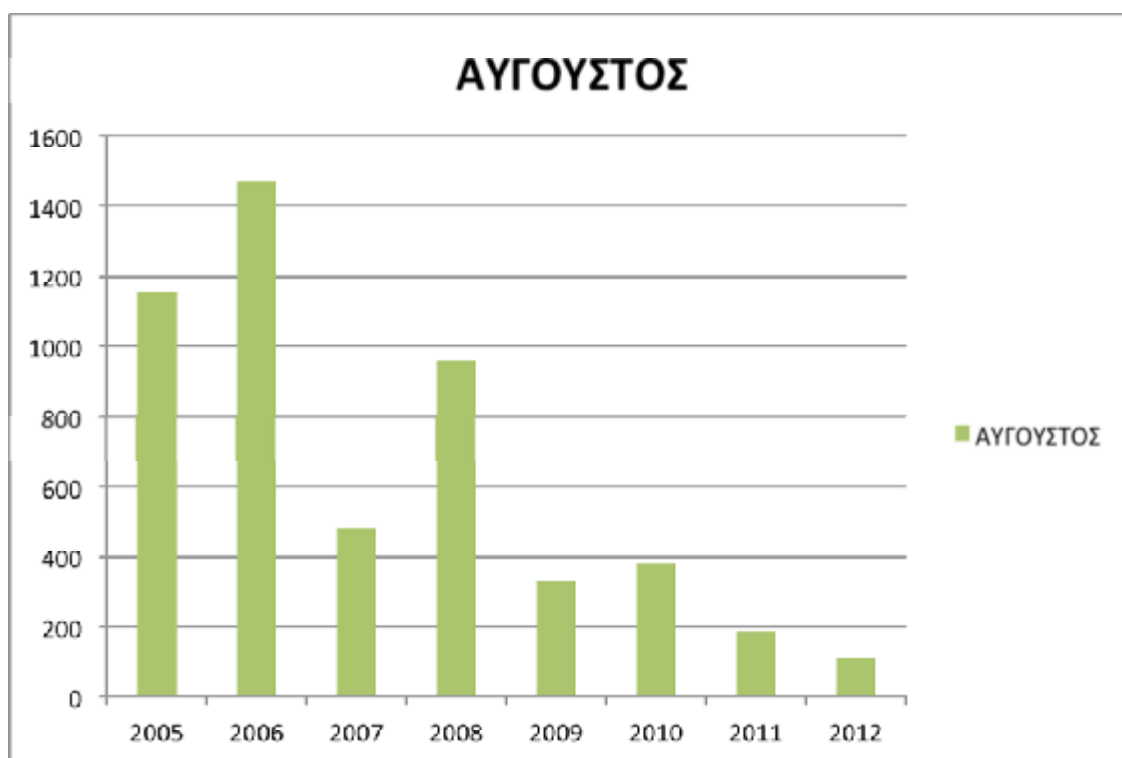
### 3.7 ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Ιούλιο ήταν το 2005 με 1367 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 1345 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2007 με 936, το 2008 με 842, το 2010 με 535 φύλλα, το 2009 με 255, το 2011 με 208 και το 2012 με 198 επιστραφέντα φύλλα.



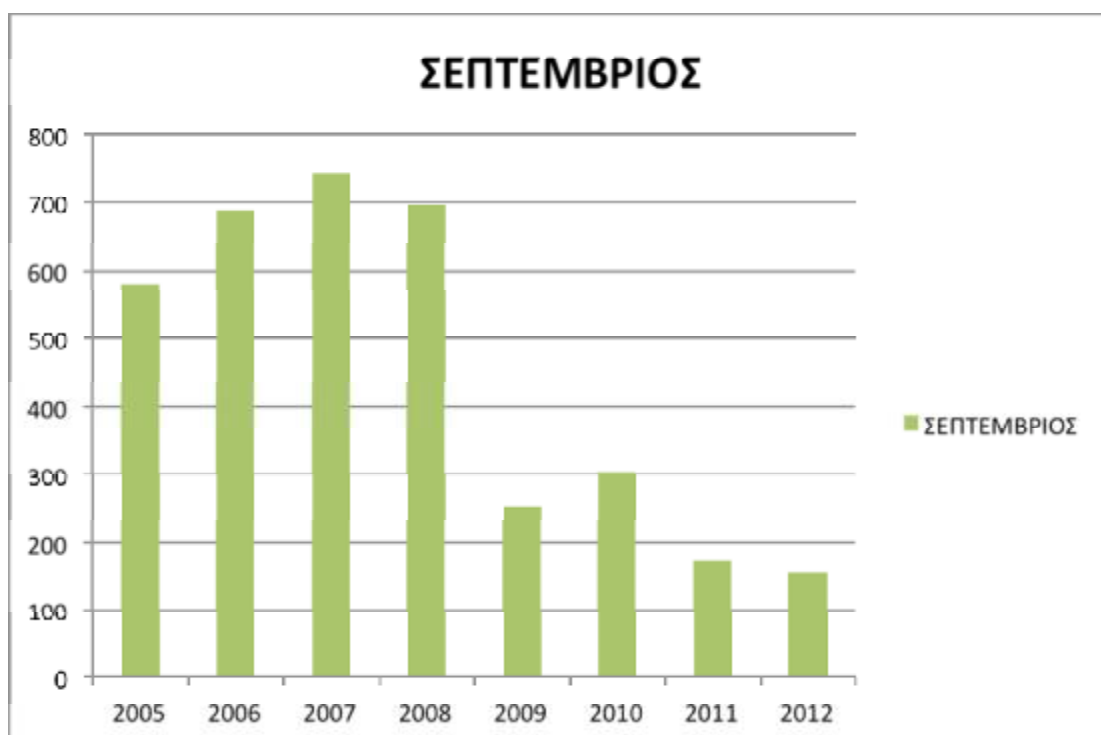
### 3.8 ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Αύγουστο ήταν το 2006 με 1468 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 1155 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2008 με 959, το 2007 με 478, το 2010 με 380 φύλλα, το 2009 με 331, το 2011 με 186 και το 2012 με 110 επιστραφέντα φύλλα.



### 3.9 ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Σεπτέμβριο ήταν το 2007 με 742 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2008 με 695 φύλλα και το 2007 με 687 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2005 με 580, το 2010 με 303, το 2009 με 251 φύλλα, το 2011 με 174 και το 2012 με 154 επιστραφέντα φύλλα.





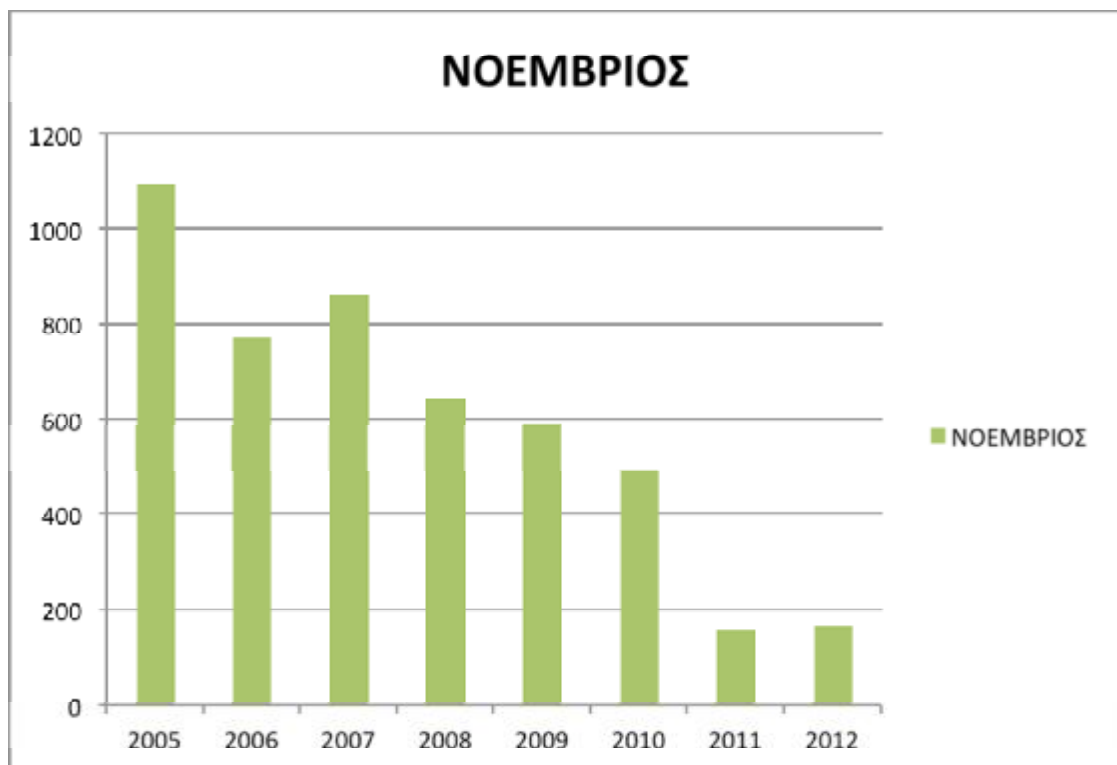
### 3.10 ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Οκτώβριο ήταν το 2008 με 921 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 849 φύλλα, το 2007 με 783 και το 2005 με 780 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2009 με 531, το 2010 με 506, το 2011 με 290 και το 2012 με 288 επιστραφέντα φύλλα.



### 3.11 ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Νοέμβριο ήταν το 2005 με 1096 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2007 με 861 φύλλα και το 2006 με 769. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2008 με 643, το 2009 με 589, το 2010 με 491, το 2012 με 165 και το 2011 με 156 επιστραφέντα φύλλα.



### 3.12 ΕΠΙΣΤΡΑΦΕΝΤΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

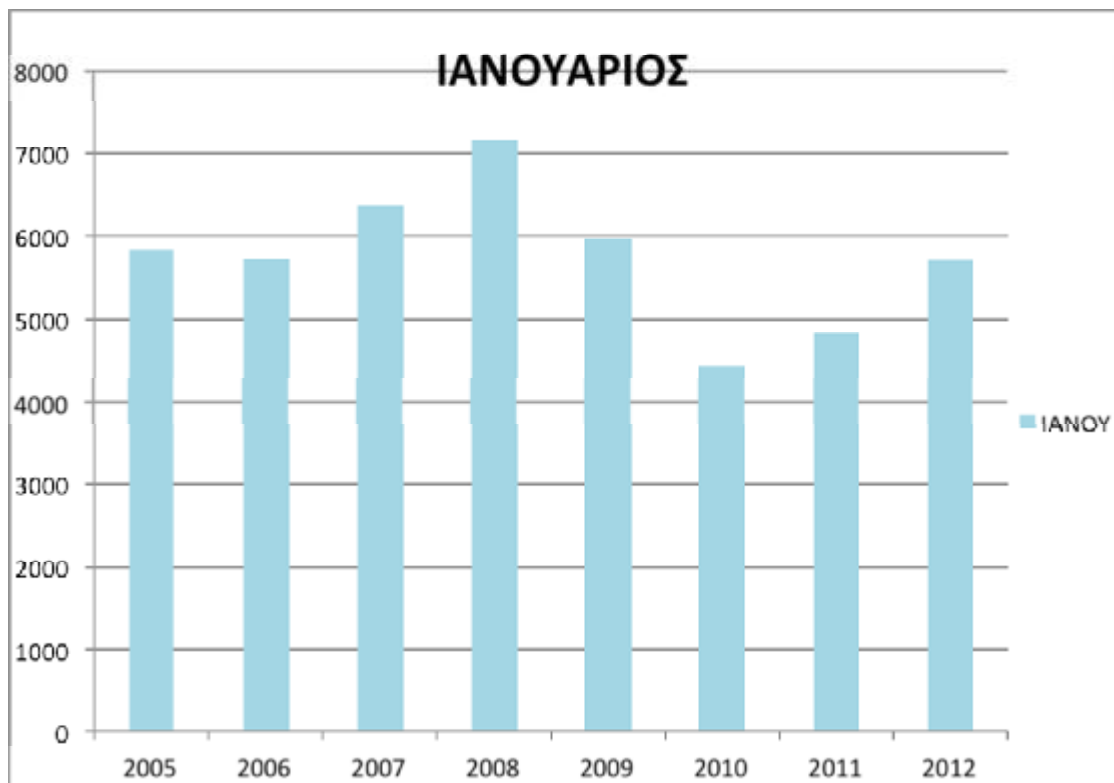
Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Δεκέμβριο ήταν το 2005 με 2818 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 1554 φύλλα, το 2008 με 1332 και το 2010 με 1061. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 722 και το 2012 με 179 επιστραφέντα φύλλα. Το 2007 και 2009 δεν σημειώθηκαν επιστροφές.



#### 2.3.4 Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Πωληθέντων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012 στα Περίπτερα

#### 4.1 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΗΝΟΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα περίπτερα για το μήνα Ιανουάριο ήταν το 2008 με 7165 φύλλα. Ακολουθεί με πρωτική τάση το 2007 με 6352 φύλλα, το 2009 με 5980, το 2005 με 5830 και το 2012 με 5704. Με ακόμα πιο πρωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 4827 και το 2010 με 4446 φύλλα.



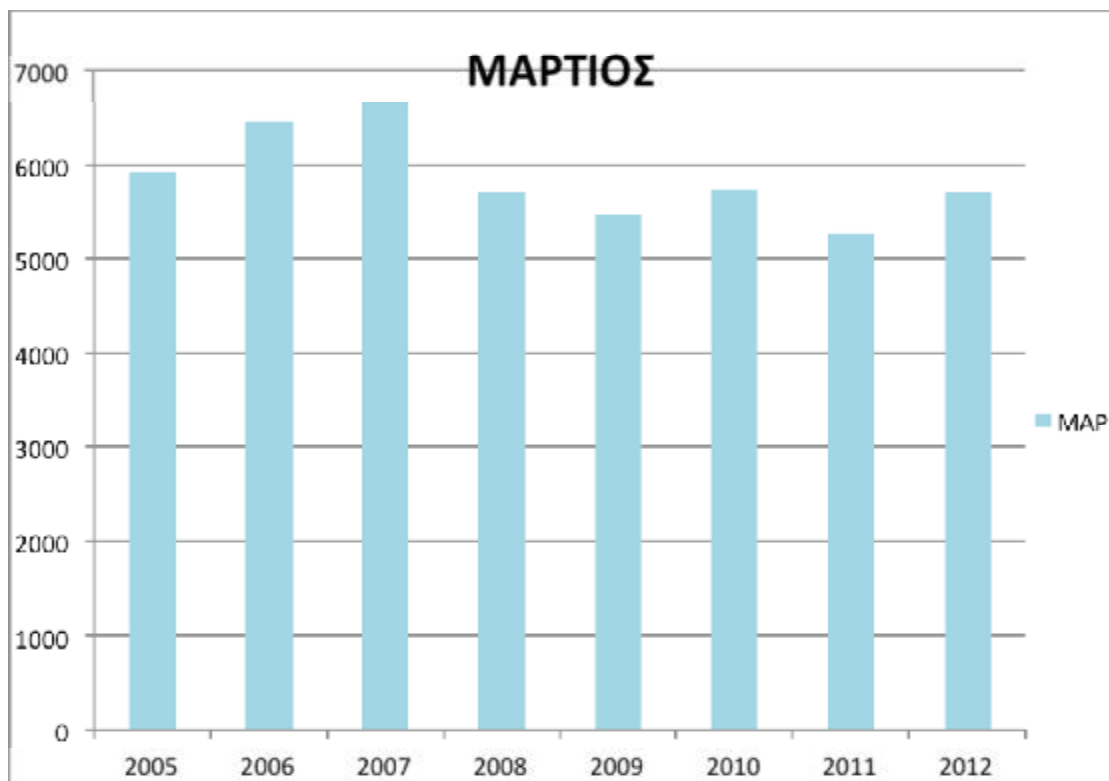
## 4.2 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΗΝΟΣ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα περίπτερα για το μήνα Φεβρουάριο ήταν το 2005 με 6368 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2008 με 6240 φύλλα, το 2009 με 5890, το 2007 με 5738, το 2012 με 5624 και το 2006 με 5365. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 4927 και το 2010 με 4655 φύλλα.



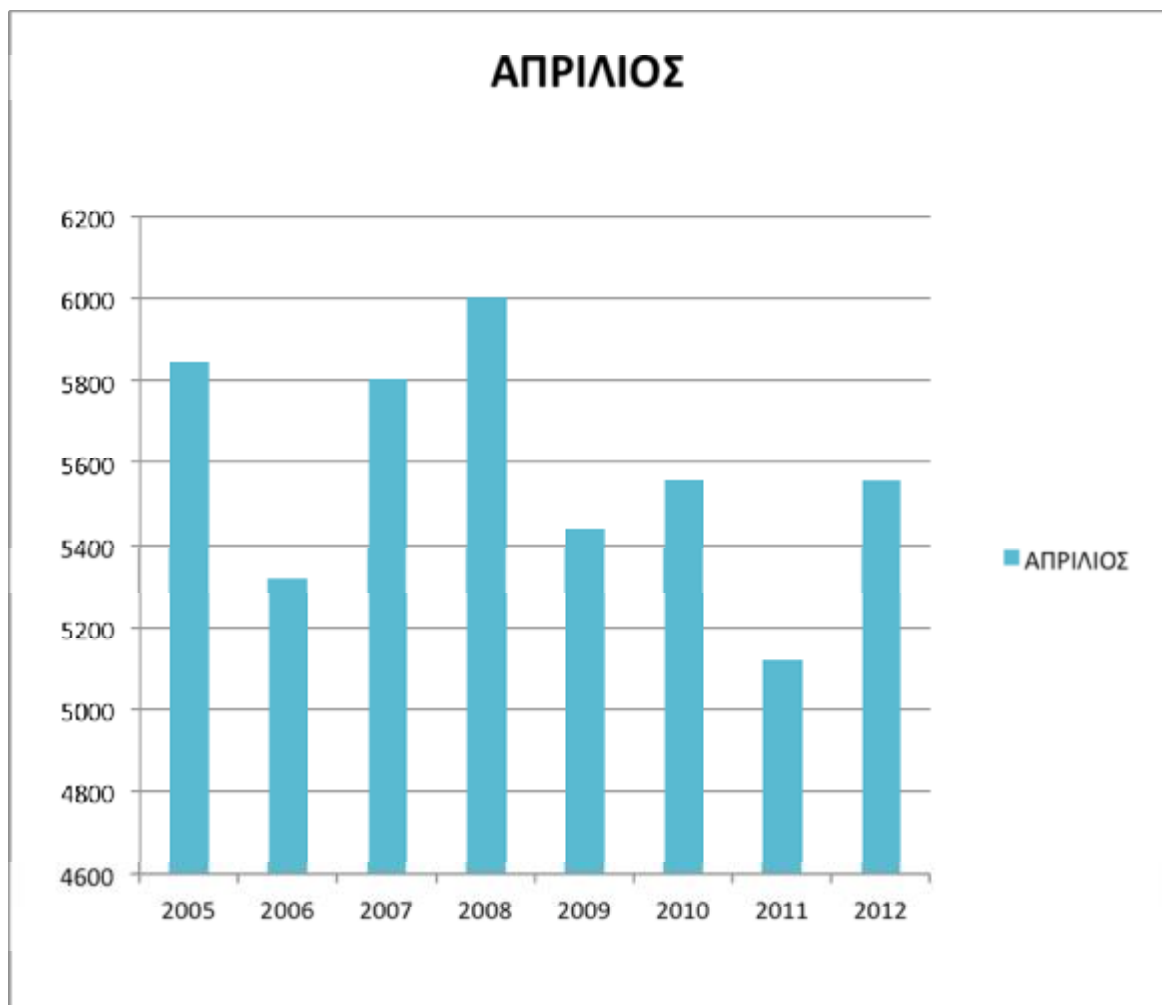
### 4.3 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΗΝΟΣ ΜΑΡΤΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα περίπτερα για το μήνα Μάρτιο ήταν το 2007 με 6649 φύλλα. Ακολουθεί με πρωτική τάση το 2006 με 6458 φύλλα, το 2005 με 5928, το 2010 με 5742, το 2009 με 5462, το 2008 με 5710, το 2012 με 5708 και το 2011 με 5275.



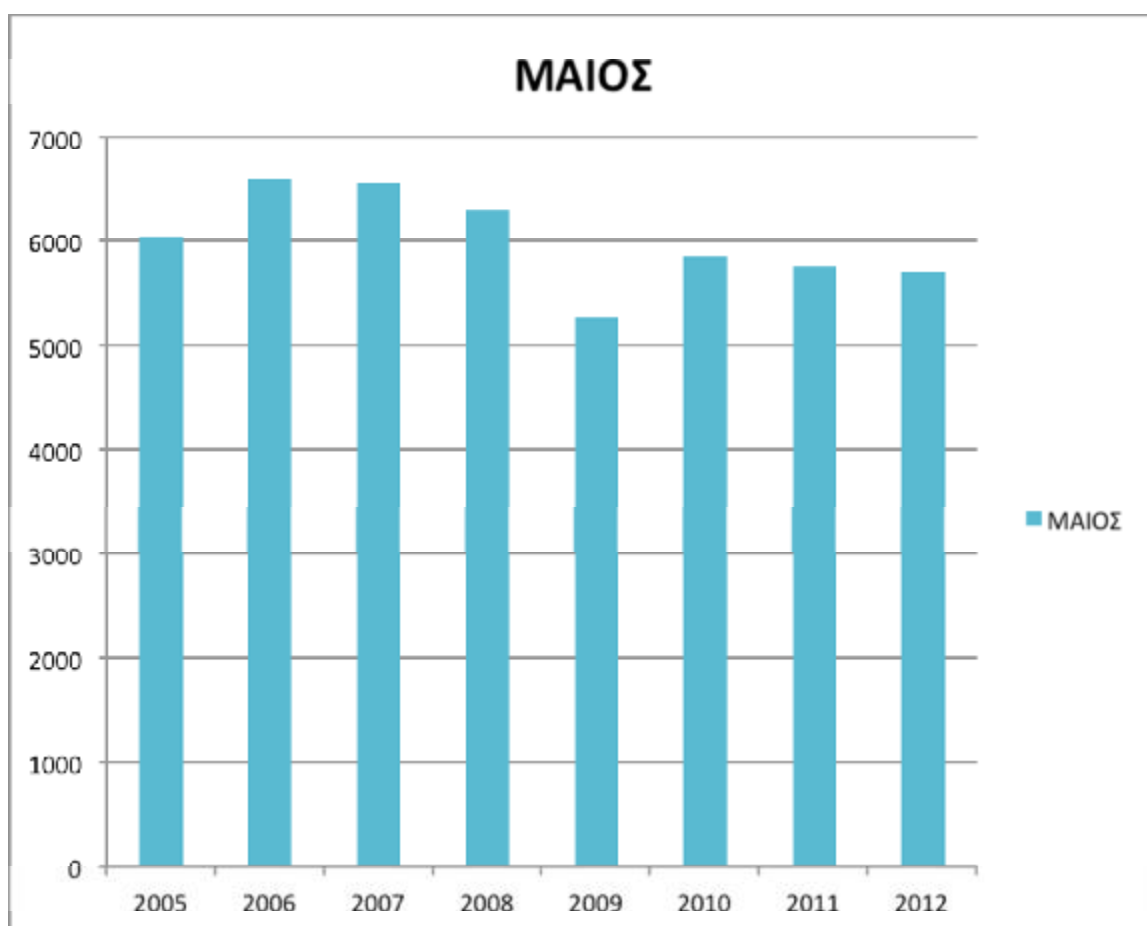
#### 4.4 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΗΝΟΣ ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα περίπτερα για το μήνα Απρίλιο ήταν το 2008 με 6000 φύλλα. Ακολουθεί με πρωτική τάση το 2005 με 5848 φύλλα, το 2007 με 5803, το 2010 με 5555, το 2012 με 5555, το 2009 με 5440 και το 2006 με 5322. Με ακόμα πιο πρωτική τάση ακολουθεί το 2011 με 5119 φύλλα.



