

YAZILI BASIN İŞLETMELERİNDE KURULUŞ YERİNİ BELİRLEYEN YOLUN ADI: BİLGİ

İ.Pelin DÜNDAR*

Özet

Kuruluş yeri kararı bütün işletmelerde olduğu gibi, yazılı basın işletmeleri açısından da mevcudiyetin devamlılığı açısından kritik bir konudur. Bu yüzden yazılı basın işletmeleri kuruluş yeri ile ilgili kararlarını netleştirmeden önce pek çok faktörü dikkate almak ya da farklı bir ifadeyle görüş alanı içerisine dahil etmek zorundadır. Ancak bilginin anlam ve değeri, diğer faktörler arasında öncelikli konumda olmalıdır. Bunun nedeni gerek bilginin hammadde, teknoloji, işgücü ve sermayenin yanında temel faktör olarak üstlendiği misyondan gerekse diğer faktörlerin içinde gizli bir değer taşımasından ileri gelmektedir. Eğer yazılı basın işletmeleri bu bilince sahip olurlarsa, yaşam kaygısı taşımayacaklar ve kalitenin de çok uzaklarda olmadığını görebileceklerdir. Vurgulananların doğruluğunu göstermek amacıyla hazırlanan “yazılı basın işletmelerinde kuruluş yerini belirleyen yolun adı: bilgi” isimli çalışmanın önceliğini kuruluş yeri kavramı ve kuruluş yerine ait sorunlar oluşturmaktadır. Takip eden bölümde ise, yazılı basın işletmelerinde hem kavramın önem katsayısının yüksekliğini vurgulamak, hem de oluşması imkan dahilinde olan belirsizlikleri asgari seviyeye indirgemenin temel olduğu gerekçesiyle, kuruluş yeri faktörleri açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise, yazılı basın işletmelerinde kuruluş yeri ve bilgi kavramının nasıl bir sinerji oluşturması gerektiği gerçeği temel alınmak suretiyle, yazılı basın işletmelerinde kuruluş yeri ve bilgi konusu üzerinde durulmuştur.

Anahtar sözcükler: Yazılı basın işletmeleri, kuruluş yeri, bilgi.

Abstract: The Way To Decide The Structure Location of Press Organizations: Knowledge

Decision of structure place is a critical subject for both press organizations and the other organizations for continuity. For this reason, press organizations must take in to consideration several factors before it make its decisions clear concerning the location of its organization. But knowledge the meaning and value of should have the priority among the other factors. This stems from the fact that knowledge undertakes the mission of being the basic factor besides raw materials, technology, capital and workforce and also to fact that it possesses a secret value with in the other factors. If organizations had this conscious, it wouldn't have concern of continuity. it would grasp the fact that quality isn't faraway. The most important part of this study which had been prepared in order to prove the those accuracy of emphasized above consists of the concept of structre location and the problems related to structre location whereas, In the following section both on the ground that the altitude of importance is emphasized and the vagueness litely to emerge are decreased in small amounts possible, the factors of structre location are explained .In the final section of the study, taking the fact that to what extent the structre location as a basis and the concept of knowledge should form sinergism in the press organizations. The issues, the structre location and knowledge, are touched upon.

Key words: Press organizations, structure location, knowledge

* Yrd.Doç.Dr.,Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi,Gazetecilik Bölümü,Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği Anabilim Dalı.

GİRİŞ

Bütün işletmelerin temel amaçları kar, süreklilik ve toplumsal sorumluluktur. Konu yazılı basın işletmeleri olunca dayanıksız ürün üretmekle beraber toplumu zamanında ve doğru olarak bilgilendirme sorumluluğu, süreklilik ve toplumsal sorumluluk amaçlarının anlamını biraz daha derinleşmektedir. Bu da diğer pek çok konuda olduğu gibi, kuruluş yeri konusunda da yazılı basın işletmelerini biraz daha duyarlı ve hassas çalışmakla beraber çok boyutlu düşünmeye zorlamaktadır.

Anlatılanlara bağlı olarak konunun seçim nedeni, kuruluş yerinin yazılı basın işletmeleri açısından taşıdığı önemin altını çizmektedir. Sorunları çözmeye kararlı olan yazılı basın işletmesi/işletmeleri işe işin/düzenin kurulduğu yerden başlamalıdır. Belirtilen düzenin sağlıklı oturtulabilmesi, yazılı basın işletmelerinde sadece üretim işlevine hız kazandırmakla kalmayıp, aynı zamanda pazarlama işlevine yönelik sorunların kolay çözümlenebilmesine de uygun bir zemin hazırlayacak hatta ve hatta arzu edilen işgücünün işletme bünyesine vakit kaybetmeden kazandırılabilmesini ve daha pek çok işlevi de kolaylaştıracaktır. Bu düşünce doğrultusunda çalışmada, kuruluş yeri kavramına açıklık getirdikten sonra kuruluş yerine ait sorunlar, kuruluş yeri faktörleri verilerek, bilginin kuruluş yeri seçiminde oynadığı kilit rol üzerinde durulmaya çalışılmış ve buna bağlı yazılı basın işletmelerinde kuruluş yeri seçiminde bilgiye giden yolun belirleyicileri olan üretim olanakları, pazarlama olanakları, rakipler ve okuyucuların oynadığı rol izah edilmiş ve bilgiye uzanan yolda bu belirleyicilerin dikkate alınması halinde, yazılı basın işletmelerinin potansiyel yaşamına yapabile

ceği katkılar üzerinde durulmaya çalışılmıştır.

Yazılı Basın İşletmelerinde Kuruluş Yeri Kavramı

Kuruluş yeri, işletmenin çalışmalarını sürdürdüğü/sürdüreceği yerdir. Tüm girişimciler kuruluş yerini tespit ederken, işletmenin ekonomik amaçlarına uygunluğunu dikkate almak durumundadırlar. Ekonomik amaçlara uygunluk denilirken ise, işletmenin çalışmalarını sürdürmeyi arzu ettiği yerde kurulduğunda, hem üretim hem de pazarlama maliyetlerinin en uygun seviyede olması kastedilmektedir.

Bütün işletmelerini temelde kuruluşu sevk eden üç tane amaç bulunmaktadır.

