

E-Kitap Çağı ve Türkiye’de E-Kitap Sektörü

E-book era and e-book industry in Turkey

Çetin KALBURAN¹¹Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli. kalburan@gmail.com

Geliş Tarihi/Received: 24.04.2014, Kabul Tarihi/Accepted: 06.07.2014

doi: 10.5505/pibyd.2014.32032

Özet

Bu çalışmanın amacı, günümüzde Avrupa ülkelerinde ve özellikle Türkiye’de e-kitabın durumunu ortaya koymak ve karşılaştırma yoluyla çıkarımlarda bulunmaktır. Bu amaçla, yıllara göre Türkiye’de yayınlanmış basılı ve e-kitap karşılaştırması yapmak için TÜİK verileri derlenmiş, Avrupa’da ve Türkiye’de basılı kitap ve e-kitap satışı yapan, yüksek ziyaretçi sayılarına sahip web siteleri ziyaret edilerek incelenmiştir. Bu inceleme sitelerin en çok satan basılı kitaplar ve en çok satan e-kitaplar olarak yayınladıkları (site ziyaret tarihlerinde) kitaplara dair bilgilere dayanmaktadır. Bu incelemeyi takiben karşılaştırmalar yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Türkiye’de yayınlanan e-kitap sayısında yüksek bir artış olduğu, ancak en çok satan basılı kitapların e-kitap versiyonları sayısının seçilen Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında çok az olduğu görülmüştür. Öte yandan Avrupa ülkelerinde ve Türkiye’de e-kitabın fiyat avantajına sahip olduğu, ancak farklı kategorilerde (çok satan basılı kitap/e-kitap) fiyat avantajı Avrupa’da değişkenlik gösterirken Türkiye’de neredeyse aynı kaldığı anlaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: E-kitap, basılı kitap, çok satan kitaplar, İnternet, yayıncılık sektörü.

JEL kodları: L11, L81, L82, L86, M10

Abstract

The aim of this study is to make inferences by way of comparison putting forth the status of e-books in European countries and especially in Turkey. For this purpose, data from Turkish Statistical Institute were gathered for comparing published in print and e-book in Turkey and recognised book selling web sites were visited and analyzed. This analysis is based on data about best selling printed books and best selling e-books (at the time of the site visit). Following this examination, comparisons were made. According to research results, while the number of e-books has a high rise, the number of e-book versions of the printed books is very few in Turkey when compared with selected European countries. On the other hand, e-book has a price advantage both in European countries and Turkey. Furthermore, while the price advantage differs in different categories (selling printed books / e-books) in Europe, it remains almost the same in Turkey.

Keywords: E-book, printed book, bestseller book, internet, publishing industry.

JEL codes: L11, L81, L82, L86, M10

1. GİRİŞ

Teknolojideki hızlı değişim insanların yaşam tarzını değiştirmekte, üretimden tüketime kadar birçok işletmecilik faaliyetine etkide bulunmaktadır. Ancak bu değişim sürecinde çok az sayıda ürün elektronik kitap (e-kitap) kadar çarpıcı bir örnek olarak gösterilebilir. E-kitabı özel kılan, daha önce var olan fiziksel bir ürünün sahip olduğu temel faydayı yitirmeden dijital bir ürüne dönüşmesidir. Bu dönüşümün günlük hayatta yaygın olarak yerini alması şüphesiz tüketim alışkanlığı ile yakından ilgilidir. Fakat yayıncılık sektörü bu değişime ne kadar uymakta ya da ne kadar uymak istemektedir? Bu sorunun cevabı ülkeden ülkeye farklılık göstermekle beraber değişimin görmezden gelindiği ya da geciktirildiği ülkelerde e-kitap tüketim alışkanlığının oluşması da doğal olarak zaman alacaktır.

E-kitaplar DVD, VCD ve CD vb. ortamlarda da piyasaya sunulabilmekle birlikte, bu çalışmada özellikle çok satan kitaplar düzeyinde bir karşılaştırma yapıldığından e-kitap kavramı günümüzde çok daha fazla kullanıldığı üzere web tabanlı elektronik kitabı ifade etmektedir.

2. E-KİTAP

90'lı yılların ortalarında elektronik dergiler ortaya çıkmış, multimedya araçlarından yararlanılma yoluna gidilmiş ve metin içerisindeki gömülü bağlantılarla (embed links) PDF kullanılmaya başlanmıştır. E-kitabın yayıncılar ve kütüphanacılar için daha fazla önem kazanması ise 90'ların sonuna rastlamaktadır (Zivkovic, 2008: 3). Mart 2000'de Stephen King, "Riding the Bullet" adlı romanını internet yoluyla yayınlamış ve romanın bir günde 400 bin kopyası satılmıştır. Aynı ay Microsoft ve Barnes&Noble okuyucu kitlesine yeni ürünler getirecek e-kitap mağazası fikrini tanıtmıştır (Herther, 2005: 46).

