

- **Şirket'in halka açıklık oranı sınırlıdır ve payların likiditesi ve fiyatı üzerinde bunun olumsuz etkisi olabilir.**

Halka arz tamamlandıktan sonra, 22.000.000 TL nominal değerli B grubu hamiline yazılı paylar, BIST'te işlem görecektir. Halka arz sonrası %34,38 olan halka açıklık oranı payların likiditesini olumsuz etkileyebilecek, payların alım satım hacminin düşük olmasına neden olabilecek ve sonuç olarak payın ikincil piyasa fiyatı üzerinde olumsuz etki oluşturabilecektir. Ayrıca paylar Borsa'da işlem görmeye başladıktan sonra paylara ilişkin likidite oluşmaması durumunda pay sahipleri istedikleri miktar, zaman ve fiyat üzerinden paylarını satamayabilirler.

- **Fiyat Tespit Raporuna İlişkin Riskler**

İhraççı'nın halka arz edeceği paylara ilişkin yapılan Şirket Fiyat Tespit Raporu çalışmasında "Piyasa Çarpanları" ile "İndirgenmiş Nakit Akımı" yöntemleri kullanılmıştır. Piyasa Çarpanları yöntemi ile yapılan hesaplamalarda baz alınan şirketler arasında finansal büyüklük ve faaliyet konusu açısından İhraççı ile farklılık gösterenler de bulunmaktadır. Uluslararası alanda kabul görmüş ve şirketlerin orta-uzun vadeli değerlerini yansıtan İndirgenmiş Nakit Akımları (İNA) Analizi'ne göre firma değeri veya şirket paylarının değeri, Şirket'in faaliyet gösterdiği süre içerisinde oluşturması muhtemel nakit akımlarının bugüne indirgenmiş değeri olarak kabul edilir. İNA analizi doğası gereği varsayımlar içermektedir. Şirket'in planlanan yatırımlarının ve satışlarının gerçekleşmemesi durumunda, halka arz fiyat tespit raporundaki varsayımların gerçekleşmeme riski oluşabilir. Bu durumda Şirket'in finansal performansı beklentilerin altında kalabilir. Fiyat tespit raporundaki varsayımların gerçekleştirilmesi veya gerçekleştirilmemesi Şirket pay fiyatının halka arz sonrasında seyrini etkileyeceğinden, yatırımcılar tarafından yatırım kararlarının söz konusu varsayımların detaylı şekilde incelenmesinin ardından alınması gerekmektedir.

- **Sermayenin Sulanma Riski**

Şirket esas sözleşmesinin 6. maddesine göre; Yönetim Kurulu, 2021-2025 yılları arasında Sermaye Piyasası Kanunu hükümlerine uygun olarak gerekli gördüğü zamanlarda kayıtlı sermaye tavanına kadar yeni pay ihraç ederek çıkarılmış sermayeyi arttırmaya, imtiyazlı pay sahiplerinin haklarının kısıtlanması ve pay sahiplerinin yeni pay alma hakkının sınırlandırılması ile primli veya nominal değerinin altında pay ihracı konularında karar almaya yetkilidir. Şirketin sermayesi, gerektiğinde Türk Ticaret Kanunu ve Sermaye Piyasası Mevzuatı hükümleri çerçevesinde artırılabilir veya azaltılabilir. Dolayısıyla, gelecekte yapılacak bedelli sermaye artırımlarında, yatırımcıların yeni pay alma haklarının tamamen veya kısmen kısıtlanması veya bu hakların kullanılmaması durumlarında; İhraççı'nın sermayesi artarken yatırımcıların sahip oldukları pay adedi artmayacağından yatırımcıların payının toplam sermayeye oranı azalabilecektir. Ayrıca ortak konumunda bulunan kişilerin sahip oldukları payları satmak istemeleri durumunda, piyasada pay arzı fazlası olabilecek ve bu durum şirket değeri ile pay fiyatını aşağı yönlü etkileyebilecektir.

- **Mevzuat Uygulamaları Kaynaklı Riskler**

Pay Piyasasında işlemlerin adil ve dürüst bir şekilde gerçekleşmesinin sağlanması amacıyla yürürlüğe sokulan mevzuat uygulamaları kapsamında tedbirlerin uygulanması süresince Şirket paylarının işlem sırası geçici veya sürekli olarak kapatılabilir, hatta daha ileriki durumlarda borsa kotundan çıkarılması gibi tedbirler yürürlüğe alınabilir. Bu durumlarda pay sırası için etkin bir piyasa oluşmayabileceğinden payların el değiştirmesi kısıtlı veya imkansız hale gelebilir.

olumsuz yönde etkilenebilir. Şirket yönetiminin bu riskleri kontrol etmek için harcadığı çabalar yetersiz kalabilir ve şirket alacaklarını tahsil edemeyerek, aldığı kredileri döndüremeyebilir. Bu risklerin tutarları dönemler itibarıyla aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

	Finansal Tablo Tarihi	Alacaklar (TL)				Bankalar daki Mevduat	Diğer
		Ticari Alacaklar		Diğer Alacaklar			
		İlişkili Taraf	Diğer Taraf	İlişkili Taraf	Diğer Taraf		
Raporlama tarihi itibarıyla maruz kalan azami kredi riski	31.12.2018	562.527	8.427.535	-	1.211.277	266.572	7.622
	31.12.2019	830.208	11.204.744	-	1.283.644	338.099	29.143
	31.12.2020	6.649.591	13.162.333	-	3.324.118	36.322.454	7.615
	30.06.2021	8.749.564	14.291.017	-	5.562.816	28.416.076	74.579

Likidite Riski: Likidite riski, şirketin kısa vadeli fonlama yükümlülüklerini yerine getirememe ihtimalidir. Piyasalarda meydana gelen bozulmalar veya kredi puanının düşürülmesi gibi fon kaynaklarının azalması sonucunu doğuran olayların meydana gelmesi, likidite riskinin oluşmasına sebebiyet verebilir. İhraççının likidite riskini gösteren oranlar aşağıdaki tabloda verilmektedir. Özellikle alacakların dönen varlıklar içerisinde önemli bir yer tutması nedeniyle alacak tahsilatında meydana gelebilecek güçlüklerin aşağıdaki oranlardan Cari Oran ve Likidite Oranı üzerinde olumsuz etkileri olabilecektir.

Likidite Oranları	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.06.2021
Cari Oran	0,84	0,84	3,94	4,19

*Şirketin dönemler itibarı ile stokları bulunmadığından Asit-Test (Likidite) Oranı, Cari Oran'a eşit hesaplanacağından tabloda gösterilmemiştir.

Likidite riskinin bir göstergesi olan Dönen Varlıklar/Kısa Vadeli Yükümlülükler oranının ilgili dönemler bazındaki değişimi aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Açıklama	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.06.2021
Dönen Varlıklar	13.658.618	15.666.921	60.575.546	63.870.993
Kısa Vadeli Yükümlülükler	16.355.994	18.575.623	15.373.005	15.257.029
Net işletme sermayesi	-2.697.376	-2.908.702	45.202.541	48.613.964
D. Varlıklar / K.V Yük.(%)	-0,84	-0,84	3,94	4,19

Şirket, yatırımlar nedeniyle yeni kredi kullanımı ve sonrasında Şirket'in nakit oluşturma kapasitesinde yaşanabilecek olumsuzluklar da likiditeye olumsuz yönde etki edebilir.

Piyasa Riski: Piyasa riski, piyasa fiyatlarında meydana gelen değişimler nedeniyle bir finansal aracın gerçeğe uygun değerinde veya gelecekteki nakit akışlarında bir işletmeyi olumsuz etkileyecek dalgalanma olması riskidir. Şirket'in piyasa riski, yabancı para riski ve faiz oranı riskini içermektedir.

Faiz oranları, ortaklık payının BİST'teki işlem fiyatı, döviz kurlarındaki veya diğer finansal varlıklardaki dalgalanmalar dahil olmak üzere piyasa fiyatlarındaki beklenmedik hareketlerden kaynaklanan sebeplerle şirket olumsuz etkilenebilir.

Yabancı Para Riski: Yabancı para varlıklar, yükümlülükler ve bilanço dışı yükümlülükler sahip olma durumunda ortaya çıkan kur hareketlerinden kaynaklanacak risklere kur riski denilmektedir. Yabancı para cinsinden işlemler, kur riskine sebep olmaktadır. İhraççı başta Euro ve ABD Doları cinsinden kur riskine maruz kalmaktadır. 30 Haziran 2021, 31 Aralık 2020, 31 Aralık 2019 ve 31 Aralık 2018 dönemleri itibarıyla yabancı para cinsinden varlıklar ve yükümlülükler bulunmaktadır. İhraççının 31.12.2018 tarihinde 1.608.795 TL net döviz açığı varken 31.12.2019 tarihinde artarak 2.812.584 TL'ye çıkmış, son dönemde önemli bir düşüş gerçekleşerek 31.12.2020 tarihinde döviz pozisyonu açığı 372.281 TL'ye gerilemiştir. 30.06.2021 tarihinde ise 2.923.875 TL net yabancı para varlığı oluşmuştur.

Döviz Pozisyonu Tablosu(TL)	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.06.2021
Döviz Cinsinden Varlıklar	1.270.156	1.007.134	1.665.678	5.246.008
Döviz Cinsinden Yükümlülükler	2.878.951	3.819.718	2.037.959	2.322.133
Net Yabancı Para Varlık/ (Yükümlülük) Pozisyonu	-1.608.795	-2.812.584	-372.281	2.923.875

Faiz Oranı Riski: Piyasa faiz oranlarındaki değişimlerin finansal araçların fiyatlarında dalgalanmalara yol açması, İhraççının faiz oranı riskiyle karşılaşması anlamına gelmekte olup, İhraççının faiz oranı riskine duyarlılığı aktif ve pasif hesapların vadelerindeki uyumsuzluğuyla ilgilidir. İhraççı, faiz kazanan varlık ve faiz ödenen yükümlülükleri nedeniyle, faiz oranlarının değişiminden doğan faiz oranı riskine açıktır.

Makroekonomik ve Politik Riskler

*Dünyada ve Türkiye'de yaşanabilecek ekonomik ve siyasi gelişmeler, rekabet ve yatırım koşullarını olumsuz etkileyebilir. Bu sebeple yeni yatırımların aksaması sebebiyle şirket, yeni projelere giremeyebilir.

*Dünyada yaşanabilecek makro ekonomik sıkıntıların gelişmekte olan ülkelere olumsuz etkileri görülebilir.

*Ülkemizin bulunduğu coğrafya sebebiyle komşu ülkelerle yaşanabilecek sorunlardan kaynaklı olumsuz ekonomik süreçler yaşanabilir.

*Ülkemizde yaşanabilecek olağanüstü durumlardan dolayı genel ekonomik göstergeler olumsuz etkilenebilir ve bu durum şirketin maliyetlerini ve karlılığını olumsuz etkileyebilir.


İbrahim Hakan Aydın
Genel Müdür
Tera Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Sakarya Mahallesi
470 00 1428

34




TERA YATIRIM
MENKUL DEĞERLER A.Ş.