Bunlar:

- Kara ulaşmak
- Topluma hizmet etmek
- İşletmenin varlığını sürekli kılmaktır.

Kara Ulaşmak

Bir işletmede üretime konu teşkil eden, gerek mal gerekse hizmetin getireceği kar, özel sermaye sahiplerini en çok ilgilendiren konuyu oluşturmaktadır. Kar elde etme amacıyla yapılacak yatırım ya da yatırımların bunu gerçekleştirme boyutu, işletme kurmaya yönelik fikir ya da fikirlerin ya netleşmesine neden olmakta ya da tamamen silinmesi sonucunu getirmektedir.

Topluma Hizmet Etmek

Günümüzde işletmelerin varlık nedeni, hiç şüphesiz toplumdur. Bu sebeple de işletmelerin karlılığa giden yolun yolcusu olabilmeleri için, ürettikleri mal ve/veya hizmete karşı talebin olması gerekliliğinin

bilincinde olmaları gerekmektedir. Toplumsal sorumluluk olarak ifade edilen bu bilinç, doğal olarak da işletmenin genel amaçları arasına topluma hizmetin yerleşmesine neden olmuştur. Topluma hizmet etmenin altında yatan temel gerçek, hem toplumu daha üst bir refah seviyesine yükseltmek, hem de işletmeye bundan en üst düzeyde fayda getirebilmektir. Bunun haricinde işletmeleri giderek büyümeye ve de çoğalmaya yönelten, rekabetin artmasına sebebiyet veren, ekonomileri kıt olan kaynakları en verimli şekilde kullanma konusunda daha bilinçli olmaya davet eden, hep toplumsal sorumluluk duygusudur.

İşletmenin Varlığını Sürekli Kılmak

İşletmeler eğer kar olgusunu, topluma hizmetin önünde tutarlarsa zaman içerisinde yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalabilmektedirler. Bu riskin önüne geçebilmek için, işletmelerin kar ve de topluma hizmet etmek amaçları arasında dengeyi sağlamaları gerekmektedir. Çünkü sürekliliği sağlamanın yolu, topluma yararlı olabilmek düşüncesine dayalı faaliyetlerin sonucunda karlılığı yakalamaktan geçmektedir. Yani kar süregelen faaliyetlerin sonucunda, doğal olarak kendiliğinden gelişen ya da ortaya çıkan bir sonuç olmalıdır. Nitekim müşteri yüzyılı dediğimiz günümüzde de, artık değişen ve gelişen tüketici/müşteri ihtiyaçlarını dikkate almaksızın hareket etmemeyi tercih eden pek çok işletmenin de, kara artık temel amaç olarak bakmaktan vazgeçtiklerini söylemek de, bu anlamda yanlış olmayacaktır.

İşletmeleri kuruluşa sevk eden genel amaçların yanısıra bazı özel amaçların varlığından da söz etmek mümkündür.

Bunlar (Can vd., 1995: 51):

- Sosyal saygınlık kazanma,
- Bağımsız bir iş kurma ve yönetme,

- Miras ve değişik olanaklarla elde edilen varlıkların değerlendirilmesi,
- Politik ve ekonomik bir düşüncenin işlenmesi,
- Başka iş ve iş yapma imkanlarının olmaması,
- Belirli sektörlerde öncülük ve önderlik etme v.b. gibi

Yazılı basın işletmeleri açısından değerlendirildiğinde ise, konu ticari olmaktan çok sosyal perspektifte değer kazanmaktadır. Çünkü, yazılı basın işletmelerini diğer endüstriyel nitelikte ürün üreten işletmelerden ayıran en önemli fark; ekonomik ve ticari bir birim olmalarının yanısıra, varlık nedenlerinin daha çok sosyal amaçlı olmasıdır. Olaya bu açıdan bakıldığında da; yazılı basın işletmeleri ticari kimliğe sahip olmanın ötesinde kamuya hizmet amacıyla, düşünce üretmek mantığı üzerine kurulmuşlardır.

Bu açıdan bakıldığında da, doğru haberi zamanında okuyucuya aktarma misyonunu üstlenen yazılı basın işletmelerinin ifade edilen görevi yerine getirebilmeleri, hiç şüphesiz öncelikle vücuda getirilmelerini, yani kurulmalarını bunun içinde, kuruluşa ait sorunları gidermelerini ivedi kılmaktadır.

Yazılı Basın İşletmelerinde Kuruluş Yerine Ait Sorunlar

İşletmelerin kurulması sadece çok yönlü değil, aynı zamanda karmaşık bir sorundur. Bu sebeple kuruluş hazırlıkları devam ederken ekonomik yararlılığın yanısıra, hem tesislerinin hem de üretimi yapılacak ürünlerin maliyeti, satışlardan kazanç elde etme gibi konular bilinenler arasına girmek durumundadır. Çünkü işletmenin kurulması, ekonomik, teknik, finansal ve de hukuki faaliyetleri içine dahil eden bir süreç olarak değerlendirilmektedir.

İster kişi, isterse de kişilerin bir araya gelmesi suretiyle oluşumu gerçekleştirilen gruplar,

değişik nedenlere bağlı olarak işletme kurmaya karar verdikleri vakit, yanıt bulunması gereken birçok sorun/sorularla karşılaşılır. Konu yazılı basın işletmeleri olunca da; talepten maliyete, rekabetten üretim ve pazarlamaya dek pek çok noktaya açıklık getirmek gerekmektedir.

Yazılı basın işletmelerinin kuruluş yeri ile ilgili, belirtilen unsurlar dahilinde ki sorunları nelerdir?