Alanyazın incelendiğinde ortak bir (e-kitap) tanımı ortaya konmasında güçlüklerle karşılaşıldığı, farklı dayanaklarla oluşturulan tanımların çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Bununla beraber, ortaya konulan bazı tanımların kısa sürede revize edilme gerekliliği ile karşı karşıya kaldıkları yadsınamaz bir gerçektir. Bu gerekliliğin ana nedeni de teknolojik gelişmeler olarak gösterilebilir. Öyle ki e-kitap üretim süreci de dâhil, metin özellikleri, dağıtımı, kullanım şekli, tüketimi gibi unsurlarıyla teknoloji ile yakın etkileşim içerisinde. Asutay (2009: 65) teknolojik gelişmeler nedeniyle okuma yazma kültürünün evrim geçirmekte olduğunu, basılı metin okurluğunun yanında ekran okurluğunun da gündeme geldiğini belirtmiştir. Bu noktadan hareketle okuyucuyu tüketici olarak ele alındığında, teknolojinin benzer bir ürün üzerinde tüketim şeklinde meydana getirdiği değişimler dahi farklı ve zamanla değişen tanımların ortaya çıkmasına sebep olabileceklerdir.

E-kitaplar yaygın olarak fiziksel kitabın bilgisayar destekli sunumu olarak kullanılır (Sagar vd, 2011: 23). Bir kitabın sayısal ortamdaki kopyasına ya da doğrudan elektronik ortamda kitap olarak yazılmış içeriğe e-kitap denilmektedir. E-kitaplar basılı kitaplardan farklı olarak, elektronik ortamda kullanılmak üzere hazırlanmıştır. İnternet üzerinden, belli bir sayfaya, doğrudan bağlanılarak kullanılan çevrimiçi kitaplar da bu kapsama girmektedir (Soydan, 2012: 391). Çölkesen (2011: 575) ise sayısal cihazlar terimini de kullanarak e-kitabın, kitaba ait içeriğin çoğunlukla elektronik tabanlı olan sayısal ortamlarda saklanması ve sayısal cihazlar üzerinden okunmasını ifade ettiğini belirtmiştir. Gürcan (2005) e-kitabı daha geniş bir ifadeyle, elektronik ortamda yayımlanan ya da elektronik ortama aktarılarak bu ortamda

kullanılan, çeşitli yazılımlar ve cihazlarla okunabilen ya da izlenebilen metin, resim, film ve sesleri barındıran bir medya biçimi olarak tanımlanmış, e-kitapların düz metinler olabildiği gibi ses ve görüntüyle desteklenmiş biçimlerde de olabileceğine dikkat çekmiştir. Nattar ve Selvakumar da (2009: 27) bir e-kitabın geleneksel kitabın temel özelliklerini taşımanın yanı sıra kullanımını kolay ve verimli hale getirmek için internet teknolojilerinden yararlanma temeline dayandığını belirtmişlerdir.

Vassiliou ve Rowley (2008: 363) alanyazındaki tanımları incelemişler ve e-kitap için 2 parçalı bir tanım ortaya koymuşlardır:

- 1) Bir e-kitap, metinsel ve/veya diğer içerikleriyle sayısal bir nesnedir, bilinen bir kitabın özellikleriyle elektronik ortamda temin edilebilir şekilde bütünleştirilmesi sonucu ortaya çıkar.
- 2) E-kitaplar tipik olarak kullanımda, arama ve çapraz başvuru fonksiyonları, köprü bağlantıları, yer imleri, ek açıklamalar, vurgular, multimedya nesnelere ve interaktif araçlar'a sahiptir.

Rao (2004: 364) ise e-kitap ve e-kitapla ilgili kavramları ayırt ederek "e-kitap içeriği"nin fikri mülkiyet bileşenini ifade ettiğini, "e-kitap formatı"nın belge ya da dosya biçimi anlamına geldiğini, "e-kitap okuyucu"nun yazılımı ifade ettiğini ve bu yazılımın bir dizi donanım tiplerinde değişik dosya formatlarının okunabilmesini sağladığını, "e-kitap okuma cihazı"nın ise e-kitap okumak için kullanılabilen taşınabilir donanımı ifade ettiğini belirtmiştir.

Dijital ürünleri yazılımlar, multimedya ürünler ve elektronik metinler olarak üç başlık altında toplayan Haşiloğlu (2007: 41) e-kitapları elektronik metin kapsamında değerlendirmiştir.

E-ticaretin dünya çapında okuyucular için birçok faydayı beraberinde getirdiği görülmektedir. Çevrimiçi (online) kitabevlerinin gelişimi daha fazla eserin uluslararası kullanılabilirliğini artırmıştır. E-kitabın girişi anlık teslimatlar ve düşük fiyat avantajlarını getirmiştir. Kitapların saniyeler içerisinde kablosuz bağlantılar (wi-fi) veya üçüncü nesil, dördüncü nesil ağlar (3G, 4G) sayesinde bir e-kitap okuyucusuna, bilgisayara, tablet ve akıllı telefona yüklenebilme imkânı ortaya çıkmıştır. Alıcı sahip olduğu herhangi bir cihazdan bu kitaplara erişebilmektedir. Bazı perakendeciler notları, yer imlerini ve diğer bilgileri cihazlar arasında senkronize etme imkânı sunmaktadır. E-kitap okuyucuları pazarında artan rekabet hem fiyatlarda hızlı bir düşüşe hem de teknoloji ve hizmetlerdeki gelişmelere yol açmıştır (Maxim ve Maxim, 2012: 1047).

3. E-KİTABIN AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI

Nattar ve Selvakumar (2009: 28) e-kitabın en büyük avantajını "her yerdelik" olarak adlandırmışlardır. Yazarların belirttiği "her yerdelik" özelliğinin tüketim açısından tek bir e-kitap ve tek bir basılı kitap karşılaştırılmasıyla önemli bir avantaj oluşturması söz konusu olmayabilir. Ancak tüketiciler açısından sayısız kitaba her yerden ulaşım satın alma ya da okuyabilme imkânı, satıcılar açısından da fiziksel mekândan bağımsız her yerdeki tüketiciye ulaşabilme olanağı "her yerdelik" kavramının ne denli büyük bir avantaj olduğunu ortaya koymaktadır.

