

53273

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

BASIN SEKTÖRÜNÜN FİNANSAL YAPISI
SABAH İLE HÜRRİYET GAZETELERİNİN FİNANSAL
TABLOLARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜLAY MERTER

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 15 Ocak 1996
Tezin Savunulduğu Tarih : 01 Şubat 1996

Tez Danışmanı : Prof.Dr. Niyazi BERK
Diğer Jüri Üyeleri : Prof.Dr. Cudi Tuncer GÜRSOY
Yrd.Doç.Dr. Cemil ALBAYRAK

OCAK 1996

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

ÖNSÖZ

Ülkemizde basın - yayın sektörü hızla gelişme göstermektedir. Başlıca görevi iletişimi gerçekleştirmek olan basın , güncel olayları en taze ve doğru bir şekilde halka iletmektedir. Basın işletmelerinin etkin ve seviyeli iletişim hizmeti verebilmeleri ancak doğru haber kaynaklarının yayınlanması ile mümkündür. Ancak her işletmede olduğu gibi basın işletmelerinin de karşılaştığı sorunlar vardır. En genel ifade ile finansal sorunlar olarak adlandırabileceğimiz bu sorunlar basın işletmelerinin finansal tabloları yardımıyla çözüm yolları bulunabilir.

Çalışmamda bu sorunlardan yola çıkarak değerlendirme ve yorum yapma teknikleriyle çözüm bulma arayışları güncel örneklerle dile getirilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmamın her aşamasında esirgemediği değerli katkılarından ve sonsuz anlayışından dolayı tez hocam Sayın Prof.Dr.Niyazi Berk'e minnettarlığımı ifade etmek isterim. Ayrıca Pak İhracat A.Ş. mesai arkadaşlarıma desteklerinden dolayı teşekkür etmek istiyorum. Son olarak , tezimin her aşamasında manevi yardımını benden esirgemeyen özellikle bilgisayar konularında sonsuz desteğini gördüğüm sevgili arkadaşım Mehmet Emre'ye de teşekkürlerimi sunmak istiyorum.

Tülay Merter
Ocak 1996

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
Önsöz	ii
İçindekiler	iii
Grafik ve Şekiller Listesi	vii
Tablo Listesi	viii
Özet	x
Summary	xii
Giriş	xiv

BÖLÜM I: BASIN İŞLETMECİLİĞİ_____1

1. Basın İşletmeciliğinin Tarihsel Gelişimi_____1	1
2. Günümüzde Basın-Gazetecilik Anlayışı ve Ekonomik Açıdan Önemi_____2	2
3. Basın İşletmelerinin Organizasyon Yapısı_____3	3
3.1.Organizasyon Yapısı İçindeki Bölümler_____5	5
4. Basın İşletmelerinde İş Akışı ve Üretim Teknolojisi_____6	6
4.1.Baskı Makineleri ve Yürüyen Bant Sistemi_____6	6
4.2.Sayfa Düzenleme Makineleri_____7	7
4.3.Resim Alma ve Gönderme Makineleri_____8	8
4.4.Film Pozlama Makineleri_____8	8
4.5.Kameralar_____8	8
4.6.Diğer Makine ve Teçhizat_____8	8
5. İş Akışı_____9	9
5.1.Haber Kaynakları_____9	9
5.2.Sayfa Düzenlemesi_____11	11
5.3.Montaj,Kalıp Hazırlama ve Pozlama_____11	11
5.4.Baskı İşlemi_____11	11
5.5.Üretim Şeması_____11	11

BÖLÜM II: TÜRK BASIN SEKTÖRÜNÜN KAPASİTESİ 13

1.Sektörün Gelişimi	13
2.Basının Maliyetleri	14
2.1.Maddi Üretim Giderleri	14
3.Basının Finansman Kaynakları	20
3.1.Faaliyet Gelirleri	20
3.1.1.Satış Gelirleri	20
3.1.2.İlan Gelirleri	25
3.2.Türkiye’de Gazete Satış Gelirleri ile İlan Gelirlerinin Karşılaştırılması	27
3.3.Yatırım Teşvikleri	28
4. Türkiye’de Basın Grupları	30
4.1.Sabah Grubu	31
4.2.Hürriyet Grubu	33
4.3.Milliyet Grubu	34

BÖLÜM III: TÜRK BASIN SEKTÖRÜNDE PERFORMANS DEĞERLEMESİ (FİNANSAL ANALİZ) 36

1.Finansal Analiz Tekniklerine İlişkin Genel Açıklamalar	36
1.1.Finansal Tablolar Analizinin Tanımı	36
1.2.Finansal Analiz Türleri	36
1.2.1.Analizin Yapılması Amacına Göre Analiz Türleri	36
1.2.2.Analizin İçeriğine ve Yapılış Biçimine Göre Analiz Türleri	37
1.2.3.Analiz Yapana Göre Analiz Türleri	38
1.3.Finansal Tablolar	38

	Sayfa No
2. Finansal Analiz Teknikleri	40
2.1. Karşılaştırmalı Tablolar Analizi	40
2.1.1. Tanımı	40
2.1.2. Karşılaştırmalı Bilançolar	41
2.1.3. Karşılaştırmalı Gelir Tabloları	41
2.1.4. Karşılaştırmalı Bilançoların Analiz ve Yorumu	46
2.1.4.1. Dönen Varlıklar	46
2.1.4.2. Duran Varlıklar	48
2.1.4.3. Kısa Vadeli Borçlar	49
2.1.4.4. Net Çalışma Sermayesi	49
2.1.4.5. Uzun Vadeli Borçlar	50
2.1.4.6. Öz Kaynaklar	50
2.1.5. Karşılaştırmalı Gelir Tablolarının Analiz ve Yorumu	50
2.2. Yüzde Yöntemi ile Analiz	51
2.2.1. Tanımı	51
2.2.2. Finansal Tabloların Yüzde Yöntemine Göre Düzenlenmesi	52
2.3. Eğilim Yüzdeleri Yöntemi ile Analiz	55
2.3.1. Tanımı	55
2.3.2. Finansal Tabloların Eğilim Yüzdelere Göre Düzenlenmesi	55
2.4. Oranlar Yöntemi ile Analiz	59
2.4.1. Tanımı	59
2.4.2. Analizde Kullanılacak Oranlar	59
2.4.2.1. Likidite Durumunun Analizinde Kullanılan Oranlar	59
2.4.2.2. Mali Bünye (Finansal Yapı) Analizinde Kullanılan Oranlar	60
2.4.2.3. Çalışma Durumunun Analizinde Kullanılan Oranlar	60
2.4.2.4. Kârlılık Oranları	61

**BÖLÜM IV: SABAH VE HÜRRİYET GAZETELERİNİN
FİNANSAL TABLOLARININ
KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ** 62

1. Bilançoların Karşılaştırmalı Analizi	62
1.1. Varlık Yapısı Analizi	62
1.1.1. Dönen Varlıkların Analizi	62
1.1.2. Duran Varlıkların Analizi	63
1.2. Finansal (Mali) Yapı Analizi	64
1.2.1. Kısa Vadeli Borçların Analizi	64
1.2.2. Uzun Vadeli Borçların Analizi	65
1.2.3. Özsermayenin Analizi	65
2. Gelir Tablolarının Karşılaştırmalı Analizi	66
3. Finansal Oranların Karşılaştırmalı Analizi	67
3.1. Likidite Oranları Analizi	67
3.2. Finansal Yapı Oranları Analizi	67
3.3. Faaliyet Oranları Analizi	68
3.4. Kârlılık Oranları Analizi	68

BÖLÜM V: SONUÇ VE ÖNERİLER 72

Kaynakça	75
----------	----

Ekler	79
-------	----

Özgeçmiş	82
----------	----

GRAFİK VE ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No

Şekil 1 - Basın İşletmeleri İçin Tipik Bir Organizasyon Şeması	4
Şekil 2 - Sabah Gazetesi Üretim Şeması	12
Grafik 1 - 1994 Yılı Gazetelerin Günlük Ortalama Net Satışları	23
Grafik 2 - Gazete ve Dergi Net Satışları Mart 1995	24
Grafik 3 - Gazete ve Dergilerin Toplam Ciroları Mart 1995	24
Grafik 4 - 1993 Yılı İlan Gelirinin Medyaya Dağılımı	26



1 - Gazete Kağıdı Üretimi	15
2 - Kağıt , Karton , Kağıt Hamurundan Kağıt , Karton Eşya İthalat Tutarı	15
3 - Türkiye'deki Gazete Satış Gelirleri	21
4 - Mart 1995 Tarihi İtibarıyla Gazetelerin Aylık Satış Analizi	22
5 - Gazetelerin Toplam Satış ve Ciroları	24
6 - Sabah ve Hürriyet Gazetelerinin Satış Gelirleri	25
7 - 1993 Yılı İlan Gelirinin Medyaya Dağılımı	26
8 - Reklam Harcamalarının Medyalara Göre Dağılımı	26
9 - 1989-93 Tılları Arası Toplam İlan Gelirleri ve Gazetelerin Payları	27
10 - Sabah ve Hürriyet Gazeteleri Net İlan Geliri	27
11 - 1988-93 Döneminde Gazetelerin Satış ve İlan Gelirleri	27
12 - Yatırım Teşvik Belgelerinin Sektörel Dağılımı	29
13 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin Yatırımları	32
14 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin Başlıca Ortakları ve Sermaye Payları	32
15 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1991-94 Yılları Arası Karşılaştırmalı Bilançoları (1991 temel yıl kabul edilmiştir.)	42
16 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1991-94 Yılları Arası Karşılaştırmalı Bilançoları (Bir önceki yıl temel yıl kabul edilmiştir.)	43
17 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1991-94 Yılları Arası Karşılaştırmalı Gelir Tabloları (1991 temel yıl kabul edilmiştir.)	44
18 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1991-94 Yılları Arası Karşılaştırmalı Gelir Tabloları (Bir önceki yıl temel yıl kabul edilmiştir.)	45
19 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin Yıllar İtibarıyla Net Çalışma Sermayesi	49
20 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin Faaliyet Karındaki Değişimler Tablosu	51
21 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1994 Yılı Bilançosunun Yüzde Yöntemine Göre Analizi	53
22 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1994 Yılı Gelir Tablosunun Yüzde Yöntemine Göre Analizi	54
23 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1989-94 Yılları Bilançolarının Eğilim Yüzdeleri Yöntemine Göre Düzenlenmesi	57
24 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1989-94 Yılları Gelir Tablolarının Eğilim Yüzdeleri Yöntemine Göre Düzenlenmesi	58
25 - Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1989-94 Yıllarına Ait Finansal Oranları	61
26 - 1989-94 Yılları Hürriyet ile Sabah Gazetelerinin Brüt Satış Karı / Net Satışlar Oranını Gösteren Tablo	68
27 - Sabah ve Hürriyet Gazetelerinin 31.12.1994 Tarihli Bilançoları	69

28 - Sabah ve Hürriyet Gazetelerinin 31.12.1994 Tarihli Gelir Tabloları	70
29 - Sabah ve Hürriyet Gazetelerinin 31.12.1994 Tarihi İtibarıyla Finansal Oranları	71



ÖZET

Günümüzde gazeteler , kitle iletişim araçları içinde son derece önemli bir yere sahiptir. Gazetelerin doğru ve açık haberler verebilmesi herşeyden önce bağımsız olmalarıyla olanaklıdır.

Bu çalışmada gazetelerin yaşadıkları finansal sıkıntıların gelişmelerini ve bu sıkıntıların ortak yanlarını bulabilmek amacıyla günümüzde kullanılan finansal analiz tekniklerinden yararlanarak **Sabah** ve **Hürriyet** gazetelerinin bilanço ve gelir tablolarının karşılaştırmalı analizi yapılmaya çalışılmaktadır.

Basın işletmeleri , kitle iletişimi üstlenen kuruluşlardan biridir. Günlük faaliyetlerin son derece karmaşık bir ortamda sürdürüldüğü basın işletmelerinde üretim teknolojisi , Web Ofset tekniği kullanılarak hızlı bir şekilde gerçekleştirilmektedir.

Basın işletmelerinde iki farklı hizmet ortaya konularak iki farklı müşteri grubu elde tutulmaya çalışılmaktadır. Hizmetlerden biri kamuoyuna satılan haber ve bilgi ; diğeri iş dünyasına katılan reklamlardır. Müşteri gruplarından ilki , gazeteyi satın alan okuyucu ; diğeri gazetede yer satın alan reklam sahipleridir. Diğeri bir ifade ile gazete ile sağlanan okuyucu yoğunluğu reklam sahiplerine pazarlanmaktadır. Buradan şu sonucu çıkarmak mümkündür : Basın işletmeleri sürekli bir büyüme ve iyi kaliteli ürün için çok sayıda reklam satabilmeli , buna karşılık reklam sahiplerine çekici görünüp daha çok gelir elde edebilmek için iyi bir ürün ortaya koyarak çok sayıda okuyucuya ulaşabilmelidir.

Bir ürün ortaya çıkarırken maliyet söz konusudur. Basın işletmelerinde temel maliyet unsuru kağıt giderleridir. Daha sonra , ortaya çıkan ürünü tutundurmak amacıyla yapılan promosyon harcamaları gelir. Önemi gün geçtikçe artan promosyon faaliyetleri toplam giderler içinde büyük bir pay almaktadır. Basın sektöründe yatırımlar , makine parkının yenilenmesi amacına yöneliktir. Yüksek meblağlara varan bu yatırımlar banka kredileri ile desteklenmektedir. Son aşamada ürünün dağıtılması esnasında yapılan harcamalar söz konusudur. Üretilen mal kadar verilen hizmet de işletmeler açısından önem taşımaktadır.

Her basın işletmesinin kuruluş ve varoluş amaçlarından biri kuşkusuz kar elde edebilmektir. Karlılığın sürekli olabilmesinde satış gelirlerinin rolü büyüktür. Satış geliri kadar önemli olan ilan gelirlerinin arttırılabilmesi için mümkün olduğunca çok sayıda ilan ve reklama gazetelerde yer verilmelidir.

Finansal performans değerlendirmesi yapılırken başvuru olan finansal analiz teknikleri , işletmeleri hem kendi içlerinde hemde rakip firmalarla karşılaştırma yapma imkanı sağlar. Bu tezde incelenmeye çalışılan Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin seneler itibarıyla izlediği performans düzeyi devamlı artış göstermiştir. Şirketi kendi bünyesinde inceledikten sonra karşılaştırma yapabilmek için en büyük rakibi olan Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.'nin bilanço ve gelir tabloları değerlendirmeye alınmıştır. Genelde Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin daha iyi bir performansa sahip olduğunu söyleyebiliriz.



SUMMARY

The public and printing sector in Turkey has developed in line with the level of growth-oriented factors such as a high birth rate , fast urbanization and an increase in the literacy rate.

In this thesis has been examined the balance sheets of Sabah Yayıncılık A.Ş. as of years till 1989 , the related statements of income and changes in financial position for the years then ended. Furthermore , the correspondence between Sabah Company and its major competitor Hürriyet Company it has been examined with their financial performance.

Sabah Yayıncılık A.Ş. was founded in April 1985 and registered in İstanbul for the purpose of publishing and marketing daily newspaper and magazines. Sabah is the largest newspaper publisher among group companies as well as in Turkey. In Turkey , three groups control 75 % of the newspaper market ; Medya Holding Group , Hürriyet Group and Milliyet Group.

The principle of Sabah is to enlighten public on social , economic , political and international issues by offering the most informed and unbiased opinions on these subjects with aggressive continuing coverage.

Originally incorporated in 1985 in the publication and printing sector , the Company progressed with speed in time by successful promotion and marketing campaigns and raised its market share and sales. Expensive promotion campaigns have been launched in order to increase newspaper sales. Promotion stocks are comprised of items held for future campaigns and items left over from previous campaigns made by the Company and they are charged to income when distributed.

Due to the high rate of inflation in Turkey , the newspaper companies do not consider historical cost an appropriate basis of accounting for fixed assets. Accordingly , printing-house , machineries and equipment are revalued by applying co-efficients.

The Sabah Company realizes all newspaper and magazine sales through BBD and make collections through the same company. This company has been established in İstanbul in October 1991 for the purpose of engaging in distributing group companies products. (most of Sabah Group's products)

Inventories are stated at the lower of average cost or net realizable value. Cost, for this purpose , includes all costs incurred in bringing inventories to their current stage of publishing and location , also includes foreign exchange difference losses charged by an affiliated company related to imports of paper.

The strong and innovative efforts of the Sabah ad sales staff attracted national display ads and rapidly closed the 40 year gap standing between Sabah and its major competitor Hürriyet . Thus , Sabah Company has the power to determine the advertising rates in the marketplace.



GİRİŞ

İletişim , insanoğlunun varolduğu çağlardan günümüze kadar giderek gelişen bir olgudur. İlkçağlarda dumanla başlanan iletişim gereksinimi günümüzde uydulara varıncaya kadar pek çok teknolojik gelişime sahne olmuştur. İletişim sürecini gerçekleştiren sözlü ve yazılı kitle haberleşme araçları kısaca radyo , televizyon ile gazete ve dergidir. Radyonun ve özellikle TV'nin kamuoyu oluşturmada kitleleri büyük ölçüde etkileme gücüne karşılık yazılı basın da bugün için kamuoyu oluşturmadaki etkinliği sürmektedir , zira yazılı basın , iletişimde temel fonksiyonunu korumaktadır.

Her işletmede olduğu gibi basın kuruluşlarında da kâr planlaması bir finansal yönetim konusudur. Temelde diğer iktisadi işletmeler gibi kâr amacına yönelik olarak çalışan basın işletmeleri , bu özelliğinin yanı sıra bir hizmet işletmeleri olarak toplumun kısa ve uzun vadede yararlandırılması konularıyla ilgilenmektedirler.

Bu tezin konusu yazılı basının (özellikle iki gazete işletmesinin) içinde bulunduğu finansal yapının incelenerek mukayese edilebilme özelliğinin ortaya konulmasıdır. Türkiye genelinde yüksek tirajlı ve birbirinin ezeli rakibi durumunda bulunan sektörün canlanmasına yardımcı olan iki büyük gazete işletmesinin - **Sabah** ve **Hürriyet** - finansal tabloları analiz edilerek gelecekte izleyebilecekleri veya bize göre izlemeleri gereken yol tespit edilmektedir.

Çalışmanın genel amacı , örneklenen gazeteler sayesinde basın sektörünün içinde bulunduğu finansal güçlükleri ortaya koyarak çözüm bulma arayışlarına yardımcı olmaktır. Bu değerlendirmenin yapılabilmesi için finansal analiz tekniklerinin yardımıyla mali tablolar incelenmektedir. İşletmeleri hem kendi içlerinde hem de birbirleriyle karşılaştırarak değerlendirmenin daha sağlıklı yapılabilmesi amaçlanmaktadır.

Bu amaca ulaşmak için çalışma beş temel bölümde incelenmiştir.

Birinci bölümde ; basın ve basın işletmeciliğinin tarihsel gelişimi ile basın işletmelerinin özellikleri , ekonomideki yeri , örgütlenme yapıları ve basım teknolojisi tanıtılmaktadır.

İkinci bölümde ; basın sektörünün kapasitesi incelenmektedir. Maliyetler ve finansal gelirler örnekler verilerek açıklanmaktadır. Bu bölümün sonunda ülkemizdeki basın sektöründe ilk 3 sırayı paylaşan işletmeler hakkında bilgiler verilmiştir.

Üçüncü bölümde ; finansal analiz teknikleri ayrıntılarıyla incelenmiştir. Sabah gazetesi finansal tabloları yardımıyla sektörün performans değerlendirmesi yapılmaya çalışılmıştır.

Dördüncü bölümde ; Sabah ve Hürriyet gazetelerinin finansal yapıları karşılaştırılarak ortak olan ve olmayan noktaları belirlenmiş , olumlu veya olumsuz yönleri değerlendirmeye alınmıştır.

Konunun özeti , genel değerlendirmesi ve sonuç beşinci bölümde yer almaktadır.



BÖLÜM I

BASIN İŞLETMECİLİĞİ

1. BASIN İŞLETMECİLİĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

İşletmecilik ; kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla üretim faktörlerini uyumlu bir biçimde biraraya getirerek , ekonomik mal ve hizmet üretmek ve/veya pazarlamak için faaliyette bulunan kuruluşu yönetme eylemidir.¹ Buradan yola çıkarak basın işletmeciliğini “ kağıt, mürekkep, baskı malzemesi, emek, iletişim sistemi ve sermaye gibi üretim faktörlerini kullanarak haber ve fikir üreten iktisadi kuruluşun yönetilmesi “ olarak tanımlayabiliriz.

İnsanlar için yazmak ve okumak ihtiyacı ilkel yaşam döneminden itibaren kendini göstermeye başlamış ve bunu duvarlara çizdikleri hayvan yada bitki resimleriyle ifade etmişlerdir. Tarihsel dönemler değiştikçe resimle anlatımın yerini birtakım işaretler almış ve hiyeroglif denilen yazı türü oluşmuştur.

Dönemler ilerledikçe insanlar kağıt yapımını başarmışlar , taşa yada tahta üzerine oyulan yazıların üzerine boya sürülerek basınç yoluyla kalıptaki yazının kağıda geçmesini sağlamışlardır. Matbaa icat edilmeden önceki dönemlerde insanlar birçok baskı tekniği kullanmışlardır. Bunlar ;²

- Damga tekniği
- Bloklama tekniği
- Yer değiştirebilen , oynar harflerle basım tekniği olarak sıralanabilir.

Damga tekniği ; ilk defa Mezopotamya’da eski Mısır’da , Girit , Anadolu, Hitit ve Çin’de toprak , kil , taş ve maden parçaları kullanılarak yapılmıştır. M.Ö.VII yy’da kullanılan bu teknik zamanla kaybolmaya başlamış ve yerine bloklar halinde basım yöntemi kullanılmaya başlamıştır. Bu yöntemde basılacak harf , şekiller veya simgeler bloklara yani tek parça olan tahta yada maden parçaları kullanılarak hazırlanmakta ve baskı işlemi gerçekleştirilmektedir. Bu teknik M.S.570-800 yılları arasında kullanılmıştır.

¹ KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.1. CAN Halil , TUNCER Doğan , AYHAN D.Yaşar Genel İşletmecilik Bilgileri , 3.B. , Ankara 1991 , Adım Yayıncılık , s.16.

² MISIRLIOĞLU İ.Ufuk , a.g.e. , s.3. İNUĞUR N. Basın ve Yayın Tarihi , İ.T.İ.A. N.S. Yayın ve Yardım Vakfı No.258/511 , İstanbul 1978 , s.45.

Günümüzde kullanılan basım tekniğinin temelini ilk baskı makinasını 1440 yılında bulan Alman Johann Gutenberg'in attığı söylenebilir. Modern baskıcılığın ikinci büyük adımı , bugünkü büyük işletmelerin kuruluşuna sebep olan Alman Friedrich Koenig tarafından atılmıştır. Koenig , 1811 yılında sadece kağıt koyma ve alma işlemi elle yapılan,her parçası demirden olan ve diğer işlemleri otomatik olarak yapabilen saatte 400 baskı kapasitesine sahip bir baskı makinasını icat etmiştir. Günümüzde ise sayfa adedi olarak saatte 2.240.000 sayfa basabilen elektronik baskı makinaları kullanılmaktadır.³

Oynar harflerle basım tekniğini ilk kez IX yy'da Uygur'lar bulmuş , daha sonra Çinliler geliştirmiştir.

2. GÜNÜMÜZDE BASIN-GAZETECİLİK ANLAYIŞI VE EKONOMİK AÇIDAN ÖNEMİ

Geniş anlamda basın , belirli zamanlarda basılıp , her çeşit haberi ve fikirleri topluma ulaştıran tüm yayın ürünleridir. Günlük basın ürünlerine gazete ; haftalık , onbeş günlük veya aylık yayınlanan basın ürünlerine de dergi denilmektedir.⁴

Gazete demokratik ülkelerin asla vazgeçemeyecekleri bir medyadır. Zira gazete özgür iletişim ortamının bulunduğu ülkelerde değişik düşüncelerin sergilenerek tartışılmasını sağlar. Gazete halkla devlet arasındaki haberleşmeyi düzenleyen iletişim aracıdır. Gazete ayrıca,hükümet edenlerin yetkilerini kötüye kullandıkları durumlarda yönetimi uyarma görevini de üstlenir. Bir anlamda gazete demokrasinin vazgeçilmez unsurlarından biri olan “ siyasal katılımı “ sağlar.

Gazete ve dergilerin bir topluma sağladığı temel faydalar kısaca aşağıdaki gibi özetlenebilir :⁵

i. Ekonomik Faydalar

- Milli gelire katkıda bulunma
- İş alanı yaratma

³EVLYAGİL Şevket , Basım Sanayinin Temel Kavramları , A.Ü.S.B.F. Basın ve Yayın Y.O. , Ankara 1972 , s.10.

⁴MISIRLIOĞLU İ.Ufuk , a.g.e. , s.5. İNUĞUR N. age , s.19.