#### 4.5 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΗΝΟΣ ΜΑΙΟΥ 2005-2012

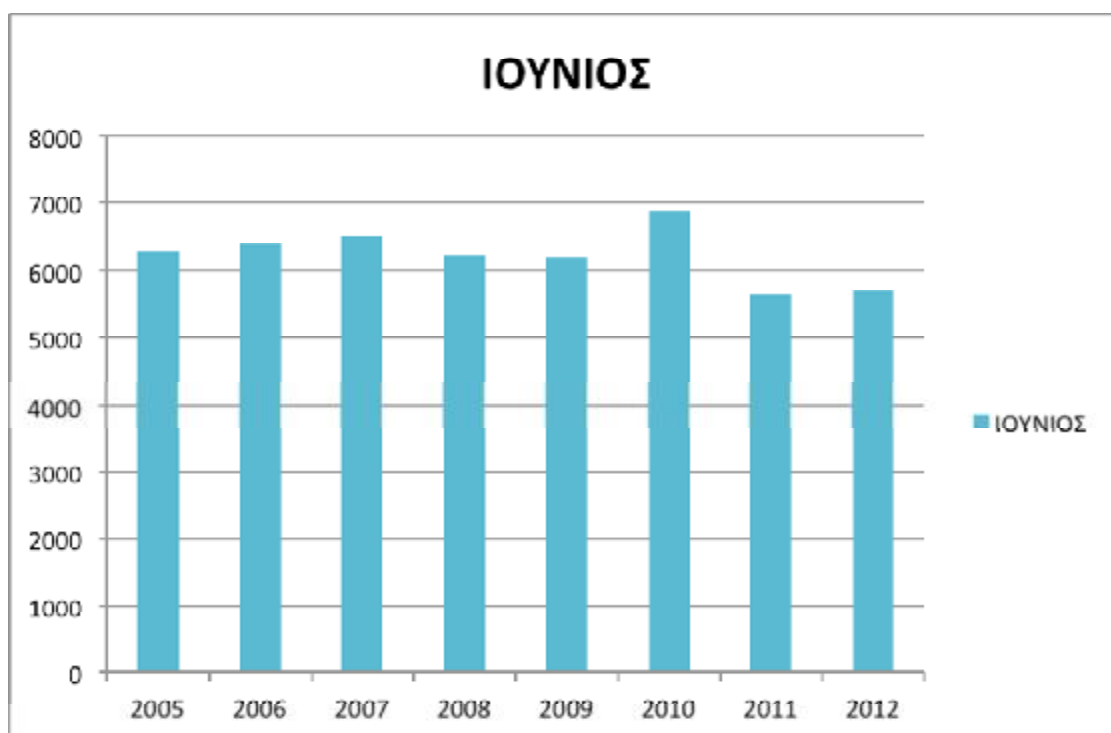
Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα περίπτερα για το μήνα Μαΐου ήταν το 2006 με 6603 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2007 με 6572 φύλλα, το 2008 με 6300 και το 2005 με 6037. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2010 με 5839, το 2011 με 5756, το 2012 με 5703 και το 2009 με 5264 φύλλα.





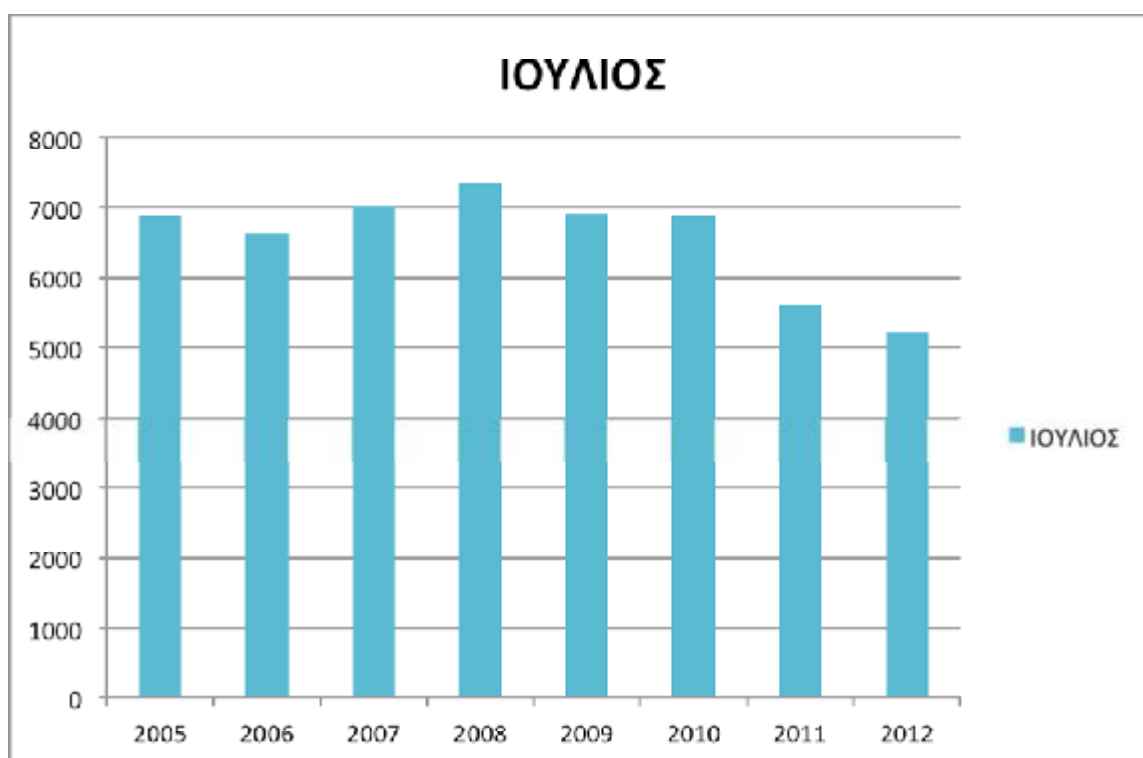
#### 4.6 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΝΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα περίπτερα για το μήνα Ιουνίου ήταν το 2010 με 6880 φύλλα. Ακολουθεί με πρωτική τάση το 2007 με 6507 φύλλα, το 2006 με 6379, το 2005 με 6273, το 2008 με 6200 και το 2009 με 6181. Με ακόμα πιο πρωτική τάση ακολουθούν το 2012 με 5694 και το 2011 με 5235 φύλλα.



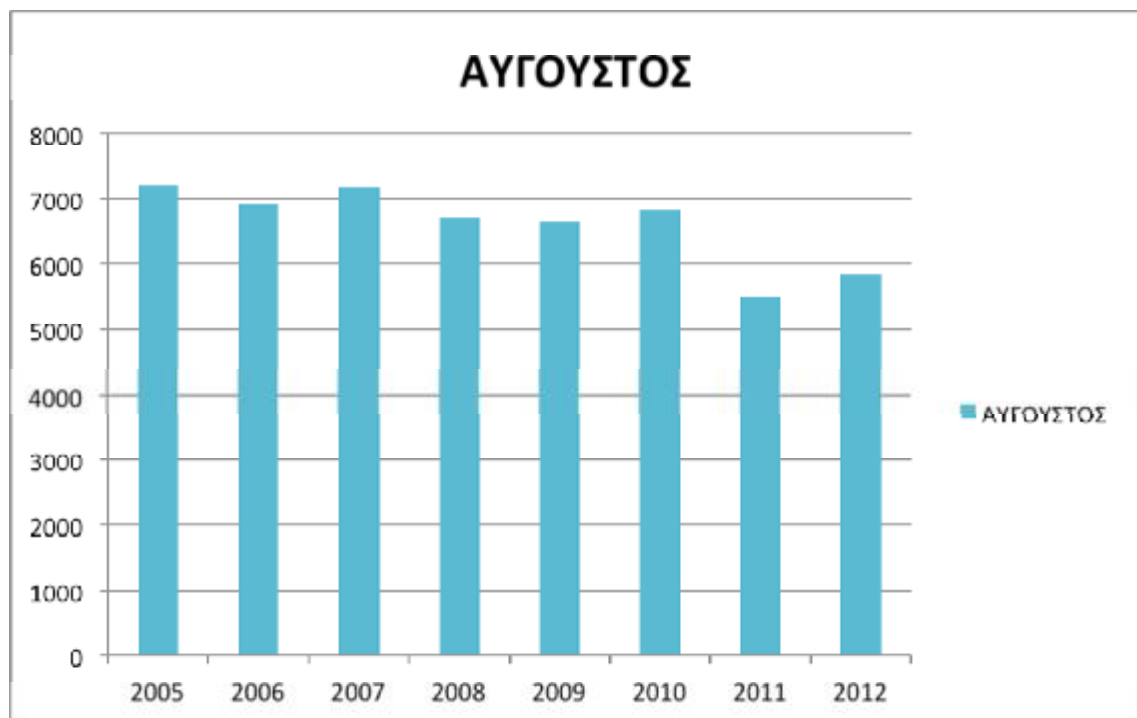
#### 4.7 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα περίπτερα για το μήνα Ιούλιο ήταν το 2008 με 7368 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2007 με 7014 φύλλα, το 2009 με 6897, το 2010 με 6888, το 2005 με 6883 και το 2006 με 6639. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 5604 και το 2012 με 5203 φύλλα.



#### 4.8 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΗΝΟΣ ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα περίπτερα για το μήνα Αύγουστο ήταν το 2005 με 7216 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2007 με 7179 φύλλα, το 2006 με 6902, το 2010 με 6821, το 2008 με 6710 και το 2009 με 6642. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2012 με 5839 και το 2011 με 5502 φύλλα.



#### 4.9 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΗΝΟΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα περίπτερα για το μήνα Σεπτέμβριο ήταν το 2008 με 7115 φύλλα. Ακολουθεί με πρωτική τάση το 2005 με 7036 φύλλα, το 2007 με 6815, το 2006 με 6776, το 2009 με 6553, και το 2010 με 6549. Με ακόμα πιο πρωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 5465 και το 2012 με 5306 φύλλα.



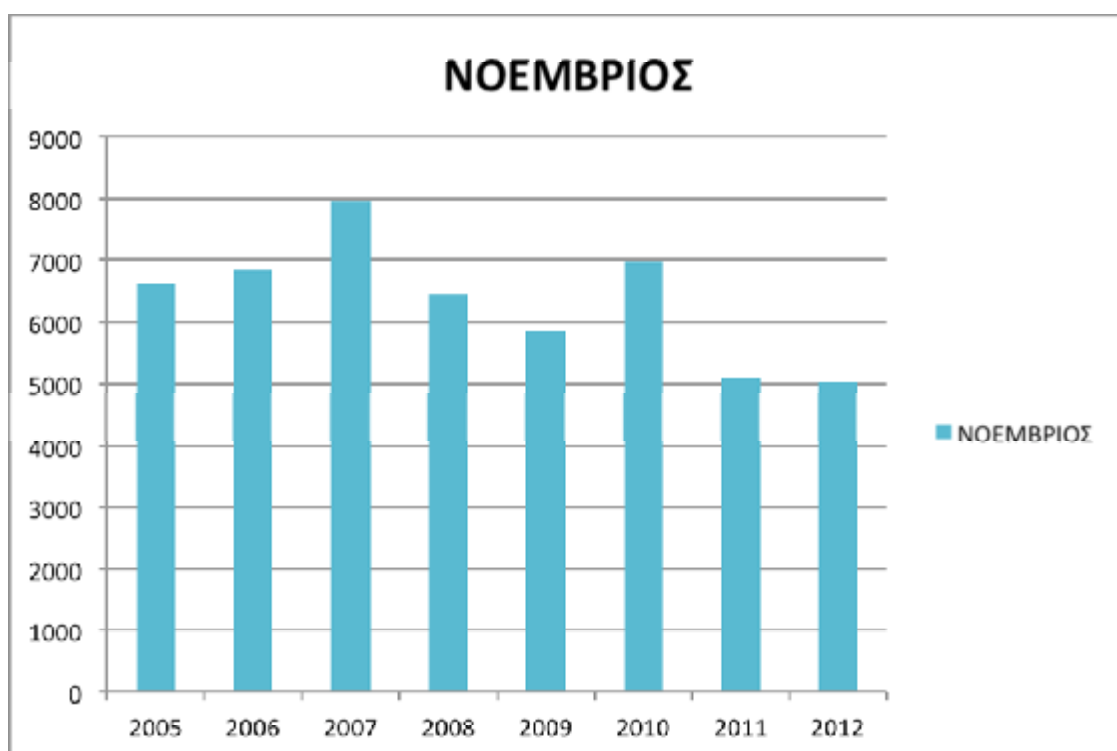
#### 4.10 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΗΝΟΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα περίπτερα για το μήνα Οκτώβριο ήταν το 2007 με 8173 φύλλα. Ακολουθεί με πρωτική τάση το 2006 με 7551 φύλλα, το 2009 με 6479, το 2008 με 6415, και το 2005 με 6020. Με ακόμα πιο πρωτική τάση ακολουθούν το 2010 με 5897, το 2011 με 5399 και το 2012 με 5033 φύλλα.



#### 4.11 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΗΝΟΣ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα περίπτερα για το μήνα Νοέμβριο ήταν το 2007 με 7960 φύλλα. Ακολουθεί με πρωτική τάση το 2010 με 6956, το 2006 με 6842 φύλλα, το 2005 με 6641 και το 2008 με 6460. Με ακόμα πιο πρωτική τάση ακολουθούν το 2009 με 5874, το 2011 με 5102 και το 2012 με 5029 φύλλα.



#### 4.12 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΗΝΟΣ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

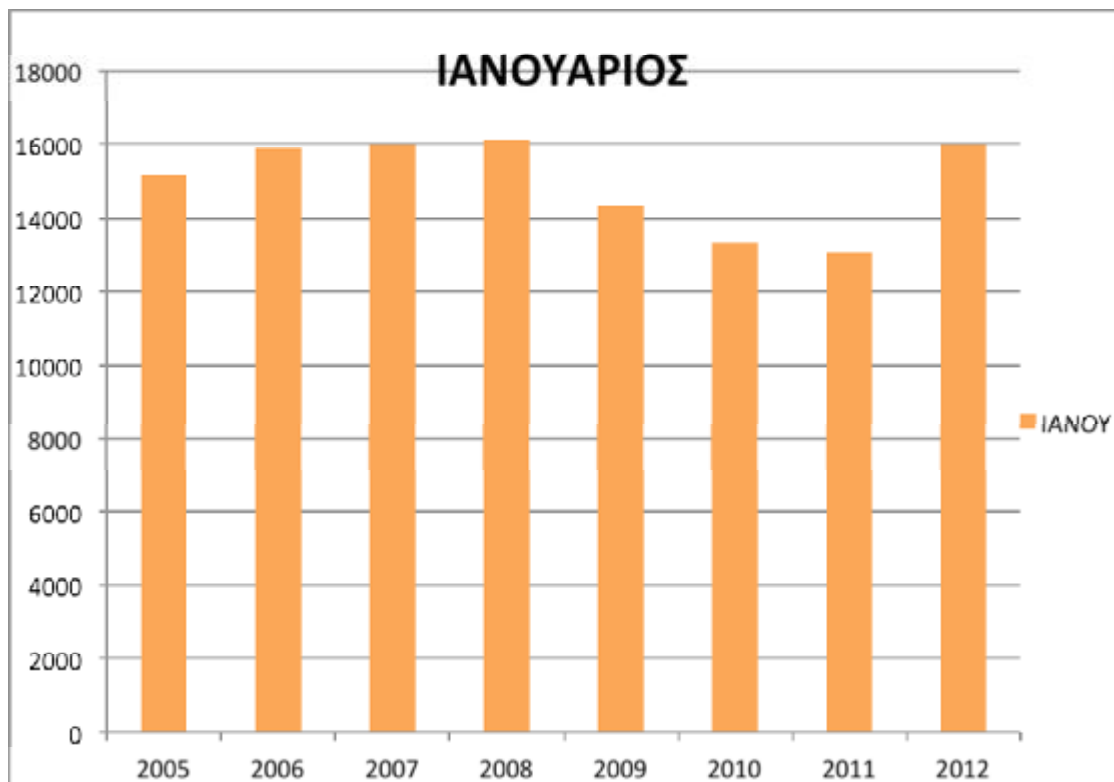
Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα περίπτερα για το μήνα Δεκέμβριο ήταν το 2010 με 6906 φύλλα. Ακολουθεί με πρωτική τάση το 2008 με 6565. Με ακόμα πιο πρωτική τάση ακολουθούν το 2007 με 5825, το 2005 με 5771, το 2006 με 5556, το 2009 με 5280 φύλλα, το 2012 με 5103 και το 2011 με 4493 φύλλα.



#### 2.3.5 Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Εκδοθέντων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012 στα Σταθερά Σημεία

## 5.1 ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα σταθερά φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Ιανουάριο ήταν το 2008 με 16113 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2007 με 15995, το 2012 με 15987, το 2006 με 15874 και το 2005 με 15195 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2009 με 14331, το 2010 με 13347 και το 2011 με 13063 φύλλα.





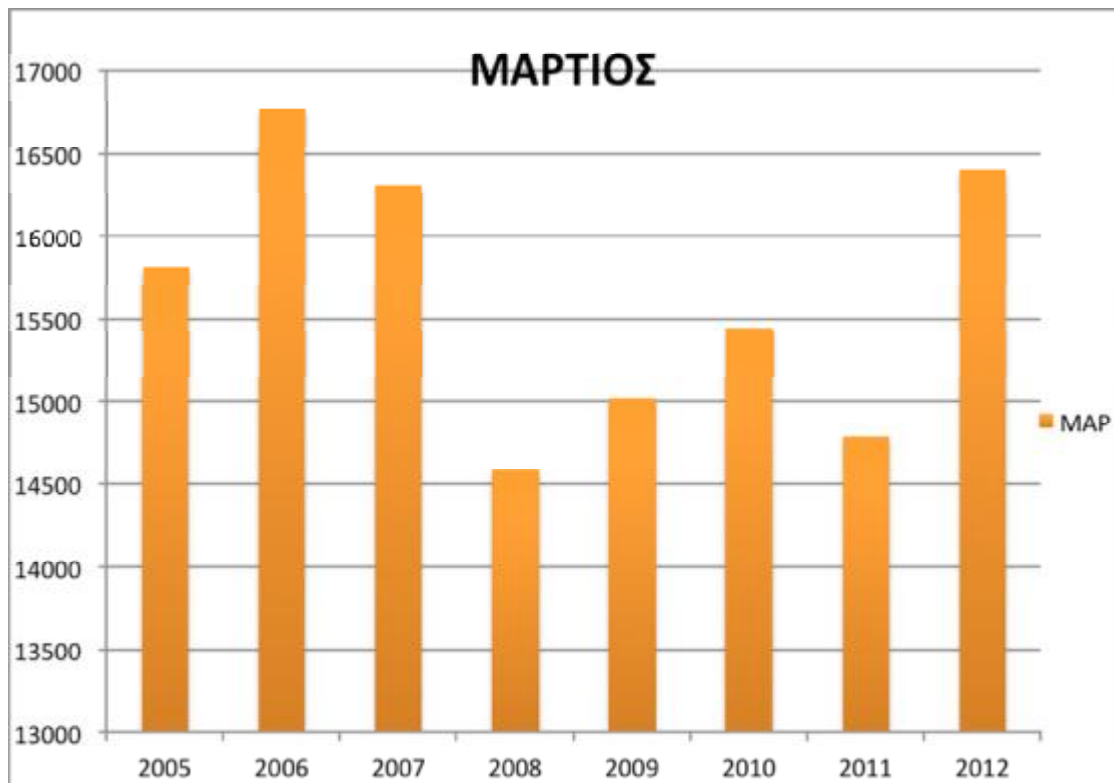
## 5.2 ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα σταθερά φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Φεβρουάριο ήταν το 2012 με 16101 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 15912, το 2006 με 15414, το 2008 με 15347, το 2010 με 14959 και το 2007 με 14147 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 13858 και το 2010 με 13329 φύλλα.



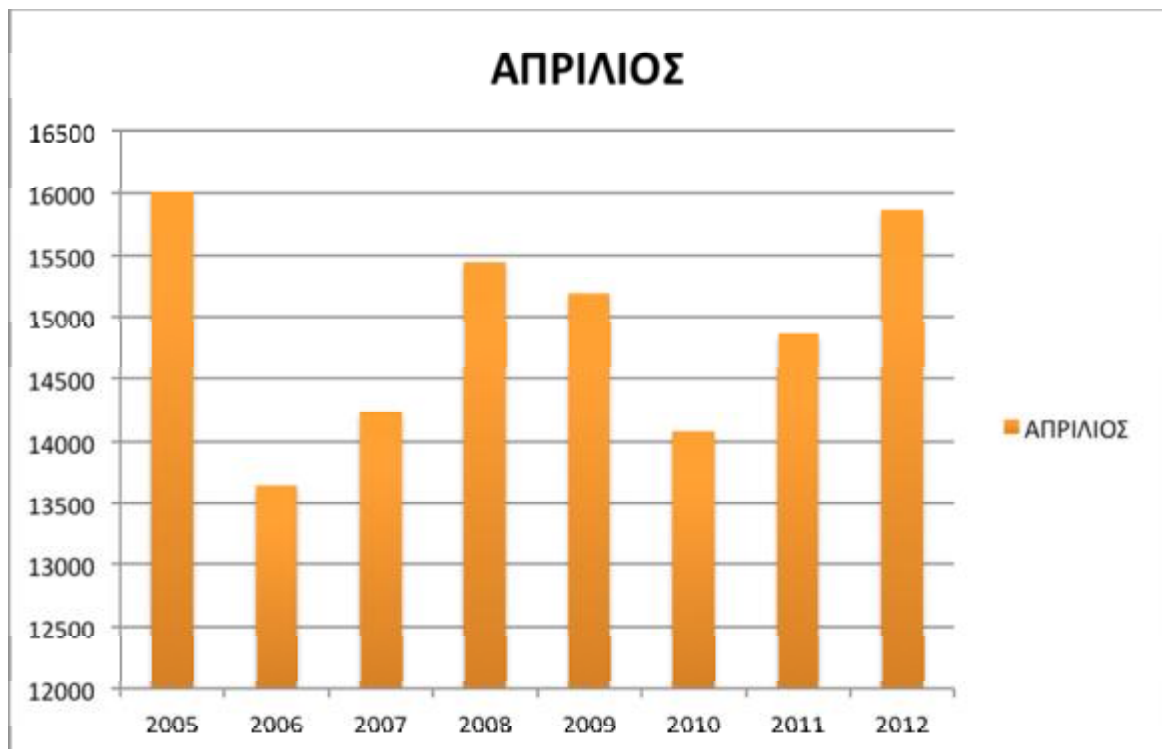
### 5.3 ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΜΑΡΤΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα σταθερά φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Μάρτιο ήταν το 2006 με 16765 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2012 με 16403 και το 2007 με 16307. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2005 με 15801, το 2010 με 15440, το 2011 με 14784, το 2008 με 14579 και το 2009 με 14579 φύλλα.



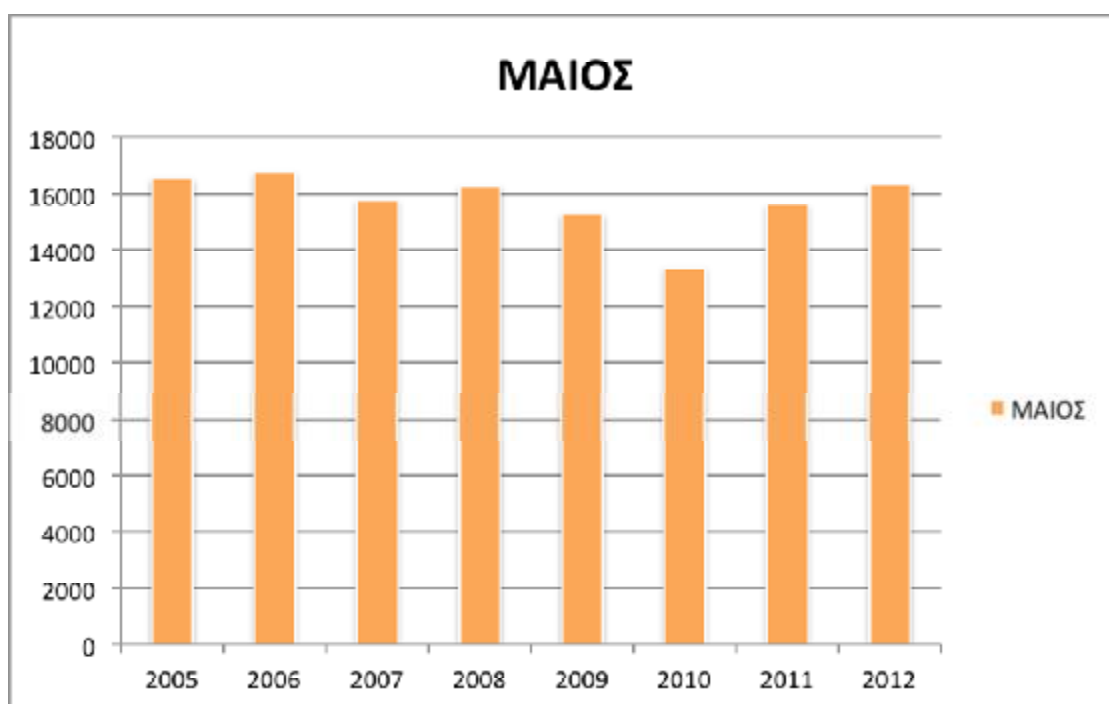
## 5.4 ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα σταθερά φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Απρίλιο ήταν το 2005 με 16016 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2012 με 15872, το 2008 με 15440 και το 2009 με 15184. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 14856, το 2007 με 14233, το 2010 με 14076 και το 2006 με 13640 φύλλα.