Rao (2004) ise e-kitabın avantaj ve dezavantajlarını farklı hedef gruplarına göre sınıflandırmıştır. Tablo1, bu sınıflandırmadan yararlanılarak oluşturulmuştur. Daha önce de bahsedildiği üzere e-kitabın teknolojik değişimle yakın ilişkisi, yazarın çalışmasında belirttiği ancak tabloya alınmayan görselliğe ait dezavantajları (çözünürlük, renk, parlaklık vb.) neredeyse ortadan kaldırmıştır.

Tablo 1. E-kitabın avantajları ve dezavantajları (Rao (2004)'den faydalanarak oluşturulmuştur)

Avantaj	Dezavantaj
Okuyucu için; - Kitaplara ulaşılabilirlik/erişim - Metin arama - Özelleştirme - Taşınabilirlik - Multimedya olanakları - Çevreye daha az zarar verme	Biçimsel etkenler; - Ağırlık - Boyutlar - Donanım aygıtları ihtiyacı - Güç tüketimi - Kırılganlık
Kütüphaneler için; - Satın alınan kitabın anında teslimi - Büyük basılı kitaplar yerine ayarlanabilir yazı tipleri - Düşük üretim maliyetleri nedeniyle düşük fiyatlar - Çevre dostu faaliyet - Raf alanından tasarruf - Kayıp ya da hasardan kaçınma - Online katalogların kütüphane binasını ziyaret etme zorunluluğuna bir alternatif olması	Dokunsal geribildirim; - Sayfa kalınlığını dokunarak hissedememek - Satın alırken göz atamamak - Kâğıt ve baskı kalitesini gösterememe
Yayıncı için; - Yayımlama hızı - Baskı, ciltleme, stoklama ve nakliye maliyetinin ortadan kalkması - Fiziksel depo ihtiyacının ortadan kalkması - Okuma alışkanlıklarını izleyebilme	E-kitap dağıtıcıları için; - Yeni bir iş modeli gerektirme
Yazar için; - Yayıncı olmadan Web'te kitap yayımlayabilme - Okuyuculardan geri dönüşleri doğrudan alabilme	Diğer etkenler; - Okuyucu aygıtlarının maliyeti - Teknolojik değişim - İnternette indirilebilecek limitli sayıda kitap alternatifi - Donanım/yazılım uyumsuzlukları
Toplum için; - Ulusal okuryazarlık ve eğitim standartlarını yükseltebilme	

Belirtilen avantaj ve dezavantajlara ek olarak, Soydan (2012) basılı kitaba oranla tüketiciye fiyat avantajı sağlayan e-kitabın şansının arttığını ayrıca çevrimiçi ödeme ve satış takip sistemlerinin hak denetimi açısından da önemli olanaklar sağlayacağını belirtmiştir.

4. E-KİTAP OKUYUCU ÇEŞİTLERİ VE İNTERNET'İN KULLANIMI

Tüketimi esnasında başka mal ve/veya hizmetlere ihtiyaç duyulması nedeniyle bir ürün olarak e-kitabı tamamlayıcı ürünlerinden bütünüyle ayrı olarak ele almak doğru olmayacaktır.

E-kitabı web tabanlı olarak ele aldığımızda satın alırken internet erişimi, yaygınlaşmasında internet kullanım oranı ve yaygınlığı ilk koşul olarak gözükmektedir. Diğer yandan e-kitabın okunabilmesi için bir aygıt gereksinim vardır. Günümüzde e-kitapların okunması için üretilen e-kitap okuyucular dışında masaüstü, dizüstü ve tablet bilgisayarlar ile internet bağlantısı sağlayabilen, e-kitap okumaya elverişli boyutlarda ekrana sahip olan cep telefonları e-kitabın okunması için kullanılabilir. Aygıt gereksinimi sağlandıktan sonra ise e-kitapların sahip olduğu dosya formatları önem kazanmaktadır. E-kitapların ortak bir dosya formatında olmaması ise e-kitap okurları için önemli bir dezavantaj teşkil etmektedir.

E-kitap uygulaması için geliştirilmiş formatlara Amazon Kindle (.azw), Open eBook (.opf), PDF (.pdf), Palm Media (.pdb), Newton eBook (.pkg), EPUB (.epub), Sony Media (.lrf, .lrx), SSReader (.pdg), Multimedya eBooks (.exe veya .html) örnek verilebilir. PDF, EPUB ve PostScript formatı özellikle e-Kitabın içeriğini saklamakta öne çıkmaktadır. PDF formatı ücretsiz sağlandığından dolayı oldukça yaygın olarak kullanılır (Çölkesen, 2011: 578).

E-kitabın ortaya çıkışı ve yaygın kullanımı geçmişteki çok yakın tarihlere denk gelmekle beraber özellikle e-kitap okuyucu ve benzeri taşınabilir cihazlardaki yeniliklerle kendi içerisinde hızlı bir değişime sahne olmuştur. E-kitap ve e-kitap okuyucularının tarih sahnesinde yerlerini almaları ve bu alanda son 40 yıllık süreçte ortaya çıkan önemli gelişmelere ait başlıkları Gibson ve Gibb (2011: 304) aşağıdaki şekil ile ortaya koymuşlardır.

