

## TÜRKİYE'DE KİTAP PAZARLAMASI (Problem sahaları ve çözüm teklifleri)

**Altan DELİORMAN**

Türkiye'de kitabın, özellikle kültür, fikir ve sanat kitaplarının pazarlamasında pek çok problemle karşı karşıya bulunmaktadır.

Ashında kitabın ham maddesi sayılan kâğıt ve karton, kaliteli telif ve tercüme eser temininden başlayan bu zorluklar, mamül madde haline gelmiş kitabın okuyucuya ulaştırılması safhasında büsbütün artmaktadır.

Kitap, okuyucuya normal olarak geniş bir dağıtım şebekesi vasıtasıyla ulaştırılmaktadır. (Evlere veya işyerlerine servis yapılarak özel indirimli veya taksitli kitap ve ansiklopedik yayın satışı konumuzun dışında tutuyoruz). Yayınevleri, çıkardıkları kitapların dağıtımını başlıca üç şekilde yapmaktadır:

1. Kitaplar, sadece dağıtım işiyle uğraşan ana dağıtım şirketleri vasıtasıyla piyasaya sürülmektedir.
2. Yayınevleri kendi imkânları ile PTT hizmetlerinden geniş ölçüde yararlanarak dağıtım yapmaktadır.
3. Hem bir veya birkaç dağıtım kuruluşu ile anlaşma yapmak, hem de kendi kitap dağıtımına devam etmek tarzı, ortalama ve üçüncü bir yol olarak da uygulanmaktadır.

### PAZARLAMA ZORLUKLARI

Kitap pazarlamasının her üç şeklinde de ana zorluklar şu şekilde belirmektedir:

1. Yayınevleri, bayilere farklı indirimler uygulamaktadır. Bu yüzden indirim ve dolayısıyla kâr hadleri yüksek olan kitaplar bayilere daha çekici gelebilmektedir.
2. Bazı bölgelerde, perakendeci bayiler de müşterilerine indirim yapmaktadır. Bu durumda, perakendeci bayilerin, yayınevlerinden istedikleri indirim oranları yüksek hadlere ulaşmakta, ciddi kuruluşlar bu seviyelerde indirim yapmayı prensip ve muhasebe bakımlarından uygun bulmamaktadır.

3. Türkiye'de kitap arzının hacmi, okuyucu sayısının artışıdaki hızdan fazladır. Az sayıda artan okuyucu kütlesi, çok sayıda artan pek çeşitli kitaplarla karşı karşıya kalmaktadır. Memnunluk verici gibi görünen bu durum, okuyucunun satın alma gücünü son derece zorlamakta, nihayet kitaplar arasında kaliteye ve muhtevaya göre değil, satın alma imkânına göre tercih yapılmaktadır. Bu durum kitap tirajını düşük seviyelerde tutmakta ve maliyetleri arttırmaktadır.

4. Maliyetlerin artması, reklâm, tercüme, hele telif harcamalarının asgarî seviyelerde kalması sonucunu vermekte, dolayısıyla telif eser yayımında teşvik unsuru hemen hiç kalmamaktadır. Bu zorluk, özellikle fikrî ve kültürel eser yayımında ciddi olarak düşünülmesi gereken olumsuz sonuçlar vermektedir. Türkiye'de fikir, sanat ve kültür hayatının istenen ölçüde gelişmemesinin önemli sebeplerinden biri de budur.

5. Yayınevleri, hızlanmış bulunan sessiz rekabet dolayısıyla ciddi ve seviyeli eserler yerine, sürümü nisbeten kolay ve daha çok olan hafif kitaplar yayınlamayı tercih etmektedir. Bu tür kitapların satışındaki kolaylık dağıtım kuruluşlarının ve perakendecilerin çalışma tarzını ve eğilimlerini dolaylı olarak etkilemektedir.

