

Ayrıca, Şirket'in ana faaliyet konularından olmamakla beraber, arızı satışlarının içinde taşıt alım satımı da yer alabilmektedir.

31.12.2019, 31.12.2020, 31.12.2021 ve 31.03.2022 tarihlerinde sona eren dönemler itibarıyla, arızı satışların Şirket'in toplam hasılatı içerisindeki payı sırasıyla %8, %5, %5 ve %4'tür.

Aztek Teknoloji İş Modeli

Aztek Teknoloji İş Modeli, Şirket'in bir distribütör firma olarak yıllar içerisinde geliştirdiği işletme, stok, pazarlama ve satış gibi konularda iş yapma biçimine ilişkin çeşitli öğeleri içeren bir modeldir.

İş modelinin bir parçası olarak Şirket, müşterileri için tahminleme dahil stok yönetimini uçtan uca yöneterek müşterilerine sattığı ürünlere katma değer katmaktadır. Şirket, stok yönetimi kapsamında proaktif taraf olarak müşterilerine lokasyonlar arası transfer ve/veya kampanya olanakları sunmaktadır.

Şirket'in uçtan uca yönettiği süreçte, ürünlerin Şirket deposundan çıkıp son kullanıcıya erişmesi için, Şirket doğru lokasyonlarda doğru alan ve stant yatırımlarını yapmakta ve kendi saha ekibi ile bu alanlarda yer alan ürünlerin görünürlüğünü sürdürülebilir kılmaktadır. Pazar payı korunması/artırılması Şirket'in stratejisinin ve sattığı ürünlere kattığı katma değer önemli bir parçasıdır. Sürdürülebilir görünürlük (Şirket'in ürünlerin satıldığı müşterilerine mağazalarda reyon ve ürün bazlı olarak stok yönetilmesi ve ürün ihtiyacının eksiksiz olarak sürekli olarak sağlanması) sağlamak Şirket'in distribütörlüğünü yaptığı ürünlere kattığı bir diğer değerdir.

Şirket sipariş geldikçe ürün iletmek yerine aktif stok ve saha yönetimi gerçekleştirmektedir. Sürdürülebilir görünürlüğün sağlanması ürünlerin son kullanıcı ile buluşturulması için alanların belirlenmesi, stant ve pazarlama görsellerinin konumlandırılması, haftalık ziyaretlerle stok bulunurluğunun sağlanması, doğru dizilim, personele yerinde eğitim ile Şirket müşterileri için uçtan uca yönetilen tüm sürecin detayları aşağıda sunulmaktadır:

- **Saha Yatırımları:** Şirket, müşterilerinin mağazalarının saha alanlarında ürünlerin deneyimlenebildiği, numune ürünlerin bulunabildiği, ürün bilgilerinin yer aldığı ve tanıtıcı monitör ile ekranlarla ve markalara özel görsellerin bulunduğu ürün stant ve kornerleri ve marka bazında sergi ve deneyim alanları sunmaktadır.
- **Saha Ekibi Desteği:** Şirket, düzenli olarak mağaza ziyaretleri gerçekleştirmektedir. Şirket, satış noktalarına sadece nakliye hizmeti sunmamakta, satış noktalarına saha ekibiyle, stant desteği ve stok, sipariş ve reyon yönetimi hizmetlerini de sunmaktadır. Stantların düzeni, stoklarda bulunan eksiklerin saptanması, sipariş oluşturma ve sevkiyata kadar takip Şirket'in sorumluluğundadır.
- **Planogram Yönetimi:** Şirket, stantlarda bulunacak ürün çeşit ve sayısını, dizilimlerini, stok adedini belirlemekte ve stoklarda eksik bulunması halinde bu eksikliği tamamlamaktadır. Planogramlar Şirket'in ürün yönetimi ekibi tarafından hazırlanmakta ve saha ekibi tarafından uygulanıp sürekliliği sağlanmaktadır.
- **Satış Noktası Pazarlama:** Şirket, satış noktasına göre dönemsel kampanya, ürün tanıtımı ve lansman dönemlerinde pazarlama yapmakta, ürün eğitimleri vermekte ve mağaza içi stand vb. reklam alanlarında yeni ürün tanıtımı yapmaktadır.
- **Eğitim:** Şirket, satış noktalarındaki personele tüketiciye doğru bilgi ve hizmet verilebilmesi için düzenli eğitim vermektedir. Bu kapsamda Şirket, satış



05 Ağustos 2022

noktalarındaki personele ürün ve marka satışı argümanları, ürün teknik bilgileri, kullanıcıya sağlayacağı faydaların detayları ve ürün kullanım alanlarını da kapsayan satış konuları hakkında eğitimler vermektedir.