⁵MISIRLIOĞLU İ.Ufuk , a.g.e. , s.5-6

ii. Siyasal Faydalar

- Milli bütünlüğü koruma
- Siyasal kararları kamuoyuna aktarma
- Yönetici otoriteleri uyarma

iii. Sosyal-Kültürel Faydalar

- Kamuoyu yaratma ve yön verme
- Toplumu eğitme
- Toplumun haber alma ihtiyacını giderme

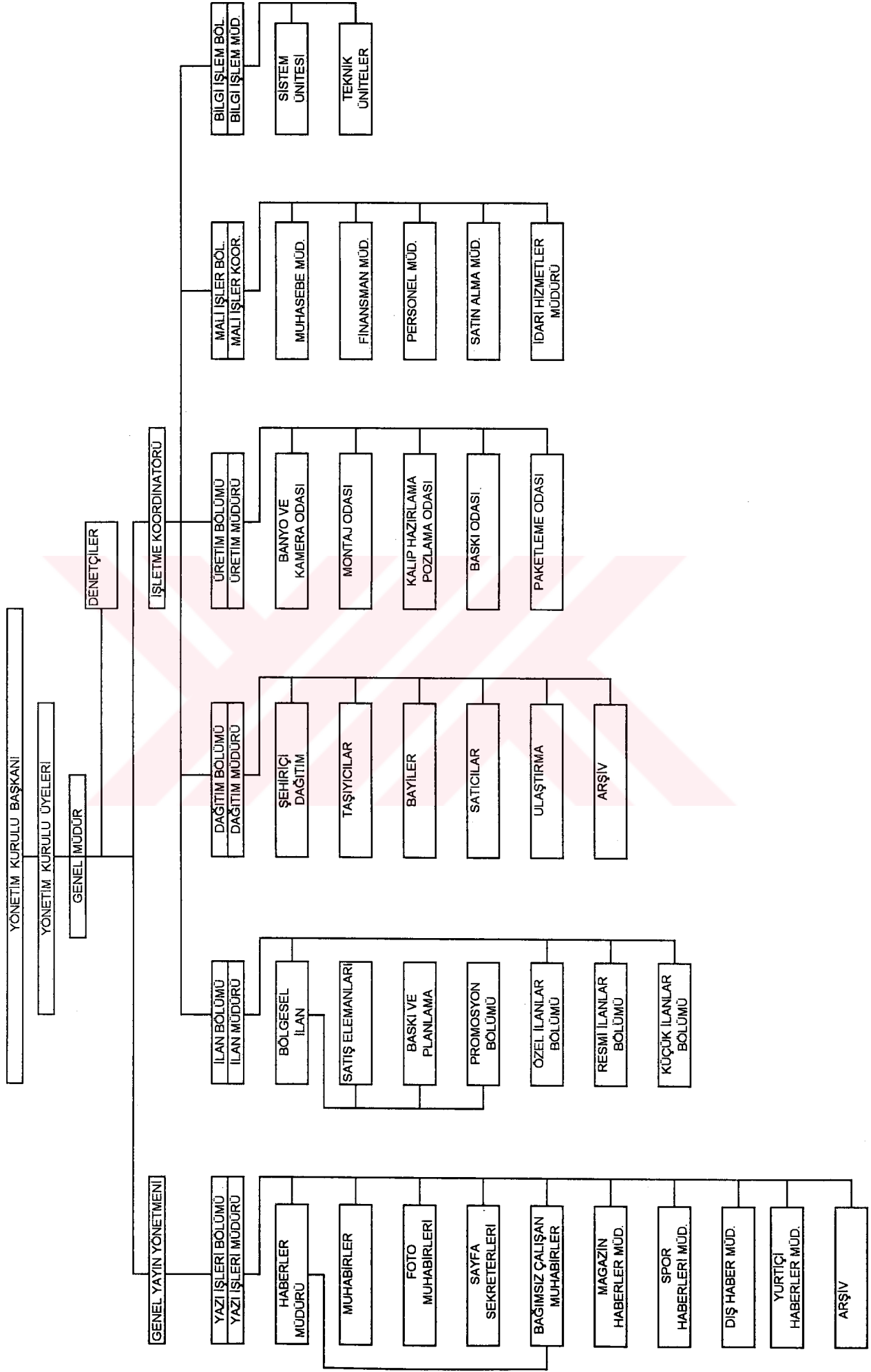
Günümüzde büyük bir sanayi dalı haline gelen yazılı basın , reklam gelirleri ve tiraj mücadelesi etrafında dönen yoğun bir rekabet içindedir. Büyük teknolojik yatırımlar basını ticari kaygılara düşürerek , nesnellikten uzaklaşmasına yol açmıştır. Aynı zamanda büyük teknolojik yatırımların basın sektörüne girmesi çoğulculuk anlayışına ters düşer bir biçimde tekelleşmeyi basın alanına sokmaktadır. Böylece basın giderek yüzyıllardır yüklendiği “toplumsal işlevinden“ uzaklaşmaktadır. Bu da kendisine bir dezavantaj yaratmaktadır.

3. BASIN İŞLETMELERİNİN ORGANİZASYON YAPISI

Her işletmede olduğu gibi basın işletmelerinde de iç örgütlenme , işletme içinde çeşitli çalışmaları gruplar halinde toplamak amacını güder.

Aşağıdaki tabloda günlük yayın yapan bir gazete işletmesinin organizasyon şeması gösterilmektedir.

Şekil 1. Basın İşletmeleri İçin Tipik Bir Organizasyon Şeması



3.1 ORGANİZASYON YAPISI İÇİNDEKİ BÖLÜMLER

i. **Yayın Bölümü** : Yayın bölümü işletmenin en önemli fonksiyonu niteliğindedir. Bir sonraki gün üretilcek gazetede yer alacak haberlerin oluşturulduğu ve hangi haber veya resmin yayınlanacağına karar veren bölümdür.⁶ Bölümün başında Genel Yayın Yönetmeni bulunmaktadır. Buna bağlı olarak haber müdürleri , sayfa sekreterleri , iç ve dış muhabirler , bölge temsilcileri görev alırlar.

ii. **İlan-Reklam Bölümü** : Basın işletmelerinin gelir kaynaklarından en önemlisini teşkil eden bölümdür. 5 tip ilan mevcuttur. Bunlar ;⁷

- Ulusal ilan
- Bölgesel ilan
- Resmi ilan
- Özel ilan
- Küçük ilanlar

iii. **Üretim (baskı) Bölümü** : Gazetenin basıldığı bölümdür yani yaratılan hizmetin baskıya dönüştürülme aşamasıdır. Genelde basın işletmelerinde bu bölüme işletme yada makine dairesi denilmektedir. Bu bölümün sorumlu yöneticisi işletme müdürüdür.

iv. **Satış ve Dağıtım Bölümü** : Üretilen mamulün dağıtımından sorumlu olan , pazarlama ve satış stratejilerini belirleyen bölümdür. Bu bölüm ; dağıtım kanallarının , okuyucuya gazeteyi ulaştırma işleminin , fiyat politikasının , satış kampanyalarının planlanması ve gazetenin belirlenen kitleye en etkili yoldan ulaşmasının gerçekleştirilmesi ile yükümlüdür.⁸

Gazete ve dergilerin dağıtımı Türkiye’de kısa adı GAMEDA LTD.ŞTİ. olan **Gazete , Mecmua , Dağıtım Limited Şirketi** ile BBD (Birleşik Basın Dağıtım A.Ş.) tarafından gerçekleştirilmektedir. GAMEDA bir grup gazetenin biraraya gelerek kurdukları bir aracı şirkettir. BBD ise önceleri Hürriyet ve Sabah gazeteleri ortak kuruluşu olan , sonraları Hürriyet’in ortaklıktan ayrılarak kendi dağıtım şirketi olan

⁶ MISIRLIOĞLU İ.Ufuk , a.g.e. , s.13. WILLIS W.J. *Surviving in the Newspaper Business* , Library of Congress Cataloging , U.S.A. 1988 , s.94.

⁷ MISIRLIOĞLU İ.Ufuk , a.g.e. , s.13. FINK C.C. *Strategic Newspaper Management* , Southern Illinois University Press , 1988 , s.211

⁸ BERBEROĞLU Güneş N. a.g.e. , s.39.

YAY-SAT'ı (Yayın Satış A.Ş.) kurmasıyla Sabah , tek başına BBD'nin sahibi durumuna gelmiştir.

v. **Mali İşler Bölümü** : Sermayenin kullanılması ve bunun denetimi ile yükümlü olan bir bölümdür. Gazete işletmeleri yoğun bir finans ihtiyacı sergilediklerinden nakit temini ve çıktılarının kontrolü , kredi temini ve kullanımı , teşviklerden ne şekilde yararlanılacağı gibi yoğun konuların titizlikle incelenmesi gerekmektedir. Mali işler bölümü genelde finansman ve muhasebe bölümlerini kapsar.

vi. **Promosyon Bölümü** : Gazete ve dergi satışlarını arttırmak amacıyla işletmelerin karşılıksız olarak verdiği menkul veya gayrimenkul eşyaların planlamasından stoklanıp muhafazası , dağıtım işlemlerinden sorumlu olarak çalışan bir bölümdür. Günümüzde yoğun çalışmalar içinde olan bu bölüm sayesinde gazeteyi okumak amacıyla satın alanların sayısı azalırken , tirajların büyük rakamlara ulaşmasının nedeni sektör içindeki rekabetin artmasıdır.

4. BASIN İŞLETMELERİNDE İŞ AKIŞI VE ÜRETİM TEKNOLOJİSİ

Dünya ülkelerinde 1960 yılından beri WEB OFSET tekniği ile baskı yapılmaktadır. Bu teknikte bobin kağıttan tek veya çok renkli baskı yapıldıktan sonra el değmeden katlama ve paketleme ünitesi yardımı ile gazeteler dağıtımına hazır hale gelmektedir.

Ülkemizde ise 1970 yılından itibaren bu teknoloji kullanılmaya başlanmıştır. Geçmişte baskı makinelerinde elle haznelere doldurulan mürekkepler günümüzde bir merkezi sistemle doğrudan pompalanmakta , zamandan ve ambalajdan büyük çapta tasarruf edilmektedir. Eski makinelerde gözle yapılan renk ayarları bugün elektronik fotosellerle daha hızlı ve hassas bir şekilde yapılmaktadır. Böylece bozuk gazete sayısı minimum seviyeye indirilerek hem kağıt ve mürekkepten hemde zamandan tasarruf edilmektedir.⁹

4.1 BASKI MAKİNELERİ VE YÜRÜYEN BANT SİSTEMİ

Bir basın işletmesinde ürünün çıkış noktasını baskı birimi oluşturur. Baskı makinelerinin kapasiteleri sayfa sayısı ile ölçülür. Örneğin Amerika'daki SUN gazetesinin saatteki baskı sayısı 75.000 sayfadır.¹⁰ Türkiye'de sözgelimi SABAH

⁹ MISIRLIOĞLU İ.Ufuk , a.g.e. , s.15.

¹⁰ MISIRLIOĞLU İ.Ufuk , a.g.e. , s.16 FINK C.C. , a.g.e. , s.279.

gazetesinde ise saatte 70.000 sayfa baskı yapabilen baskı makinesi mevcuttur. Bu makineler “ Web Ofset “ tekniği ile baskı yapmaktadırlar. Şu anda dünyada kullanılan başlıca baskı makineleri şunlardır:¹¹

- Jumbo Courier
- Dev Horizon
- Goss
- Goss HT 70
- Goss Urbanite

Jumbo Courier adlı büyük baskı makineleri saatte 240.000 adet gazete basabilmektedir. “ Goss “ serisi baskı makineleri ülkemizde de SABAH gazetesi tarafından kullanılmaktadır. Böylece baskı alanında gelişmiş dünya teknolojisinin ürünü olan sözkonusu makinelerin kullanılmasının önemli bir aşama olduğu belirtilmelidir.

Renkli gazete basan makineler en az 4 üniteden oluşmak zorundadır. Bunun nedeni doğada 4 ana rengin varlığıdır. Sözkonusu renkler ; kırmızı, sarı, mavi ve siyahtır. Her renk için bir baskı ünitesi mevcut olmalıdır. Her ünite bu renklerden birini basmakta ve diğer renkler bu 4 ana rengin karışımından oluşmaktadır.

Baskı makinelerinde bunların dışında bir de kesme ve katlama ünitesi mevcuttur. Bu ünite sayesinde baskıdan sonra bilinen gazetenin sayfaları üst üste gelmekte , kesme silindiri ile de kesim gerçekleştirilmektedir. Bütün bu işlemlerden sonra üretilen gazete ve dergiler yürüyen bant sistemiyle paketleme bölümüne taşınırlar. Bundan sonra sıra , yurt çapındaki bayilere dağıtımına gelmektedir.

4.2 SAYFA DÜZENLEME MAKİNELERİ

Bu makineler tamamen bilgisayar kontrolünde çalışmaktadır. Hangi yazının nereye geleceği , hangi sayfada hangi resmin nereye konacağı sayfa düzenleme ünitelerinde gerçekleştirilir.

¹¹ ŞENTÜRK S.Hakan , Basın İşletmelerinde Maliyetler ve Muhasebeleştirilmesi , Y.Lisans Tezi , İstanbul 1995 , Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe - Finansman Bilim Dalı

4.3 RESİM ALMA VE GÖNDERME MAKİNELERİ

Baskıya girecek resim , haber ve yazılardan oluşan gazete sayfasının negatif filmini film olarak bir başka yere göndermeye yararlar. Ülkemizin başlıca gazetelerinden olan Sabah , Hürriyet ve Milliyet'in İstanbul dışında Trabzon , Adana , Ankara , İzmir ve Antalya'da matbaaları mevcuttur. Merkezde hazırlanan gazete sayfaları bu bölgelerdeki matbaalara “page faxlar” yardımı ile gönderilerek direkt baskıya girebilmektedir.

4.4 FİLM POZLAMA MAKİNELERİ

Baskı makinelerine baskıdan önce , alüminyum plakalar monte edilmektedir. Bu plakalara daha önce hazırlanan negatifler lazer yardımı ile pozlanmaktadır. Buna baskı terminolojisinde kalıp denilmektedir. Yani kısaca kalıp , alüminyum plaka üzerine negatif filmin pozlanmış halidir.

4.5 KAMERALAR

Basın işletmelerinde kullanılan en gelişmiş tekniklerden biri de herhangi bir resmin bir başka yerden gazete merkezine telefon hattı aracılığıyla gönderilmesidir. Telefon hattına bağlı bu kameralar almış oldukları resimleri derhal bilgisayara aktarabilmektedir.

4.6 DİĞER MAKİNE VE TEÇHİZAT

Yukarıda saymış olduğumuz makinelerin yanı sıra yardımcı nitelikte kullanılan diğer makine - teçhizatlar şunlardır :¹²

- **Monotype Laser Çıkış Ünitesi ve Disk Birimi** : Bilgisayarda toplanan bilgileri negatif ve pozitif filme dönüştüren çıkış ünitesidir.
- **Plaka Yıkama Makinesi** : Kalıp olarak baskı makinesine takılacak alüminyum plakayı yıkamaya yarayan makinedir.
- **Film Yıkama Makinesi** : Filmin banyosu için kullanılan makinedir.
- **Paketleme Makinesi** : Konveyör bant sistemiyle takılan gazete ve dergileri elektronik sayaçla sayarak paketleyen makinedir.

¹² MISIRLIOĞLU İ.Ufuk , a.g.e. , s.18-19

- **Plaka Delme ve Kıvrırma Makinesi** : Baskı makinesine takılacak alüminyum plakaların yanlarından kıvrırma ve delme işlemini yapan makinedir.
- **Otomatik Bobin Standı** : Kağıt bobinlerinin baskı makinesine aktarılmasını otomatik olarak sağlayan makinedir.

5. İŞ AKIŞI

Basın işletmelerinde iş akışı , herşeyden önce haber kaynaklarından gelen bilgilerden gazeteye girecek yazı ve resimler tespit edilerek bu yazı ve resimlerden sayfa düzenlemesi yapılmakta , bazı büyük reklam sayfaları için montaj yapıldıktan sonra kalıp hazırlanmakta , son aşama olarak baskı yani üretime geçilmektedir.

5.1 HABER KAYNAKLARI

Basın işletmelerinin haber kaynaklarını 4 grupta toplayabiliriz:

- Muhabirler
- Yazarlar
- Haber ajansları
- Foto muhabirleri

Muhabirler hazırlamış oldukları haberleri basın merkezindeki sistem ünitesine bağlı bilgisayarlara aktarırlar. Bunların içinden güncel bulunanlar yayınlanır.

Yazarlar ise devamlı olarak gazetede köşeleri olan günlük yada haftalık yazılar yazan kişilerdir.

Haber ajansları ise gazetelere , radyolara , televizyonlara , dergi ve bülten gibi diğer haber araçlarına haber sağlayan resmi veya özel kuruluşlardır. Söz konusu ajanslar aşağıda sıralanmıştır :

i. Başlıca uluslararası ajanslar¹³

- * Associated Press (AP) : Amerika'nın en eski ve büyük ajansıdır.
- * United Press International (UPI) : Amerika'nın dev ajanslarından biridir.
- * Reuters (R) : İngiltere'nin en köklü ajansıdır.
- * Tass (T) : Rusya'nın resmi haber ajansıdır.
- * Deutsche Press Agentur (DPA) : Almanya'nın ajansıdır.
- * Agence France Press : Fransa'daki ajansların en ünlüsüdür.
- * Jiji Press : İspanya resmi haber ajansıdır.
- * Austrialian Associated Press : Avusturya haber ajansıdır.

ii. Türkiye'deki başlıca ajanslar¹⁴

- * Anadolu Ajansı (AA)
- * Akdeniz Haber Ajansı
- * Anka Ajansı
- * Türk Haber Ajansı
- * Hürriyet Haber Ajansı
- * Sabah Haber Ajansı
- * Milliyet Haber Ajansı
- * İhlas Haber Ajansı
- * Ulusal Basın Ajansı
- * İka Ajansı

Günümüzde basın işletmeleri ajanslardan gelen haber yazılarını ve resimleri iki kanaldan elde etmektedir. Telex-uz çektirimi hattı ve resim hattıdır. Telex-uz çektirimi , birden fazla aboneye aynı anda haber yazdırma olanağı sağlayan bir haberleşme şeklidir. Gazeteye bağlı olan yurtdışı muhabirler de bu yöntemleri kullanarak haber ve resim gönderebilmektedir. Yurtdışı foto muhabirleri çektikleri resimleri banyo edilmek üzere banyo ünitesine ulaştırırlar. Yurtdışı foto muhabirleri ise resimlerini telefon hattı ile gazete merkezine ulaştırırlar. Böylece film banyo ünitesinde ve telefon hattı tarama ünitesinde biriken opak veya dia gibi resimleri bilgisayara aktaran scanner cihazı vasıtasıyla sistem ünitesine gönderilir. Sistem ünitesi aslında bir stüdyodur. Tüm yazı , haber ve resimlerin toplandığı ve ertesi günün gazete veya dergisini oluşturarak haber , yazı ve fotoğrafların derlenerek seçileceği bir havuz görünümündedir.

¹³ MISIRLIOĞLU İ.Ufuk , a.g.e. , s.19.

¹⁴ ŞENTÜRK S.Hakan , a.g.e. , s.16

5.2 SAYFA DÜZENLEMESİ

Hangi haber ve resmin kullanılacağı tespit edildikten sonra sıra sayfa düzenlenmesine gelir. Bilgisayarlar vasıtasıyla elde edilen negatifler uyumlu bir şekilde sayfalara yerleştirilir.

5.3 MONTAJ , KALIP HAZIRLAMA VE POZLAMA

Banyodan çıkan negatif filmlerin montaj gerektiren kısmı montaj odasına gönderilir. Montajı yapılacak filmler genellikle büyük reklam ilanlarıdır çünkü reklamlar işletmeye negatif film olarak gelmektedir. Montajı biten filmler diğerleriyle birlikte kalıplara pozlanmak üzere kalıphaneye gönderilir. Burada negatif filmler lazer yardımı ile alüminyum plakalara pozlanır. Her renk için bir kalıp hazırlanır. Yani toplam 4 kalıp hazırlanır.

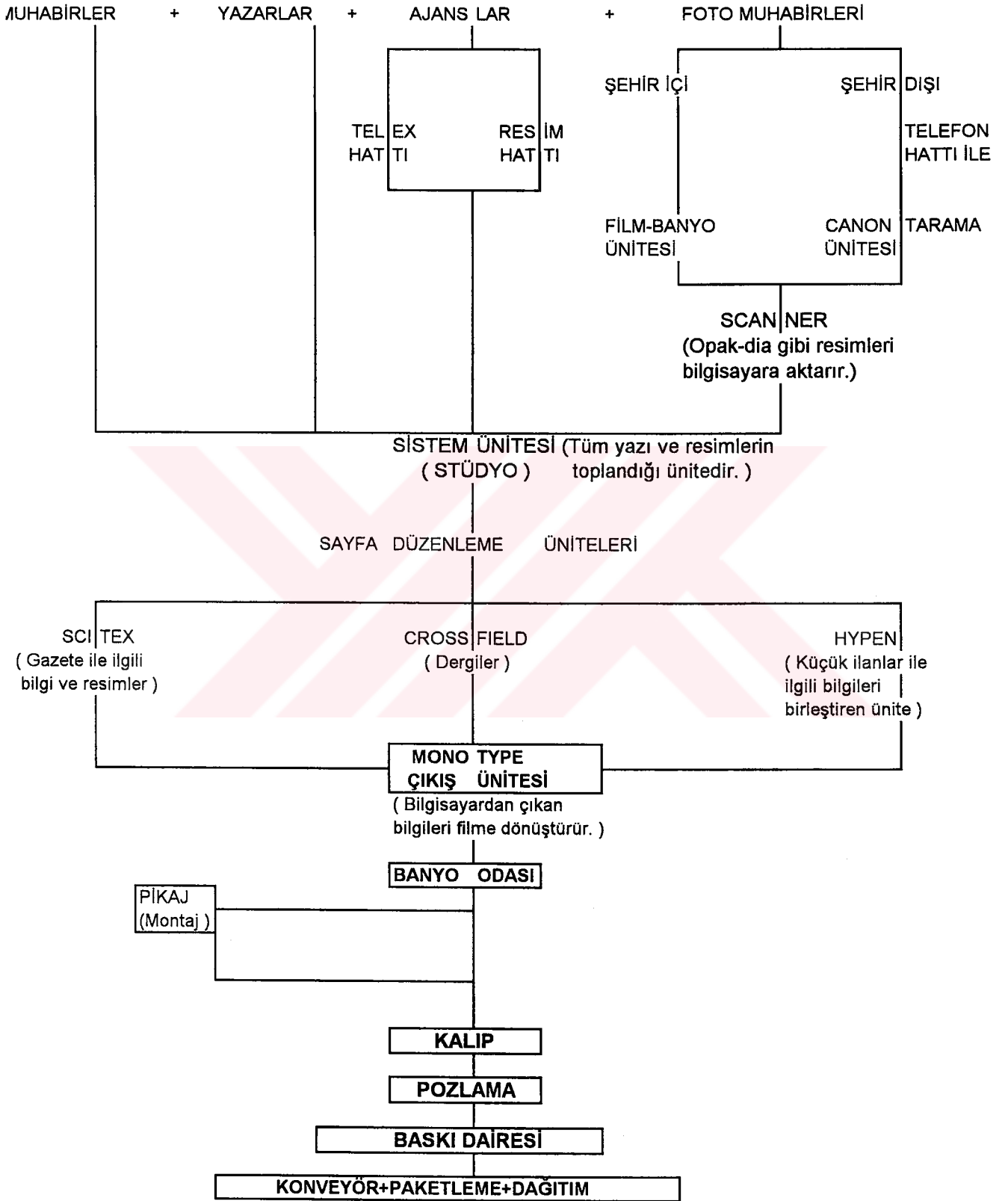
5.4 BASKI İŞLEMİ

Üretim işlemi basın işletmelerinde sonuç kısmını oluşturmaktadır. Baskı makineleri vasıtasıyla el değmeden üretilen gazete ve dergiler paketlenerek dağıtılmak üzere kamyonlara istiflenir.

5.5 ÜRETİM ŞEMASI

Buraya kadar anlatılan üretim akışı ile ilgili bilgiler ışığında hazırlanan üretim akım şeması aşağıdaki gibidir :

Şekil 2. Sabah Gazetesi Üretim Şeması



BÖLÜM II

TÜRK BASIN SEKTÖRÜNÜN KAPASİTESİ

1. SEKTÖRÜN GELİŞİMİ

Türkiye’de basın hayatı ; halkı aydınlatmak , kamuoyunu uyarmak amacıyla toplumca duyulan bir ihtiyaçdan doğmamış , tersine Osmanlı Hükümeti’nin bir duyuru organı biçiminde başlamıştır.

Türkiye’de Türkçe yayınlanan ilk gazete Osmanlı döneminde 2.Mahmut’un girişimiyle çıkarılan , devletin resmi gazetesi “Takvim-i Vekayi “ dir. (11 Kasım 1831) Sahibi Türk olan ilk özel gazete ise Agah Efendi’nin yayınladığı , sonradan Şinasi’nin de katıldığı Tercüman-ı Ahval’dır (1860). Bu tarih , Türk gazeteciliğinin başlangıcı kabul edilir.¹

1950’lere gelinceye kadar birçok gazete ve dergi çıkarılmış , bunların bazıları Kurtuluş Savaşı yıllarında Ankara Hükümetini ve Kuvayı Milliye’yi desteklerken (Akşam , İleri-Yenigün , Tasvir-i Efkar , Tercüman , İstikbal gibi) bazıları da İstanbul Hükümetini destekleyen yayınlar yapmışlardır. (İstanbul , Peyam-ı Sabah , Aydede , Yeni Dünya , Hayat , Tan gibi) Ancak , bu dönemde yayınlanan gazetelerde işletme mantığı olmayıp , kâr amacı gütmeyen fikir gazeteleri olmaları ortak noktalarıdır.

1950’lerde ise Türk Basını yeniden biçimlenme hareketine girişmiştir. Bu dönemde gazetecilik mesleğinde halkı uyandırma ve aydınlatma görevi ikinci plana gerilemiş ve kâr amacı güden klasik işletmecilik felsefesi benimsenmeye başlanmıştır.²

24 Ocak 1980’e kadar ülkemizde basına devlet tarafından çok yüksek sübvansiyon veriliyordu. Öyle ki , ithal edilenler de dahil olmak üzere gazete kağıdının maliyeti 30-35 lira iken , devlet çok yüksek bir sübvansiyonla bunu gazetelere 9 liradan aktarıyordu. Dolayısıyla profesyonel basın işletmeciliği ve kâr amacı ikinci planda tutularak gazete çıkartılabiliyordu. Ancak 24 Ocak kararları ile bu sübvansiyonlar kaldırılmış ve gazete kağıdının fiyatı 41 lira olarak belirlenmiştir. Bu

¹ KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.3. **Basın** , Grolier , s.94.

² BERBEROĞLU Güneş N. , a.g.e. , s.25.

karardan sonra birçok basın işletmesi kapanmak , diğerleri ise sermaye desteği aramak ve kârlı bir yatırım olma yolunda hareket etmek zorunda kaldılar.

1990'lı yıllara gelindiğinde , ülkemizde yaşanan tüketim çılgınlığı sonucu özel sektör , reklam harcamalarını önemli ölçülerde arttırmak zorunda kalmıştı. Ancak enflasyonist ortamda parasal büyüklüğe karşılık %1'lere yakın gibi çok düşük kâr marjıyla devletin ekonomik baskıları , satış tıkanıklığı , içerik açmazları , sermaye ilişkileri gibi nedenlerle büyümesi tıkanmış basın sektörü , tekelleşme sürecini giderek artan bir ivmeyle yaşamaya başlamıştır.

Basında tekelleşme konusu ilk kez 1988 Haziran ayında Asil Nadir'in Günaydın gazetesini satın almasıyla başladı.³ İkinci büyük olay , Sedat Simavi'nin sahibi bulunduğu Hürriyet gazetesini ve bağlı bulunduğu dergileri çıkaran Hürriyet Grubunun Milliyet gazetesini sahibi Aydın Doğan tarafından satın alınmasıdır. Şu an Doğan grubu Hürriyet Holding'in %70'ine sahip durumdadır.⁴

2. BASININ MALİYETLERİ

2.1. MADDİ ÜRETİM GİDERLERİ

i.Kağıt: Basın işletmelerinde kağıt , gazete ve dergi üretiminin ana girdisini teşkil eder.