6. İHRAÇÇI HAKKINDA BİLGİLER

6.1. İhraççı hakkında genel bilgi:

6.1.1. İhraççının ticaret unvanı ve işletme adı: İhlas Haber Ajansı Anonim Şirketi "İHA"

6.1.2. İhraççının kayıtlı olduğu ticaret sicili ve sicil numarası:

İhraççının;

Ticaret siciline tescil edilen merkez adresi:	Yenibosna, Merkez Mahallesi, 29 Ekim Caddesi No:11 A İç Kapı No 21 34197 Bahçelievler/İSTANBUL
Bağlı bulunduğu ticaret sicil müdürlüğü:	İstanbul
Ticaret sicil numarası:	308584-0

6.1.3. İhraççının kuruluş tarihi ve süresiz değilse, öngörülen süresi:

Şirket 06.01.1994 tarihinde süresiz olarak kurulmuştur.

6.1.4. İhraççının hukuki statüsü, tabi olduğu mevzuat, ihraççının kurulduğu ülke, kayıtlı merkezinin ve fiili yönetim merkezinin adresi, internet adresi ve telefon ve fax numaraları:

Hukuki Statüsü	Anonim Şirket
Tabi Olduğu Mevzuat	T.C. Kanunları
Kurulduğu Ülke	Türkiye
Merkez Adresi	Yenibosna, Merkez Mahallesi, 29 Ekim Caddesi No:11 A İç Kapı No 21 34197 Bahçelievler/İSTANBUL
Telefon	0(212) 454 33 33
Faks	0(212) 454 33 35
İnternet Adresi	www.ihlashaberajansi.com.tr
KEP(Kayıtlı Elektronik Posta) Adresi	ihlashaber@hs08.kep.tr

6.1.5. İhraççı faaliyetlerinin gelişiminde önemli olaylar:

Türkiye'nin görüntülü haber servisi yapan ilk özel sektör şirketi olan İhlas Haber Ajansı (İHA) 1994 yılında kurulmuştur. Özel televizyonların yayın hayatına başlaması ile birlikte, doğru, hızlı ve objektif haberciliği kendisine ilke edinen İHA, Türkiye'de 25 bölge müdürlüğü ile 81 ilde hizmet vermektedir. İHA, yurt içinde ve dışında, çalışan kadrolu ve telifli 850'yi aşkın personeli, 460 kamerası ve 320 dijital fotoğraf makinesiyle, görüntülü, yazılı ve fotoğraflı haber üretmektedir. Merkezine ulaşan ve işlenen haberlerden, günde ortalama 300 görüntü, 1.000 haber metni ve 3.000 fotoğraf, İHA aboneleri olan radyo, televizyon, gazete, web sitesi ve kurumlara uydu ve internet üzerinden servis edilmektedir. Dünya çapında ajans faaliyetlerinde bulunan İHA, haberlere hızlı ulaşma, canlı yayın yapabilme, farklı ülkelerde teknik altyapı imkânları bulundurabilme yeteneklerine sahiptir. İHA, operasyonel güç, hız ve aktivasyon açısından değerlendirildiğinde bölgesinin en güçlü ajanslarından biridir. Kurulduğu yıldan itibaren teşkilatlanmaya ve teknolojik yatırımlarına hız kesmeden devam eden İHA, dünyada canlı yayın aracı ve 4.5G canlı yayın cihazları bakımından etkili haber ajanslarından biridir. Halen 100 den fazla drone kullanarak habercilikte yeni bir soluk getirmiştir.



Çoğu Türkiye dışında olmak üzere kendisine ait 32 uplink noktası (uydu haberleşme noktası) olan İHA, bu sayede olayların kaynağına çok hızlı ulaşarak canlı yayın yapabilmekte, bunları uydu üzerinden tüm dünyaya servis edebilmektedir. İHA'nın Türkiye'de de 250 noktadan görüntü aktarma kabiliyeti bulunmaktadır.

Hizmet çeşitliliğini teknolojik altyapısının güçlenmesine paralel olarak artıran İHA, 11 Eylül olayları sonrasında değişen dünya konjonktürü sebebiyle, faaliyet alanını İran, Irak, Afganistan, Pakistan, Rusya, Yunanistan, Kosova, İsrail, Filistin ve Orta Asya Türk Cumhuriyetleri'nde yoğunlaştırmıştır. Haber aktarımında çok hızlı hareket edebilen İHA, yurt içi haber akışındaki rakipsizliğinin yanında, özellikle bölge ülkelerine ait haberlerde önemli bir haber kaynağı olmaktadır. Irak'taki savaşta İHA, savaşın sürdüğü bütün bölgelerde, çok sayıda uydu uplink sistemi ve haber ekipleriyle büyük bir yayıncılık başarısı sergilemiştir. Savaş sonrası güvenlik, mezhep çatışmaları, yeni siyasi oluşumlar ortamında çalışmasını genişleten İHA, Irak bölgesinde haber ve yayıncılık hizmeti vermeye başlamış ve o günden bugüne bu çalışmayı başarılı bir şekilde sürdürmüştür.

Türkiye'de 140'den fazla televizyon abonesi bulunan İHA'nın yurtdışında da; Almanya, İngiltere, Mısır, Katar, Birleşik Arap Emirlikleri, Azerbaycan, Gürcistan ve Irak'ta çok sayıda müşterisi bulunmaktadır.

İHA, Türkiye'de görüntülerini dijital olarak arşivleyen ilk ajanstır. Böylece İHA'nın arşivinde 1.500.000 üzerinde görüntü ve 4.850.000'den fazla haber dijital olarak saklanmaktadır.

	2018	2019	2020
Müşteri Sayısı (Yurt İçi)	1.979	1.984	2.005
Müşteri Sayısı (Yurt Dışı)	124	118	96

Toplam Hasılat içinde;

Yurt dışı müşterilerinden ilk 10 unun toplam satışlar içerisindeki payı yıllar itibarıyla 2018 yılı %63,45, 2019 yılı %75,92, 2020 yılı için %82,99 dur. Yurt içi müşterilerinden ilk 10 unun toplam satışlar içerisindeki payı yıllar itibarıyla 2018 yılı %20, 2019 yılı %20,32, 2020 yılı için %18,24 dir.

Sivil ve resmi kurum ve derneklerle ticari şirketlerin etkinliklerini, özel prodüksiyon çalışması ile görüntülü ve yazılı medyaya etkin bir şekilde ulaştıran İHA, Türkiye'de gelişen kurumsal haber konusuna yoğunlaşmıştır. Bu çerçevede kongre ve festival ve sağlık turizmi şeklindeki etkinliklerin telekonferans yöntemi ile canlı yayınlanması konularında İHA, Türkiye'de öncü bir görev üstlenmiş ve önde gelen bir ajans olmuştur.

Kendi teknik servisi tarafından iç aksamı üretilen canlı yayın araçlarını kullanan İHA, bu sistem ve araçlarla Türkiye ve dünyanın çeşitli bölgelerinde hizmet vermektedir. Hizmet verdiği bölgeleri ve kalitesini artırma çabası içinde olan İHA, Washington, Londra, Berlin gibi önemli şehirlerde bir çok kanala stüdyo hizmetleri dahil ajans hizmeti sunmaktadır. Yurtiçinde İstanbul, İzmir, Ankara, Gaziantep stüdyoları faaliyete geçmiş olup bu stüdyolardan da tüm yurtiçi ve yurtdışı müşterilerine hizmet verilmektedir. Türkiye içerisindeki müşteri sayısını 2.000'in üzerine çıkaran İHA, yapılan bu çalışmalar ile ulusal medyanın olduğu kadar yerel ve bölgesel medyanın da haber ihtiyaçlarını hızlı ve güvenilir şekilde temin etmelerinde ajans olarak önemli destek vermektedir.



Abone dağılımı şöyledir;

Abone Türü- Açıklama	Abone Sayısı
Gazete	398
Kurum Kuruluş ve Şirketler	1.003
Web Sitesi-İnternet	464
TV	140
Toplam	2.005

İHA kurulduğu günden bugüne her dönem dünya medyasında ses getiren önemli haberlere imza atmaktadır. Son 15 yılda ses getiren başlıca haberler şu şekildedir.

2005 yılındaki Endonezya'daki tsunami felaketinde, Londra, Mısır'daki patlamalarda gelişmeleri tüm dünya kanalları ile anlık paylaşmıştır.

2006 yılındaki Lübnan savaşında Lübnan, Suriye ve İsrail cephesinde canlı yayın ve haber hizmetleri vermiştir.

2007 yılında yaşanan Afrika kıtasındaki iç karışıklık, Yunanistan'daki büyük orman yangınları, Pakistan'daki Lal Mescidi baskını ve yine Pakistan eski başbakanı Benazir Butto'ya yapılan saldırı İHA vasıtası ile medya kuruluşlarına başarıyla servis edilmiştir.

2008 Ağustos'u'ndaki Gürcistan savaşında da aynı başarılı çalışmalarını sürdürmüştür. 2008'de Sudan Devlet Başkanı için dört kıtada, sekiz ülkede canlı basın toplantısının altyapısını kurarak, Hartum ile uluslararası gazetecileri, telekonferansta buluşturmuştur. Yine 2008'deki Mumbai terör saldırıları da İHA tarafından dünyaya duyurulmuştur.

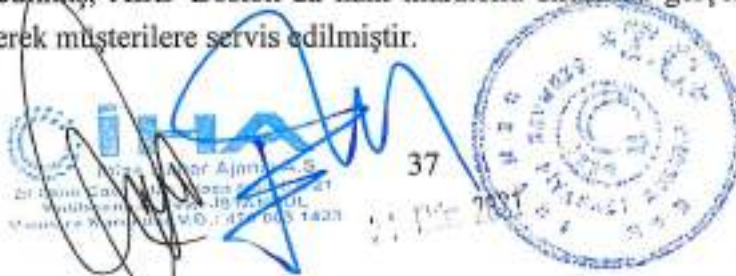
2009'daki Gazze Savaşı'nda da aynı performansı sergileyen İHA, hem Gazze'nin içinden, hem de sınırın İsrail ve Mısır tarafından haber ve yayın hizmeti sunabilen yegâne kuruluşlardan biri olmuştur. 2009 içinde Etiyopya, Gana, Sierra Leone, Libya ve Sudan'da da uluslararası kanallara hizmet vermiştir.

2010 yılında Güney Afrika'da yapılan dünya kupasına 6 uplink ve 30 kişilik ekiple katılan İHA, kupa süresince 300 den fazla Türk ve dünya TV'lerine görüntü geçişi ve canlı yayın hizmeti vermiştir.

Tunus'lu sokak satıcısı Muhammed Bouazizi'nin kendini yakmasıyla başlayan Tunus, Mısır, Libya ve Suriye'yi 2011 yılında etkisi altına alan Arap baharı ile ilgili gelişmeler takip edilerek dünya kamuoyu ile İHA vasıtasıyla paylaşılmıştır.

2012 yılında Fransa'da ve ABD'de gerçekleştirilen başkanlık seçimleri ve Londra Olimpiyatları takip edilerek dünya kanallarına teknik, görüntü geçişi ve haber hizmeti sağlanmıştır.