- **Stok ve Ürün Çeşitliliği:** Şirket, stok ve tüm ürün çeşidinin düzenli ve sürekli bulunurluğunu stok yönetimi ve saha yönetimi ile sağlamaktadır.
- **Hızlı ve Dinamik Lojistik:** Şirket, bütün Türkiye genelinde yaygın dağıtım ağına sahip olup aynı gün kargo hizmeti ve stoksuz satış hizmeti (*Dropshipping*) sunmaktadır. Şirket, stoksuz satış modeli ile Şirket'in e-ticaret iş ortakları için dilerlerse nihai tüketici tarafından satın alınan ürünün Şirket'in Çayırova deposundan direkt nihai tüketiciye sevk edilmesini sağlamaktadır.
- **Entegre ve Otomatik Lojistik Yönetimi:** Şirket, Şirket içi satış ve pazarlamayı, stok yönetimi ve lojistik yönetimi departmanların entegre ve süreçlerin tam otomatik (insan müdahalesi minimumda) yürütülmesine yönelik bilgi işlem sistemi altyapısı sahiptir. Şirket, bu altyapısı ile tedarikçilerin, müşterilerin ve kurye şirketleri gibi üçüncü kişi hizmet sağlayanların bilgi işlem sistemleri ile entegre çalışmaktadır.
- **Uçtan Uca Stok Yönetimi:** Şirket, müşterileri için *Replenishment* (satılan ürünün yerine konulması) ve satış tahminleri ile stok riski yönetimi yapmaktadır. Şirket, gerçekleştirdiği satışlara ek olarak satış yaptığı müşterilerin bünyesinde bulunan yüksek adetli stokların da tespitini yapmakta, gerekirse ekstra kampanya veya iadeler ile satış noktası verimliliğini artırmaktadır. Şirket, satış tahminleri ile satış noktasındaki stokları artırmakta veya düşürmekte ve böylelikle stok dönüş hızını yüksek tutmaya ve stok verimliliği sağlamaya yardımcı olmaktadır.
- **Satış Datası Yönetimi:** Şirket, haftalık satış noktası bazında satış-stok datalarının işlemekte, sipariş yönetimine veri akışı sağlamakta, satış kanallarına geri bildirim ve raporlama yapmakta ve bu sayede alınması gereken eylemleri belirlemektedir. Şirket, bu kapsamda iade, promosyon veya transfer aksiyonlarını yönetmektedir.
- **Marka Yönetimi:** İlgili distribütörlük sözleşmesine göre, Şirket distribütörlüğünü yaptığı çoğu markanın pazarlama ve satış stratejilerini yönetmekte, fiyat politikasını belirleyebilmektedir. (diğer taraftan, hasılatın büyük bölümünü oluşturan Apple Aksesuar Grubu ürünlerinin pazarlama ve satış stratejileri, Samsung TV ürünlerin ise pazarlama stratejileri bu tedarikçiler ile birlikte yönetilmektedir.)
- **Ana Ürüne Bağlı Satış Yönetimi:** Şirket ana ürüne bağlı satış (Ana ürünün satışına bağlı olarak kullanılacak ürünlerin satışı, telefon yanında telefonun kılıf satışı vb.) takibi yapmaktadır. Şirket, ürünlerinin bağlı olduğu ana ürünler yanında sergilenmesi ve satışının yapılması için satış noktası bazında haftalık ürün dağılımları yapmakta ve bu oranın takibini sağlamaktadır.
- **Teknoloji Gelişim ve Trend Takibi:** Şirket, ürün lansman dönemlerini ve teknolojik trendleri takip ederek oluşabilecek atıl stoklar için müşterilerle ortaklaşa tam zamanında aksiyonların (iade, kampanya, transfer, tanıtım vb.) alınması, verimli stok ve ürün gamı yönetimini sağlamaktadır. Şirket, bu kapsamda yeni trend ve teknolojilerin satış noktasına zamanında ulaşmasını hedeflemektedir.
- **Rekabet Takibi:** Şirket, rekabet analizine göre doğru ürün konumlandırması yapmakta ve promosyonları takip etmektedir.