-Öncelikle üretilecek gazete ve/veya dergiye karşı piyasada yalnızca istek ve ihtiyaç bağlamında değil, ödeme yeteneğini de kapsayan talebin olup olmayışı,

-Talebi karşılama yolunda yazılı basın işletmelerinin gerek biçim gerekse içerik açısından düşünülen gazete/dergiyi kolaylıkla üretip üretemeyeceği ve pazarlayıp pazarlamayacağı,

-Yukarıda belirtilen noktaya paralel olarak dağıtım olanaklarının yeterliliğinin yanısıra, maliyetlerin yeterli ölçüde düşük olup olmayışı,

-Belirlenen fiyat düzeyinin okuyucular açısından uygunluğunun yanısıra içerik olarak gazete/derginin okuyucuyu tatmin edip edemeyeceği,

-Piyasada diğer gazete/dergiler açısından bakıldığında rekabet durumunun boyutları

Yukarıda altı çizilen, aranan veya başka bir ifadeyle bulunması zorunluluk arz eden noktalar, kuruluş yerinin belirlenmesinden önce cevap bulması gereken hususlardır. Ancak bu noktalara olumlu yanıt almak da, yazılı basın işletmelerini kuruluş yerinin sağlıklı olarak saptandığı konusunda çok rahatlatmamalıdır. Bunun içinde yazılı basın

işletmeleri ön proje etüdlerini kullanmak suretiyle, kararın doğruluğunu test etmelidirler. Sadece iktisadi ve teknik değil aynı zamanda mali etüdlerin bileşimini ifade eden ön proje etüdüleri, projenin uygulanması esnasında oluşması imkan dahilinde olan güçlükleri görmeyi ve bunlara yönelik tedbirleri almayı sağlamanın yanı sıra yazılı basın işletmesinin hangi büyüklükte ve nerede kurulacağına kadar pek çok noktaya da açıklık kazandırmaktadır. Çünkü kuruluş yeri düşüncesine hayat vermek istiyorsak, buna yönelik yatırım yapmak zorundayız. Yatırım kararı bize düşüncenin kesinliğini ifade eder. Ancak bu karara talepsel tahminleri yapmadan, hangi üretim yöntemi ve makine-techizata gereksinim olduğunu hatta ve hatta hangi tip binalara ve ne kadar genişlikte arsalara ihtiyaç bulunduğunu saptamadan, kurulacak yere ilişkin sabit yatırım değerleri ile değişken değerleri ve finansman açısından iç/dış kaynak fonlarını ve de üretim maliyeti ile beraber işletmenin karlı çalışıp çalışmayacağını tespit etmeden kesinlik kazandıramayız.

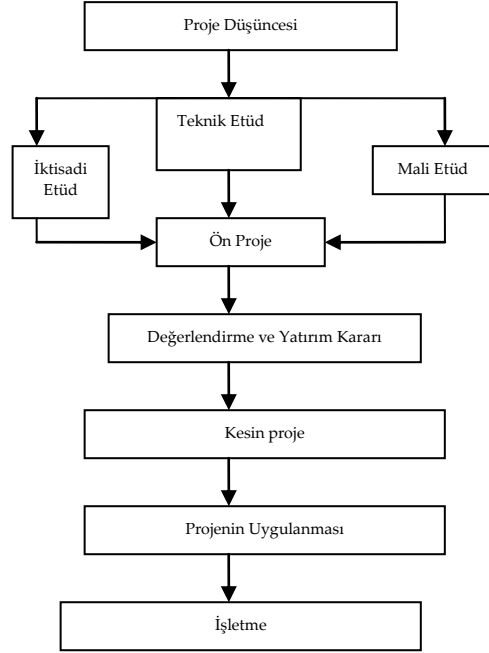
Ancak bu aşamalardan geçen bir proje düşüncesi hakkında değerlendirme ve yatırım kararı verilmesi sağlıklı olabilmektedir. Zaten bu kararın verilmesiyle, proje artık düşünce olmaktan çıkmıştır ve kesin proje şeklini almıştır. Bunu takiben yazılı basın işletmelerine düşen projeyi uygulamak ve tabii ki işletmenin parçası yapmaktır. Bunun için atılması gereken ilk adım, deneme çalışmalarına yönelmektir.

Nitekim bu konu ile ilgili olarak, Can ve arkadaşları şu yorumu yapmaktadır (1995: 57):

Projede belirtilen tüm çalışmaların bitirilmesi sonucu, işletme faaliyete başlama konusunda artık hazır

konumdadır. Bu aşamada işletme yetkililerinin kuruluş aşamasından kaynaklanabilecek bazı aksamaları ortadan kaldırmak ve mevcut sistemin aksamadan yürüyüp yürümediğini kontrol etmelerine olanak sağlayan deneme çalışmalarının yapılması temel alınmaktadır. Deneme çalışmalarının olumlu sonuçlanması ise, işletmeye kesin faaliyete başlayabilmek adına olumlu sinyaller vermektedir. Deneme üretimini başarı ile tamamlayan işletme, daha önce hedeflenmekle birlikte planlanan faaliyetlerine işlevsellik kazandırma konusunda hazır pozisyonundadır. Böylece işletmenin kurulmasına yönelik olarak hazırlanan yatırım projesi sona ermiş olmaktadır.

Tüm anlatılanlara bağlı olarak, yazılı basın işletmelerinde kuruluş yerinin seçimi ile ilgili olarak, Cemalcılar ve arkadaşlarının şu düşüncelerini söylemek mümkündür. Kuruluş yeri asla rastgele seçilmemelidir. Seçim yaparken dar görüşlü ve de duygusal olmak uygun değildir. Türü ekonomik ve teknik faktörler dahilinde kurulacak işletmenin çalışma konusu ve de büyüklüğü göz önüne alınarak, seçilmesi imkan dahilinde olan kuruluş yerlerinin özellikleri birbirleriyle karşılaştırılmalıdır. Şayet kuruluş yerinin seçiminde dikkatli davranılmaz ve elverişsiz bir yer seçilirse, işletme yaşadığı süreçte türlü sorunlarla karşılaşma tehlikesi içinde bulunacak, rakipler karşısında aciz duruma düşecek ve tüm bunların sonucunda da doğal olarak işletmenin ömrü kısacaktır. Kuruluş yerinin elverişli olmadığı sonradan saptandığında ise, işletme uygun bir kuruluş yerine taşınmak istenirse, düşünülemez kadar ağır masrafları yüklenmek zorunluluk haline alabilecektir.