2013 yılında Suriye'de çıkan iç savaş, sınırda ve mülteci akımı takip edilerek canlı yayınlarla dünya kamuoyuna duyurulmuş, Mısır'da Cumhurbaşkanı Muhammed Mursi'nin askeri darbeyle görevden uzaklaştırılması sonrası çıkan olaylar yerinde takip edilerek dünya kamuoyu ile paylaşılmıştır. Yine Yunanistan'da yaşanan ekonomik kriz, krize bağlı alınan tedbirler ve yine buna bağlı protesto gösterileri takip edilmiş, ABD Boston'da halk maratonu sırasında gerçekleştirilen bombalı saldırı sonrası takip edilerek müşterilere servis edilmiştir.



2014 yılında İsrail'in Gazze'ye başlattığı kara harekatı canlı olarak dünya medyasına ulaştırılmış, Malezya havayollarına ait Amsterdam seferini yapan yolcu uçağının Rusya-Ukrayna sınırında vurularak düşürülmesi neticesinde olay yerinden canlı yayınlar gerçekleştirilmiştir.

2015 Paris'te yayın yapan Charlie Hebdo gazetesine düzenlenen saldırılar takip edilmiş, Nepal'de gerçekleşen 7.8 şiddetindeki deprem sonrası yaşananlar canlı yayın sistemleri ile takip edilerek tüm medya kuruluşlarına servis edilmiştir.

2016 yılında ABD'nin 45. Başkanlık seçimleri New York ve Washington'da takip edilerek dünya medyasına canlı yayınlar için ihtiyaç duydukları teknik hizmet verilmiştir. Türkiye'de 15 Temmuz gecesi gerçekleştirilen darbe girişiminin başlangıcı ve bitişi dünya medyasına tüm gece yapılan haber ve canlı yayınlar ile duyurulmuştur.

Fırat Kalkanı harekatının başlaması ile birlikte Suriye sınır bölgesinde çok sayıda canlı yayın aracı ile dünya medyasına hizmet verilmiştir.

2017 yılında İstanbul'da Reina silahlı saldırı, ABD yeni başkanı Donald Trump yemin töreni, Suriyedeki savaşın son bulması için Kazakistan'da gerçekleştirilen Astana barış görüşmeleri, Türkiye'deki Anayasa değişikliği referandumu ulusal ve uluslararası müşterilerimize anlık olarak aktarılmıştır.

2018 yılında Zeytin Dalı harekatı, Suudi Arabistan İstanbul Başkonsolosluğunda Cemal Kaşıkçı cinayeti, Türkiye'de gerçekleşen seçim gibi bir çok önemli konuda yayınlar gerçekleştirilmiştir.

2019 Yeni Zelanda'da Müslümanlara karşı gerçekleştirilen terör saldırısında dünya medyasına teknik hizmet sağlanmış, Barış Pınarı harekatında yaşanan gelişmeler tüm dünyaya duyurulmuştur.

2020 yılında İranlı General Kasım Süleymani'nin öldürülmesine ilişkin yayınlar, Covid 19 salgınına ilişkin yurtdışı ve yurtdışında yaşanan gelişmeler, Azarbaycan-Ermenistan savaşının sıcak görüntüleri İHA tarafından medya kuruluşlarına anlık olarak servis edilmiştir.

İHA geniş ve tecrübeli kadroları sayesinde dünyanın önemli noktalarında mevcut teknik alt yapısının vermiş olduğu avantaj ile hızlı bir habercilik sergilemede başarısını her geçen gün artırmaktadır.

İHA kurulduğu günden bugüne milli haber ajansı niteliğini hiç kaybetmemiş olup, önce ülke menfaatlerini göz önüne alarak habercilik yapma gayreti içinde olmuştur. 15 Temmuz hain darbe kalkışmasında sıcak çatışmaların içerisinde olan İHA muhabirleri ve canlı yayın araçları, kalkışmacıların kurşunları altında an be an sokaklardan, haber faaliyetini sürdürerek doğru haberi izleyicilere ulaştırmıştır. Türk ve dünya medyasına hızlıca servis ettiği görüntülerle, kalkışmanın seyrini değiştiren İHA, İstanbul Boğaz Köprüsünde sabah darbeci subayların teslim oluşunu da canlı yayınlayarak dünya medyalarındaki kirli bilgi ve yayınları sona erdirmiştir.

İHA, olayları ilk, doğru, objektif olarak kamuoyuna duyurma misyonunu başarılı bir şekilde devam ettirmektedir. Türkiye'de farklı yayıncılık ilkeleri olan 2 bin den fazla kurum, gazete, televizyon, internet sitesi, yayınlarını İHA haberleri ile şekillendirmektedir.

6.1.6. Depo sertifikasını ihraç eden hakkındaki bilgiler

Yoktur.

6.2. Yatırımlar:

6.2.1. İzahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibariyle ihraççının önemli yatırımları ve bu yatırımların finansman şekilleri hakkında bilgi:

Yoktur.



6.2.2. İhraççı tarafından yapılmakta olan yatırımlarının niteliği, tamamlanma derecesi, coğrafi dağılımı ve finansman şekli hakkında bilgi:

Yoktur.

6.2.3. İhraççının yönetim organı tarafından geleceğe yönelik önemli yatırımlar hakkında ihraççıyı bağlayıcı olarak alınan kararlar, yapılan sözleşmeler ve diğer girişimler hakkında bilgi:

Yoktur.

6.2.4. İhraççıyla ilgili teşvik ve sübvansiyonlar vb. ile bunların koşulları hakkında bilgi:

Yoktur.

7. FAALİYETLER HAKKINDA GENEL BİLGİLER

7.1. Ana faaliyet alanları:

7.1.1. İzahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibariyle ana ürün/hizmet kategorilerini de içerecek şekilde ihraççı faaliyetleri hakkında bilgi:

Şirketin gelir kalemleri aşağıda açıklanmıştır.

Haber Abonelik Gelirleri (Abone)

Abonelik gelirleri, ulusal ve yerel TV, gazete, internet sitesi, web gazete, kurumsal abone (belediyeler, üniversiteler, bakanlık ve bağlı kuruluşları) ve şirket haberleri bülten servisi yazılı ve görsel haber paketlerinde oluşmaktadır. Yukarıda sayılan kurumların faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için ihtiyaç duyduğu her türlü haber, fotoğraf, video gibi medya desteğinin abonelik kapsamında sunulmasıdır.

Operasyonel Teknik Gelirler (Teknik Hizmet)

Canlı yayın araçları ve yeni nesil kablosuz canlı yayın aktarım cihazları (TV U- LIVE U marka cihazlar) ile, talep eden TV kanalları, Medya kuruluşlarına canlı yayın ve teknik hizmet sağlamak için oluşan gelirlerdir. Ulusal ve uluslararası etkinliklerde Şirketimiz canlı yayın araçları ve teknik alt yapısı kullanılarak diğer tv kanalları veya kurumların canlı yayına çıkması, izleyicilerine, hedef kitlelerine ulaşması için sağlanan hizmet ve bu hizmet karşılığı elde edilen geliri ifade etmektedir.

Medya Tanıtım Gelirleri, (Haber Satışı)

Kurum ve kuruluş ve şirketlerin düzenlediği çeşitli etkinlikleri, kameraman ve foto muhabir ile takip etmek, canlı yayın araçları, yeni nesil kablosuz canlı yayın aktarım cihazları ve diğer gerekli teknik altyapı imkanları ile medyaya sunulması hizmetinden elde edilen gelirdir. Tüm özel ve kamu kurumları ile dernek, vakıf, üniversite gibi sosyal teşekkülleri müşteri potansiyeli oluşturmaktadır.

Network Gelirleri (Sponsorluk)

Şirket tarafından yerel ve bölgesel kanallara hazırlanan haber ve kültürel kuşak programları içerisinde yer alan reklam, sponsorluk ve haber yayınlarının satışından elde edilen gelirden oluşmaktadır. Network gelirlerinden sponsorluk çalışmaları yıllık reklam ve haber çalışmaları ise kampanyalar şeklinde oluşmaktadır.

Banner Reklam Gelirleri (Reklam İlan)

İnternet sitesinde ve diğer mecralardaki alanlarda yayınlanan reklamlardan elde edilen reklam gelirlerinden oluşmaktadır.

Diğer Gelirler'den meydana gelmektedir.



Şirket'in gelir kalemleri dağılımı aşağıdaki tabloda gösterildiği gibidir.

NET SATIŞLAR (TL)	01.01-31.12.2018	%	01.01-31.12.2019	%	01.01-31.12.2020	%	01.01-30.06.2021	%
Abone (Haber Abonelik Gelirleri)	20.509.996	40,13	21.401.314	32,63	26.008.515	36,44	14.619.039	38,46
Teknik Hizmet (Operasyonel Teknik Gelirler)	7.475.431	14,63	9.073.403	13,83	6.998.544	9,80	2.953.166	7,77
Haber Satışı (Medya Tanıtım Gelirleri)	14.447.111	28,27	26.648.716	40,63	32.173.992	45,08	17.285.159	45,48
Sponsorluk (Network Gelirleri)	410.000	0,80	487.250	0,74	240.500	0,34	22.000	0,05
Reklam & İlan (Banner Reklam Gelirleri)	7.968.597	15,59	7.008.218	10,68	5.315.380	7,45	2.717.248	7,15
Diğer	300.657	0,59	972.999	1,48	641.505	0,90	414.840	1,09
Toplam	51.111.792	100	65.591.900	100	71.378.436	100	38.011.452	100

7.1.2. Araştırma ve geliştirme süreci devam eden önemli nitelikte ürün ve hizmetler ile söz konusu ürün ve hizmetlere ilişkin araştırma ve geliştirme sürecinde gelinen aşama hakkında ticari sırrı açığa çıkarmayacak nitelikte kamuya duyurulmuş bilgi:

Yoktur

7.2. Başlıca sektörler/pazarlar:

7.2.1. Faaliyet gösterilen sektörler/pazarlar ve ihracçının bu sektörlerdeki/pazarlardaki yeri ile avantaj ve dezavantajları hakkında bilgi:

Şirket medya sektöründe haber ajanslığı ile iştigal etmektedir. Gerek yurt içinde gerekse yurt dışında meydana gelen günlük olaylar hem abonelere hem de talep eden diğer müşterilere satılmaktadır. Gelişen teknoloji ve teknolojik gereçler her alanda olduğu gibi habercilik alanında da önem arz etmektedir. Bilgi edinme ve iletişim süreci de teknolojinin gelişimiyle paralel olarak biçimlenmektedir. Şirketin sektördeki/pazardaki payı ölçülememektedir. Dijital medya çağında üretimi ve paylaşımı hızlanan habercilik anlayışı, geleneksel habercilik türlerini de değişime zorlamaktadır.

Günümüzde gerçek zamanlı bilgi ve son dakika haberciliği öne çıkmakta ve dünyayı küçültmektedir. Haber ajanslığında verilen haber hikayesinin veya gelişmenin “yeni olması”, “konunun henüz bir başkası tarafından haber yapılmamış olması” ve “olayın üzerinden uzun zaman geçmemiş olması” önemlidir. Haber sürekli üretilen ve anında tüketilen bir nesne olması açısından önemli bir dezavantaja sahiptir. Hız, güvenilirlik, devamlılık haber ajansının bilinirliği ve markalaşması açısından avantaj sağlamaktadır. Haber takibine yönelik olarak yetişmiş insan kaynağına ve gerekli ekipmanlara sahip olmak yapılan iş açısından önemlidir. Servis edilen haberlerin takibi ve doğru kaynaklara dayandırılması esastır. Ayrıca her türlü haber yayımında kişisel verilerin ve hakların korunması esas alınması gerekmektedir.