6. Kitap ve dağıtım piyasasında genel eğilim peşin para ile değil, açık hesap veya senetle çalışmaktır. Bu durum, piyasaya giren bazı mace-racıların istismarını kolaylaştırmakta, yayınevlerinin aleyhine olmakta, en azından tedirgin bir pazar görüntüsü ortaya çıkmaktadır.

7. Dükkân kiralalarının pahalı oluşu sebebiyle, perakendeci bayiler ve hattâ bölge dağıtımçıları genellikle küçük ve yetersiz işyerlerinde çalışmaktadır. Kitapların çokluğu ve çeşitliliği karşısında satıcılar, kendilerine ulaştırılan kitaplardan çok az sayıda almakta ve birkaç gün içinde satılmadığı takdirde bu kitapları derhal iade etmektedirler. Böylece, yine özellikle belirtmek gerekir ki, kültür ve fikir kitapları, muhtemel okuyucunun dikkatine erişmeden iade edilerek satış şansını kaybetmektedir.

8. Perakendecilerin fikrî eğilimleri ve benzer ideolojik saplantıları da kitap pazarlaması üzerinde etkili olabilmektedir. Bu satıcılar, kendi anlayışlarına uymayan kitapları kabul etmemekte veya kabul etseler dahi satışından kaçınmaktadırlar. Tabiatıyla zorlayıcı bir müeyyide söz konusu olmadığı için bu tatbikatın değişmesi imkânı elde değildir.

9. Özellikle büyük şehirlerdeki kaldırım sergilerinde, belirli bazı kitaplar için büyük indirim yapılmakta, böylelikle haksız rekabet alanları gittikçe yayılmaktadır.

10. Yurdun her köşesinde dağıtım merkezleri veya organları bulunmamaktadır. Ulaşım yolları üzerinde olmakla beraber, yerleşme merkezlerinden uzak bulunan kalabalık yatılı okulların, garnizonların yakınlarında bazen hiç bir satıcıya rastlanmamaktadır.

11. Millî Eğitim Bakanlığına bağlı satış merkezlerinin bugünkü durumu, gelişen şartlar karşısında yeterli görülmemektedir.

12. Fikrî ve kültürel eserleri desteklemek amacıyla devletçe yapılan toplu satın almalar hemen hiç denecek kadar azdır. Üstelik bu cüz'i satınalmalar da hemen daima bürokratik engellerle karşılaşmakta, iktidarların temayüllerine göre de değişmektedir. Devletçe tatbiki gereken belli bir kültür politikasından yıllardan beri mahrum kalınmış olması da kültür eserlerinin yayımında gelişmeyi ve teşvik uygulamasını engellemektedir.

13. Dağıtımçıların, hele yayınevlerinin kendi aralarında birleşerek teşkilâtlanmamış olması, problemin çözümünde gecikilmesine, her kuruluşu kendi başının çaresine bakmak durumuna itmektedir.

14. Pazarlamada karşılaşılan en önemli meselelerden biri de, talep olduğu halde yurt dışına kitap gönderilememesidir. Her çeşit yabancı yayın yurdumuza serbestçe girerken, büyük şehirlerimizde yabancı dilde eserler satan kitabeveleri mevcutken, kendi kültür ve tanıtma eserlerimizi yurt dışındaki soydaşlarımıza ulaştıramamak, acıdır. Türkiye için, Türk kültürü için, dışarıdaki soydaşlarımız için bunun ne derece önemli olduğu meydandadır.

## REKLÂM

Her türlü mamul maddenin satışında olduğu gibi, kitap pazarlamasında da çok önemli yeri bulunan reklâmdan faydalanmak yayınevlerinin çoğu için güç olmaktadır.

Bunun başlıca üç sebebi vardır:

1. Günlük gazetelerde, radyoda ve televizyonda reklâm tarifeleri çok yüksektir ve yükselmeğe devam etmektedir. Bu yayın organlarında kitaplar için, hele fikir ve kültür kitapları için indirim de yapılmamaktadır. Bazı gazetelerin yayın sayfalarındaki özel tarifeli kitap tanıtma imkânlarının dışında yayımcılarımızın pek çoğu kitaplarının reklâmını yapmamaktadır.