Kaynak: Cemalcılar, İ., Bayar, D., Aşkun, İ., & Öz-Alp, Ş. (1994). *İşletmecilik Bilgisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, İşitme Özürlü Çocuklar Eğitim ve Araştırma Vakfı Yayını No:3, s.43
Şekil 1: Bir Yatırım Projesinin Geliştirilmesinde Basamaklar

Yazılı Basın İşletmelerinde Kuruluş Yeri Faktörleri

Buraya kadar vurgulanan noktalara aleniyet kazandırmanın altında yatan temel; sadece verimli değil, aynı zamanda ekonomik ve karlı kuruluş yerini tespit etmektir. Ancak bunu başarabilmek, yazılı basın işletmelerinde kuruluş bölgesinin seçimiyle ilgili belli faktörleri dikkate almayı gerektirmektedir.

Bunlar (Mucuk, 2005: 69):

- Pazara yakınlık,
- Hammadde,
- İşgücü,
- Taşıma,
- Devletin teşvik ve sınırlamaları
- Diğer faktörler

Pazara Yakınlık

Yazılı basın işletmelerinin endüstriyel nitelikte ürün üreten işletmelerden farklı olarak dayanıksız ürün üretmeleri, okuyucu kitleyi kaybetmeme hatta ve hatta potansiyel okuyucuyu ele geçirme açısından işletmeleri ya pazara yakın yerlerde kuruluş bölgesini seçmek ya da pazara zorlanmadan ulaşabilmeye imkanların elverişli olmasına uygun zemini hazırlamak konusunda, hassas davranmaya yönelmektedir.

Hammadde

Yazılı basın işletmelerinin niteliği gereği bekleme süresi olmayan ürünleri üretmeleri, hammaddenin ne zaman, nasıl ve hangi koşullarda temin edileceği konusunda son derece planlı davranmak gerektiğine işaret etmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde de, her ne kadar ürün stoğu yapılamasa da, hammadde stoğu yapmak durumunda olan yazılı basın işletmeleri, istenilen zamanda üretimi ve de dağıtımını gerçekleştirmenin yolunun hammadde tedarik kaynaklarının doğru olarak belirlenmesinden geçtiğinin farkında olmak durumundadırlar.

İşgücü

Doğru haberi ve/veya doğru bilgiyi okuyucuyla zamanında paylaşma sorumluluğunu üstlenen yazılı basın işletmeleri, bunu aynı zamanda doğru işgücünü istihdam etmek suretiyle başarabileceklerdir ki; kuruluş yerinin ister vasıflı isterse de vasıfsız nitelikte olsun , doğru işgücüne ulaşmak açısından sahip olduğu konum bu anlamda kritik bir önem arz etmektedir.

Taşıma

Yazılı basın ürünleri gerçek değerine okuyucu kesimle buluştuğu vakitte ulaşır ki; bunun yolu da dağıtımdan geçmektedir. Bu anlamda bakıldığında da yazılı basın işletmelerinin taşıma olanakları ve taşıma mali-

yetlerine ne ölçüde sahip olduğu, ürünün zamanında dağıtımını yapabilmek adına önem taşımaktadır ki; işte bu nokta da kuruluş yerinin konumu dikkate değerdir.

Devletin teşvik ve sınırlamaları

Genelde toplumun çıkarlarını düşünmek, çevreyi korumak v.b. nedenlerle bazı yöreler/bölgeler yazılı basın işletmelerini kurmaya imkan tanımazken, geri kalmış yöreler/bölgelere tanınan teşvik kredileri v.b. ayrıcalıklar da sırf bu sebeple yatırım sahiplerini yazılı basın işletmesi/işletmeleri kurmaya yöneltebilmektedir.

Diğer Faktörler

Nadiren de olsa politik sebepler ya da psikolojik birtakım koşullar da rasyonel olmadığı halde, bireyleri bazen yazılı basın işletmesi kurmaya sevk edebilmektedir. Örneğin: sadece oy toplama gereçesiyle ya da yalnızca bir yöreye/bölgeye duyulan kişisel sempati veya sıcaklık sebebiyle , yazılı basın işletmelerinde kuruluş yeri tercih edebilirken , “pek karlı olmayacağı tespit edilse bile itibar, sosyal mevki v.b. birtakım nedenler yüzünden de bir bölge işletmenin kurulacağı yer olarak düşünülebilir”(Atılğan, 1998: 41).

İster hammadde kaynağına ister pazara dönük olarak isterse de değişik amaçlar baz alınmak suretiyle kurulsun, bütün işletmelerde olduğu gibi yazılı basın işletmelerinde de kuruluş yeri seçimine giderken bazı hususların dikkate alınması gerekmektedir(Dündar, 2007: 39-40).

-Her şeyden önce kuruluş yerine yönelik olarak saptanması gereken ihtiyaçlar konusunda, yazılı basın işletmeleri objektif davranmak durumundadırlar.

-Kuruluş yeri olarak neresi saptanırsa saptansın, bu yerin yazılı basın işletmesinin

süregelen faaliyetlerine getireceği olumlu ve de olumsuz etkiler rasyonel olarak saptanmalıdır.

-Belirtilen etkilerin zamanında ve de doğru olarak saptanabilmesini kolaylaştırmak amacıyla, uzman kişi ya da kuruluşlardan yararlanmak suretiyle hareket edilmelidir.

-Ve tüm bunlar gerçekleştirilirken; uzun bir zaman diliminin dikkate alınması gerektiği gerçeği unutulmamalıdır.

Yazılı Basın İşletmelerinde Kuruluş Yeri ve Bilgi

Günümüzde işletmelerin artık kar değil, müşteri odaklı çalışması gerektiğinin bir realite olduğunu hatırlayacak olursak, bu yapılanmanın temellerini bilgi olmaksızın atamayacağımız gerçeğini anlamakta çok zorlanmayız.

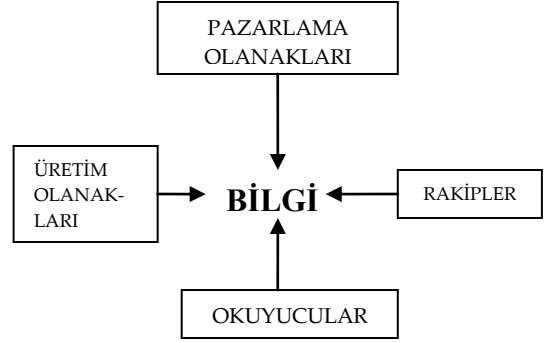
Madem ki kuruluş yeri olmadan, yazılı basın işletmelerinin doğru haberi doğru yer ve zamanda okuyucuya iletmelerinin mümkün olmadığı gerçeğinin altını çizdik, bu gerçeğe işlevsellik kazandırmanın yolu hammaddesi bilgi olan köprülerden geçmektedir.