Haberin üretim aşamasından yayınlanmasına kadar pazarlama aşamasıda dahil olmak üzere her alanda dijital süreçlere dönüşüm gerekmektedir.

IHA olarak dijital dönüşümü, başlangıcı ve bitişi olan bir süreç olarak değilde, şirketin var olduğu sürece devam eden bir ilkesi olarak görmektedir.

Teknolojiyi, demografik değişimleri, müşteri alışkanlıkları analiz edilmektedir. Müşteri olan veya olmayan her kesime ulaşmak için geleneksel yayın organlarının yanı sıra internet, sosyal medya ve mobil uygulama platformlarını etkili bir şekilde kullanılmaktadır.

Sosyal medya platformları ve mesajlaşma uygulamaları dahil bir çok platformda, platformun dinamiklerine uygun özel olarak üretilen içerikler paylaşılarak bu platformlar ile kurumsal anlaşmalar yapılmaktadır.”

Haber Ajansları

Haber ajansları hiç kuşkusuz günümüzde gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde haber alışverişinde etkin rol oynamaktadır. 19. yüzyılın ilk yarısından itibaren devreye giren haber ajansları, basın endüstrisinde ayrı bir bölüm oluşturmaktadır. Günümüzde haber ajansları, dünyanın çeşitli kıtalarına ve bölgelerine, gerek yazılı gerekse görsel-işitsel basına yerel, ulusal, uluslararası kaynaklı haber sağlama yönünden hizmet götürmektedirler. Haber ajansları ellerinde bulunan gelişmiş teknolojik araçlar yardımıyla gazetecilerin yaptıkları haber toplama ve iletme görevini, ulusal ve uluslararası boyutta oldukça hızlı ve yaygın bir biçimde yerine getirmektedirler. Toplanan haberleri de, bütün kitle haberleşme araçları için haber haline getirmekte, herkesin kullanması için belirli bir ücret karşılığında satmaktadırlar.

Ajanslar 3 ölçüte göre sınıflandırılmıştır:

1. Muhabir şebekelerinin yeri ve önemine göre
2. Servislerin ulusal ya da uluslararası olmasına göre
3. Müşterilerin ulusal ya da uluslararası niteliğine göre

Bir haber ajansı için, haberin işlenmesi ise belli başlı üç aşamadan geçmektedir:

- Haberin toplanması
- Habere şekil verilmesi
- Haberin aktarımı

Bu üç aşama da iki ölçüte bağlı olarak gelişmektedir:

- Müşterilerin istemi ve niteliği
- Haber aktarımında kullanılan teknik olanaklar



Haber servislerinin sayısındaki artışa karşın, her gün dünyada basılıp yayınlanmakta olan haberlerin çoğu birkaç büyük ajans tarafından dağıtılmaktadır. Çünkü habercilikte ulaşılan düzeyi korumanın gereği olarak haber üretilen merkezlerde deneyimli muhabirler bulundurmak ya da onları beklenmedik bir sırada gelişen büyük ve önemli olayların yaşandığı bölgelere göndermek olanağına yalnızca büyük ajanslar sahiptir. Dünya ajansları, öteki ajanslar ve iş yaptıkları basın-yayın kuruluşları çeşitli düzeylerde ilişki içindedirler. Bunların çoğu kilit noktalardaki temsilcilerinin topladığı haberleri tamamlamak için ulusal ya da yerel ajansların haber servislerini de satın almaktadırlar.

Dünyada Haber Ajansları ve Habercilik

Dünya haber alışverişinde ilk akla gelen beş büyük haber ajansı sırasıyla ABD’de yer alan Associated Press (A.P) ve United Press International (UPI), Fransa’da yer alan Agence France Presse (A.F.P), İngiltere’deki Reuters ve Rusya’daki Tass’tır. A.P, A.F.P ve Reuters haber ajanslarının dünyadaki etkinliği ise UPI’nin el değiştirmesi ve Tass’ın etkinliğinin SSCB’nin çöküşüyle azalmasından sonra giderek artmaktadır.

Dünya üzerinde gerçek haber ajansı sayılabilecek 150 dolayındaki uluslararası veya ulusal kuruluşun 50 kadarı Avrupa’da, 35’i Afrika’da, 20 kadarı Arap ülkelerinde, 30’u Asya ve Pasifik’te, 15’i de Latin Amerika ülkelerinde bulunmaktadır.

Ajansların kurulduğu ilk yıllarda posta arabaları, güvercinler ve telgraf gibi yöntemler kullanılmış teknoloji geliştikçe teleks, telefon ve faks gibi yöntemlere geçilmiştir. Gelişen teknolojiyle birlikte uluslararası boyutta haberin aktarımının hız ve yaygınlık kazandığı da bir gerçektir. Günümüzde dünya üzerinde kurulan fiber optik ağlar ve yörüngede dolaşan uydular aracılığıyla haber servisi çok daha hızlı bir biçimde yapılmaktadır. Ülkemizde ve dünyada haber ajansları teknolojik gelişmeleri diğer medya kuruluşlarından daha etkin olarak takip etmektedir. Bu anlamda teknolojinin gücü de haberin daha hızlı ve etkin bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır.

Reuters’ın çeşitli ülkelerde yaptığı araştırmaya göre, birçok ülkedeki genç gruplar, haber takibi açısından Snapchat’ten Instagram’a geçiş yapmaktadır. Facebook ise gençler arasında haber kaynağı olarak gittikçe daha az takip edilen bir sosyal medya ağı olmaktadır. Facebook kullanıcılarının yarısı (%51), sosyal platform içinde gruplara dahil olsalar da, yalnızca %14’lük bir kesim Facebook’u haber ve politika takibi için kullanmaktadır. Bu oran, Brezilya’da %22’ye, Türkiye’de ise %29’a yükselmektedir.

Instagram
for news



Turkey 33% (+9)
Brazil 26% (+10)
Spain 12% (+4)
USA 7% (+1)

Snapchat
for news



France 6% (-)
Ireland 6% (-)
Australia 4% (-)
Canada 4% (-)

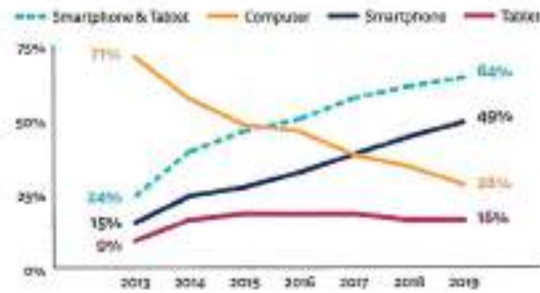
Kaynak: Reuters



42



TERA YATIRIM
MENKUL DEĞERLER A.Ş.



Kaynak: Reuters

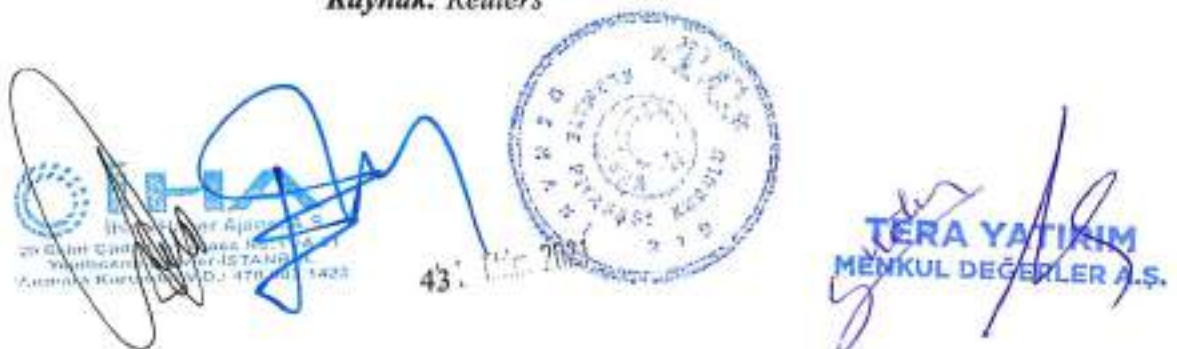
Haber ajanslarının marka değeri oluşturabilmesi ve piyasadaki diğer ajanslarla rekabette avantajlı konumda olabilmesi için güvenilir, tarafsız ve hızlı habercilik anlayışına bağlı kalması gerekmektedir. Özellikle güvenilir ve tarafsız habercilik günümüzde hızlılık ilkesinin önüne geçmektedir. Marka değeri oluşumunda ve bu değer devamlı tutulmasında servisi yapılan haberin doğru olmadığı veya taraflı olduğu yönünde bir görüş ortaya çıktığı takdirde ajansın müşteri kaybetmesi kaçınılmazdır.

Reuters'ın yaptığı araştırmanın sonucuna göre, dünya genelinde haberlere olan güven 2020 yılında bir önceki yıla göre %4 azalış göstererek %42'den %38'e düşmüştür. İnsanların düzenli olarak kullandığını ifade ettikleri haber kaynaklarına olan güvenleri de %3'lük bir azalma göstererek %50 seviyesinin altına düşmüştür. Çeşitli ülkelerde haber kaynağına güven kıyaslandığında ise oransal olarak ciddi farklılıklar göze çarpmaktadır. Finlandiya ve Portekiz'de medyaya olan güven %56 oranla en yüksek olarak gerçekleşirken, Türkiye ise geçen yıla göre %9'luk bir artış göstermiş ve üçüncü sırada yer almıştır. Diğer taraftan, Tayvan (%24), Fransa (%23) ve Kore'de (%21), insanların üçte birinden daha azı haberlere güvendiğini ifade etmiştir.

Belirli olayların, bazı ülkelerdeki güveni açıkça etkilediğini de belirtmek gerekmektedir. Brezilya'da, 2018 yılında tamamlanan seçimler, 2019 yılında haberlere olan güveni %11 oranında düşürmüştür. Fransa'da ise 2018'de başlayan Sarı Yelekliler Hareketi, haberciliğe olan güveni %11'lik azalma ile %35'ten %24'e düşürmüştür. Türkiye ise habere olan güvende ortalama bir başarı sergileyerek %46'lık seviyesini korumuş ve 38 ülke arasında 13. sırada yer almıştır.



Kaynak: Reuters



TERA YATIRIM
MENKUL DEĞERLER A.Ş.

Türkiye’de Haber Ajansları ve Habercilik

Türkiye’de hala etkin olan haber ajansları aşağıdaki şekildedir.

