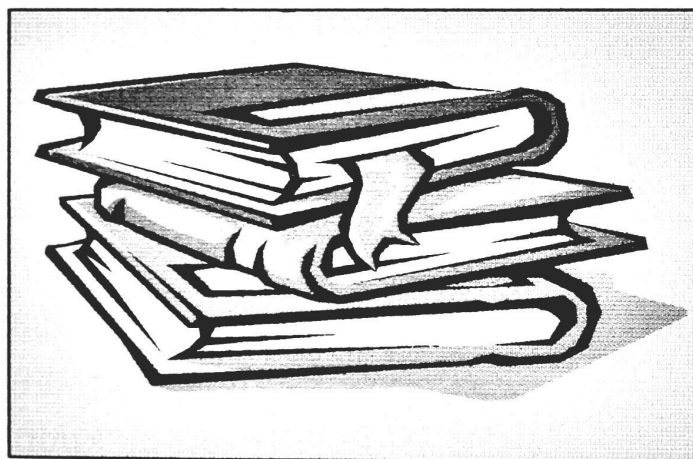


**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ

«Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΒΙΒΛΙΟΥ ΣΤΗ ΡΟΔΟ»



**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ : ΤΣΟΥΝΟΥ ΤΣΑΜΠΙΚΑ
Α.Μ.: 195/00**

ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΓΛΑΝΤΖΗ-ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΟΥ ΚΑΛΟΜΟΙΡΑ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2005



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ.....	7
ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ ΚΑΙ ΕΚΔΟΤΙΚΟΙ ΟΙΚΟΙ.....	9
ΕΚΔΟΤΙΚΟΙ ΟΙΚΟΙ ΣΤΗ ΡΟΔΟ.....	11
ΔΙΑΝΟΜΗ ΒΙΒΛΙΟΥ.....	12
ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΥ.....	14
ΠΗΓΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΒΙΒΛΙΑ.....	17
ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΥ.....	19
ΚΕΡΔΟΣ ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΩΝ.....	21
Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΒΙΒΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟ INTERNET.....	21
ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΗΛΙΚΙΑ.....	22
ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ.....	24
ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΑΝΑ ΕΠΟΧΗ.....	27
ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	31
ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ.....	33
ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ.....	34
ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΦΥΛΟ.....	35
ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΒΙΒΛΙΩΝ.....	36
ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ.....	39
ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ.....	42
ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ ΚΑΙ ΚΕΝΤΡΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΥΤΩΝ.....	43
ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ.....	47
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	50
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	52



ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρακάτω εργασία είναι μια πτυχιακή εργασία με θέμα «Η αγορά του βιβλίου στη Ρόδο».

Σκοπός της εργασίας είναι να εξακριβώσουμε και να παραθέσουμε στοιχεία που αφορούν στην αγορά του βιβλίου στην περιοχή της Ρόδου.

Στόχος είναι η ανάλυση των δεδομένων που προκύπτουν από προσωπικές συνεντεύξεις με βιβλιοπώλες. Μέσα από αναλύσεις και στατιστικά γραφήματα δίνεται η εικόνα της κίνησης του βιβλίου σε σχέση με διάφορους ανασταλτικούς ή ευνοϊκούς παράγοντες.

Αρχικά δίνεται μια εικόνα για την ποσότητα και την ποιότητα των βιβλιοπωλείων στη Ρόδο. Παρουσιάζονται οι τρόποι διακίνησης, διανομής, προώθησης και πώλησης του βιβλίου καθώς επίσης και οι επιρροές που έχει δεχθεί η αγορά από παραμέτρους όπως οι παραγγελίες μέσω Internet, οι βιβλιοθήκες και η παρουσία του Πανεπιστημίου Αιγαίου στην περιοχή.

Λόγω της έλλειψης βιβλιογραφίας, το σύνολο της εργασίας προκύπτει από προσωπικές συνεντεύξεις με άτομα που σχετίζονται με το χώρο του βιβλίου (βιβλιοπώλες, βιβλιοθηκονόμους). Τα στοιχεία της εργασίας αντλήθηκαν από τις εξής πηγές:

- Βιβλιοπωλείο «Ακαδημία»
- Βιβλιοπωλείο «Το Δέντρο»
- Βιβλιοπωλείο «Βιβλιοεμπορική»
- Χατζηγιάννου Κων/νος, βιβλιοπώλης
- Κόντη Μαίρη, βιβλιοθηκονόμος
- Σμπιλή Ελένη, βιβλιοθηκονόμος
- Χοροζίδου Ευγενία, βιβλιοθηκονόμος
- Μακράκη Αγγελική, βιβλιοθηκονόμος



Τα ποσοστά ,που παρατίθενται στα διαγράμματα τα οποία αφορούν στην κατάσταση που επικρατεί στην Ρόδο, είναι ενδεικτικά και προκύπτουν από την σύγκριση των προσωπικών απόψεων των ατόμων που ασχολούνται με την πώληση του βιβλίου.

Όπου αυτό κρίνεται αναγκαίο, παρατίθενται αποσπάσματα πανελληνίων στατιστικών ερευνών με σκοπό τη σύγκριση των μεγεθών που προκύπτουν σε τοπικό επίπεδο σε σχέση με τα πανελλαδικά δεδομένα.



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάγνωση βιβλίων είναι αδιαμφισβήτητα σημαντική. Ο ρόλος του βιβλίου στην κοινωνία είναι πολυδιάστατος. Ο βασικότερος ρόλος του είναι σίγουρα εκπαιδευτικός. Ωστόσο δεν είναι λίγοι οι αναγνώστες που θεωρούν το βιβλίο ένα μέσο συμβουλευτικό, εμπλουτισμού γνώσεων, πληροφοριακό ή ενημερωτικό ή ακόμα και ένα μέσο ανάπτυξης κριτικής σκέψης. Μεγάλο μέρος πάντως καταλαμβάνει και η άποψη πως το βιβλίο είναι ένα μέσο ψυχαγωγίας.

Το σίγουρο πάντως είναι πως κανείς δεν μπορεί να αντικρούσει την άποψη πως η ανάγνωση βιβλίων είναι ένα από τα σημαντικότερα εφόδια ενός ατόμου για την διαμόρφωση ενός σταθερού σε απόψεις και σκεπτόμενου χαρακτήρα.

Το ερώτημα αν διαβάζουν ή όχι οι Έλληνες, κατά καιρούς, περνάει στην επικαιρότητα. Παράγοντες του βιβλίου (εκδότες -βιβλιοπώλες-συγγραφείς), αρθρογράφοι εφημερίδων και περιοδικών κατακεραυνώνουν τον Έλληνα αναγνώστη για έλλειψη ενδιαφέροντος στην αγορά και ανάγνωση βιβλίων. Το θέμα αυτό δε θα μπορούσε να περάσει απαρατήρητο αφού αφορά όχι μόνο τη μόρφωση αλλά και την πνευματική καλλιέργεια του Έλληνα.

Τα στοιχεία που παραθέτουμε και που αποδεικνύουν το αβάσιμο των παραπάνω ισχυρισμών, προέρχονται από μια έρευνα στο «Σύλλογο βιβλιοπωλών-εκδοτών Αθηνών»¹:

α) στην εικοσαετία 1959-1979 έχουμε μια αύξηση στο επάγγελμα του εκδότη βιβλιοπώλη 565%. Συγκεκριμένα ενώ το 1959 υπήρχαν στην περιφέρεια Πρωτεύουσας 108 εκδότες-βιβλιοπώλες, το 1979 ο αριθμός τους έφτασε τους 610. Μετά το 1979 ιδρύθηκε και δεύτερος «Σύλλογος βιβλιοπωλών Αττικής» με παραπάνω από 150 μέλη. Επίσης την ίδια χρονιά ιδρύθηκε και τρίτος σύλλογος, η «Ένωση Αθηναίων εκδοτών».

¹ Κοκκίνης, Σπύρος. Βιβλιοθήκες και βιβλία ή τα σκοτάδια με αριθμούς. Αθήνα: Σύγχρονη εποχή, 1981



Αλλά και μια άλλη έρευνα² μας δίνει για το 1980 τους παρακάτω αριθμούς: στην Αθήνα υπάρχουν 501 βιβλιοπωλεία, στην υπόλοιπη Ελλάδα 1000 βιβλιοπωλεία και 450 εκδοτικοί οίκοι. Επιπλέον υπάρχουν 310 γραφεία που ασχολούνται με τη διακίνηση του βιβλίου.

Αν σκεφτούμε ότι αυτά τα στοιχεία είχαν προκύψει 25 χρόνια πριν, μπορούμε να υπολογίσουμε τα σημερινά δεδομένα που είναι πολύ μεγαλύτερα. Η αλματώδης αύξηση στον επαγγελματικό αυτό κλάδο που παράγει, διακινεί και πουλάει βιβλία ανταποκρίνεται σε μια αύξηση της ζήτησης των προϊόντων αυτών. Διαφορετικά οι επιχειρήσεις όχι μόνο δε θα αυξάνονταν αλλά θα κλείνανε.

Τα στοιχεία που προκύπτουν από τις παραπάνω έρευνες μας δίνουν μια θετική εικόνα για την κίνηση του βιβλίου στην Ελλάδα. Χρόνο με το χρόνο προκύπτουν όλο και πιο αισιόδοξα στοιχεία καθώς οι αριθμοί που αυξάνονται μας σκιαγραφούν την εικόνα της αγοράς του βιβλίου.

Ενώ στην Αθήνα και σε άλλες πόλεις επικρατεί η κατάσταση που περιγράφεται παραπάνω, η κατάσταση στη Ρόδο δεν είναι τόσο ικανοποιητική. Η αγορά του βιβλίου στη Ρόδο δεν είναι αυτή που αρμόζει σε ένα απομακρυσμένο μεν, αλλά μεγάλο νησί. Παρ' όλο που η Ρόδος είναι ένα μεγάλο, γεμάτο ζωή μέρος δε θα συναντήσει κανείς παρά μόνο τρία σωστά βιβλιοπωλεία. Απογοητευτικός αριθμός, αν σκεφτεί κανείς ότι αυτά τα τρία βιβλιοπωλεία πρέπει να καλύψουν τις ανάγκες ενός πληθυσμού που ξεπερνάει τις 100.000.

² Κοτζιά, Ε. Οι αριθμοί ευημερούν αλλά το βιβλίο περνάει ακόμα βαθιά κρίση, εφημ. «Μεσημβρινή», 7 Μαρτίου 1980



ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ

Βιβλιοπωλεία τόσο στην πόλη της Ρόδου, όσο και στα υπόλοιπα χωριά, υπάρχουν αρκετά. Δεν είναι όμως βιβλιοπωλεία με την έννοια της λέξης. Περισσότερο θα τα χαρακτηρίζαμε βιβλιοχαρτοπωλεία. Δεν εξειδικεύονται, δηλαδή στην πώληση βιβλίων αλλά περισσότερο κλίνουν στην πώληση αναλώσιμων ειδών, ειδών γραφείου και γραφικής ύλης. Τα περισσότερα από αυτά είτε διαθέτουν ένα πολύ μικρό αριθμό τίτλων, τόσο που περνάει απαρατήρητος, είτε δε διαθέτουν καθόλου βιβλία.

Ο αριθμός των βιβλιοπωλείων, των οποίων η επάρκεια σε τίτλους είναι ικανοποιητική, περιορίζεται σε δύο με τρία. Μόνο αυτά διαθέτουν ειδικό τμήμα πώλησης βιβλίων και ενημερώνονται τακτικά όσο αφορά σ' αυτό. Ακόμα κι αυτά ασχολούνται με την πώληση χαρτικών, αλλά έχουν και ένα ξεχωριστό τμήμα που ασχολείται αποκλειστικά με την πώληση βιβλίων.

Η εργασία αυτή βασίστηκε κατ' εξοχήν σε προσωπικές συνεντεύξεις που ελήφθησαν από άτομα που απασχολούνται στα τμήματα αυτά.

Θεωρείται πως τα δεδομένα που εξάγονται από την έρευνα είναι αρκούντως αντικειμενικά, αφού ο ελάχιστος αριθμός ποιοτικών βιβλιοπωλείων καθιστά την πελατειακή σχέση (αναγνώστη - βιβλιοπώλη) σχεδόν προσωπική. Και δε θα μπορούσε να είναι διαφορετικά, αφού ο αριθμός των βιβλιοπωλείων δεν αφήνει περιθώρια επιλογής στο αναγνωστικό κοινό της Ρόδου.

Το προσωπικό, λοιπόν, γνωρίζει π.χ. την κοινωνική θέση των πελατών αφού ο σταθερός πυρήνας του αναγνωστικού κοινού εμπιστεύεται τους προαναφερθέντες χώρους για την αγορά των βιβλίων που επιθυμεί.



Τα βιβλιοπωλεία δεν είναι στελεχωμένα με εξειδικευμένο προσωπικό. Οι άνθρωποι που εργάζονται εκεί είναι απόφοιτοι λυκείου ή σε μερικές περιπτώσεις απόφοιτοι ΑΕΙ. Έχουμε και την περίπτωση όπου το προσωπικό του βιβλιοπωλείου είναι, όπως χαρακτηριστικά μας είπε ένας ιδιοκτήτης βιβλιοπωλείου, άτομα που έχουν κάποιες ευαισθησίες και αγάπη για το βιβλίο.

Βέβαια, το προσωπικό ενημερώνεται συνεχώς για τα βιβλία. Αν και οι υπάλληλοι θεωρούνται ανειδίκευτοι, μέσα από την ενημέρωση και την εμπειρία, καταλήγουν να έχουν γνώσεις που συνήθως είναι ικανές να καλύψουν τις απαιτήσεις του αναγνωστικού κοινού.



ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ ΚΑΙ ΕΚΔΟΤΙΚΟΙ ΟΙΚΟΙ

Κάθε βιβλιοπωλείο πρέπει να έχει επάρκεια τόσο στην ποσότητα όσο και στο είδος των τίτλων που διαθέτει. Πρέπει να μπορεί να καλύψει όλες τις κατηγορίες που ψάχνει κάποιος πελάτης. Επομένως δε μπορεί να συνεργάζεται κατά αποκλειστικότητα με κάποιο συγκεκριμένο εκδοτικό οίκο.

Όπως όλα τα βιβλιοπωλεία, έτσι και τα βιβλιοπωλεία της Ρόδου συνεργάζονται με όλους σχεδόν τους εκδοτικούς οίκους, εκτός από μερικούς πολύ μικρούς.

Μπορεί να συνεργάζονται με όλους τους εκδοτικούς οίκους, αλλά κάθε βιβλιοπωλείο επιλέγει κάποιους οίκους με τους οποίους συνεργάζεται περισσότερο. Η επιλογή των οίκων έχει σαν στόχο την αποφυγή περιττών αγορών και την επένδυση σε όσο γίνεται πιο κερδοφόρες αγορές βιβλίων.

Τα κριτήρια επιλογής εκδοτικών οίκων είναι κοινά για τα περισσότερα βιβλιοπωλεία.

Όπως είναι λογικό, το κυριότερο κριτήριο είναι τα βιβλία που εκδίδει ο οίκος. Ποιο βιβλιοπωλείο δε συνεργάζεται με τους εκδοτικούς οίκους που εκδίδουν τα καλύτερα βιβλία; Επομένως η ζήτηση των βιβλίων είναι καθοριστική για μια συνεργασία βιβλιοπωλείου - εκδοτικού οίκου.

Ένα άλλο κριτήριο είναι οι συγγραφείς. Πολλοί αναγνώστες αγοράζουν βιβλία που έχουν γράψει συγγραφείς, οι οποίοι είναι της «μόδας» ή είναι «ονόματα» ανεξάρτητα από την όποια ποιότητα του έργου. Το ίδιο συμβαίνει και με συγγραφείς που βρίσκονται σε υψηλό επίπεδο προβολής. Έτσι τα βιβλιοπωλεία προσπαθούν να επιλέγουν για συνεργασία τους εκδοτικούς οίκους που συνεργάζονται με αυτά τα «ονόματα».