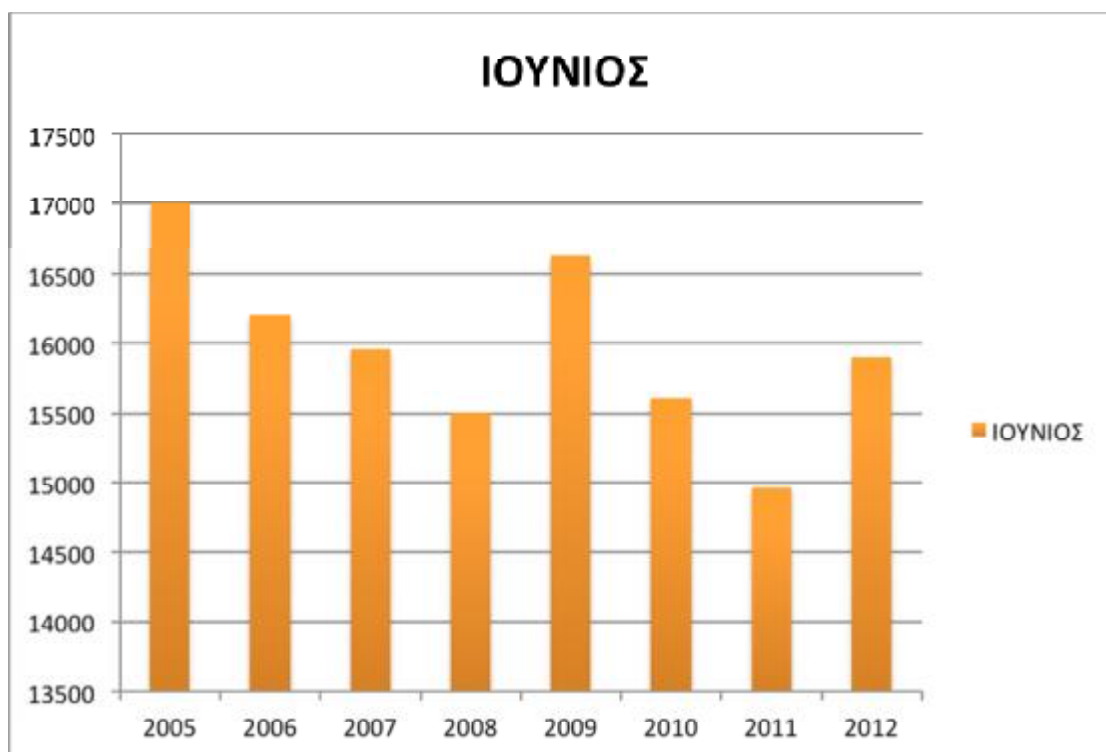
## 5.5 ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΜΑΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα σταθερά φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Μαΐο ήταν το 2006 με 16754 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 16542, το 2008 με 16284 και το 2012 με 16321. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2007 με 15793, το 2011 με 15614, το 2009 με 15285 και το 2010 με 13376 φύλλα.



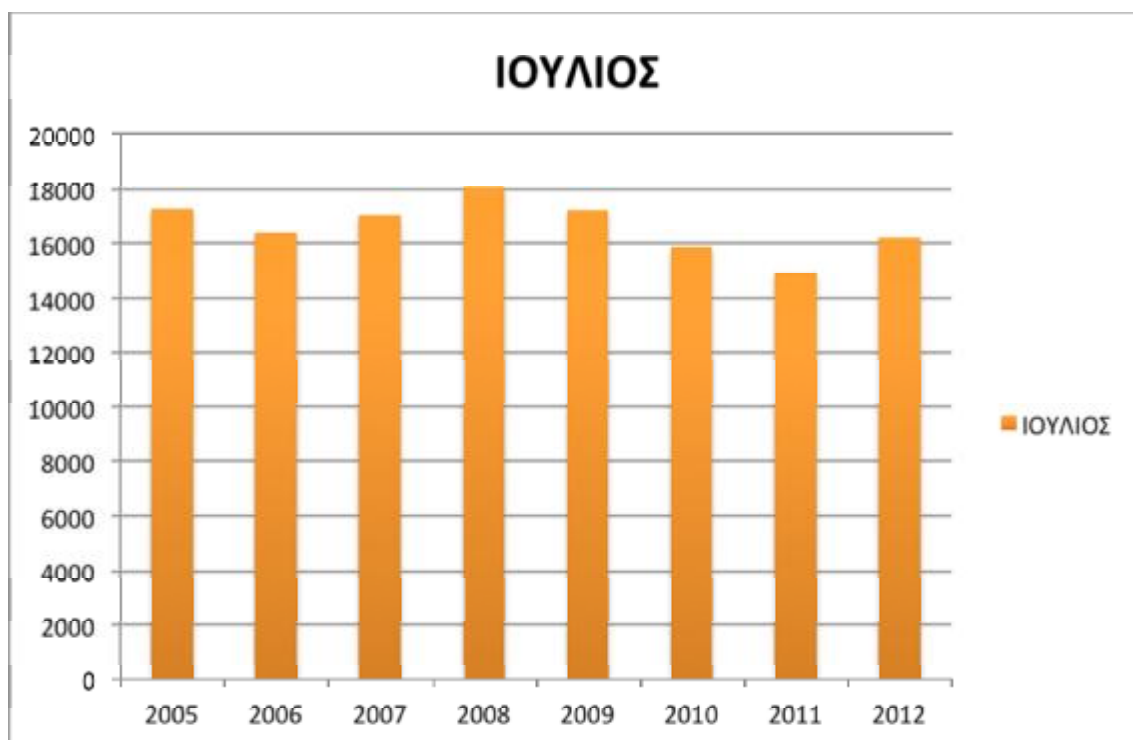
## 5.6 ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΝΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα σταθερά φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Ιούνιο ήταν το 2005 με 17001 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2009 με 16626 και το 2006 με 16208. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2007 με 15951, το 2012 με 15903, το 2010 με 15606, το 2008 με 15506 και το 2011 με 14963 φύλλα.



## 5.7 ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα σταθερά φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Ιούλιο ήταν το 2008 με 18065 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 17287, το 2009 με 17224 και το 2007 με 17034. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2006 με 16371, το 2012 με 16204, το 2010 με 15854 και το 2011 με 14921 φύλλα.



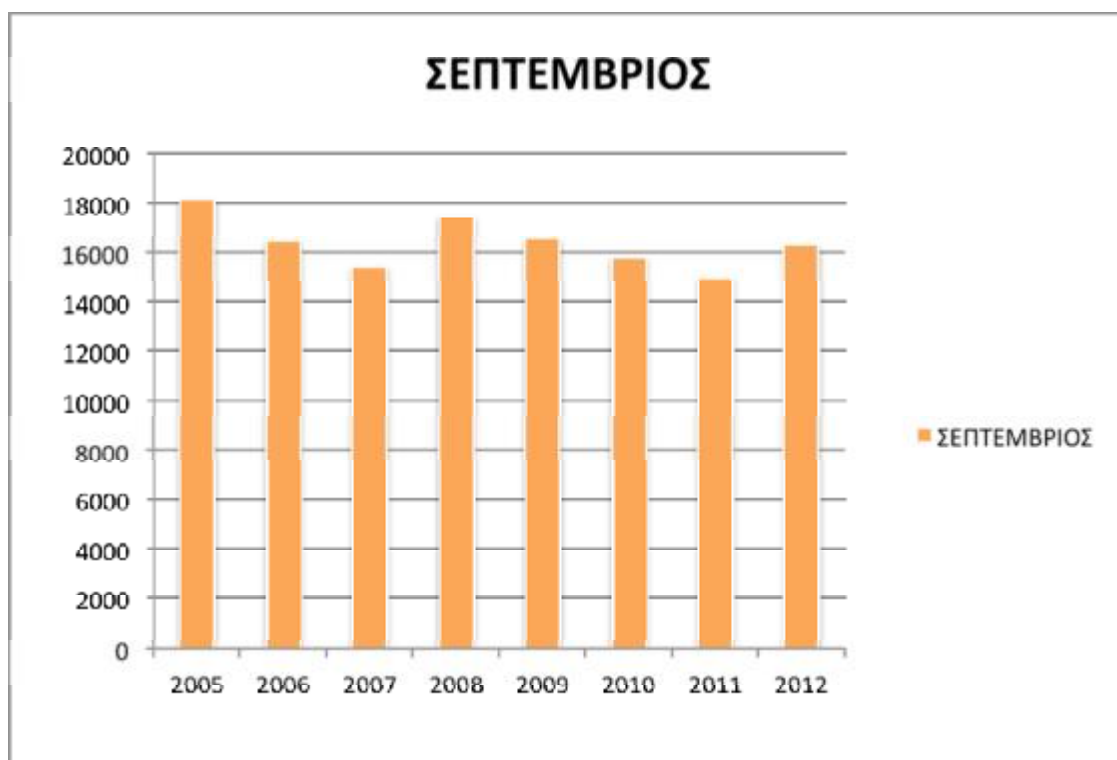
## 5.8 ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα σταθερά φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Αύγουστο ήταν το 2005 με 18231 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 17383 και το 2007 με 17231 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2012 με 16707, το 2009 με 15986, το 2010 με 15974, το 2008 με 15931 και το 2011 με 15101 φύλλα.



## 5.9 ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα σταθερά φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Σεπτέμβριο ήταν το 2005 με 18126 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2008 με 17457 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν και το 2009 με 16561 φύλλα, το 2006 με 16452, το 2012 με 16302, το 2010 με 15818, το 2007 με 15445 και το 2011 με 14987 φύλλα.





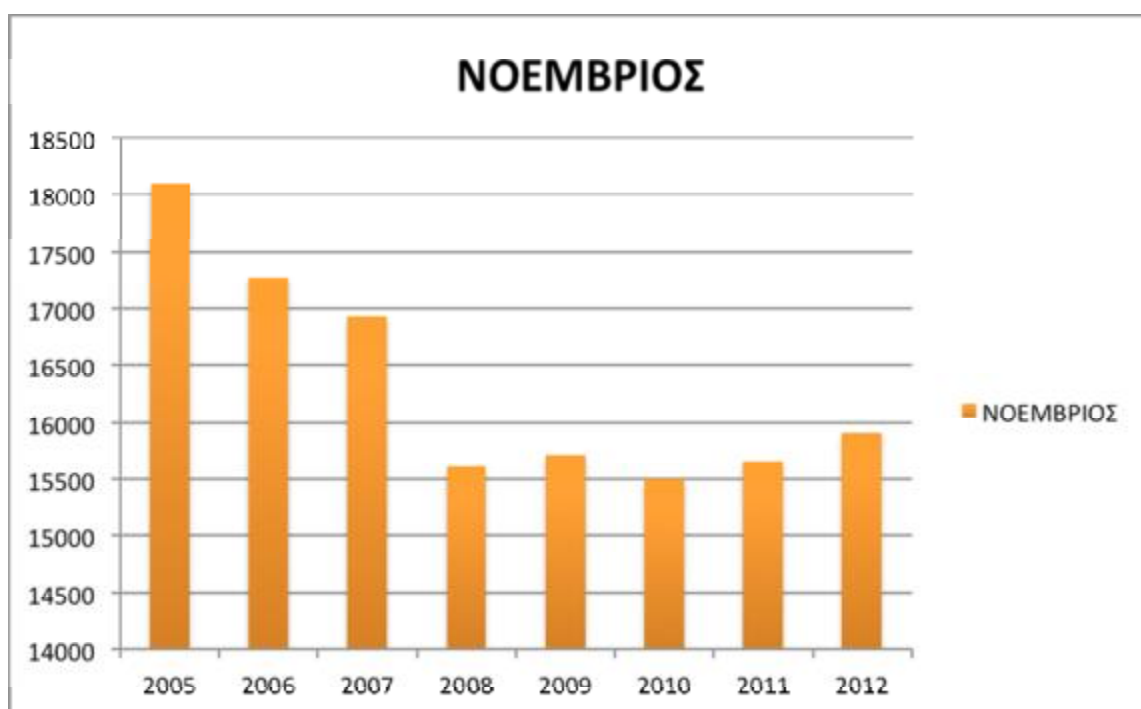
## 5.10 ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα σταθερά φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Οκτώβριο ήταν το 2007 με 17604 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 17183 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2008 με 16529, το 2005 με 16487 φύλλα, το 2012 με 16385, το 2009 με 15690, το 2011 με 15282 και το 2010 με 14118 φύλλα.



## 5.11 ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα σταθερά φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Νοέμβριο ήταν το 2005 με 18096 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 17266 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2007 με 16931, το 2012 με 15901 φύλλα, το 2009 με 15714, το 2008 με 15610, το 2011 με 15654 και το 2010 με 15497 φύλλα.



## 5.12 ΣΤΑΘΕΡΑ ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΜΗΝΟΣ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

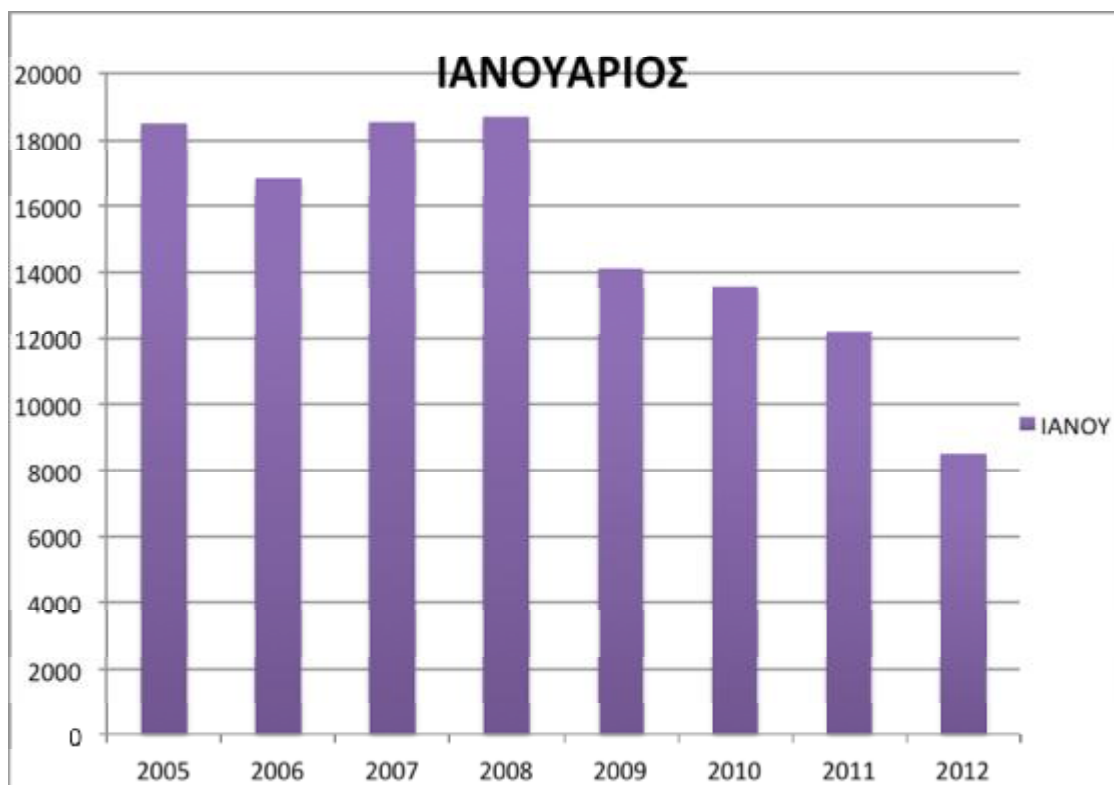
Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα σταθερά φύλλα της εφημερίδας για το μήνα Δεκέμβριο ήταν το 2005 με 16838 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2012 με 16322 και το 2008 με 16190 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 15805, το 2009 με 15588 φύλλα, το 2010 με 15550, το 2006 με 14132 και το 2007 με 13123 φύλλα.



### 2.3.6 Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Πωλήσεων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012 στα ΕΛΤΑ

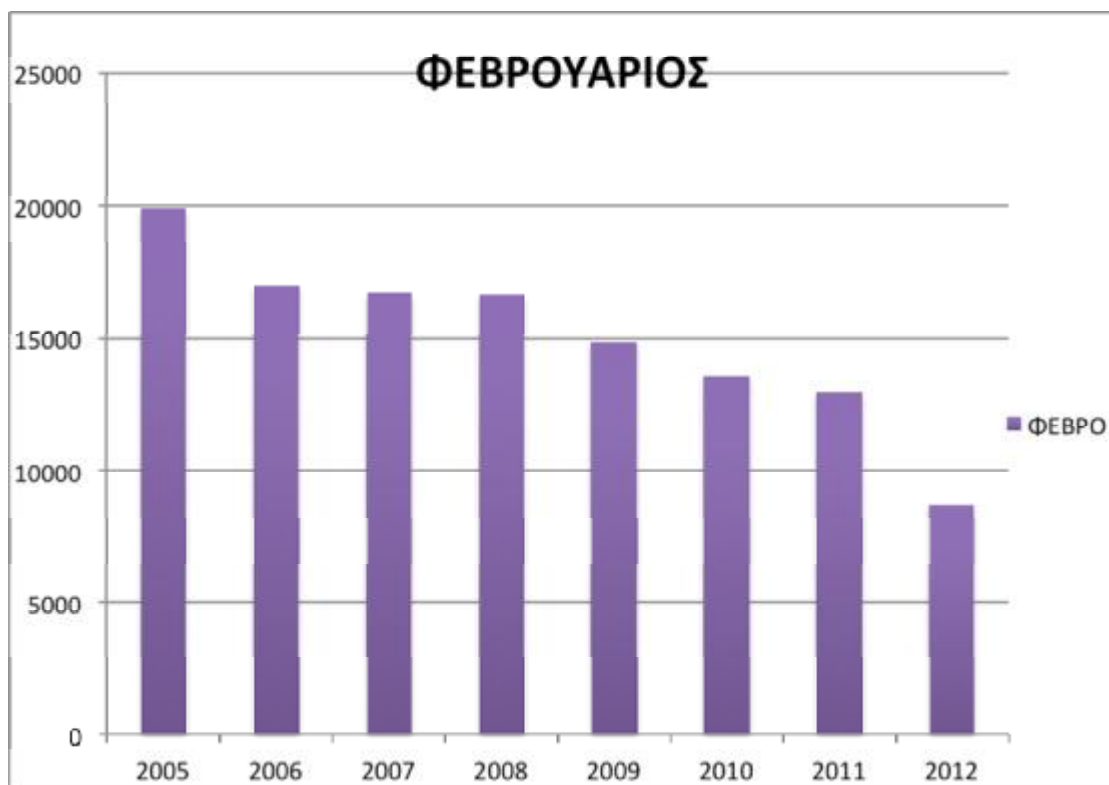
## 6.1 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΕΛΤΑ ΜΗΝΟΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ για το μήνα Ιανουάριο ήταν το 2008 με 18861 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2007 με 18517 και το 2005 με 18483 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2006 με 16793, το 2009 με 14121 φύλλα, το 2010 με 13566, το 2011 με 12149 και το 2012 με 8509 φύλλα.



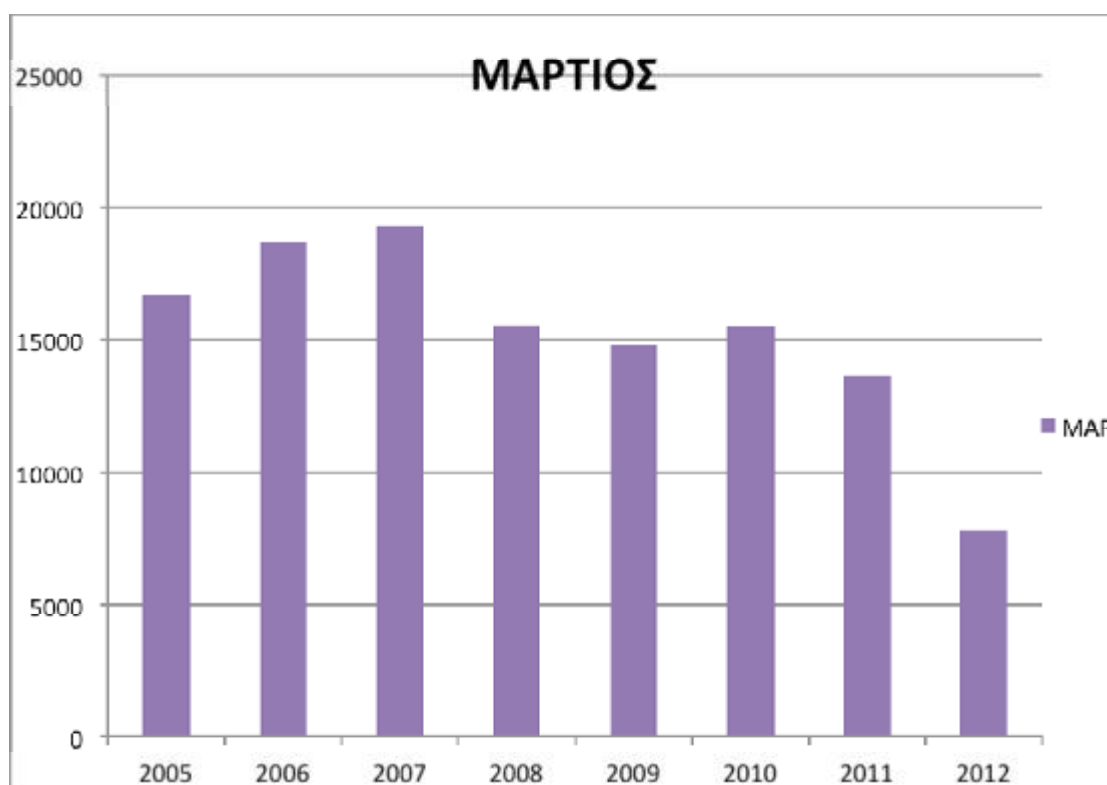
## 6.2 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΕΛΤΑ ΜΗΝΟΣ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ για το μήνα Φεβρουάριο ήταν το 2005 με 19922 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 16932, το 2007 με 16656 φύλλα και το 2008 με 16629. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2009 με 14825, το 2010 με 13544 φύλλα, το 2011 με 12951 και το 2012 με 8704 φύλλα.