2. Yüksek tirajı gazeteler aynı zamanda kitapçılık da yapmaktadır. Her gazete kendi kitaplarının reklamını, sahifelerinin boş kalan yerlerinde geniş çapta yapabilmekte, böylece belirli birkaç yayınevinin ki-

tapları duyurulurken, aynı gazeteye diğer yaynevleri tarafından verilmiş reklâmlar varsa, bunlar ikinci, üçüncü plâna itilmiş olmaktadır.

3. Reklâmın pahalı oluşu, zaten kısır imkânlarla çalışan yaynevlerini bu tanıtma vasıtalarından mahrum bırakmakta, ancak reklâm için büyük meblâğlar ayırabilen kuruluşlar başarılı olabilmektedir. Tesirli yapılmayan küçük reklâm harcamaları boşa gittiği gibi, sermayenin hâkimiyeti ve üstünlüğü, ciddi fikri ve kültür eserlerinin yayınlanmasını, dağıtımını ve tanıtılmasını âdeta engeller durum göstermektedir.

### ÇÖZÜM TEKLİFİ

Bütün bu zorluklar, yayınlanan kitapların iyi bir dağıtımla okuyucuya gereği gibi arz edilememesi noktasında düğümlenmektedir. Bu bakımdan, çok detaylı görünmekle beraber, gerçekçi bir yaklaşımla ve başlangıçta tek bir çözüm yolunun denenmesiyle, meselenin halli imkânı vardır.

Bu çözüm yolu, yurdun bütün köşelerine kadar yayılabilecek bir dağıtım kuruluşunun gerçekleşmesine bağlıdır. Bu çapta bir kuruluşu özel teşebbüs bugüne kadar gerçekleştirememiştir. Gerçekleştirmesi de zordur. Bunun için, böyle bir kuruluş ancak devlet imkânlarının katkısı ile faaliyete geçebilir.

Teklif ettiğimiz dağıtım teşkilâtı, özel bir kanunla kurulmalıdır. Hisseleri devletle özel teşebbüs arasında yarı yarıya bölüşülmelidir. Özel teşebbüs kesimi, yayım ve dağıtım işiyle uğraşan kuruluşların sermayeye iştirakiyle, bu yetmediği takdirde diğer özel sektör teşekküllerinin yarı sermayenin kalan kısmını sağlaması ile meydana gelebilir.

Böyle bir dağıtım kuruluşu tarafsız, objektif ölçüler içinde çalışan bir kurum olmalıdır. Kırtasiyecilikten kaçınmalıdır. Kârlılık prensibine dayanmalı, en azından zarar etmemelidir.

Kurulacak dağıtım teşkilâtında ilim, fikir ve kültür eserlerinin dağıtımına öncelik verilmeli, gerekirse bu tür kitapların dağıtımına daha az indirim veya ödeme kolaylıkları gibi teşvik unsurları dikkate alınmalıdır. Böyle bir kurum, yurt dışındaki soydaşlarımıza kitap ulaştırma meselesini de halledebilir.

Kamu iktisadî kuruluşlarının veya devletin üstlendiği kamu hizmetlerinin imkânlarından böyle bir dağıtım teşkilâtı muhakkak faydalandırılmalıdır. Kuruluş kanunu iyi hazırlanmalı, tecrübeli uzmanların görüşlerine dayanılarak uygulamada çıkabilecek aksaklıklar baştan önlenmelidir. Bu kuruluşun, ilerde satış yerleri de açabilecek şekilde gerçekleştirilmesinden faydalı sonuçlar alınabilir.

Türkiye'de fikir ve kültür hayatının gelişmesinde, ana hatları kısaca belirtilen böyle bir kuruluşun büyük ölçüde etkili olacağını sanmak yanlış değildir.