05 Ağustos 2022

- **Üretimi Biten Ürünler (End of Life Ürünler):** Şirket, Apple'da yurt dışında diğer ülkelerde atıl kalan (End Of Life) ürünlerin toplu olarak uygun fiyatla alıp kampanyalı olarak satışa sunmaktadır. Apple dışında kalan diğer markalar için de benzer fırsatlar değerlendirilmektedir.
- **Satış Sonrası Hizmetler:** Şirket, kendi ithal ettiği markalar için (Apple, Beats ve Samsung markalı ürünler hariç) satış sonrası ve teknik servis sürecinin tamamını kendi teknik ekibi ve Türkiye genelinde 40 adet yetkili servis noktası ile yönetmektedir.
- **Finansal Destekler:** Şirket, yukarıdaki hizmetlere ilave olarak finansal çözümleri ile de iş modelini satış kanalları bazında farklılaştırabilmektedir:
 - Ek vade tanımlanması,
 - Apple'ın aylık veya çeyreklik dönemde sağladığı prim vb. ek desteklerin peşin olarak müşteriye ödenmesi,
 - Hızlı lojistik ve sipariş karşılama, Şirket'in iş ortaklarının minimum stokla yüksek satışa ulaşmasını sağlanması.

Şirket tüm bu işlemlerde kendi bilgi işlem altyapısı ve kendi geliştirdiği MasterPiece uygulamasının da dahil olduğu tedarik yönetimi, stok yönetimi ve Aztek Lojistik Sistemi'nden faydalanmaktadır.

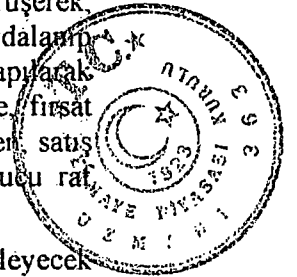
Satış ve Pazarlama

Satış ve pazarlama ekibi, tedarikçilerin markalarının talep ve ihtiyaçlarına göre değişen çeşitli görevler üstlenmektedir. Şirket'in, satış operasyon ekibi ve saha ekibinden oluşan 49 kişilik satış ekibi bulunmaktadır. Bu ekibin satış kanallarının yönetimi, satış ve pazarlama faaliyetleri ile koordinasyon gibi sorumlulukları bulunmaktadır. Marka yönetiminin çoğunluğunu satış pazarlama ekibi yapmaktadır.

Şirket satış kanallarının büyük çoğunluğuyla yıllık iş planları görüşmekte, ciro hedefleri belirlemekte ve plan ve hedefler ürün grubu ve marka bazında aylık ve üç aylık olarak takip edilmektedir. Aksesuar ürünlerinin satışları için bu planları yaparken Şirket geçmiş satış verilerini, ana ürün olan cihazların satışlarıyla bağlı satış (*attach*) oranlarını ve pazar dinamiklerini dikkate almaktadır. Satış kanalları ile hedeflere ilişkin değerlendirme yıl boyu devam etmektedir, hedeflere ve satışlara ilişkin düzenli geribildirim verilmekte ve düzenli aralıklarla değerlendirme toplantıları ile takibi sağlanmaktadır.

Şirket her bir satış kanalında satılacak ürün gamını, satış kanalının türüne, mağaza sayısına ve kapasitesine göre belirlemekte, ürünlerin yerleşimleri için satış kanalı ile de görüşerek kategori yönetimi (*category management*) ve planogram uygulamalarından faydalanıp öneride bulunmaktadır. Satış kanalı optimum stok seviyesi, satış ve stok takipleri yapılarak satış kanalı ile beraber saptanıp, haftalık ve aylık hedeflere kıyasen izlenmekte, fırsat maliyeti de dikkate alınarak, satış döngüsü yavaş olan ürünlere müdahale edilirken, satış döngüsü hızlı ürünlerin de stoklarının sipariş tahminlemeleri (*forecasting*) sonucu raf tamamlama (*replenishment*) ile yönetilmektedir.

Şirket satış kanallarına sunulan ürünlerin maliyetini ürünlerin satışlarını destekleyecek optimum seviyede tutmaya çalışmaktadır, kampanya dönemlerinde de ek destekler vermektedir. Şirket'in tüm tedarikçilerin ürünleri için zaman zaman kendi takdirinde olarak kampanyalar düzenleme hakkı bulunmaktadır. Satış kanalları ile fizibilite çalışmaları yapılarak satış kanalının türüne göre çeşitli stant, marka alanı, reyon giydirme, mağaza içi ürün tanıtım materyalleri sunulması gibi yatırımlar gerçekleştirilmektedir.