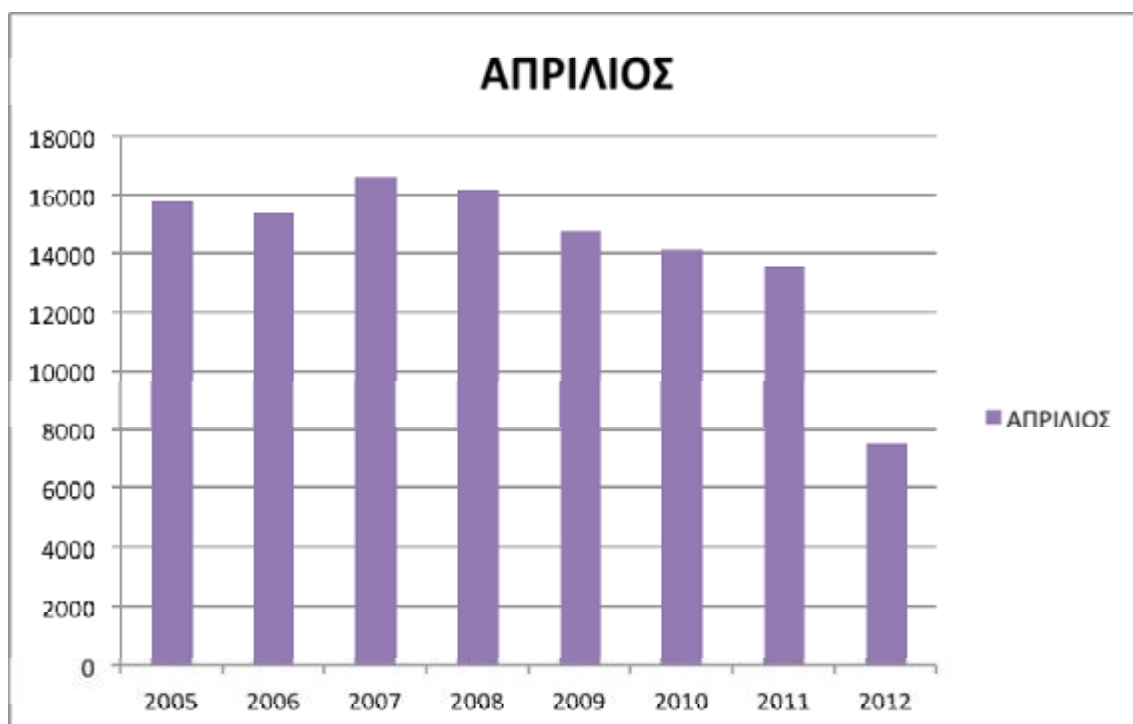
### 6.3 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΕΛΤΑ ΜΗΝΟΣ ΜΑΡΤΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ για το μήνα Μάρτιο ήταν το 2007 με 19319 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 18701 και το 2005 με 16702 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2008 με 15569, το 2010 με 15528 φύλλα, το 2009 με 14786, το 2011 με 13689 και το 2012 με 7801 φύλλα.



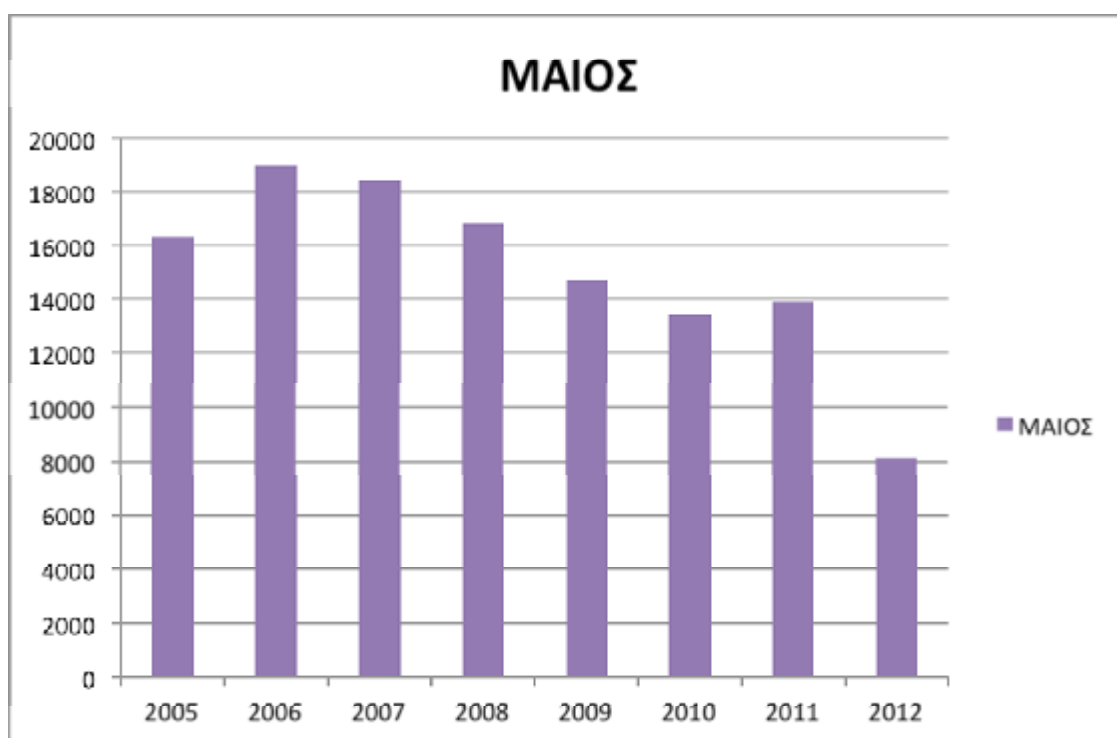
## 6.4 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΕΛΤΑ ΜΗΝΟΣ ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ για το μήνα Απρίλιο ήταν το 2007 με 16624 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2008 με 16155 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2005 με 15766, το 2006 με 15399 φύλλα, το 2009 με 14759, το 2010 με 14137, το 2011 με 13560 και το 2012 με 7516 φύλλα.



## 6.5 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΕΛΤΑ ΜΗΝΟΣ ΜΑΙΟΥ 2005-2012

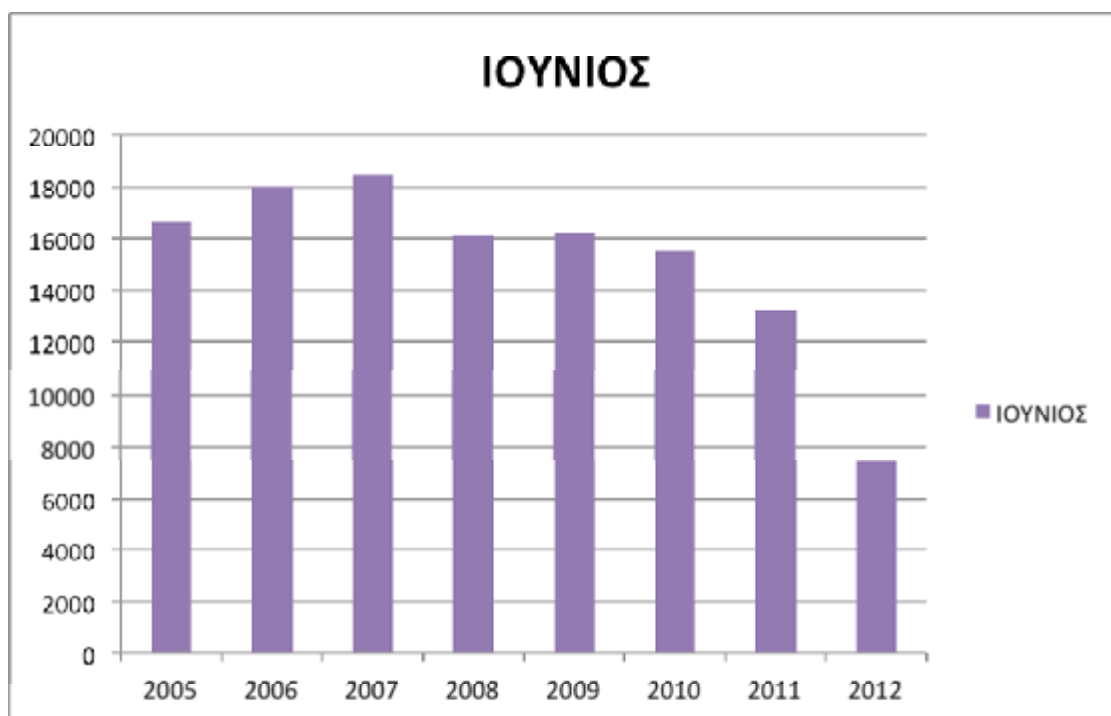
Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ για το μήνα Μάιο ήταν το 2007 με 18973 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2008 με 18435, το 2009 με 16830 φύλλα και το 2005 με 16322 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2009 με 14740, το 2011 με 13924 φύλλα, το 2010 με 13463 και το 2012 με 8102 φύλλα.





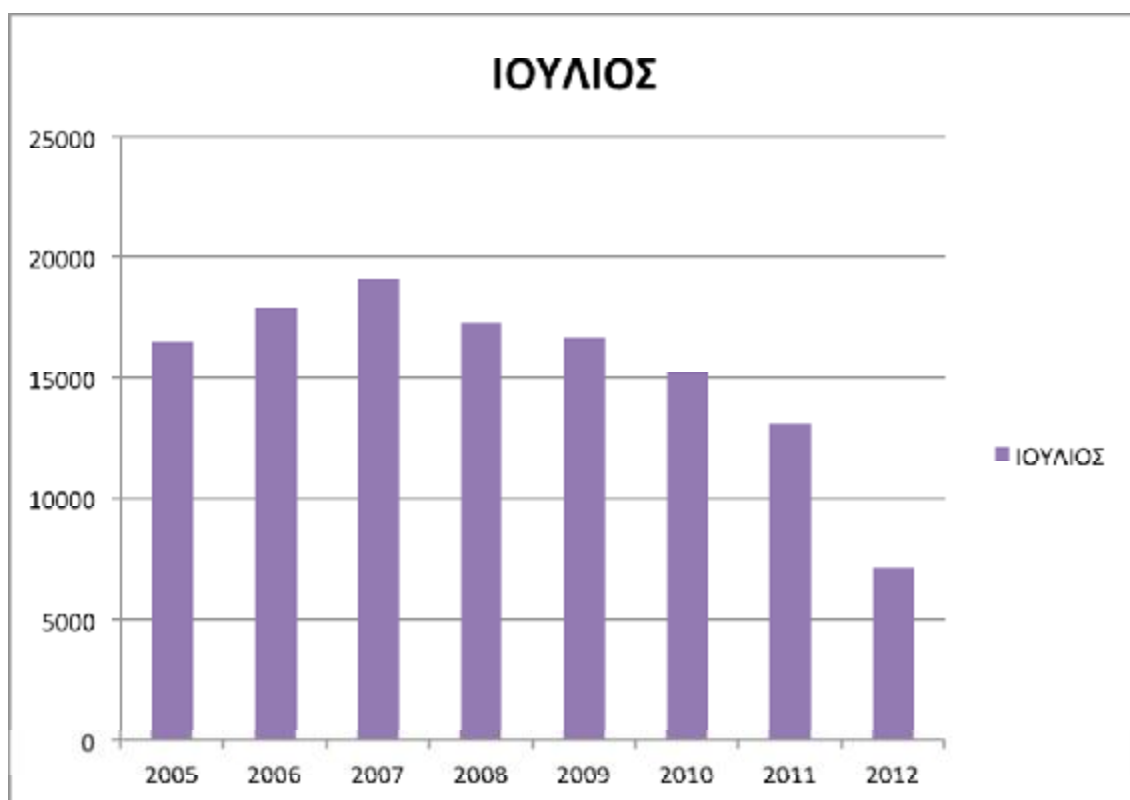
## 6.6 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΕΛΤΑ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΝΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ για το μήνα Ιούνιο ήταν το 2007 με 18493 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 18044, το 2005 με 16664 φύλλα, το 2009 με 16229 και το 2008 με 16141 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2010 με 15508, το 2011 με 13230 φύλλα και το 2012 με 7412 φύλλα.



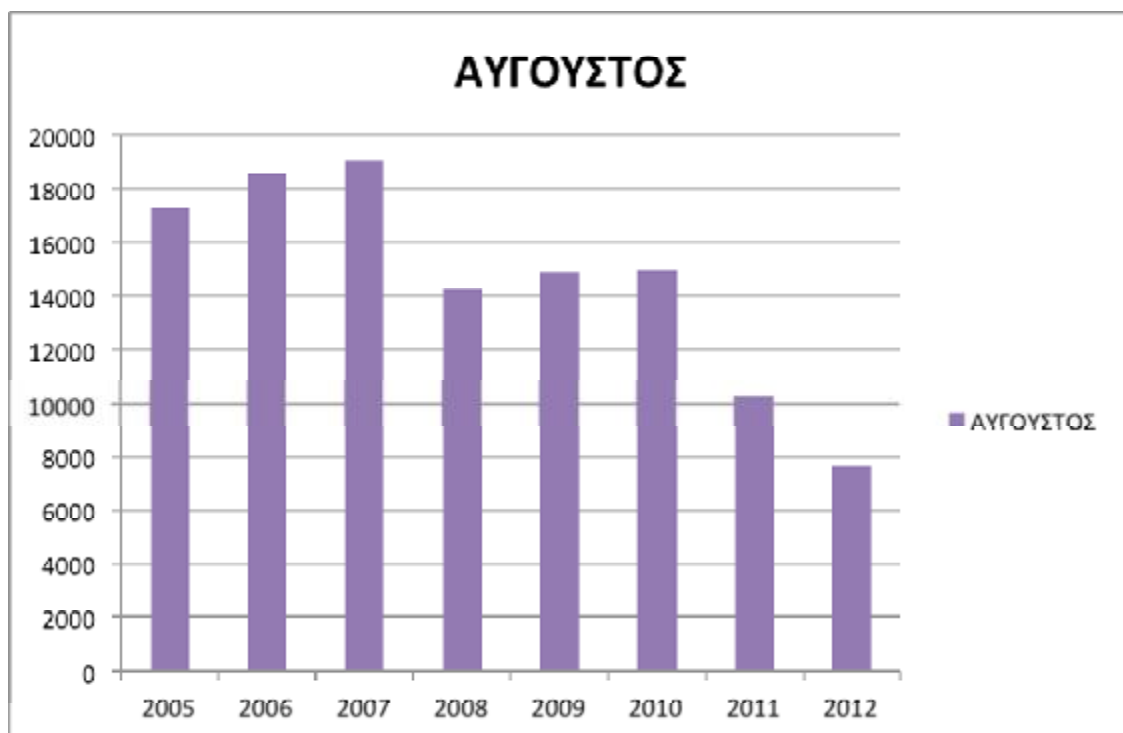
## 6.7 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΕΛΤΑ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ για το μήνα Ιούλιο ήταν το 2007 με 19091 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 17895 και το 2008 με 17311 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2009 με 16611, το 2005 με 16472, το 2010 με 15209 φύλλα, το 2011 με 13103 και το 2012 με 7129 φύλλα.



## 6.8 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΕΛΤΑ ΜΗΝΟΣ ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ για το μήνα Αύγουστο ήταν το 2007 με 19044 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 18572 και το 2005 με 17300 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2009 με 14895, το 2010 με 14966, το 2008 με 14227 φύλλα, το 2011 με 10258 και το 2012 με 7630 φύλλα.



## 6.9 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΕΛΤΑ ΜΗΝΟΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ για το μήνα Σεπτέμβριο ήταν το 2006 με 18000 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 17725 και το 2007 με 17705 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2009 με 16055, το 2008 με 15855, το 2010 με 15097 φύλλα, το 2011 με 8502 και το 2012 με 7519 φύλλα.



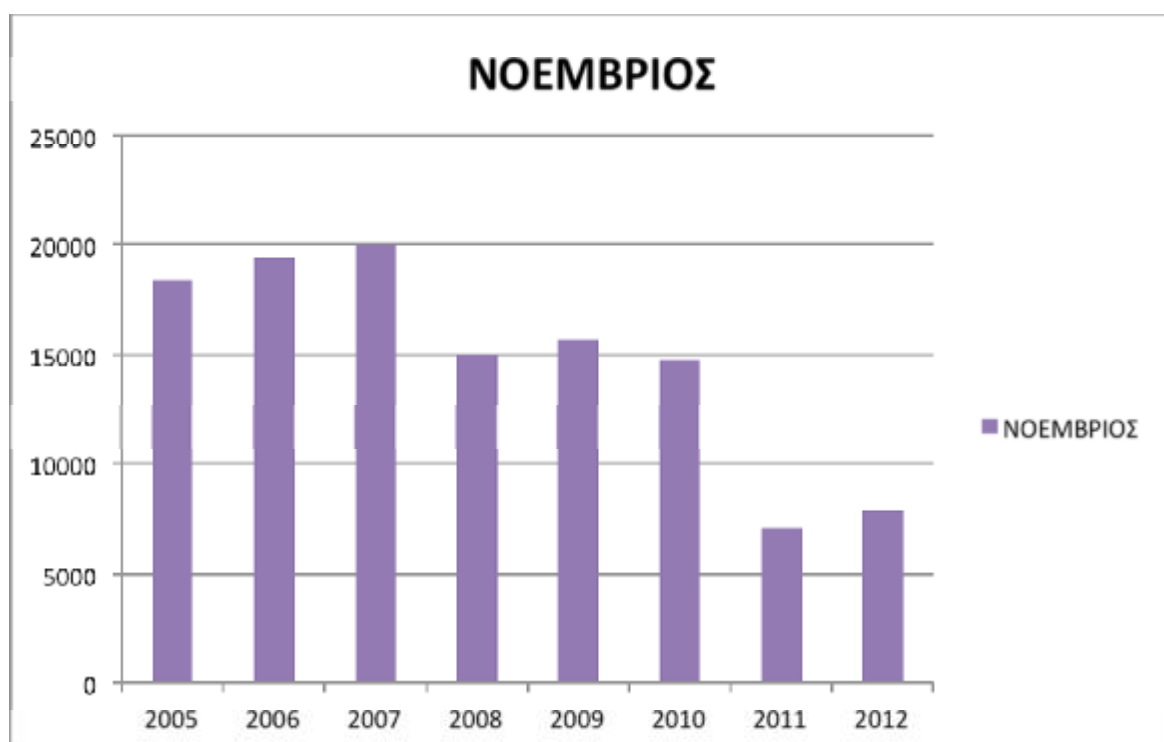
## 6.10 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΕΛΤΑ ΜΗΝΟΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ για το μήνα Οκτώβριο ήταν το 2007 με 20716 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 19294 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2005 με 16515, το 2009 με 15681, το 2008 με 15511 φύλλα, το 2012 με 8125 και το 2011 με 6955 φύλλα.



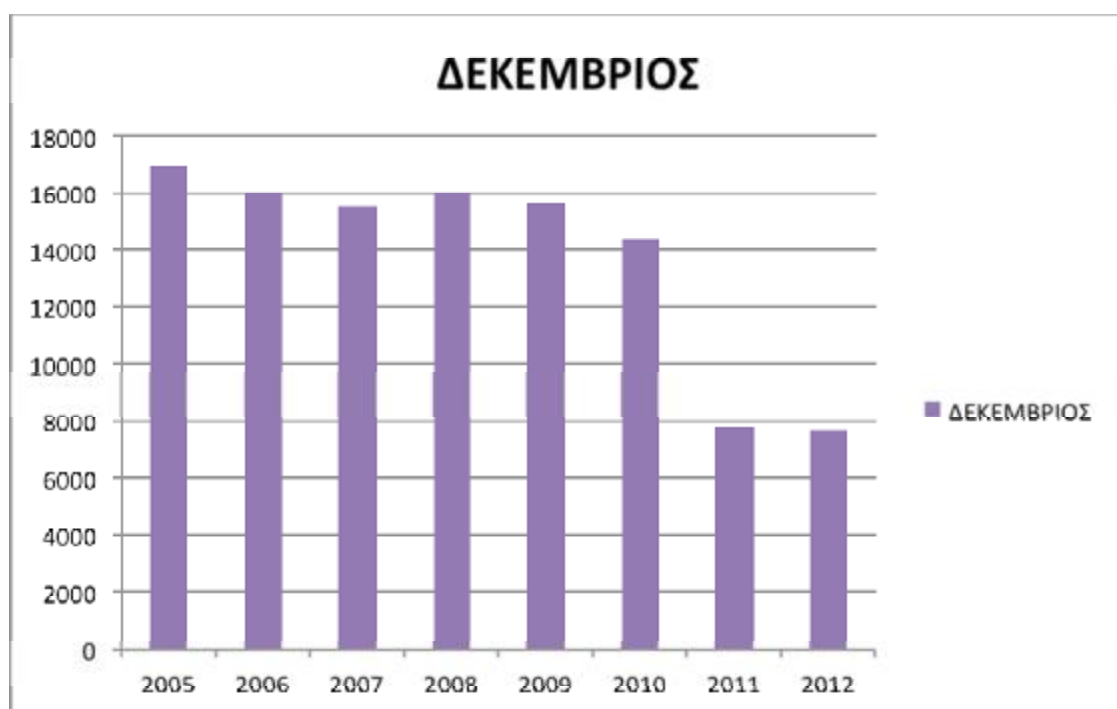
## 6.11 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΕΛΤΑ ΜΗΝΟΣ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ για το μήνα Νοέμβριο ήταν το 2007 με 20004 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 19459 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2005 με 18386, το 2009 με 15715, το 2008 με 15010 φύλλα, το 2010 με 14753, το 2012 με 7841 και το 2011 με 7102 φύλλα.



## 6.12 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΕΛΤΑ ΜΗΝΟΣ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

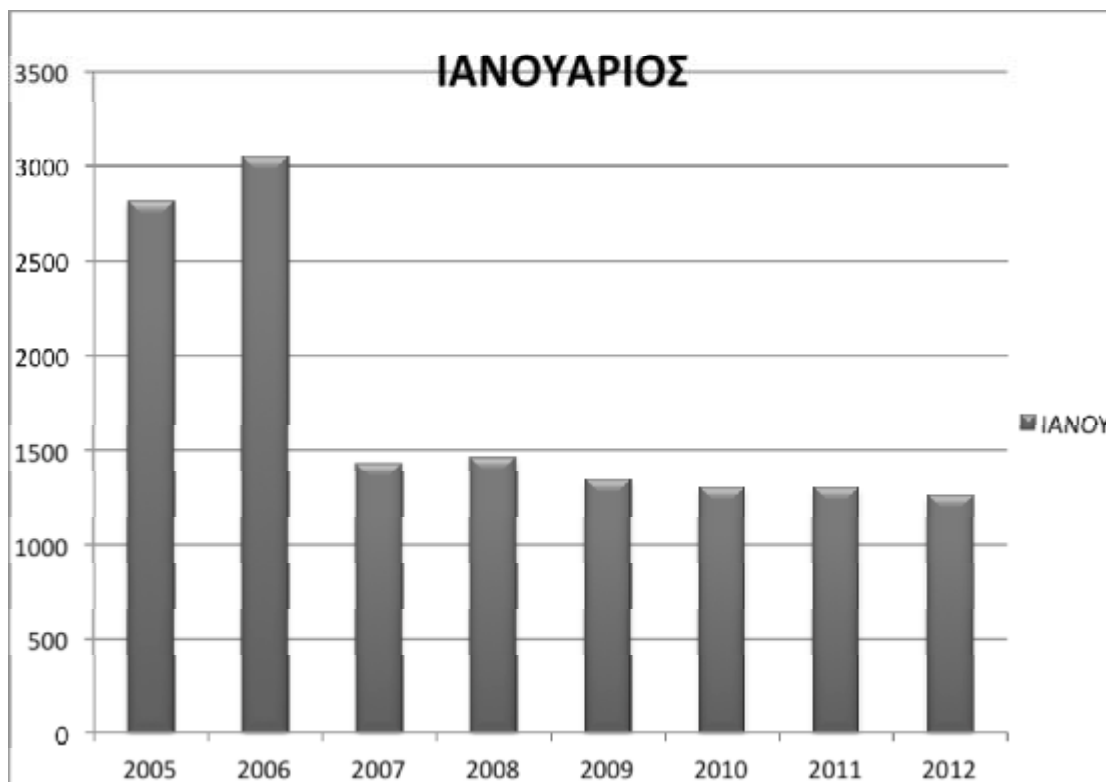
Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ για το μήνα Δεκέμβριο ήταν το 2005 με 16925 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 16004 φύλλα και το 2008 με 16003 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2009 με 15612, το 2007 με 1552, το 2010 με 14348, το 2011 με 7748 και το 2012 με 7651 φύλλα.