Ülkemizde ilk modern kağıt fabrikası 6 Kasım 1936'da İzmit'te açılmıştır. Bu fabrikayı 1944 yılında ikinci kağıt ve selüloz fabrikası , 1945'de Klor-Alkali fabrikası izlemiş ve 1945'de dördüncü kağıt fabrikası işletmeye açılmıştır.⁵ Önceleri Sümerbank'a bağlı " Selüloz Sanayi Müessesesi " olarak faaliyet gösteren bu fabrikalar 1955'de Sümerbank'tan ayrılarak " Türkiye Selüloz ve Kağıt Fabrikaları İşletmesi Genel Müdürlüğü " (SEKA) adı altında bir iktisadi devlet teşekkülü kişiliği kazanmıştır. Mevcut 7 adet Seka kağıt fabrikasından sadece Seka Balıkesir ve Seka Aksu müesseseleri tarafından gazete kağıdı üretimi yapılmaktadır. Bu iki kuruluşun yıllık kağıt kapasitesi 180.000 ton/yıl'dır. Ancak fiili üretim çok daha düşük düzeydedir. Yerli kağıt üretimi toplam kağıt talebinin ancak %40'ını karşılayabildiğinden kalanı ithal edilmektedir. Devlet tarafından basına verilen kağıt

³ KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.74. TÜSES-İLAD , **Basında Tekelleşmeler** , İstanbul 1989 , Mozaik Basım ve Yayın A.Ş. TÜSES-İLAD ortak yayını , Yazı Kurulu : Hıfzı Topuz (Koordinatör) , Korkmaz Alemdar , Raşit Kaya , Oktay Kurtböke, Nalan Orki . s.11.

⁴ 10.08.1994 tarihli Hürriyet gazetesi haberi " **Hürriyet'ten Aydın Doğan'a yeni hisse** "

⁵ EVLİYAGİL Şevket , a.g.e. , s.196.

sübvansiyonlarının kaldırılması ve kağıda yapılan zamlar genel fiyat artışları seviyesinin çok üzerinde olması , basının toplam giderleri içinde kağıt giderlerinin yerini arttırmıştır. Örneğin 1980-89 arası dönemde ortalama fiyat artışı 21.6 kat olurken gazete kağıdı fiyat artışı 106.9 kat olmuştur. Yani gazete kağıdı fiyatları enflasyonun beş katı daha fazla artmıştır.⁶

Seka'nın ürettiği gazete kağıdının ton fiyatı Haziran 1995 itibarıyla 26.200.000 TL'dir. Bu peşin fiyatın üzerine %10-15 oranında nakliye , sigorta , vade farkı ve KDV gibi ek giderler eklendiğinde yerli kağıdın ton maliyeti 30 milyon lirayı bulmaktadır. İthal gazete kağıdının ise ton maliyeti 430-610 \$/ton mal bedeli + %25-35 vergi , fon ve diğer giderlerden oluşmaktadır.⁷

1993 yılında yaşanan büyük promosyonlar sonucu yaratılan ek %60'lık tiraj artışı ve verilen promosyonların (ansiklopediler) niteliği gereği ithal kağıt kullanıldığından kağıt maliyeti normalden yüksek olmuştur.

TC Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığının yayınladığı “ Başlıca Ekonomik Göstergeler “ 1995 Ekim verilerine göre imalat sanayii içinde yer alan kağıt-basım yayın sektörünün kullandığı gazete kağıdı üretimi yıllar itibarıyla şöyledir :

Tablo 1 : Gazete Kağıdı Üretimi

(Bin Ton)							(Ocak- Ağustos)
	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
	135	166	96	119	94	110	95

Kaynak : TC Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı “ Başlıca Ekonomik Göstergeler “ Ekim 1995.

Tablo 2 : Kağıt , Karton , Kağıt Hamurundan kağıt , Karton Eşya İthalat Tutarı

(BinUSD)						(Ocak- Temmuz)
	1990	1991	1992	1993	1994	1995
	212.944	272.291	261.975	443.487	301.713	313.981

Kaynak : TC Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı “ Başlıca Ekonomik Göstergeler “ Ekim 1995.

⁶ KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.75. GÖRGÜLÜ Güventürk , Basında Ekonomik Bağımlılık ve Tekelleşme , İstanbul 1991 , Gazeteciler Cemiyeti Yayınları No.33 , Tezler Dizisi No.3.

⁷ KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.23.

ii. Mürekkep : Basın işletmelerinde kağıttan sonra gelen dolaysız hammadde mürekkeptir. Türkiye’de gazetelerin hemen hepsinin renkli baskı yapmaları siyah mürekkep yanında renkli mürekkep kullanmayı da zorunlu kılmıştır. Bir gazete basımında kullanılan mürekkeplerin yaklaşık %50-60’ını siyah mürekkep, %40-50’sini ise renkli mürekkep oluşturur. Renkli mürekkepler sarı , kırmızı ve mavidir. Diğer renkler bunların karışımından elde edilir.

iii. Direkt İşçilik (Personel) Giderleri : Direkt işçilik gideri , üretim faaliyetlerine doğrudan katılan yada diğer bir ifade ile bizzat makineleri çalıştıran , çalışmasını sağlayan ve makine başında çalışan işçilere ödenen brüt ücretler olarak tanımlanmaktadır.⁸

1990’lı yıllara kadar basın işletmelerinde personel giderleri önemli bir yer tutmaz iken , 1990’larda özel televizyonların yayın hayatına başlaması , gazetelerden televizyon kuruluşlarına personel kaymasına yol açmış , diğer taraftan bu dönemde gazetelerarası ve gazete-televizyon rekabeti , daha kaliteli ürün sunma mücadelesine neden olmuş , bütün bunların sonucunda personel giderleri önemli oranlarda artmıştır. Gazetelerin tiraj arttırmak amacıyla sürekli tanınmış isimleri istihdam etme istekleri de bunda etkili olmuştur. Örneğin 1985’de toplam giderler içinde personel giderleri %22’ye sahip iken , işgücünden tasarruf sağlayan modern teknolojilerin kullanılmasına rağmen personel giderleri 1989’da %23 , 1993’de de %25 seviyesinde gerçekleşmiştir.⁹

iv. Promosyon Giderleri : Türk basınında ilk promosyon faaliyeti Haldun Simavi tarafından çıkarılan “ Son “ gazetesinde görülmüştür. 1960’lı yılların başında başlayan bu promosyon dalgası 1968 yılında basın hayatına giren “ Günaydın “ gazetesıyla etkin biçimde gerçekleşmeye başlamıştır.¹⁰

1980’li yılların sonuna gelindiğinde kitap , sözlük , ansiklopedi gibi eğitime ağırlık veren promosyon faaliyetleri göze çarpmaya başladı. Günümüzde ise inanılmaz boyutlara ulaşan gazetelerarası promosyon yarışı ; gazetecilik anlayışının dışında rekabet unsurunun ağır bastığı bir durumu açığa sürmektedir. Gerçekte daha çok satış sağlamak için başvurulduğu iddia edilen promosyon rekabeti gazetelerde tiraj artışını sağlamamaktadır. Promosyona ağırlık veren gazeteler , bu yöntemle diğer gazetelerin pazar paylarını kapmaya çalışmaktadır.

⁸ ALTUĞ Osman , **Maliyet Muhasebesi** , İstanbul 1989 , M.Ü. Nihat Sayar Yayın ve Yardım Vakfı Yayınları No.434-667, s.41.

⁹ KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.76.

¹⁰ ATILGAN Yrd.Doç.Dr.Semra , **Türk Basınında Finans Problemleri** , Marmara İletişim Dergisi , Aralık 1992 , Sayı.1 Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını

Gazete giderleri içinde yüksek tutarlara varan promosyon giderleri için gazeteler her yıl milyarlarca liralık harcama yapmaktadırlar. Yapılan promosyonları duyurmada daha çok televizyonu kullanan basının reklam harcamaları 1989'da 37 milyar , 1990'da 70 milyar , 1991'de 112 milyara ulaşmıştır.

v.Yatırımlar : Basın sektörü faktör bileşimleri açısından sermaye yoğun bir endüstri türüdür. Bu nedenle pazara giriş fiyatı her zaman yüksektir.

Dünya ülkelerinde 1960 , ülkemizde ise 1970'li yıllardan itibaren Web-Ofset baskı tekniğinin kullanılıyor olması basını büyük boyutlarda yatırım yapmaya zorlamıştır. Yatırımı zorunlu kılan sebepleri şöyle sıralayabiliriz:¹¹

- Mevcut rekabet düzeni içinde pazar paylarını arttırma ve/veya koruma amacıyla , okuyucuya daha kaliteli gazete sunma düşüncesi ,
- Yatırım Teşvik Mevzuatı gereği , yapılacak yatırımların devlet tarafından finanse edilmesi ve yatırımların %100'ü oranında yatırım indirimi olanağının sağlanması ve
- Dağıtım maliyetlerinin artması sonucu Anadolu'nun çeşitli yerlerinde baskı merkezlerinin kurulmasının zorunlu hale gelmesi .

Bütün bu nedenlerle başta İstanbul olmak üzere Ankara , İzmir , Adana , Trabzon , Antalya , Diyarbakır ve Elazığ'da yeni matbaalar kurulması , baskı teknolojisinin modernleştirilmesi ve yenilenmesi , bu sistemin gerektirdiği işletme binaları ile idari binaların yapılması gibi yatırımlar son beş yıldır devam etmektedir. Söz konusu yatırımların finansmanında genellikle özkaynakların kullanıldığı görülmektedir. Yatırımların finansmanında özkaynakların yanı sıra, devletten alınan uzun vadeli yatırım kredileri , uluslararası kuruluşlardan (IFC gibi) alınan proje kredileri; tahvil ihracı suretiyle sağlanan yabancı kaynaklar ve yatırımların %30'u oranında %10-30 faizli fon kaynaklı kredilerin kullanıldığı görülmektedir. Diğer taraftan büyük yatırımlara girişen basın kuruluşları , halka açılarak sermayenin tabana yayılması suretiyle , küçük yatırımcıları da ortak ederek yatırımları finanse etmişlerdir. Halen Sabah Yayıncılık A.Ş. , Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. , Milliyet Gazetecilik A.Ş. , İhlas Holding A.Ş. ve Medya Holding A.Ş. halka açık firmalardır.

1993 yılının basın sektöründeki en büyük yatırımı Doğan Medya Center'dır.¹² 30.000m² kapalı alanı olan Center , tümüyle bilgisayar ağıyla donatılmış , en son teknolojinin ürünü olan makinelerle toplam baskı kapasitesi saatte 355.000'e ulaşmaktadır. Center için yapılan bina ve makinelerin yatırım tutarı 44 milyon dolardır.

¹¹ KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.77.

¹² 06.10.1993 tarihli Milliyet gazetesi haberi " Milliyet'ten büyük yatırım "

Bu tutarın %30'u oranında teşvik belgesi alan Milliyet'in o tarihe kadar kullandığı teşvikli kredi tutarı olan 52 milyar 107 milyon lirası kayıtlıdır. Yatırımın kalan bölümü özkaynaklarla karşılanmıştır.

1992'den önceki teşvik mevzuatına göre , teşvikli yatırımların Kaynak Kullanımı Destekleme Primi ödemesinden yararlanıyordu. Bu çerçevede , sektörlerle göre yatırımın %10-30'u arasında değişen destek primleri hibe özelliğindeydi. Milliyet , yatırımını o dönemde yapmadığı için bu hibeden yararlanamadı. Milliyet'in yatırım yaptığı 1992-93 dönemindeki teşvik sistemi ise , fon kaynaklı kredi sistemine dönüştü. Bu sistemin özelliği , ilk 2 yıl ödemesiz toplam 5 yıllık vade içinde faiz ve anaparanın geri ödenmesidir.

1994 yılında Hürriyet gazetesinin yaptığı bir açıklamaya göre teşvik belgeli yatırımlarının tutarı 543.503.303.060 TL'dir. Bu yatırım için kullandığı fon kaynaklı kredi tutarı ise 39.694.338.000 TL'dir. Bu kredinin yatırım içindeki payı %7.3'tür.¹³

vi. Pazarlama ve Dağıtım Giderleri : Bir basın işletmesinde pazarlama ; okuyucuyu öne çıkaran ve işletmeye kâr sağlayan bir programın uygulanması anlamını taşır. Basın işletmelerinde ; haberin belirlenmesi ve hazırlanması (gazetecilik) , mamül haline getirilmesi (üretim-basım) ve okuyucuya sunulması (dağıtım) gibi eylemlerin birbirinden bağımsız ancak koordineli biçimde yürütülmesi gerekir. Tirajın artmasında pazarlama politikasının önemli rolü vardır. Pazarlama çalışmasının ilk noktası , güçlü bir kamuoyu araştırmasıdır. Basın sektörü , dünyada pazarlama araştırmalarının en yoğun olduğu sektörlerden biri haline gelmiştir. Yapılan bu kamuoyu araştırmaları gazetenin imajını güçlendirir , belli grupları (gençler , kadınlar v.b.) etkiler , gazeteye hedef gruplar kazandırır , piyasaya bilgiler sağlar , ayrıca editör ve muhabirlerin okurun tutumundan daha fazla haberdar olmasına yardımcı olur.¹⁴

Ancak okur grubunun isteklerini tesbit etmek sanıldığı kadar kolay değildir. Zira okuyucuyu çeken sadece içerik değil aynı zamanda sayfa tasarımı , haber ve fotoğrafların sayfada yer alışı , puntolar , ilan ve reklamlar , sayfa sayısı ve nihayet gazetenin fiyatıdır. Bu bakımdan Sabah gazetesi kendisine ait tüm yayınların reklam alanındaki potansiyelini oluşturmak amacıyla 1989 yılında bir reklam ve pazarlama kuruluşu olarak " Medi Grup'u " (Medya Basın Servisleri ve Ticaret A.Ş.) kurdu.¹⁵ Böylece Türkiye'de bir yayın kuruluşu ilk defa kendi yayınlarının reklam ve pazar

¹³ 19.08.1994 tarihli Hürriyet gazetesi haberi " İşte Bizim Hesabımız "

¹⁴ ATILGAN Yrd.Doç.Dr.Semra , a.g.e. , s.328

¹⁵ KOÇAK F.Sevda , Sabah Gazetesi'nin Türk Basınındaki Yeri , Y.Lisans Tezi , İstanbul 1993 , İ.Ü.S.B.F. Gazetecilik Bölümü

piyasasındaki konumunu belirlemek için ayrı bir şirket kurmuş oldu. Medi Grubun işlevi, her düzeydeki reklam veren için en elverişli ve yeni reklam olanaklarını saptayarak , temsil ettiği yayınların en fazla reklam almasını sağlamaktır. Bu demektir ki Medi Grup , Sabah'ın pazardan en fazla pay kapmasını sağlamaya çalışmaktadır. İlan pazarında Medi Grup'a dahil günlük gazeteler %39.1 , haftalık yayınlar %39 ve aylık dergiler %43 pazar payına sahiptir.

Basın işletmelerinde gazetenin üretimi kadar önemli olan dağıtım faktörü, gazetenin stok edilememe özelliği yüzünden üzerinde titizlikle durulması gereken konudur.

Dağıtım ; bir dizi organizasyon birimlerinin birbirleri ile bağlantılı ve uyumlu çalışması , taşıma dahil bir dizi işlemlerin tekrarlanarak yapılması sonucu gerçekleşir. Bir tarif vermek gerekirse “ belli merkezlerde toplanıp sınıflandırılan , farklı tüketim ünitelerinin , farklı tüketim modellerine göre , talep edildikleri yerde , talep şartlarına uygun olarak hazır bulundurulmasına dağıtım denir. “¹⁶

Ülkemizde dağıtım uzun yıllar “ GAMEDA “ ve “ Hür Basın Dağıtım “ tarafından yapılmaktaydı. 1959 yılına kadar basın dünyasında kurumsallaşmış bir yayın-dağıtım örgütünün bulunmaması yüzünden gazete ve dergiler kendi olanakları çerçevesinde dağıtımını gerçekleştirmekteydi. Toplu dağıtım ihtiyacını duyan gazete yöneticileri 4 Eylül 1959'da Gazete Mecmua Dağıtım Ltd. şirketi GAMEDA'yı kurdular.

Birleşik Basın Dağıtım (BBD) Ekim 1991'de Hürriyet'in dağıtım organı olan Hür Basın Dağıtım'ın Sabah grubu tarafından %50 hissesini satın alarak Sabah-Hürriyet ortak kuruluşu dağıtım şirkettir. Sonraları Hürriyet grubu ortaklıktan ayrılarak Yay-Sat adında Milliyet ortaklı bir dağıtım şirketi kurmuştur. Günümüzde dağıtım tekelleşmiş bu iki dağıtım şirketi tarafından yürütülmektedir.¹⁷

Dağıtım şirketlerinin basın işletmelerinden talep ettikleri komisyon %22 ile %30 arasında değişir. Dağıtım , basın işletmeleri için önemli bir maliyet ögesidir ve Türkiye'de günlük gazetelerin çoğu maliyetlerinin altında bir fiyatla dağıtım

¹⁶ KAYA Doç.Dr.İsmail , **Türk Basınında Dağıtım Problemler ve Fırsatlar** , Gazeteciler Cemiyeti ve İ.Ü. İşletme Fakültesi Ortak Semineri , İletişim Olayları ve Türk Basınının Sorunları , İstanbul 1983 , Gazeteciler Cemiyeti Yayınları No.17 , s.198

¹⁷ ATILGAN Yrd.Doç.Dr.Semra , a.g.e. , s.329

şirketlerine verilirler. Öte yandan dünyadaki genel dağıtım şekilleri şöylece sıralanabilir.¹⁸

- Bayi yoluyla perakende dağıtım
- Abonelere posta kanalıyla dağıtım
- Abonelerin evlerine doğrudan teslim
- Belirli noktalarda otomatik makinelerden satış

Türkiye’de gazete ve dergilerin %90’ı BBD ve Yay-Sat tarafından , geri kalan %10’luk kısım ise abonelerin evlerine elden teslim şeklinde yapılmaktadır. Dünyadaki pek çok gelişmiş ülke ; ABD , Japonya , Almanya , Fransa vb. bayilerle dağıtımın yanında abone sistemi ve doğrudan dağıtımını da sıkça kullanmaktadırlar. Ülkemizde bu mekanizmanın çalışabilmesi için PTT ile basın sektörü arasında sıkı bir işbirliğinin geliştirilmesi gerekmektedir. İade oranları %10-15 arasında değişen ülkemizde dağıtım bu şekliyle iade oranlarını yükseltmektedir. Eğer dağıtım abone sistemiyle yapılırsa , abone sayısını dondurmamak ve iadeyi sıfırlamak mümkündür. Ayrıca abone bedelleri önceden ödeneceği için gazeteler için büyük bir finansman kaynağı oluşacaktır. Gazeteler, abonelere belli bir oranda indirim uygulayacakları için bu sistem okuyucular için cazip olacaktır.

3. BASININ FİNANSMAN KAYNAKLARI

3.1. FAALİYET GELİRLERİ

Basın işletmelerinin temel girişlerini gazete satış geliri oluşturur. Bunun yanında gazetenin niteliğine ve tiraj yapısına göre değişen reklam-ilan gelirleri de oldukça önemli bir gelir kaynağıdır. Gazete satışı ile reklam geliri arasında paradoksal bir ilişki mevcuttur. Satışlar arttıkça reklam geliri daha hızlı bir artış , satışlar düştükçe reklam gelirinde daha hızlı bir düşüş görülür.

3.1.1. SATIŞ GELİRLERİ

Satış gelirlerini iki temel etken belirlemektedir :

- Gazete satış fiyatı
- Satılan gazete sayısı

¹⁸ KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.10.

Satış fiyatı diğer ticari mallar gibi pazarda arz ve talebe göre belirlenmez. Basın işletmesi satış fiyatını belirlerken , mevcut satış adedini düşürmemeli veya olası bir artışı engellememelidir. Fiyat belirlenirken ; rakip gazetelerin fiyatları , maliyetlerdeki satışlar ve satış miktarındaki olası değişimler dikkate alınır. Çünkü satış fiyatını arttırmak suretiyle satılan nüsha sayısını dolayısıyla reklam gelirlerini düşürme tehlikesi vardır.

Tablo 3. Türkiye'deki Gazete Satış Gelirleri (Milyar TL)

							Değişim %	
	1988	1989	1990	1991	1992	1993	88/93	92/93
Gazeteler	299.1	549.3	1007.8	2268.7	3650.2	7051.8	2258	93
Gazeteler*	299.1	336.0	385.0	522.0	488.0	584.2	95	20

* Enflasyondan arındırılmış rakamlar

Kaynak : KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.30. 1) 1988-92 yılları Fiej , World Press Trends 1993 , Paris June 1993 , s.128. 2) 1993 yılı Bileşim Araştırma Ltd. , Reklam Harcamaları Etütü , 1994 , s.5.

1988'de 299 milyar TL olan toplam satış geliri , 1993'de 7 trilyonu aşmış görünmektedir.1988-93 yıllarını kapsayan 6 yıllık dönemdeki artış %2258 , bir yıllık artış ise % 93'tür. Ancak bu rakamları enflasyondan arındırarak yorumlamak daha sağlıklı olacaktır. Enflasyondan arındırılmış rakamlarla , 6 yıllık artış % 95.1 yıllık artış ise %20 olmuştur. 6 yıllık dönemdeki artış tiraj artışı değil fiyat artışıdır. Çünkü aynı dönemde toplam tiraj ancak % 2.14 artmıştır. 92-93 dönemindeki artış ise fiyat artışı değil tiraj artışıdır. Çünkü bu dönemdeki aşırı promosyonlar toplam tirajda %45'lik bir artış yaratmış , satış gelirlerine ise %20'lik bir artış olarak yansımıştır. Bu dönemin en büyük özelliği, oldukça büyüyen reklam pastasından daha fazla pay alma düşüncesiyle, fiyat artışlarının engellenmesidir.

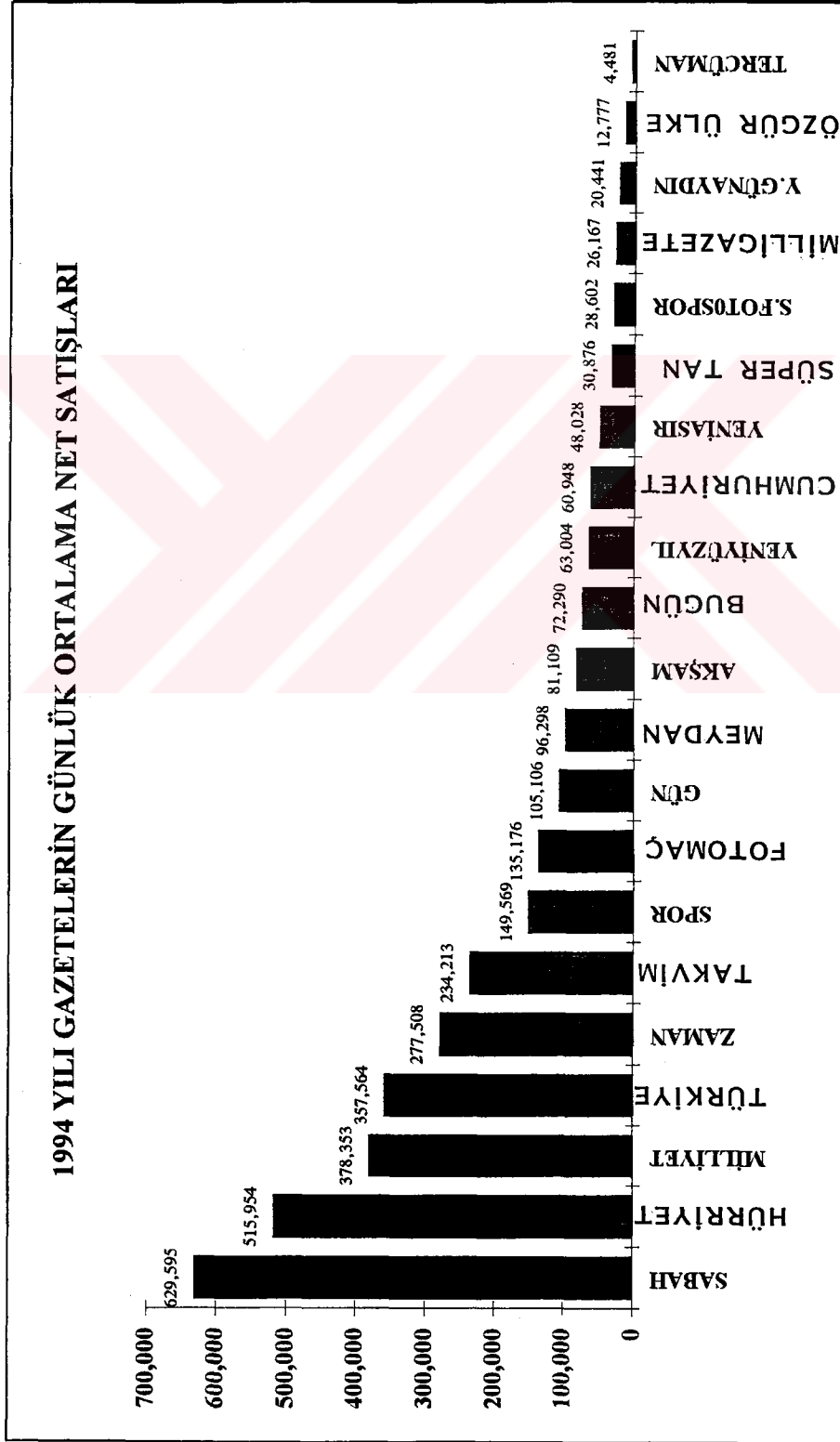
Türkiye'de 1994 yılı sonu itibarıyla 21 adet günlük ulusal gazete yayın yapmaktadır. Bu rakam 1988 yılında 12 , 1989 yılında 13 , 1990-92 arasındaki üç yılda 14 ve 1993 yılında 17 olmuştur. 1995 Mart ayı itibarıyla 25 adet gazete yayınlanmaktadır.