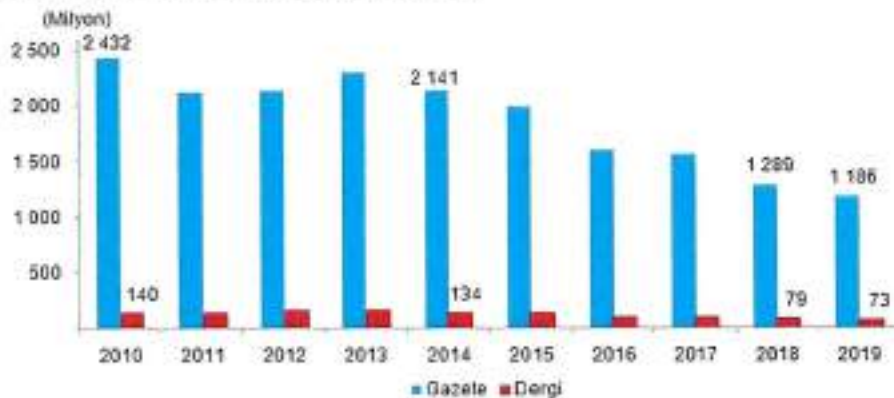
Anadolu Ajansı (1920-günümüz), Anka Haber Ajansı (1972-günümüz), Demirören Haber Ajansı (1999'da Doğan Haber Ajansı olarak kuruldu, 2018'de satılması sebebiyle Demirören Haber Ajansı ismini aldı), İhlas Haber Ajansı (1994-günümüz) ve Türk Haberler Ajansı (1950-günümüz)

Bunlar arasında ulusal ve uluslararası ürettikleri haber sayısı ve abone sayısı bağlamında Anadolu Ajansı, İhlas Haber Ajansı ve Demirören Haber Ajansı öne çıkmaktadır.

Söz konusu haber ajansları, uzun süredir önce gazetelerin daha sonra ise radyo ve televizyonun ana haber kaynağı olmuşlardır. Medyaya haber ulaştırma görevlerini hâlâ yapan haber ajansları, şimdilerde ise sosyal medya uygulamalarını da başlatmışlardır. Haber ajanslarının sosyal medyayı haberi topluma doğrudan ulaştırmak için kullanma sebepleri, sosyal medyanın etkileşime dayalı, hızlı, etkin ve haber yaymaya elverişli oluşu olarak sıralanabilir. Öte yandan hedef kitle (toplum) açısından sosyal medyanın gelişimiyle haberleri doğrudan kaynağından, yani ajanslardan, alabilmek de bir diğer seçenek olarak gelişmiştir. Üstelik haberleri kaynağından doğrudan alabilmek, istediği her haberin farklı kitlelere yeniden paylaşımını yapabilmek, yorumlarla ve geri bildirimlerle daha aktif hale gelmek sosyal medya kullanıcılarını haberleri diğer araçlar yanında sosyal medyadan da öğrenmeye yöneltmiştir.

Kentsel kısmında online haberler yaygın olmasına rağmen, Türkiye genelinde en önemli haber kaynağı televizyon olarak öne çıkmaktadır. Basılı gazeteler de uluslararası koşullara göre hala iyi bir oranda okunmaya devam etmesine rağmen kullanımı zamanla azalış göstermektedir. Basılı gazete ve dergilerin yıllık toplam tirajları 2019 yılında 2018 yılına göre %8 azalmıştır. 2019 yılında yayımlanan gazete ve dergilerin toplam tirajı 1 milyar 259 milyon 68 bin 89 olup, bunun %94,2'sini gazeteler oluşturmuştur. Yayımlanan gazetelerin %89,3'ü siyasi/haber/güncel, %2,1'i sektörel/mesleki, %1,7'si yerel yönetim içerikli olurken, dergilerin %17,9'u sektörel/mesleki, %14,1'i akademik, %9,5'i eğitim/sınav içerikli yayımlanmıştır.

Gazete ve dergilerin yıllara göre tirajı, 2010-2019

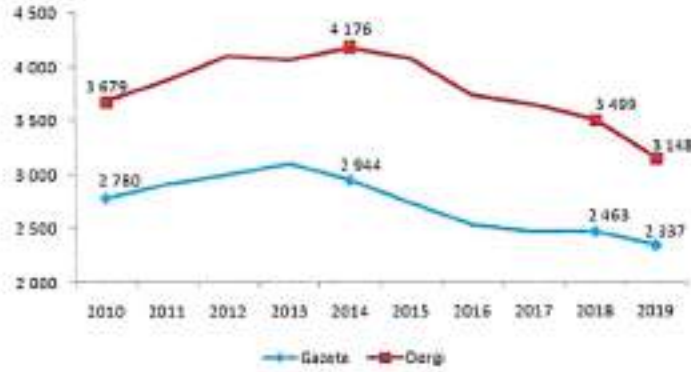


Kaynak: TÜİK

Gazete ve dergi sayısı ise, 2019 yılında 2018 yılına göre %8 azalarak 5 bin 485 olmuştur. Bu yayınların %57,4'ünü dergiler oluşturmaktadır.



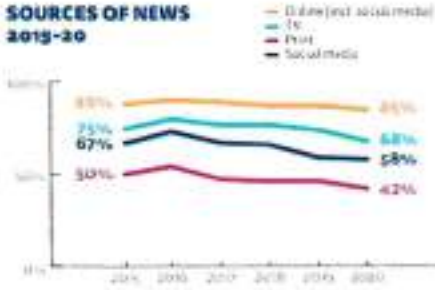
Gazete ve dergilerin yıllara göre sayısı, 2010-2019



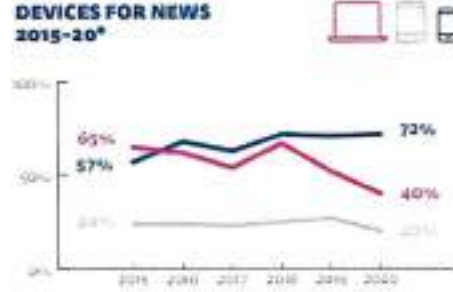
Kaynak: TÜİK

Akıllı telefonlar, habere ulaşımın kolaylığı bakımından en çok kullanılan teknolojik cihaz olarak belirtilmektedir. Habere ulaşmada 2015 yılında %57 oranında kullanılan akıllı telefonlar, 2020 yılında %72 oranında kullanılmaktadır.

SOURCES OF NEWS
2015-20



DEVICES FOR NEWS
2015-20*

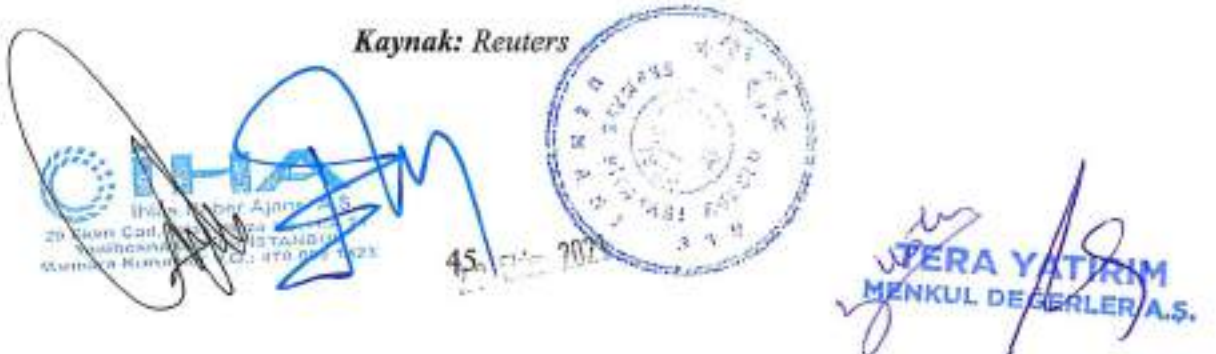


Kaynak: Reuters

İstatistiklerde %49 oranla en çok Facebook kullanıcılarının sosyal medya aracılığıyla habere erişim sağladığı belirtilirken, YouTube ikinci sırada yer almaktadır. Üçüncü sırayı ise Instagram, WhatsApp ve Twitter paylaşmaktayken, en çok artışı 2015-2020 yılları arasında %8 artışla Instagram göstermiştir. Yapılan araştırmada, sosyal medya kullanıcılarının %60'ının haberleri sosyal medya, mesaj veya e-mail yoluyla paylaştığı, %45'inin ise haber içeriğini sosyal medya veya web siteleri üzerinden tartıştığı ortaya konmaktadır.

Rank	Brand	For News	For All	Rank	Brand	For News	For All
1	Facebook	49% (+2)	67%	4	WhatsApp	31% (-2)	67%
2	YouTube	45% (-4)	71%	5	Twitter	30% (-3)	44%
3	Instagram	41% (+8)	66%	6	Facebook Messenger	10% (-)	32%

Kaynak: Reuters



Linkler:

1. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/36908>
2. http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/gazetecilik_ue/ajanshaberciligi.pdf
3. <https://cdn.istanbul.edu.tr/file/1CD58DF90A/F5CCE8AA3C394113AC12732102B7F9AF?doi=10.17064/i%C3%BCifhd.32784>
4. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/716629>
5. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
6. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf
7. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya--Istatistikleri-2019-33620#:~:text=%C3%9Ckemizde%202019%20y%C4%B1%C4%B1nda%20yay%C4%B1mlanan%20gazete,%2C2'sini%20gazeteler%20olu%C5%9Fturdu.>

Avantajlar

- Şirket'in haber ajansı sektöründe uzun yıllara dayanan tecrübesi bulunmaktadır. Şirket'in hem Türkiye hem de yurt dışında izlediği büyüme stratejisi önemli avantajlarından.
- Sektör bazında az sayıda şirketin yer alıyor olması, Şirket'in sektörel piyasa payının büyük olmasına katkı sağlarken, diğer yandan az sayıda firmanın yer aldığı sektör Şirket'in gelecekteki büyüme potansiyelini artırmaktadır.
- Şirket'in farklı hedef kitlelere özel iletişim ve alternatif haber kaynaklarının sunulmasının yanı sıra müşterilere kalite odaklı hizmet verilmesi pazarlama konusunda Şirket'e avantaj sağlamaktadır.
- Ürün ve hizmet gruplarının çeşitliliğinin yanı sıra, müşteri portföyünün geniş ve çeşitli olması da Şirket'in güçlü yanlarından bir diğerini oluşturmaktadır.
- Şirket, güncel teknolojik gelişme ve dijitalleşmeye kolay ve hızlı uyum sağlayabilecek alt yapı ve donanımına sahiptir. Bu aynı zamanda Şirket'in sektör içerisindeki konumunu güçlendirmesi açısından bir avantajdır.

Dezavantajlar

- Gün geçtikçe artan dijitalleşme ve internet kullanımı bir yandan sosyal medya gibi doğruluğu teyit edilmemiş yeni ve hızlı haber yayın kaynaklarını ortaya çıkartırken diğer yandan Şirket'in hedef müşteri kitlesini daraltmaktadır.
- Dijitalleşme ve teknolojik ilerlemenin yanı sıra hem yurtiçi hem de yurt dışı rakiplerin ürün, hizmet ve fiyat çeşitliliği açısından yeni imkanlar sunması, müşterilerin alternatif satıcılara ulaşmasını sağlarken, müşteri sadakatini azaltabilmektedir.
- Hem yasal mevzuatların kapsamlı olması hem de dijital teknolojiye ilerleme Şirket'in maliyetlerinde artışa neden olabilir.