Στις επαφές βιβλιοπωλείου – εκδοτικού οίκου συχνά προκύπτουν διάφορα προβλήματα. Ένα από τα πιο σημαντικά είναι η εξυπηρέτηση. Πολλοί οίκοι δεν είναι καλά οργανωμένοι, με αποτέλεσμα να υπάρχει μια ασυνέπεια στην εξυπηρέτηση. Επειδή όμως αυτό, προκαλεί ακόμα μεγαλύτερα προβλήματα, πολλά βιβλιοπωλεία επιλέγουν τους εκδοτικούς οίκους με κριτήριο την συνέπεια εξυπηρέτησης του καθενός.

Ένα τελευταίο κριτήριο, το οποίο είναι πολύ λογικό να υπάρχει, είναι η διαφήμιση. Όπως σε όλους τους τομείς η διαφήμιση είναι ο πλέον ισχυρός λόγος για να επιλέξει κανείς το διαφημιζόμενο προϊόν, οργανισμό, ιδέα κλπ. Όσο περισσότερο διαφημισμένος είναι ο εκδοτικός οίκος, τόσο περισσότερα βιβλιοπωλεία θα τον επιλέξουν για συνεργασία.

Στην περιοχή της Ρόδου δεν υπάρχει κανένας εκδοτικός οίκος. Η απουσία αυτή όμως δε φαίνεται να έχει επηρεάσει καθόλου την αγορά του βιβλίου. Βιβλιοπώλες και άτομα που σχετίζονται με το βιβλίο δεν πιστεύουν πως θα υπήρχε κάποια διαφορά αν υπήρχαν εκδοτικοί οίκοι στη Ρόδο.



ΕΚΔΟΤΙΚΟΙ ΟΙΚΟΙ ΣΤΗ ΡΟΔΟ

Στη Ρόδο δεν υπάρχουν, ούτε και υπήρξαν παλαιότερα εκδοτικοί οίκοι. Το γεγονός αυτό όμως φαίνεται να μην επηρεάζει καθόλου την αγορά του βιβλίου.

Ούτως ή άλλως, και να υπήρχαν στο νησί εκδοτικοί οίκοι, δε θα ήταν δυνατόν να καλύψουν σε ικανοποιητικό επίπεδο τις απαιτήσεις των βιβλιοπωλείων. Έτσι δε θα άλλαζε τίποτα όσο αφορά στη συνεργασία των βιβλιοπωλείων με τους μεγάλους εκδοτικούς οίκους της Αθήνας.

Βέβαια, η ύπαρξη εκδοτικών οίκων στη Ρόδο θα έλυne το πρόβλημα των καθυστερήσεων και της ασυνέπειας στις μεταφορές (τουλάχιστον όσο αφορά τα δικά τους βιβλία), αλλά το γεγονός ότι οι τίτλοι θα ήταν περιορισμένοι και ανίκανοι να αντεπεξέλθουν στην πλήρη κάλυψη της αγοράς θα τους έβαζε και πάλι στο περιθώριο.



ΔΙΑΝΟΜΗ ΒΙΒΛΙΟΥ

Η διανομή των βιβλίων είναι το στάδιο που περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες από την παραγγελία μέχρι και την παράδοση των βιβλίων στο βιβλιοπωλείο.

Πολλοί εκδοτικοί οίκοι διαθέτουν ένα τυποποιημένο δελτίο παραγγελίας, για να συμπληρώνεται από τον βιβλιοπώλη. Αυτό βοηθάει στην μείωση πιθανότητας λάθους και κάνει ευκολότερη την λήψη παραγγελίας.

Η λήψη της παραγγελίας από τον πελάτη είναι το πρώτο βήμα οποιουδήποτε συστήματος διανομής. Περιλαμβάνει τον ακριβή έλεγχο της παραγγελίας – διεύθυνση παραλαβής, περιγραφή των βιβλίων, τιμή, κ.λ.π., έλεγχο του λογαριασμού του πελάτη και έλεγχο αν τα βιβλία που ζητούνται βρίσκονται σε απόθεμα. Τότε γράφεται ένα σημείωμα ή λίστα συλλογής για την αποθήκη για να μαζευτούν και να συσκευαστούν τα βιβλία. Ένα τιμολόγιο και ένα δελτίο αποστολής πρέπει επίσης να εκδοθούν, και ο λογαριασμός του πελάτη, τέλος, πρέπει να χρεωθεί. Τα μέρη της παραγγελίας που δεν μπορούν να σταλούν, πρέπει να καταγραφούν. Η όλη εργασία μπορεί να γίνει με το χέρι είτε με κομπιούτερ. Σε κάθε περίπτωση, πρέπει να χρησιμοποιείται ένα πολλαπλό έγγραφο για να αποφευχθεί το χάσιμο χρόνου και να μειωθεί η πιθανότητα λάθους.

Η διεκπεραίωση είναι το πρώτο σημείο επαφής μεταξύ διανομής και πελάτη και μπορεί να δημιουργήσει ή να χάσει την καλή πίστη προς την εταιρεία. Είναι ζωτικό να κρατείται ο πελάτης ενήμερος για τα προβλήματα των παραγγελιών – η τιμολόγηση θα πρέπει να πει καθαρά στον πελάτη τους λόγους για τη μη ή την εν μέρει αποστολή.



Αφού προηγηθούν τα παραπάνω στάδια, το τελικό είναι η μεταφορά των βιβλίων και η παραλαβή τους από τον βιβλιοπώλη. Ο εκδοτικός οίκος αποστέλλει τα βιβλία σε μεταφορική εταιρία στην Αθήνα. Από εκεί γίνεται αποστολή του υλικού στη μεταφορική Ρόδου. Τέλος η μεταφορική Ρόδου τα παραδίνει στο βιβλιοπωλείο.

Από εκεί και πέρα ο βιβλιοπώλης κάνει έλεγχο της παραγγελίας, αν δηλαδή τα βιβλία που παρέλαβε είναι αυτά που παρήγγειλε και στη συνέχεια θα φροντίσει να τα τακτοποιήσει στα ράφια.

Η διαδικασία αυτή είναι πολύ σημαντική γιατί όπως προαναφέραμε η συνέπεια εξυπηρέτησης είναι ένα κριτήριο με βάση το οποίο ο βιβλιοπώλης επιλέγει εκδοτικό οίκο. Για το λόγο αυτό η διανομή πρέπει να πραγματοποιείται γρήγορα, χωρίς λάθη, χωρίς καθυστερήσεις και χωρίς ζημιές και απώλειες.

Πολλές φορές όμως δημιουργούνται προβλήματα στη διανομή. Οι εκδότες δεν έχουν δικαίωμα επιλογής όσο αφορά τον τρόπο μεταφοράς των βιβλίων. Η Ρόδος είναι ένα απομακρυσμένο σημείο και η μόνη οδός που ακολουθούν τα βιβλία για να φτάσουν εδώ είναι η ακτοποϊκή. Η αεροπορική μεταφορά είναι ιδιαίτερα ακριβή, πράγμα που δεν επιτρέπει τη καθιέρωση της. Η ακτοποϊκή μεταφορά επηρεάζεται όμως από παράγοντες που οι άνθρωποι δε μπορούν να αντιμετωπίσουν. Η κακοκαιρία, ιδιαίτερα το χειμώνα, δημιουργεί προβλήματα στη μεταφορά των βιβλίων και κατά συνέπεια σ' ολόκληρη την αγορά. Αυτό είναι ένα σημαντικό πρόβλημα αν αναλογιστεί κανείς ότι πολλές φορές ορίζεται απαγορευτικό για αρκετές ημέρες.

Προβλήματα όμως δημιουργούν ακόμα και οι ίδιες οι μεταφορικές εταιρίες, αφού δεν υπάρχει οργάνωση με αποτέλεσμα να δημιουργείται σύγχυση. Έτσι γίνονται καθυστερήσεις στις μεταφορές και αυτό πάει πίσω όλη τη διαδικασία της παραλαβής.



ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΥ

Από τη στιγμή που ένα βιβλίο φτάνει στο βιβλιοπωλείο, είναι πια στο χέρι του βιβλιοπώλη πως θα φροντίσει να το προωθήσει. Πρέπει να προσπαθήσει να το κάνει γνωστό στον κόσμο και να τραβήξει το ενδιαφέρον του κοινού. Τα βιβλία μπορούν να προωθηθούν με πολλούς τρόπους. Σε μια περιοχή με περισσότερες δυνατότητες, υπάρχουν και περισσότεροι τρόποι, σε μια περιοχή όπως η Ρόδος όμως, οι βιβλιοπώλες ακολουθούν συνήθως τους παρακάτω τρόπους για να διαδώσουν τα νέα βιβλία :

Διανομή διαφημιστικών των εκδοτικών οίκων

Οι περισσότεροι εκδοτικοί οίκοι τυπώνουν φυλλάδια με τα καινούρια βιβλία που εκδίδουν. Αυτά τα φυλλάδια χρησιμοποιούν συνήθως οι βιβλιοπώλες για να προωθήσουν τα βιβλία. Διανέμουν αυτά τα φυλλάδια είτε στους δρόμους, είτε στα σπίτια κάνοντας έτσι γνωστά τα βιβλία στο κοινό.

Προβολή στις βιτρίνες

Ποιος δεν κοιτάζει μια βιτρίνα περνώντας από ένα κατάστημα. Αυτή τη συνήθεια του ανθρώπου εκμεταλλεύονται οι βιβλιοπώλες για να διαφημίσουν τα βιβλία. Η προβολή στη βιτρίνα είναι η πιο οικονομική διαφήμιση και την χρησιμοποιούν όλα τα βιβλιοπωλεία. Ανά διαστήματα αλλάζουν τις βιτρίνες τους, βάζοντας πάντα τα καινούρια βιβλία και φροντίζοντας ώστε τα καλύτερα βιβλία να βρίσκονται στην πιο περιοπτη θέση.



Προβολή σε πάγκους

Πολλά βιβλιοπωλεία βάζουν τα καινούρια βιβλία σε πάγκους, τους οποίους τοποθετούν σε σημείο που να τραβάνε την προσοχή ή ακόμα γράφοντας «Νέες κυκλοφορίες». Έτσι τα καινούρια βιβλία ξεχωρίζουν από τα υπόλοιπα και το κοινό δίνει περισσότερη προσοχή σ' αυτά.

Δημιουργία αφίσας

Η αφίσα είναι πολύ διαδεδομένο μέσο προώθησης. Οι βιβλιοπώλες τοποθετούν αφίσες με τα καινούρια βιβλία τις περισσότερες φορές στα καταστήματά τους. Βέβαια ο τρόπος αυτός είναι ακριβός αλλά αξίζει να χρησιμοποιείται αφού μια αφίσα πάντα τραβάει την προσοχή.

Παρουσιάσεις

Η παρουσίαση ενός νέου βιβλίου είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να μη χαθεί μέσα στη μάζα της συλλογής του βιβλιοπωλείου. Την παρουσίαση αναλαμβάνει κάποιος αρμόδιος, ο οποίος αναλαμβάνει να μιλήσει με συντομία για το βιβλίο ή ακόμα και να διηγηθεί κάτι από την πλοκή του έργου για να κεντρίσει το ενδιαφέρον του αναγνώστη.

Πρόταση από τον βιβλιοπώλη

Όπως προαναφέραμε, ο μικρός αριθμός βιβλιοπωλείων έχει κάνει τη σχέση βιβλιοπώλη – πελάτη σχεδόν προσωπική. Δε θα μπορούσε, λοιπόν, ο πελάτης να μην εμπιστευτεί την κρίση του βιβλιοπώλη που θα του συστήσει ένα βιβλίο. Ο βιβλιοπώλης συστήνει ένα νέο βιβλίο στον πελάτη, ξέροντας ότι ταιριάζει στα ενδιαφέροντα του. Ο τρόπος αυτός είναι πολύ προσωπικός και προϋποθέτει μια πολύ καλή πελατειακή σχέση.



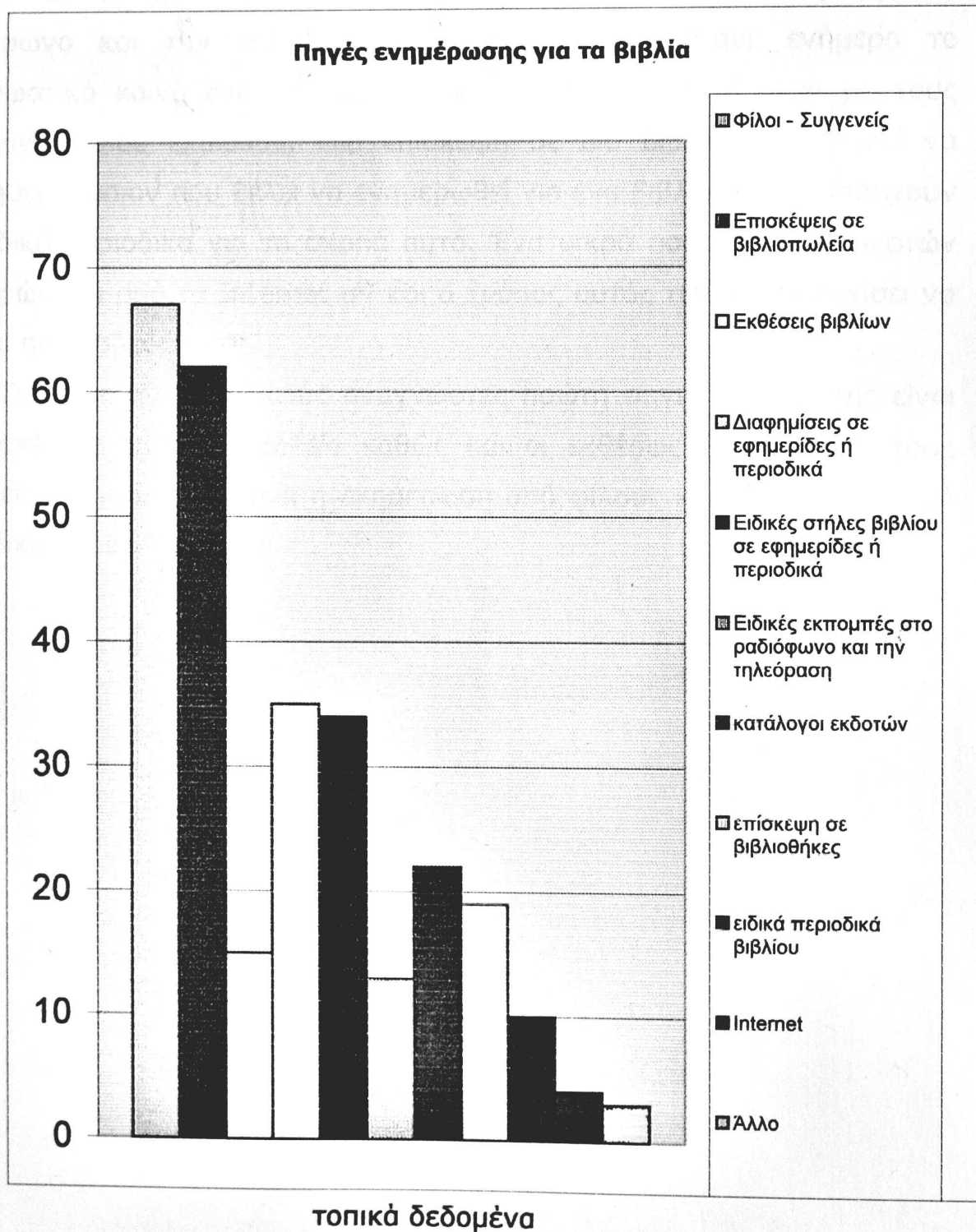
Εκθέσεις βιβλίου

Ένας άλλος τρόπος είναι οι εκθέσεις βιβλίου. Στη Ρόδο δεν υπάρχει δυνατότητα να γίνονται συχνά εκθέσεις αλλά ακόμα κι όταν γίνουν δεν φτάνουν σε καμία περίπτωση το μέγεθος των εκθέσεων που γίνονται στις μεγάλες πόλεις. Οι εκθέσεις διοργανώνονται από τα βιβλιοπωλεία σε συνεργασία με τους εκδοτικούς οίκους και πολλές φορές συμμετέχουν και βιβλιοθήκες. Έτσι το κοινό μπορεί να δει τις νέες εκδόσεις από κάθε εκδοτικό οίκο ξεχωριστά.



ΠΗΓΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΒΙΒΛΙΑ

Πριν την ανάγνωση κάποιου βιβλίου συνήθως ενημερωνόμαστε γι' αυτό από κάπου. Στο παρακάτω διάγραμμα αναφέρονται οι κυριότεροι τρόποι με τους οποίους οι αναγνώστες ενημερώνονται.



Πολλοί αναγνώστες λαμβάνουν υπ' όψη τους τη γνώμη φίλων και συγγενών πριν διαβάσουν κάποιο βιβλίο. Κάποιοι άλλοι ενημερώνονται από επισκέψεις σε βιβλιοπωλεία. Άλλοι σχετικά συνηθισμένοι τρόποι ενημέρωσης είναι οι επισκέψεις σε εκθέσεις βιβλίων καθώς και οι ειδικές στήλες σε εφημερίδες και περιοδικά. Κάποιες ειδικές εκπομπές στο ραδιόφωνο και την τηλεόραση φροντίζουν να κρατάνε ενήμερο το αναγνωστικό κοινό ενώ το ίδιο κάνουν και οι εκδοτικοί οίκοι με τους καταλόγους που εκδίδουν. Μια επίσκεψη σε μια βιβλιοθήκη μπορεί να βοηθήσει κάποιον που θέλει να ενημερωθεί για ένα βιβλίο αν και υπάρχουν και ειδικά περιοδικά για το σκοπό αυτό. Ένα μικρό ποσοστό αναγνωστών ενημερώνεται από το Internet αν και ο τρόπος αυτός τώρα έχει αρχίσει να γίνεται πιο διαδεδομένος.

Για τους συστηματικούς αναγνώστες πρώτη πηγή ενημέρωσης είναι οι επισκέψεις σε βιβλιοπωλεία καθώς και οι εκθέσεις βιβλίων... Για τους ασθενείς αναγνώστες ισχύει η ενημέρωση από φίλους και συγγενείς ή από περιοδικά και εφημερίδες.



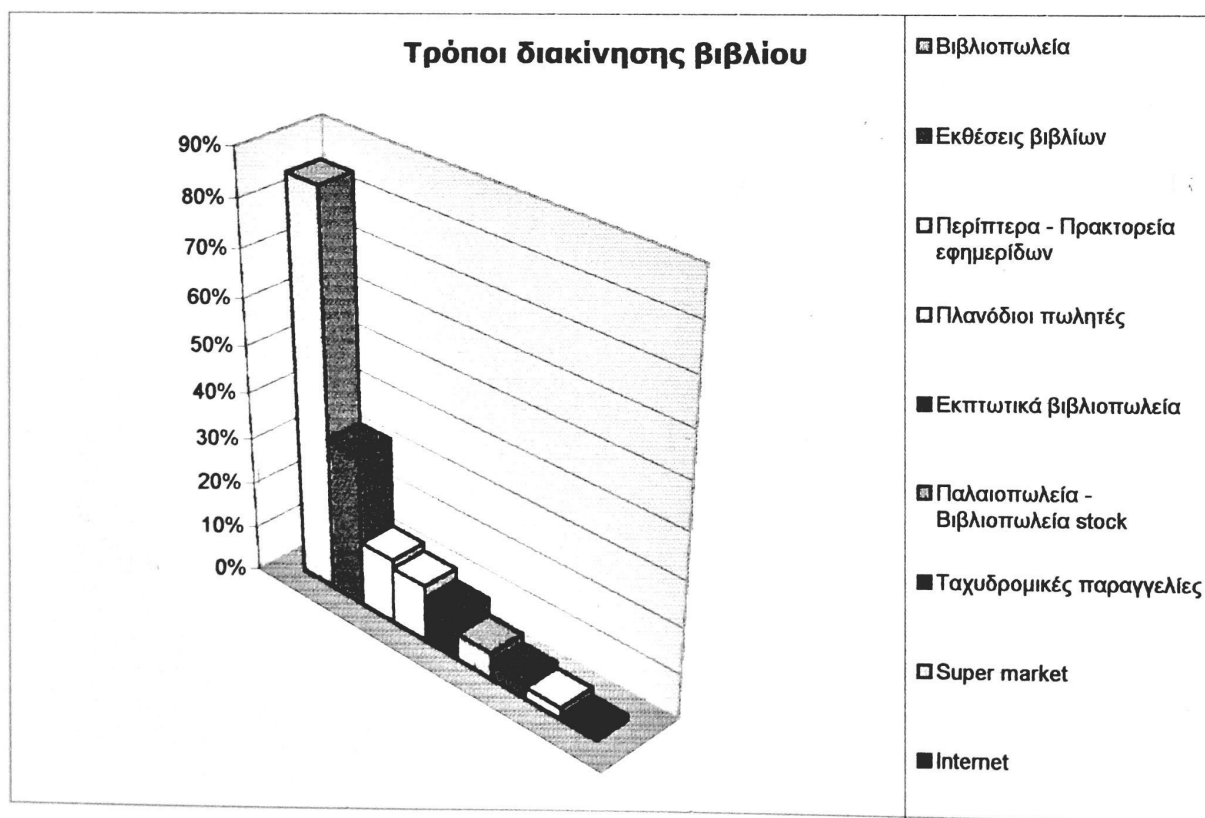
ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΥ

Στην ερώτηση «από πού προμηθεύεστε τα βιβλία σας» είναι σίγουρο πως η απάντηση που θα συγκέντρωνε το μεγαλύτερο ποσοστό θα ήταν «από το βιβλιοπωλείο». Παρ' όλα αυτά το βιβλιοπωλείο δεν είναι η μόνη πηγή αγοράς βιβλίων. Το βιβλίο διακινείται με πολλούς τρόπους.

Ένα ποσοστό αναγνωστών προμηθεύονται τα βιβλία τους από εκθέσεις βιβλίων ενώ δεν είναι λίγοι αυτοί που προτιμούν τα περίπτερα και τα πρακτορεία εφημερίδων.

Ένα μέσο διακίνησης του βιβλίου είναι και οι πλανόδιοι πωλητές, ενώ μεγάλες ευκαιρίες μπορεί να βρει κανείς σε βιβλιοπωλεία stock.

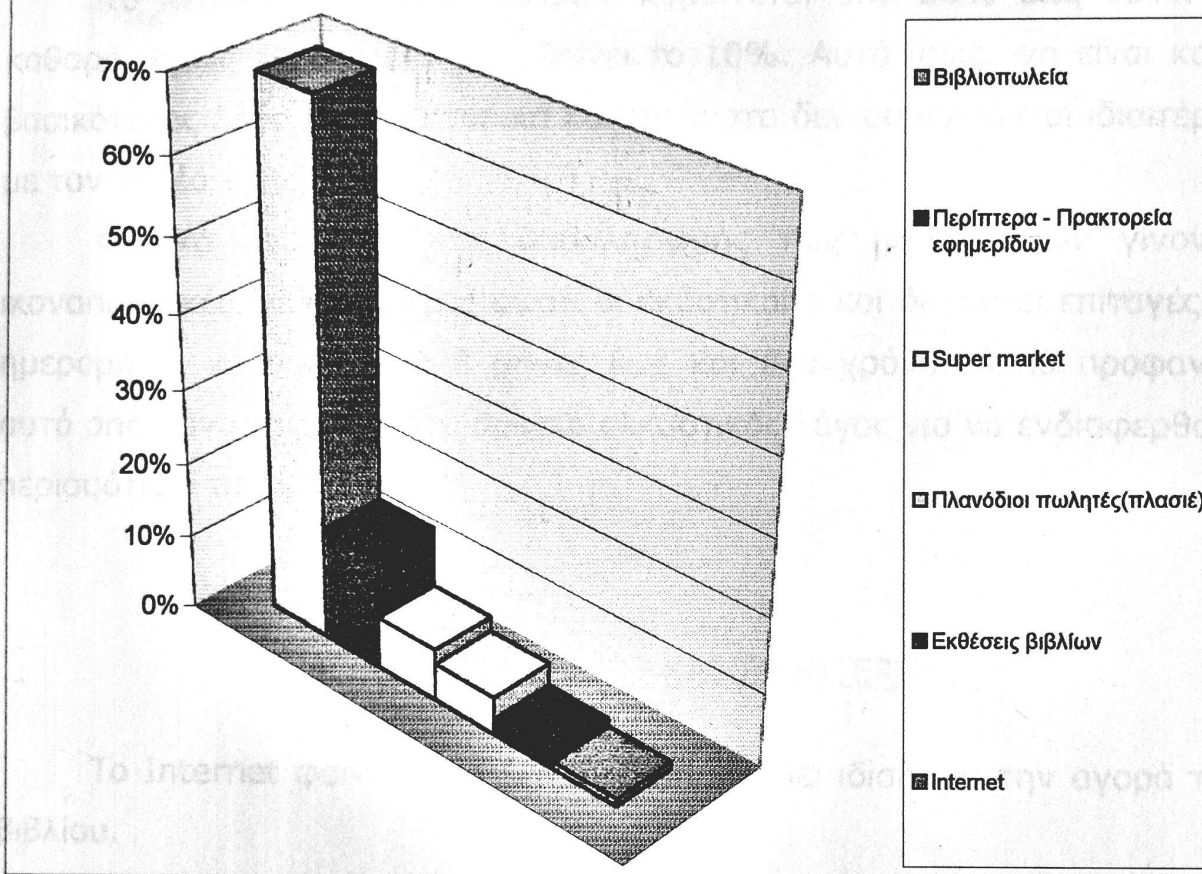
Οι ταχυδρομικές παραγγελίες, όπως και οι αγορές μέσω του Διαδικτύου, χρησιμοποιούνται από μερικούς αναγνώστες σαν τρόπος για να προμηθεύονται βιβλία ενώ ένας μικρός αριθμός αναγνωστών αγοράζει τα βιβλία του από τα super market και τα πολυκαταστήματα.



πανελλαδικά δεδομένα ³

³ Εθνικό κέντρο βιβλίου. *Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς*. Αθήνα: Εθνικό κέντρο βιβλίου, 1999

Τρόποι διακίνησης βιβλίου



τοπικά δεδομένα

Ευκολότερα από άλλους, οι βιβλιοπωλεία και τις παραγγελίες δεν έχει επιρροή στο ελεγχόμενο την αγορά.

Ούτε όμως και το αναγνωστικό κοινό το χρησιμοποιεί ιδιαίτερα. Σ' αυτή τη λύση καταφεύγουν μόνο όσοι είναι εξοικειωμένοι με αυτού του είδους τις αγορές ή σε περίπτωση που η αγορά του βιβλίου είναι ανέπικτη σε κάποιο τμήμα βιβλιοπωλεία.

Τελικά τα βιβλιοπωλεία, έχω επιρροή μόνο την προώθηση του βιβλίου, αφού ένα ποσοστό αναγνωστών το χρησιμοποιεί σαν πηγή ενημέρωσης.



ΚΕΡΔΟΣ ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΩΝ

Το κέρδος των βιβλιοπωλείων κυμαίνεται από 30% έως 40%. Το καθαρό, όμως κέρδος δεν υπερβαίνει το 10%. Αυτό ίσως να είναι και ο βασικότερος λόγος που τα τοπικά καταστήματα δεν ασχολούνται ιδιαίτερα με τον τομέα του βιβλίου.

Φυσικά στο θέμα της αποπληρωμής των παραγγελιών γίνονται ικανοποιητικές διευκολύνσεις αφού οι εκδοτικοί οίκοι δέχονται επιταγές με ημερομηνία κάλυψης από 3 μήνες έως και ένα χρόνο. Αλλά προφανώς αυτό από μόνο του δεν είναι αρκετά ελκυστικός λόγος για να ενδιαφερθούν περισσότερο τα βιβλιοπωλεία.

Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΒΙΒΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟ INTERNET

Το Internet φαίνεται να μην έχει επηρεάσει ιδιαίτερα την αγορά του βιβλίου.

Ειδικότερα όσο αφορά στα βιβλιοπωλεία και τις παραγγελίες δεν έχει επηρεάσει στο ελάχιστο την υπάρχουσα κατάσταση.

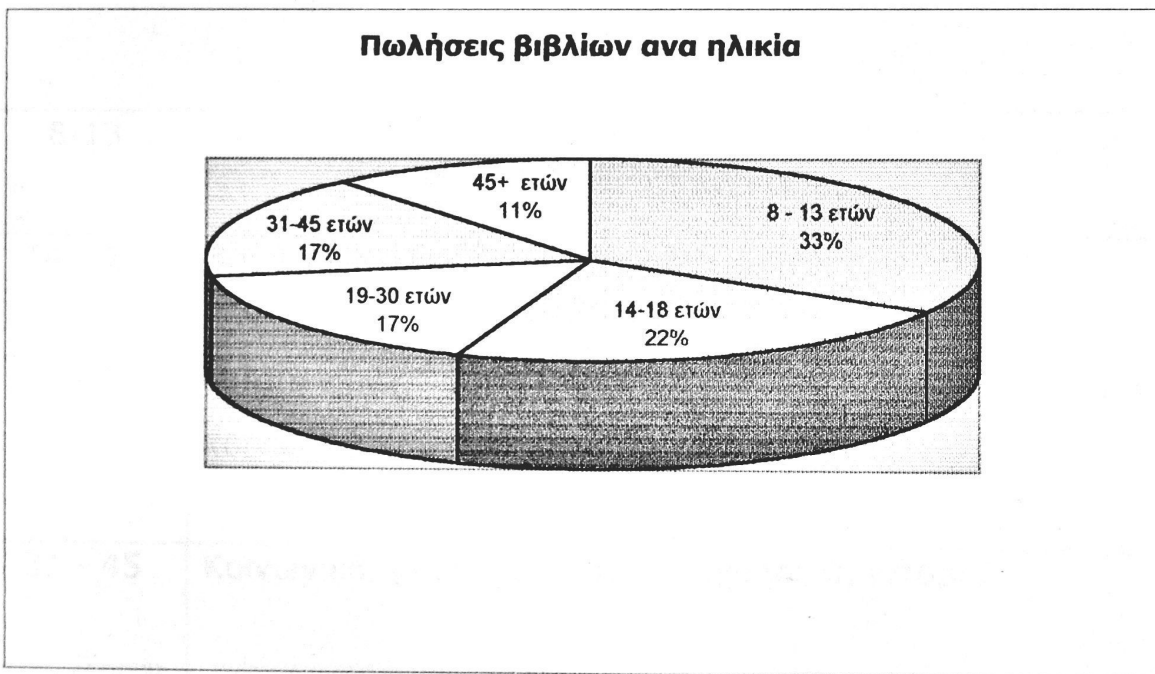
Ούτε όμως και το αναγνωστικό κοινό το χρησιμοποιεί ιδιαίτερα. Σ' αυτή τη λύση καταφεύγουν μόνο όσοι είναι εξοικειωμένοι με αυτού του είδους τις αγορές ή σε περίπτωση που η ανεύρεση του βιβλίου είναι ανέφικτη σε κάποιο τοπικό βιβλιοπωλείο.

Τελικά το Internet, έχει επηρεάσει μόνο την προώθηση του βιβλίου, αφού ένα ποσοστό αναγνωστών το χρησιμοποιεί σαν πηγή ενημέρωσης.



ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΗΛΙΚΙΑ

Για να αναλύσουμε την αγορά του βιβλίου περισσότερο, την είδαμε σε σχέση με διάφορους παράγοντες που την επηρεάζουν. Ένας σημαντικός παράγοντας είναι η ηλικία των αναγνωστών. Χωρίσαμε το αναγνωστικό κοινό σε μικρές ομάδες ανάλογα με την ηλικία, και τα δεδομένα που προέκυψαν απεικονίζονται παρακάτω:



τοπικά δεδομένα

Ένα μεγάλο ποσοστό αναγνωστών ανήκει στην ηλικία μεταξύ 8 και 13 ετών. Το δεδομένο αυτό προκύπτει από το γεγονός ότι ένα μεγάλο ποσοστό βιβλίων που πωλούνται αφορούν κυρίως άτομα αυτής της ηλικίας. Όπως βλέπουμε στο σχεδιάγραμμα, το 30% των πωλήσεων είναι βιβλία για την ηλικία 8-13. Μικρή διαφορά βλέπουμε και στην αμέσως επόμενη ηλικιακή ομάδα, των 14-18. Το 20% των αναγνωστών βρίσκονται σε αυτή την ομάδα.

Λιγότερο ενδιαφέρον για την αγορά βιβλίων φαίνεται να έχουν οι λίγο μεγαλύτεροι. Έτσι τα άτομα που είναι από 19 έως 30 ετών, καλύπτουν μόλις το 15% των πελατών. Στο ίδιο επίπεδο όμως, βρίσκονται και τα άτομα ηλικίας 31-45 ετών. Τέλος πολύ μικρό ποσοστό πελατών ανήκει στην ηλικία πάνω από 45 ετών. Μόλις ένα 10% αυτών που ενδιαφέρονται να αγοράσουν κάποιο βιβλίο ανήκει σε αυτή την ηλικία.

Σημαντικό όμως είναι να δούμε και τι είδος των βιβλίων που πωλούνται σε κάθε μια από τις παραπάνω ηλικιακές ομάδες. Έτσι λοιπόν προκύπτει ο παρακάτω πίνακας :

8-13	Σχολικά, παιδικά, εκπαιδευτικά, βοηθήματα
14 - 18	Βοηθήματα, ξενόγλωσσα, επιστημονικής φαντασίας ..
19 - 30	Μυστικισμός, μυθιστορήματα, επιστημονικής φαντασίας, κοινωνικά
31 - 45	Κοινωνικά, μυθιστορήματα, ψυχολογία, ιστορία
45 +	Ιστορία, φιλοσοφία, δοκίμια εσωτερισμού, ψυχολογία, μυθιστορήματα

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Η εκπαίδευση παίζει, όπως είναι αναμενόμενο, πολύ σημαντικό ρόλο στην ανάγνωση. Για την κατανόηση των μεγεθών παρατίθενται παρακάτω δυο στατιστικά γραφήματα. Το πρώτο αφορά στις πωλήσεις βιβλίων ανά μορφωτικό επίπεδο στην περιοχή της Ρόδου, ενώ το δεύτερο παρουσιάζει πανελλαδικά δεδομένα.

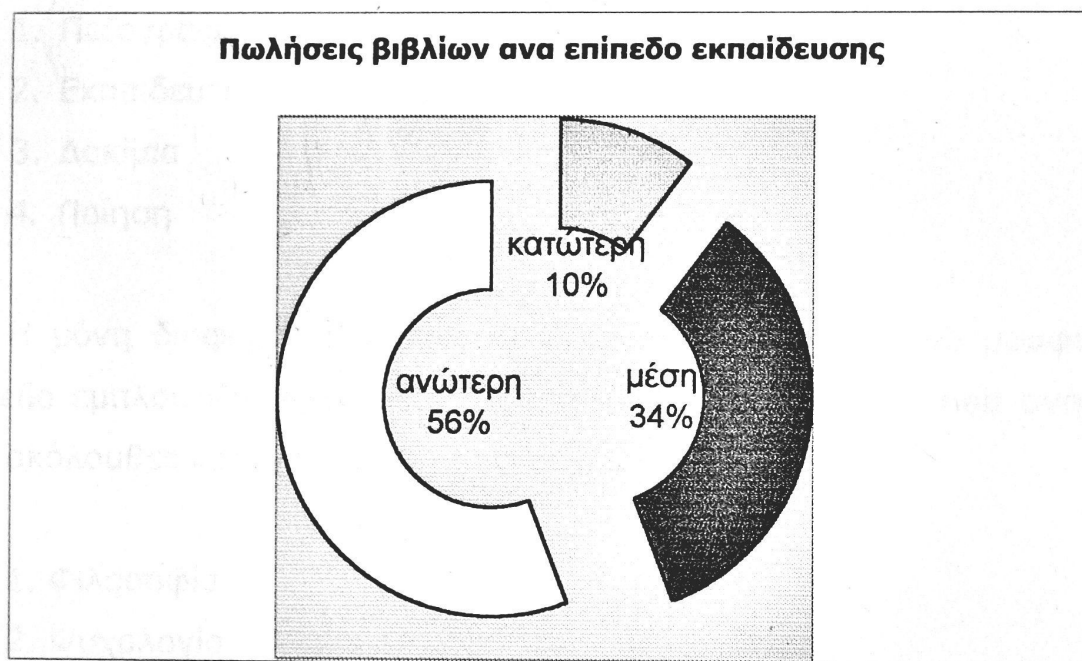


τοπικά δεδομένα

Όπως προκύπτει από τα διαγράμματα, παρατηρείται διαφοροποίηση μεταξύ των τοπικών και των πανελλαδικών στοιχείων.

Πανελλαδικά, η τάξη με το υψηλότερο επίπεδο πωλήσεων είναι αυτή της ανώτερης μόρφωσης. Ακολουθεί αναλογικά η τάξη με μέσο μορφωτικό επίπεδο και τελευταία έρχεται η τάξη της κατώτερης μόρφωσης.

Σε τοπικό επίπεδο όμως, τα δεδομένα ανατρέπονται. Την πρώτη θέση καταλαμβάνει η τάξη της μέσης εκπαίδευσης, αφήνοντας δεύτερη την τάξη της ανώτερης μόρφωσης και σταθερά τελευταία τα άτομα με κατώτερη εκπαίδευση.



πανελλαδικά δεδομένα⁴

Τα στοιχεία που αφορούν στην περιοχή της Ρόδου είναι ανατρεπτικά και προκαλούν το ενδιαφέρον αφού το λογικό θα ήταν τα άτομα με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο να είναι περισσότερο εξοικειωμένα με την ανάγνωση βιβλίων.

⁴ Εθνικό κέντρο βιβλίου. Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς. Αθήνα: Εθνικό κέντρο βιβλίου, 1999

Όπως είναι λογικό το είδος των βιβλίων διαφέρει ανά μορφωτικό επίπεδο. Η τάξη της κατώτερης εκπαίδευσης ασχολείται κυρίως με τα είδη της ελαφρής λογοτεχνίας και της ψυχολογίας.

Τα ενδιαφέροντα των ατόμων με μέσο και ανώτερο μορφωτικό επίπεδο σχεδόν ταυτίζονται. Οι κατηγορίες που είναι πρώτες στις προτιμήσεις τους είναι:

1. Πεζογραφία
2. Εκπαιδευτικά
3. Δοκίμια
4. Ποίηση

Η μόνη διαφορά είναι πως οι αναγνώστες με ανώτερο μορφωτικό επίπεδο εμπλουτίζουν επιπλέον τις γνώσεις τους με βιβλία που ανήκουν στις ακόλουθες κατηγορίες:

1. Φιλοσοφία
2. Ψυχολογία
3. Δοκίμια Εσωτερισμού



ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΑΝΑ ΕΠΟΧΗ

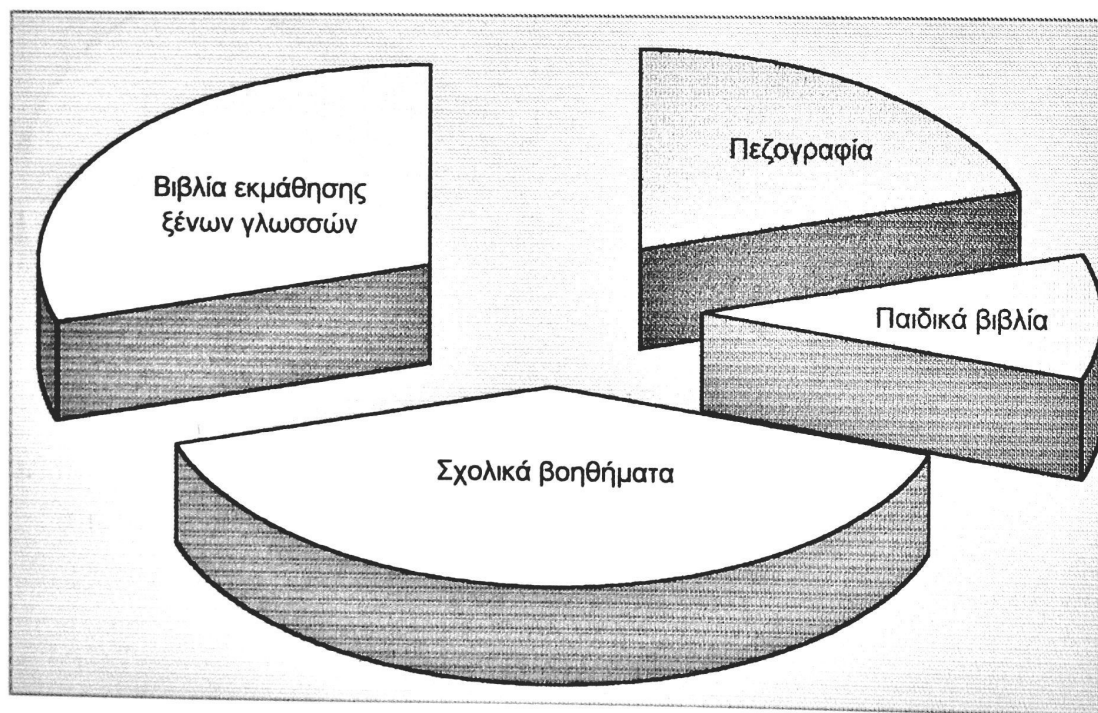
Σίγουρα η εποχή επηρεάζει ουσιαστικά τόσο την ποσότητα όσο και το είδος των βιβλίων που πωλούνται. Πόσο μάλλον σε μια περιοχή όπως η Ρόδος, η οποία είναι κατ' εξοχήν τουριστική.

Γι' αυτό ακριβώς το λόγο παρατηρούνται μεγάλες διακυμάνσεις στο είδος των βιβλίων που πωλούνται ανά εποχή.

Κατά τη διάρκεια του χειμώνα παρατηρείται ιδιαίτερη προτίμηση στα είδη:

1. της πεζογραφίας
2. των παιδικών βιβλίων
3. των σχολικών βοηθημάτων
4. των βιβλίων εκμάθησης ξένων γλωσσών

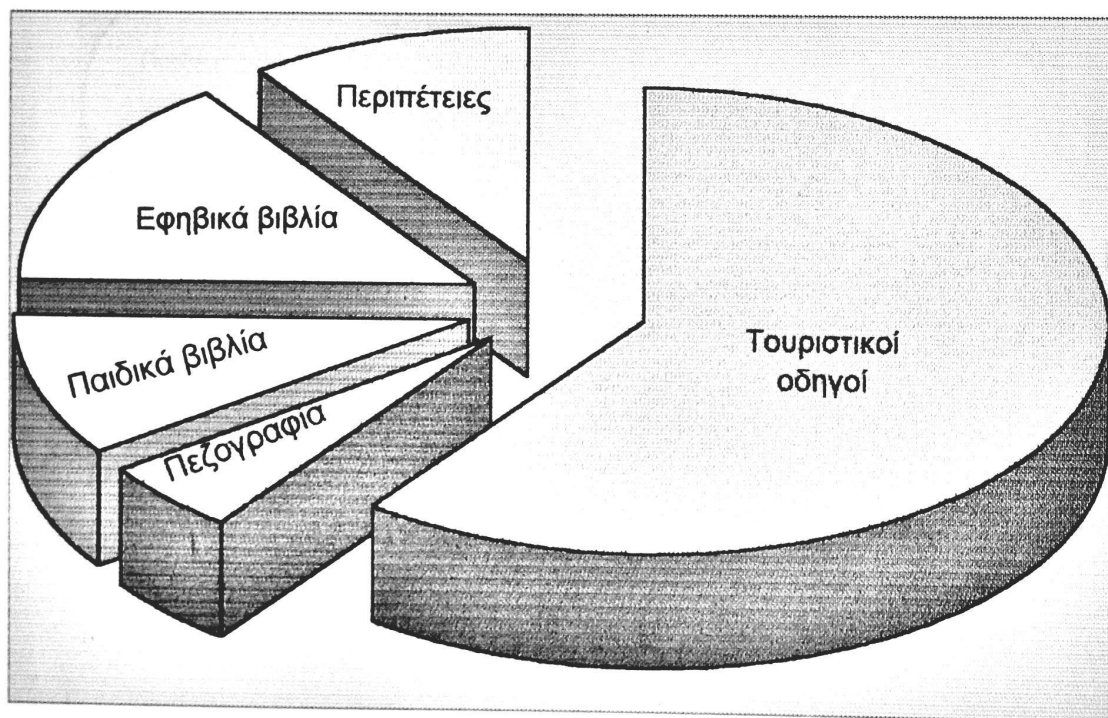
Πωλήσεις βιβλίων τον χειμώνα



τοπικά δεδομένα

Ενώ κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού η αύξηση στις πωλήσεις των τουριστικών οδηγών είναι θεαματική. Η πεζογραφία και τα παιδικά βιβλία εξακολουθούν να ενδιαφέρουν τους αγοραστές. Επιπλέον προστίθενται οι κατηγορίες των εφηβικών βιβλίων και των περιπετειών, αφού αφ' ενός το φορτωμένο πρόγραμμα των εφήβων μαθητών κάπως "ελαφραίνει" αφήνοντας τους λίγο χρόνο για την ανάγνωση κάποιου βιβλίου, αφ' ετέρου το είδος των περιπετειών είναι ιδανικό για το καλοκαίρι αφού το περιεχόμενο της θεωρείται ανάλαφρο.