### 2.3.7 Στατιστική Απεικόνιση Στοιχείων Δωρεάν Παραδοθέντων Φύλλων Εφημερίδας Ανά Μήνα για τα Έτη 2005 έως 2012 στα Υποκαταστήματα

## 7.1 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΥΠ/ΜΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΗΝΟΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα υπ/ματα για το μήνα Ιανουάριο ήταν το 2006 με 3046 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 2809 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2008 με 1461, το 2007 με 1428, το 2009 με 1339, το 2010 με 1302, το 2011 με 1298 και το 2012 με 1259 φύλλα.





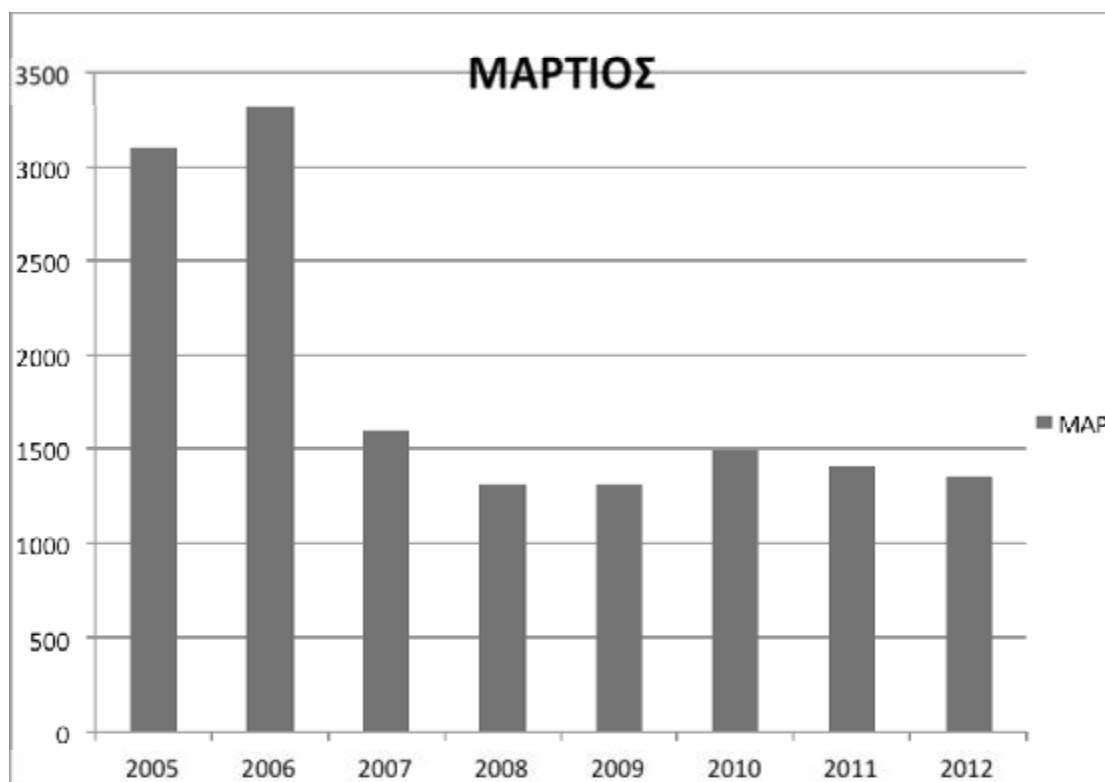
## 7.2 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΥΠ/ΜΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΗΝΟΣ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα υπ/ματα για το μήνα Φεβρουάριο ήταν το 2005 με 3052 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 3020 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2008 με 1380, το 2009 με 1375, το 2011 με 1378, το 2012 με 1324, το 2010 με 1302 και το 2007 με 1292 φύλλα.



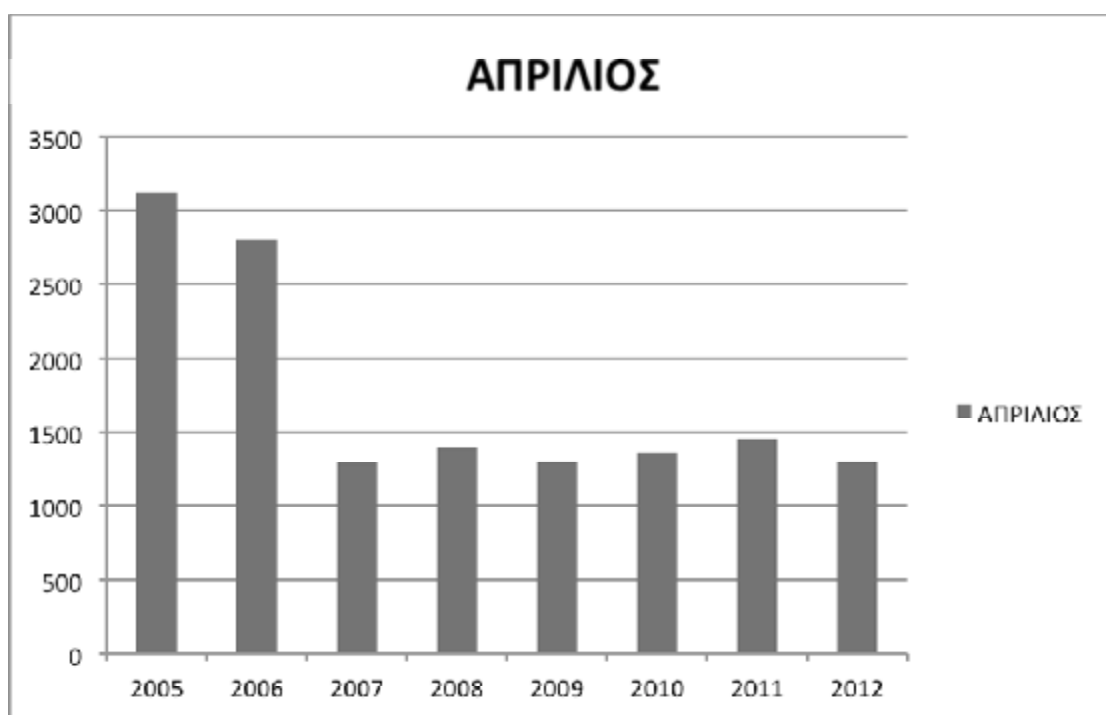
### 7.3 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΥΠ/ΜΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΗΝΟΣ ΜΑΡΤΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα υπ/ματα για το μήνα Μάρτιο ήταν το 2006 με 3319 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 3105 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2007 με 1596, το 2010 με 1496, το 2011 με 1407, το 2012 με 1354, το 2009 με 1314 και το 2008 με 1311 φύλλα.



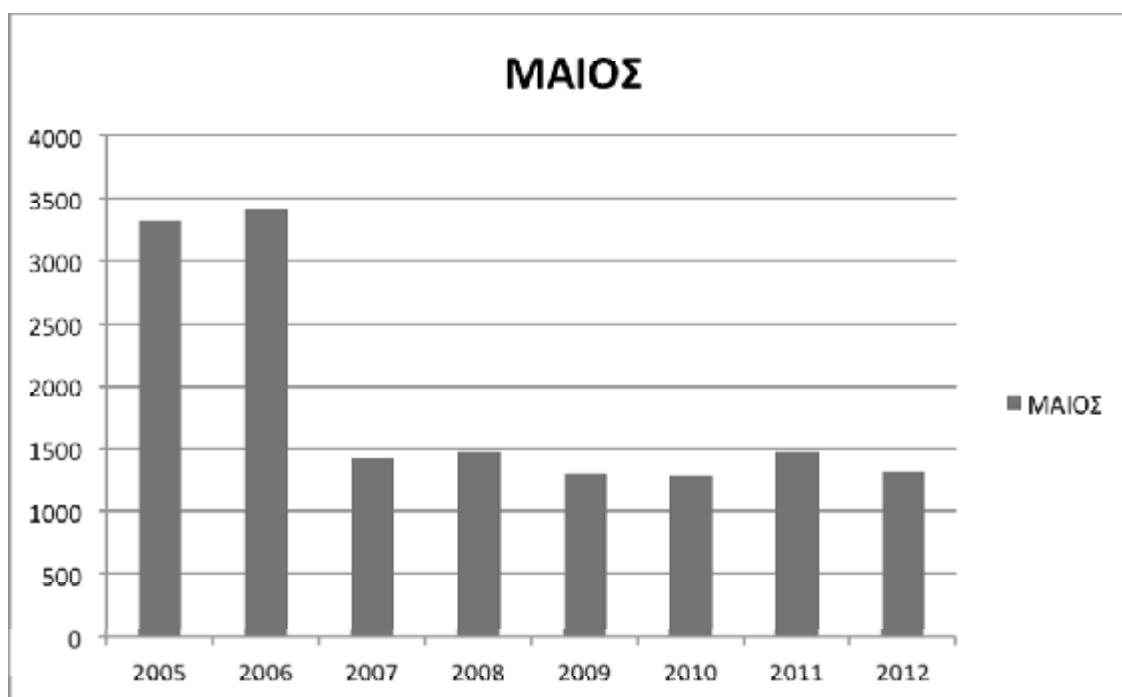
#### 7.4 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΥΠ/ΜΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΗΝΟΣ ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα υπ/ματα για το μήνα Απριλίου ήταν το 2005 με 3124 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 2801 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 1451, το 2008 με 1396, το 2010 με 1360, το 2009 με 1300, το 2012 με 1299 και το 2007 με 1292 φύλλα.



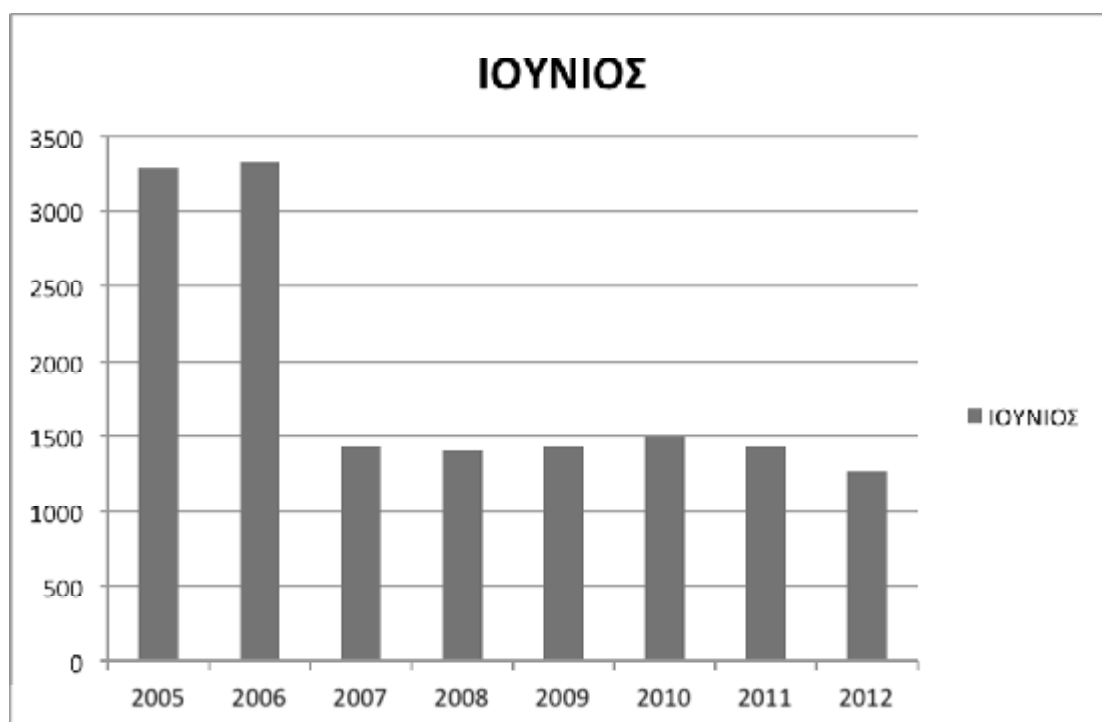
## 7.5 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΥΠ/ΜΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΗΝΟΣ ΜΑΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα υπ/ματα για το μήνα Μάιο ήταν το 2006 με 3404 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 3328 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2011 με 1474, το 2008 με 1470, το 2007 με 1428, το 2012 με 1324, το 2009 με 1300 και το 2010 με 1292 φύλλα.



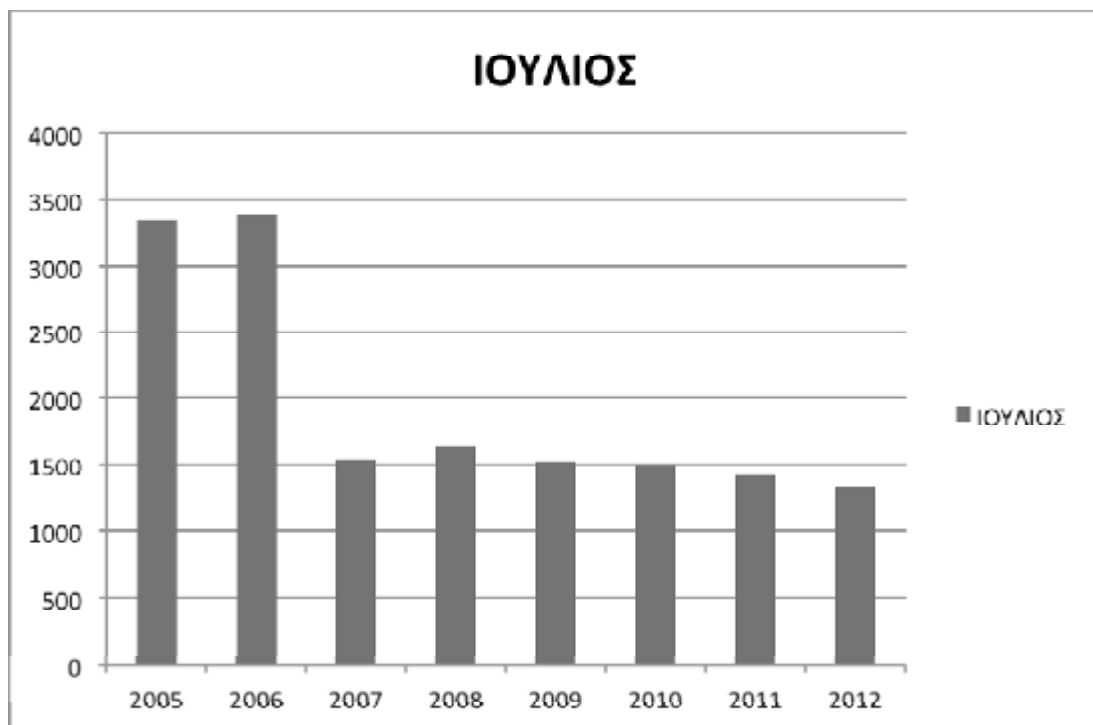
## 7.6 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΥΠ/ΜΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΝΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα υπ/ματα για το μήνα Ιούνιο ήταν το 2006 με 3319 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 3285 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2010 με 1496, το 2007 με 1438, το 2009 με 1437, το 2011 με 1433, το 2008 με 1410 και το 2012 με 1254 φύλλα.



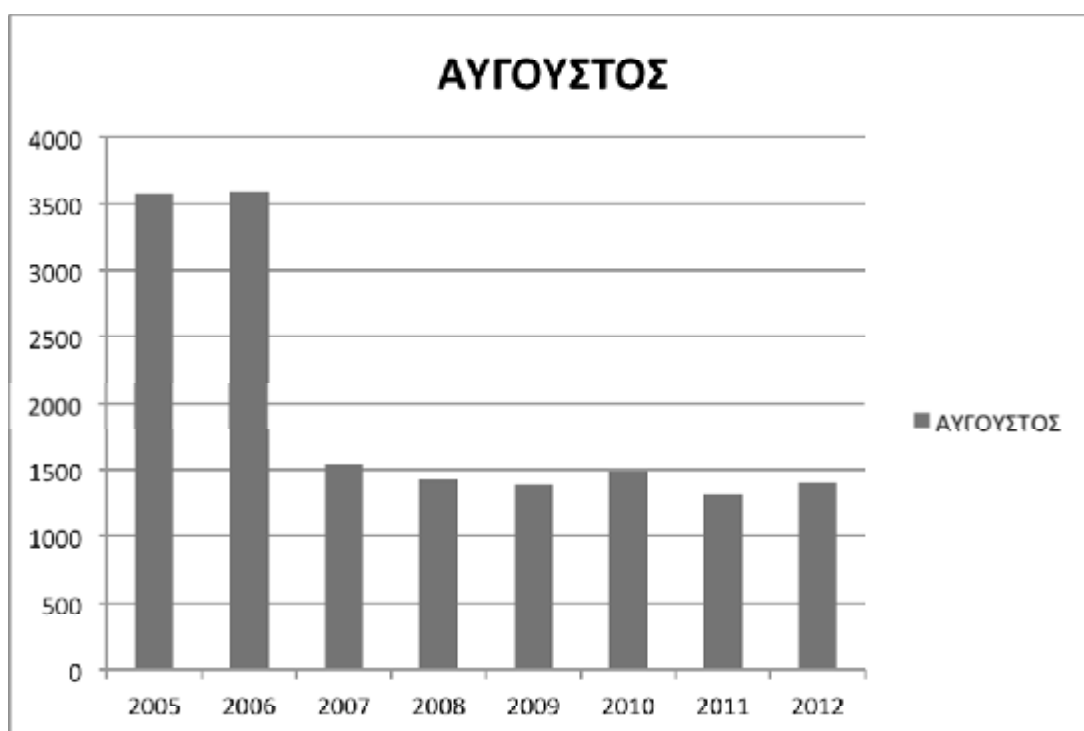
## 7.7 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΥΠ/ΜΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΗΝΟΣ ΙΟΥΛΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα υπ/ματα για το μήνα Ιούλιο ήταν το 2006 με 3387 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 3340 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2008 με 1633, το 2008 με 1540, το 2009 με 1518, το 2010 με 1496, το 2011 με 1423 και το 2012 με 1325 φύλλα.



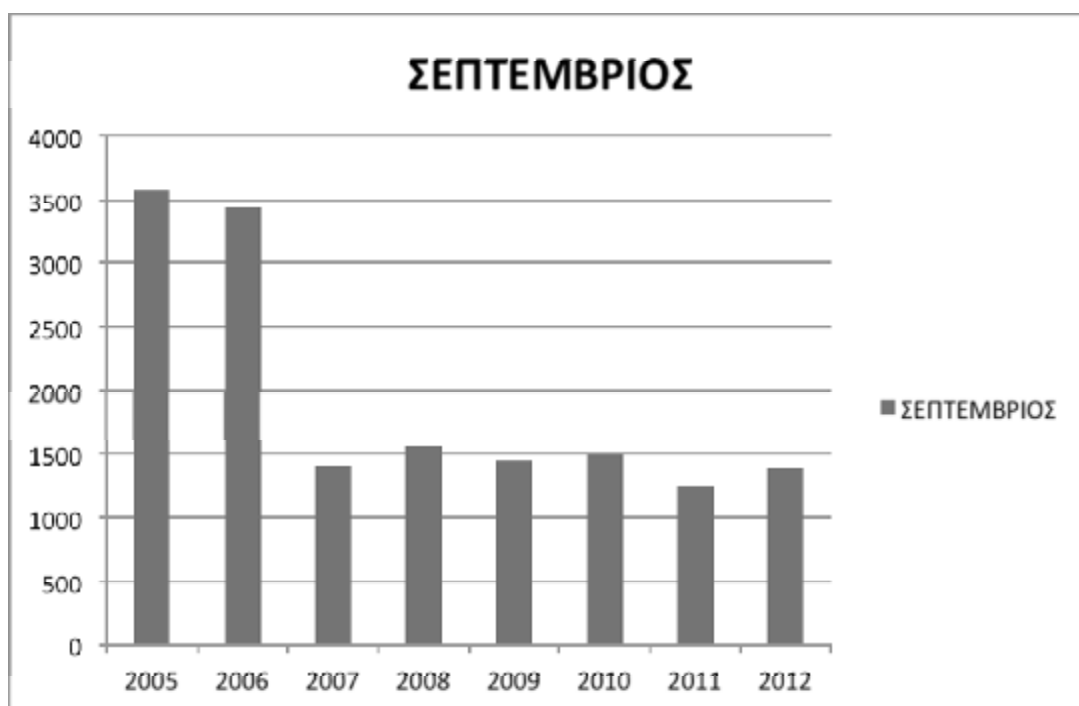
## 7.8 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΥΠ/ΜΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΗΝΟΣ ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα υπ/ματα για το μήνα Αύγουστο ήταν το 2006 με 3599 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 3574 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2007 με 1540, το 2010 με 1496, το 2008 με 1420, το 2012 με 1408, το 2009 με 1386 και το 2011 με 1321 φύλλα.



## 7.9 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΥΠ/ΜΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΗΝΟΣ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

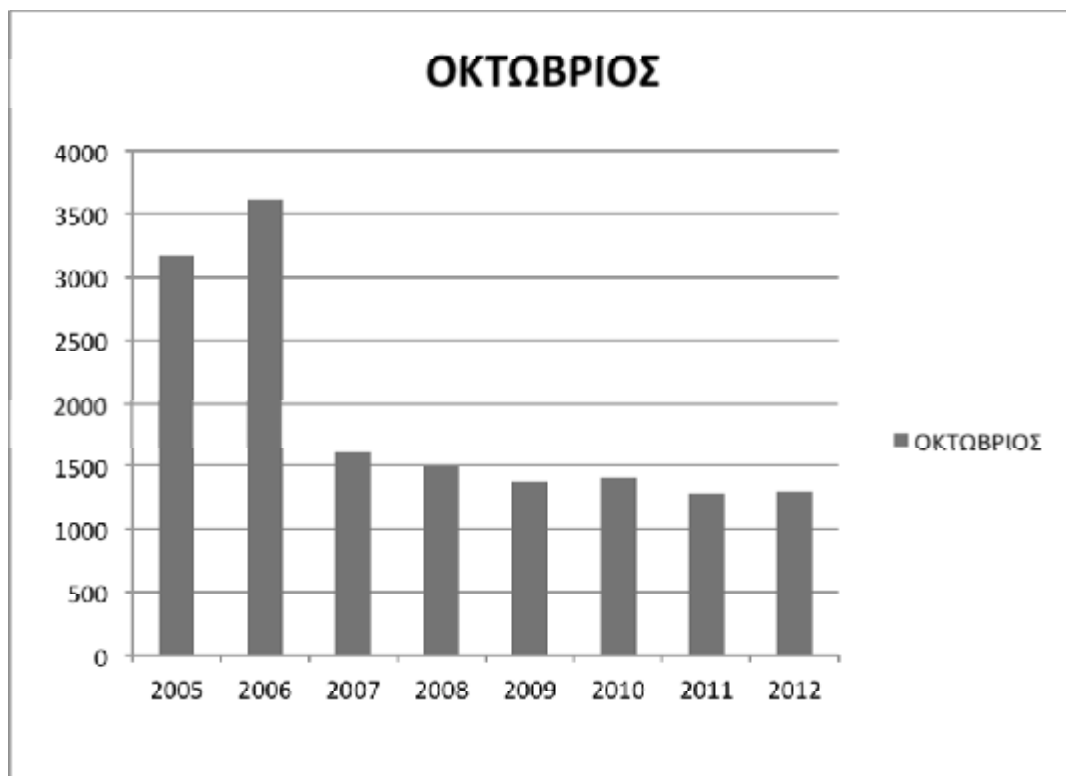
Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα υπ/ματα για το μήνα Σεπτέμβριο ήταν το 2005 με 3579 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 3443 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2008 με 1562, το 2010 με 1492, το 2009 με 1452, το 2007 με 1418, το 2012 με 1397 και το 2011 με 1254 φύλλα.