Okuyucular pazarını analiz ettiğimizde, talebin reel anlamda yani daha öncede vurgulandığı üzere ödeme yeteneğini de kapsar boyutta var olup olmadığını ve talebin özelliklerini edinilen bilgiler sayesinde netleştiririz.

Yine yazılı basın işletmelerinin gerek üretim gerekse pazarlama olanaklarının, talebi karşılamaya uygun olup olmadığını altında yatan tabii ki yine bilgidir.

Bütün bunların yanı sıra kuruluş yerine ait durumu netleştirirken dikkate alınması

gerekten ya da başka bir ifadeyle kuruluş yerinin saptanışında kilit öge vazifesi gören bir başka unsurda rakiplerdir ki, onların yönelimlerini gözlemlemekteki amaç, işletmelerin bilgi edinme isteğidir.



Şekil 2: Yazılı Basın İşletmelerinde Kuruluş Yeri Seçiminde Bilgiye Giden Yolun Belirleyicileri

Okuyucular

Rekabet yarışının acımasız bir şekilde sürdüğü günümüz koşullarında kuruluşlar bir adım öne geçebilmek, rakiplerine karşı fark yaratabilmek amacıyla yoğun çaba sarf etmektedirler. Teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının gün geçtikçe gelişmesi, dünyanın artık tek bir pazar olma yolunda sınırlarını kaldırmayı amaçlaması, kuruluşları hayatta kalabilmek için, çeşitli yollar aramaya itmektedir. Tüm bu gelişmelerin ışığında, klasik yönetim anlayışında 'ürün ve kar odaklı' olarak düşünülen rekabet, modern yönetim anlayışında 'kalite ve müşteri odaklı' olarak düşünölmeye başlanmıştır. Zira günümüz tüketicileri, artık bilgiye hızla ulaşmakta ve bu durum onları seçiciliğe götürmektedir. İşte bu noktada müşterilerin beklentilerini en üst düzeyde karşılayan ve hatta beklentilerinin üzerinde hizmet sunan kuruluşlar rekabet avantajını ele geçirmektedirler (Acuner T., Ş, 2001:61).

Dolayısıyla günümüzde hangi işletmenin odak noktasına bakılırsa bakılsın, var oluş ya

da kuruluş nedeninin müşteri olduğu gerçeği kendini göstermektedir.

Yazılı basın işletmelerinde de var oluş ya da konu açısından bakılırsa kuruluş nedeni ise, hiç şüphesiz okuyuculardır. Okuyucu için temel olan nokta, dünyada ve ülkede olup bitenleri öğrenmek gayesiyle gazete bayiiine gittiğinde, gazete satın almada zorlanmaması yani istediği yer ve zamanda gazete ve/veya dergiye sahip olmasıdır. Bu sebeple de, kuruluş yerinin ya okuyuculara yakın noktalarda tesis edilmelerinin ya da okuyucuya ulaşma yolundaki imkanların uygun oluşunun anlamı büyüktür. Bu açıdan okuyucuların yoğunlaştığı mekanlarda uygun kuruluş yerinin bulunup bulunmayışının yanı sıra kuruluş yerinin uzak mekanlarda tesis edilmesi halinde imkanların varlığı ya da imkanları zenginleştirilmesinin olabirliği konusunda bilgiye gereksinim duyulacağı bariz bir gerçektir.

Anlatılanlar temel alınmak suretiyle, yazılı basın işletmelerinde kuruluş aşamasında üzerinde en fazla durulması gereken konular şunlardır(Özkan, 1989: 48):

- En uygun işletme büyüklüğünün veya üretim kapasitesinin seçimi,
- En uygun üretim teknolojisinin veya üretim yönteminin seçimi,
- En uygun işletme kuruluş yerinin seçimidir.

Yazılı basın işletmelerinde yukarıda belirtilen, üzerinde durulması gereken konular arasında en fazla hassasiyet gösterilmesi gereken, en uygun işletme kuruluş yerinin seçimidir. Sebebi ise; zor da olsa, üretim teknolojisinin, üretim kapasitesinin gerekli olduğu takdirde değişime uğratılabileceğidir. Ancak aynı değişim kararının, kuruluş yeri için verilmesi büyük harcamaları ve de zaman problemini getireceği için, bu konuda ki karar ya da kararların netleştirilmesinden önce etraflıca düşünülmesi gerekmektedir.

Çünkü verilen kararın, yazılı basın işletmelerinin mevcut okuyucu kitleyi elde tutma ve de potansiyel okuyucuyu ele geçirme açısından değeri büyüktür. Bu anlamda da bilgi, altı çizilen karar/kararların sağlıklı olarak verilebilmesinde esas faktör görevini görmektedir.

Üretim Olanakları:

Yazılı basın işletmelerinin teknolojik durumunun yanı sıra yukarıda da belirtildiği üzere; işgücü ve hammadde kaynaklarına yakın olmak, kuruluş yerinin saptanmasında belirleyici rol oynayabilmektedir. Yazılı basın işletmelerinin işgücünü bünyelerine kolaylıkla kazandırabilecekleri mekanlarda kurulmaları işletmelere bir yandan zaman ve maliyet açısından artılar getirirken, diğer yandan doğru işgücünü bularak istihdam etmek hiç şüphesiz kaliteyi de yükseltecektir. İşgücünün yanı sıra hammadde kaynaklarına yakınlık/uzaklık da dayanıksız ürün elde etmenin kritikliği düşünüldüğünde, dikkate değer bir noktaya temas etmektedir. Bilgi burada da kaçınılmazlığını gösteren yegane olgu olarak kendini göstermektedir.

Bütün bunlara ilaveten üretimin temel özelliklerinden tümleştirmenin varlığı dikkate alındığında da, yazılı basın işletmelerinin teknik imkanlarının uygun olmadığı noktalarda, bunu sağlama imkanlarının kuruluş yeri açısından elverişli olup olmaması da üretimin işleyişini olumlu/olumsuz yönde etkileyecektir. Yazılı basın işletmeleri bunun için de bilgi edinme hususunda imkanlarını zorlamalıdır.