05 Ağustos 2022

Reklam kanallarıyla ilgili süreci, Apple Aksesuar Grubunda ürün yöneticileri, diğer ürünler için ise satış ekibi ve ürün yönetimi ekipleri tarafından birlikte yönetilmektedir.

Satış operasyon ekibi sipariş yönetimi ve raporlama desteği vermektedir. Pazarlama faaliyetini satış ekibiyle beraber yürüten ürün yönetim ekibinin, görsellerin hazırlanması, kullanım kılavuzu ve sair ürün belgesinin Türkçe içeriklerin hazırlanması, yeni ürün eğitimlerinin verilmesi gibi sorumlulukları bulunmaktadır.

Şirket gerek satış kanalları ile birlikte gerekse bizzat birçok pazarlama faaliyetinde bulunmaktadır. Başlıca satış kanalları ile pazarlama çalışmaları ve bütçeleri üzerinde anlaşıp çevrimiçi (*online*) ve çevrimdışı (*offline*) pazarlama çalışmaları yapılmakta, mailing, banner, sosyal medya kullanımı ile yazılı ve görsel medyada görünürlük sağlanmaktadır. Şirket geleneksel, dijital ve PR pazarlama çalışmaları için çeşitli uzman outsource ajanslar ile çalışmaktadır, yapılan çalışmaların etki değerlendirmeleri sonraki çalışmalar için kullanılmaktadır.

Şirket portföyündeki tüm markaların sosyal medya iletişimi Aztek Teknoloji hesabı üzerinden yapılabilmektedir, ayrıca JBL markasının oyun grubu serisi Quantum'un sosyal medya hesabı Şirket tarafından yönetilmektedir. Şirket sosyal medya hesaplarının yönetimi ve PR pazarlama için ajanslardan da hizmet almaktadır.

Apple ve Beats marka ürünlerin satış ve pazarlama stratejisi ve reklam ve pazarlaması aslen Apple tarafından yürütülmekte, Şirket Apple onaylı reklam içeriklerini kullanarak satış kanalları ile iş birliği içinde reklam çalışmaları gerçekleştirebilmektedir. Şirket'in ürün gamında yer alan diğer ürünlerde satış ve pazarlama stratejisi Şirket tarafından belirlenmekte olup, belirli tedarikçilerce sağlanan pazarlama destek fonları dışında pazarlama ve reklam maliyetlerine Aztek Teknoloji katlanmaktadır.

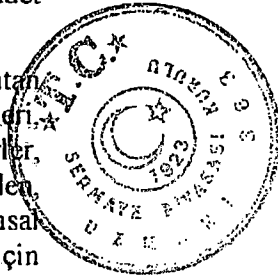
Tedarikçilerin marka bazında pazarlama desteği üründen ürüne değişmekte, bazı ürünlerde düzenli aralıkla pazarlama desteği sağlanmaktadır, sözleşme şartlarına göre bazılarında destek fatura bedelinin belli bir oranına bağlı olup bazılarında ise periyodik bir pazarlama desteği bulunmamaktadır. Şirket'in Distribütörlük Sözleşmelerinde belli bir oranda taahhüt edilen pazarlama ve reklam harcaması yapma yükümlülüğü genellikle bulunmamaktadır.

Müşteriler ve Satış Kanalları

Şirket ürünlerinin satışında, teknoloji ürünlerinin satışında hizmet veren çeşitli satış kanalları kullanmaktadır. Kullandığı satış kanallarının çeşitliliği, yaygın ağı ve çoklu kanal yapılarıyla her tüketici grubuna ulaşabilmeyi hedeflemektedir. Şirket, 31.12.2021 ve 31.03.2022 tarihinde sona eren finansal dönemlerde sırasıyla 2.883.822 ve 888.059 adet ürünün satışını yapmıştır.

Aztek Teknoloji ürünlerini son kullanıcıya Media Markt, TeknoSA, D&R, Vatan Bilgisayar ve Apple Premium Reseller gibi organize teknoloji perakende zincirleri, Turkcell, Vodafone ve Türk Telekom gibi telekom operatörlerine ait zincirler, Hepsiburada, Amazon ve Trendyol gibi e-ticaret platformları satış kanalları üzerinden seçilmiş HiFi Bayileri ve Kurumsal Bayileri üzerinden doğrudan tüketicilere ve kurumsal satışlar suretiyle doğrudan çeşitli kurumlara ve perakende satış onayı bulunan markalar için de kendi satış kanalları üzerinden satış yapmaktadır.