Tablo 4. Mart 1995 Tarihi İtibarıyla Gazetelerin Aylık Satış Analizi

B İ R L E Ş İ K B A S I N	GAZETELER	G.O.N.S.	P.PAYI %
	SABAH	576,993	16
	GÜN	97,263	3
	FOTOMAÇ	97,697	3
	BUGÜN	52,378	1
	YENİ YÜZYIL	47,422	1
	TAKVİM	247,479	7
	YENİ ASIR	36,916	1
	ZAMAN	430,486	12
	Y.GÜNAYDIN	13,929	0
	SÜPER TAN	23,721	1
	S.FOTOSPOR	18,238	1
	AKŞAM	111,764	3
	YENİ ASYA	4,283	0
	TOPLAM	1,758,569	49
Y A Y - S A T	HÜRRİYET	463,288	13
	MİLLİYET	340,250	9
	TÜRKİYE	305,979	8
	SPOR	114,186	3
	MEYDAN	64,820	2
	POSTA	434,628	12
	CUMHURİYET	57,232	2
	DÜNYA	2,846	0
	ORTADOĞU	12,289	0
	MİLLİ GAZETE	33,913	1
	B.VAKİT	21,787	1
	YENİ ŞAFAK	8,542	0
	TOPLAM	1,859,760	51
	GENEL TOPLAM	3,618,329	100

Kaynak : BBD Mart 1995 Aylık Satış Raporu

Grafik 1.



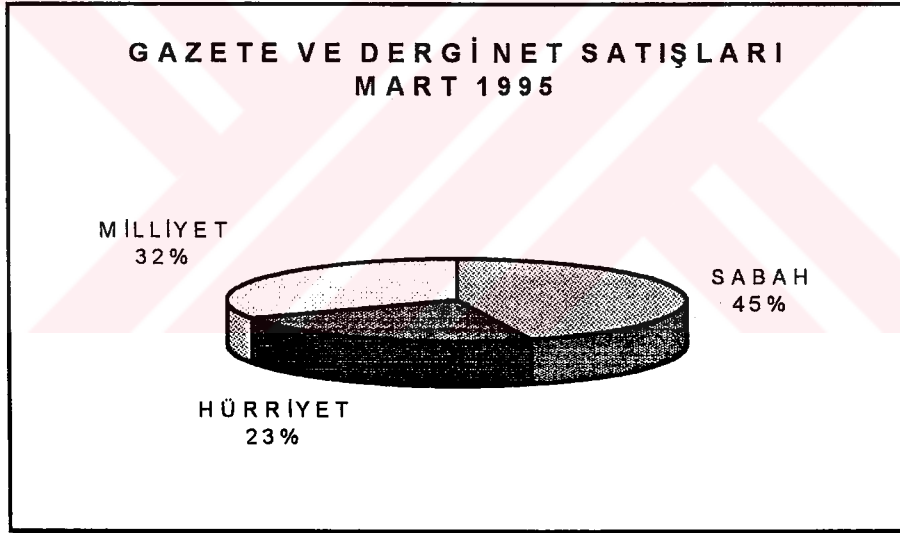
Tablo 5. Gazetelerin Toplam Satış ve Ciroları

MART 1995 TOPLAM NET SATIŞLAR / ADET						
	GAZETE	P.P	DERGİ	P.P	TOPLAM	P.P
SABAH	35,840,620	45	580,916	36	36,421,536	45
HÜRRİYET	17,926,640	22	694,598	43	18,621,238	23
MİLLİYET	26,030,647	33	358,401	22	26,389,048	32
TOPLAM	79,797,907	100	1,633,915	100	81,431,822	100

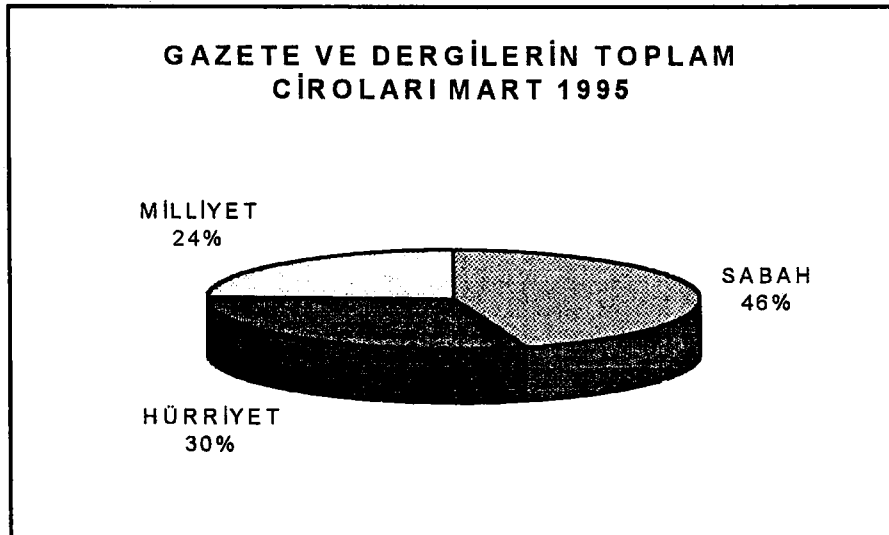
MART 1995 TOPLAM CİRO / TL. (000)						
	GAZETE	P.P	DERGİ	P.P	TOPLAM	P.P
SABAH	384,525,098	46	31,018,058	39	415,543,156	45
HÜRRİYET	245,523,408	29	33,585,895	43	279,109,303	30
MİLLİYET	207,975,419	25	14,351,896	18	222,327,315	24
TOPLAM	838,023,925	100	78,955,849	100	916,979,774	100

Kaynak : BBD Mart 1995 Aylık Satış Raporu

Grafik. 2



Grafik. 3



Tablo 6. Sabah ve Hürriyet Gazetelerinin Satış Gelirleri (Milyar TL)

SABAH YAYINCILIK A.Ş.									
1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
4.5	11.8	19.7	38.8	62	145.1	369.1	821	1735	2406

HÜRRİYET GAZETECİLİK VE MATBAACILIK A.Ş.						
1988	1989	1990	1991	1992	1993	
46	66	104	243	581	1379	

Kaynak : Sabah Yayıncılık A.Ş. 1992 ve 1994 Faaliyet Raporları
Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. 1992 ve 1994 Faaliyet Raporları

3.1.2. İLAN GELİRLERİ :

Günümüzde sadece satış gelirleriyle yaşamaları imkansız hale gelen gazeteler için reklam gelirleri son derece önemli gelir kaynağıdır. Reklam gelirlerini oluşturmada ve arttırmada pazar araştırması yapılması gereklidir. Bu konuda yapılan pazar araştırmaları , çoğunlukla belirlenen bir bölgede demografik ve ekonomik bilgilerin toplanması ve bunlarla reklamcılarının ihtiyaçları arasında bağlantı kurulması yoluyla olabilir. Ancak bilinmelidir ki , pazar araştırmaları veya reklam tarifeleri üzerinde değişiklik yapmak reklam gelirlerini arttırmak için yeterli değildir. En etkili olan gazetenin yüksek ve istikrarlı tirajıdır.

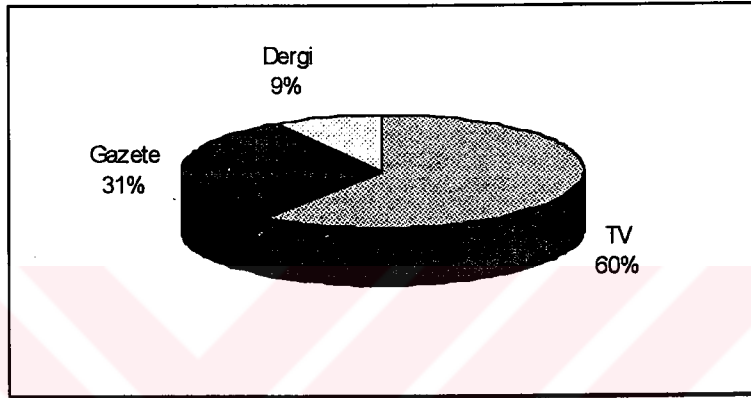
Gazetenin reklam gelirlerini arttırmada diğer önemli bir nokta da gazetenin reklam ve promosyon yapmasıdır. Günümüzde gazete , reklam alma konusunda rakiplerinden daha avantajlıdır gibi gözüke de gazetenin en ciddi rakibi olan televizyonun geniş bir hedef kitleye hitap etmesi bu yarışta TV'yi ön plana çıkartmaktadır. Ülkemizdeki okur-yazar oranını düşündüğümüzde ve artık gazetenin haber amacıyla değil verdiği promosyonlarla alıcı bulur hale geldiğini bildiğimizden gazetenin medya sektöründe yerini televizyona kaptırdığını söyleyebiliriz.

1993 yılı ilan gelirinin dağılımı ve medya araçlarının almış oldukları paylar aşağıdaki gibidir :

Tablo 7. 1993 yılı İlan Gelirinin Medyaya Dağılımı

MEDYA	İlan Geliri (Milyar TL)	%
TV	17.084	60
Gazete	8.870	31
Dergi	2.473	9
Toplam	28.427	100

Kaynak : KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.33. Bileşim Araştırma Ltd. ,
Reklam Harcamaları Etütü , 1994 , s.6.

Grafik.4

Ülkemizde toplam reklam harcamalarının medya arasındaki dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 8. Reklam Harcamalarının Medyalara Göre Dağılımı

%	Gazete	Dergi	TV	Radyo	Toplam
1989	42.4	8.6	48.2	0.8	100
1990	47.1	8.7	43.5	0.7	100
1991	42	8.5	49.3	0.3	100
1992	40.6	8.9	50.3	0.2	100
1993	31.2	8.7	59.8	0.2	100

Kaynak : KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.34. 1) 1989-92 yılları Fiej , World Press Trends 1993 , June 1993 , s.3-6 2) 1993 yılı ,Bileşim Araştırma Ltd. , Reklam Harcamaları Etütü , 1994 ,s.6.

Görüldüğü gibi basının toplam reklam harcamalarından almış olduğu pay 1990 yılından itibaren her yıl düşüş , buna karşın televizyonun almış olduğu pay 1990 yılından itibaren her yıl artış göstermiştir. Ancak , bu noktada toplam reklam harcamalarının yıllara göre gelişimine bakmak gerekir. Aşağıdaki tabloda 5 yıllık reklam pastası ve gazetelere düşen pay gösterilmiştir.

Tablo 9. 1989-93 Yılları Arası Toplam İlan Gelirleri ve Gazetelerin Payları

						Değişim %		
		1989	1990	1991	1992	1993	1989-93	1992-93
Toplam İlan Gelirleri		618.4	1324.6	2555.2	7529.0	28427.0	4497	278
Gazetelerin Payı		262.2	623.9	1073.2	3056.8	8870.0	3283	190

Kaynak : KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.34. Bileşim Araştırma Ltd. , Reklam Harcamaları Etüdü , 1994 , s.5.

Görüldüğü gibi toplam reklam harcamalarında çok hızlı bir artış vardır. Gazetelerin reklam gelirleri diğer medyalara göre 1990 yılından itibaren düşüş gösterirken kendi içinde 5 yılda %3283 , 1 yılda ise %190 artış sağlamıştır.

Tablo 10. Sabah ve Hürriyet Gazeteleri Net İlan Geliri (Milyar TL)

SABAH YAYINCILIK A.Ş.					
1991	1992	%artış	1993	1994	%artış
200.1	484.9	142	1131.9	2076.1	83

HÜRRİYET GAZETECİLİK VE MATBAACILIK A.Ş.								
1988	1989	%artış	1990	1991	%artış	1992	1993	%artış
48	75	56	162	261	62	579	1269	121

Kaynak : Sabah Yayıncılık A.Ş. 1992 ve 1994 Faaliyet Raporları
Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. 1992 ve 1994 Faaliyet Raporları

3.2. TÜRKİYE'DE GAZETE SATIŞ GELİRLERİ İLE İLAN GELİRLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Tablo 11. 1988-93 Döneminde Gazetelerin Satış ve İlan Gelirleri

YILLAR	SATIŞGELİRLERİ	REKLAMGELİRLERİ
1988	70.4 %	29.6 %
1989	67.7 %	32.3 %
1990	61.8 %	38.2 %
1991	67.9 %	32.1 %
1992	54.4 %	45.6 %
1993	44.3 %	55.7 %

Kaynak : KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.31. 1) 1988-93 yılları Fiej , World Press Trends 1993 , June 1993 , s.128 2) 1993 yılı ,Bileşim Araştırma Ltd. , Reklam Harcamaları Etüdü , 1994 ,s.6.

Görüldüğü gibi satış gelirleri %70.4 iken %44.3'lere düşmüştür. Reklam gelirleri ise %29.6'dan %55.7'lere çıkmıştır. Bundan çıkaracağımız sonuç ; satış gelirleri reklam gelirlerine göre önemini kaybetmiştir.

3.3. YATIRIM TEŞVİKLERİ

Türkiye'de basın sektörü , 1992 yılı yatırım teşvik kararnamelerinde yapılan bir değişiklikle “ özel önem taşıyan sektörler “ kapsamına , basın sektörünün yapacağı yatırımlar ise “ özel önem taşıyan yatırımlar “ kapsamına alındı. Dolayısıyla bu tarihten önce alınan teşvikler de aynı kapsama dahil edildi. Böylece gazete ve yayın kuruluşlarına Kasım 1991-Nisan 1993 arasında 2.6 trilyon TL teşvik verilmiştir. Bu rakam Ekim 1993'de 3.2 trilyona ulaştı. Aralık 1993'de ise 1994 yılı teşvik tedbirlerinde bir daralma olacağı bilindiği için teşvik başvuruları hızlandı ve rakam 5 trilyona ulaştı. Basın kuruluşlarına verilen bazı teşviklerin dağılımı şöyle gerçekleşmiştir:¹⁹

- Milliyet gazetesinin farklı illerden yaptığı çok sayıda başvuru sonucu aldığı teşviklerin tutarı 765 milyar 439 milyon liradır. Bu teşvik kapsamında %100 yatırım indirimi , %100 gümrük muafiyeti , KDV iadesi ve %30 faizle kredi kullanımı yer almaktadır.
- Sabah gazetesinin Hazine Dış Ticaret Müsteşarlığına ; Sabah Yayıncılık A.Ş. , Medya Holding A.Ş. , Bugün Yayıncılık A.Ş. gibi farklı adlarla yaptığı başvurular sonucu aldığı 699 milyar 263 milyon liralık teşvikle yatırım indirimleri , gümrük muafiyeti ve düşük faizli kredilerden yararlanma olanakları yer almaktadır.
- Hürriyet gazetesinin aldığı teşvikler 425 milyar 520 milyon lirayı bulurken, bu teşviklerle gruba düşük faizli kredi kullanılması , %100 gümrük muafiyeti ile vergi indirimleri sağlanmıştır.
- Türkiye gazetesi de İhlas Gazetecilik A.Ş. ve İhlas Holding A.Ş. adıyla yaptığı başvurularla 229 milyar 616 milyon liralık teşvik almıştır.

¹⁹ KARAKUZU İsmail , a.g.e. , s.45. Çeşitli gazetelerden derlenmiş teşviklerle ilgili haberler

TC Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığının yayınladığı “ Başlıca Ekonomik Göstergeler “ 1995 Ekim verilerine göre yatırım teşvik belgelerinin sektörel dağılımı şöyledir :

Tablo 12. Yatırım Teşvik Belgelerinin Sektörel Dağılımı

%	Ocak-Eylül					
	1990	1991	1992	1993	1994	1995
-Tarım	10.6	1.7	1.3	1.1	1.1	1.1
-Madencilik	2.7	4.0	2.9	2.9	2.1	1.6
-İmalat	68.8	62.6	66.5	69.5	59.8	73.2
* Kağıt	0.9	0.4	0.2	0.4	1.1	3.2
-Enerji	2.0	4.3	2.2	5.6	5.0	3.2
-Hizmet	15.9	28.0	27.0	20.9	32.0	20.9
TOPLAM	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Yatırım Tut. (MilyarTL)	22.629	38.131	51.230	228.812	208.862	488.715

Kaynak : TC Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı “ Başlıca Ekonomik Göstergeler “ Ekim 1995

Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yayınlanan 93/2 nolu tebliğe göre , Müsteşarlık tarafından teşvik belgesine bağlanan özel önem taşıyan sektör yatırımlarına uygun görüldüğü takdirde şu olanaklar sağlanır:

i.Gümrük Muafiyeti (Madde 13) : Müsteşarlık tarafından teşvik belgesi verilmiş olan kuruluşların , teşvik belgesi kapsamında yapacakları yatırımlar için ithal edecekleri makine ve teçhizatlara %100 gümrük muafiyeti uygulanır.

ii.Yatırım İndirimi (Madde 14) : Teşvik belgesine bağlı olarak yatırım yapan kurumlar vergisi mükelleflerine tanınan bir vergi istisnasıdır. %100 oranında yatırım indirimi yapılır.

iii.Finansman Fonu (Madde 15) : Finansman fonu , bir muafiyet veya istisna olmayıp vergi ertelemesine yönelik bir düzenlemedir. Teşvik belgesine bağlı olarak yatırım yapan kuruluşlar , dönem kârından kurumlar vergisi matrahının %25'ine kadarlık kısmının , yapılacak yatırımların finansmanında kullanmak amacıyla alıkoyabilirler. Finansman fonunun , Merkez Bankası nezdinde açılan her an paraya çevrilebilir devlet tahvili hesabına yatırılması mecburidir.

iv.Fon Kaynaklı Kredi (Madde 19) : Teşvik belgesi kapsamında yapılan yatırımların belli bir oranı kadar fon kaynaklı kredi verilebilir. Bu kredi Türkiye Kalkınma Bankası , Türkiye Sınai Kalkınma Bankası , Türkiye Sınai Yatırım ve Kredi Bankası ile Emlak Bankası aracılığıyla kullanılır. Kredi 2 yıl geri ödemesiz olmak üzere 5 yıl vadelidir. Faiz oranı ödemesiz dönemde %10 , ödemeli dönemde ise %30 olup tahakkuk eden faiz yılda iki kez tahsil edilir.

v.Teşvik Primi (Madde 20) : Yurtiçinde imal edilmiş olan makine ve teçhizatın Katma Değer Vergisine tekabül eden miktarı , yatırımları ve döviz kazandırıcı hizmetleri teşvik fonundan belirli esaslar çerçevesinde teşvik primi olarak yatırımcılara ödenir. Özel önem taşıyan sektörlerin teşvik belgesi kapsamında yapılacak yerli makine ve teçhizat alımlarında teşvik primi KDV oranı + 10 olarak uygulanır.

vi.KDV ertelemesi (Madde 21) : Yatırım malının ithalinde ödenmesi gereken Katma Değer Vergisi , bu verginin fiilen indirilmesi mümkün olacağı tarihe kadar ertelenir.

vii.SSK Primi , Konut Edindirme Yardımı , Tasarruf Teşvik Kesintisi ve Enerji Teşviki (Madde 23) : Büyük proje yatırımlarında ve kalkınmada öncelikli bölgelerde yapılacak yatırımlarda , belgenin orijinal bitiş süresinden başlamak üzere ilk 3 işleme yılındaki elektrik tutarının %30'u , SSK primleri işveren hissesinin %50'si , konut edindirme yardımı ve tasarruf teşvik kesintilerinin işveren hissesinin tamamı , yatırımları teşvik ve döviz kazandırıcı hizmetleri teşvik fonu kaynaklarından karşılanır.

4.TÜRKİYE'DE BASIN GRUPLARI

Türk basın sektörü günümüzde 3 büyük grubun kontrolü altındadır.

- Sabah Grubu
- Hürriyet Grubu
- Milliyet Grubu

Şimdi bu grupları teker teker inceleyelim :

4.1. SABAH GRUBU :

Sabah grubunda en büyük pay Bilgin Ailesi'ne aittir. Sabah Yayıncılık A.Ş. 1984 Kasım'ında kurulmuş ve 5 ay sonra 22 Nisan 1985 günü Sabah gazetesinin ilk sayısı okurlarına ulaşmıştır. Sabah , gazetecilik ve teknolojisi alanında yaptığı atılımlarla kısa süre de çok hızlı bir gelişme göstererek büyük gazete kimliğini kazanmıştır.

Sabah'ın temel yayıncılık ilkesi ; toplumu yakından ilgilendiren ekonomik , sosyal , politik ve uluslararası konulara ısrarlı ve yansız bir yaklaşımla açıklık getirerek, kamuoyunun bilgilendirilmesine ve sağlıklı bir karara varmasına yardımcı olmaktadır.²⁰

1985 yılında 5 milyon lira sermaye ile kurulan Sabah'ın bugün ödenmiş sermayesi 5 trilyon liraya ulaşmış bulunmaktadır.

1989 yılından beri Türkiye'nin en çok satan gazetesi olmaya devam eden Sabah'ın basın sektöründeki payı 1989'da %28.5 , 1992'de %38.6 ve 1994 yılında %39.1 dolaylarındadır.

Sabah grubunun kurucusu olan Bilgin Ailesinin basın geçmişi Yeni Asır gazetesiyle başlamıştır. 1895 yılında Yunanistan'ın Selonika (bugünkü adıyla Selanik) kentinde Abdurrahman Arif Bilgin tarafından kurulan Yeni Asır gazetesi 1924 yılından itibaren İzmir'de yayınlanmaya başlamıştır. Günümüzün en eski gazetesi ve özellikle en çok satan bölgesel gazete olma özelliğini taşıması açısından önemlidir. Söz konusu gazete halen İzmir başta olmak üzere tüm Ege bölgesinde yayınlanmaktadır.

Sabah grubunun özelliklerinden biri de basın dışı faaliyetlerinin sınırlı olması , basınla ilgili faaliyetlerinin hızla artmasıdır.

İstanbul Sanayi Odasının (ISO) düzenlediği 500 büyük firma araştırmalarında Sabah gazetesinin aldığı dereceler şunlardır :

1991 yılında genelde 62. ,

1992 yılında genelde 29. , özel sektör sıralamasında 17. ,

1994 yılında genelde 14. , özel sektör sıralamasında 6. , basın sektörü sıralamasında 1. olmuştur.

²⁰ Sabah Yayıncılık A.Ş. 1994 Faaliyet Raporu , s.2.

Şirketin 1993 yılında Ankara , Adana , Antalya ve İzmir’de yaptığı yatırımları tamamlanmış olup 1994 yılında başlayan 10.530.000 USD tutarında teşvikli tevsii yatırımları bulunmaktadır.

Tablo 13. Sabah Yayıncılık A.Ş.’nin Yatırımları

Yatırımlar	Başlangıç-Bitiş Tar.	Yatırım Tutarı	Gerçekleşen
Komple yeni yatırım	01/01/93 - 31/12/93	3.103.564 \$	2.928.093 \$
Tevsii	01/10/92 - 31/12/93	20.470.988 \$	16.911.430 \$
Yeni yatırım	01/01/93 - 31/12/94	2.900.000 \$	290.000 \$
Tevsii projesi	30/12/93 - 31/12/95	10.530.171 \$	10.530.171 \$

Kaynak : IMKB Şirketler Yıllığı 1994

Tablo 14. Sabah Yayıncılık A.Ş.’nin Başlıca Ortakları ve Sermaye Payları

Ortak Ünvanı	Tutar (Milyon TL)	Sermaye Payı %
Medya Holding A.Ş.	280.850	56.17
Bilgin Ailesi	51.150	10.23
Yöneticiler	10.300	2.06
Gazete ve Matbaacılık A.Ş.	1.850	0.37
Diğer	155.850	31.17
TOPLAM	500.000	100.00

Kaynak : IMKB Şirketler Yıllığı 1994

Sabah Grubunun çıkardığı gazete ve dergiler şunlardır :²¹

<u>Gazeteler</u>	<u>Haftalık Dergiler</u>	<u>Aylık Dergiler</u>
Sabah	Aktüel	Burda
Bugün	Oto Haber	Cosmopolitan
Gün	Para	Harper's Bazaar
Yeni Asır	Yeni Oya	Esquire
Fotomaç	Sarı Kanaryam	PC Magazine
Yeni Yüzyıl	Cimbomum	Vizyon
Takvim	Number One	Viva
	Avni	Sinema
	Rock Kazanı	She
		Power
		Penthouse
		Playboy
		Vizyon Dekorasyon

İlan pazarında Medi Grup'a dahil günlük gazeteler %39.1 , haftalık yayınlarda %39 ve aylık dergilerde %43 pazar payına sahiptir.

4.2. HÜRRİYET GRUBU :

Basın sektöründe faaliyet gösteren en büyük gruplardan biri olan Hürriyet grubunun sahibi olan Erol Simavi hisselerinin yarısını 1994 yılı Haziran ayında Milliyet gazetesine satmasıyla bu gruptaki en büyük pay Doğan Ailesine geçmiştir. Gene aynı yılın Ağustos ayında %20'lik bir hisse daha Aydın Doğan'a satılarak Doğan grubu Hürriyet Holding'in %70'ini devralmış oldu. 1994'ün son ayında açıklanan bir habere göre Hürriyet'in halka açık %25 hissesini elinde bulunduran İktisat Bankasının sahibi Erol Aksoy , bu hisselerin %7.5'lik bölümünü MEPAŞ Medya Pazarlama'ya satmıştır. Geçmişte Hürriyet'i kontrol edebilmek için büyük çaba harcayan Aksoy başarılı olamayınca Sabah Grubu ile ortaklığa girdi. Sabah Grubunun yayına başlattığı Yeni

²¹ BBD Mart 1995 Aylık Satış Raporu

Yüzyıl gazetesine ortak olarak yazılı basında kalmayı denemektedir. Sonuçta Hürriyet gazetesinin %70'i ve kesin yönetimi Doğan grubuna ait bulunmaktadır.²²

ISO 500 büyük firma sıralamasında aldığı dereceler şöyledir :

1989 yılında genelde 86. , özel sektör sıralamasında 61. ,
1990 yılında genelde 61. , özel sektör sıralamasında 44. ,
1991 yılında genelde 50. ,
1992 yılında genelde 35. ,
1994 yılında genelde 22. sırada yer almıştır.

Hürriyet grubunun çıkardığı gazete ve dergiler şunlardır :²³

<u>Gazeteler</u>	<u>Haftalık Dergiler</u>	<u>Aylık Dergiler</u>
Hürriyet	Tempo	Focus
Spor	Auto Show	Elele
	Ekonomist	Blue Jean
	Hafta Sonu	Turizm Atlas
	Top Pop	Klips
	Süper Delikanlı	Gösteri Sanat
		Capital
		Art Dekor
		Marie Claire
		Fame (3 aylık)

4.3. MİLLİYET GRUBU :

1950 yılında gazetecilik sektöründe faaliyet göstermeye başlayan Milliyet, sürdürdüğü başarılı grafikte sektörün büyük bir bölümünü kaplamaktadır. Doğan Şirketler Topluluğu altında faaliyet gösteren Milliyet-Hürriyet Grubu gibi 100'den fazla firmanın da faaliyet gösterdiği tahmin edilmektedir.