Diğer taraftan gerek ulusal gerekse uluslararası pazarlarda yaşanan yoğun rekabetin getirdiği yeni düşünce tarzı olan 'neyi satabilirim onu üretmeliyim' şüphesiz bütün işletmelerde olduğu gibi yazılı basın

işletmelerinde de üretim sürecinin kalıplarını değiştirmiştir. Ve tam zamanında üretim sisteminin yazılı basın işletmelerinde uygulanabilirliğini getiren bazı amaçlar ön plana çıkmıştır.

Bunlar (Akt: Akın, 2001:97-98):

- Optimum kalite, maliyet ve üretim için sistem tasarımı,
- Ürünün, üretim ve tasarımında kullanılan kaynak miktarını en aza indirme,
- Alıcıların isteklerini anlayabilme ve zamanında karşılayabilme,
- Tedarikçi ve alıcılarla açık ve güvene dayalı ilişkiler geliştirme,
- Toplam üretim sistemini geliştirmek için herkesin katılacağı gelişim politikasını oluşturma.

Optimum Kalite, Maliyet ve Üretim İçin Sistem Tasarımı

Yazılı basın işletmelerinin kaliteli üretimi gerçekleştirirken kalite, maliyet ve de üretim sisteminin bütüncül düşünülmesi gerektiği mantığından uzaklaşmamaları gerekirken, bunlara nasıl bir kuruluş yeri ile hayatiyet kazandırılacağı konusunda da sürekli olarak fikir egzersizi yapmaları gerekmektedir. Çünkü zamanla değişen ve gelişen koşullar bazen daha önce uygun bir uygun bir kuruluş yerini optimum olmaktan çıkarabilir. Bu konuda da yazılı basın işletmelerinin hem kalite, hem maliyet, hem de üretim için nasıl bir sistemin temellerini atmak gerekliliği hususunda bilgiye ihtiyacı bulunmaktadır.

Ürünün, Üretim ve Tasarımında Kullanılan Kaynak Miktarını En Aza İndirme

Bütün işletmelerde olduğu gibi yazılı basın işletmelerinde de temel amaç hedefe en az kaynak kullanmak suretiyle varmaktır. Dolayısıyla seçilen kuruluş yerinin yazılı basın işletmesini fazla kaynak kullanmaya mecbur bırakıp bırakmadığı bu manada gerçekten önemlidir. Yazılı basın işletmeleri,

böylesine kritik değer taşıyan bir konuda sağlıklı karar verebilmek için de bilgiye zorunlu bulunmaktadır.

Alıcıların İsteklerini Anlayabilme ve Zamanında Karşılayabilme

Müşteri yüzyılı olarak ifade edilen yüzyılımızda, yazılı basın işletmelerinin de çağı yakalayabilmelerinin en temel yolu, okuyucuya hak ettiği yeri vermekten geçmektedir. Bu sebeple de seçilen kuruluş yerinin alıcı/okuyucu isteklerini doğru ve zamanında karşılamaya imkan tanınması büyük önem arz etmektedir. Ancak imkanların sorgulamadan önce alıcı/okuyucuların beklentilerinin ne olduğunu ve tabii ki boyutlarını öğrenmek gerekmektedir ki; yine bilgi en temel kaynak vazifesini görmektedir.

Tedarikçi ve Alıcılarla Açık ve Güvene Dayalı İlişkiler Geliştirme

Yazılı basın işletmelerinin sürekliliğe gölge düşürmemek adına tam zamanında üretimi gerçekleştirmek durumunda olması, sadece hammadde değil aynı zamanda işgücü, teknoloji ve sermaye açısından tedarik kaynaklarıyla ve de bunların dışında üretimin temel nedeni olan okuyucularla güvenirliliği sağlayan ilişkileri kurmaları ve de geliştirmeleri temeldir. Kuruluş yerinin bu ilişkilerin temellerinin atılmasına ve de sürdürülmesine ne derece katkı sağladığı gerçeği bu anlamda hakikaten dikkate değerdir. Bu açıdan bakıldığında da, güveni hem kazanmaya hem de oluşturulan güvenli ilişkileri sürdürmeye karar vermeye neden olan tek ve gerçek belirleyici ya da belirleyiciler bilgi veya bilgilerdir.

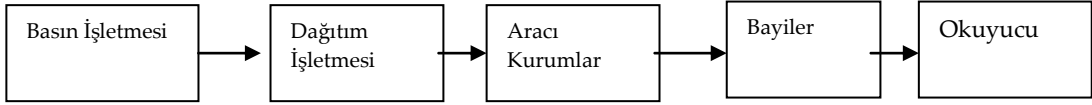
Toplam Üretim Sistemini Geliştirmek İçin Herkesin Katılacağı Gelişim Politikasını Oluşturma

Yazılı basın işletmelerinin sürekli gelişme ya da sürekli iyileştirme mantığı gereği var olan

sistemin daha iyi bir çizgiye taşınması gerektiğini temel alarak, yola devam etmeleri gerekmektedir. Ancak bu nokta da atlanılmaması gereken, sürece yönetici ve çalışanlarla birlikte katkıda bulunmak gerektiğidir. Bu anlamda kuruluş yerinin buna imkan tanıyıp tanımadığı konusu, sorgulanmak durumundadır. Fakat sağlıklı bir sorgulama sürecinin yaşanabilmesi için, esas kaynak yine bilgidir.

Pazarlama Olanakları

Malların kendiliklerinden tüketicilere doğru hareketi mümkün değildir. Farklı oluşumdaki dağıtım kanalı birimleri, değişik pazarlama fonksiyonlarını yerine getirerek malların hareketliliğini sağlarlar. Bu suretle dağıtım kanalı kavramı içine farklı düzeylerde yer alan bir dizi dağıtım kanalı kurumu girmektedir. Bu kurumların en önemli özelliği mülkiyetin devrine aktif olarak katılmalarıdır(Dündar,1998:8).



