

## SEYAD PANELİ

### KÜRESEL KRİZİN SEKTÖREL YAYINCILIĞA ETKİLERİ “TÜRK SEKTÖREL YAYINCILARININ YAŞADIĞI SORUNLAR”

İsmail Ceyhan

#### **Genel durum tespiti**

2008 yılında etkileri ortaya çıkan, öncelikle ABD finans sisteminde ardından başta Avrupa ülkeleri olmak üzere tüm dünya finans yapısında yaşanan kriz, doğal olarak Türkiye’ye de yansdı.

2008 yılının son çeyreğinde etkilerini ortaya koyan küresel kriz özellikle reel sektöre yansdı. Yaşanan şok ve güvensizlik ortamı, yerel ve küresel talepteki aşırı daralma, finans maliyetlerinin artışı, finans bulmanın zorlaşması, kullanılan kredilerdeki sıkışma, sanayi başta olmak üzere sanayi ve ticaret dünyasına zor günler yaşatıyor.

Türkiye geçmiş dönemlerde kendi koşullarından kaynaklanan pek çok kriz görmesine ve kriz yönetimi konularında uzman yöneticilere sahip olmasına rağmen, bu kez sistemin küresel yaşadığı sorunların yansımada öncekilere pek benzemeyen bir sorunla karşı karşıyadır. Geçmişte iç pazar daralması, Türk Lirasının devalüe olması durumlarında dış pazar arayışları ve ortaya çıkan rekabetçi fiyatlar ile çıkış yolları bulabilen Türk sanayicisi için bugün çıkış yolları daralmış gözüküyor.

Herşeye karşın siyasi istikrar, Türk finans sisteminin görece sağlam yapısı, sanayi ve ticaret erbabının girişimci ruhu v.s. küresel krizin etkilerini yumuşattığı gibi çıkış için de iyimserliği artıran unsurlar olarak öne çıkıyor.

#### **Küresel krizin sektörel yayıncılığa etkileri**

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de sanayileşmenin ivmelenmesiyle modern anlamda 80’li yıllarda ortaya çıkan sektörel yayıncılık Türkiye’nin önceki dönemlerinde yaşanan yerel krizlerinden etkilendiği gibi doğal olarak küresel krizden de etkilenen sektörlerin başında gelmektedir.

Yukarıda aktarılan Türk sanayi ve ticaret çevrelerinin kriz karşısında aldıkları tedbirlere bu kez küresel markalar, Türk pazarında yer alan ABD ve AB firmalarının aldıkları tedbirler de eklenince ortaya ciddi bir sorun çıkmıştır.

Meslektaşlarımızın ve reklamverenlerimizin çok iyi bildiği gibi sektörel yayınlar %95 oranında gelirini reklam yayınlarına borçludur. Okur geliri iyimser olarak %5 mertebelerindedir.

- Dolayısı ile bayide satışı olmayan, abone gelirleri sembolik olarak gerçekleşen sektörel yayınların, dergilerin küresel ve yerel reklamveren davranışının örtüşmesi sonucu reklam gelirleri SEYAD verilerine göre %60-70 mertebelerinde azalmış durumdadır. Bu durumda küresel krizin sektörel yayıncılığa etkisi dediğimizde ilk olarak reklam gelirlerindeki yüksek düşüşü tespit etmekteyiz.
- İkinci olarak yayınlarımızda ağırlıklı olarak kuşe kağıt kullanılması, kullandığımız kuşe kağıdın ithal edilerek sağlanması, Euro ve ABD dolarındaki artışın girdi maliyetlerimize etkisi de zorluğu artıran bir diğer etken olmaktadır. Artan girdi maliyetlerimiz içerisinde kağıdın yanı sıra matbaa ve dağıtım giderlerimizi de belirtmek gerekir.
- Genel olarak yayıncılığın doğasından kaynaklanan katma değeri düşük bir hizmet alanı olan sektörel yayıncılık maalesef sermaye birikimi oluşturamamakta, ortaya

ıkan her olumsuz koşulda varlığını devam ettirebilme yönünde finans sorunları yaşamaktadır. Yetersiz finans yapısının uzantısı olarak; kaynak yönetimi-bütçe-planlama-eğitim-kalite yönetimi olanaklarından mahrum olun sektörel yayıncıların daralma dönemlerinde aldığı ilk tedbir, yayınlarına ara verme ve/veya işgücünü azaltma yönünde olmaktadır.

- Türkiye 'de henüz gelişme aşamasında olan sektörel yayıncılığın en önem verdiği kazanımlarından olması gereken yetişmiş iş gücünü korumakta zorluklar yaşanmaktadır. Gelirlerdeki yüksek düşüş tüm hizmet sektörlerinde olduğu gibi başta gelen maliyet kalemi olarak ücretlerin ödenmesini zorlaştırmakta ve dolayısı ile işgücü azaltılması gündeme gelmektedir. Sistem içindeki orta ve yüksek öğrenim kurumlarında öğretilmeyen sektörel yayıncılık yayın firmalarının özel çabaları ve yatırımları ile literatür ve kavramlar işgücüne aktarılmakta ve sektör dergileri maalesef bu değerli kaynağı da zorunlu olarak kaybetme tehlikesi yaşamaktadır.
- Öte yandan, kayıt düzeni, muhasebe yapısı olarak kendisini geliştiren sektörel yayın firmaları, özellikle KDV yönünden ağır bir yük taşımaktadır. Dergilerin reklam gelirlerinin muhasebeleşmesi yayını takiben olmakta, tahsilat ile arasındaki 2-3 ayı bulan zaman farkları dolayısı ile; tahsil edilemeyen KDV'nin maliyeye ödenebilmesi için yayıncı firma kredi maliyetini ödemekle karşı karşıya kalmaktadır.
- Çalışanların gelir vergisi, sosyal güvenlik ödemeleri de vergi oranların yüksekliği nedeniyle sektörel yayınların finansmanında ve sürdürülebilirliğinde ciddi sorunlara yol açmaktadır.

Hülasa;

Küresel krizin sektörel yayıncılığa etkilerini, yarattığı sorunları; Gelirlerdeki düşüş, girdi maliyetlerindeki artış, işgücünü kaybetme sorunu, yayınların kapanması ve yayına ara verme, yüksek KDV oranı ve ödemelerinin finansmanı, istihdam üzerindeki vergi yükü, finansman maliyetleri başlıklarında özetle aktarmaya çalıştık.

Son olarak belirtmek gerekir ki; SEYAD'ın üyeleri arasında yaptığı araştırma özetle aktarılan sorunlar neticesinde üye dergileri arasından 12 derginin kapandığını ve şimdilik 38 çalışanın işini kaybettiğini göstermektedir.

2009 yılının ilk çeyreğinde geçen yıla oranla gelirlerdeki düşüşün daha az ve yılın ilerleyen aylarında daha çok olduğu meslektaşlarımızın bilgi paylaşımından bilinmektedir. Dolayısı ile 2009 yılının ikinci, üçüncü ve son çeyreğinde sorunların artacağını, daha çok dergiyi kaybedeceğimizi ve daha çok çalışanın işsiz kalacağını söylemek kehanet olmasa gerekir.

İsmail Ceyhan

Mayıs 2009