İbrahim Akın
İHA Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Sicil No: 274990, Mersis No: 34700000000000000000
Muhimlik No: 34700000000000000000

46




TERA YATIRIM
MENKUL DEĞERLER A.Ş.

7.2.2. İzahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibariyle ihraççının net satış tutarının faaliyet alanına ve pazarın coğrafi yapısına göre dağılımı hakkında bilgi:

	01.01- 31.12.2018	01.01- 31.12.2019	01.01- 31.12.2020	01.01- 30.06.2021	01.01- 30.06.2020
Hasılat (TL)					
Yurtiçi satışlar	39.708.787	41.270.330	44.041.275	25.224.866	20.573.245
Yurtdışı satışlar	13.886.811	24.684.792	27.611.625	13.067.200	8.812.414
Diğer satışlar	136.974	92.390	114.611	133.946	108.543
Satış indirimleri	-2.620.780	-455.612	-389.075	-414.560	-224.601
Toplam	51.111.792	65.591.900	71.378.436	38.011.452	29.269.601

Sıkı düzenlemeye tabi olmayan ülkeler, idari birimler veya çevrelerde kurulu şirket veya kuruluşlar üzerinden gerçekleştirilen satış bulunmamaktadır.

7.3. Madde 7.1.1 ve 7.2'de sayılan bilgilerin olağanüstü unsurlardan etkilenme durumu hakkında bilgi:

Deprem, savaş, ve siyasi çalkantı gibi olağanüstü unsurların ortaya çıkması halinde diğer sektörlerin aksine olarak şirketin haber ajansı olması sebebiyle habere olan ihtiyaç ve talep artacağından, satışlar olumlu etkilenecek ve agresif artışlar gösterecektir. Diğer taraftan 5. Nolu bölümde riskler detaylandırılmıştır.

7.4. İhraççının ticari faaliyetleri ve karlılığı açısından önemli olan patent, lisans, sınai-ticari, finansal vb. anlaşmalar ile ihraççının faaliyetlerinin ve finansal durumunun ne ölçüde bu anlaşmalara bağlı olduğuna ya da yeni üretim süreçlerine ilişkin özet bilgi:

Yoktur.

7.5. İhraççının rekabet konumuna ilişkin olarak yaptığı açıklamaların dayanağı:

İş bu izahnamenin 7.2.1. bölümünde yer alan açıklamalar

<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/36908>

http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/gazetecilik_ue/ajanshaberciligi.pdf

<https://cdn.istanbul.edu.tr/file/1CD58DF90A/F5CCE8AA3C394113AC12732102B7F9AF?doi=10.17064/i%C3%BCifhd.32784>

<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/716629>

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya-Istatistikleri-2019-33620#:~:text=%C3%9Ckemizde%202019%20y%C4%B1%C4%B1nda%20yay%C4%B1mlanan%20gazete,%2C'sini%20gazeteler%20olu%C5%9Fturdu.>

adreslerinden temin edilmiştir.

7.6. Personelin ihraççıya fon sağlamasını mümkün kılan her türlü anlaşma hakkında bilgi:

Yoktur.

7.7. Son 12 ayda finansal durumu önemli ölçüde etkilemiş veya etkileyebilecek, işe ara verme haline ilişkin bilgiler:

Yoktur.



8. GRUP HAKKINDA BİLGİLER

8.1. İhraççının dahil olduğu grup hakkında özet bilgi, grup şirketlerinin faaliyet konuları, ihraççıyla olan ilişkileri ve ihraççının grup içindeki yeri:

Şirket İhlas grubu içinde yer almaktadır. 1970 yılında Türkiye Gazetesi'nin kurulmasıyla temelleri atılan İhlas Grubu, 1978 yılında Gazete'nin elden dağıtılmasıyla birlikte, pazarlama faaliyetlerine de başlamıştır. 1981 yılında kendi matbaa tesislerini kuran Türkiye Gazetesi, kendi baskılarını gerçekleştirmenin yanı sıra farklı baskı işleri ile de yayın yelpazesini genişletmiştir. Gazete dağıtımının yanı sıra pek çok ürünü de portföyüne ekleyerek büyüyen İhlas Holding A.Ş.'nin pazarlama organizasyonu, binlerce tüketiciye yüz yüze ürün tanıtımı yapan yaygın bir pazarlama ağına dönüşmüştür. İhlas Grubu, 1989 yılında İhlas Yuva Evleri projesi ile inşaat sektöründe faaliyet göstermeye başlamıştır. Kurumsal gelişimine devam eden Grup, 1990 yılında İhlas Ev Aletleri İmalat Sanayi ve Ticaret A.Ş. şirketini kurarak elektronik cihaz ve ev aletleri üretimine; 1991 yılında ise Türkiye Hastanesi'ni kurarak sağlık hizmetleri sektörüne adımını atmıştır.

Faaliyet süresince birçok ilke imza atan İhlas grubu, ülkemizin ilk özel haber ajansını kurmuş, gazetecilikte yeni bir çığır açarak elden dağıtım modelini geliştirmiş ve bugüne kadar milyonlarca eve küçük ev aletleri ürünlerimizi ulaştırmış, Türkiye'nin ilk devremülk projesini geliştirmiş, sosyal sorumluluk anlayışı ile 30 yıl önce özel hastane ve akabinde eğitim kurumları açmış ve bugüne kadar yaklaşık 25 bin konut üreterek binlerce ailenin ev sahibi olmasına vesile olmuştur.

Grupta yer alan şirketlerden İhlas Holding A.Ş., İhlas Gazetecilik A.Ş., İhlas Yayın Holding A.Ş., İhlas Gayrimenkul Proje Geliştirme ve Ticaret A.Ş., İhlas Ev Aletleri ve İmalat Sanayi ve Ticaret A.Ş. halka açık olup Borsa İstanbul A.Ş.'de payları işlem görmektedir.

1. İhlas Holding A.Ş.: İhlas Holding A.Ş. esas faaliyet konularını matbaacılık, gazete ve dergi çıkarılması, inşaat, sağlık, pazarlama, dahili ticaret, eğitim ve meşrubat oluşturmıştır. Ana mukavelesi bu şekilde çok kapsamlı olarak düzenlenmiş olmasına karşılık, fiili olarak kendi tüzel kişiliği çatısı altında sadece, inşaat, sağlık, eğitim ve dâhili ticaret sektörlerinde faaliyet göstermektedir.

2. İhlas Yayın Holding A.Ş.: Her türlü yazılı, görsel ve işitsel yayıncılık, reklamcılık, haber ajanslığı ve benzeri sektörlerde faaliyet gösteren veya gösterecek, kurulmuş veya kurulacak her nevi ortaklıkların sermayelerine, yönetim ve denetimlerine kuruluşlarında veya sonrasında katılmak, iştirak etmek veya yukarıda ifade edilen sektörlerde bizzat kendi adına işletmeler, şirketler kurmaktır.

3. İhlas Gazetecilik A.Ş.: Türkçe ve yabancı dillerde gazete ve her türlü yayının yurt içinde ve yurtdışında yayılması, satılması, dağıtılması ve pazarlaması ile iştigal etmektedir.

4. İhlas Gayrimenkul Proje Geliştirme ve Ticaret A.Ş.: Şirket inşaat ve pazarlama ile enerji sektörlerinde faaliyet göstermektedir.

5. İhlas Ev Aletleri İmalat San.Tic.A.Ş.: Elektrikli ev aletleri üretimi ile iştigal etmektedir.

6. İhlas Pazarlama A.Ş.: Elektrikli, elektronik, mekanik mutfak ev aletleri, dayanıklı tüketim malları ticareti, inşaat yapımı, yaptırılması ve satışı ile iştigal etmektedir.

7. İhlas Haber Ajansı A.Ş.: Haber ajanslığı ile iştigal etmektedir.

8. TGRT Haber TV A.Ş.: Televizyon ve radyo yayıncılığı yapmak, televizyon filmi, video ve reklam programlarının yapımı, çekimi, seslendirilmesi faaliyetinde bulunmak, televizyon kanalı kiralınması ve radyo istasyonu kurmak başlıca faaliyet konularıdır.

9. TGRT Dijital TV Hizmetleri A.Ş.: Televizyon ve radyo yayıncılığı yapmak, televizyon filmi, video ve reklam programlarının yapımı, çekimi, seslendirilmesi faaliyetinde bulunmak, televizyon kanalı kiralama ve radyo istasyonu kurmak başlıca faaliyet konularıdır.

10. İhlas Net A.Ş.: Enformasyon işleri, internet hizmetleri vermek, network ağları kurmak ve bilgisayar ekipmanlarının alım satımı başlıca faaliyet konularıdır.

11. Kuzuluk Kaplıca İnşaat Turizm Sağlık ve Petrol Ürünleri Tic.A.Ş.: Akyazı, Kuzuluk / Sakarya'da kaplıca turizm sağlık işletmeciliği ve ticareti ile iştigal etmektedir.

12. Armutlu Tatil ve Turizm İşletmeleri A.Ş.: Her türlü kaplıca termal turizm işletmeciliği ile iştigal etmekte olan firma İhlas Armutlu Devremülk Tatil Köyü'nün işletmeciliğini yapmaktadır.

13. İhlas Yapı Turizm ve Sağlık A.Ş.: Şirket ana mukavelesinde faaliyet konusu olarak bilumum inşaat, tesisat ve taahhüt işleri ile turizm ve sağlık yatırımları yapmak, satmak ve işletmek yazılı olmakla beraber fiilen inşaat işiyle ile iştigal etmektedir.

14. İhlas İnşaat Proje Taahhüt Turizm ve Tic. A.Ş.: Şirket ana mukavelesinde faaliyet konusu olarak turizm yatırımları ve işletmeciliği, emlak alım satım, inşaat projeleri yazılı olmakla beraber fiilen inşaat işiyle ile iştigal etmektedir.

15. İhlas Pazarlama A.Ş. - İhlas Yapı Turizm ve Sağlık A.Ş. Adi Ortaklığı: İstanbul İli, Büyükçekmece İlçesi Güzelce Mahallesi 498 Ada 1 Parsel'de kayıtlı 92.293 metrekaarelik arsa üzerinde proje geliştirme üzere, söz konusu arsanın sahipleri ile hasılat paylaşımı ve kat karşılığı inşaat yapılması için İhlas Pazarlama A.Ş. - İhlas Yapı Turizm ve Sağlık A.Ş. Adi Ortaklığı ile anlaşılmıştır. Firma söz konusu arsa üzerinde "arsa satış karşılığı gelir paylaşımı" işini adi ortaklık olarak müştereken ikmal etmek için kurulmuştur.

16. İhlas Marmara Evleri Ortak Girişimi: İnşaat faaliyetinde bulunmak üzere, Kiler Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş.'nin maliki ve hak sahibi olduğu, İstanbul ili Beylikdüzü ilçesi, Yakuplu 482 Ada 3 Parselde kayıtlı 31.309 m² ve 484 Ada 12 parselde kayıtlı 30.396 m² arsalar üzerinde, konut ve işyeri inşa edip, satış ve pazarlamasını yapmak üzere arsa satışı karşılığı hasılat paylaşımı sözleşmesi imzalamıştır. Proje kapsamında, yaklaşık 1.200 daire ve 60 ticari ünitenin inşa edilmesi planlanmaktadır.