- Guttenberg Projesi	- 1981 Random House yaygın olarak kullanılan ilk e-kitabı yayınlar	- 1991 Sony Data Discman'i piyasaya sunar	- 2004 Sony Librie İlk e-ink e-book	
- Van Damm e-kitabı tanımlar		- 1997 Palm İlk PDA'i piyasaya sunar	- 2006 Sony Reader'ı piyasaya sürer	
- Allan Kay Dynabook'u önerir		- 1998 Rocket e-book pazara girer	- 2007 Amazon Kindle'ı piyasaya sürer	
		- 1999 Franklin E-bookMan'i piyasaya sunar	- 2009 Barnes&Noble Nook'u piyasaya sürer	
			- 2010 Apple iPad'i piyasaya sürer	
1970	1980	1990	2000	2010

Şekil 1. E-kitap ve E-kitap okuyucuları zaman çizelgesi (Gibson ve Gibb, 2011: 304)

Son dönemdeki e-kitap ve okuma cihazlarının popülaritesindeki artış yayıncılık sektörünü müzik ve film sektörlerinin durumlarıyla kıyaslanabilir şekilde daha köklü değişikliklere sürüklemesi muhtemeldir (Maxim ve Maxim, 2012: 1047).

Dijital korsanlığın yayıncılık sektörü için bir tehlike olmasına rağmen firmalar aralarından seçim yapabileceği birçok seçeneğe sahiptir. Şifrelemenin yanısıra, bir yayıncı DAM, DRM veya DOI sistemine entegre olabilir (Carreiro, 2010: 226). Sayısal Hak Yönetimi (DRM: Digital Rights Management) kıymetli bir veri nesnesi olan e-kitap uygulamasında en önemli ve en can alıcı konudur. Çünkü e-kitap klasik elektronik yayıncılıktan farklılık gösterir ve gelir modeli içerikten elde edilir. Bu nedenle içeriğe erişim, içeriğin kopyalanması veya içeriğin çeşitli şekillerde kullanılması sıkı bir denetim altında alınmalıdır (Çölkesen, 2011: 578).

5. ARAŞTIRMANIN AMACI VE METODOLOJİ

Hazırlanan çalışmanın temel amacı, günümüzde Avrupa ülkelerinde ve özellikle Türkiye'de e-kitabın durumunu ortaya koyarak karşılaştırma yoluyla çıkarımlarda bulunmaktır. Bu amaca yönelik olarak ikincil veri kaynaklarından faydalanılmıştır. İnternet'teki mevcut web sitelerinden elde edilen bilgiler ikincil veriler kapsamına girmektedir (Gegez, 2010: 67). Yıllara göre Türkiye'de yayımlanmış basılı ve e-kitap karşılaştırması yapmak için TÜİK verileri derlenmiş, bu yolla e-kitap yayıncılığının gelişimi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca toplam 7 web sitesi 15 Ocak 2014, 20 Ocak 2014 ve 21 Ocak 2014 tarihlerinde ziyaret edilmiştir. Bu web siteleri Avrupa'da yaygın olarak e-kitap dağıtımını yapan bir firmanın farklı ülkelere ait web siteleri ile Türkiye'de bu firmanın faaliyet göstermemesi nedeniyle internet aracılığıyla kitap satın alanlarca bilinirliği yüksek iki ayrı firmaya ait web siteleridir. (UK (Birleşik Krallık)= www.amazon.co.uk, Fransa= www.amazon.fr, Almanya= www.amazon.de, İtalya= www.amazon.it, İspanya= www.amazon.es, Türkiye (A)= www.dr.com.tr, Türkiye (B)= www.idefix.com) Bu inceleme sitelerin en çok satan basılı kitaplar ve en çok satan e-kitaplar olarak yayınladıkları (site ziyaret tarihlerinde) kitaplara dair bilgilere dayanmaktadır. Bu incelemeyi takiben karşılaştırmalar yapılmıştır. Buradaki amaç ise sektördeki e-kitabın önemini, tüketicinin e-kitaba ulaşabilirlik durumunu ve e-kitabın fiyat düzeyini ortaya koymaktır.