Πωλήσεις βιβλίων το καλοκαίρι



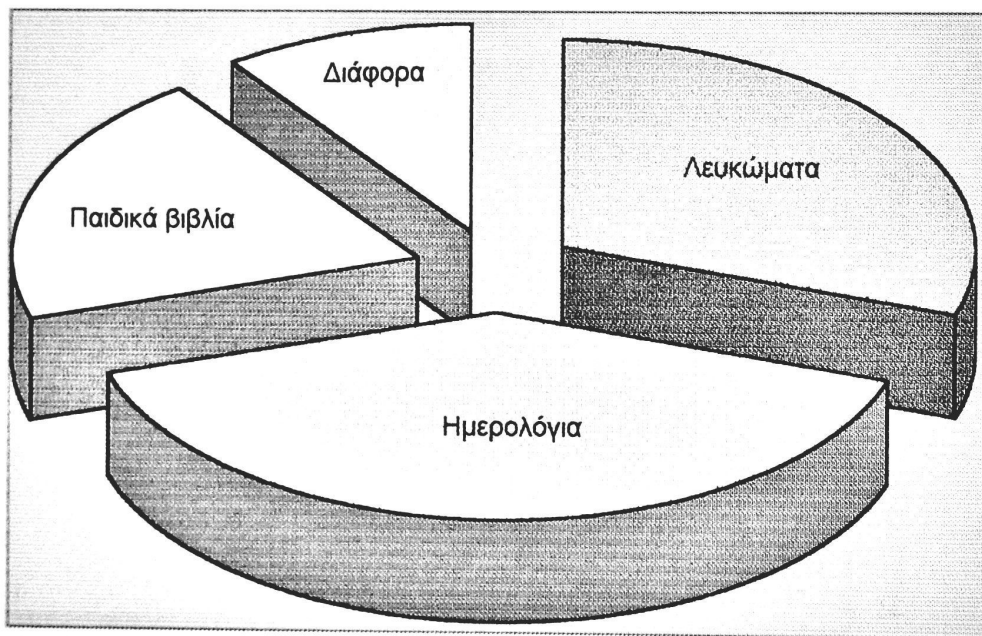
τοπικά δεδομένα



Την περίοδο των εορτών κατά κύριο λόγο προτιμούνται οι εξής κατηγορίες:

1. παιδικό βιβλίο
2. λευκώματα
3. ημερολόγια
4. Διάφορα

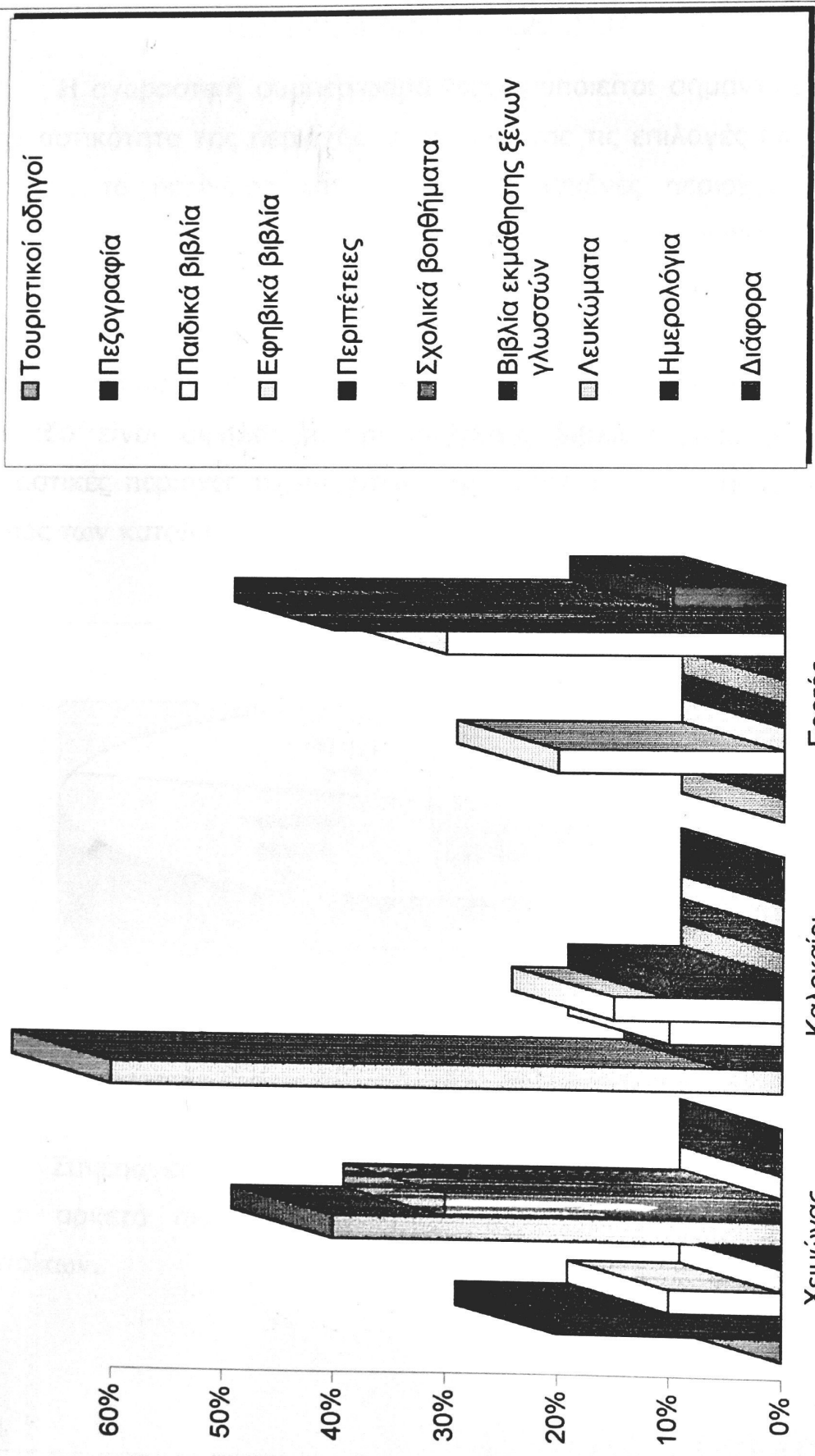
Πωλήσεις βιβλίων τις εορτές



τοπικά δεδομένα

Θα περίμενε κανείς πως η ύπαρξη του Πανεπιστημίου Αιγαίου στην περιοχή, θα επηρέαζε γενικότερα την πώληση βιβλίων και ιδιαίτερως κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Κάτι τέτοιο όμως δεν παρατηρείται, απορρέοντας το συμπέρασμα πως οι φοιτητές δεν ασχολούνται ιδιαίτερα με την ανάγνωση βιβλίων που δεν ανήκουν στο φάσμα των σπουδών τους. Αυτό όμως είναι ένα κεφάλαιο που θα παρουσιαστεί παρακάτω αναλυτικότερα.

Συγκριτικό γράφημα για τις πωλήσεις βιβλίων τον χειμώνα, το καλοκαίρι και τις εορτές



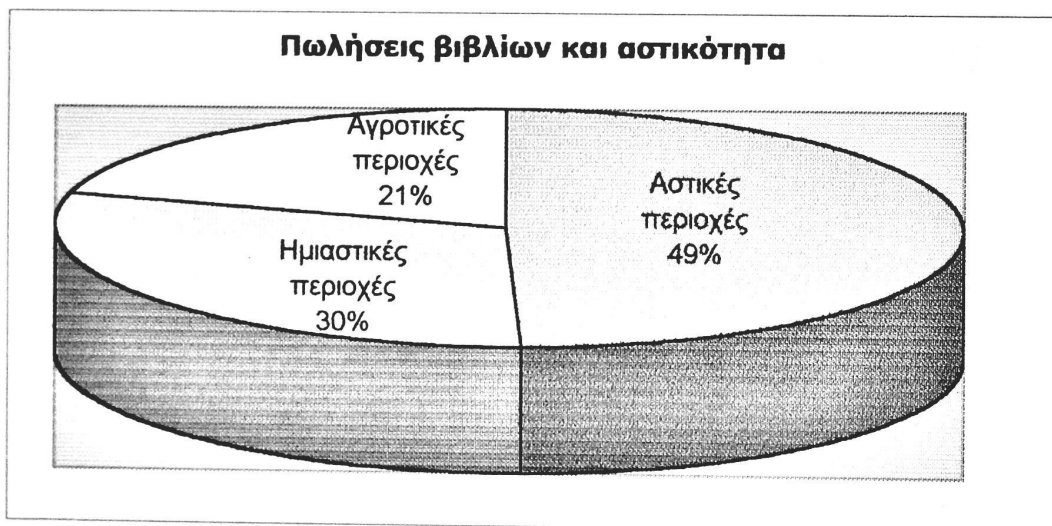
τοπικά δεδομένα



ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η αγοραστική συμπεριφορά διαφοροποιείται σημαντικά σε σχέση με την αστικότητα της περιοχής. Συγκρίνοντας τις επιλογές που δίνονται στο κέντρο, τα περίχωρα και τις απομακρυσμένες περιοχές προκύπτει το συμπέρασμα πως οι κάτοικοι του κέντρου αγοράζουν περισσότερα βιβλία.

Σε πανελλήνιο επίπεδο, τις πωλήσεις σε σχέση με την αστικότητα σίγουρα επηρεάζει και το είδος της περιοχής. Δηλαδή στις αστικές περιοχές, όπου ο κόσμος ασχολείται με επαγγέλματα γραφείου άρα το μορφωτικό επίπεδο είναι υψηλότερο, οι πωλήσεις βιβλίων είναι αυξημένες. Στις ημιαστικές περιοχές το ποσοστό των πωλήσεων κατεβαίνει, αφού μεγάλο μέρος των κατοίκων ασχολείται με αγροτικές εργασίες.



πανελλαδικά δεδομένα⁵

Συνεπάγεται λοιπόν πως στις αγροτικές περιοχές η αγορά του βιβλίου είναι αρκετά περιορισμένη λόγω του είδους της απασχόλησης των κατοίκων.

⁵ Εθνικό κέντρο βιβλίου. *Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς*. Αθήνα: Εθνικό κέντρο βιβλίου, 1999

Σίγουρα οι παραπάνω αιτίες επηρεάζουν αναλογικά και τις πωλήσεις των βιβλίων στην περιοχή της Ρόδου. Ο σημαντικότερος ωστόσο παράγοντας θεωρείται πως οι επιλογές που δίνονται εκτός της πόλης της Ρόδου είναι ανύπαρκτες.

Όπως έχει προαναφερθεί σε ολόκληρη την πρωτεύουσα του νησιού υπάρχουν μόνο 2-3 βιβλιοπωλεία τα οποία πληρούν τις προϋποθέσεις ενός σωστού καταστήματος. Θεωρείται λοιπόν σχεδόν περιττό να αναφερθεί πως στα περίχωρα, πόσο μάλλον στις πιο απομακρυσμένες περιοχές, δεν αντιστοιχεί ούτε ένα τέτοιο βιβλιοπωλείο.

Η διαθεσιμότητα των βιβλίων σε ένα μεγάλο ποσοστό στην Ελλάδα, πόσο μάλλον στην περιοχή της Ρόδου, της πόλης και της ύπαιθρο της περιοχής ανήκει στην βιβλιοπωλεία κατακόρησα των χωριών. Οι βιβλιοπωλεία που έχουν άδεια πωλείν βιβλία, όπως γράφεται σε κάθε απόδειξη πώλησης. Λοιπόν οι άνθρωποι αγοράζουν τα βιβλία που τους ενδιαφέρει σε βιβλιοπωλεία που ανήκουν στην κατηγορία:

- Επαγγελματικό βιβλίο (π.χ. βιβλίο παραγωγής επιχειρήσεων ή ακόμη και μαθητικής)
- Ενημερωτικό βιβλίο, κυρίως κατά τη χειμερινή περίοδο βρίσκουν το χρόνο να επιλέξουν τις αγνότητες τους.
- Βιβλίο γενικού ενδιαφέροντος που προφανώς διακινούνται για να ανταλλάξουν την προαναφερθέντα ελεύθερο χρόνο τους.

Μια άλλη κατηγορία βιβλίων, είναι η ελεύθερη επιλογή είναι οι βιβλία. Αν και οι βιβλίο, που πωλούνται κυρίως στα βιβλίο των παιδικών βιβλίων και της ελεύθερης λογοτεχνίας, αυτό δεν παύει να τις είναι σημαντικό ποσοστό αγοράς.

Στον αντίθετο τώρα βρίσκονται όσοι ασχολούνται με σπορτικές επιλογές ή άλλου είδους απασχόληση, η οποία δεν τους επιτρέπει ή επιτρέπει να δαν τους δίνει κίνητρο να αγοράσουν με την παραπάνω βιβλίων.



ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Ένας άμεσα συνδεδεμένος παράγοντας με το προηγούμενο κεφάλαιο είναι σίγουρα η θέση στην απασχόληση.

Σαφέστατα τα άτομα που απασχολούνται σε θέσεις εργασίας, οι οποίες απαιτούν θεωρητικές γνώσεις, χρειάζονται το βιβλίο σαν εργαλείο δουλειάς (επαγγελματικά βιβλία). Τα άτομα αυτά είναι περισσότερο καλλιεργημένα στον τομέα της ανάγνωσης, έτσι ώστε να θεωρούνται ισχυρό ποσοστό στην αγορά βιβλίου.

Οι άνεργοι γενικώς κατέχουν μεγάλο ποσοστό στην αγορά βιβλίων, πόσο μάλλον στην περιοχή της Ρόδου, της οποίας το ποσοστό της εποχιακής ανεργίας ανεβαίνει κατακόρυφα τον χειμώνα λόγω των ξενοδοχοϋπαλλήλων, αφού χαρακτηρίζεται ως καθαρά τουριστική περιοχή. Σίγουρα λοιπόν οι άνεργοι ανεβάζουν το ποσοστό πωλήσεων σε βιβλία των παρακάτω κατηγοριών:

- Επαγγελματικά βιβλία (π.χ. βιβλία management ,επιχειρήσεων ή ακόμα και μαγειρικής)
- Ξενόγλωσσα βιβλία, αφού κατά τη χειμερινή περίοδο βρίσκουν το χρόνο να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους
- Βιβλία γενικού ενδιαφέροντος που προφανώς χρησιμοποιούν για να εκμεταλλευτούν τον προαναφερθέντα ελεύθερο χρόνο τους.

Μια εξίσου ισχυρή αγοραστική δύναμη, ανεξαρτήτως εποχής, είναι οι νοικοκυρές. Αν και οι επιλογές τους περιορίζονται κυρίως στα είδη των πρακτικών βιβλίων και της ελαφριάς λογοτεχνίας, αυτό δεν παύει να τις κάνει σημαντικό ποσοστό αγοραστών.

Στον αντίποδα τώρα βρίσκονται όσοι ασχολούνται με αγροτικές εργασίες ή άλλου είδους απασχόληση , η οποία δεν τους επιτρέπει ή ακόμα και δεν τους δίνει κίνητρα να ασχοληθούν με την ανάγνωση βιβλίων.

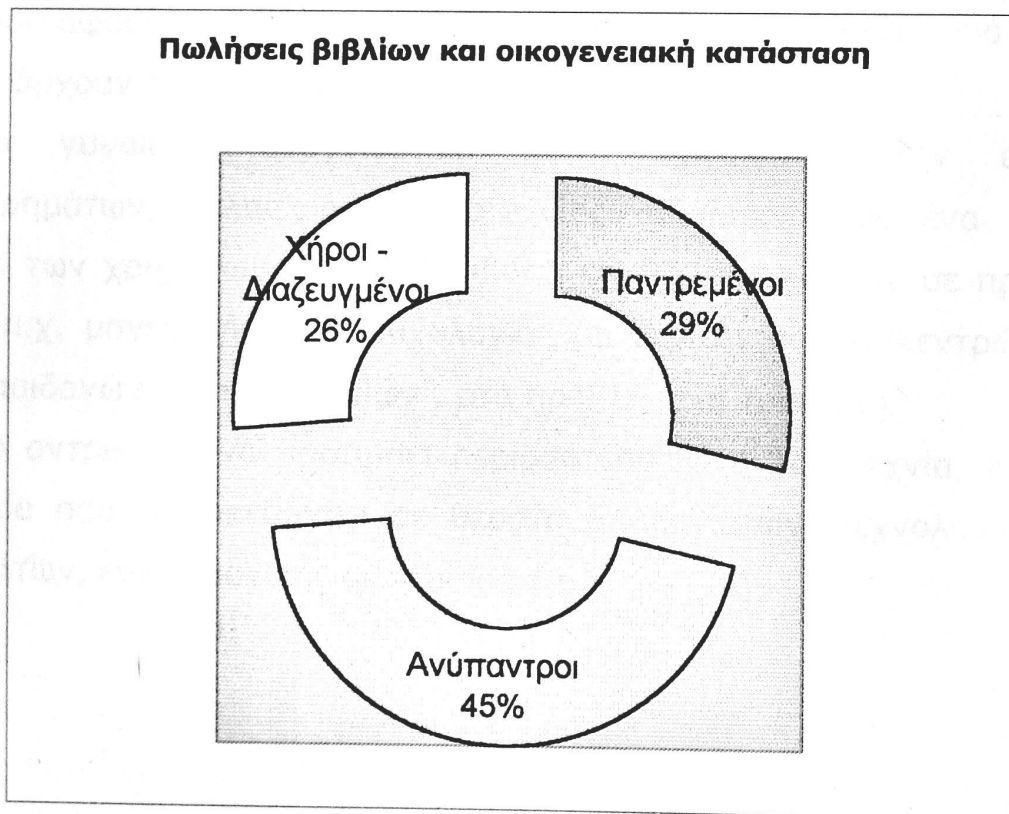


ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Ένας ακόμα παράγοντας που επηρεάζει την αγορά βιβλίου είναι η οικογενειακή κατάσταση των αναγνωστών.