17. Şifa Yemek ve Gıda Üretim Tesisleri Tic. A.Ş.: Şirket'in ana faaliyet konusu yemek üretmek ve pazarlamaktır.

18. KPT Lojistik Taşımacılık Tur. Rek. Paz. İç ve Dış Tic. A.Ş.: Şirket'in ana faaliyet konusu yurt içi ve uluslararası nakliyat, personel taşımacılığı, depo ve antrepo işletmeciliğidir.

19. İhlas Motor A.Ş.: Her türlü motorlu ve motorsuz araçların ve yedek parçalarının imali, montajı, alım satımı ithal ve ihracı ile her türlü gayrimenkul, arsa ve dayanıklı ve dayanıksız tüketim mallarının mümessillikleri faaliyet konularıdır.

20. İhlas Madencilik Enerji ve Ticaret A.Ş.: Madencilik, enerji ve kimya faaliyetleri ile iştigal etmektedir.

21. İhlas ChinaSilkRoadGroup Finansal Danışmanlık A.Ş.: Sermaye Piyasası Kanunu'nda tanımlanan yatırım danışmanlığı ve halka arz aracılığı ve danışmanlığı kapsamında olmamak kaydı ile münhasıran kanun ve diğer mevzuat ve düzenlemeler ile belirlenmiş usul ve esaslar çerçevesinde ulusal ve uluslararası alanda finansal yatırım, enerji, stratejik ve yönetim danışmanlığı hizmetlerinde bulunmak amacıyla kurulmuştur.



49



22. İhlas ChinaSilkRoadGroup Commodity Dış Tic. A.Ş.: Yeraltı ve yerüstü maden ve tabii kaynakları çıkarmak, maden arama ve işletme ruhsatı almak ve işletme hakkı talep etmek, tarım ürünleri de dahil her türlü emtianın nakliyat ve lojistiğini gerçekleştirmek konularında hizmet vermek amacıyla kurulmuştur.

25. İhlas Medya ve Akademi Hizmetleri A.Ş.: Kendi namına şahıslar veya şirketler kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşları hesabına ihtiyaç duyacakları her türlü bilgiyi sağlamak maksadıyla piyasa ve kamuoyu araştırmaları yapmak, anketler düzenlemek, paneller teşkil etmek, danışmanlık hizmetleri vermek, özel eğitim programları düzenlemek, seminer, toplantı, açık oturumlar tertiplemek, bilgi işlem merkezleri oluşturmak, projeler üretmek v.s. ile iştigal etmektedir.

26. İhlas Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş.: Girişim sermayesi alanında faaliyet göstermektedir.

8.2. İhraççının doğrudan veya dolaylı önemli bağı ortaklıklarının dökümü:

Yoktur.

9. MADDİ VE MADDİ OLMAYAN DURAN VARLIKLAR HAKKINDA BİLGİLER

9.1. Maddi duran varlıklar hakkında bilgiler:

9.1.1. İzahnamede yer alması gereken son finansal tablo tarihi itibarıyla ihraççının finansal kiralama yolu ile edinilmiş bulunanlar dahil olmak üzere sahip olduğu ve yönetim kurulu kararı uyarınca ihraççı tarafından edinilmesi planlanan önemli maddi duran varlıklara ilişkin bilgi:

Sahip Olunan Maddi Duran Varlıklara İlişkin Bilgiler								
Cinsi	Edinildiği Yıl	m ²	Mevkii	Net Defter Değeri (TL)	Kullanım Amacı	Kiraya Verildi ise Kiralayan Kişi/Kurum	Kira Dönemi	Yıllık Kira Tutarı (TL)
Bina	2010	480	Zonguldak Merkez	976.000	Kirada	Zonguldak Pazarlama ve Dağıtım Tic. Ltd.Şti.	2021	120.000
Arsa	2016	4.489	Marmara Ereğlisi	172.816	Boş	-	-	-

Tüm tutarlar aksi belirtilmedikçe Türk Lirası (TL)'dir.	Makine Tesis ve Cihazlar	Döşeme ve Demirbaşlar	Taşıt Araçları	Özel Maliyetler	Toplam
Maliyet	15.814.447	277.846	5.772.495	406.885	22.271.673
Birikmiş Amortisman	(9.563.460)	(224.237)	(1.567.870)	(69.868)	(11.425.435)
Net Kayıtlı Değer	6.250.987	53.609	4.204.625	337.017	10.846.238

Şirketin edinmeyi planladığı faaliyetlerine ilişkin maddi duran varlık bulunmamaktadır.

9.1.2. İhraççının maddi duran varlıklarının kullanımını etkileyecek çevre ile ilgili tüm hususlar hakkında bilgi:

Gayrimenkuller çevre mevzuatı hükümleri kapsamı dışında kalmaktadır.

9.1.3. Maddi duran varlıklar üzerinde yer alan kısıtlamalar, ayni haklar ve ipotek tutarları hakkında bilgi:

Yoktur.

9.1.4. Maddi duran varlıkların rayiç/gerçeğe uygun değerinin bilinmesi halinde rayiç değer ve dayandığı değer tespit raporu hakkında bilgi:

Maddi Duran Varlıkların Rayiç Değeri Hakkında Bilgi					
Maddi Duran Varlık Cinsi	Edinme Tarihi	Ekspertiz Değeri (TL)	Ekspertiz Raporu Tarihi ve Nosu	Sınıflandırılması (Yatırım amaçlı olup olmadığı)	MDV Değerleme Fon Tutarı/Değer Düşüklüğü Tutarı (TL)
Bina	2010	976.000	19.02.2021/742199	Yatırım Amaçlı	236.000
Arsa	2016	172.816	16.02.2021/742198	Yatırım Amaçlı	4.489

9.2. Maddi olmayan duran varlıklar hakkında bilgiler:

9.2.1. İhraççı bilgi dokümanında yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibarıyla ihraççının sahip olduğu maddi olmayan duran varlıkların kompozisyonu hakkında bilgi:

Maddi olmayan duran varlıklar; yazılım ve programların yer aldığı diğer maddi olmayan duran varlıklardan oluşmakta olup hareketleri aşağıda sunulmuştur:

Tüm tutarlar aksi belirtilmedikçe Türk Lirası (TL)'dir.	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.06.2021
1 Ocak tarihi itibarıyla				
Maliyet	343.125	343.125	349.567	393.824
Birikmiş itfa payları	-289.137	-312.387	-333.561	-353.543
Net kayıtlı değer	53.988	30.738	16.006	40.281
Dönem başı net kayıtlı değer	53.988	30.738	16.006	40.281
Girişler	-	6.442	44.257	40.000
Çıkışlar	-	-	-	-
Cari dönem itfa payları	-23.250	-21.174	-19.982	-9.561
Dönem sonu net kayıtlı değer	30.738	16.006	40.281	70.720
31 Aralık itibarıyla				
Maliyet	343.125	349.567	393.824	433.824
Birikmiş itfa payları	-312.387	-333.561	-353.543	-363.104
Net kayıtlı değer	30.738	16.006	40.281	70.720


51




TERA YATIRIM
MENKUL DEĞERLER A.Ş.

9.2.2. Maddi olmayan duran varlıkların, ihraççının faaliyetleri içerisindeki rolü ve faaliyetlerin maddi olmayan duran varlıklara bağımlılık derecesi hakkında bilgiler:

Yoktur.

9.2.3. İşletme içi oluşturulan maddi olmayan duran varlıkların bulunması halinde, ihraççı bilgi dokümanında yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibarıyla bu varlıklar için yapılan geliştirme harcamalarının detayı hakkında bilgi:

Yoktur.

9.2.4. Maddi olmayan duran varlıkların rayiç/gerçeğe uygun değerinin bilinmesi halinde rayiç değer ve dayandığı değer tespit raporu hakkında bilgi:

Yoktur.

9.2.5. Maddi olmayan duran varlıkların kullanımını veya satışını kısıtlayan sözleşmeler veya diğer kısıtlayıcı hükümler hakkında bilgi:

Yoktur.

9.2.6. Maddi olmayan duran varlıklar içerisinde şerefiye kaleminin bulunması halinde, ihraççı bilgi dokümanında yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibarıyla şerefiye edinimine yol açan işlemler hakkında bilgi:

Yoktur.

10. FAALİYETLERE VE FİNANSAL DURUMA İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELER

10.1. Finansal durum:

10.1.1. İhraççının izahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibarıyla finansal durumu, finansal durumunda yıldan yıla meydana gelen değişiklikler ve bu değişikliklerin nedenleri:

Şirketin 31.12.2018, 31.12.2019, 31.12.2020 ve 30.06.2021 tarihine ilişkin finansal durumunu gösteren tablolar aşağıdadır.

Tüm tutarlar aksi belirtilmedikçe Türk Lirası (TL)'dir.	Bağımsız Denetimden Geçmiş	Bağımsız Denetimden Geçmiş	Bağımsız Denetimden Geçmiş	Bağımsız Denetimden Geçmiş
	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.06.2021
VARLIKLAR				
DÖNEN VARLIKLAR	13.658.618	15.666.921	60.575.546	63.870.993
Nakit ve Nakit Benzerleri	1.080.932	518.321	36.518.637	28.765.862
Finansal Yatırımlar	756.486	769.962	807.267	591.574
Ticari Alacaklar	8.990.062	12.034.952	19.811.924	23.040.581
İlişkili Taraflardan Ticari Alacaklar	562.527	830.208	6.649.591	8.749.564
İlişkili Olmayan Taraflardan Ticari Alacaklar	8.427.535	11.204.744	13.162.333	14.291.017
Diğer Alacaklar	380.621	369.379	2.776.213	4.942.911
İlişkili Olmayan Taraflardan Diğer Alacaklar	380.621	369.379	2.776.213	4.942.911
Peşin Ödenmiş Giderler	2.442.091	1.974.307	661.505	6.530.065
Cari Dönem Vergisiyle İlgili Varlıklar	8.426	-	-	-

Tanımlanmış Fayda Planları Yeniden Ölçüm Kazançları/Kayıpları	-1.146.425	-2.107.792	-2.619.981	-1.886.634
Kardan Ayrılan Kısıtlanmış Yedekler	39.452	39.452	39.452	710.548
Geçmiş Yıllar Karları/Zararları	-17.509.083	-19.259.997	-18.625.019	-6.939.720
Net Dönem Karı/Zararı	-48.110	634.978	12.356.395	8.111.892
TOPLAM KAYNAKLAR	21.179.519	27.807.404	75.308.629	84.174.220

Dönen Varlıklar:

Şirket'in dönen varlıkları nakit ve nakit benzerleri, finansal yatırımlar, ticari alacaklar, diğer alacaklar, peşin ödenmiş giderler, cari dönem vergisiyle ilgili varlıklardan oluşmaktadır.

Dönen varlıklar toplamı yıllar itibarıyla artış görülmektedir. 31.12.2018 tarihinde 13.658.618 TL, 31.12.2019 tarihinde 15.666.921 TL, 31.12.2020 tarihinde 60.575.546 TL ve 30.06.2021'de 63.870.993 TL olarak gerçekleşmiştir. Dönen varlıklardaki yükseliş temel olarak nakit ve nakit benzerleri ile ticari alacaklar kalemindeki artıştan kaynaklanmıştır.