ISO 500 büyük firma sıralamasında 1992 yılında genelde 89. , 1993 yılında 29. olmuştur.

²² 30.06.1994 tarihli Zaman gazetesi , Süleyman ÜNAL'ın köşe yazısı , Hodri Meydan "Hürriyet'in Satılışı" ; 10.08.1994 tarihli Hürriyet gazetesi yazısı "Hürriyet'ten Aydın Doğan'a Yeni Hisse" ; 22.12.1994 tarihli Sabah gazetesi haberi "Hürriyet Gazetecilik'e Yeni Ortak" ; 22.12.1994 tarihli Hürriyet gazetesi haberi "Zorunlu Açıklama : Aksoy, Hürriyet'teki Hisselerini Devretti" ; 22.12.1994 tarihli Cumhuriyet gazetesi haberi "Hürriyet'e Bir Ortak Daha"

²³ BBD Mart 1995 Aylık Satış Raporu

Milliyet grubunun çıkardığı gazete ve dergiler şunlardır.²⁴

Gazeteler

Milliyet

Meydan

Haftalık Dergiler

Ep.Paramatik

Pazar Postası

Pişmiş Kelle

Milliyet Sanat

(15 günlük)

Aylık Dergiler

Milliyet Kardeş

Heygiri

Walkman

Maison Française

Votre Beaute

Kim

Form Sante

Negatif

Elite



²⁴BBD Mart 1995 Aylık Satış Raporu

BÖLÜM III

TÜRK BASIN SEKTÖRÜNDE PERFORMANS DEĞERLEMESİ (FİNANSAL ANALİZ)

1. FİNANSAL ANALİZ TEKNİKLERİNE İLİŞKİN GENEL AÇIKLAMALAR

1.1 FİNANSAL TABLOLAR ANALİZİNİN TANIMI :

Finansal tablolar analizi ; bir işletmenin mali durumunu , çalışma sonuçlarını değerlendirebilmek , ileriye dönük tahminlerde bulunabilmek için , bir veya birbirini izleyen birkaç döneme ait finansal tablolarda yer alan kalemlerin , gerek kendi aralarındaki gerekse bütünle olan ilişkilerinin çeşitli analiz tekniklerinden yararlanarak incelenmesi , yorumlanması ve işletmenin içinde bulunduğu koşulların da gözönünde bulundurularak değerlendirilmesi işlemleridir.¹

Finansal tablolar analizi ile , işletmenin likidite ve finansal durumunu , varlıklarını kullanma ve kârlılık konularında mali yönden gelişmesinin yeterli olup olmadığı incelenerek mevcut ve geçmişteki durum saptanmaktadır.

1.2 FİNANSAL ANALİZ TÜRLERİ

Finansal tablolar üzerinde yapılacak analizler değişik açılardan bölümlenebilir :

- Analizin yapılması amacına göre ;
- Analizin içeriğine veya yapılış biçimine göre ;
- Analiz yapana göre

1.2.1 ANALİZİN YAPILMASI AMACINA GÖRE ANALİZ TÜRLERİ

Üçe ayrılmaktadır . Bunlar ;

- Yönetim analizleri
- Kredi analizleri
- Yatırım analizleri

¹ AKDOĞAN Nalan / TENKER Nejat , Finansal Tablolar ve Analizi , Ankara 1985 , 2.B. , Savaş Yayınları , s.265.

i. **Yönetim Analizleri** : Yönetim analizi ; yönetim işlevinin yerine getirilmesinde alınacak kararlara dayanak olmak üzere , işletme yönetimi için yapılan analizdir. Bu analizde amaç ; yönetime , işletme ile ilgili çeşitli konularda gerekli verileri vermek ve alacakları kararlarda ışık tutmaktır. Bu nedenle analizin odak noktası , işletme faaliyetlerinin planlanan amaçlar doğrultusunda yürütülüp yürütülmediğinin incelenerek , aksaklıkların saptanması ve gerekli düzeltmelerin zamanında yapılarak , faaliyetlerin belirlenen amaçlar doğrultusunda yürütülmesidir.

ii. **Kredi Analizleri** : İşletmenin finansman durumu ile borç ödeme gücünü anlayabilmek için yapılan analizlerdir. Kredi analizleri , işletmeye kredi verenler veya verecek olanlarla , işletmenin finansman yöneticileri tarafından yapılmaktadır.

Kredi analizlerinde amaç , işletmenin borç ödeme yeteneğini ölçmek ve borçların zamanında ödenip ödenemeyeceğini araştırmaktır.

iii. **Yatırım Analizleri** : İşletmeye ortak olanlar ve ortak olmayı düşünenler ile , işletmeye uzun vadeli kaynak sağlayan veya sağlayacak olanlar tarafından yapılan analizdir. Başka bir anlatımla ; işletmeye yatırım yapan veya yapmayı düşünenlerce ; işletmenin kazanma gücünün , devamlılığının , yatırımın emniyetinin ve kârlılık durumunun analiz edilmesidir. Yatırım analizlerinde ; ortaklarla ortak olmayı düşünenler , işletmenin mevcut ve gelecekteki kazanma gücü ile dağıtacakları kâr payları ve hisse senetlerinin değerlerindeki değişimleri araştırmaktadır.

1.2.2 ANALİZİN İÇERİĞİNE VE YAPILIŞ BİÇİMİNE GÖRE ANALİZ TÜRLERİ

İkiye ayrılmaktadır. Bunlar ;

- Statik analiz
- Dinamik analiz

i. **Statik Analiz** : Statik analiz , işletmenin bir döneme ait finansal tablolarında yer alan kalemler arasındaki ilişkileri incelemek için yapılan analizdir. Bu analiz türünde, tek döneme ait ve belirli tarihte düzenlenmiş finansal tablolar analiz edilmektedir.

ii. **Dinamik Analiz** : İşletmenin birbirini izleyen dönemlerine ilişkin finansal tablolarında yer alan kalemlerin incelenerek göstermiş oldukları eğilimlerin

saptanmasıdır. Dinamik analizde , işletmenin içinde bulunulan dönemle geçmiş dönemlerine ilişkin finansal tabloları karşılaştırılarak incelenmekte ve zaman içinde işletmenin göstermiş olduğu değişme saptanmaktadır.

1.2.3 ANALİZ YAPANA GÖRE ANALİZ TÜRLERİ

Bu açıdan analiz ikiye ayrılmaktadır. Bunlar ;

- Dışsal analiz (external)
- İçsel analiz (internal)

i. **Dışsal Analiz** : İşletme dışında faaliyet gösteren kişi veya kuruluşların , işletmenin yayınlamış olduğu raporlardan yararlanarak yaptıkları analizdir.

Ülkemizde faaliyet gösteren denetim şirketlerinden bazıları şunlardır :

- Denet Yeminli Mali Müşavirlik A.Ş.
- GYM (Güreli Yeminli Mali Müşavirlik A.Ş.)
- Denver Yeminli Mali Müşavirlik A.Ş. (an affiliated firm of Ernst & Young International)
- Ergin Uluslararası Denetim ve Yeminli Mali Müşavirlik A.Ş. (correspondent firm of Grant Thornton International)
- Arthur Anderson
- Price Waterhouse
- K P M G

ii. **İçsel Analiz** : Yöneticiler , muhasebeciler , iç deneticiler gibi işletme içinden olan kimselerin yapmış oldukları analiz türüdür.

1.3. FİNANSAL TABLOLAR

Finansal tablolar , finansal muhasebenin işlediği ve biriktirdiği bilginin belli dönemlerde (üçer aylık periyotlar halinde) ilgililere sunulmasına araç olurlar.

İşletmenin finansal durumunu ortaya koyan finansal (mali) tablolar aşağıdaki tabloları kapsamaktadır.²

- Bilanço
- Gelir Tablosu
- Dağıtılmamış Kârlar Tablosu
- Özsermaye Değişim Tablosu
- Net İşletme Sermayesi Değişim Tablosu
- Nakit Akımı Tablosu
- Fon Akımı Tablosu

i. **Bilanço (Mali Durum / Aktif - Pasif Tablosu)** : Bilanço ; belirli bir tarihte , bir firmanın varlıklarını (aktif değerlerini) borçlarını ve özsermayesini tasnifli bir şekilde göstererek , ilgili firmanın mali durumunu , muhasebe kayıtlarına göre ortaya koyan bir tablodur.

ii. **Gelir Tablosu (Kâr - Zarar / İşletme Tablosu)** : Gelir tablosu , bir işletmenin belirli bir hesap döneminde elde ettiği gelirler ile giderlerini tasnifli bir şekilde gösteren ve dönem faaliyetinin net sonucunu , kâr veya zarar olarak özetleyen bir tablodur.

iii. **Dağıtılmamış Kârlar Tablosu (Yedek Akçeler Değişim Tablosu / Oto - Finansman Tablosu)** : Bir firmanın hesap dönemi başında dağıtılmamış kâr tutarını , hesap dönemi içindeki değişiklikleri ve dönem sonundaki dağıtılmamış kâr tutarını gösteren bir tablodur.

iv. **Özsermaye Değişim Tablosu** : Bu tablo , bir hesap dönemi içerisinde firmanın özsermayesinde meydana gelen değişiklikleri ve bunun nedenlerini gösterir.

v. **Net İşletme Sermayesi Değişim Tablosu** : Söz konusu tablo , bir hesap dönemi içinde işletme sermayesinin (çalışma sermayesinin) kaynaklarını ve kullanış yerlerini belirtmek suretiyle o dönemde net işletme sermayesindeki artış veya azalışı ortaya koyar.

² AKGÜÇ Dr.Öztin , **Mali Tablolar Analizi** , İstanbul 1990 , Muhasebe Enstitüsü Yayın No.61 , Muhasebe Enstitüsü Eğitim ve Araştırma Vakfı Yayın No.13 , s.9.

vi. Nakit Akımı (Para Akımı) Tablosu : Belirli bir dönemde firmanın parasal hareketlerini diğer bir deyişle para giriş ve çıkışlarını özetleyen bir tablodur.

vii. Fon Akım (Finansman , Kaynaklar ve Kullanım) Tablosu : Firmanın belirli bir dönemdeki tüm mali kaynaklarını ve bunların kullanılış yerlerini gösteren bir tablodur.

2. FİNANSAL ANALİZ TEKNİKLERİ

Finansal tabloların analizlerinde kullanılan teknikleri şöyle sıralayabiliriz:

- Karşılaştırmalı tablolar analizi (Yatay analiz)
- Yüzde yöntemi ile analiz (Dikey analiz)
- Eğilim yüzdeleri yöntemi ile analiz (Trend analiz)
- Oranlar yöntemi ile analiz (Rasyo analizi)

2.1. KARŞILAŞTIRMALI TABLolar ANALİZİ (YATAY ANALİZ)

2.1.1. TANIMI

Karşılaştırmalı tablolar analizi ; bir işletmenin iki veya daha fazla dönemlerine ilişkin finansal tablolarının , birbirini izleyen dönemler bakımından karşılaştırmalı olarak düzenlenmesi ve bu tablolarda yer alan kalemlerin zaman içinde göstermiş olduğu değişikliklerin incelenerek değerlendirilmesidir. Bir dinamik analiz türüdür.³

Finansal tabloların iki dönemli olarak düzenlenmesi durumunda , cari dönemin verileri geçmiş dönemin verileri ile karşılaştırılmakta , artış veya azalışlar ile bunların yüzdeleri saptanmaktadır. İki'den fazla dönemin karşılaştırılmasında 2 yöntem vardır :

- Başlangıç yılı temel yıl olarak alınır ve tüm karşılaştırmalar bu yıla göre yapılır.
- Her yıl bir önceki yıla karşılaştırılır.

Karşılaştırmalı tablolar analizi aşağıdaki bilanço ve gelir tabloları üzerinde gösterilebilir.

³ AKDOĞAN Nalan / TENKER Nejat , a.g.e. , s.269.

2.1.2. KARŞILAŞTIRMALI BİLANÇOLAR

Karşılaştırmalı bilançoların nasıl düzenleneceği Tablo 15 ve Tablo 16’da gösterilmiştir. Tablo 15’de başlangıç yılı temel yıl olarak alınmış ve karşılaştırmalar bu yıla göre yapılmıştır. Tablo 16’da ise her yıl kendisinden önce gelen yıllarla karşılaştırılmıştır.

2.1.3. KARŞILAŞTIRMALI GELİR TABLOLARI

Bilançolarda olduğu gibi , gelir tabloları da karşılaştırmalı olarak düzenlenip analiz edilebilir. Böylece işletmenin göstermiş olduğu gelişme , gelir ve gider kalemleri itibarıyla ortaya konulabilir. Tablo 17 ve Tablo 18’de karşılaştırma yapılmaktadır.



Tablo 15. Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1991-94 Yılları Arası Karşılaştırmalı-Bilançoları (1991 temel yıl kabul edilmiştir.)

BİLANÇO	1991	1992	1993	1994	(1991-1992)		(1991-1993)		(1991-1994)	
					TL	%	TL	%	TL	%
KALEMLERİ (Milyon TL)										
AKTİF (VARLIKLAR)										
1. DÖNEN VARLIKLAR	143,188	166,349	802,611	1,501,859	23,161	16	659,423	461	1,358,671	949
A. Hazır Değerler	3,052	4,647	4,143	1,497	1,595	52	1,091	36	-1,555	-51
B. Menkul Kıymetler	0	0	38,577	0	0	0	38,577	0	0	0
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	76,480	26,622	382,928	1,020,274	-49,858	-65	306,448	401	943,794	1,234
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	2,573	4,617	7,661	8,368	2,044	79	5,088	198	5,795	225
E. Stoklar	40,356	56,081	185,629	365,724	15,725	39	145,273	360	325,368	806
F. Diğer Dönen Varlıklar	20,727	74,382	183,673	105,996	53,655	259	162,946	786	85,269	411
2. DURAN VARLIKLAR	225,345	415,335	788,308	2,335,396	189,990	84	562,963	250	2,110,051	936
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	154	158	261	341	4	3	107	69	187	121
B. İştirakler	20,761	3,846	31,381	117,553	-16,915	-81	10,620	51	96,792	466
C. Maddi Duran Varlıklar	202,717	405,663	744,379	2,210,100	202,946	100	541,662	267	2,007,383	990
D. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	766	3,237	4,665	4,579	2,471	323	3,899	509	3,813	498
E. Diğer Duran Varlıklar	947	2,431	7,622	2,823	1,484	157	6,675	705	1,876	198
AKTİF TOPLAMI	368,533	581,684	1,590,919	3,837,255	213,151	58	1,222,386	332	3,468,722	941
PASİF (KAYNAKLAR)										
1. KISA VADELİ BORÇLAR	113,192	156,495	323,492	635,916	43,303	38	210,300	186	522,724	462
A. Finansal Borçlar	68,615	11,297	37,371	226,642	-57,318	-84	-31,244	-46	158,027	230
B. Ticari Borçlar	17,569	120,890	236,317	270,712	103,321	588	218,748	1,245	253,143	1,441
C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar	2,679	4,951	9,022	18,604	2,272	85	6,343	237	15,925	594
D. Alınan Sipariş Avansları	331	661	71	521	330	100	-260	-79	190	57
E. Borç ve Gider Karşılıkları	23,998	18,696	40,711	119,437	-5,302	-22	16,713	70	95,439	398
2. UZUN VADELİ BORÇLAR	86,508	163,857	228,439	964,496	77,349	89	141,931	164	877,988	1,015
A. Finansal Borçlar	81,714	48,516	57,858	657,310	-33,198	-41	-23,856	-29	575,596	704
B. Ticari Borçlar	0	103,865	149,362	274,850	103,865	0	149,362	0	274,850	0
C. Kıdem Tazminatı Karşılıkları	4,794	11,476	21,219	32,336	6,682	139	16,425	343	27,542	575
3. ÖZKAYNAKLAR	168,833	261,333	1,038,988	2,236,943	92,500	55	870,155	515	2,068,110	1,225
A. Ödenmiş Sermaye	100,800	146,160	500,000	1,150,000	45,360	45	399,200	396	1,049,200	1,041
B. Emisyon Primi	297	- 297	199,380	199,528	0	0	199,083	67,031	199,231	67,081
C. Yeniden Değerleme Fonu	37,087	72,472	171,448	762,030	35,385	95	134,361	362	724,943	1,955
D. Yedek Akçeler	11,580	3,950	6,962	20,821	-7,630	-66	-4,618	-40	9,241	80
E. Net Dönem Karı	19,069	38,454	161,198	104,564	19,385	102	142,129	745	85,495	448
PASİF TOPLAMI	368,533	581,685	1,590,919	3,837,355	213,152	58	1,222,386	332	3,468,822	941

Kaynak : Sabah Yayıncılık A.Ş. 1992 ve 1994 Faaliyet Raporları

Tablo 16. Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1991-94 Yılları Arası Karşılaştırmalı Bilançoları (Bir önceki yıl temel yıl kabul edilmiştir.)

BİLANÇO	1991	1992	1993	1994	(1991- 1992)		(1992- 1993)		(1993- 1994)	
					TL	%	TL	%	TL	%
KALEMLERİ (Milyon TL)										
AKTİF(VARLIKLAR)										
1.DÖNEN VARLIKLAR	143,188	166,349	802,611	1,501,859	23,161	16	636,262	382	699,248	87
A.Hazır Değerler	3,052	4,647	4,143	1,497	1,595	52	-504	-11	-2,646	-64
B.Menkul Kıymetler	0	0	38,577	0	0	0	38,577	0	-38,577	-100
C.Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	76,480	26,622	382,928	1,020,274	-49,858	-65	356,306	1,338	637,346	166
D.Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	2,573	4,617	7,661	8,368	2,044	79	3,044	66	707	9
E.Stoklar	40,356	56,081	185,629	365,724	15,725	39	129,548	231	180,095	97
F.Diğer Dönen Varlıklar	20,727	74,382	183,673	105,996	53,655	259	109,291	147	-77,677	-42
2.DURAN VARLIKLAR	225,345	415,335	788,308	2,335,396	189,990	84	372,973	90	1,547,088	196
A.Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	154	158	261	341	4	3	103	65	80	31
B.İştirakler	20,761	3,846	31,381	117,553	-16,915	0	27,535	0	86,172	275
C.Maddi Duran Varlıklar	202,717	405,663	744,379	2,210,100	202,946	100	338,716	83	1,465,721	197
D.Maddi Olmayan Duran Varlıklar	766	3,237	4,665	4,579	2,471	323	1,428	44	-86	-2
E.Diğer Duran Varlıklar	947	2,431	7,622	2,823	1,484	157	5,191	214	-4,799	-63
AKTİF TOPLAMI	368,533	581,684	1,590,919	3,837,255	213,151	58	1,009,235	174	2,246,336	141
PASİF(KAYNAKLAR)										
1.KISA VADELİ BORÇLAR	113,192	156,495	323,492	635,916	43,303	38	166,997	107	312,424	97
A.Finansal Borçlar	68,615	11,297	37,371	226,642	-57,318	-84	26,074	231	189,271	506
B.Ticari Borçlar	17,569	120,890	236,317	270,712	103,321	588	115,427	95	34,395	15
C.Diğer Kısa Vadeli Borçlar	2,679	4,951	9,022	18,604	2,272	85	4,071	82	9,582	106
D.Alınan Sipariş Avansları	331	661	71	521	330	100	-590	-89	450	634
E.Borç ve Gider Karşılıkları	23,998	18,696	40,711	119,437	-5,302	-22	22,015	118	78,726	193
2.UZUN VADELİ BORÇLAR	86,508	163,857	228,439	964,496	77,349	89	64,582	39	736,057	322
A.Finansal Borçlar	81,714	48,516	57,858	657,310	-33,198	-41	9,342	19	599,452	1,036
B.Ticari Borçlar	0	103,865	149,362	274,850	103,865	0	45,497	44	125,488	84
C.Kıdem Tazminatı Karşılıkları	4,794	11,476	21,219	32,336	6,682	139	9,743	85	11,117	52
3.ÖZKAYNAKLAR	168,833	261,333	1,038,988	2,236,943	92,500	55	777,655	298	1,197,955	115
A.Ödenmiş Sermaye	100,800	146,160	500,000	1,150,000	45,360	45	353,840	242	650,000	130
B.Emisyon Primi	297	297	199,380	199,528	0	0	199,083	67,031	148	0
C.Yeniden Değerleme Fonu	37,087	72,472	171,448	762,030	35,385	95	98,976	137	590,582	344
D.Yedek Akçeler	11,580	3,950	6,962	20,821	-7,630	-66	3,012	76	13,859	199
E.Net Dönem Kârı	19,069	38,454	161,198	104,564	19,385	102	122,744	319	-56,634	-35
PASİF TOPLAMI	368,533	581,685	1,590,919	3,837,355	213,152	58	1,009,234	174	2,246,436	141

Kaynak : Sabah Yayıncılık A.Ş. 1992 ve 1994 Faaliyet Raporları

Tablo 17. Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1991-94 Yılları Arası Karşılaştırmalı Gelir Tabloları
(1991 temel yıl kabul edilmiştir.)

GELİR	1991	1992	1993	1994	(1991- 1992)		(1991- 1993)		(1991- 1994)	
TABLOSU (Milyon TL)					TL	%	TL	%	TL	%
A.Brüt Satışlar	626,326	1,443,940	3,185,385	5,189,332	817,614	131	2,559,059	409	4,563,006	729
B.Satışlardan İadeler(-)	57,131	137,610	317,041	533,929	80,479	141	259,910	455	476,798	835
C.Net Satışlar	569,195	1,306,330	2,868,344	4,655,403	737,135	130	2,299,149	404	4,086,208	718
D.Satışların Maliyeti(-)	340,499	806,858	1,713,060	2,326,968	466,359	137	1,372,561	403	1,986,469	583
BRÜT SATIŞ KÂRI	228,696	499,472	1,155,284	2,328,435	270,776	118	926,588	405	2,099,739	918
E.Faaliyet Giderleri (-)	129,342	342,479	883,102	1,375,608	213,137	165	753,760	583	1,246,266	964
ESAS FAALİYET KÂRI	99,354	156,993	272,182	952,827	57,639	58	172,828	174	853,473	859
F.Faaliyet Dışı Gelirler	6	1,265	15,170	107,781	1,259	20,983	15,164	252,733	107,775	1,796,250
G.Faaliyet Dışı Giderler(-)	0	0	2,377	5,505	0	0	2,377	0	5,505	0
H.Finansman Giderleri (-)	74,413	115,264	148,425	903,915	40,851	55	74,012	99	829,502	1,115
FAALİYET KÂRI	24,947	42,994	136,550	151,188	18,047	72	111,603	447	126,241	506
İ.Olağanüstü Gelirler	5,039	3,657	52,689	37,701	-1,382	-27	47,650	946	32,662	648
J.Olağanüstü Giderler(-)	2,822	2,890	6,739	39,442	68	2	3,917	139	36,620	1,298
DÖNEM KÂRI	27,164	43,761	182,500	149,447	16,597	61	155,336	572	122,283	450
K.Ödenecek Vergiler(-)	8,095	5,307	21,302	44,883	-2,788	-34	13,207	163	36,788	454
NET DÖNEM KÂRI	19,069	38,454	161,198	104,564	19,385	102	142,129	745	85,495	448

Kaynak : Sabah Yayıncılık A.Ş. 1992 ve 1994 Faaliyet Raporları

Tablo 18. Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1991-94 Yılları Arası Karşılaştırmalı Gelir Tabloları
(Bir önceki yıl temel yıl kabul edilmiştir.)

GELİR	1991	1992	1993	1994	(1991- 1992)	(1992-1993)	(1993-1994)
TABLOSU (Milyon TL)					TL	TL	TL
A.Brüt Satışlar	626,326	1,443,940	3,185,385	5,189,332	817,614	1,741,445	2,003,947
B.Satışlardan İadeler(-)	57,131	137,610	317,041	533,929	80,479	179,431	216,888
C.Net Satışlar	569,195	1,306,330	2,868,344	4,655,403	737,135	1,562,014	1,787,059
D.Satışların Maliyeti(-)	340,499	806,858	1,713,060	2,326,968	466,359	906,202	613,908
BRÜT SATIŞ KÂRI	228,696	499,472	1,155,284	2,328,435	270,776	655,812	1,173,151
E.Faaliyet Giderleri (-)	129,342	342,479	883,102	1,375,608	213,137	540,623	492,506
ESAS FAALİYET KÂRI	99,354	156,993	272,182	952,827	57,639	115,189	680,645
F.Faaliyet Dışı Gelirler	6	1,265	15,170	107,781	1,259	13,905	92,611
G.Faaliyet Dışı Giderler(-)	0	0	2,377	5,505	0	2,377	3,128
H.Finansman Giderleri (-)	74,413	115,264	148,425	903,915	40,851	33,161	755,490
FAALİYET KÂRI	24,947	42,994	136,550	151,188	18,047	93,556	14,638
I.Olağanüstü Gelirler	5,039	3,657	52,689	37,701	-1,382	49,032	-14,988
J.Olağanüstü Giderler(-)	2,822	2,890	6,739	39,442	68	3,849	32,703
DÖNEM KÂRI	27,164	43,761	182,500	149,447	16,597	138,739	-33,053
K.Ödenecek Vergiler(-)	8,095	5,307	21,302	44,883	-2,788	15,995	23,581
NET DÖNEM KÂRI	19,069	38,454	161,198	104,564	19,385	122,744	-56,634

Kaynak : Sabah Yayıncılık A.Ş. 1992 ve 1994 Faaliyet Raporları

2.1.4. KARŞILAŞTIRMALI BİLANÇOLARIN ANALİZ VE YORUMU

2.1.4.1. DÖNEN VARLIKLAR

i. Kasa ve Bankalar (Hazır Değerler): İnceleme dönemi olarak alınan 4 yılın verileri incelendiğinde , hazır değerlerin 1991 dönemine göre %52 , %36 ve (-)%51 oranları gösterdiği saptanmıştır. İlk iki sene azalan bir artış gösterirken son sene artan bir azalışla eksi (-) seviyelere düşmüştür. Bir önceki seneye kıyasladığımızda ilk seneki artış , sonraki senelerde yerini düşüşe bırakmıştır.

1992 döneminde yaşanan %52'lik artış ;

- işletmenin o dönemde ihraç ettiği tahvillerin satışından ,
- satış hacminin artmasından ,
- bankalardan kredi almış olmasından veya
- dönem giderlerinin bir kısmının henüz ödenmemiş olmasından kaynaklanmaktadır.