Şekil 3: Basın İşletmelerinde Dağıtım Kanalı Yeri Alan Kurumlar
Dündar, İ.P. (1998). Basın İşletmelerinde Dağıtım Sisteminin Yapısı ve Özellikleri, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. S.48

Basın işletmelerinin temel amacı toplumun bilgi edinme ihtiyacını karşılamaktır. Yazılı basın işletmelerinden gazetelerin en önemli görevi ise, okuyucularına doğru ve güvenilir haberleri zamanında ulaştırmaktır. Bunu gerçekleştirmek dağıtım faaliyetlerinde sağlanan etkinlik ile mümkündür. "Günlük gazeteler, okuyucularına gerektiği biçimde yani okuyucunun istediği yer ve zamanda ulaşmazsa, o ana kadar yapılan bütün çabalar boşa gidecektir"(Topsümer, 1991:61). Böyle bir sonucun basın işletmelerinin imajı üzerindeki etkisi de yıkıcı olacaktır. Bunu önlemek için yazılı basın işletmelerinde dağıtım fonksiyonuna gereken önemin verilmesi ve faaliyetlerin aksamaması için dağıtım süreci ile ilgili organizasyonun oluşturulması gerekmektedir. Çünkü yazılı basın işletmelerinin pazarı elde edebilme veya var olan pazar payını genişletebilme-lerinin yolu dağıtım fonksiyonu sayesinde mümkündür ki; bu işleve salıkli bir biçimde hayatiet kazandırabilmek için de yazılı

basın işletmesinin nerede kurulduğunun ya da kurulacağıın anlamı büyüktür. Dolayısıyla seçilen kuruluş yerinin dağıtım sürecinin işlevselliğine katkıda bulunup bulunmayacağıın değerlendirilmesi gerekmektedir ki; işte bu nokta da okuyucuların sayısı ve coğrafi dağılımı, okuyucuların davranışları ve işletmeler arası rekabet olgusunun pazarın değerlendirilme sürecinde dikkate alınması gerekir.

Diğer taraftan yazılı basın işletmelerinin çeşitli kanal seçeneklerini belirledikten sonra, kendileri için en uygun olan kanal seçeneği seçebilmek için, alternatif kanal seçeneklerini bazı ölçütler dahilinde irdelemeleri gerekmektedir. Bu değerlendirilmeler yazılı basın işletmelerinde bazı sorulara cevap kazandıracaktır.

Bunlar:

-Hangi dağıtım sistemi satışlarla maliyetler arasındaki dengeyi kurmaktadır?

-Okuyucu kesim gazete/dergiyi nereden satın almayı arzulamaktadır?

-Hangi kanal seçeneği değişen koşullara uyum sağlama esnekliğe sahiptir?

Bütün bu altı çizilen soruların temel nedeni doğru kuruluş yerini saptamaktır. İşte bu nokta da ki bilgi noksanlığını doldurmaya temel destek görevi gören bir pazarlama alt bileşeni var ki; o da belirtilmeye çalışıldığı üzere dağıtımdır.

Rakipler

Verilen belirleyicilerin dışında ihmal edilmemesi gereken bir başka olguyu da rakipler diye belirtmiştik. İşletmelerin piyasada yalnızca ben varım diye ilkel bir zihniyetle hareket etmemesi gerekliliği, kuruluş yerinin seçiminde de geçerliliğini korumaktadır. Sadece aynı kitleye seslenmek değil, birbirini daha rahat gözlemlemek, değişen ve değişmesi kaçınılmaz noktaları kaçırılmak ve bazen de ortak imkankandan(hammadde depolama olanakları v.b.)yararlanmak adına rakipler, kuruluş yerinin seçiminde belirleyici bir rol oynamaktadır. Çünkü rakipler de tıpkı okuyucular, üretim olanakları ve pazarlama olanaklarında olduğu gibi, bilginin edinilmesinde kaynak vazifesi görmektedir. Dolayısıyla

rekabet durumu değerlendirilirken de işletmenin var olan veya gelecekte pazara girmesi muhtemel rakiplerinden daha iyi iş yapabilme olanakları, rakip işletmelerin sayısı ve finansal durumları hakkında bilgi edinilmelidir. Bu bilgilerle işletmenin rakiplerine göre yönetim kadrosu, finansal gücü, pazarlama ve dağıtım kanalları açısından olanakları karşılaştırılmalıdır(Özkan, 1989: 44).

Yazılı basın işletmelerinin belirtilen karşılaştırmayı sağlıklı yapabilmeleri için

ürünün özellikleri, maliyeti, pazarı elde etme olanaklarının yanısıra kuruluş yeri seçiminde etken olan temel faktöre açıklık getirmeleri gerekmektedir (Özkan, 1989: 44-46). Temel faktör her işletme için farklı olabilir. Bu kimi zaman etkili bir dağıtım kanalı, kimi zaman içeriği güçlendirilmiş gazete/dergi, kimi zamanda etkili bir reklam kampanyası olabilir. İşte burada can alıcı nokta işletmelerde saklı bilginin, yeniliklerin gerçekleştirilme ya da önemli hususlara ilişkin karar sürecinde ortaya çıkarılmasıdır. Bu süreç de belirleyici olma misyonunu üstlenen de, hiç şüphesiz müşteriden başkası değildir. Bunu yakalamak için yazılı basın işletmelerinin müşteriyle ya da diğer ifadeyle okuyucuyla kararlı bir etkileşim sürecine girmeleri, dolayısıyla onlarla bütünleşmeleri, sözün kısası sinerjiyi oluşturabilmeleri gerekmektedir. Bunu başaran yazılı basın işletmesi, mutlaka kuruluş yerinin saptanması aşamasındaki zorlukları aşacak, kendine vizyon edinecek ve bununla kendisini daha ileriye taşıma cesaretini göstererek, gerek ürün gerekse hizmet kalitesini, daha doğrusu ürüne bağlı hizmet kalitesini yükseltme keyfiyetini yaşayacaktır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Kuruluş yerinin seçimi yazılı basın işletmelerinin sadece varlıklarını sürdürmelerinde değil, aynı zamanda potansiyel yaşamlarını garanti altına almada önemi yadsınamayan bir olgudur. Ne var ki bu olgunun belirlenişinde kritize edilmesi gereken birçok etken vardır. İktisadi faktörlerden tutun da sosyal faktörlere hatta ve hatta psikolojik ve politik faktörlere kadar uzanan geniş bir halkanın varlığı söz konusudur. Ancak bütün bu faktörleri dikkate almak, daha geniş bir ifadeyle faktörlerin içeriklerine işlevsellik kazandırabilmek, yazılı basın işletmelerinin farklı bir sermaye yani diğer adı bilgi olan entelektüel sermaye anlayışını