Nakit ve nakit benzerleri kalemi 30.06.2021'de 28.765.862 TL olup nakit ve nakit benzerleri kaleminin %97'si vadeli mevduatlardan oluşmaktadır. Nakit ve nakit benzeri kalemi 31.12.2020 tarihinde 36.518.637 TL tutarındadır. (31.12.2018: 1.080.932 TL / 31.12.2019: 518.321 TL) 30.06.2021'de şirketin vadesiz mevduatı ve kasa bakiyesi toplamı 648.091 TL olup nakit ve nakit benzeri kaleminin %2,26'sına tekabül etmektedir.

Finansal yatırımlar kalemi, 31.12.2018'de 756.486 TL, 31.12.2019 tarihinde ise 769.962 TL, 31.12.2020 tarihinde 807.267 TL, 30.06.2021'de ise 591.574 TL'dir.

Ticari alacaklar kalemi 30.06.2021 döneminde 23.040.581 TL'dir. 31.12.2020 tarihinde ise 19.811.924 TL'dir (31.12.2018: 8.990.062 TL / 31.12.2019: 12.034.952 TL).

Diğer alacaklar kalemi 30.06.2021'de 4.942.911 TL, 31.12.2020 tarihinde 2.776.213 TL'dir (31.12.2018: 380.621 TL / 31.12.2019: 369.379 TL). Diğer alacaklar kaleminin tamamı ilişkili olmayan taraflardan diğer alacaklardan oluşmakta olup, bu tutarın 31.12.2020 tarihi itibarıyla dönen varlıklara oranı %4,58, 30.06.2021 tarihi itibarıyla %7,74'tür.

Duran Varlıklar:

Şirket'in duran varlıkları diğer alacaklar, yatırım amaçlı gayrimenkuller, kullanım hakkı varlıkları, maddi duran varlıklar, maddi olmayan duran varlıklar ile ertelenmiş vergi varlıklarından oluşmaktadır. Duran varlıklar toplamı içerisinde en yüksek kalemi maddi duran varlıklar oluşturmaktadır. Maddi duran varlıklar 31.12.2018, 31.12.2019, 31.12.2020 ve 30.06.2021 tarihinde sırasıyla 4.648.063 TL, 4.555.339 TL, 6.359.861 TL ve 10.846.238 TL tutarındadır.

Maddi olmayan duran varlıklar 31.12.2018, 31.12.2019, 31.12.2020 ve 30.06.2021 tarihinde sırasıyla 30.738 TL, 16.006 TL, 40.281 TL ve 70.720 TL tutarındadır.

Bina ve taşıt kiralardan oluşan kullanım hakkı varlıkları 31.12.2019, 31.12.2020 ve 30.06.2021 tarihlerinde sırasıyla 3.992.417 TL, 4.356.840 TL ve 4.603.879 TL tutarındadır.



Kısa Vadeli Yükümlülükler

Şirket'in kısa vadeli yükümlülükleri esas olarak kısa vadeli borçlanmalar, ticari borçlar, çalışanlara sağlanan fayda kapsamında borçlar, diğer borçlar, ertelenmiş gelirler, dönem karı vergi yükümlülüğü, kısa vadeli karşılıklar ve diğer kısa vadeli yükümlülüklerden oluşmaktadır.

Kısa vadeli yükümlülükler, 31.12.2018, 31.12.2019, 31.12.2020 ve 30.06.2021 tarihinde sırasıyla 16.355.994 TL, 18.575.623 TL, 15.373.005 TL, 15.257.029 TL şeklindedir. 30.06.2021 tarihine ait kısa vadeli yükümlülükler içerisinde en yüksek kalemi %22,68 ile ticari borçlar ve %29,73 ile kısa vadeli karşılıklar oluşturmaktadır. Kısa vadeli borçlanmaların toplamı 30.06.2021 tarihinde 870.660 TL olup bu tutarın tamamı kiralama sözleşmelerine ilişkin yükümlülüklerden kaynaklanmaktadır.

Ticari borçlar, 31.12.2018, 31.12.2019, 31.12.2020 ve 30.06.2021 tarihinde sırasıyla 6.826.398 TL, 8.000.357 TL, 3.983.297 TL ve 3.459.208 TL tutarında iken kısa vadeli karşılıklar ise aynı dönemlerde sırasıyla 2.347.810 TL, 2.679.827 TL, 4.067.589 TL ve 4.534.720 TL tutarındadır.

Uzun Vadeli Yükümlülükler

Şirket'in uzun vadeli yükümlülükleri uzun vadeli borçlanmalar, uzun vadeli karşılıklar ve diğer uzun vadeli yükümlülüklerden oluşmaktadır. Uzun vadeli yükümlülükler, 31.12.2018, 31.12.2019, 31.12.2020 ve 30.06.2021 tarihinde sırasıyla 4.955.903 TL, 11.393.352 TL, 12.452.989 TL ve 12.589.317 TL şeklindedir.

Özkaynaklar

Şirket'in özkaynakları 30.06.2021'de 56.327.874 TL'dir. 31.12.2020 tarihinde 47.482.635 TL iken 31.12.2018 ve 31.12.2019 tarihlerinde sona eren mali dönemlerde geçmiş yıl zararları nedeniyle (-) negatif olup sırasıyla -132.378 TL ve -2.161.571 TL'dir. 2020 yılında Şirket'in ödenmiş sermayesi 14.000.000 TL'den 42.000.000 TL'ye yükseltilmiştir.

Şirket'in artan faaliyetleriyle net dönem karında da artış yaşanmış olup, 01.01-31.12.2020 döneminde net dönem karı 12.356.395 TL olarak gerçekleşmiştir. (01.01-31.12.2018: -48.110 TL / 01.01-31.12.2019: 634.978 TL) 01.01-30.06.2021 tarihinde net dönem karı 8.111.892 TL dir.

Paylara İlişkin Primler; Şirket Yönetim Kurulu 14.10.2020 tarihinde mevcut 14.000.000 TL olan sermayesini 28.000.000 TL (%200 oranında) bedelli artırımı ile 42.000.000 TL'ye çıkarma kararı almıştır. Sermaye artırımı %200 bedelli ve bir hisse 1,35 TL'den olmak üzere primli olarak yapılmıştır. Artırılan 28.000.000 TL(%200 bedelli) ile 9.800.000 TL (bir hisse 1,35 TL) primli tutar olmak üzere toplam 37.800.000 TL ortaklardan hisseleri oranında tahsil edilmiştir. Tahsil edilen tutarlardan 28.000.000 TL Sermaye hesabına aktarılmış olup, 9.800.000 TL prim tutarı ise paylara ilişkin primler hesabına alınmıştır.

Oran Analizleri

Likidite Oranları: Şirketin likiditesi açısından dönen varlıkları ne oranda güvenli olduğunu gösteren oranlardır. İşletmenin likidite durumunu, vadesi gelen borçlarını ödeme gücünü, beklenmedik piyasa şartlarında ve ekonomik durumlarda işletmenin faaliyetlerini sürdürebilme yetisinin de göstergeleridir.

Cari Oran: Kısa vadeli borçların ödenmesine bir zorluğun olup olmadığını gösterir. Şirket'in 2018 ve 2019 yıllarında cari oranı 0,84 iken bu oran 2020 yılında 3,94'e 30.06.2021'de 4,19 olmuştur. Şirket dönen varlıkları ile kısa vadeli yükümlülüklerini karşılayabilecek konumdadır.



Nakit Oranı: İşletmeye hiçbir nakit girişi olmaması durumunda elde bulunan nakitler ve menkul kıymetlerle kısa vadeli borçların ne kadarının ödenebileceğini gösterir. Şirket'in nakit oranı 2018 yılında 0,07, 2019 yılında 0,03, 2020 yılında 2,38 ve 30.06.2021'de 1,88 olarak gerçekleşmiştir. Aşağıdaki tabloda likidite oranlarının yıllara göre değişimini yer almaktadır.

	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.06.2021
Cari Oran (Dönen Varlıklar/Kısa Vadeli Yükümlülükler)	0,84	0,84	3,94	4,19
Nakit Oran (Nakit ve Nakit Benzerleri/Kısa Vadeli Yükümlülükler)	0,07	0,03	2,38	1,88

Mali Yapı Oranları: Şirket'in kaynak yapısını ve Şirket'in varlıklarının hangi kaynaklarla ne oranlarda karşılandığını gösteren oranlardır. Bu oranlar ile bir ölçüde Şirket'in uzun vadeli borçlarını ödeme gücü gibi mali yapı durumu analiz edilebilir.

Kaldıraç Oranı: Varlıkların yüzde kaçının yabancı kaynaklarla finanse edildiğini gösterir. Kaldıraç oranı 2018 yılında 1,01, 2019 yılında 1,08, 2020 yılında 0,37 ve 30.06.2021 tarihinde 0,33 seviyesindedir.

Kısa Vadeli Yükümlülükler/Toplam Varlıklar: Varlıkların yüzde kaçının kısa vadeli yükümlülüklerle fonlandığını gösterir. Şirket'in kısa vadeli yükümlülüklerinin toplam varlıklara oranı 2018 yılında 0,77, 2019 yılında 0,67, 2020 yılında 0,20 ve 30.06.2021 tarihinde 0,18 seviyesindedir.

Uzun Vadeli Yükümlülükler/Toplam Varlıklar: Varlıkların yüzde kaçının uzun vadeli yükümlülüklerle fonlandığını gösterir. Uzun vadeli yükümlülüklerin toplam varlıklara oranı 2018 yılında 0,23, 2019 yılında 0,41, 2020 yılında 0,17 ve 30.06.2021 tarihinde 0,15 seviyesindedir.

Özkaynaklar/Toplam Varlıklar: Varlıkların yüzde kaçının özkaynaklarla fonlandığını gösterir. Şirket'in özkaynaklarının toplam varlıklara oranı 2018 yılında -0,01, 2019 yılında -0,08 ve 2020 yılında 0,63, 30.06.2021 tarihinde 0,67 seviyesindedir.

Aşağıdaki tabloda mali oranların yıllara göre değişimini yer almaktadır.

	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.06.2021
Kaldıraç Oranı (Toplam Yükümlülükler/Toplam Varlıklar)	1,01	1,08	0,37	0,33
Kısa Vadeli Yükümlülükler/Toplam Varlıklar	0,77	0,67	0,20	0,18
Uzun Vadeli Yükümlülükler/Toplam Varlıklar	0,23	0,41	0,17	0,15
Özkaynaklar/Toplam Varlıklar	-0,01	-0,08	0,63	0,67

10.2. Faaliyet sonuçları:

10.2.1. İhraççının izahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibarıyla faaliyet sonuçlarına ilişkin bilgi:

Aşağıda yer alan tablo Şirket'in 01.01-31.12.2018, 01.01-31.12.2019, 01.01-31.12.2020 dönemleri ile 01.01-30.06.2021 tarihine ilişkin kâr veya zarar ve diğer kapsamlı gelir tablosunu içermektedir.