1993 döneminde başlayan ve 1994'de belirginleşen azalışın nedenleri ise şöyle özetlenebilir :

- 1992 döneminde aldığı satıcı kredilerini ödemeye başladığını düşünsek bile ne kısa vadeli borç kalemlerinde nede uzun vadeli borç kalemlerinde hiç azalış yönünde bir eğilim görülmediği için bu hipotez doğru olmaz.
- Stoklar ve menkul kıymetlerde ki (özellikle 1993 dönemi) artışlar
- Ödenecek vergilerin artması

ii. Menkul Kıymetler (Hisse Senedi ve Tahviller) : Sadece 1993 döneminde varlık gösteren menkul kıymetler şu nedenlerle ortaya çıkmış olabilir :

- İşletme elindeki nakit fazlasını kısa vadeli bir yatırım olarak hisse senedi ve tahvile çevirmiştir.
- İşletme belli bir nedenle kendi pay senetlerini geçici olarak elinde tutuyor olabilir.
- Kapasite artırımı veya modernizasyon için ayrılmış olan fonları değerlendirmek maksadıyla menkul değerlere yatırabilir.

iii. Kısa Vadeli Alacaklar : İlk sene yaşanan azalış son iki sene artışlarla müthiş bir atağa kalkmıştır. Bunun nedenleri şunlar olabilir :

- Alıcılar borçlarını düzenli ödemişlerse azalış olması doğaldır. Aksi takdirde artış olması gerekir. (Alacakların tahsili)
- Satış düzeyindeki gelişmeler alacakların artmasına neden olmuştur.

Aktifteki alacakların pasifteki karşılığı kısa vadeli kaynaklardır. Alacaklardaki artış , gazete satışları ve ilan kapasitesindeki artışa bağlı olduğuna , nitelik itibarıyla kısa vadeli olduğuna göre , yine kısa vadeli dış kaynaklardan karşılanmış olması gerekir. Nitekim , kısa vadeli kaynaklar içinde en önemli kalem finansal borçların izlediği seyir alacaklarla paralellik göstermektedir.

iv. Stoklar : Gazete günlük satışa sürülen bir üründür. Böyle bir ürünün stoklanması olanaksızdır. Bu yüzden stoklardaki artışı hammadde alımlarına bağlayabiliriz.

Genel olarak stoklardaki artış ; miktar artışının ve maliyet artışının sonucu olabilir. İnceleme döneminde stoklarda bir artış gözlendiğinde önce bunun reel bir artış mı yoksa fiyat yükselişinin etkisi ile aktif bir artış mı olduğunun incelenmesi gerekir. Stoklarda reel bir artış olduğu takdirde bu gelişmenin nedenleri ; iş hacminin artması , sürüm güçlüğü , spekülatif amaçlarla fiyat artışı beklentisiyle stoklara daha fazla yatırım yapılması , tedarik güçlükleri olasılığına karşı emniyet stoğu bulundurulması , sürekli fiyat artışlarına karşı korunmak için daha fazla stok tutulması olabilir.

Gazetecilik sektörü , diğer mal üreten işletmelerden farklıdır. Gazete günlük tüketime yönelik bir üründür. Gazete işletmelerinde stoklarda bulunabilecek mal ; kağıt ve mürekkep gibi hammaddelerdir.

v. Diğer Dönen Varlıklar : Bu bilanço kaleminde ; gelecek aylara ait olup şimdiden peşin ödenen giderler ile indirilecek Katma Değer Vergisi gibi kalemler yer alır. Tablodan da görüldüğü gibi hep artış gösteren bir eğilim vardır.

2.1.4.2. DURAN VARLIKLAR

i. Uzun Vadeli Alacaklar : Vadeleri bir yıldan uzun süreli müşteri borçlarının tahsilatı 1993-94 dönemlerinde artış göstermiştir.

ii. İştirakler : İlk sene görülen %81'lik düşüş sonraki senelerde yerini büyük artışlara bırakmıştır. İştiraklerdeki artış , diğer bir işletmenin yönetimini ele geçirmek , faaliyetleri çeşitlendirmek , sağlanacak gelirlerden yararlanmak , avantajlı iş ilişkilerini sürdürmek amacı ile yapılmış olabilir.

iii. Maddi Duran Varlıklar : Devamlı bir artış görülmektedir. Bu artışın kaynağı, kısa vadeli kaynaklardaki ve ödenmiş sermayedeki artış olarak gözlenmektedir.

Ödenmiş sermayedeki artış , maddi duran varlıklardaki artışı karşılamaya yetecek düzeyde değildir. Bu artış için , kısa vadeli kaynaklara başvurulduğu izlenimi edinilmektedir. Maddi duran varlıklara yatırım yaparken en iyi finansman yolu , sermaye ile uzun vadeli kaynak kullanımıdır. Kapasite artışından sonra elde edilecek kârlarla uzun vadeli borçlar daha kolay ödenir.

Genel olarak duran varlıklara yatırım ; işletmenin üretim kapasitesini arttırmak , mevcut makine ve tesislerin verimliliğini yükseltmek , birim maliyetini düşürmek veya kiralama yerine duran varlıklara sahip olma alternatifinin yerleşmesi sonucu yapılmaktadır. Ayrıca işletmelerde maddi duran varlık kalemindeki artışın yeniden değerlendirilmeden kaynaklanması da olasıdır.

İnceleme döneminde gazetenin maddi duran varlıklarının sürekli arttığı görülmektedir. Maddi duran varlıklardaki bu artış üretim kapasitesinin artacağına işaret eder. Gazetenin karşılaştırmalı gelir tablosuna bakıldığında ; gazete satışlarında görülen düzenli artışlar , gazetenin bunu gerçekleştirme yolunda olumlu adımlar attığı izlenimini vermektedir.

2.1.4.3. KISA VADELİ BORÇLAR

Kısa vadeli borçlar ; firmanın bilançonun düzenlendiği tarihten itibaren, normal olarak bir yıl içinde para veya mal ve hizmetlerle ödenmesi gereken yükümlülüklerini kapsar.

Örneğimizde kısa vadeli yabancı kaynaklar içinde en önemli kalem ticari borçlardır. (kısa süreli satıcı kredileri) Finansal borçlar ise bankalardan sağlanan kısa vadeli kredileri kapsamaktadır. İlk sene azalış gösterirken tekrar artışla firmanın kredi alımına gittiği söylenebilir.

2.1.4.4. NET ÇALIŞMA SERMAYESİ

Tablo 19. Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin Yıllar İtibarıyla Net Çalışma Sermayesi

	1991	1992	%	1993	%	1994	%
DönenVar.	143.188	166.350	16	802.611	382	1.501.959	87
Kısa Vadeli Borçlar	113.192	156.495	38	323.492	107	635.916	96
Net Çalışma Sermayesi	29.996	9.855		479.119		866.043	

Kaynak : Sabah Yayıncılık A.Ş. 1992 ve 1994 Faaliyet Raporları

Dönen varlıkların kısa vadeli yabancı kaynaklardan mutlak ve yüzde olarak daha fazla artması , işletmenin kısa vadeli borç ödeme gücü ve günlük faaliyetleri karşılayabilmesi bakımından iyi durumda olduğunu gösterir. Sabah gazetesinin rakamlarına baktığımızda , 1993 dönemi dışında diğer dönemlerde dönen varlıklar artışı kısa vadeli borçların artışından daha azdır. Bu durum , o dönemlerde net çalışma sermayesini olumsuz yönde etkilemiştir. İşletme kısa vadeli borçlanma suretiyle sağlamış olduğu fonun bir kısmını duran varlıklara kullanmıştır.

2.1.4.5. UZUN VADELİ BORÇLAR

Bir firma

- duran varlıklara yatırım ,
- net işletme sermayesini arttırma ,
- kısa vadeli borçlarını karşılama

amacı ile uzun süreli yabancı kaynak sağlama yoluna gidebilir. Tablodan da görüldüğü gibi uzun vadeli borçlar her sene artmıştır. Maddi duran varlıklara yatırımın devam etmesi bu artışı haklı çıkarmaktadır. Ancak , kullanılmayıp elde bekletilen veya kısa vadeli borçları ödemek için kullanılan kısım işletmenin kârlılığını ve mali durumunu olumsuz yönde etkileyebilir.

2.1.4.6. ÖZ KAYNAKLAR

İşletmenin öz kaynak grubu incelendiğinde , öz kaynak unsurlarının dönemler itibarıyla artış gösterdiğini ve işletmenin finansal bünyesinin kuvvetlenmekte olduğunu görüyoruz. Öz kaynak grubu ile duran varlık grubu arasında bir ilişki kurulur ise ; ilk iki sene öz kaynak toplamı duran varlık toplamını karşılayamamaktadır. Uzun vadeli borçların katkısı ile duran varlık toplamı karşılanmıştır. Ancak son iki sene farkın azaldığı ve duran varlıkların hemen hemen tamamının öz kaynaklar ile karşılandığını görüyoruz. Bu gelişme işletmenin lehine yorumlanabilir.

2.1.5. KARŞILAŞTIRMALI GELİR TABLOLARININ ANALİZ VE YORUMU

İşletmenin durumunu satış düzeyindeki değişme açısından değerlendirdiğimizde satış düzeyinde bir artış olduğunu söyleyebiliriz , ancak bu artışın satılan birim sayısının artmasından mı yoksa satış fiyatlarının yükselmesinden mi ortaya çıktığı saptanmalıdır. Aslında günümüzde gazetelerin girdikleri promosyon yarışı gazete satışlarını arttırmakta büyük rol oynamaktadır.

Satılan malın maliyetinde (SMM) artış yönündeki değişikliğin nedeni , SMM kalemini oluşturan girdilerin (hammadde giderleri , işçilik giderleri , genel üretim giderleri) fiyatlarının , satış fiyatındaki artıştan daha fazla olmasıdır.

Gelelim işletmenin ana faaliyetini sürdürmek için katlanmak zorunda olduğu faaliyet giderlerinin incelenmesi ve yorumlanmasına.

Tablo 20. Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin Faaliyet Kârındaki Değişimler Tablosu

% değişim	1991-92	1991-93	1991-94
Brüt kâr	118	405	918
Faaliyet gider.	165	583	963
Faaliyet kârı	72	447	506

Kaynak : Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1992 ve 1994 bilançoları

Dönem giderlerindeki artış oranının brüt satış kârındaki artıştan fazla olması , işletmenin faaliyet kârını olumsuz yönde etkilemektedir. Gerek satılan malın maliyeti kalemindeki artış gerekse faaliyet giderlerindeki artış , satış düzeyinde oluşan artışın üzerinde olduğu için faaliyet kârının azalmasına neden olmuştur.

Dönem kârında artma sadece son sene azalan bir artış şeklindedir. Diğer yıllar rutin artış göstermiştir. Net kâr da aynı eğilimdedir. Son sene yaşanan net kârdaki düşüş , maddi duran varlıklardaki artışla beraber kısa vadeli yabancı kaynak kullanımı ve kredi faizlerinin doğurduğu bir sonuç olarak düşünülebilir.

2.2. YÜZDE YÖNTEMİ İLE ANALİZ (Dikey Analiz)

2.2.1. TANIMI

Yüzde yöntemi ile analiz tekniğinde ; finansal tablolarda yer alan her kalem aynı tabloda yer alan belirli bir kaleme veya toplam kısmına oranlanmakta ve bulunan yüzdelere göre ifade edilmektedir.

Yüzde yöntemi ile analiz , daha çok bilançoların ve gelir tablolarının dikey analizinde kullanılmaktadır. Bu yöntemde , tek döneme ait finansal tabloların analizinde yararlanılmaktadır. Bu nedenle statik bir analiz türüdür. Bu inceleme tekniğinde bilanço toplamı 100 kabul edilerek her bir kalemin toplama oranı , toplam içindeki yüzdesi hesaplanmaktadır.⁴

⁴ AKDOĞAN Nalan / TENKER Nejat , a.g.e. , s.289.

2.2.2. FİNANSAL TABLOLARIN YÜZDE YÖNTEMİNE GÖRE DÜZENLENMESİ

Tablo 21’de yer alan Sabah gazetesinin 1994 dönemine ilişkin bilançosunu yüzde yöntemi ile analiz ettiğimizde aşağıdaki bulguları saptıyoruz.

İşletmenin varlık yapısının %39.14’ü dönen varlıklardan , %60.86’sı duran varlıklardan oluşmaktadır. Duran varlık grubunda yer alan maddi duran varlıkların ise en fazla payı alarak toplam varlıkların %57.6’sını oluşturduğunu saptıyoruz. Maddi duran varlıklardan sonra , toplam varlıklar içindeki en fazla payı ise %26.59 oran ile alacaklar kalemi almaktadır. Toplam varlıklar içinde %39.14 oranında bir paya sahip olan dönen varlıkların kendi içindeki dağılımına baktığımızda , dönen varlıkların %68’ini alacaklar , %24.3’ünü stokların oluşturduğunu görüyoruz.

İşletmenin kaynak yapısı incelendiğinde ; toplam kaynakların %58.30’unun öz kaynaklar , %25.13’ünün uzun vadeli yabancı kaynaklar ve %16.57’sinin ise kısa vadeli borçlardan oluştuğunu görüyoruz.

Dönen varlıklarla kısa vadeli borçları karşılaştırdığımızda işletmenin net çalışma sermayesinin yeterli olduğunu anlıyoruz. Diğer taraftan , duran varlıklarla öz kaynak grubu arasında bir ilişki kurduğumuzda , öz kaynakların tamamının duran varlıklara bağlanmış olduğunu , ayrıca duran varlıkların %2.5’luk bir bölümünün de uzun vadeli borçlarla finanse edildiğini saptıyoruz. Duran varlıkların devamlı sermaye ile finanse edilmesi ve devamlı sermayenin
(uzun vadeli borç + öz kaynaklar) dönen varlıklara da katkıda bulunması durumu işletmenin lehinde yorumlanabilir.

Tablo 21. Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1994 Yılı Bilançosunun Yüzde Yöntemine Göre Analizi

BİLANÇO KALEMLERİ (Milyon TL)	1994	GRUP TOPLAMINA ORANI (%)	GENEL TOPLAMA ORANI (%)
AKTİF(VARLIKLAR)			
1.DÖNEN VARLIKLAR			
A.Hazır Değerler	1,497	0.10	0.04
B.Menkul Kıymetler	0	0.00	0.00
C.Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	1,020,274	67.93	26.59
D.Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	8,368	0.56	0.22
E.Stoklar	365,724	24.35	9.53
F.Diğer Dönen Varlıklar	105,996	7.06	2.76
Dönen Varlıklar Toplamı	1,501,859	100.00	39.14
2.DURAN VARLIKLAR			
A.Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	341	0.01	0.01
B.İştirakler	117,553	5.03	3.06
C.Maddi Duran Varlıklar	2,210,100	94.63	57.60
D.Maddi Olmayan Duran Varlıklar	4,579	0.20	0.12
E.Diğer Duran Varlıklar	2,823	0.12	0.07
Duran Varlıklar Toplamı	2,335,396	100.00	60.86
AKTİF TOPLAMI	3,837,255		100.00
PASİF(KAYNAKLAR)			
1.KISA VADELİ BORÇLAR			
A.Finansal Borçlar	226,642	35.64	5.91
B.Ticari Borçlar	270,712	42.57	7.05
C.Diğer Kısa Vadeli Borçlar	18,604	2.93	0.48
D.Alınan Sipariş Avansları	521	0.08	0.02
E.Borç ve Gider Karşılıkları	119,437	18.78	3.11
Kısa Vadeli Borçlar Toplamı	635,916	100.00	16.57
2.UZUN VADELİ BORÇLAR			
A.Finansal Borçlar	657,310	68.15	17.13
B.Ticari Borçlar	274,850	28.50	7.16
C.Kıdem Tazminatı Karşılıkları	32,336	3.35	0.84
Uzun Vadeli Borçlar Toplamı	964,496	100.00	25.13
3.ÖZKAYNAKLAR			
A.Ödenmiş Sermaye	1,150,000	51.41	29.97
B.Emisyon Primi	199,528	8.92	5.20
C.Yeniden Değerleme Fonu	762,030	34.07	19.86
D.Yedek Akçeler	20,821	0.93	0.55
E.Net Dönem Kârı	104,564	4.67	2.72
Özkaynaklar Toplamı	2,236,943	100.00	58.30
PASİF TOPLAMI	3,837,355		100.00

Kaynak : Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1994 Faaliyet Raporu

**Tablo 22. Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1994 Yılı Gelir Tablosunun
Yüzde Yöntemine Göre Analizi**

GELİR TABLOSU (Milyon TL)	1994	NET SATIŞLARA ORANI (%)
A.Brüt Satışlar	5,189,332	111.47
B.Satışlardan İadeler(-)	533,929	11.47
C.Net Satışlar	4,655,403	100.00
D.Satışların Maliyeti(-)	2,326,968	49.98
Brüt Satış Kârı	2,328,435	50.02
E.Faaliyet Giderleri (-)	1,375,608	29.55
Esas Faaliyet Kârı	952,827	20.47
F.Faaliyet Dışı Gelirler	107,781	2.32
G.Faaliyet Dışı Giderler(-)	5,505	0.12
H.Finansman Giderleri (-)	903,915	19.42
Faaliyet Kârı	151,188	3.25
I.Olağanüstü Gelirler	37,701	0.81
J.Olağanüstü Giderler(-)	39,442	0.85
Dönem Kârı	149,447	3.21
K.Ödenecek Vergiler(-)	44,883	0.96
Net Dönem Kârı	104,564	2.25

Kaynak : Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1994 Faaliyet Raporu

Tablo 22'deki gelir tablosunu incelediğimizde edindiğimiz bulgular şunlardır :

1994 döneminde işletmenin brüt satış kârı %50 olarak gerçekleşmiştir. Yani maliyetler satışların yarısını götürmüştür. Faaliyet giderleri de brüt satış kârının %29.5'ünü alarak esas faaliyet kârı olarak %20.5 kalmaktadır. Yani işletmenin her 100 TL'lik net satışının 20.5 TL'si faaliyet kârı olarak işletmeye kalmaktadır.

Buradan sonra en önemli kalem %19.4 oranla finansman giderleridir. Bütün gelir ve giderler dahil edildikten sonra geriye kalan dönem kârı %3.3'tür. Dönem kârından maliyeye ödenecek olan vergi ise net satışların %1'ini oluşturarak vergi sonrası net kâr %2.3 oranında gerçekleşmektedir. İşletme bu verilere göre her 100 TL'lik satışlarından ancak 2.3 TL'lik net kâr sağlıyor demektir. Başka bir anlatımla , ortaklara dağıtabileceği veya işletmede fon olarak kullanabileceği tutar ancak her 100 TL'da 2.3 TL'dir.

2.3. EĞİLİM YÜZDELERİ YÖNTEMİ İLE ANALİZ (Trend Analizi)

2.3.1. TANIMI

Bu yöntemde ; finansal tablolarda bir yıl baz olarak kabul edilmekte ve o yıla ait tutarlar 100 kabul edilerek , bunu izleyen dönemlere ilişkin aynı tür değerlerin baz yılına göre yüzde olarak değişimi hesaplanmaktadır. Trend analizi veya indeks yöntemi ismi ile de anılan bu yöntem , işletmede dinamik analiz yapılmasına olanak vermektedir. Eğilim yüzdeleri analizinde , işletmelerin finansal tablolarında yer alan kalemlerin dönemler arasında göstermiş olduğu artış veya azalışlar saptanmakta ve bu değişikliklerin temel yıla göre oransal önemleri ortaya konularak işletmenin gelişme yönü incelenmektedir.⁵

2.3.2. FİNANSAL TABLOLARIN EĞİLİM YÜZDELERİNE GÖRE DÜZENLENMESİ

Eğilim yüzdelerinin yorumundan beklenen yararın sağlanabilmesi için , inceleme döneminin oldukça uzun tutulması uygun olur.

Tablo 23’de Sabah gazetesinin son 6 senelik bilançolarının eğilim yüzdelerine göre düzenlenmesine çalışılmıştır. Tablo 24’de ise aynı inceleme gelir tablosu için yapılmıştır.

Aktiflerde dönen ve duran varlıklar baz yılına göre hep artış göstermiştir. Dönen varlıklarla kısa vadeli borçların artış eğilimini karşılaştırdığımızda dönen varlıklardaki artışların daha fazla olduğunu görürüz. Bu durum bize baz yılına göre işletmenin net çalışma sermayesinin olumlu etkilendiğini göstermektedir.

Stoklarla satışlar karşılaştırıldığında aralarında uyum olduğu görülür. İkisi de devamlı artmıştır ama satışların artış oranı stokların artış oranından fazladır. Bu durum işletmenin lehine yorumlanabilir.

Alacaklarla satışları karşılaştırdığımızda ikisindeki artış oranının aynı doğrultuda olduğunu görüyoruz. Böyle bir durum işletmenin lehinde yorumlanır.

Duran varlıklardaki artışın ne kadarlık kısmının öz kaynaklarla finanse edildiğini incelersek sadece 1993 döneminde öz kaynakların duran varlıkların

⁵ AKDOĞAN Nalan / TENKER Nejat , a.g.e. , s.302.

tamamını karşılamaya yeterli finansal gücü olduğunu görüyoruz. Diğer hiçbir dönemde karşılamaya yetmemiştir.

Gelir tablosu verilerini incelersek ; satış hasılatı 6 senede 50 katına çıkmıştır. Satışlardan iadeler ve satışların maliyeti satış hasılatı kadar arttığı için brüt satış kârı olumsuz yönde etkilenmemiştir. Faaliyet giderlerinde de sadece 1993 dönemindeki artış oranı brüt satış kârı artış oranından yüksek olduğu için faaliyet kârı olumsuz yönde etkilenmiştir. Gelir ve giderlerden pek etkilenmeyen işletme dönem kârını hep artış yönünde sürdürmüştür. Vergiler eğer dönem kârından fazla ise net kâr olumsuz etkilenmektedir. Sadece 1992 ve 1993 dönemlerinde vergi oranı daha düşük olduğundan kâr artış oranı yükselmiştir. Özellikle 1993 yılı net kâr kaleminin temel yıla göre en fazla artış sağladığı dönem olarak görülmektedir.



Таблица 25. Сбалансированный А.С. 1989-94 года балансовый отчет и отчеты о движении средств (в млн. руб.)

BİLANÇO KALEMLERİ	1989	1990	1991	1992	1993	1994						
AKTİF(VARLIKLAR)												
A.Hazır Değerler	894	100	1984	222	3,052	341	4,647	520	4,143	463	1,497	167
B.Menkul Kıymetler	0	0	0	0	0	0	0	0	38,577	0	0	0
C.Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	11456	100	34519	301	76,480	668	26,622	232	382,928	3,343	1,020,274	8906
D.Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	832	100	1821	219	2,573	309	4,617	555	7,661	921	8,368	1006
E.Stoklar	8369	100	19187	229	40,356	482	56,081	670	185,629	2,218	365,724	4370
F.Diğer Dönen Varlıklar	2049	100	9711	474	20,727	1,012	74,382	3,630	183,673	8,964	105,996	5173
Dönen Varlıklar Toplamı	23,600	100	67,222	285	143,188	607	166,349	705	802,611	3,401	1,501,859	6364
A.Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	536	100	500	93	154	29	158	29	261	49	341	64
B.İştirakler	789	100	1204	153	20,761	2,631	3,846	487	31,381	3,977	117,553	14899
C.Maddi Duran Varlıklar	36478	100	79552	218	202,717	556	405,663	1,112	744,379	2,041	2,210,100	6059
D.Maddi Olmayan Duran Varlıklar	339	100	534	158	766	226	3,237	955	4,665	1,376	4,579	1351
E.Diğer Duran Varlıklar	63	100	462	733	947	1,503	2,431	3,859	7,622	12,098	2,823	4481
Duran Varlıklar Toplamı	38,205	100	82,252	215	225,345	590	415,335	1,087	788,308	2,063	2,335,396	6113
AKTİF TOPLAMI	61,805	100	149,474	242	368,533	596	581,684	941	1,590,919	2,574	3,837,255	6209
PASİF(KAYNAKLAR)												
A.Finansal Borçlar	16044	100	44659	278	68,615	428	11,297	70	37,371	233	226,642	1413
B.Ticari Borçlar	2623	100	8793	335	17,569	670	120,890	4,609	236,317	9,009	270,712	10321
C.Diğer Kısa Vadeli Borçlar	793	100	898	113	2,679	338	4,951	624	9,022	1,138	18,604	2346
D.Alınan Sipariş Avansları	202	100	290	144	331	164	661	327	71	35	521	258
E.Borç ve Gider Karşılıkları	3690	100	10219	277	23,998	650	18,696	507	40,711	1,103	119,437	3237
Kısa Vadeli Borçlar Toplamı	23,352	100	64,859	278	113,192	485	156,495	670	323,492	1,385	635,916	2723
A.Finansal Borçlar	19887	100	16648	84	81,714	411	48,516	244	57,858	291	657,310	3305
B.Ticari Borçlar	0	0	0	0	0	0	103,865	0	149,362	0	274,850	0
C.Kıdem Tazminatı Karşılıkları	0	0	1163	0	4,794	0	11,476	0	21,219	0	32,336	0
Uzun Vadeli Borçlar Toplamı	19,887	100	17,811	90	86,508	435	163,857	824	228,439	1,149	964,496	4850
A.Ödenmiş Sermaye	12000	100	48000	400	100,800	840	146,160	1,218	500,000	4,167	1,150,000	9583
B.Emisyon Primi	0	0	0	0	297	0	297	0	199,380	0	199,528	0
C.Yeniden Değerleme Fonu	3070	100	6090	198	37,087	1,208	72,472	2,361	171,448	5,585	762,030	24822
D.Yedek Akçeler	838	100	1165	139	11,580	1,382	3,950	471	6,962	831	20,821	2485
E.Net Dönem Kân	2658	100	11549	434	19,069	717	38,454	1,447	161,198	6,065	104,564	3934
Özkaynaklar Toplamı	18,566	100	66,804	360	168,833	909	261,333	1,408	1,038,988	5,596	2,236,943	12049
PASİF TOPLAMI	61,805	100	149,474	242	368,533	596	581,685	941	1,590,919	2,574	3,837,355	6209

Kaynak : IMKB 1994 Şirketler Yıllığı

GELİR TABLOSU	1989	1990	1991	1992	1993	1994						
A.Brüt Satışlar	102056	100	258510	253	626,326	614	1,443,940	1,415	3,185,385	3,121	5,189,332	5085
B.Satışlardan İndelere(-)	10848	100	23886	220	57,131	527	137,610	1,269	317,041	2,923	533,929	4922
C.Net Satışlar	91,208	100	234,624	257	569,195	624	1,306,330	1,432	2,868,344	3,145	4,655,403	5104
D.Satışların Maliyeti(-)	55885	100	132675	237	340,499	609	806,858	1,444	1,713,060	3,065	2,326,968	4164
Brüt Satış Kârı	35,323	100	101,949	289	228,696	647	499,472	1,414	1,155,284	3,271	2,328,435	6592
E.Faaliyet Giderleri (-)	21088	100	57643	273	129,342	613	342,479	1,624	883,102	4,188	1,375,608	6523
Esas Faaliyet Kârı	14,235	100	44,306	311	99,354	698	156,993	1,103	272,182	1,912	952,827	6694
F.Faaliyet Dışı Gelirler	424	100	286	67	6	1	1,265	298	15,170	3,578	107,781	25420
G.Faaliyet Dışı Giderler(-)	599	100	190	32	0	0	0	0	2,377	397	5,505	919
H.Finansman Giderleri (-)	10952	100	26798	245	74,413	679	115,264	1,052	148,425	1,355	903,915	8253
Faaliyet Kârı	3,108	100	17,604	566	24,947	803	42,994	1,383	136,550	4,394	151,188	4864
İ.Olağanüstü Gelirler	0	0	1626	0	5,039	0	3,657	0	52,689	0	37,701	0
J.Olağanüstü Giderler(-)	0	0	2411	0	2,822	0	2,890	0	6,739	0	39,442	0
Dönem Kârı	3,108	100	16,819	541	27,164	874	43,761	1,408	182,500	5,872	149,447	4808
K.Ödenecek Vergiler(-)	450	100	5270	1171	8,095	1,799	5,307	1,179	21,302	4,734	44,883	9974
Net Dönem Kârı	2,658	100	11,549	434	19,069	717	38,454	1,447	161,198	6,065	104,564	3934

Kaynak : İMKB 1994 Şirketler Yıllığı

2.4. ORANLAR YÖNTEMİ İLE ANALİZ

2.4.1. TANIMI

Finansal tablolar analizinde kullanılan en yaygın yöntemlerden birisi de oran yöntemi ile analiz tekniğidir. Mali tablolarda yer alan iki kalem arasındaki ilişkinin basit matematik ifadesine oran (ratio) denilmektedir.