Αναμφίβολα οι ανύπαντροι κατέχουν την πρωτιά στην ανάγνωση αφού οι υποχρεώσεις τους είναι μειωμένες σε σχέση με των παντρεμένων.

Η ύπαρξη παιδιών στην οικογένεια είναι ανασταλτικός παράγοντας για τον τομέα της ανάγνωσης βιβλίων. Έτσι οι παντρεμένοι με παιδιά διαβάζουν λιγότερο αφού το πρόγραμμά τους είναι ακόμα πιο φορτωμένο.



τοπικά δεδομένα

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΦΥΛΟ

Εξετάζοντας τον τομέα πωλήσεων βιβλίων ως προς το φύλο των αγοραστών, προκύπτει το συμπέρασμα πως οι γυναίκες διαβάζουν περισσότερο από τους άντρες.

Τα αίτια αυτής της διαφοράς αποδίδονται στην διαχείριση του ελεύθερου χρόνου και τις ασχολίες που έχει ο καθένας.

Συνήθως οι γυναίκες έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο, άλλωστε ένα μεγάλο μέρος του γυναικείου πληθυσμού ασχολούνται με το νοικοκυριό, γεγονός που τους επιτρέπει την ενασχόληση τους με διάφορα πράγματα ανάμεσα στα οποία περιλαμβάνεται και η ανάγνωση βιβλίων.

Όσο αφορά στο είδος των βιβλίων τα οποία αγοράζονται από τα δυο φύλα υπάρχουν πολύ μεγάλες διαφοροποιήσεις.

Το γυναικείο αναγνωστικό κοινό αρέσκεται στην επιλογή μυθιστορημάτων, "ελαφριάς" λογοτεχνίας, σίγουρα όμως ένα μεγάλο ποσοστό των χρημάτων που επενδύονται σε βιβλία αφορούν σε πρακτικά βιβλία (π.χ. μαγειρικής) και ψυχολογίας με θέματα που επικεντρώνονται στη διαπαιδαγώγηση των παιδιών, στα προβλήματα τους κλπ.

Το αντρικό κοινό προτιμάει περισσότερο ξένη λογοτεχνία, ιστορικά και βιβλία που εξειδικεύονται σε θέματα υπολογιστών, τεχνολογίας των αυτοκινήτων, επιστημονικής φαντασίας κ.ο.κ.



ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΒΙΒΛΙΩΝ

Θα αναφερθούμε παρακάτω στα σημαντικότερα κριτήρια βάσει των οποίων οι αγοραστές επιλέγουν το βιβλίο που θα αγοράσουν, σύμφωνα με τα πανελλαδικά δεδομένα.

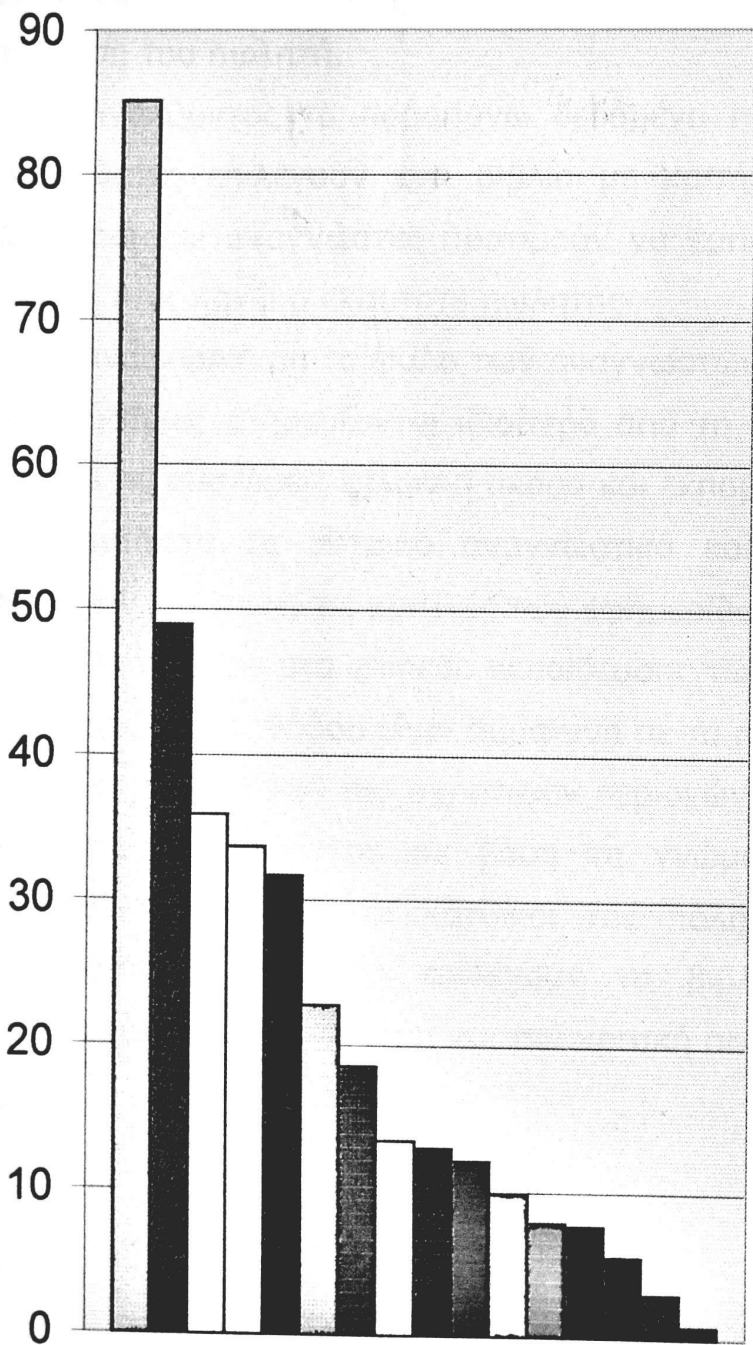
Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα που ακολουθεί, το σημαντικότερο κριτήριο είναι το θέμα του βιβλίου, το οποίο το λαμβάνει υπ' όψη του το 85,1% των αναγνωστών. Ακολουθούν με αρκετά μικρότερα ποσοστά ο συγγραφέας, η περίληψη του βιβλίου στο οπισθόφυλλο, η κριτική που έχουν διαβάσει για το βιβλίο και η γνώμη φίλων και συγγενών.

Παρατηρούμε ότι αν και οι φίλοι και οι συγγενείς αποτελούν όπως είδαμε τη συνηθέστερη πηγή ενημέρωσης, όταν έχουμε να κάνουμε με επιλογή βιβλίων η γνώμη τους, ως κριτήριο επιλογής βρίσκεται στην πέμπτη θέση των αναφορών. Περίπου ένας στους πέντε αναγνώστες δήλωσε ότι λαμβάνει υπ' όψη του τον τίτλο και τη μεγάλη κυκλοφορία του βιβλίου. Αντίθετα από ότι θα περίμενε κανείς, η τηλεοπτική ή κινηματογραφική μεταφορά του βιβλίου καθώς και η τιμή του δεν παίζουν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο, ενώ το ίδιο συμβαίνει με τη διαφήμιση που έχει γίνει στο βιβλίο, από την οποία επηρεάζεται μόνο το 5,6% των αναγνωστών.

Τα κριτήρια επιλογής εξαρτώνται άμεσα από το επίπεδο εκπαίδευσης. Έτσι, τα άτομα κατώτερης εκπαίδευσης έχουν αυξημένα ποσοστά αναφοράς στο κριτήριο της γνώμης φίλων και συγγενών και μειωμένα ποσοστά σε κριτήρια όπως η κριτική για το βιβλίο, ο συγγραφέας, η περίληψη στο οπισθόφυλλο και η βράβευση του βιβλίου. Αντίθετα μεταξύ των ατόμων ανώτερης εκπαίδευσης, τα κριτήρια του συγγραφέα, της κριτικής που έχει γίνει στο βιβλίο και της βράβευσης του βιβλίου εμφανίζουν αυξημένα ποσοστά αναφοράς σε σχέση με το σύνολο του πληθυσμού. Τέλος, στις αγροτικές περιοχές, η κριτική που έχει γίνει στο βιβλίο και ο συγγραφέας συγκέντρωσαν σημαντικά χαμηλότερα ποσοστά από αυτά του συνόλου.



Κριτήρια επιλογής βιβλίων



- Το θέμα του βιβλίου
- Ο συγγραφέας
- Η περίληψη στο οπισθόφυλλο
- Η κριτική που διάβασαν γι' αυτό
- Η γνώμη φίλων και συγγενών
- Ο τίτλος του βιβλίου
- Η μεγάλη κυκλοφορία του
- Η κινηματογραφική ή τηλεοπτική μεταφορά του
- Η τιμή του βιβλίου
- Η βράβευση του στην Ελλάδα ή το εξωτερικό
- Ο εκδοτικός οίκος
- Η συμβουλή του βιβλιοπώλη
- Το εξώφυλλο
- Η διαφήμιση που του έχει γίνει
- Ο μικρός αριθμός των σελίδων
- Άλλο

πανελλαδικά δεδομένα⁶

⁶ Εθνικό κέντρο βιβλίου. *Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς*. Αθήνα: Εθνικό κέντρο βιβλίου, 1999



Ας εξετάσουμε τώρα πως έχουν τα δεδομένα στην περιοχή της Ρόδου. Σε γενικές γραμμές τα κυριότερα κριτήρια επιλογής βιβλίου είναι ο συγγραφέας, ο τίτλος, το εξώφυλλο, η διαφήμιση, οι κριτικές και η σύσταση του πωλητή.

Αναλύοντας τα παραπάνω δεδομένα παρατηρείται πως οι τακτικοί αναγνώστες επιλέγουν ένα βιβλίο με κριτήριο τον συγγραφέα ενώ οι περιστασιακοί αναγνώστες προτιμούν να εμπιστευτούν τις προτάσεις που έχει να τους κάνει ο εκάστοτε πωλητής.

Αναφορικά με το φύλο των αναγνωστών, προκύπτει πως οι γυναίκες αναγνώστριες επηρεάζονται ιδιαίτερα από τη διαφήμιση του βιβλίου αλλά και από τις συστάσεις φίλων ή ακόμα και εκπομπών.

Αντίθετα το αντρικό αναγνωστικό κοινό εμπιστεύεται τη γνώμη διαφόρων εντύπων, τις κριτικές των εφημερίδων, κλπ.

Όσο αφορά στο επίπεδο εκπαίδευσης των αναγνωστών, τα δεδομένα στην περιοχή της Ρόδου είναι σύμφωνα με τα πανελλαδικά.

Οι κάτοικοι των πιο αγροτικών περιοχών επιλέγουν τα βιβλία που θα αγοράσουν περισσότερο με βάση τη γνώμη φίλων ή τη γνώμη του βιβλιοπώλη. Αντίθετα οι κάτοικοι της πόλης, οι οποίοι είναι και πιο συστηματικοί αγοραστές επιλέγουν τα βιβλία τους με κριτήριο τον συγγραφέα, την περίληψη ή και την κριτική που του έχει γίνει.



ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ

Μετά τις επιμέρους αναλύσεις ανά φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο κλπ, οι οποίες έχουν παρατεθεί παραπάνω, θα ήταν εξαιρετικά χρήσιμο να δούμε τις πωλήσεις στο σύνολο τους.

Πανελλαδική έρευνα⁶ παρουσίασε την παρακάτω σειρά προτίμησης στις θεματικές κατηγορίες βιβλίων:

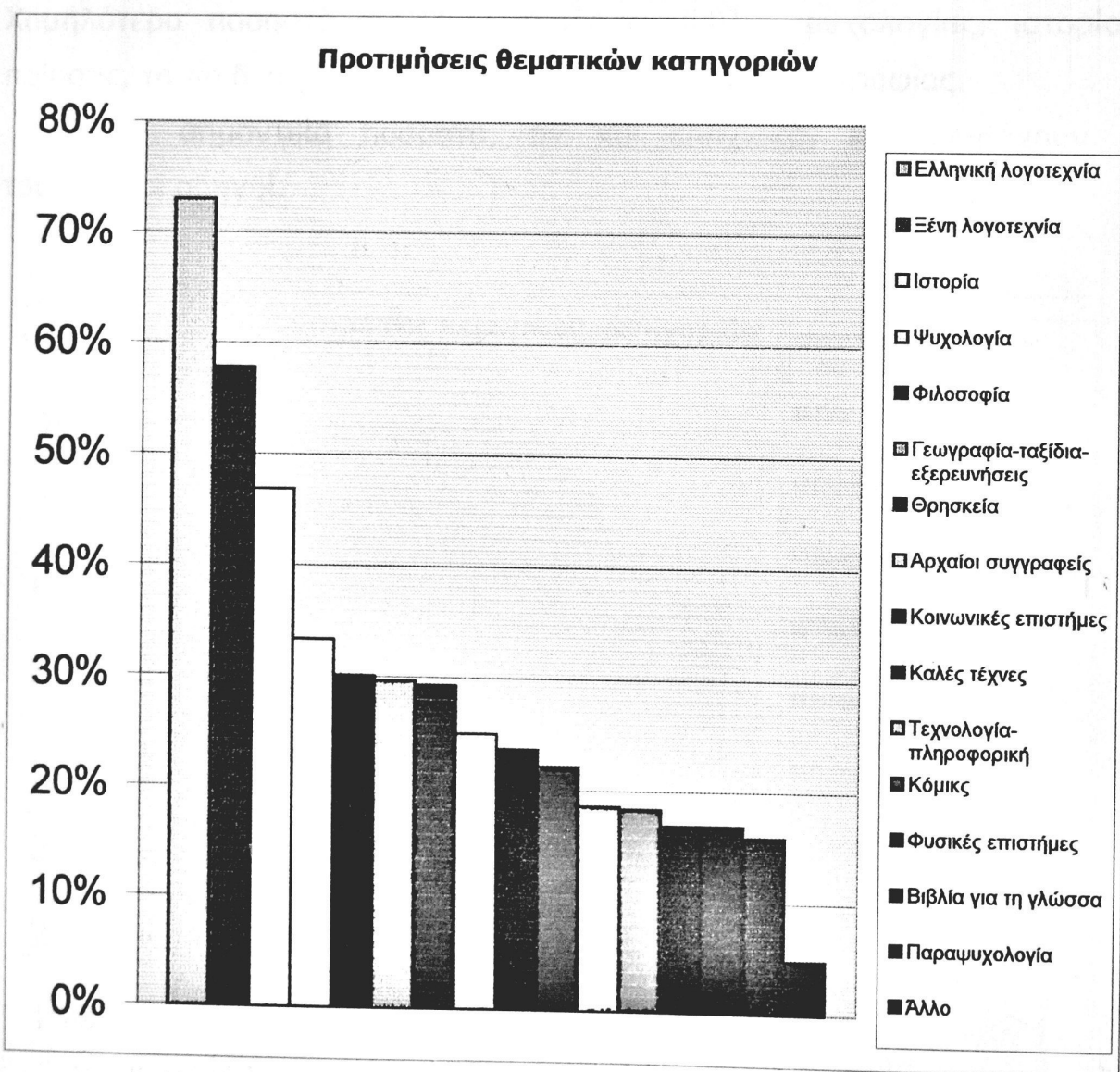
1. Ελληνική λογοτεχνία
2. Ξένη λογοτεχνία
3. Ιστορία
4. Ψυχολογία
5. Φιλοσοφία
6. Γεωγραφία
7. Θρησκευτικά βιβλία
8. Φυσικές επιστήμες
9. Βιβλία για τη γλώσσα
10. Παραψυχολογία

Τα ποσοστά προτίμησης σε βιβλία γεωγραφίας, κοινωνικών επιστημών, φυσικών επιστημών, τεχνολογίας – πληροφορικής και ιστορίας, είναι υψηλότερα για τους άνδρες από ότι για τις γυναίκες, ενώ αντίθετα για τα βιβλία ψυχολογίας, καλών τεχνών, ελληνικής και ξένης λογοτεχνίας τα ποσοστά προτίμησης είναι υψηλότερα για τις γυναίκες. Τα βιβλία γεωγραφίας, θρησκείας και ιστορίας συγκεντρώνουν υψηλότερα ποσοστά προτίμησης στις μεγαλύτερες ηλικίες ενώ τα βιβλία λογοτεχνίας, ξένης και ελληνικής, ψυχολογίας, τεχνολογίας – πληροφορικής και τα κόμικς προτιμώνται περισσότερο από τα άτομα νεαρότερης ηλικίας.