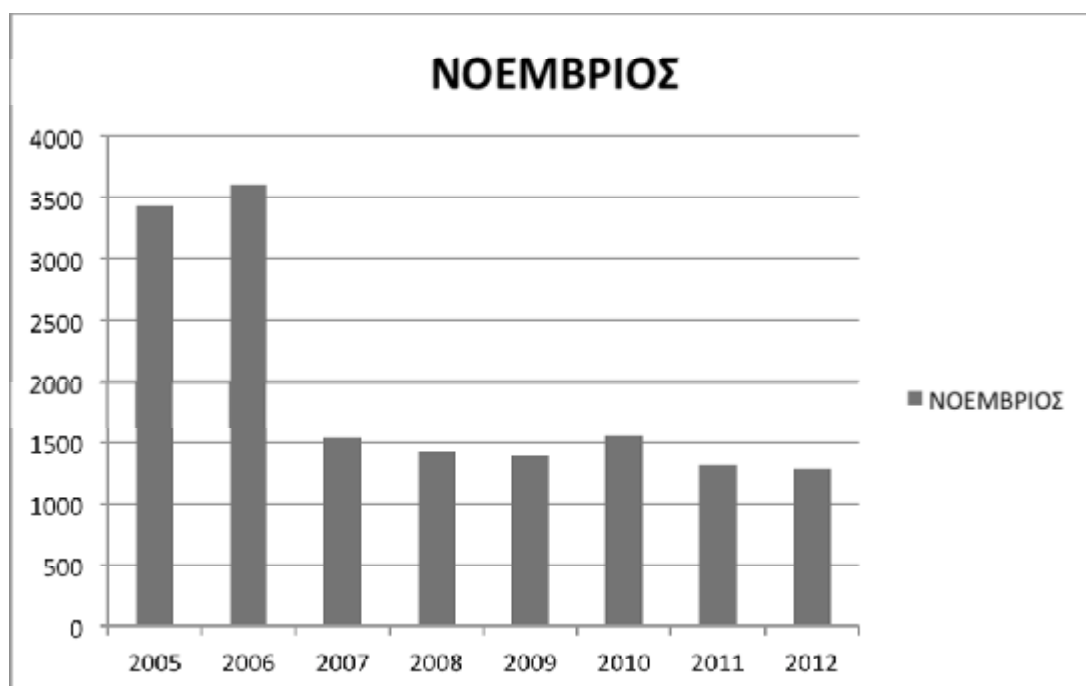
## 7.10 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΥΠ/ΜΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΗΝΟΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα υπ/ματα για το μήνα Οκτώβριο ήταν το 2006 με 3613 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 3165 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2007 με 1620, το 2008 με 1491, το 2010 με 1416, το 2009 με 1386, το 2012 με 1299 και το 2011 με 1292 φύλλα.



## 7.11 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΥΠ/ΜΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΗΝΟΣ ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα υπ/ματα για το μήνα Νοέμβριο ήταν το 2006 με 3599 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2005 με 3437 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2010 με 1562, το 2007 με 1540, το 2008 με 1420, το 2009 με 1393, το 2011 με 1324 και το 2012 με 1287 φύλλα.



## 7.12 ΦΥΛΛΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΣΤΑ ΥΠ/ΜΑ ΔΩΡΕΑΝ ΜΗΝΟΣ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005-2012

Από την μελέτη του παρακάτω πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι η πιο αυξημένη χρονιά για τα φύλλα της εφημερίδας στα υπ/ματα για το μήνα Δεκέμβριο ήταν το 2005 με 3108 φύλλα. Ακολουθεί με πτωτική τάση το 2006 με 2926 φύλλα. Με ακόμα πιο πτωτική τάση ακολουθούν το 2010 με 1547, το 2008 με 1491, το 2009 με 1428, το 2011 με 1372, το 2012 με 1267 φύλλα και το 2007 με 1190 φύλλα.



## **2.4 Σημαντικότερα Συγκεντρωτικά Στοιχεία Εφημερίδας Ανά Έτος Κατά Μέσο Όρο και Συνολικά για τη Περίοδο 2005 – 2012**

### **2.4.1 Ποσοστά Εκδοθέντων Φύλλων Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος**

Από την μελέτη των αντιστοιχών πινάκων, θα παρατηρήσουμε ότι συγκεντρωτικά τα ποσά σε εκδοθέντα φύλλα της εφημερίδας κατά Μέσο Όρο για το 2005 αναφέρονται στα 44.600 φύλλα ανά μήνα δηλαδή 561.600 συνολικά το έτος, για το 2006 στα 45.400 ανά μήνα δηλαδή 544.800 συνολικά το έτος, για το 2007 στα 46.200 ανά μήνα δηλαδή 554.400 συνολικά το έτος, για το 2008 στα 43.600 ανά μήνα δηλαδή 523.200 συνολικά το έτος, για το 2009 στα 39.900 ανά μήνα δηλαδή 478.800 συνολικά το έτος, για το 2010 στα 38.100 ανά μήνα δηλαδή 457.200 συνολικά το έτος, για το 2011 στα 40.700 ανά μήνα δηλαδή 488.400 συνολικά το έτος και το 2012 στα 42.300 ανά μήνα δηλαδή 507.600 συνολικά το έτος.

### **2.4.2 Ποσοστά Πωληθέντων Φύλλων Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος**

Από την μελέτη των αντιστοιχών πινάκων, θα παρατηρήσουμε ότι συγκεντρωτικά τα ποσά σε πωληθέντα φύλλα της εφημερίδας κατά Μέσο Όρο για το 2005 αναφέρονται στα 43.700 φύλλα ανά μήνα δηλαδή 524.400 συνολικά το έτος, για το 2006 στα 44.900 ανά μήνα δηλαδή 538.800 συνολικά το έτος, για το 2007 στα 42.900 ανά μήνα δηλαδή 514.800 συνολικά το έτος, για το 2008 στα 37.100 ανά μήνα δηλαδή 445.200 συνολικά το έτος, για το 2009 στα 33.200 ανά μήνα δηλαδή 398.400 συνολικά το έτος, για το 2010 στα 39.800 ανά μήνα δηλαδή 477.600 συνολικά το έτος, για το 2011 στα 34.300 ανά μήνα δηλαδή 411.600 συνολικά το έτος και το 2012 στα 43.500 ανά μήνα δηλαδή 522.000 συνολικά το έτος.

### **2.4.3 Ποσοστά Επιστραφέντων Φύλλων Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος**

Από την μελέτη των αντιστοιχών πινάκων, θα παρατηρήσουμε ότι συγκεντρωτικά τα ποσά σε επιστραφέντα φύλλα της εφημερίδας κατά Μέσο Όρο για το 2005 αναφέρονται στα 1.710 φύλλα ανά μήνα δηλαδή 20.520 συνολικά το έτος, για το 2006 στα 1.590 ανά μήνα δηλαδή 20.280 συνολικά το έτος, για το 2007 στα 1.410 ανά μήνα δηλαδή 16.920 συνολικά το έτος, για το 2008 στα 1.100 ανά μήνα δηλαδή 13.200 συνολικά το έτος, για το 2009 στα 990 ανά μήνα δηλαδή 11.880 συνολικά το έτος, για το 2010 στα 870 ανά μήνα δηλαδή 10.440 συνολικά το έτος, για το 2011 στα 760 ανά μήνα δηλαδή 9.120 συνολικά το έτος και το 2012 στα 590 ανά μήνα δηλαδή 7.080 συνολικά το έτος.

### **2.4.4 Ποσοστά Φύλλων στα Περίπτερα Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος**

Από την μελέτη των αντιστοιχών πινάκων, θα παρατηρήσουμε ότι συγκεντρωτικά τα ποσά σε φύλλα στα περίπτερα, κατά Μέσο Όρο για το 2005 αναφέρονται στα 6.200 φύλλα ανά μήνα δηλαδή 74.400 συνολικά το έτος, για το 2006 στα 5.900 ανά μήνα δηλαδή 70.800 συνολικά το έτος, για το 2007 στα 5.600 ανά μήνα δηλαδή 67.200 συνολικά το έτος, για το 2008 στα 5.100 ανά μήνα δηλαδή 61.200 συνολικά το έτος, για το 2009 στα 6.100 ανά μήνα δηλαδή 73.200 συνολικά το έτος, για το 2010 στα 6.350 ανά μήνα δηλαδή 76.200 συνολικά το έτος, για το 2011 στα 5.850 ανά μήνα δηλαδή 70.200 συνολικά το έτος και το 2012 στα 5.350 ανά μήνα δηλαδή 64.200 συνολικά το έτος.

### **2.4.5 Ποσοστά Σταθερών Φύλλων Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος**

Από την μελέτη των αντιστοιχών πινάκων, θα παρατηρήσουμε ότι συγκεντρωτικά τα ποσά σε σταθερά φύλλα της εφημερίδας κατά Μέσο Όρο για το 2005 αναφέρονται στα 16.100 φύλλα ανά μήνα δηλαδή 193.200 συνολικά το έτος, για το 2006 στα 15.300 ανά μήνα δηλαδή 183.600 συνολικά το έτος, για το 2007 στα 16.020 ανά μήνα δηλαδή 192.240 συνολικά το έτος, για το 2008 στα 14.900 ανά μήνα

δηλαδή 178,800 συνολικά το έτος, για το 2009 στα 15.800 ανά μήνα δηλαδή 189.600 συνολικά το έτος, για το 2010 στα 14.400 ανά μήνα δηλαδή 172.800 συνολικά το έτος, για το 2011 στα 13.400 ανά μήνα δηλαδή 160.800 συνολικά το έτος και το 2012 στα 13.150 ανά μήνα δηλαδή 157.800 συνολικά το έτος.

#### **2.4.6 Ποσοστά Φύλλων στα ΕΛΤΑ Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος**

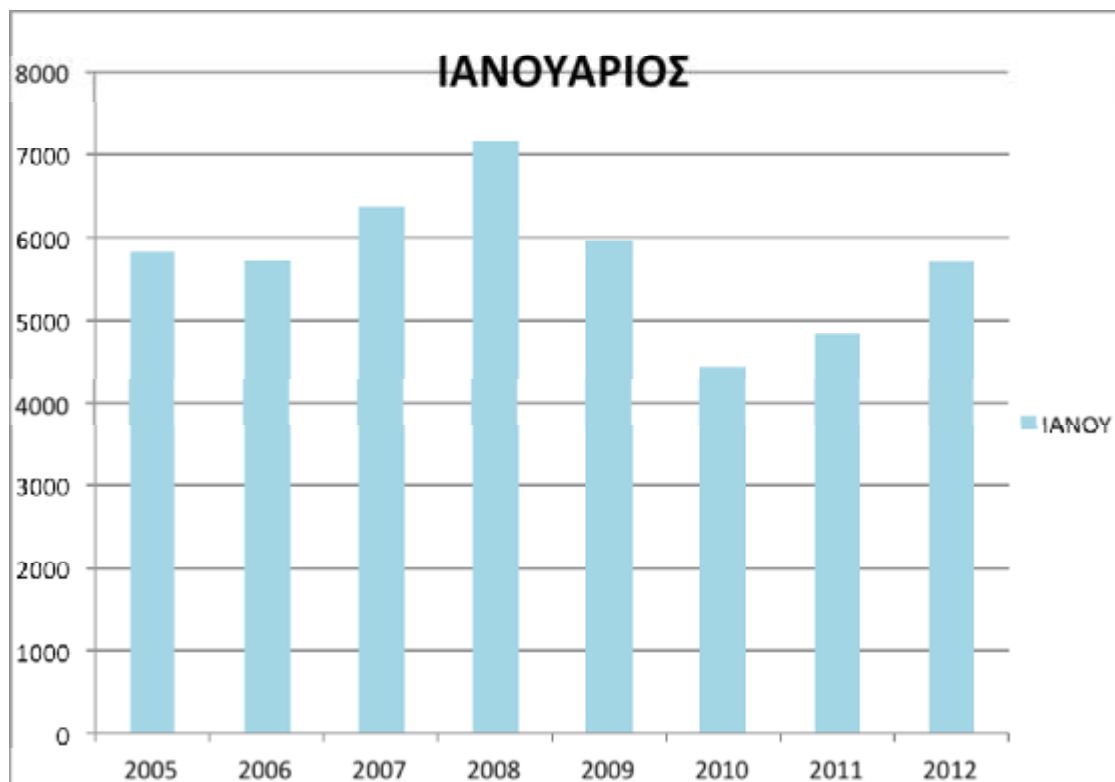
Από την μελέτη των αντιστοιχών πινάκων, θα παρατηρήσουμε ότι συγκεντρωτικά τα ποσά σε φύλλα της εφημερίδας στα ΕΛΤΑ, κατά Μέσο Όρο για το 2005 αναφέρονται στα 16.900 φύλλα ανά μήνα δηλαδή 202.800 συνολικά το έτος, για το 2006 στα 16.200 ανά μήνα δηλαδή 194.400 συνολικά το έτος, για το 2007 στα 15.900 ανά μήνα δηλαδή 190.800 συνολικά το έτος, για το 2008 στα 12.200 ανά μήνα δηλαδή 146.400 συνολικά το έτος, για το 2009 στα 13.500 ανά μήνα δηλαδή 162.000 συνολικά το έτος, για το 2010 στα 11.900 ανά μήνα δηλαδή 142.800 συνολικά το έτος, για το 2011 στα 9.600 ανά μήνα δηλαδή 115.200 συνολικά το έτος και το 2012 στα 8.700 ανά μήνα δηλαδή 104.400 συνολικά το έτος.

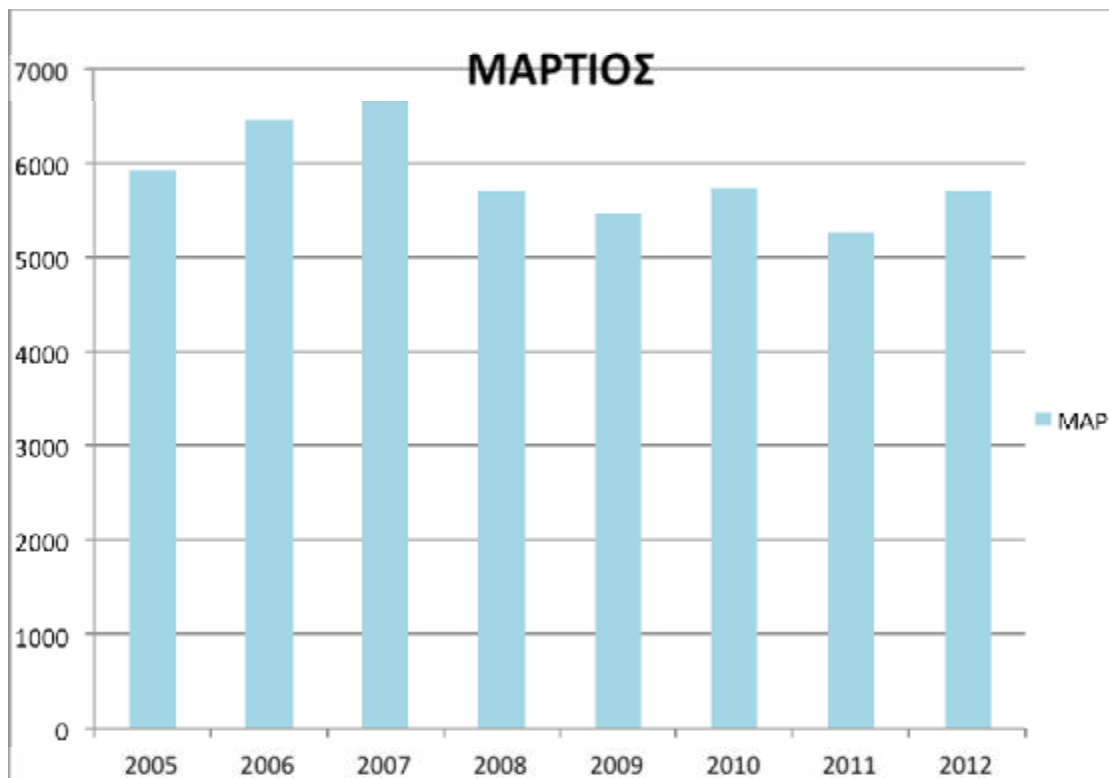
#### **2.4.7 Ποσοστά Δωρεάν Φύλλων σε Υποκαταστήματα Κατά Μέσο Όρο Μήνα και Συνολικά για Κάθε Έτος**

Από την μελέτη των αντιστοιχών πινάκων, θα παρατηρήσουμε ότι συγκεντρωτικά τα ποσά δωρεάν φύλλα της εφημερίδας στα υποκαταστήματα κατά Μέσο Όρο για το 2005 αναφέρονται στα 2.800 φύλλα ανά μήνα δηλαδή 33.600 συνολικά το έτος, για το 2006 στα 2.450 ανά μήνα δηλαδή 29.400 συνολικά το έτος, για το 2007 στα 2.300 ανά μήνα δηλαδή 27.600 συνολικά το έτος, για το 2008 στα 1.900 ανά μήνα δηλαδή 22.800 συνολικά το έτος, για το 2009 στα 1.650 ανά μήνα δηλαδή 19.800 συνολικά το έτος, για το 2010 στα 1.300 ανά μήνα δηλαδή 15.600 συνολικά το έτος, για το 2011 στα 1.150 ανά μήνα δηλαδή 13.800 συνολικά το έτος και το 2012 στα 1.550 ανά μήνα δηλαδή 18.600 συνολικά το έτος.

### ***2.5 Παράθεση και Ανάλυση Αιτιών για τις Αυξομειώσεις που Παρατηρούνται στις Πωλήσεις της Εφημερίδας Ανά Έτος / Ανά Μήνα από το 2005 έως το 2012 Βάση Στοιχείων Έρευνας***

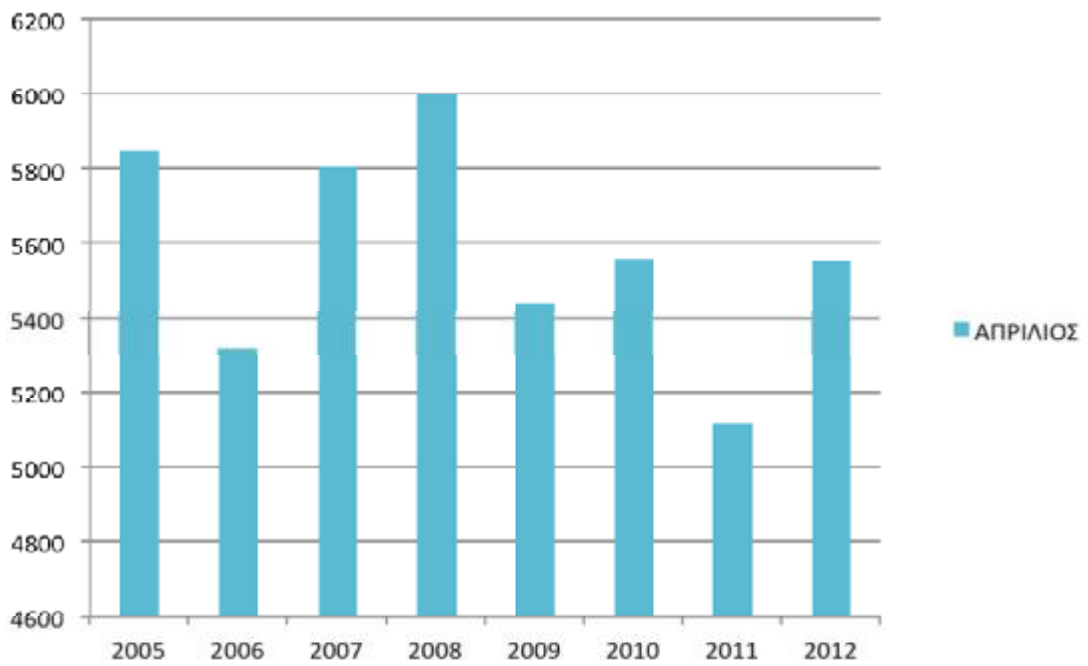
Βάση των αναλυτικών στοιχείων και τα οποία αναφέρθηκαν παραπάνω, θα λέγαμε πως το πρώτο στοιχείο που κοιτά κανείς στην κυκλοφορία της συγκεκριμένης εφημερίδας, αναφέρεται στους αριθμούς πωληθέντων και επιστραφέντων φύλλων ανά μήνα και φυσικά ανά έτος και με σκοπό να διευκρινηστεί αν η όποια αύξηση ή μείωση των φύλλων της εφημερίδας, επηρεάζεται σχετικά από συγκεκριμένους παράγοντες. Το πρώτο λοιπόν γενικό συμπέρασμα που διαπιστώνει κανείς, είναι πως βάση των συγκεκριμένων στοιχείων, οι πωλήσεις της εφημερίδας εμφανίζουν μια ιδιαίτερα αξιοπρόσεκτη μείωση πωλήσεων, λόγω της οικονομικής κρίσης που ξεσπά στην Ελλάδα από το 2010 και έπειτα. Για του λόγου το αληθές, εμφανίζονται πάλι παρακάτω αναλυτικά ανά μήνα από τα έτη 2005 έως 2012, οι πωλήσεις της εφημερίδας με σκοπό να διακρίνει κανείς την διαπίστωση αυτή και το γεγονός πως οι πωλήσεις ανά μήνα για τα έτη 2010, 2011 και 2012 είναι μικρότερες σε σχέση με τα προηγούμενα έτη.