Bu analiz tekniğinde , finansal tablolardaki kalemler arasındaki anlamlı ilişkiler, birbirinin yüzdesi veya birkaç katı olarak belirtilmektedir. “ Rasyo yöntemi ile analiz “ biçiminde adlandırılan bu yöntemde , hesap veya hesap grupları arasında matematiksel ilişkiler kurulmak suretiyle işletmenin , ekonomik ve mali yapısı ile kârlılık , çalışma durumu hakkında bir yargıya ulaşılmaya çalışılmaktadır.⁶

2.4.2. ANALİZDE KULLANILACAK ORANLAR

Oranlar çeşitli kıstaslara göre , farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır.

- i) Likidite durumunun analizinde kullanılan oranlar (Likidite oranları)
- ii) Mali bünye (finansal yapı) analizinde kullanılan oranlar
- iii) Çalışma durumunun analizinde kullanılan oranlar (Faaliyet oranları)
- iv) Kârın ölçülmesinde ve analizinde kullanılan oranlar

2.4.2.1. LİKİDİTE DURUMUNUN ANALİZİNDE KULLANILAN ORANLAR (LİKİDİTE ORANLARI)

İşletmenin cari durumunun , diğer bir deyişle , likidite durumunun analizinde likidite oranlarından yararlanılmaktadır. Likidite oranları ; işletmenin parasal durumunu göstererek , vadesi gelen borçların ödenme olanaklarını saptamaya yardım eder. Başka bir anlatımla , bu oranlar işletmenin kısa vadeli borçlarını ödeyebilme yeteneğinin ölçülmesinde ve çalışma sermayesinin yeterli olup olmadığının belirlenmesinde kullanılır.

Bir işletmenin kısa süreli borçlarını ödemede kullanabileceği kaynaklar , bilançonun dönen varlıklar bölümünde yer alır. Borç ödeme gücünün saptanmasında , işletmenin dönen varlıkları ile kısa vadeli borçları arasındaki ilişkiler analiz edilir.

⁶ Ayrıntılı bilgi için bkz. BERK Doç.Dr.Niyazi , *Finansal Yönetim* , Bilim Teknik Yayınevi , İstanbul 1990 , Bölüm 1 s.20-40

2.4.2.2. MALİ BÜNYE (FİNANSAL YAPI) ANALİZİNDE KULLANILAN ORANLAR

İşletmenin kaynak yapısının ve uzun vadeli borç ödeme gücünün ölçülmesinde kullanılan oranlar bu grupta toplanmaktadır. Başka bir anlatımla; işletmenin öz kaynağının yeterli olup olmadığı , kaynak yapısı içinde borç ve öz kaynağın dengesi ve öz kaynak olarak yatırılan fonların ne tür dönen varlık yada duran varlıklara kullanıldığının ölçülmesinde kullanılan oranlardır. İşletmenin gerek uzun vadeli borçlarının anapara ve faizlerinin ödenip ödenemeyeceğinin analizinde gerekse kaynaklardan yararlanma derecesinin belirlenmesinde bu oranlardan yararlanılmaktadır.

Bir işletmenin mali bünyesine (finansal yapısına) ilişkin oranlar değerlendirilirken ;

- Satışların istikrarlı olup olmadığına
- Hammadde fiyatlarının kararlılığına
- Faaliyette bulunduğu endüstri kolundaki rekabet koşullarına
- Hammadde kaynaklarını ve mal piyasalarını kontrol etme olanağına
- Ürünlerinin geniş bir müşteri kitlesi tarafından benimsenme imkanına
- Likit fonlarının yeterliliğine
- İşçi - işveren ilişkilerine
- Yönetim kadrosunun yeteneklerine
- Kullandığı teknolojiye
- Varlıkların yeniden değerlendirmeye tabi tutulup tutulmadığına bakılmalıdır.

2.4.2.3. ÇALIŞMA DURUMUNUN ANALİZİNDE KULLANILAN ORANLAR

İşletmenin çalışma durumunun analizinde , işletme faaliyetlerinde kullanılan varlıkların etkili bir biçimde kullanılıp kullanılmadığı ölçülmektedir. Varlıkların kullanılmaları sırasındaki etkinlik derecesini gösteren bu oranlara ; faaliyet oranları , verimlilik oranları veya devir hızı oranları denilmektedir.

2.4.2.4. KÂRLILIK ORANLARI

İşletmenin gerek bir bütün olarak tüm faaliyetlerinde kârlı çalışıp çalışmadığının belirlenmesinde gerekse her bir temel faaliyetinin verimliliğinin ölçülüp değerlendirilmesinde bu oranlardan yararlanılır. Kârlılık oranları ile , işletmenin geçmişteki kazanç gücü ve faaliyetlerinin etkinlik derecesi değerlendirilir.

Tablo 25. Sabah Yayıncılık A.Ş.'nin 1989-94 Yıllarına Ait Finansal Oranları

	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Cari Oran	1.01	1.04	1.27	1.06	2.48	2.36
Likidite Oran	0.66	0.74	0.91	0.7	1.91	1.79
Nakit Oranı	0.03	0.03	0.02	0.03	0.01	0.002
Alacak Devir Hızı	7.96	6.80	7.44	49.07	7.49	4.56
Stok Devir Hızı	6.68	6.91	8.44	14.39	9.23	6.36
Topl.Borç/ Özsermaye	2.33	1.24	1.18	1.23	0.53	0.71
Topl. Borç/Topl. Aktif	0.70	0.55	0.54	0.55	0.35	0.42
K.V.B./Toplam Borç	0.54	0.78	0.57	0.49	0.59	0.40
Net Kâr/Toplam Aktif	0.04	0.08	0.05	0.07	0.10	0.03
Özkaynak/Toplam Aktif	0.30	0.44	0.46	0.45	0.65	0.58
Netİşl.Serm.(milyon TL)	248	2.363	29.996	9.855	479.119	866.043
Brüt Satış Kârı/Net Satışlar	0.39	0.43	0.40	0.38	0.40	0.5
Net Kâr/Net Satışlar	0.03	0.05	0.03	0.03	0.05	0.02
Net Kâr/Özsermaye	0.14	0.17	0.11	0.14	0.15	0.04
Ödenmiş Ser/Özsermaye	0.65	0.72	0.60	0.56	0.48	0.51
K.V.B./Aktif Top.	0.38	0.43	0.31	0.27	0.20	0.16

Kaynak : IMKB 1994 Şirketler Yılığ

BÖLÜM IV

SABAH VE HÜRRİYET GAZETELERİNİN FİNANSAL TABLOLARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Türk basın sektörünün iki önemli rakibi SABAH ve HÜRRİYET gazetelerinin 31 Aralık 1994 tarihi itibarıyla açıkladıkları bilanço ve gelir tablolarından yararlanarak hazırlanan finansal analiz karşılaştırması , gazetelerin mali yapılarında ortaya çıkan olumlu veya olumsuz ortak özelliklerin birarada incelenip değerlendirilerek doğru sonuçlara varmamızı mümkün kılacaktır.

1. BİLANÇOLARIN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Bilanço kalemlerini en genel ifade ile iki ana grupta analiz etmek mümkündür :

- i. Varlık Yapısı Analizi
- ii. Finansal (Mali) Yapı Analizi

1.1. VARLIK YAPISI ANALİZİ

İşletmelerin varlık yapısını dönen ve duran varlıklar oluşturur. Bu oluşum , işletmelerin çalışmasını doğrudan etkiler.

1.1.1. DÖNEN VARLIKLARIN ANALİZİ

Hazır değerler yani kasa ve banka mevcudu incelendiğinde iki gazete arasındaki farkın çok fazla olduğu görülmektedir. Çeşitli nedenlerle Hürriyet gazetesi elinde fazla para tutmaktadır. Bunlar ;

- Tahsil edilmemiş çekler
- Bankalardan sağlanan kısa süreli krediler
- Peşin alınması gereken hammadde ihtiyacı olabilir.

Menkul kıymetler incelendiğinde Sabah gazetesi 0 olmasına rağmen Hürriyet'in 858 milyar TL olması dikkat çekicidir. Geçici yatırım olarak nitelendirilen bu bilanço kalemi , atıl olarak kalabilecek para fazlasının gelir getirmesi amacı ile menkul değerlere (devlet tahvili ve kısa süreli hazine bonosu) yatırılması amacıyla

değerlendirilir. Demek ki Hürriyet gazetesi elindeki bütün nakit fazlasını geçici olarak değerlendirmeye almıştır.

Dönen varlıklar içinde önemli bir yeri olan alacaklar , satıştan doğan alacaklardır. Bu da genellikle esas faaliyet döneminde paraya çevrilmesi sözkonusu olmayan alacakları kapsar. Gazetelerin yaptıkları satışların gelirleri , İstanbul içi dağıtımında 7 gün , Anadolu'ya yapılan dağıtımında 15-20 gün sonra gerçekleşebilmektedir. Bu yüzden sene sonunda yapılan satışlardan dolayı biriken alacaklar oluşmaktadır.

Sabah gazetesinin stoklar kalemi Hürriyet gazetesine göre dönen varlıklar içinde daha önemli bir yer almaktadır. Basın sektöründe gazete stoğu olamayacağından stoklardan anlamamız gereken hammadde stoğudur. Gazetenin en önemli hammaddesi olan kağıt , gerek SEKA'dan gerekse ithal yoluyla temin edilerek büyük depolarda stoklanmaktadır. Günümüzde basın işletmelerinin gazete yanında çeşitli dergi ve yayınlarla yaptığı hizmetler gazete kağıdı kadar kuşe kağıdın da gereksinimini arttırmaktadır. Sabah gazetesinin yayınlarının daha fazla olduğunu düşünürsek kağıt ihtiyacının ve dolayısıyla stokların daha fazla olması normaldir.

Diğer dönen varlıklar adı altında incelememiz gereken , gelecek aylara ait olup şimdiden peşin ödenen giderler ile indirilecek Katma Değer Vergisidir. Her iki gazetede de aynı oranlarda önemlidir.

Dönen varlıklar / Tüm varlıklar oranına “ iş yoğunluk katsayısı “ da denilmektedir. Sabah gazetesi için bu oran %39 , Hürriyet gazetesi için ise %48 dir.

1.1.2. DURAN VARLIKLARIN ANALİZİ

Genellikle duran varlık kalemleri arasında en önemli yeri alan maddi duran varlıklar , incelediğimiz gazete işletmelerinde de önem oranı en fazla olan kalemdir. Maddi duran varlıklar ; işletmenin esas faaliyetinde bir yıldan daha uzun süreli olarak kullanılan , aşınma ve yıpranmaya uğrayan , kolaylıkla paraya çevrilemeyen ve tekrar satılmak amacı ile elde edilmemiş fiziki varlıkları ifade eder. Makine ve teçhizat alımlarıyla yaptıkları büyük kapsamlı yatırımlar bu kalemi oluşturmaktadır. Kapasite arttırmak yada gelişen teknolojiye ayak uydurmak amacıyla gazete işletmelerinin makine ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır. Türkiye'nin belli başlı şehirlerinde kurulu olan gazetelere ait tesisler de bu tür yatırımlara gereksinim duymaktadırlar.

Duran varlıklar / Tüm varlıklar oranına “sabit varlık yoğunluk katsayısı” da denir. Sabah gazetesi için bu oran %61 , Hürriyet gazetesi için ise %52’dir.

1.2. FİNANSAL (MALİ) YAPI ANALİZİ

İşletmelerin mali yapısı , kaynaklarını oluşturan kısa ve uzun vadeli borçlar ile özsermayeden meydana gelir. Sermaye yapısı olarak da nitelendirilen finansal yapı , varlık yapısıyla sıkı sıkıya bağlantılıdır. Hatta varlık oluşumu , sermaye oluşumunu belirleyen önemli bir etkidir. Varlıklardaki değişme , sonuçta kaynak tutarını da değiştirecektir. Ancak mali yapıda önemli olan , sermayenin bileşiminin belirlenmesidir.

1.2.1. KISA VADELİ BORÇLARIN ANALİZİ

Bilançonun düzenlendiği tarihten itibaren bir yıl içinde para veya paradan başka değerlerle (mal ve hizmetlerle) ödenmesi gereken yükümlülükler kısa vadeli borçlar olarak tanımlanır.

Finansal borçlar olarak tanımlanan kalem , vadesi bir yıldan kısa süreli banka kredileri ile uzun vadeli banka kredilerinin anapara taksitlerini kapsar. Hürriyet gazetesinin bu tip borcu Sabah gazetesine göre daha fazladır. Zaten dönen varlıkları incelersek kasa ve banka mevcudunda banka kredilerine çok başvurulduğu gözlemlenmişti. Böyle olunca borçlar ve taksitler yığılmaktadır.

Ticari borçlar , firmaların kredili mal , hammadde veya malzeme alımları dolayısıyla gelecek hesap döneminde satıcılara ödenmesi gereken borçlarını kapsar. Gazete işletmelerinde ithal edilen gazete kağıdı ve makine alımları kabul kredili akreditifler şeklinde ödemeleri gerçekleşmektedir. Dokuz aya kadar uzayan ödemeler bu bilanço kaleminin içinde gözükmektedir. Her iki işletme aynı düzeylerde borca sahiptir.

Kısa vadeli borç / Kaynaklar oranı Sabah gazetesinde %17 , Hürriyet gazetesinde %23’tür.

1.2.2. UZUN VADELİ BORÇLARIN ANALİZİ

Firmanın bir yıldan daha uzun sürede ödenmesi gereken yükümlülüklerini kapsar. Firmalar ,

i. duran varlıklara yatırım

ii. net işletme sermayesini arttırma

iii. kısa vadeli borçlarını karşılama amacı ile uzun vadeli yabancı kaynak sağlama yoluna giderler.

Orta ve uzun vadeli banka kredilerini kapsayan finansal borçlar , her iki gazete işletmesi için de en önemli yeri teşkil etmektedir. Özellikle Hürriyet gazetesi banka kredilerine çok sık başvurduğu için borcu da o oranda artmaktadır.

Uzun vadeli borç sağlamada kullanılan başlıca menkul kıymet tahvildir. Özellikle hisse senedine çevrilebilir tahvil şirketler tarafından talep edilmektedir. Yurtiçindeki banka ve ticari kuruluşlardan temin edilen kredilerden başka yurtdışındaki bankalardan veya finansal kuruluşlardan kredi alımı olabilmektedir. (Örneğin Sabah gazetesinin IFC'den aldığı kredi gibi)

Uzun vadeli satıcı kredileri ise (ticari borçlar) , örneğin makineyi temin ettiğimiz şirketin 2 veya daha uzun süre içerisinde mal bedelini faizi ile geri ödeme taahhütü ile firmamıza sağladığı bir ödeme kolaylığı olarak karşımıza çıkar. Sabah gazetesinin bu tip borçları daha fazladır. (Örneğin Sabah gazetesinin Koenig & Bauer firmasından aldığı kredi gibi)

Uzun vadeli borç / Kaynaklar oranı Sabah gazetesinde %25 , Hürriyet gazetesinde %28'dir. Toplam borçlar / Kaynaklar oranı ise Sabah gazetesinde %42 , Hürriyet gazetesinde %52'dir.

1.2.3. ÖZSERMAYENİN ANALİZİ

Bir firmanın özsermayesi , net varlık (aktif) tutarı ile borçları arasındaki olumlu farktır. Yani borçtan yararlanma olanakları fazla olan işletmelerde özsermaye daha az olabilir.

Ödenmiş sermaye , nominal sermayenin şirket ortakları tarafından fiilen işletmeye yatırılmış kısmını gösterir. Her iki gazete işletmesinde de 1 trilyonun üzerinde ödenmiş sermaye mevcuttur.

Yeniden değerlendirme değer artışlarının (değer artış fonu) , yeniden değerlendirme yapan kurumlara iştirak eden işletmelerin aktifinde bedelsiz hisse senedi veya iştirak payı nedeniyle meydana gelen değer artışlarının , bilançonun pasifinde ayrı bir özel fon hesabında gösterilmesi gerekir. Örneğimizde öz kaynakların içinde önemli bir yeri vardır. Gazetelerin değer artış fonu kalemlerinin yüksek olmasının bir başka nedeni de maddi duran varlıklara yaptıkları yatırımlardır. Bu yatırımlar ancak bir sonraki yılda görülmektedir. Yani 1993 yılında yapılan sabit varlık yatırımları ancak 1994 yılının değer artış fonunda görülmektedir.

Net dönem kârı / zararı incelendiğinde Hürriyet'teki zarar dikkati çekmektedir. İşletmelerde her zaman kâr elde edilecek diye bir kural yoktur. Amaç hernekadar kâr elde etmek ise de giderler planlanan gelirlerden fazla olduğunda zarar edilmesi kaçınılmazdır.

Özsermaye / Toplam kaynaklar oranı Sabah gazetesinde %58 , Hürriyet gazetesinde %48'dir.

2. GELİR TABLOLARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Gelirlerle giderlerin tasnifli bir şekilde gösterildiği kâr/zarar tablosu da denilen gelir tablosu analizi ; firmanın izleyeceği yatırım , pazarlama , üretim , finansman politikalarına ilişkin karar almada yardımcı olmaktadır.

İlk bakışta Hürriyet gazetesinin satış gelirleri daha yüksek görünmekle birlikte net satışları aynı seviyededir.

Faaliyet giderleri içinde yer alan genel yönetim giderleri ; pazarlama , satış ve dağıtım giderleri , araştırma ve geliştirme giderleri Hürriyet gazetesinde daha fazla olduğundan esas faaliyet kârı Sabah'a göre daha düşüktür.

Firmanın kullandığı yabancı kaynaklarla ilgili olarak katlanılan ve duran varlıkların maliyetine eklenmemiş olan faiz ve benzeri giderleri kapsayan finansman giderleri Hürriyet'te daha fazla olduğundan faaliyet kârı zarara dönmüştür. Bunların sonucunda vergi öncesi kâr Sabah'ta 149 milyar olurken Hürriyet'te zarar 649 milyara

ulaşmıştır. Vergi kanunlarına göre gelir üzerinden ödenmesi gereken vergiler düşüldükten sonra Sabah gazetesinin net kârı 104 milyar 564 milyon olmuştur.

3. FİNANSAL ORANLARIN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

3.1. LİKİDİTE ORANLARI ANALİZİ

En önemli finansal oranlardan biri cari orandır. Bu oran , işletmenin kısa süreli borçlarını ödeme gücünü ölçerek net işletme sermayesinin yeterli olup olmadığını ortaya koyar. Sabah - Hürriyet karşılaştırmasında net işletme sermayesi Hürriyet'in daha fazla iken Sabah'ın kısa süreli borçlarını ödeme gücü daha yüksektir.

Likidite oranı , kasasında nakit para bulunduran Hürriyet'in daha yüksektir.

Nakit oranı arasında oluşan bu büyük fark , Sabah'ın menkul kıymetlerinin 0 olmasından kaynaklanmaktadır.

3.2. FİNANSAL YAPI ORANLARI ANALİZİ

Borçlar / Aktif toplamı (Kaldıraç oranı) Hürriyet'in daha fazladır. Oranın yüksek olması , kredi verenler açısından emniyet marjının dar olduğunu, işletmenin faiz ve borçlarını ödeyememe nedeniyle mali yönden zor durumlara düşme olasılığının yüksek olduğunu gösterir.

Öz kaynaklar / Aktif toplamı , işletmenin uzun vadeli borç ödeme gücünü ortaya koyar. Oranın yüksek olması işletmenin lehine bir durumdur. Görüldüğü gibi Sabah bu durumda avantajlı olmaktadır. İşletmeye kredi verenler açısından olumlu bir durum sözkonusudur.

Özsermaye / Borçlar oranı 1'in üstünde olan Sabah gazetesi kendi öz kaynaklarıyla finansman ihtiyacını karşıladığını kanıtlamaktadır. Hürriyet gazetesi örneğindeki gibi işletmeye kredi verenlerin işletme sahiplerine kıyasla işletmeye daha fazla yatırımda bulunmuş olmaları işletmeyi ağır bir faiz yükü altında bırakarak alacaklılar için az bir güvence doğurmaktadır.

Diğer borçlanma oranlarının hepsinde Hürriyet gazetesi daha yüksek oranlar elde etmiştir. Bu da işletmenin lehine bir durum ortaya koymaktadır.

3.3. FAALİYET ORANLARI ANALİZİ

Stok devir hızı , işletmenin stoklarının ne kadar süratle paraya çevrildiğini gösterir. Eğer bu oran yüksekse kaynaklar daha kısa süre ile stoklara bağlanmış olacağından işletme daha az işletme sermayesine gereksinme duyar. Örneğimizde Hürriyet'in stok devir hızı Sabah'ın 3 katıdır. Bu demektir ki , Hürriyet satış hacmini genişletmek için yönetim ve satış giderlerindeki artışa göz yummuş ve düşük bir faaliyet kârına razı olmuştur.

Alacak devir hızı ise alacakların çabuk tahsil edilebilme kolaylığını gösterir. Her iki yayın kuruluşunun oranı aynı seviyelerdedir.

Net satış tutarının maddi duran varlıklara oranı olan maddi duran varlıklar devir hızı , firmanın sözkonusu değerlere aşırı yatırım yapıp yapmadığını , işletmede atıl kapasite olup olmadığını araştırmak için kullanılan bir ölçüdür. İşletmelerin oranları aynıdır.

3.4. KÂRLILIK ORANLARI ANALİZİ

Hürriyet gazetesi faaliyet dönemini zararla kapattığı için oranlar hep eksi (-) değer vermektedir. Sadece brüt satış kârı / net satışlar pozitif bir tablo oluşturmuştur. Bu oranı da hem kendi içinde birbirini izleyen seneler itibarıyla hem de Sabah gazetesinin değerleriyle karşılaştıralım:

Tablo 26. 1989-94 Yılları Hürriyet ile Sabah Gazetelerinin Brüt Satış Kârı/ Net Satışlar Oranını Gösteren Tablo

	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Hürriyet	0.30	0.42	0.35	0.42	0.53	0.55
Sabah	0.39	0.43	0.40	0.38	0.40	0.50

Kaynak : IMKB Şirketler Yıllığı 1994

1991 senesi her iki gazete içinde olumsuz olmuştur. O sene yaşanan Körfez Krizinin etkisi olmuş olabilir. 1992'den itibaren her iki gazetede artış görülmektedir.