⁶ Εθνικό κέντρο βιβλίου. Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς. Αθήνα: Εθνικό κέντρο βιβλίου, 1999



Τέλος, τα άτομα με ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης, οι κάτοικοι των αστικών περιοχών και οι μέτριοι και συστηματικοί αναγνώστες έχουν μεγαλύτερα από το μέσο όρο ποσοστά προτίμησης για όλες τις θεματικές κατηγορίες βιβλίων. Εξαιρέση αποτελούν τα βιβλία θρησκείας, τα οποία είναι περισσότερο δημοφιλή στις αγροτικές περιοχές και μεταξύ των ατόμων κατώτερης εκπαίδευσης.



πανελλαδικά δεδομένα⁸

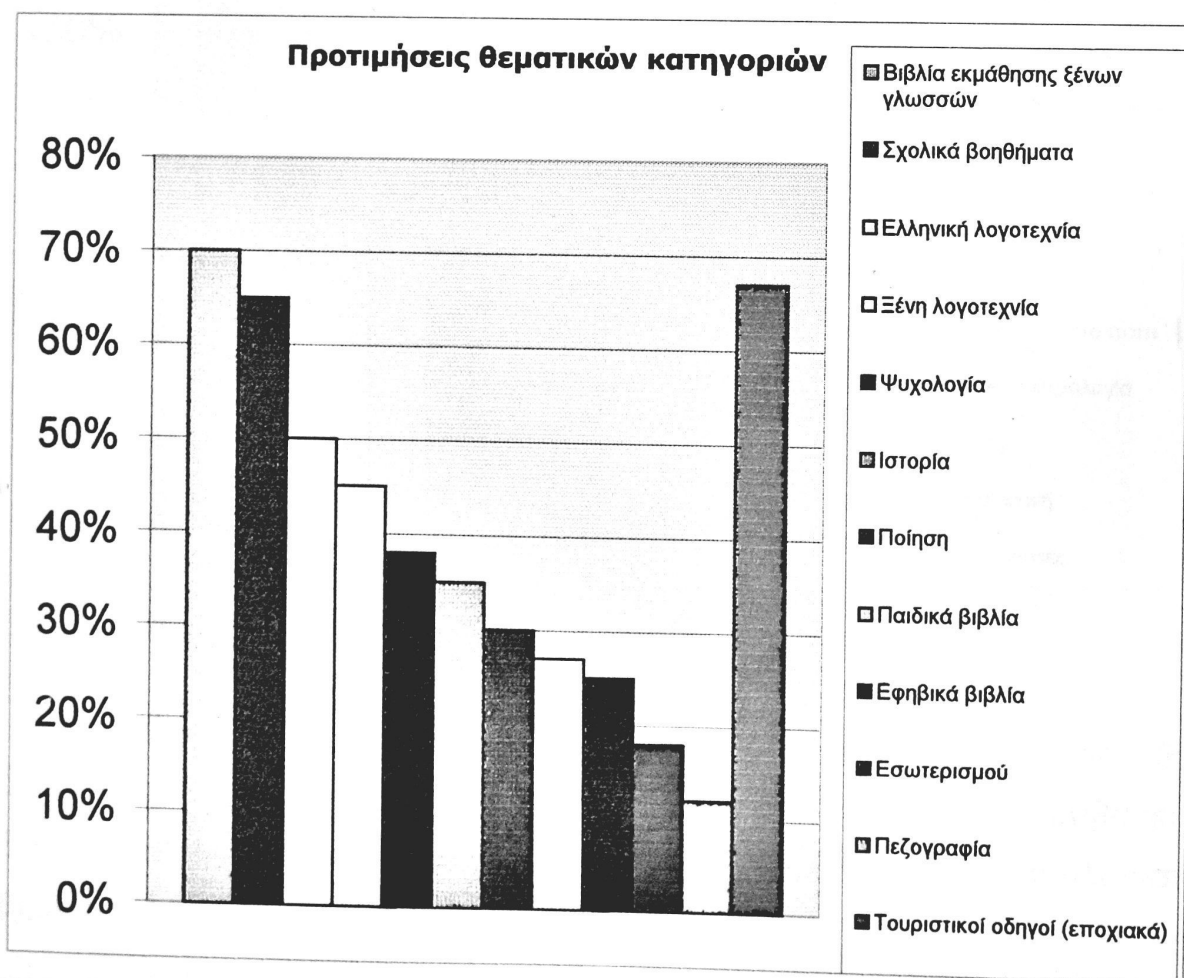
⁸ Εθνικό κέντρο βιβλίου. *Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς*. Αθήνα: Εθνικό κέντρο βιβλίου, 1999



Στην έρευνα που διεξήγαμε στην αγορά της Ρόδου τα δεδομένα ανατρέπονται. Την πρώτη θέση, προφανώς λόγω της ενασχόλησης των κατοίκων με τον τουριστικό τομέα, βρίσκονται τα βιβλία εκμάθησης ξένων γλωσσών. Αναλυτικότερα, οι περισσότερες πωλήσεις ανήκουν στα βιβλία αγγλικής γλώσσας ενώ ακολουθούν η γερμανική και η ιταλική.

Στη δεύτερη θέση συναντάμε τα σχολικά βοηθήματα ενώ την τρίτη και τέταρτη θέση κατέχουν η ελληνική και ξένη λογοτεχνία αντιστοίχως. Χαμηλότερα ποσοστά συγκεντρώνουν τα βιβλία ψυχολογίας, ιστορίας, ποίησης, τα παιδικά και εφηβικά, εσωτερισμού και πεζογραφίας.

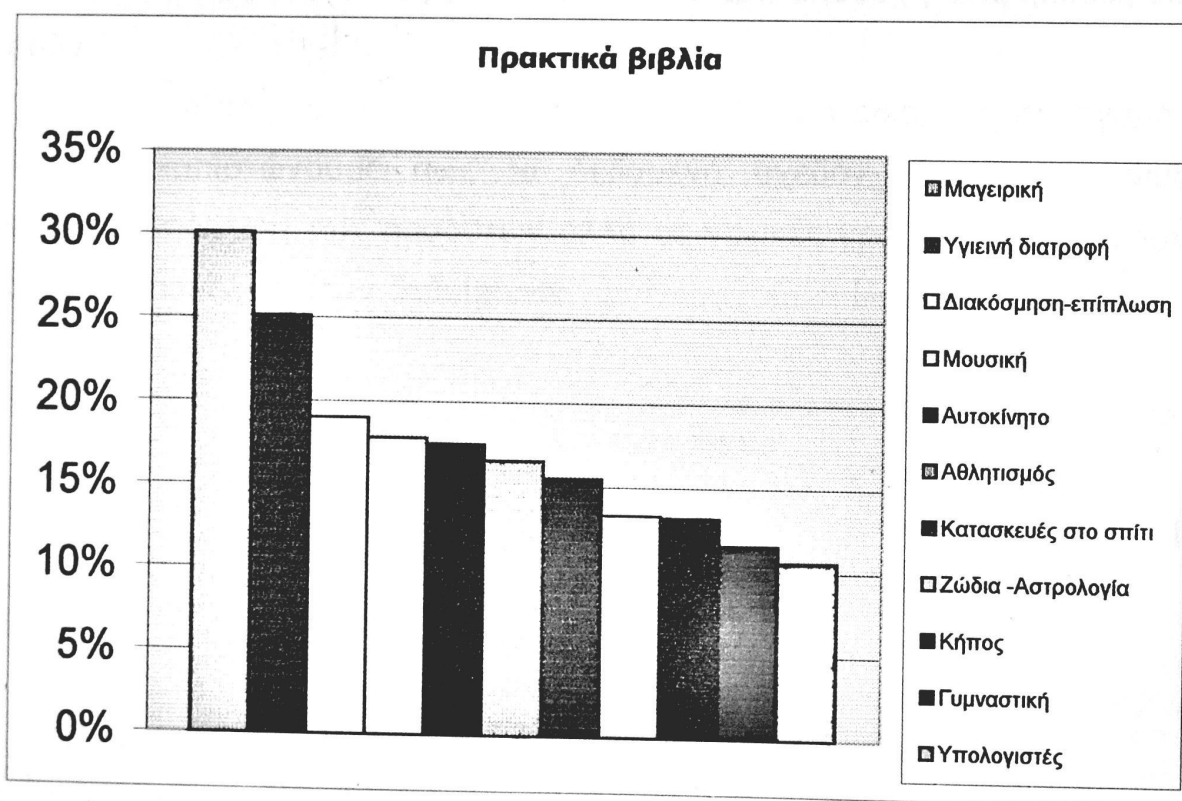
Ένα σημαντικό ποσοστό, αν και εποχιακά, καταλαμβάνουν οι τουριστικοί οδηγοί.



τοπικά δεδομένα

ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ

Στο σημείο αυτό είναι σκόπιμο να γίνει μια ειδική αναφορά στα πρακτικά βιβλία. Σύμφωνα με τα πανελλαδικά δεδομένα, όπως βλέπουμε στο διάγραμμα που ακολουθεί, το 30,1% του συνόλου συμβουλευεται βιβλία μαγειρικής, το 25,1% βιβλία σχετικά με την υγιεινή διατροφή, και ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά τα βιβλία σχετικά με τη διακόσμηση, τη μουσική, το αυτοκίνητο, τον αθλητισμό κλπ.



πανελλαδικά δεδομένα⁹

Μεταξύ των βιβλίων αυτών υπάρχουν ισχυρές συσχετίσεις. Έτσι, σχηματίζονται δυο ομάδες πρακτικών βιβλίων. Η πρώτη περιλαμβάνει τα βιβλία σχετικά με το αυτοκίνητο, τον αθλητισμό και τους υπολογιστές, βιβλία δηλαδή που διαβάζονται κυρίως από άντρες.

⁹ Εθνικό κέντρο βιβλίου. Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς. Αθήνα: Εθνικό κέντρο βιβλίου, 1999



Η άλλη περιλαμβάνει βιβλία για μαγειρική, διακόσμηση – επίπλωση, υγιεινή διατροφή, κήπο, ζώδια – αστρολογία τα οποία έχουν μεγαλύτερη απήχηση σε γυναικείο αναγνωστικό κοινό.

Έξω από τις δυο αυτές ομάδες βρίσκονται τα βιβλία γυμναστικής και μουσικής τα οποία προτιμώνται εξίσου και από τα δυο φύλα. Τα βιβλία για αθλητισμό, γυμναστική, ηλεκτρονικούς υπολογιστές, ζώδια συγκεντρώνουν υψηλότερα ποσοστά προτίμησης στις ηλικίες 15-24 ετών και τα βιβλία για αυτοκίνητο στις ηλικίες 15-34 ετών. Αντίθετα τα βιβλία για μαγειρική, κήπο και κατασκευές στο σπίτι βρίσκουν μεγαλύτερη αποδοχή στις ηλικίες 35-64 ετών.

Βλέποντας το διάγραμμα που ακολουθεί και αφορά στην αγορά της Ρόδου, διαπιστώνουμε πως τα δεδομένα σχεδόν ταυτίζονται. Φυσικά υπάρχει απόκλιση των ποσοστών αλλά σε γενικές γραμμές ακολουθούν τη ροή των πανελλαδικών δεδομένων.



τοπικά δεδομένα



ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ ΚΑΙ ΚΕΝΤΡΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΑΥΤΩΝ

Οι εφημερίδες καθώς και τα έντυπα περιοδικής έκδοσης είναι ιδιαίτερα αγαπητά είδη αναγνωσμάτων. Το αναγνωστικό τους κοινό είναι ευρύτερο από αυτό του βιβλίου στην τοπική κοινωνία της Ρόδου. Με έρευνα που διεξήγαμε σε κέντρα διανομής τύπου διαπιστώθηκε πως ο καθημερινός τύπος έρχεται πρώτος στην προτίμηση των αγοραστών, ενώ ακολουθούν εβδομαδιαία ή μηνιαία περιοδικά.

Αναλυτικότερα, εφημερίδες αγοράζουν και τα δυο φύλα, σαφώς όμως το αρσενικό υπερτερεί και ιδιαιτέρως στις αθλητικού τύπου.

Όσο αφορά στα έντυπα περιοδικού τύπου, το αντρικό φύλο προτιμάει θέματα όπως η τεχνολογία, υπολογιστές, αυτοκίνητα, αθλητικά, οικονομικά, μουσική, επιστημονικά.

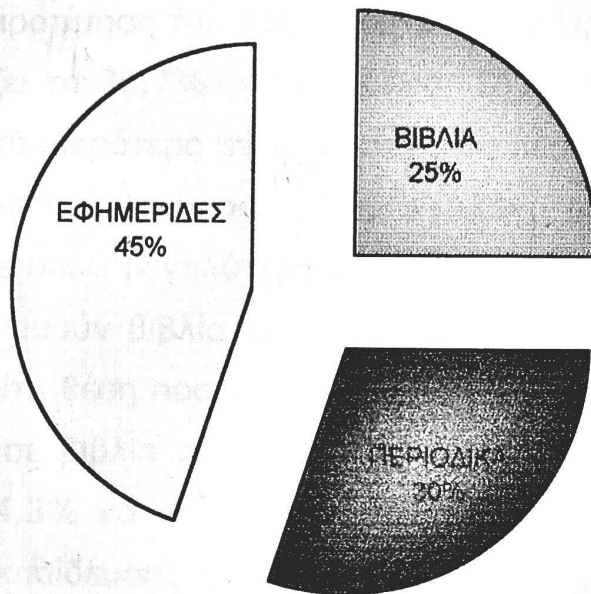
Το γυναικείο φύλο αντίστοιχα προτιμάει περιοδικά με θέματα που αφορούν στην διακόσμηση, μόδα, life style, ζώδια κλπ. Επίσης μεγάλο κέρδος αποφέρουν οι πωλήσεις σύντομων αισθηματικών βιβλίων τα οποία διατίθενται στα κέντρα αυτά.

Το καλοκαίρι οι πωλήσεις τους ανεβαίνουν ακόμα περισσότερο λόγω της διαθέσεως ξένου τύπου, ξενόγλωσσων βιβλίων αλλά και τουριστικών οδηγών.

Όπως προαναφέρθηκε, το αγοραστικό κοινό των κέντρων διανομής τύπου είναι ευρύτερο από αυτό των βιβλιοπωλείων. Αυτό ίσως να οφείλεται στην εξοικείωση του κοινού με τις εφημερίδες και τα περιοδικά. Τα θεωρεί σίγουρα πιο προσιτά και ευχάριστα στην ανάγνωση. Το είδος αυτό προτιμάται ακόμα και από άτομα χαμηλού κοινωνικού και μορφωτικού επιπέδου.



Προτιμήσεις αναγνωστών



πανελλαδικά δεδομένα¹⁰

Προτιμήσεις αναγνωστών



τοπικά δεδομένα

¹⁰ Εθνικό κέντρο βιβλίου. Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς. Αθήνα: Εθνικό κέντρο βιβλίου, 1999



Παρατηρώντας τα παραπάνω διαγράμματα, βλέπουμε πως τα πανελλαδικά δεδομένα διαφέρουν σε σχέση με τα τοπικά. Έτσι, πρώτες στην αναγνωστική προτίμηση του κοινού έρχονται οι εφημερίδες, τις οποίες προτιμάει να διαβάσει το 30,7% του συνόλου. Το αντίστοιχο ποσοστό για το βιβλίο είναι αρκετά μικρότερο 24,4% και για τα περιοδικά είναι 19,4%.