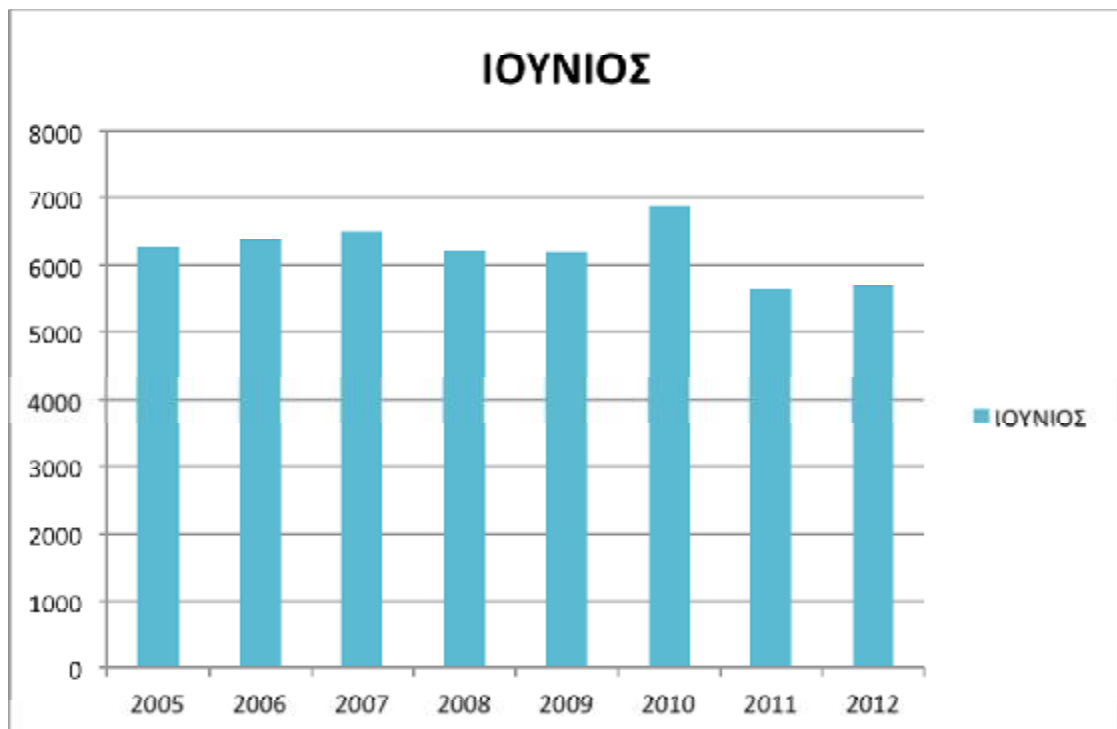
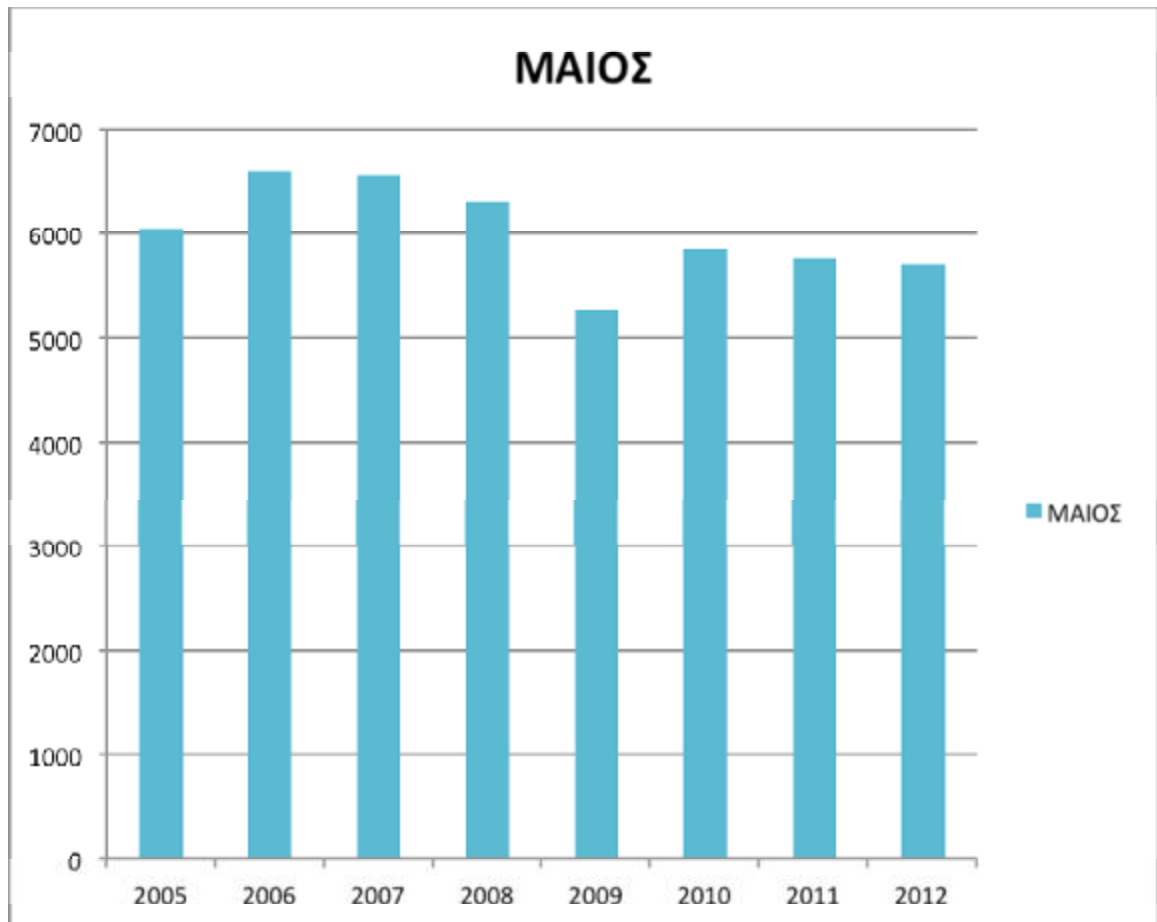


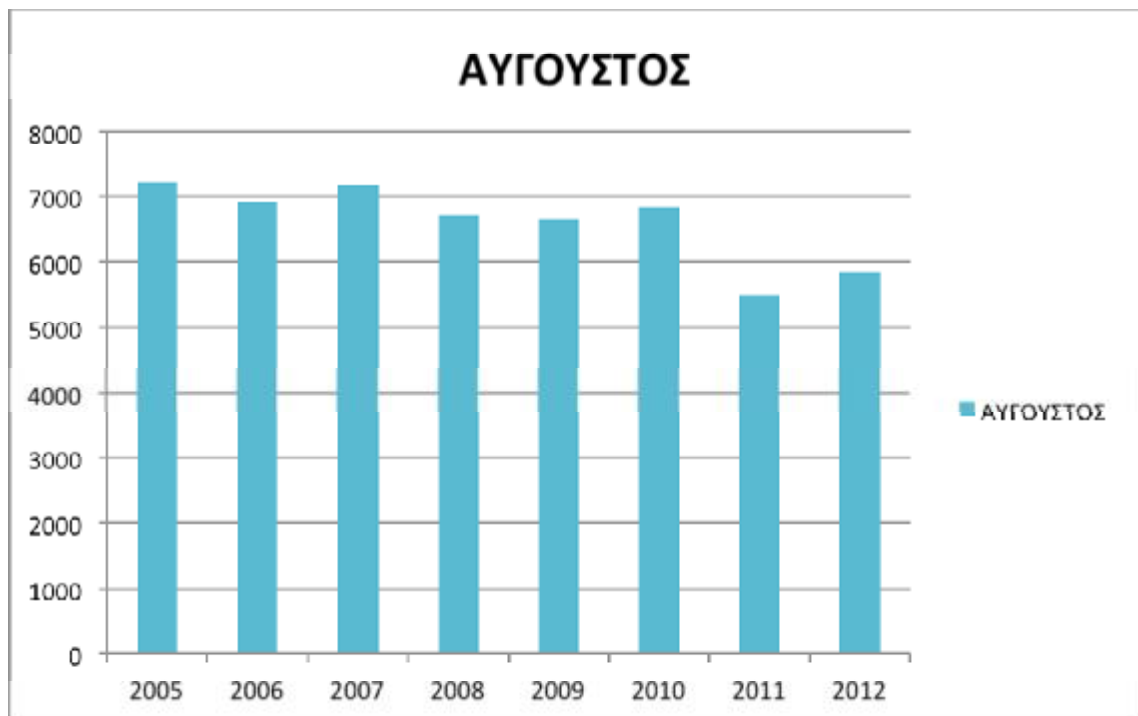
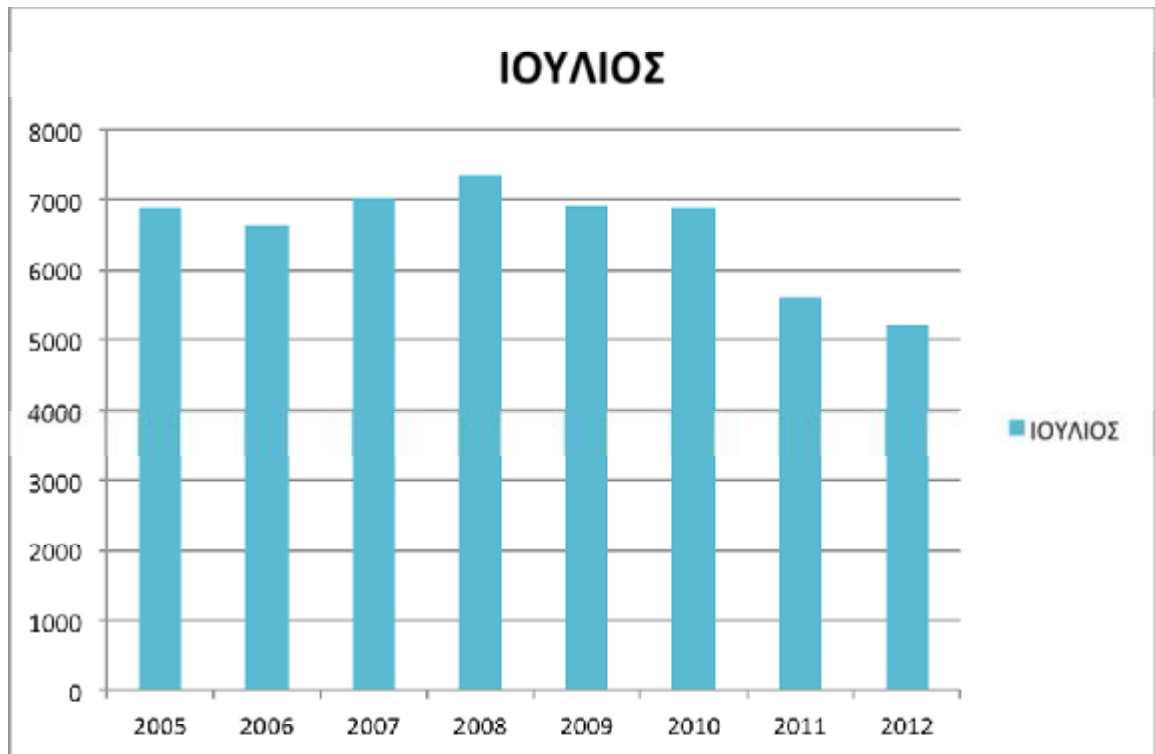




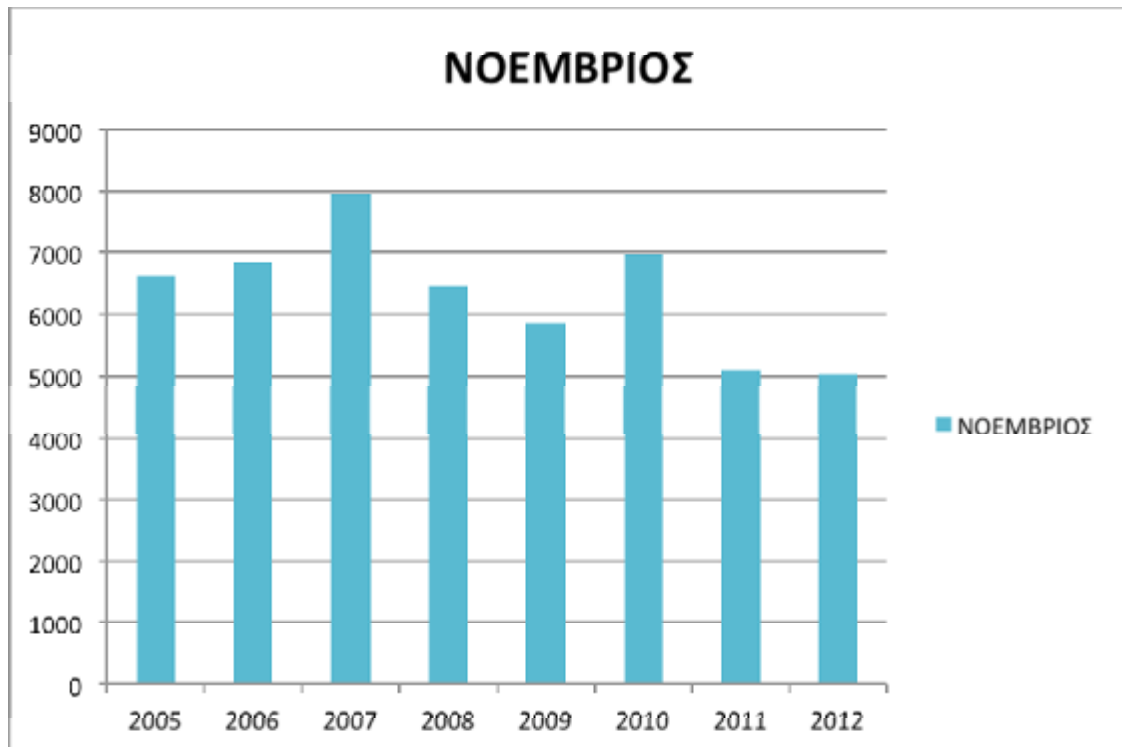
## ΑΠΡΙΛΙΟΣ











Ωστόσο εντοπίζονται κάποιοι μήνες όπου τα φύλλα των πωληθέντων εφημερίδων εμφανίζουν αύξηση λόγω κάποιων ιδιαίτερων κοινωνικών και οικονομικών γεγονότων που σημαδεύουν τη πορεία της χώρας σχετικά, όπως οι μεγάλες φωτιές στην Πελοπόννησο το 2007, η υπογραφή των μνημονίων τις χρονιές 2010, 2011 και 2012 καθώς επίσης και άλλα οικονομικά γεγονότα τα οποία συνδέονται με μειώσεις μισθών στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, κατάργηση εργασιακών κεκτημένων για περίοδο χρόνων καθώς επίσης και για όλες εκείνες τις φορολογικές μεταρρυθμίσεις οι οποίες αλλάζουν κάθε χρόνο επιβαρύνοντας σχετικά όλους τους Έλληνες φορολογούμενους. Πιο συγκεκριμένα λοιπόν, θα λέγαμε πως οι μειώσεις ή αυξήσεις στις πωλήσεις / επιστροφές εφημερίδας παρατηρούνται λόγω των εξής λόγων.

### **2.5.1 Αύξηση / Μείωση Πωληθέντων – Επιστραφέντων Φύλλων Λόγω Αλλαγής Θεματολογίας**

Αναφερόμενοι στην αύξηση ή μείωση των πωληθέντων ή επιστραφέντων φύλλων της εφημερίδας λόγω αλλαγής θεματολογίας, θα λέγαμε πως δεν παρατηρούμε κάποιες σημαντικές αποκλίσεις λόγω αλλαγής θεματολογίας για τα χρόνια από το 2005 έως το 2012, αφού η εφημερίδα διαθέτει σταθερές στήλες για όλα τα συγκεκριμένα έτη. Ωστόσο θα μπορούσε να σημειωθεί πως εμφανίζονται κάποιες αυξημένες πωλήσεις της εφημερίδας για τους μήνες από Σεπτέμβριο έως Ιούνιο και λόγω της διενέργειας διαφόρων αθλητικών οργανώσεων στην Ελλάδα καθώς και την συμμετοχή της ποδοσφαιρικής ομάδας του νησιού στο τοπικό πρωτάθλημα. Ενδεχομένως λοιπόν οι πωλήσεις της εφημερίδας να επηρεάζονται από το γεγονός αυτό και να οδηγούν σε αύξηση των πωλήσεων των φύλλων και μείωση των επιστραφέντων.

### **2.5.2 Αύξηση / Μείωση Πωληθέντων – Επιστραφέντων Φύλλων Λόγω Οικονομικής Κρίσης**

Σίγουρα ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που αναφέραμε και παραπάνω και οποίος επηρέασε την κυκλοφορία και πώληση των φύλλων της εφημερίδας από τα έτη 2010 έως 2012 και βάση στοιχείων παραπάνω, αναφέρεται στην οικονομική κρίση των συγκεκριμένων ετών και η οποία κρίσης βέβαια κρατά

έως και σήμερα. Η άσχημη οικονομική κατάσταση στην οποία περιέρχεται η Ελλάδα από τον Ιανουάριο του 2010 και έπειτα και για τους μήνες που ακολουθούν, είναι ενδεικτική και περιγράφει ανά μήνα την χειροτέρευση της ελληνικής οικονομίας. Γεγονός που έχει ιδιαίτερο αντίκτυπο στην κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών από μέρους των Ελλήνων. Έτσι λοιπόν καταγράφεται πως για προϊόντα όπως οι εφημερίδες και τα οποία δεν θεωρούνται πρώτης ανάγκης όπως οι εφημερίδες, η πτώση των πωλήσεων τους είναι κατακόρυφη. Πιο συγκεκριμένα λοιπόν, η άσχημη οικονομική κατάσταση, περιγράφεται ως εξής σχετικά. Το δημοσιονομικό σοκ και το οποίο αντιμετώπισε η Ελλάδα στα μέσα του έτος 2010, ήταν πολύ μεγάλο τόσο για τους πολίτες της χώρας όσο και τις πολιτικές δυνάμεις. Σαν αποτέλεσμα αυτής της κατάστασης, η χώρα βγήκε εκτός αγορών δανειοδότησης και αναγκάστηκε να ζητήσει βοήθεια από τον μηχανισμό στήριξης της Ε.Ε. και του περίφημου Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου ή άλλως για συντομία γνωστό ως ΔΝΤ. Αποτέλεσμα αυτής της έκκλησης για βοήθεια, ήταν έναν δάνειο ύψους 110 δισεκατομμυρίων ευρώ και το περίφημο και γνωστό σε όλους δημιούργημα του Μνημονίου.

Ο Πρωθυπουργός ανακοίνωσε την προσφυγή της Ελλάδας στον μηχανισμό στήριξης τον Απρίλιο του 2010 και μόλις τον Μάρτιο ο Ευρωπαίος Επίτροπος Όλι Ρεν, εύχονταν στην χώρα τα καλύτερα. Αμέσως μετά τον Μάιο, έγινε και η ανακοίνωση που αφορούσε τα μέτρα που προερχόντουσαν από το Μνημόνιο και τα οποία το λιγότερο χαρακτηρίστηκαν σκληρά. Οι παραπάνω περίοδοι είναι πλέον αξέχαστες στον ελληνικό λαό αφού συνδέθηκαν με μια σειρά από μέτρα γύρω από την ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

Προκειμένου βέβαια να γίνουν καλύτερα αντιληπτοί οι όροι και οι οποίοι εμπειρικλείονταν στο Μνημόνιο Νο.1 καθώς και η άσχημη οικονομική κατάσταση στην οποία έχει περιέλθει η χώρα από τις αρχές του 2010, θα ήταν σωστό να ακολουθήσει μια μικρή ιστορική αναδρομή των γεγονότων που διαδραματίστηκαν ανά μήνα και επέβαλαν και δημιούργησαν τελικώς την παρούσα μισθολογική και εργασιακή κατάσταση, τόσο σε δημόσιο όσο και ιδιωτικό τομέα ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

**Ιανουάριος 2010.** Η ελληνική οικονομία αναγκασμένη να λάβει την οικονομική βοήθεια από τον μηχανισμό στήριξης δεν έφερε καμία αντίσταση. Το

κόστος του δανεισμού και ο προϋπολογισμός που επιβαρύνθηκε ήταν αρκετά μεγάλο. Τα σενάρια που ειπώθηκαν ήταν πολλά. Η λέξη χρεωκοπία πολλές φορές συνδέθηκε με την ελληνική οικονομία. Η σύγκριση με την τότε κατάσταση της Αργεντινής αναπόφευκτη. Ο ελληνικός λαός έπρεπε να έρθει σε επαφή και να γνωρίσει τα spreads και συγκεκριμένα στις 12 Ιανουαρίου, ημερομηνία κατά την οποία φάνηκαν τα ψευδή στατιστικά στοιχεία που αφορούσαν την περίοδο 2005-2008 ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

Οι Financial Times έφεραν στο φως ένα δημοσίευμα το οποίο χαρακτηρίστηκε εκτός από ιστορικό και υπερβολικό. Σύμφωνα με αυτό η Ελλάδα ετοιμαζόταν να πουλήσει στην Κίνα ομόλογα ύψους 25 δις. ευρώ. Υπεύθυνη για αυτήν την συναλλαγή ήταν η τράπεζα Goldman Sachs. Φυσικά αμέσως κάτι τέτοιο διαψεύστηκε και από την τράπεζα η οποία αρνήθηκε την όποια ανάμειξή της σε αυτή την συναλλαγή. Το θέμα πάντως ήταν ότι έπειτα από το δημοσίευμα αυτό το 10ετές ελληνικό ομόλογο εκτινάχθηκε μέχρι και 373 μονάδες. Επίσης, η ελληνική όμως οικονομία ήταν κάτω από στενή παρακολούθηση και πολλοί τομείς της ελληνικής οικονομίας άρχισαν να αντιδρούν. Για παράδειγμα, η αντίδραση των αγροτών ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

**Φεβρουάριος 2010.** Αν και ο πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Ένωσης ξεκαθάρισε ότι η Ελλάδα δεν ζήτησε οικονομική βοήθεια, τον Φεβρουάριο ανακοίνωσε την στήριξη της Ε.Ε. Ο πρόεδρος της Κομισιόν Μ. Μπαρόζο είχε ήδη συναντηθεί με τον πρόεδρο της Ε.Ε. και της ΕΚΤ, Κορς Τρισέ με τον Γ. Παπανδρέου, την γερμανίδα Καγκελάρια και τον ισπανό πρωθυπουργό Χ. Θαπατέρο. Τα ασχόλια που ειπώθηκαν σε αυτήν την περίοδο ήταν ποικίλα ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

**Μάρτιος 2010.** Η ελληνική πραγματικότητα ήταν πολύ διαφορετική από ότι πολλοί μπορούσαν να φανταστούν. Οι ευχές του Όλι Ρεντ προετοιμάζαν αυτήν την κατάσταση. Πολλά από τα προνόμια των Δημοσίων θα περιοριζόντουσαν, όπως δώρα Χριστουγέννων, επιδόματα κατά 15%. Οι συντάξεις θα «πάγωναν», οι αποδοχές θα μειωθούν κατά 7%-8% και οι 13<sup>ος</sup> και 14<sup>ος</sup> μισθός. Θα εμφανιζόταν αύξηση του ΦΠΑ, έκτακτες εισφορές και η καθιέρωση του συντελεστή 45% για εισοδήματα πάνω από 100.000 ευρώ. Τα τσιγάρα, το ηλεκτρικό ρεύμα, τα ποτά και τα Ι.Χ. θα είχαν μεγάλη φορολογία. Το ποσό των 5,5 δις. ευρώ θα χαρακτήριζαν αριθμητικά τα μέτρα



που θα έπρεπε να περιορίσουν το κόστος δανεισμού της Ελλάδας ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

**Απρίλιος 2010.** Ήταν η ιστορική περίοδος που ο Γ. Παπανδρέου ανακοίνωσε στον ελληνικό λαό τα μέτρα που έπρεπε να παρθούν από την προσφυγή στον μηχανισμό στήριξης. Προετοίμαζε τον ελληνικό λαό για την «Οδύσσεια» που θα αντιμετώπιζε. Το πακέτο των 45 δις, ευρώ ήταν αναγκαίο για την ελληνική οικονομία αφού οι πιέσεις των αγορών προς την Ελλάδα καθώς και τα ύψη στα οποία είχαν φτάσει τα spreads την ανάγκασαν να ζητήσει βοήθεια. Σαν απόδειξη τα spreads ξεπέρασαν τις 400 μονάδες τον Απρίλιο. Φυσικά τα πράγματα έγινα ακόμα χειρότερα όταν στις 29 Απριλίου ξεπέρασαν τις 1000 μονάδες. Μια μικρή υποχώρηση φάνηκε τον Οκτώβριο όταν έφτασαν σε 900 μονάδες ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

**Μάιος 2010.** Την περίοδο αυτή δόθηκε η έγκριση για την οικονομική βοήθεια στην Ελλάδα από την Ε.Ε. και το ΔΝΤ. Ο δανεισμός ίσχυε για τα επόμενα χρόνια και με επιτόκιο 5%. Από το συνολικό ποσό τα 80 δις, θα προσφερόντουσαν από την Ε.Ε. και τα υπόλοιπα 30 δις από το ΔΝΤ. Τρία χρόνια με καθημερινές παραχωρήσεις και πενιχρές οικονομίες. Αυστηρά μέτρα σε μισθούς, συντάξεις, αμοιβές δημοσίων υπαλλήλων. Συγκεκριμένα το Μνημόνιο προέβλεπε περικοπές 13<sup>ης</sup> και 14<sup>ης</sup> σύνταξης για ανθρώπου κάτω των 60 ετών. Οι απολύσεις αυξήθηκαν καθώς και το όριό τους. Οι αποζημιώσεις μειώθηκαν σταδιακά και εμφανίσθηκε «πάγωμα» μισθών για τουλάχιστον 3 χρόνια. Οι επιχειρήσεις θα έπρεπε να συνεισφέρουν έκτακτη εισφορά για επίσης 3 χρόνια ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

**Ιούνιος 2010.** Ιδιαίτερα κρίσιμος ήταν ο μήνας αυτός και χαρακτηρίζεται από τη κίνηση του Moody's ο οποίος προχώρησε σε τετραπλή υποβάθμιση κατηγορίας «Ba1» γύρω από την ελληνική οικονομία. Ήδη η υποβάθμιση αυτή προήλθε από δυο οίκους. Η κίνηση αυτή χαρακτηρίστηκε χτύπημα κάτω από τη μέση και έγινε σε μια χρονική στιγμή την οποία η ελληνική οικονομία ήδη έδειχνε μια ανάκαμψη. Το γεγονός αυτό είχε σα αποτέλεσμα το να μην μπορούν οι τράπεζες να χρηματοδοτηθούν από την ΕΚΤ, να σημειωθεί άνοδος των spreads αλλά και των CDS και φυσικά η Ελλάδα χαρακτηρίστηκε από μια κατάσταση χρεοκοπίας. Κρίσιμη είναι και η εμφάνιση νομοσχεδίου το οποίο κάνει νύξη για όριο συνταξιοδότησης γύρω από το 65<sup>ο</sup> όριο ηλικίας. Φυσικά και οι τραπεζίτες λαμβάνουν μήνυμα για ένα

σχηματισμό μεγαλύτερου σχήματος ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

**Ιούλιος 2010.** Το νομοσχέδιο για τις συντάξεις υπερψηφίζεται με μείωση σε συντάξεις και αύξηση του ορίου ηλικίας. Η νέα Συλλογική Σύμβαση Εργασίας έχει ήδη υπογραφεί. Το τι προβλέπεται σε αυτήν είναι άκρως απογοητευτικό. Καθόλου αυξήσεις για το 2010 και μόνο κάποιες ποσοστιαίες του 1,5% για το 2011 και 1,7% για το 2012. Εκτός από τις υπόλοιπες τράπεζες οι οποίες κατάφεραν να άντεξαν μόνο και η Αγροτική Τράπεζα δεσμεύτηκε να ενισχύσει την κεφαλαιακή της βάση. Να σημειωθεί πως και η Τράπεζα Πειραιώς βρέθηκε στην ίδια κατάσταση. Την εμφάνισή του έκανε και στην Βουλή το νομοσχέδιο που αφορούσε τις οφειλές από φυσικά πρόσωπα.