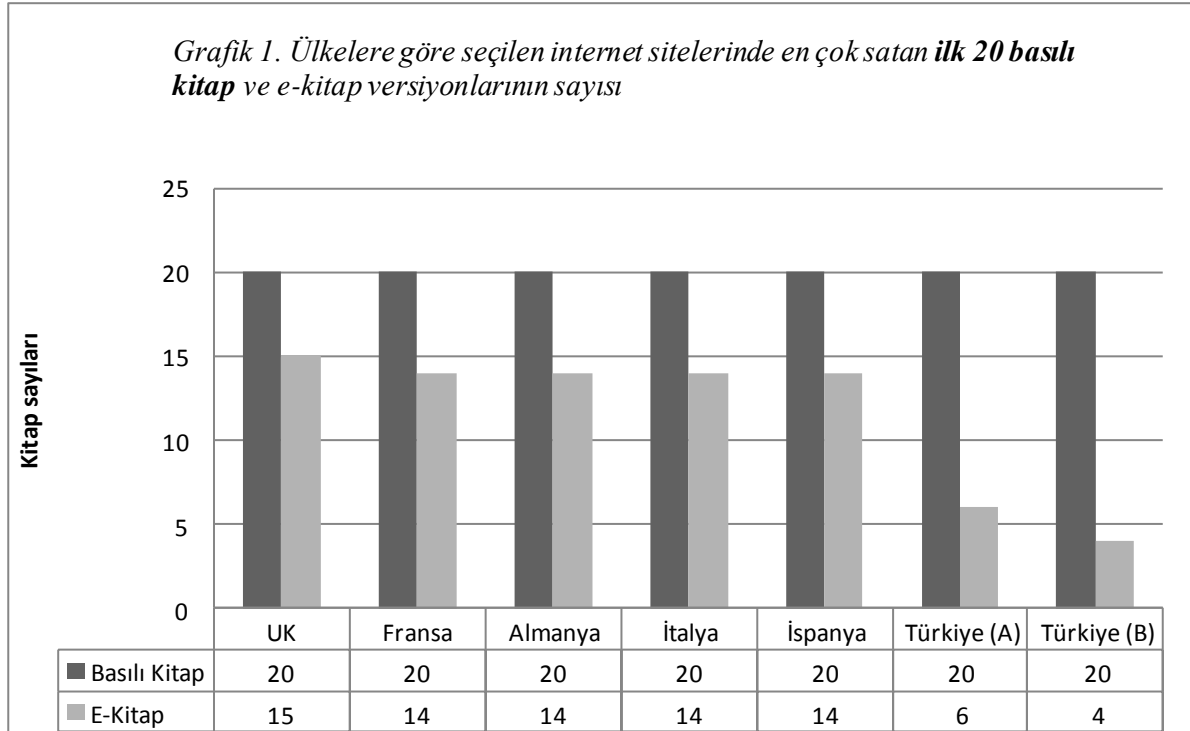
6. BULGULAR

Türkiye'de 2009 yılında basılı olarak yayınlanan kitap sayısı 30.560 iken 2012 yılında bu sayı 39.367'ye ulaşarak üç yılda yaklaşık olarak %28,8'lik bir artış göstermiştir. Web tabanlı e-kitap ise 2009 yılında 146 adet yayınlanırken 2012 yılında 2.617 adet yayınlanmıştır ve bu artış %1692'lik bir orana karşılık gelmektedir (bkz. Tablo 2.) Artış oranı yüksekliği üç yıl öncesine ait sayının çok düşük olmasına bağlanabilirse de son bir yılda yayınlanan basılı kitap sayısındaki artış durma noktasına gelirken yayınlanan web tabanlı e-kitabın artışına devam etmesi (≈%150) dikkate değerdir. Diğer yandan gözlenen tüm bu artışa rağmen 2012 yılı sonunda yayınlanan web tabanlı e-kitap, yayınlanan basılı kitap sayısının yaklaşık olarak %6,64'ü kadardır.

Tablo 2. Türkiye yıllara göre uluslararası standart kitap numarası (ISBN) istatistikleri (TÜİK verilerinden faydalanarak oluşturulmuştur)

Materyaller Yıl	Kitap	Elektronik kitap (web tabanlı)	Elektronik kitap (DVD, VCD, CD)	Kitap kaseti	Harita	Diğer	TOPLAM
2009	30.560	146	435	50	35	60	31.286
2010	34.857	305	330	36	83	156	35.767
2011	39.247	1037	258	60	127	657	41.386
2012	39.367	2617	311	56	64	211	42.626

Tüketicinin basılı kitaba alternatif olarak e-kitabı tercih edebilmesi öncelikle e-kitabın var olmasına bağlıdır. Okuyucuların tercih ettikleri kitapların e-kitap formatında piyasada bulunması sektörde e-kitabın gelişimi açısından kritik bir öneme sahiptir. Var olan durumu görebilmek amacıyla İnternet üzerinden satılan basılı kitaplar içerisinde en fazla satan ilk 20 kitabın, diğer bir ifadeyle okuyucular tarafından en çok tercih edilen basılı kitapların ulaşılabilir e-kitap versiyonlarının sayıları grafik 1'de gösterilmiştir.