Μεγάλη διαφοροποίηση παρατηρείται ανάλογα με το φύλο. Έτσι, οι άνδρες προτιμούν σε πολύ μεγαλύτερο ποσοστό να διαβάζουν εφημερίδες, ενώ οι γυναίκες προτιμούν βιβλία και περιοδικά και σε μικρότερο ποσοστό εφημερίδες (στην τρίτη θέση προτιμήσεων των γυναικών).

Η προτίμηση σε βιβλία αυξάνεται όσο υψηλότερο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης (από 14,3% και την τρίτη θέση στις προτιμήσεις τους για τα άτομα κατώτερης εκπαίδευσης μέχρι 43,3% και στην πρώτη θέση των προτιμήσεων για τα άτομα ανώτερης εκπαίδευσης).

Στις ημιαστικές και αγροτικές περιοχές, οι εφημερίδες βρίσκονται στις πρώτες θέσεις των προτιμήσεων με διαφορά από τα βιβλία και τα περιοδικά, που έπονται με παραπλήσια μεταξύ τους ποσοστά, ενώ στις αστικές περιοχές τα βιβλία βρίσκονται στην πρώτη θέση των προτιμήσεων, ακολουθούν με μικρή διαφορά οι εφημερίδες και στην τρίτη θέση βρίσκονται τα περιοδικά με αρκετά μικρότερο ποσοστό.



ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ

Η Πανελλαδική έρευνα¹⁰ επιβεβαίωσε ότι στην Ελλάδα ο θεσμός δανεισμού βιβλίων από βιβλιοθήκες δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένος. Αυξημένα ποσοστά εγγραφής σε βιβλιοθήκες παρατηρήθηκαν για τα άτομα μέσης και ανώτερης εκπαίδευσης, για τα άτομα κάτω των 34 ετών, τους φοιτητές, τους κατοίκους των αστικών περιοχών και τους μέτριους και συστηματικούς αναγνώστες. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι το ποσοστό των αναγνωστών που είναι γραμμένοι σε βιβλιοθήκες πλησιάζει το 30% για τους φοιτητές, τα άτομα ηλικίας 15 έως 24 ετών και τους μέτριους και συστηματικούς αναγνώστες.

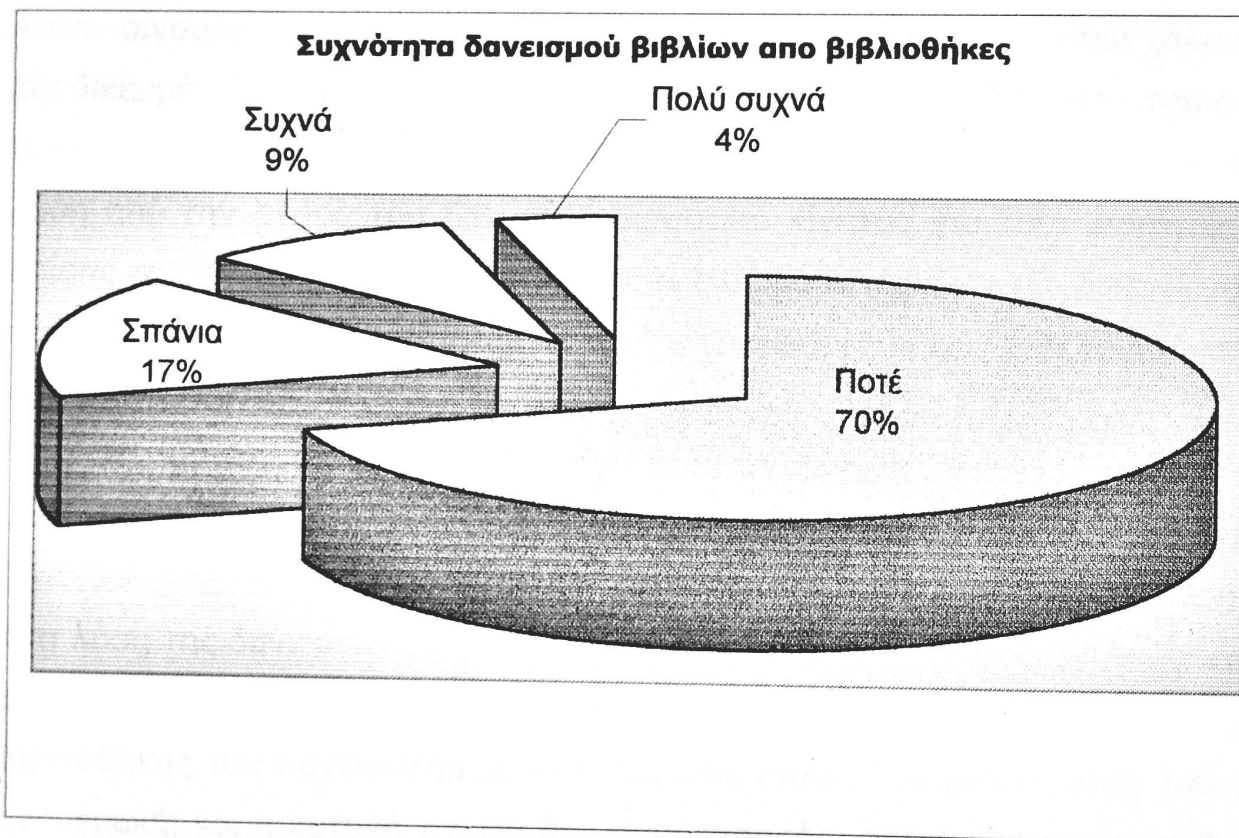
Το ποσοστό όσων είναι γραμμένοι σε βιβλιοθήκες είναι περίπου 15% για του αναγνώστες των αστικών περιοχών και δεν ξεπερνά το 9% για τους αναγνώστες ημιαστικών και αγροτικών περιοχών. Αυτό σε ένα βαθμό μπορεί να εξηγηθεί από την έλλειψη βιβλιοθηκών στις περιοχές αυτές. Είναι χαρακτηριστικό πως στην ερώτηση για το αν υπάρχει δανειστική βιβλιοθήκη στην περιοχή τους, θετικά απάντησε το 75% των κατοίκων των αστικών περιοχών, το 58% των κατοίκων των ημιαστικών περιοχών και μόλις το 19,8% των κατοίκων των αγροτικών περιοχών.

Μόλις το 13% των αναγνωστών δανείζεται βιβλία από βιβλιοθήκες πολύ συχνά ή συχνά. Αξίζει να συγκριθεί το ποσοστό αυτό με το αντίστοιχο ποσοστό που δανείζεται βιβλία από φίλους, το οποίο είναι υπερτριπλάσιο (42,4%). Εκείνοι που δανείζονται βιβλία από βιβλιοθήκες είναι κυρίως άτομα μικρής ηλικίας (15-24 ετών), φοιτητές, καθώς και οι μέτριοι-συστηματικοί αναγνώστες.

¹⁰ Εθνικό κέντρο βιβλίου. *Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς*. Αθήνα: Εθνικό κέντρο βιβλίου, 1999



Ο σημαντικότερος λόγος για τον οποίο δανείζονται βιβλία είναι οικονομικός: το 29,8% των ατόμων, και μάλιστα κυρίως τα νέα άτομα, οι άνεργοι, οι φοιτητές απαντούν ότι καταφεύγουν στο δανεισμό για να μην αγοράσουν όλα τα βιβλία που θέλουν να διαβάσουν. Επίσης το 16,1% του συνόλου των αναγνωστών αναφέρουν ότι δανείζονται βιβλία όταν δεν μπορούν να τα βρουν στα βιβλιοπωλεία.



πανελλαδικά δεδομένα¹²

Στην πόλη της Ρόδου υπάρχουν 3 βιβλιοθήκες. Η πρώτη είναι δημόσια, η άλλη δημοτική ενώ η τρίτη ανήκει στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Λειτουργούν ακόμα μερικές σε κάποιους δήμους του νησιού αλλά η κατάσταση τους δε μπορεί να θεωρηθεί ικανοποιητική.

¹² Εθνικό κέντρο βιβλίου. Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς. Αθήνα: Εθνικό κέντρο βιβλίου, 1999

Ανταγωνισμός μεταξύ των βιβλιοπωλείων και των βιβλιοθηκών σαφώς και υπάρχει. Όπως έχει προαναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, η αγορά του βιβλίου δεν έχει επηρεαστεί θετικά από την ύπαρξη του Πανεπιστημίου Αιγαίου στη Ρόδο. Έτσι συμπεραίνουμε πως οι φοιτητές προτιμούν τον δανεισμό των βιβλίων από την αγορά τους.

Άρα οι βιβλιοθήκες και ιδιαιτέρως αυτή του πανεπιστημίου κερδίζει έδαφος έναντι των βιβλιοπωλείων σ' αυτή την κατηγορία αναγνωστών. Αυτό σίγουρα οφείλεται στην επάρκεια τίτλων και την απασχόληση εξειδικευμένου προσωπικού στη βιβλιοθήκη του πανεπιστημίου. Βασικότερος λόγος ωστόσο είναι, πως ο δανεισμός αποτελεί οικονομικότερη λύση από την αγορά του βιβλίου (ουσιαστικό κίνητρο για τους φοιτητές). Επίσης τα βιβλία που χρειάζονται συνήθως οι φοιτητές είναι εξειδικευμένου περιεχομένου, γεγονός που εξηγεί το ότι καταφεύγουν στη βιβλιοθήκη του πανεπιστημίου.

Η κατάσταση όμως αλλάζει όταν πρόκειται για το υπόλοιπο αναγνωστικό κοινό. Η αγορά ενός βιβλίου θεωρείται προτιμότερη από τον δανεισμό του, εκτός κι αν αυτό δεν είναι εφικτό, οπότε και καταφεύγουν στη λύση της δανειστικής βιβλιοθήκης. Αυτό ίσως να οφείλεται στην όχι και τόσο ικανοποιητική κατάσταση των δανειστικών βιβλιοθηκών. Εκτός της βιβλιοθήκης του πανεπιστημίου Αιγαίου, στις άλλες δυο βιβλιοθήκες είτε η ενημέρωση και η κατοχή τίτλων δεν είναι επαρκής, είτε η εξυπηρέτηση δεν είναι αυτή που αρμόζει σε μια βιβλιοθήκη που στοχεύει στην εξυπηρέτηση του ευρύ κοινού.

Ένας άλλος λόγος είναι η ύπαρξη βιβλιοθηκών μόνο στην πρωτεύουσα του νησιού. Σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα τα μέλη των δανειστικών βιβλιοθηκών είναι κάτοικοι του κέντρου ενώ ελάχιστοι των πλησιέστερων περιχώρων. Ο αριθμός των μελών που κατοικούν σε πιο απομακρυσμένες περιοχές είναι σχεδόν μηδενικός.



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συνοψίζοντας κάθε κεφάλαιο ξεχωριστά, βγαίνουν τα εξής συμπεράσματα:

1. Στη Ρόδο υπάρχουν μόνο 2-3 σωστά βιβλιοπωλεία, αριθμός πολύ μικρός για να καλύψει τις ανάγκες των κατοίκων του νησιού.
2. Τα βιβλιοπωλεία συνεργάζονται με όλους σχεδόν τους εκδοτικούς οίκους (εκτός από μερικούς πολύ μικρούς).
3. Η απουσία εκδοτικών οίκων στο νησί δεν έχει επηρεάσει καθόλου την αγορά του βιβλίου.
4. Η διανομή των βιβλίων γίνεται συνοπτικά με τα παρακάτω στάδια: παραγγελία – μεταφορά – παραλαβή. Είναι μια σταθερή διαδικασία, η οποία όμως πολλές φορές επηρεάζεται από τις καιρικές συνθήκες.
5. Η προώθηση των βιβλίων στο νησί γίνεται με τους εξής τρόπους: διανομή διαφημιστικών φυλλαδίων, προβολή σε βιτρίνες, πρόβολη σε πάγκους, δημιουργία αφίσας, παρουσιάσεις βιβλίων, προτάσεις του βιβλιοπώλη, εκθέσεις βιβλίων.
6. οι περισσότεροι αναγνώστες ενημερώνονται για τα βιβλία από φίλους και συγγενείς.
7. Η κυριότερη πηγή αγοράς βιβλίων είναι τα βιβλιοπωλεία.
8. Το κέρδος των βιβλιοπωλείων κυμαίνεται από 30-40%.
9. Το Internet δεν έχει επηρεάσει καθόλου την αγορά του βιβλίου στο νησί.
10. Πολλά από τα βιβλία που πωλούνται, αφορούν στις ηλικίες από 8 έως 13 ετών και είναι συνήθως σχολικά βοηθήματα και παιδικά βιβλία.
11. Γίνονται περισσότερες πωλήσεις σε άτομα με μέσο μορφωτικό επίπεδο απ' ότι σε άτομα με ανώτερο ή κατώτερο μορφωτικό επίπεδο.
12. Το χειμώνα το είδος των βιβλίων που πωλούνται περισσότερο είναι τα σχολικά βοηθήματα.



13. Το καλοκαίρι οι πωλήσεις των τουριστικών οδηγών αυξάνονται κατακόρυφα.
14. Τις γιορτές οι περισσότερες πωλήσεις αφορούν στα παιδικά βιβλία, τα λευκώματα και τα ημερολόγια.
15. Οι αγοραστές βιβλίων είναι περισσότερο άτομα από αστικές περιοχές και λιγότερο από ημιαστικές ή αγροτικές περιοχές.
16. Τα ποσοστά πωλήσεων είναι μεγαλύτερα σε άτομα που απασχολούνται σε θέσεις εργασίες, οι οποίες απαιτούν θεωρητικές γνώσεις.
17. Οι περισσότεροι αγοραστές βιβλίων είναι ανύπαντροι.
18. Οι γυναίκες αγοράζουν περισσότερα βιβλία απ' ότι οι άντρες.
19. Οι περισσότεροι αναγνώστες επιλέγουν βιβλία με βάση το θέμα τους.
20. Οι θεματικές κατηγορίες που προτιμώνται περισσότερο είναι τα βιβλία εκμάθησης ξένων γλωσσών, τα σχολικά βοηθήματα ενώ ακολουθούν η ελληνική και η ξένη λογοτεχνία.
21. Το είδος των πρακτικών βιβλίων που πωλούνται περισσότερο, έχουν σαν θέμα τη μαγειρική.
22. Οι εφημερίδες προτιμώνται περισσότερο από τα βιβλία.
23. Οι περισσότεροι αναγνώστες προτιμούν να αγοράσουν κάποιο βιβλίο από το να το δανειστούν.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Barbier, Frederic. Ιστορία του βιβλίου. Αθήνα: Μεταίχμιο, 2002
2. Εθνικό κέντρο βιβλίου. Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς. Αθήνα: Εθνικό κέντρο βιβλίου, 1999
3. Κοκκίνης, Σπύρος. Βιβλιοθήκες και βιβλία ή τα σκοτάδια με αριθμούς. Αθήνα: Σύγχρονη εποχή, 1981
4. Κοτζιά, Ε. Οι αριθμοί ευημερούν αλλά το βιβλίο περνάει ακόμα βαθιά κρίση, εφημ. «Μεσημβρινή», 7 Μαρτίου 1980
5. Οικονόμου, Βασίλης. Οι βιβλιοθήκες και ο ρόλος τους. Αθήνα: Ατραπός, 1998



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Barbier, Frederic. Ιστορία του βιβλίου. Αθήνα: Μεταίχμιο, 2002
2. Εθνικό κέντρο βιβλίου. Πανελλήνια έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς. Αθήνα: Εθνικό κέντρο βιβλίου, 1999
3. Κοκκίνης, Σπύρος. Βιβλιοθήκες και βιβλία ή τα σκοτάδια με αριθμούς. Αθήνα: Σύγχρονη εποχή, 1981
4. Κοτζιά, Ε. Οι αριθμοί ευημερούν αλλά το βιβλίο περνάει ακόμα βαθιά κρίση, εφημ. «Μεσημβρινή», 7 Μαρτίου 1980
5. Οικονόμου, Βασίλης. Οι βιβλιοθήκες και ο ρόλος τους. Αθήνα: Ατραπός, 1998