**Αύγουστος 2010.** Η κυβέρνηση αρχίζει την μάχη με τις ΔΕΚΟ. Οι αλλαγές που θα ακολουθήσουν θα φέρουν και τις ανάλογες αντιδράσεις. Αλλαγές σε προσωπικό και στις απολαβές του καθώς και σε ολόκληρο το καθεστώς εργασίας τους. Το μόνο που αποτέλεσε αισιόδοξο γεγονός ήταν το ποσό των 25 δις. ευρώ από την κυβέρνηση. Το ποσό αυτό είχε την μορφή εγγυήσεων απέναντι στις τράπεζες, κάτι που ήταν αναπόφευκτο αφού πλέον δεν υπήρχε καμία χρηματοδότηση από τις αγορές αλλά και από την φυγή καταθέσεων 23 δις του περασμένου Αυγούστου ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

**Σεπτέμβριος 2010.** Κρίσιμος μήνας αφού σημειώνονται κινήσεις αντίδρασης από ιδιοκτήτες φορτηγών οι οποίοι προχωρούν σε απεργίες με αποτέλεσμα να κλείσουν την αγορά και σαν σκοπό να απελευθερώσουν τις μεταφορές εμπορευμάτων. Είναι όμως και ο μήνας στον οποίο οι υπουργοί Οικονομικών Ευρωζώνης εγκρίνουν την δεύτερη δόση δανείου με την έγκριση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αλλά και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας. Η δήλωση του επικεφαλής της Ευρωπαϊκής Στατιστικής Υπηρεσίας γύρω από το ελληνικό χρέος κάνει ξανά τα spreads να πεταχτούν στα ύψη. ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

**Οκτώβριος 2010.** Κάνει την εμφάνισή του το νομοσχέδιο για αλλαγές στον ΟΣΕ. Νομοσχέδιο το οποίο χαρακτηρίστηκε σαν πιλότος αφού σε αυτό θα στηρίζονταν και οι βασικές αλλαγές και σε άλλες ΔΕΚΟ. Το ποσό των 10δις. ευρώ

δεσμεύτηκε να καλύψει ο αρμόδιος υπουργός. Φυσικά δεν έλειψαν οι αντιδράσεις εργαζομένων και οι ανάλογες κινητοποιήσεις. Το ποσό των 1,2 δις. ευρώ έφταναν οι ετήσιες ζημιές του ΟΣΕ και της ΤΡΑΙΝΟΣΕ. Το αντίστοιχο νομοσχέδιο ανέφερε και απολύσεις κατά 2.350 υπαλλήλους από τους 6.300, μειώσεις μισθών και περικοπές υπερωριών. Σημαντικές και οι αλλαγές σε εργασιακές σχέσεις και φυσικά η χαρακτηριστική είσοδος ιδιωτών στην ΤΡΑΙΝΟΣΕ ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

**Νοέμβριος 2010.** Πραγματοποιείται επίσκεψη των εκπροσώπων της Τρόικας την Ελλάδα. Γίνονται οι απαραίτητες συναντήσεις με τους εκπροσώπους της κυβέρνησης και εκτελούνται όλες οι απαραίτητες ενημερώσεις από τα υπουργεία. Οι εκπρόσωποι διαπίστωσαν την καλή εφαρμογή αλλά και εκτέλεση δημοσιονομικής εξυγίανσης. Παρόλα αυτά ανακοίνωσαν πως και κάποιες άλλες αλλαγές θα έπρεπε να γίνουν πάνω στην Υγεία και σε ΔΕΚΟ. Οι προτάσεις της κυβέρνησης σε αυτά τα θέματα θα πρέπει να είναι άμεσες.

**Δεκέμβριος 2010.** Ο μήνας αυτός χαρακτηρίζεται από την ψήφιση του πολυνομοσχεδίου με 156 ψήφους υπέρ και με 130 κατά. Σε αυτό αναφέρονται αλλαγές σε εργασιακές σχέσεις και φυσικά μειώσεις μισθών σε ΔΕΚΟ. Απολύσεις με χαμηλές αποζημιώσεις και νέα δεδομένα στην αγορά εργασίας κάνουν την εμφάνισή τους. Οι εργασιακές συμβάσεις υπερισχύουν από τις κλαδικές. Σε πάνω από 100 δημόσιες επιχειρήσεις οι αλλαγές είναι σαρωτικές και με σημαντικές ζημιές. Το ίδιο όμως συμβαίνει και για τις επιχειρήσεις που μπαίνουν στην αγορά εργασίας. Οι αποδοχές των εργαζομένων μειώθηκαν κατά 25% το 2011 ([www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο).

Εκτός όμως των όσων αναφέρθηκαν παραπάνω, θα πρέπει να επισημάνουμε πως η συγκεκριμένη οικονομική κατάσταση συνεχίστηκε και το 2012 με αποτέλεσμα οι πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών να σημειώνουν κατακόρυφη κάμψη και βάση αυτών να επηρεάζονται σχετικά και οι πωλήσεις των φημερίδων σχετικά. Βέβαια υπάρχουν κάποιες εξαιρέσεις ως προς τους μήνες και τα έτη της κρίσης όπου η εφημερίδα εμφανίζει αυξημένες πωλήσεις σε σχέση με τις υπόλοιπες περιόδους και αυτό γίνεται όταν η εφημερίδα αναφέρει κυρίως στοιχεία οικονομικής φύσεως τα οποία πλήτουν τους απλούς πολίτες και τις ευπαθής ομάδες, είτε με φοροεπιδρομές από μέρους των Κυβερνόντων είτε με επιβεβλημένα μέτρα από την τρόικα.

### **2.5.3 Αύξηση / Μείωση Πωληθέντων – Επιστραφέντων Φύλλων Λόγω Σημαντικών Συμβάντων όπως Εκλογές, Μνημόνια ή Επιπτώσεις από Καιρικές Συνθήκες**

Βάση των στοιχείων που αναφέρονται παραπάνω, θα λέγαμε πως η συγκεκριμένη εφημερίδα εμφανίζει ιδιαίτερα υψηλές πωλήσεις και φυσικά μικρότερο αριθμό επιστραφέντων φύλλων στην εποχή της κρίσης, ιδιαίτερα σε περιόδους προετοιμασίας και ψήφισης νέων μνημονίων ή λήψης νέων οικονομικών μέτρων. Έτσι λοιπόν πιο συγκεκριμένα, θα λέγαμε ότι η εφημερίδα μετά το έτος 2010, παρουσιάζει υψηλές πωλήσεις φύλλων και λιγότερα επιστραφέντα τον μήνα Ιανουάριο έως Μάιο του 2010, για το 2011 από μήνα Ιανουάριο έως Ιούνιο και μετέπειτα από Σεπτέμβριο έως Δεκέμβριο και τέλος για το 2012, ιδιαίτερες πωλήσεις σημειώνονται τους μήνες Μάρτιο, Απρίλιο και Μάιο καθώς επίσης και Ιούνιο που έχουμε τις τελευταίες εκλογικές αναμετρήσεις και τις υπογραφές των σχετικών Μνημονίων.

Για τα έτη από το 2005 έως το 2010, ιδιαίτερα αυξημένες πωλήσεις παρουσιάζονται τους χειμερινούς μήνες και λιγότερο τους καλοκαιρινούς, με τις δύο εκλογικές αναμέτρησεις του 2006 και 2009 να μονοπωλούν το ενδιαφέρον των αναγνωστών. Ωστόσο θα πρέπει να σημειωθεί πως ιδιαίτερα εξαιρετικά υψηλές πωλήσεις παρουσιάζει η εφημερίδα το μήνα Αύγουστο και Σεπτέμβριο του 2007 λόγω των καταστροφικών πυρκαγιών στη Πελοπόννησο. Από εκεί και έπειτα θα πρέπει να σημειωθεί πως εμφανίζονται κάποιες αυξομειώσεις στις πωλήσεις των εφημερίδων στα διάφορα σημεία πώλησης και στα κέντρα διανομής, όμως αυτές είναι πάντα σε συνάρτηση με κάποιο κοινωνικό γεγονός και όταν συμβαίνει κάτι εξαιρετικά σημαντικό για την Ελλάδα ή την τοπική κοινωνία του Νησιού.

### **2.5.4 Αύξηση / Μείωση Πωληθέντων – Επιστραφέντων Φύλλων Λόγω Δημιουργίας Ανάγνωσης Γεγονότων από την Ηλεκτρονική Πλατφόρμα της Εφημερίδας**

Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί πως σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση, οι πωλήσεις της εφημερίδας μειώνονται λόγω της ηλεκτρονικής πρόσβασης στο διαδικτυακή σελίδα της συγκεκριμένης εφημερίδας και στην ανάγνωση των γεγονότων μέσα από τον αναφερόμενο ιστότοπο.

Εντός του συγκεκριμένου πλαισίου θα μπορούσαμε να αναφέρουμε πως ο όρος εποχή της πληροφορίας, γνωστή και ως εποχή των υπολογιστών, αναφέρεται στην ιδέα ότι η σημερινή εποχή χαρακτηρίζεται από την δυνατότητα των ανθρώπων να ανταλλάσσουν και να μεταφέρουν πληροφορίες, ελεύθερα και να έχουν άμεση πρόσβαση σε γνώσεις που θα ήταν δύσκολο ή αδύνατο να βρεθούν στο παρελθόν. Η έννοια αυτή συνδέεται με την έννοια της ψηφιακής εποχής ή της ψηφιακής επανάστασης και μεταφέρει τις επιπτώσεις της αλλαγής από την παραδοσιακή βιομηχανία (την οποία εγκαθίδρυσε η βιομηχανική επανάσταση μέσα από την εκβιομηχάνιση) σε μια οικονομία που βασίζεται στο χειρισμό των πληροφοριών. Η περίοδος αυτή θεωρείται ότι ξεκίνησε γύρω στα τέλη του δεύτερου μισού του 20<sup>ου</sup> αιώνα μ.Χ., χωρίς να υπάρχει επίσημη ημερομηνία έναρξης. Με την εφεύρεση των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης, στις αρχές του 21ου αιώνα, μερικοί ισχυρίζονται ότι η εποχή της πληροφορίας έχει μετεξελιχθεί στην εποχή της προσοχής.

Το Διαδίκτυο (Internet) σχεδιάστηκε αρχικά ως ένα κατακεντρωμένο δίκτυο που θα μπορούσε να συνδέσει υπολογιστές μεταξύ τους, να είναι ανθεκτικό και να μην έχει τρωτά σημεία. Δεν θα μπορούσε να καταρρεύσει ολοκληρωτικά από μια μοναδική αιτία, και αν μεμονωμένες περιοχές του δικτύου απενεργοποιηθούν, τότε οι πληροφορίες θα μπορούσαν να αλλάξουν εύκολα πορεία. Δημιουργήθηκε από την APRA και η πρώτη του ονομασία ήταν APRANET. Οι πρώτες βασικές του εφαρμογές και λειτουργίες ήταν το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) και η μεταφορά αρχείων.

Παρ' όλα αυτά, μόνο μετά την δημιουργία του παγκόσμιου ιστού το 1989 το Διαδίκτυο έγινε πραγματικά ένα παγκόσμιο δίκτυο. Σήμερα, έχει γίνει η απόλυτη πλατφόρμα για την επιτάχυνση της ροής των πληροφοριών και είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη μορφή των μέσων ενημέρωσης. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας, η ενημέρωση προχώρησε σε ψηφιακή μορφή, δημιουργώντας το ηλεκτρονικό περιοδικό, το οποίο παράγεται από τον εκδότη του ή από άλλο φορέα, κατέχοντας την άδεια ψηφιοποίησης του περιεχομένου από τον εκδότη του. Το ηλεκτρονικό περιοδικό παρέχει στον αναγνώστη του τη δυνατότητα άμεσης και εύκολης ενημέρωσης, με όσο το δυνατόν λιγότερο έως και μηδαμινό κόστος.

Το ηλεκτρονικό περιεχόμενο μπορεί να παρέχεται δωρεάν στο διαδίκτυο ή να απαιτεί εισφορά για την διάθεση των πληροφοριών που φέρει. Τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού περιοδικού είναι η άμεση και εύκολη πρόσβαση στην πιο πρόσφατη πληροφορία. Σήμερα, οι περισσότερες βιβλιοθήκες, κυρίως οι ακαδημαϊκές αναπτύσσουν βάσεις δεδομένων με ηλεκτρονικά περιοδικά, αφιερώνοντας ένα μεγάλο μέρος του οικονομικού τους προϋπολογισμού σε συνδρομές, ώστε να καλύπτουν ικανοποιητικά τα ερευνητικά ενδιαφέροντα του κοινού που εξυπηρετούν. Τα ηλεκτρονικά περιοδικά εντοπίζονται είτε σε πλήρη μορφή είτε με μια μικρή περίληψη και αυτό εξαρτάται από την εκάστοτε συνδρομή της βιβλιοθήκης. Βέβαια υπάρχουν και περιοδικά με ελεύθερη πρόσβαση. Οι μορφές στις οποίες βρίσκουμε τα περιοδικά είναι σε HTML ή PDF.

Βάση των ανωτέρω και καταλήγοντας, θα λέγαμε πως τα πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής ανάγνωσης για την εφημερίδα αυτή, αναφέρεται στα εξής στοιχεία.

- Ø Άμεση και εύκολη πρόσβαση στην ενημέρωση από το ιδιωτικό ή προσωπικό χώρο του χρήστη.
- Ø Άμεση και εύκολη ενημέρωση ακόμα και σε απομακρυσμένες περιοχές
- Ø Δυνατότητα ανάγνωσης σε άτομα με αναπηρία
- Ø Μηδενικό κόστος παροχής υπηρεσιών
- Ø Εξοικονόμηση γραφικής ύλης

Αντίστοιχα, τα μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής ανάγνωσης της εφημερίδας, αναφέρονται ως εξής.

- Ø Δημιουργία προβλημάτων υγείας από την πολύωρη χρήση του ηλεκτρονικού υπολογιστή.
- Ø Μείωση των εσόδων έντυπων περιοδικών.
- Ø Πληροφορίες οι οποίες δεν μπορούν να ελεγχθούν.

## Επίλογος – Συμπεράσματα

Βάση των όσων αναφέρθηκαν παραπάνω και σχετικά με την ανάλυση της παρούσης εργασίας, θα πρέπει να σημειωθεί πως η ανάλυση στοιχείων που ακολουθεί βασίζεται στις καθημερινές και μηνιαίες πωλήσεις της τοπικής εφημερίδας Σύρου όπου και μέσω της απεικόνισης των στατιστικών στοιχείων, καλούμαστε να δικαιολογήσουμε τις όποιες μεταβολές παρατηρούνται στην αύξηση ή μείωση πωλήσεων της εφημερίδας ανά μήνα και ανά έτος από το 2005 έως το 2012 λόγω προσθήκης κάποιας στήλης δηλαδή αλλαγή θεματολογίας, εξαιτίας επίσης ενός σημαντικού κοινωνικού συμβάντος όπως διενέργεια εθνικών εκλογών, τέλεσης μνημονίων ή επιπτώσεις από καιρικές συνθήκες ή όπως αναφέραμε δημιουργία ηλεκτρονικής μορφής για την εν λόγω εφημερίδα.

Σημειώθηκε πως τα Μ.Μ.Ε. μπορούν επίσης να είναι όργανα εξουσίας ή όπλο επαναστατικό, εμπορικό προϊόν ή όργανο παιδείας. Μπορούν να εξυπηρετήσουν σκοπούς απελευθερωτικούς ή καταπιεστικούς. Μπορούν να συμβάλουν στη διαμόρφωση της ατομικής προσωπικότητας όπως και στην ομοιόμορφη "κοπαδοποίηση" της ανθρωπότητας. Πολλοί ειδικοί με το χάρη έχουν επισυμάνει πως ο όρος Μ.Μ.Ε. έχει χάσει από καιρό την αρχική του σημασία και αναφέρονται πλέον ως μέσα επικοινωνίας με τις μάζες, μέσα που προσφέρουν μέγιστο αριθμό γνώσεων σε μεγάλο αριθμό πολιτών και κατάντησαν να είναι τα μέσα που μεταμορφώνουν το πολίτη σε μάζα, που τον μετατρέπουν σε πολτό, πλάθοντας τον κατά βούληση όποιου έχει το μαγικό, μαζικό πομπό (Καζάκου, 2011).

Επίσης έγινε γνωστό πως τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν την υποχρέωση να ενημερώνουν το κοινό, λειτουργώντας αυτόνομα και χωρίς να εξυπηρετούν διάφορα συμφέροντα μέσα από το Τύπο. Τι συμβαίνει, όμως, με το ρόλο τους αυτό κατά τη διάρκεια ενός πολέμου για παράδειγμα; Σε μία μεγάλη κρίση, λοιπόν, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης μετατρέπονται συνήθως σε όργανα προπαγάνδας, χαρακτηριστικό των κρατών με ολοκληρωτικά καθεστώτα. Ωστόσο, στις μέρες μας ακόμη και οι δημοκρατικές κυβερνήσεις χρησιμοποιούν την προπαγάνδα με τη μορφή 'δημόσιας πληροφόρησης'. Προσανατολίζουν δηλαδή την κοινή γνώμη ώστε να προωθήσουν ή να δυσφημίσουν ένα σκοπό ή ένα κίνημα (Πασχόπουλος, 2011).

Βάση των αναλυτικών στοιχείων και τα οποία αναφέρθηκαν παραπάνω, θα λέγαμε πως το πρώτο στοιχείο που κοιτά κανείς στην κυκλοφορία της συγκεκριμένης εφημερίδας, αναφέρεται στους αριθμούς πωληθέντων και επιστραφέντων φύλλων ανά μήνα και φυσικά ανά έτος και με σκοπό να διευκρινηστεί αν η όποια αύξηση ή μείωση των φύλλων της εφημερίδας, επηρεάζεται σχετικά από συγκεκριμένους παράγοντες. Το πρώτο λοιπόν γενικό συμπέρασμα που διαπιστώνει κανείς, είναι πως βάση των συγκεκριμένων στοιχείων, οι πωλήσεις της εφημερίδας εμφανίζουν μια ιδιαίτερα αξιοπρόσεκτη μείωση πωλήσεων, λόγω της οικονομικής κρίσης που ξεσπά στην Ελλάδα από το 2010 και έπειτα. Για του λόγου το αληθές, εμφανίζονται πάλι παρακάτω αναλυτικά ανά μήνα από τα έτη 2005 έως 2012, οι πωλήσεις της εφημερίδας με σκοπό να διακρίνει κανείς την διαπίστωση αυτή και το γεγονός πως οι πωλήσεις ανά μήνα για τα έτη 2010, 2011 και 2012 είναι μικρότερες σε σχέση με τα προηγούμενα έτη.

Αναφερόμενοι στην αύξηση ή μείωση των πωληθέντων ή επιστραφέντων φύλλων της εφημερίδας λόγω αλλαγής θεματολογίας, θα λέγαμε πως δεν παρατηρούμε κάποιες σημαντικές αποκλίσεις λόγω αλλαγής θεματολογίας για τα χρόνια από το 2005 έως το 2012, αφού η εφημερίδα διαθέτει σταθερές στήλες για όλα τα συγκεκριμένα έτη. Ωστόσο θα μπορούσε να σημειωθεί πως εμφανίζονται κάποιες αυξημένες πωλήσεις της εφημερίδας για τους μήνες από Σεπτέμβριο έως Ιούνιο και λόγω της διενέργειας διαφόρων αθλητικών οργανώσεων στην Ελλάδα καθώς και την συμμετοχή της ποδοσφαιρικής ομάδας του νησιού στο τοπικό πρωτάθλημα. Ενδεχομένως λοιπόν οι πωλήσεις της εφημερίδας να επηρεάζονται από το γεγονός αυτό και να οδηγούν σε αύξηση των πωλήσεων των φύλλων και μείωση των επιστραφέντων.

Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί πως σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση, οι πωλήσεις της εφημερίδας μειώνονται λόγω της ηλεκτρονικής πρόσβασης στο διαδικτυακή σελίδα της συγκεκριμένης εφημερίδας και στην ανάγνωση των γεγονότων μέσα από τον αναφερόμενο ιστότοπο.



## **Βιβλιογραφία**

### Αγγλική βιβλιογραφία

- ✓ Bairoch, P., (1993), “Economics and World History”, New York : Cambridge University Press
- ✓ Jankowich, (2004), “Research Methods for studies and projects”, London: Macmillan Press Ltd.
- ✓ Maddison A., (1989), “The World Economy in the Twentieth Century”, New York : Free Press
- ✓ Maddison A., (1995), “Monitoring the World Economy”, New York Dover Publications, Inc.
- ✓ Saunders M., Lewis P. and Thornhill A., (2000), “Research Methods For Business Students”, London: Prentice Hall.
- ✓ Saunders et all, (2005), “Specified ways for research and analysis of data”, Prentice Hall
- ✓ Thomson J. & Martin F., (2005), “Strategic Management: Awareness and Change”, Thomson Learning, 5<sup>th</sup> edition, London
- ✓ Sekaran U., (1992), “Research Methods for Business, A Skill Building Approach”. New York: John Wiles and Sons Inc.
- ✓ Zikmund W.G., (2000), “Business Research Methods”. London: Harcourt college publishers.

### Ελληνική βιβλιογραφία

- ✓ Πασχόπουλος, Α., (2011), “Νέα Μέσα, Είσαι Μέσα;”, Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- ✓ Πουρναράκης, Κ., (1996), “Διεθνή Οικονομική”, Αθήνα, Εκδόσεις Κυριακίδη Αφοί
- ✓ Καζάκου, Μ., (2011), “Κοινωνική Δικτύωση”, Αθήνα, Εκδόσεις 4π Ειδικές Εκδόσεις Α.Ε.
- ✓ Χολέβας Γ., (1997), “Διεθνείς Εμπορικές σχέσεις – Διεθνές Εμπόριο”, Αθήνα, Εκδόσεις Interbooks
- ✓ Χολέβας Γ., (1995), “Οργάνωση και Διοίκηση”, Αθήνα, εκδόσεις Interbooks
- ✓ Χριστάκης Α., Fowler J., (2010) “Συνδεδεμένοι”, Αθήνα, Εκδόσεις Πανόδετο

- ✓ D'Amour, C., (2010), “Δικτύωση στο Διαδίκτυο”, Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- ✓ [www.gsevee.gr](http://www.gsevee.gr), 2011, Η Ελλάδα Μετά το Μνημόνιο
- ✓ Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών, Στοιχεία για την Κρίση Παγκοσμίως, Σχετικές Μελέτες και Έρευνες, 2012

## **Δικτυογραφία**

- ✓ Κωνσταντίνου, Μ., (2000), Άρθρο “Διαφήμιση στο Ελληνικό ιντερνέτ - impressions ή χρονοχρέωση”, Περιοδικό e-market, ημ.προσ.: Νοέμβριος 2011
- ✓ Eurostat, 2008, Στοιχεία Χρήσης Διαδικτυακών Υπηρεσιών, ημ.προσ.: Σεπτέμβριος 2011
- ✓ Eurostat, 2008, Στοιχεία Χρήσης Διαδικτυακών Υπηρεσιών, ημ. προσ.: Σεπτέμβριος 2011
- ✓ Eurostat, 2009, Στοιχεία Χρήσης Διαδικτυακών Υπηρεσιών, ημ. προσ.: Δεκέμβριος 2011
- ✓ Eurostat, 2010, Στοιχεία Χρήσης Διαδικτυακών Υπηρεσιών, ημ. προσ.: Δεκέμβριος 2011
- ✓ Hellastat, 2012, Οικονομικά Στοιχεία Κλάδου Κυκλοφορίας και Εμπορίας Περιοδικών και Εφημερίδων