benimsemekle kalmayıp, işler kılması ile mümkün olabilecektir. Bu anlayışı benimsemek hiç şüphesiz rakiplere, okuyuculara, üretim ve pazarlama olanaklarına farklı gözle bakmayı gerektirmektedir. Çünkü ifade edilen öğelerin bulunduğu nokta bilgisidir. Bütün bunların yanısıra yazılı basın işletmelerini bazen çıkmazdan kurtaran bir başka olgu var ki o da saklı bilgidir. Çünkü temel faktör görevini gören noktalar her işletme için farklılık göstermektedir. Önemli olan bilgiyi saklandığı yerden kurtarabilmektir ki; bu üstün bir yönetim ve beceri anlayışını gündeme getirmektedir. İşte bu noktada da belirtilen öngörümlemeyi başarabilmek için, yazılı basın işletmelerinin katılımcılık ve yetki devrine sıcak bakmaları şart gözükmektedir. Çünkü saklı bilgiyi çıkarabilme vizyonuna sahip liderlerin/yöneticilerin yazılı basın işletmelerinde var olabilmelerinin ön koşulu, yetkiyi paylaşma hususuna karşı geliştirilecek olumlu bakış açısıdır. Eğer yazılı basın işletmeleri altı çizildiği üzere; bilgiye yöneticisiyle, çalışanıyla ekip ruhu oluşturmak suretiyle ulaşılabileceğine kanaat getirebilirlerse, sorunlar sorun olmaktan çıkarak işletmeye veri olarak döneceklerdir. Ancak bu nokta da unutulmaması gereken bir husus var ki; o da bilginin yönetime ihtiyaç duran bir kavram olduğudur. Yazılı basın işletmeleri

bilgi/bilgilerden işletme lehine sonuçları yakalamak istiyorlarsa ve yine bilgilerden uzun vadede potansiyel yaşamlarına katkılar yapmaları gerektiğinin beklentisi içerisindeyseler, yönetim sürecinin bilgiyle entegre olması gerektiğinin farkına varmak durumundadırlar. Değilse, elde edilen bilgiler kaynak yığını teşkil etmekten öteye gidemezken, yazılı basın işletmelerine de sürekli gelişme ve ilerleme yolundaki kapıları aralayamazlar.

Bütün buraya kadar vurgulanan gerçeklerin ya da altı çizilen hususların dikkat gerektirdiği konusunda yazılı basın işletmelerinin, büyük bir yoğunlaşma sürecini yaşamalarının tek ve gerçek bir sebebi var ki; o da müşteri ya da okuyucudur. Bu sebeple yazılı basın işletmelerinin de müşteri ya da okuyucusuyla etkileşim sürecine girme veya entegre olması şarttır. Çünkü yazılı basın işletmelerinin var oluş sebebi olan okuyucu aynı zamanda önemli bir veri bankasıdır. Bu sebeple de kuruluş yeri seçiminde müşteri, bilgiye giden yolun hem ilk hem de son durağıdır. Her ne şekilde olursa olsun bu duraklarda durmayı ihmal etmeyen yazılı basın işletmesi, başarıya giden, diğer bir ifadeyle bilgiye giden yolun anlamlı bir parçası olmayı başarabilecektir.

KAYNAKLAR

- Acuner T. & Acuner Ş.(2001). *Toplam Hizmet Kalitesi Yönetimi ve Müşteri Memnuniyeti Sağlamadaki Rolü*, Pazarlama Dünyası Dergisi, 4, 61
- Akın, Ö.(2001).*Toplam Kalite Yönetimi ve İnsan*, Bursa: Ezgi kitabevi
- Atılğan, S.(1998). *Basın İşletmeciliği*, İstanbul: Der Yayınları
- Berberoğlu G.(1991).*Basın işletmeciliği*, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları:34
- Bodur F.(1997).*Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 1000
- Bozkurt, V. (1997). *Enformasyon Toplumu ve Türkiye*, İstanbul: Sistem Yayıncılık
- Can ,H., Tuncer, D., &Ayhan, Y.(1995) *Genel İşletmecilik Bilgileri*, Ankara: Siyasal Kitabevi
- Cemalcılar, İ., Bayar, D., Aşkun, İ., & Öz-Alp, Ş.(1994). *İşletmecilik Bilgisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, İşitme Özürlü Çocuklar Eğitim ve Araştırma Vakfı Yayını No:3

- Dündar İ.P.,(2007), *Kavram, Yöntem ve Fonksiyonlarla İşletme*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Dündar, İ.P. (1998). *Basın İşletmelerinde Dağıtım Sisteminin Yapısı ve Özellikleri*, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Dündar, İ.P. (2003). *Yazılı Basın İşletmelerinin Pazarlama Sürecinde Toplam Kalite Yönetimi*, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir: Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Dündar, İ.P. (2006). *Yazılı Basın İşletmelerinde Kalite*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Erkan, H.(1998). *Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme*, İzmir : Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Ertürk M.(1995). *İşletme Biliminin Temel İlkeleri*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Krogh, G. V., Ichijo, K., & Nonaka, I.(2002). *Bilginin Üretimi*, Günhan Günay (Çeviren). İstanbul: Rota Yayınları, Dışbank Kitapları(2000)
- Mucuk, İ.(2005).*Temel İşletme Bilgileri*, İstanbul: Türkmen Kitabevi
- Öğüt, A.(2001).*Bilgi Çağında Yönetim*, Ankara:Nobel Yayın Dağıtım
- Özkan, I & Süar, T.(1994).*İşletme Ekonomisi ve Yönetimi*,İzmir: Punto Yayıncılık
- Özkan, I.(1989). *Basım ve Basın İşletmeciliği*, İzmir: Bilgehan Basımevi
- Topsümer, F.(1991). *Türk Yazılı Basımında Bir Pazarlama Bileşeni Olarak Dağıtım ve Japon Modeli*, Ege Üniversitesi, Basın Yayın Yüksek Okulu, Düşünceler Dergisi, 5, 61