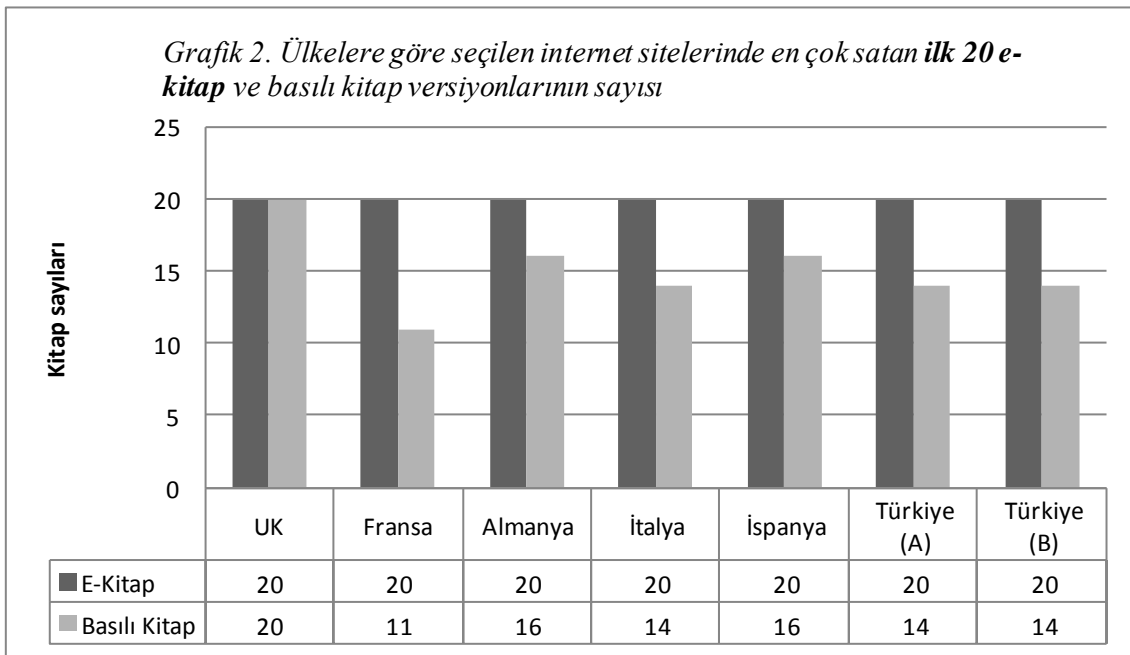


Seçilen internet sitelerindeki duruma baktığımızda beş Avrupa ülkesi içerisinde en çok satan ilk 20 basılı kitabın tamamının e-kitap versiyonlarını sunan bir ülke bulunmamaktadır. Alternatif sunmada Birleşik Krallık 15 e-kitapla ilk sırada yer alırken diğer dört Avrupa

ülkesinde (Fransa, Almanya, İtalya ve İspanya) 14'er e-kitap alternatif olarak sunulmaktadır. Türkiye'de ise bu sayı seçilen internet sitelerinden birinde 6 iken diğerinde 4'tür.

Ortaya çıkan tablo önde gelen Avrupa ülkelerinde basılı kitabın %70 ve üzeri oranında e-kitap alternatifi olduğunu ortaya koymakta, e-kitabın Avrupa'da sektöründe kazandığı önemi göstermektedir. Ancak bu oran dahi tüketicilere eşit imkânlar sunmadığından e-kitabın tercih edilmesi yönünde yetersiz kalabilir. Öte yandan Türkiye'de seçilen iki internet sitesinin ortalaması %25'tir. Bu oran okuyucunun e-kitaba yönelme şansını neredeyse ortadan kaldıracak kadar düşüktür. Elbette e-kitap tercihini etkileyecek birçok faktör sayılabilir, ancak e-kitabın bir ürün olarak var olmaması daha en başta bu faktörleri geçersiz kılmaktadır. Örneğin, en çok satan kitapları okuma şansı olmadığını bilen bir tüketicinin e-kitap okuyucu bir cihaz satın alıp bunun maliyetine katlanması beklenemez.

İnternet üzerinden satılan e-kitaplar içerisinde en fazla satan ilk 20 e-kitaba baktığımızda ise (Grafik-2) Birleşik Krallık'ta en çok satılan 20 e-kitabın da basılı versiyonları tüketiciye sunulmaktadır. Sırasıyla bu sayılar Fransa'da 11, Almanya'da 16, İtalya'da 14 ve İspanya'da 16'dır. Türkiye'de ise seçilen her iki internet sitesinde de 14 basılı kitap versiyonu alternatifi bulunmaktadır ki Birleşik Krallık'ın %100'lük oranı dışında diğer 4 Avrupa ülkesinin oranları ortalamasıyla yaklaşık olarak aynıdır.



Türkiye için grafik-1 ve grafik-2'yi karşılaştırdığımızda çıkarılacak en önemli sonuç en çok satan basılı kitapların sadece %25'inin e-kitap alternatifi tüketiciye sunulurken, en çok satan e-kitapların %70'inin basılı kitap versiyonu alternatif olarak sunulmaktadır. Görüldüğü üzere her iki açıdan da basılı kitap okuyucusu olmak çok daha avantajlı görünmektedir. Bu şartlar altında e-kitabın en güçlü ve ayakta kalmasını sağlayan yönü fiyat avantajı olarak gösterilebilir (bkz.Şekil-2 ve Şekil-3).

Ülkeler	En çok satan ilk 20 basılı kitabın e-kitap versiyonunun fiyat avantajı (%)																			Ar.Ort	Medyan	
	20	20	-	48,3	32,5	47,3	-	-	32,5	42	89,3	20	21,3	31,4	8,8	29	-	-	50			29,2
Birleşik Krallık	20	20	-	48,3	32,5	47,3	-	-	32,5	42	89,3	20	21,3	31,4	8,8	29	-	-	50	29,2	34,79	31,40
Fransa	26,5	24	59,8	25,7	-	31,3	-	25,7	-	-	-	-	4,4	25,2	33,8	25,3	-79,9	-8,5	25,7	6,8	16,13	25,50
Almanya	23,5	17,3	-	20	13,3	17,6	-	13,3	-	67	-	0	44,3	-	10	0	24,9	-	-67,8	13	14,00	15,30
İtalya	36,2	36,7	-	36,7	-	11,8	36,7	-	17,7	27	36,4	33,4	-	26	-	33	-	10,1	24,1	25,2	27,89	29,75
İspanya	17,4	36,5	20	29,8	-	-	47,2	-	34,7	-	25,7	-	29,8	-	22,8	50,1	87,8	55,8	30	42,9	37,89	32,35
Türkiye (A)	-	-	-	-	31,7	31,7	32	-	-	0	-	-10,4	-10,4	-	-	-	-	-	-	-	12,43	15,85
Türkiye (B)	-	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,3	33,3	33,3	-	24,98	33,30

Şekil 2. En çok satan ilk 20 basılı kitabın e-kitap versiyonunun fiyat avantajı (%)