Tablo 27. Sabah ve Hürriyet Gazetelerinin 31.12.1994 Tarihli Bilançoları

BİLANÇO KALEMLERİ	SABAH	HÜRRİYET
AKTİF(VARLIKLAR)		
1.DÖNEN VARLIKLAR		
A.Hazır Değerler	1,597	118,788
B.Menkul Kıymetler	0	858,743
C.Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	1,020,274	893,013
D.Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	8,368	15,439
E.Stoklar	365,724	108,208
F.Diğer Dönen Varlıklar	105,996	161,635
Dönen Varlıklar Toplamı	1,501,959	2,155,826
2.DURAN VARLIKLAR		
A.Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	341	949
B.İştirakler	117,553	108,755
C.Maddi Duran Varlıklar	2,210,100	2,161,655
D.Maddi Olmayan Duran Varlıklar	4,579	17,664
E.Diğer Duran Varlıklar	2,823	3,746
Duran Varlıklar Toplamı	2,335,396	2,292,769
AKTİF TOPLAMI	3,837,355	4,448,595
PASİF(KAYNAKLAR)		
1.KISA VADELİ BORÇLAR		
A.Finansal Borçlar	226,642	639,167
B.Ticari Borçlar	270,712	263,803
C.Diğer Kısa Vadeli Borçlar	18,604	26,140
D.Alınan Sipariş Avansları	521	0
E.Borç ve Gider Karşılıkları	119,437	109,571
Kısa Vadeli Borçlar Toplamı	635,916	1,038,681
2.UZUN VADELİ BORÇLAR		
A.Finansal Borçlar	657,310	1,183,167
B.Ticari Borçlar	274,850	64,000
C.Kıdem Tazminatı Karşılıkları	32,336	15,207
Uzun Vadeli Borçlar Toplamı	964,496	1,262,374
3.ÖZKAYNAKLAR		
A.Ödenmiş Sermaye	1,150,000	1,969,157
B.Emisyon Primi	199,528	5,419
C.Yeniden Değerleme Fonu	762,030	810,472
D.Yedek Akçeler	20,821	11,532
E.Net Dönem Kârı	104,564	-649,040
Özkaynak Toplamı	2,236,943	2,147,540
PASİF TOPLAMI	3,837,355	4,448,595

Kaynak : İlgili Şirketlerin 1994 Faaliyet Raporları

Tablo 28. Sabah ve Hürriyet Gazetelerinin 31.12.1994 Tarihli Gelir Tabloları

GELİR TABLOSU	SABAH	HÜRRİYET
A.Brüt Satışlar	5,189,332	7,216,268
B.Satışlardan İadeler(-)	533,929	2,833,919
C.Net Satışlar	4,655,403	4,382,349
D.Satışların Maliyeti(-)	2,326,968	1,974,792
Brüt Satış Kârı	2,328,435	2,407,557
E.Faaliyet Giderleri (-)	1,375,608	1,971,134
Esas Faaliyet Kârı	952,827	436,423
F.Faaliyet Dışı Gelirler	107,781	207,355
G.Faaliyet Dışı Giderler(-)	5,505	66,464
H.Finansman Giderleri (-)	903,915	1,254,394
Faaliyet Kârı/Zararı	151,188	-677,080
I.Olağanüstü Gelirler	37,701	82,332
J.Olağanüstü Giderler(-)	39,442	54,292
Dönem Kârı/Zararı	149,447	-649,040
K.Ödenecek Vergiler(-)	44,883	0
Net Dönem Kârı/Zararı	104,564	-649,040

Kaynak : İlgili Şirketlerin 1994 Faaliyet Raporları

Tablo 29. Sabah ve Hürriyet Gazetelerinin 31.12.1994 İtibarıyla Finansal Oranları

FİNANSAL ORANLAR	SABAH	HÜRRİYET
Net İşletme Serm. (Milyon TL)	866.043	1.117.145
LİKİDİTE ORANLARI		
1- Cari Oran	2.36	2.07
2- Likidite Oranı	1.79	1.97
3- Nakit Oran	0.002	0.94
FİNANSAL YAPI ORANLARI		
1- Borçlar / Aktifler	0.42	0.52
2- Özsermaye / Aktifler	0.58	0.48
3- Özsermaye / Borçlar	1.40	0.93
4- KVB / Pasifler	0.16	0.23
5- UVB / Pasifler	0.25	0.28
6- KVB / Borçlar	0.40	0.45
FAALİYET ORANLARI		
1- Stok Devir Hızı	6.36	18.25
2- Alacak Devir Hızı	4.56	4.91
3- Maddi Duran Varl. Devir Hızı	2.11	2.03
KÂRLILIK ORANLARI		
1- Brüt Satış Kârı / Net Satışlar	0.50	0.55
2- Faaliyet Kârı / Net Satışlar	0.03	(0.15)
3- Net Kâr / Net Satışlar	0.02	(0.15)
4- Net Kâr / Özsermaye	0.05	(0.30)
5- Net Kâr / Aktifler	0.03	(0.15)

Kaynak : İlgili Şirketlerin 1994 Faaliyet Raporları

BÖLÜM V

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kitle iletişimi , bir toplumun düşünce ve davranışlarını yönlendirerek bütünleştirmede etkili faktörlerin başında gelir. Bu çalışmada örneklerle açıklanan basın işletmeleri , kitle iletişimi gerçekleştiren organizasyonların en eskisi ve en yaygınıdır.

XV. yüzyılda Avrupa’da matbaanın icadı ile başlayan basım hareketlerinin günümüze kadar sayılarının artması , sınaî kuruluş organizasyonunu gerekli kılmıştır. Bu gelişmelerin sonucunda basın işletmeciliği günümüzdeki düzeyine ulaşmıştır.

Toplumu yöneten ve yönlendiren bir güç olma konumundaki basın sektörü , giderek hızla büyüyen ülkemizde okur - yazar oranının ve şehirlerde artmasıyla birlikte önem kazanmıştır. Öte yandan erken basılıp devamlı gelişme gösteren dağıtım örgütü ile ülke geneline hitabetmesine rağmen , Türk kamuoyunun tamamına ulaşmada bazı güçlükler sebep olmaktadır. Ancak basın işletmelerindeki 24 saate sığdırılan haber → bilgi → işleme → basım → okuyucuya ulaşma şeklindeki faaliyet zincirinin aksamadan sürdürülmesi zorunluluğu basın işletmelerini diğer mal ve hizmet üreten işletmelerden ayırmaktadır. Gazete üretiminde zamana karşı çabalama sözkonusudur. Bu yüzden günlük gazeteyi “ en kısa ömürlü ürün “ diye tanımlamak mümkündür.

Basın işletmelerini ve gazeteyi tanıtıcı bu açıklamalardan sonra sözkonusu işletmelerin finansal yapı ve sorunlarının belirlenmesi gerekir.

Basın işletmelerinin en önemli sorunu maliyetlerin yüksekliğidir. Son yıllarda yapılan büyük teknolojik yatırımlar finansman sorununu ortaya koymuştur. Maliyeti arttıran dolayısıyla mali yapıyı en çok etkileyen unsurlardan biri gazetenin ana girdisini oluşturan kağıttır. Giderlerin büyük bir kısmını teşkil eden kağıt diğer hammadde mürekkep ile maliyetlere doğrudan yansır. Satış gelirlerini doğrudan , ilan gelirlerini ise dolaylı olarak etkiler. SEKA’nın yetersiz üretimi basın işletmelerini ithal kağıt alımlarına yöneltmiş , dolayısıyla maliyet artışları kaçınılmaz olmuştur.

Türk basın sektörünün diğer önemli bir sorunu da para tahsilinin yavaş olmasına neden olan yüksek maliyetli dağıtım şeklidir. Dağıtımda nihai amaç , azami hız - asgari maliyet dengesini sağlamaktır. (vakit - nakit dengesini optimumda tutabilmek) Günümüzde BBD ile Yay - Sat birbirlerine rakip dağıtım şirketleri olma

özelliklerini kullanarak ülke genelinde dağıtım ağını ellerinde tutmaktadırlar. Satışlardan iadelerin her geçen sene yükselmesi doğrudan dağıtım kanalının kullanılmamasının bir sonucu olabilir.

Gazete işletmelerinin maliyet giderleri içinde hızla yükselen diğer bir kalem de promosyon giderleridir. Önceleri kitap , sözlük , ansiklopedi gibi eğitime yönelik promosyon faaliyetleri içinde bulunan basın işletmeleri oluşan rekabetin etkisiyle promosyon zincirini genişletmiştir. Bu sayede gerçekleşen gazetelerin tiraj artışları daha çok birbirlerinin pazarından okuyucu transferi olarak adlandırılabilir. Aslında gerçek gazetecilik anlayışı olan doğru haber yayınlama giderek maximum kara ulaşma şeklinde değişmektedir. Zaten Türkiye genel olarak Dünya’da en az gazete okunan ülkelerden biridir. Her bin kişiden ancak 56 kişiye (1992 verileri) gazete satılmaktadır. Bu oran UNESCO’nun kabul etmiş olduğu “ gelişmişlik “ sınırının altında kalmaktadır. UNESCO’ya göre ; bir ülkenin gelişmiş kabul edilebilmesi için gerekli ölçütlerden biri , o ülkede her bin kişiden en az 100 kişiye gazete satılmasıdır.

Yapılan promosyonlarla elde edilen satış hasılatı hem satılan gazete adedinin hemde gazete fiyatının etkisi altındadır. Basın işletmelerinin en önemli finansman kaynağı olan satış geliri reklam - ilan gelirleriyle bütünlük halindedir. Her geçen sene reklam gelirleri önemini daha çok vurgulayarak satış gelirlerinin toplam gelirler içindeki oranını düşürmektedir. Gazetenin reklam konusunda en büyük rakibi olan televizyon görsel yayıncılık anlayışıyla toplumla direk bağlantı kurarak etkileme olanağı daha fazladır. Gazete ise daha çok küçük ilanlarla halkın ilgisini çekebilmektedir.

Basın işletmelerinin ekonomik güçlüklerinin temel nedeni , özsermaye ve toplam ciro ile oranlanamayacak düzeyde düşük kar ile çalışmasıdır. Bunu sayısal olarak ifade etmek gerekirse ; sözgelimi Mart 1995 itibarıyla Sabah gazetesi toplam cirosu 415 milyar , özsermayesi 2 trilyon iken net dönem karı 104 milyardır. Hatta Hürriyet gazetesi 1994 yılını zararla kapatarak tarihinde yaşamadığı bir olayı gerçekleştirmiştir. Aslında 1994 yılı Hürriyet gazetesi açısından büyük değişikliklerle dolu geçmiştir. Büyük bölümünün Doğan grubuna katılması işletmeyi temelden sarsmıştır. Okuyucu açısından bakıldığında rakip bir grubun parçası olmak ister istemez halkın geri adım atmasına yolaçmıştır. Hem satışlar hemde reklam gelirleri düşüş eğilimi göstermiştir. Ödemekle yükümlü olduğu borçları yüzünden dönemi zararla kapatmıştır.

Çalışmanın ortaya koyduğu en önemli sonuç , Türk basın sektörüne Sabah ve Doğan gruplarının hakim olmasıdır. Grubun yoğunlaşması artarken , iki dev kuruluşa rakip olabilecek yeni basın işletmeleri kurulamamaktadır. En son Sabah grubuna katılan Ateş gazetesi 1995 yılının son aylarında yayın hayatına başlamış , Gün gazetesi ise ondan 6 ay önce faaliyetlerine son vermiştir. İşletmeler kendi içlerinde en iyiyi bulmaya çalışırken rakiplerini takip ederek sektörde geri kalmamak , geleceğe yönelmek amacıyla finansal olanaklarını sonuna kadar kullanmaktadırlar.



KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- AKDOĞAN Nalan / TENKER Nejat** :” **Finansal Tablolar ve Analizi** ” ,
Ankara 1985 , 2.B. , Savaş Yayınları
- AKGÜÇ Dr.Öztin** : “ **Mali Tablolar Analizi** “ , İstanbul
1990 , Muhasebe Enstitüsü Yayın
No.61 , Muhasebe Enstitüsü Eğitim
ve Araştırma Vakfı Yayın No.13
- ATILGAN Yrd.Doç.Dr. Semra** : “ **Türk Basınında Finans
Problemleri** “ Marmara İletişim
Dergisi , Aralık 1992 , Marmara
Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını
Sayı.1
- BERBEROĞLU Güneş N.** : “ **Yazılı Basında Organizasyon
Yapıları ve Yönetim Şekilleri -
Basın İşletmeciliği** “ , Basılmış
Doktora Tezi , İstanbul 1991 ,
Gazeteciler Cemiyeti Yayınları No.34 ,
Tezler Dizisi No.4
- BERK Doç.Dr. Niyazi** : “ **Finansal Yönetim** “ , Bilim
Teknik Yayınevi , İstanbul 1990
- EDİPOĞLU Fatih** : “ **Türk Basınında Finans -
Uygulamacı Yaklaşım** “ , İletişim
Olayları ve Türk Basınının Sorunları ,
Gazeteciler Cemiyeti ve İ.Ü. İşletme
Fakültesi Ortak Semineri , Aralık
1984 , Gazeteciler Cemiyeti Yayınları
No.17

EVLYAGİL Şevket

: “ **Basım Sanayinin Temel Kavramları** “ , Ankara 1972 ,
A.Ü.S.B.F. Basın ve Yayın Y.O.
Yayını

GÖNENLİ Atilla

: “ **Gazete İşletmeciliğinin Finansal Sorunları - Akademik Yaklaşım** “ ,
İletişim Olayları ve Türk Basınının Sorunları , Gazeteciler Cemiyeti ve İ.Ü. İşletme Fakültesi Ortak Semineri ,
Aralık 1984 , Gazeteciler Cemiyeti Yayınları No.17

GÖNENLİ Prof.Dr.Atilla

: “ **İşletmelerde Finansal Yönetim** “
İstanbul Üniversitesi Yayın No : 3463 ,
İşletme Fakültesi Yayın No : 187 ,
İşletme İktisadı Enstitüsü Yayın No : 88,
İstanbul 1988

KAYA Doç.Dr. İsmail

: “ **Türk Basında Dağıtım , Problemler ve Fırsatlar - Akademik Yaklaşım** “ , İletişim Olayları ve Türk Basınının Sorunları , Gazeteciler Cemiyeti ve İ.Ü. İşletme Fakültesi Ortak Semineri , Aralık 1984 ,
Gazeteciler Cemiyeti Yayınları No.17

OKUR Yekta

: “ **Türk Basınında Dağıtım - Uygulamacı Yaklaşım** “ , İletişim Olayları ve Türk Basınının Sorunları , Gazeteciler Cemiyeti ve İ.Ü. İşletme Fakültesi Ortak Semineri , Aralık 1984 , Gazeteciler Cemiyeti Yayınları No.17

TERRY G.T. / WOLF G.D.Jr.

: “ Newspaper Publishing , Chicago University , Chicago 1981

YAYINLANMAMIŞ TEZLER

- KARAKUZU İsmail** : “ **Basın Sektöründe Finansal Yapı ve Yoğunlaşma Türkiye Örneği** “ , Y.Lisans Tezi İstanbul 1995 , İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası Finans Bilim Dalı
- KOÇAK F.Sevda** : “ **Sabah Gazetesi’nin Türk Basınındaki Yeri** “ Y.Lisans Tezi İstanbul 1993 , İ.Ü.S.B.E. Gazetecilik Bölümü
- MISIRLIOĞLU İ.Ufuk** : “ **Basın İşletmelerinde Maliyetler ve Yönetim Yönünden İncelenmesi** “ , Doktora Tezi İstanbul 1992 , Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe - Finansman Bilim Dalı
- ŞENTÜRK S.Hakan** : “ **Basın İşletmelerinde Maliyetler ve Muhasebeleştirilmesi** “ , Y.Lisans Tezi İstanbul 1995 , M.Ü.S.B.E. İşletme Anabilim Dalı Muhasebe - Finansman Bilim Dalı
- ŞEREN V.Sonat** : “ **Basın İşletmeleri Üzerine Bir Finansal Analiz Denemesi** “ Y.Lisans Tezi İstanbul 1993 , İ.Ü.S.B.E. Gazetecilik Bölümü

GAZETE HABERLERİ

- 3 Mayıs 1993 : “ 43 Yaşındayız “ Milliyet
- 6 Ekim 1993 : “ Milliyet’ten Büyük Yatırım “ Milliyet
- 12 Nisan 1994 : “ Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. Bağımsız Denetlemeden Geçmiş 31 Aralık 1992 ve 1993 Tarihlerindeki Özet Bilançolar “ Hürriyet
- 30 Haziran 1994 : “ Hodri Meydan “ Süleyman Ünal (Makale) Hürriyet
- 10 Ağustos 1994 : “ Hürriyet’ten Aydın Doğan’a Yeni Hisse “ Hürriyet
- 19 Ağustos 1994 : “ İşte Bizim Hesabımız “ Hürriyet
- 25 Ağustos 1994 : “ Milliyet Rekor Kırdı “ Milliyet
- 22 Aralık 1994 : “ Hürriyet Gazetecilik’e Yeni Ortak “ Sabah
- 22 Aralık 1994 : “ Zorunlu Açıklama : Aksoy , Hürriyet’teki Hisselerini Devretti “ Hürriyet
- 22 Aralık 1994 : “ Hürriyet’e Bir Ortak Daha “ Cumhuriyet

RAPORLAR

- Birleşik Basın Dağıtım Mart 1995 Aylık Satış Raporu
- İMKB Şirketler Yıllığı 1994
- Intermedya Ekonomi 12 Aylık Tüm Bilançolar Kitapçığı
- ISO Dergisi 1993 Yıl.28 Sayı.330
- Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. 1992 ve 1994 Faaliyet Raporları
- Sabah Yayıncılık A.Ş. 1992 ve 1994 Faaliyet Raporları

EKLER**BASIN GRUPLARI VE FAALİYET ALANLARI**

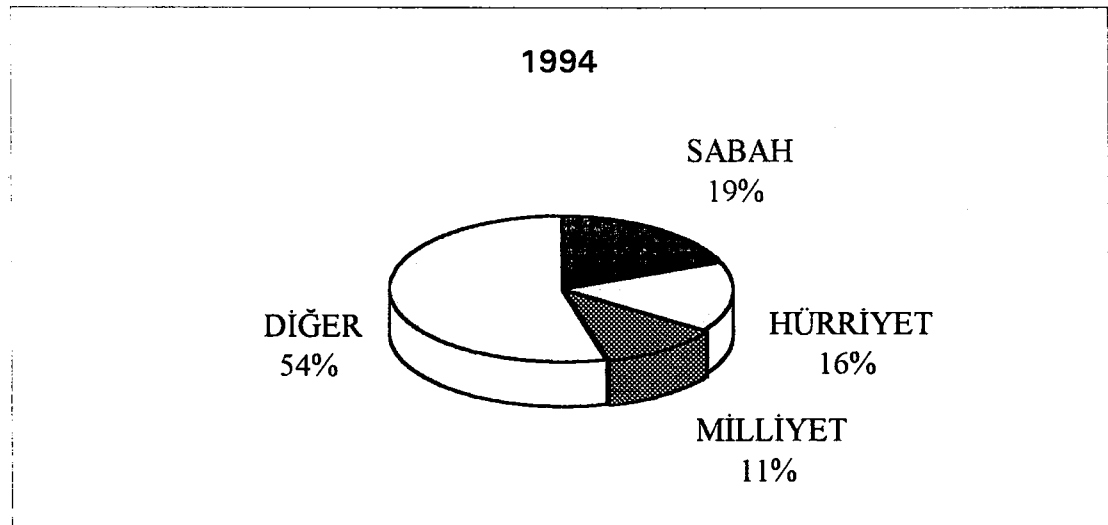
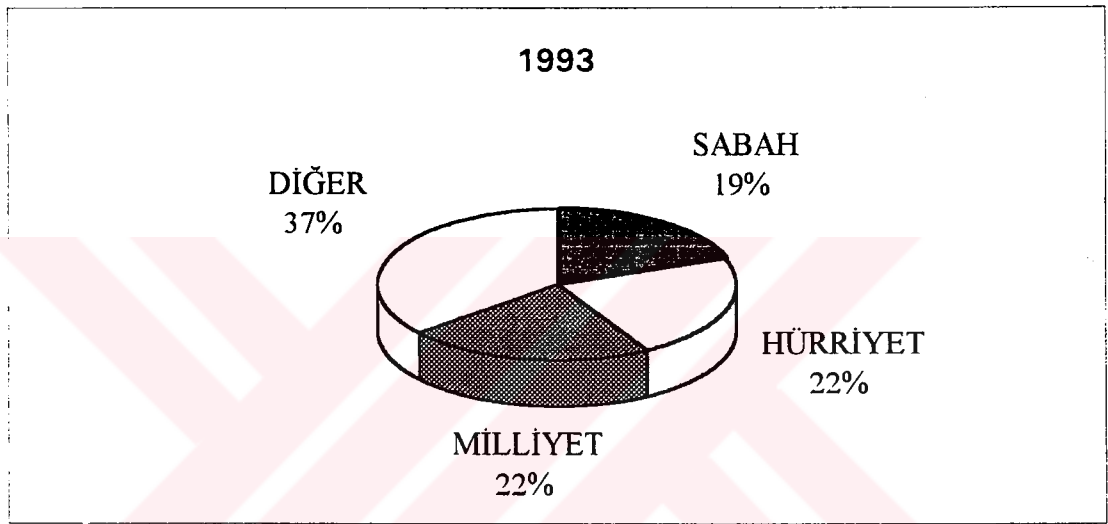
Sahibi	Bilgin Ailesi	Doğan Ailesi	
Gruplar	Sabah	Hürriyet	Milliyet
Ana Şirket	Medya Holding	Hürriyet Holding	Doğan Şirketler Topluluğu
Finans Kuruluşu	Yok	İktisat Bankası	Alternatifbank Dışbank
Kitap Yayınları	Sabah Kitapları	Hürok	Milliyet Yayınları
Dağıtım	B.B.D.	YAY - SAT	
Haber Ajansı	Sabah Haber Aj.	Hürriyet Haber Aj.	Milliyet Haber Aj.
Televizyon	Atv Satel -2	Show TV Cine 5	Kanal D
Radyo	5 adet	2 adet	2 adet
Basın Dışı Faaliyetler	Turizm Pazarlama Sigortacılık	Turizm Pazarlama Sigortacılık Kırtasiye Tavukçuluk	Turizm Pazarlama Sigortacılık Tatil Köyü Otomotiv Reklamcılık İnşaat Elektronik

Kaynak : 1) İMKB Şirketler Yıllığı 1994

2) İlgili Şirketlerin 1992 ve 1994 Yılı Faaliyet Raporları

**GAZETELERİN 1993-1994 YILLARI
GÜNLÜK ORTALAMA SATIŞ PAZARI PAYLARI KARŞILAŞTIRMASI**

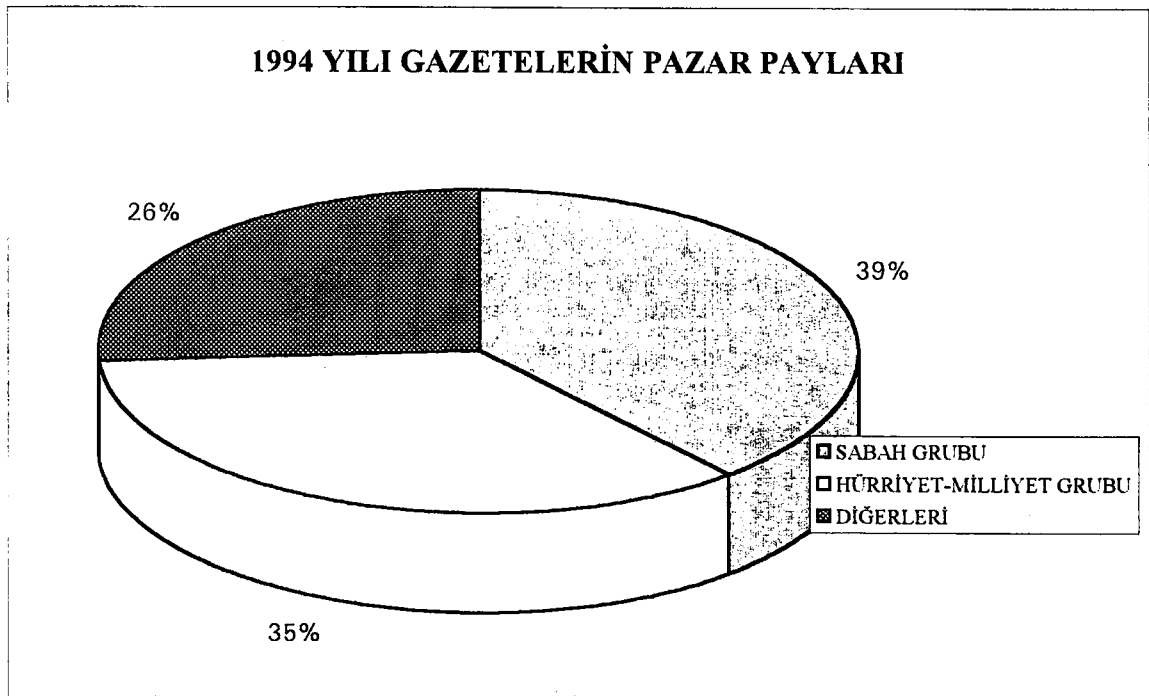
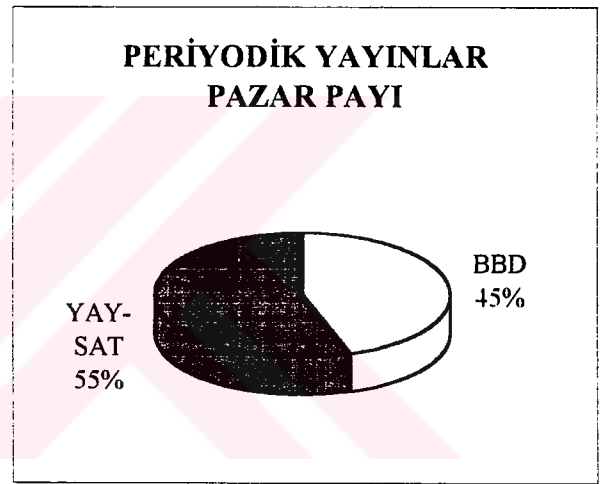
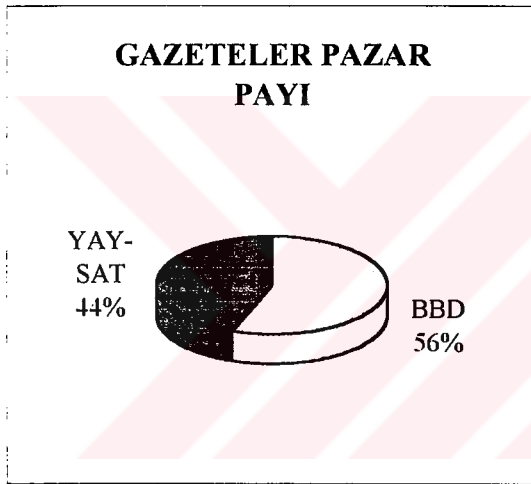
GAZETELER	1993	%	1994	%
SABAH	892,358	19	629,595	19
HÜRRİYET	774,892	22	515,954	16
MİLLİYET	897,904	22	378,353	11
DİĞER	1,444,712	36	1,804,157	54
TOPLAM	4,009,866	100	3,328,059	100



DAĞITIM ŞİRKETLERİNİN GAZETE VE PERİYODİK YAYINLAR AÇISINDAN PAZAR PAYLARI

DAĞITIM ŞİRKETLERİ	GAZETELER		PERİYODİK YAYINLAR	
	NET SATIŞLAR	%	NET SATIŞLAR	%
BİRLEŞİK BASIN DAĞITIM A.Ş.	618,508,579	56	20,163,402	45
YAY-SAT DAĞITIM A.Ş.	494,873,826	44	25,054,331	55
TÜRKİYE GENELİ	1,113,382,405	100	45,217,733	100

Kaynak : BBD Mart 1995 Aylık Satış Raporu



ÖZGEÇMİŞ

Tülay Merter , 17 Şubat 1969 yılında Üsküdar'da doğdu. İlköğrenimini Yeşilyurt'taki Hamdullah Suphi Tanrıöver İlkokulu'nda tamamladı. 1980-87 yılları arasında İstanbul Lisesi'nde (eski adıyla İstanbul Erkek Lisesi) orta ve lise öğrenimini sürdürdü . 1988 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Mühendisliği Bölümüne girdi . 1992'deki mezuniyetten sonra yüksek lisans sınavlarında aynı üniversitenin Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne bağlı İşletme Uzmanlığı dalını kazandı . Okulla birlikte iş hayatına atıldı ve 1993 yılının Aralık ayında Sabah Gazetesi Finansman Bölümünde çalışmaya başladı . 1,5 sene çalıştıktan sonra Pakmaya Grubuna katıldı . Halen bu şirkete bağlı Pak İhracat A.Ş.'de İhracat Operasyon Elemanı olarak görev yapmaktadır .