Ülkeler	En çok satan ilk 20 e-kitabın basılı versiyonlarına göre fiyat avantajı (%)																				Ar.Ort	Medyan
	89,3	34,2	83,4	43,1	21,3	82	81,1	89	39,8	25	42,8	89,9	89,1	91,5	40,8	94,7	89	89,3	35	36,5		
Birleşik Krallık	89,3	34,2	83,4	43,1	21,3	82	81,1	89	39,8	25	42,8	89,9	89,1	91,5	40,8	94,7	89	89,3	35	36,5	56,88	58,50
Fransa	-	-	-	-	22,5	80,5	-	-	17,3	91	62,4	69	-	-	66,4	-13	-	25,2	85,6	88,9	46,89	62,40
Almanya	77,8	62,5	-	-	87,2	55,6	90	55,6	-	75	-	66,6	13,3	66,3	90	10	16,6	13,3	20	90,9	50,90	59,05
İtalya	91	78,7	-14	40,7	18,6	93,5	60,3	-	24,4	48,7	-	-	-	21,1	-	18,7	36,2	-	31,4	58	42,97	36,20
İspanya	-	-	95,2	60	44,1	-	29,8	85,7	27,4	32,9	86,8	67,3	93,3	61,4	90	84,2	-	56,3	29,8	47,1	57,75	52,05
Türkiye (A)	19,6	23,5	0	33,2	11,3	23,5	23,5	23,5	33,2	63	-	-10,4	-	-	-	-	21,9	23,8	33,2	-	24,66	23,50
Türkiye (B)	9,5	11,3	33,3	33,3	-	-	-	62,6	12,2	-	33,3	-	6,6	33,3	23,8	53,9	-	5,5	28,2	33,3	25,69	26,00

Şekil 3. En çok satan ilk 20 e-kitabın basılı versiyonlarına göre fiyat avantajı (%)

Şekil-2 ve Şekil-3'ün her ikisinde de pozitif sayılar e-kitabın yüzde olarak fiyat avantajını negatif sayılar ise dezavantajını her bir kitap için ortaya koymaktadır. Boş kutucuklar ise ilgili başlığa göre alternatif kitap versiyonunun bulunmadığını ifade etmekte, "0" rakamı ise e-kitap ile basılı kitabın aynı fiyata sahip olduğunu göstermektedir. Göz ardı edilmemesi gereken bir husus da kitap fiyatlarında web siteleri çeşitli indirimlere gidebilseler de nihai olarak fiyatları yayınevleri belirlemektedir. Toplamda her ülke için ortalama fiyat avantajını göstermek amacıyla aritmetik ortalama kullanılmış, ancak verilerin bazılarının (örneğin; Şekil üçte Birleşik Krallık'ta %89,3'lük oran) uç değerler içermesi nedeniyle medyan ortalamasının da tabloda verilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Her iki tabloya bakıldığında hem en çok satan basılı kitapların alternatifi olarak hem de kendi içerisinde en çok satanlar listesinde e-kitabın önemli bir fiyat avantajı sağladığı görülebilir. Medyan ortalamalarına göre (uç değerlerin etkisini azaltmak için) şekil-2'yi beş Avrupa ülkesi için ele aldığımızda; en az %15,3 (Almanya) en çok %32,35'lik (İspanya) oranlarla en çok satan ilk 20 basılı kitaba göre e-kitap versiyonlarının fiyat avantajı sağladığı görülmektedir. Günümüz rekabet şartları, özellikle tüm ürün ve fiyatlara internet aracılığıyla kolayca ulaşılabilme ve fiyat karşılaştırması yapabilme imkânı göz önüne alındığında bu oranlardaki fiyat avantajlarının önemi anlaşılacaktır. Türkiye için seçilen iki siteden ilkinde (A) ortalama fiyat avantajı %15,85 diğesinde (B) 33,3'tür. Yalnızca bu ortalamalara bakarak Avrupa'daki fiyat avantajının Türkiye'de de sunulduğu söylenebilir ancak bu çok gerçekçi bir saptama olmayacaktır. Bunun nedeni fiyat avantajı ortaya koyan ürün sayısının çok az olmasıdır. A sitesinde 20 kitaba karşılık sadece 6 kitap, B sitesinde ise 4 kitap bulunmaktadır. Bunlara ek

olarak A sitesinde 2 adet e-kitap basılı versiyonlarından daha pahalı 1 adet e- kitap ise basılı versiyonu ile aynı fiyata sahiptir. B sitesinde ise 1 adet e-kitabın, basılı versiyonu ile aynı fiyatta olduğu görülmektedir.

Medyan ortalamalarına göre şekil-3'ü beş Avrupa ülkesi için ele aldığımızda; en az %36,2 (İtalya) en çok %62,4'lik (Fransa) oranlarla en çok satan ilk 20 e-kitabın basılı versiyonlarına göre yüksek fiyat avantajı sağladığı görülmektedir. Türkiye'de ise bu oranlar A sitesinde %23,5 iken B sitesinde %26'dır. Bu oranlar da beş Avrupa ülkesi ile kıyaslandığında oldukça düşük kalmaktadır.

Şekil-3'teki verilerden çıkarılabilecek diğer bir önemli sonuçta Avrupa'da en çok satan e-kitaplarda fiyat önemli bir rol oynamaktadır. Bu kategoride Türkiye'de de bir fiyat avantajı gözükmekle beraber bu fiyat avantajı diğer Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında oldukça düşük kalmaktadır. Ayrıca e-kitap seçiminde fiyatın önemli bir rol oynadığı çıkarımını Türkiye için yapmak en çok satan basılı kitapların e-kitap versiyonlarının azlığı nedeniyle olanaklı gözükmemektedir.

7. TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmaya konu olan Avrupa ülkelerinde okuyucuların (tüketicilerin) çok satan basılı kitaplar düzeyinde basılı ve e-kitap arasında büyük ölçüde seçim yapabilme şansı bulunurken Türkiye'deki okurların her iki kitap versiyonu arasında seçim yapabilmek adına alternatiflerinin çok az olduğu görülmektedir. Carreiro (2010: 220) Gutenberg ve matbaasından beri köklü yayıncılık sektöründe tartışmasız en büyük dönüşüme sebep olan, kitap endüstrisini sarsan en son dalğanın e-kitap olduğunu vurgulamıştır. Tüketiciye sunulan/sunulmayan ürünlerden hareketle bu büyük değişimin yansımalarının ise Türkiye'de henüz kendisini hissettirmediğini söylemek yanlış bir ifade olmayacaktır.

Diğer bir sonuç ise, günümüzde e-kitabın belki de en büyük avantajı olarak görülebilecek fiyat avantajıyla ilgilidir. E-kitap fiyat avantajına sahip olmakla beraber asıl gözlerden kaçırılmaması gereken nokta, Avrupa'da çok satan basılı kitaplara göre e-kitap versiyonların fiyat avantajı, çok satan e-kitapların basılı versiyonlarına göre fiyat avantajından daha azdır. Oysa Türkiye'de hem çok satan basılı kitapların e-kitap versiyonları hem de çok satan e-kitaplar (her iki sitedeki verilerin ortalamasına göre) benzer fiyat avantajını tüketiciye sunmaktadır. Normal şartlarda burada bir strateji hatası olduğu varsayılabilir, ancak daha önce belirtildiği üzere ürün olarak e-kitap sayısının azlığı bir stratejinin de var olmadığını düşündürmektedir. Gelişmiş toplumlarda yayıncıların ve kitap satıcılarının hayatta kalabilmesi için dijital stratejiler oluşturması zorunludur (Carreiro, 2010). Yazarlar, yayıncılar ve dağıtımçılar iş stratejilerini bu yeni ortama adapte etmeli, kitap konseptini ve fiyat politikalarını tekrar gözden geçirmelidirler (Maxim ve Maxim, 2012: 1050).

KAYNAKÇA

- Asutay, H. (2009). "Elektronik Yazın Yeni Teknolojilerle Birlikte Yazın Dünyasında Ortaya Çıkan Yeni Yazınsal Tür ve Biçimler", *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 63-86.
- Carreiro, E. (2010). "Electronic Books: How Digital Devices and Supplementary New Technologies are Changing the Face of the Publishing Industry", *Publishing Research Quarterly*, 26(4), 219-235.
- Çölkesen, R. (2011). "Komple E-kitap Sistem Mimarisi, Bileşenleri ve Uygulaması", *Akademik Bilişim'11 - XIII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 575-579.
- Gegez, E. (2010). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Beta Basım.
- Gibson, C. ve Gibb, F. (2011). "An Evaluation of Second-Generation Ebook Readers", *The Electronic Library*, 29(3), 303-319.
- Gürcan, H. İ., "E-Kitap Yayıncılığı ve Uygulamaları", X. Türkiye'de İnternet Konferansı, İstanbul, 2005.
- Haşiloğlu, S.B. (2007). *Elektronik posta ile pazarlama*. İstanbul: Beta Basım.
- Herther, N. K. (2005). "The E-Book Industry Today: A Bumpy Road Becomes an Evolutionary Path to Market Maturity", *The Electronic Library*, 23(1), 45-53.
- Maxim, A. ve Maxim, A. (2012). "The Role of E-Books in Reshaping the Publishing Industry", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62(2012), 1046-1050.
- Nattar, S. ve Selvakumar, M. (2009). "Electronic Books (e-Books): Current Trends", *Ila Bulletin*, 45(3-4), 27-30.
- Rao, S. S., (2004). "Electronic book technologies: an overview of the present situation", *Library Review*, 53(7), 363-371.
- Sagar, R., Maharana, B., ve Sharma, J. (2011). "Impact of E-Book Technology on Modern Libraries", *Dronacharya Research Journal*, 3(1), 23-26.
- Soydan, E. (2012). "E-kitap Teknolojisi ve Basılı Kitabın Geleceği", *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 389-399.
- Vassiliou, M. ve Rowley, J. (2008). "Progressing the definition of "e-book" ", *Library Hi Tech*, 26(3), 355-368.
- Zivkovic, D. (2008). "The Electronic Book: Evolution or Revolution? Elektronik Kitaplar: Evrim mi Devrim mi?", *Bilgi Dünyası*, 9(1), 1-19.

İNTERNET KAYNAKLARI

- <http://www.tuik.gov.tr> (11.03.2014).
- <http://www.amazon.co.uk/> (15.01.2014 – 20.01.2014).
- <http://www.amazon.fr/> (15.01.2014 – 20.01.2014).

<http://www.amazon.de/> (15.01.2014 – 20.01.2014).

<http://www.amazon.it/> (15.01.2014 – 20.01.2014).

<http://www.amazon.es/> (15.01.2014 – 21.01.2014).

<http://www.dr.com.tr/> (15.01.2014 – 21.01.2014).

<http://www.idefix.com/> (15.01.2014 – 21.01.2014).