Şirket, 31.12.2021'de sona eren finansal yılda, kullandığı organize perakende zincirleri ve telekom operatörleri (Apple hariç olmak üzere) kanalları aracılığıyla 81 ilde 2.500 adedin üzerinde satış noktasına ulaşmış, 72 ilde yaklaşık 750 satış noktasında da doğrudan kendi personeli ile hizmet vermiştir. Organize perakende zinciri mağazaları da web ve mobil platformları üzerinden de satış yapmaktadır.



05 Ağustos 2022

Şirket ürünleri aşağıdaki satış kanalları aracılığı ile satılmaktadır.

- **Organize Perakende:** gerek fiziksel mağazalarından gerek mobil ve web platformları üzerinden satış yapan organize perakende satış kanalında Apple Premium Reseller'lar, Arçelik, Bauhaus D&R, Kırmızı Kedi, Mediamarkt, Teknosa ve Vatan Bilgisayar gibi organize teknoloji perakende zincirleri bulunmaktadır.
- **Telekom Operatörleri:** Turkcell, Türk Telekom ve Vodafone gibi telekom operatörlerinin internet ve bayi satışları ve Brightstar, Genpa, KVK, Mobitel, Ouno, ve Port iletişim gibi yetkili ürün sağlayıcıları bulunmaktadır.
- **E-ticaret:** Ürünlerin Hepsiburada ve Amazon gibi e-ticaret platformlarınca satılması üzere satış yapmaktadır.
- **HiFi Bayilerine ve Kurumsal Bayilere Satışlar:** Apple Authorised Reseller, Apple Enterprise Reseller, Sanal Mağazacılık ve Erhas gibi kurumsal ve toptan satış yapan bayileri ve bireysel ve küçük ölçekli işletme olan HiFi bayilerini kapsamaktadır. Bu satış kanalları çoğunlukla Bankalar, Eğitim Kurumları ve Kamu kurumlarına satış yapmaktadır.
- **Aztek Teknoloji Doğrudan Satışlar:** Şirket, Apple ve Beats marka ürünler haricindeki ürünleri kendi internet sitesi üzerinden, Hepsiburada, Trendyol, n11 ve Çiçeksepeti gibi çevrimiçi (online) pazar yerlerinde ve Luxury Audio, JBL adıyla açtığı mağazalardan doğrudan son kullanıcıya satış gerçekleştirmektedir.

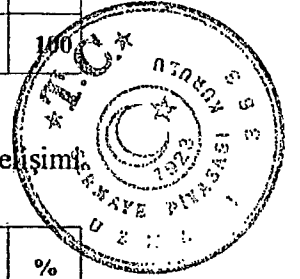
Şirket'in 31.12.2021 ve 31.03.2022 tarihlerinde sona eren finansal dönemlerdeki toplam satış hasılatının sırasıyla %61'ini ve %67'sini, Şirket'in en büyük 5 müşterisine yapılan satışlardan oluşmaktadır.

	31.12.2019 (Konsolide Olmayan)		31.12.2020 (Konsolide)		31.12.2021 (Konsolide)		31.03.2022 (Konsolide)	
Müşteri	TL	%	TL	%	TL	%	TL	%
1-5 Aralığı	234.396.616	60	492.094.780	66	663.436.741	61	339.208.335	67
6-20 Aralığı	120.890.096	31	219.185.004	29	331.395.752	31	136.584.231	27
21-Sonrası*	35.326.171	9	37.430.309	5	86.724.588	8	27.488.609	5
Toplam Hasılat	390.612.883	100	748.710.093	100	1.081.557.080	100	503.281.175	100

*Toplam 1.000 üzerinde müşteri bulunmaktadır.

Aşağıdaki tabloda, belirtilen yıllar itibarıyla Şirket'in satış kanallarının büyüme ve gelişimi yer almaktadır:

Kategori Cari (TL)	31.12.2019 (Konsolide Olmayan)	%	31.12.2020 (Konsolide)	%	31.12.2021 (Konsolide)	%	31.03.2022 (Konsolide)	%
Organize Perakende	287.293.102	73,5	462.270.110	61,7	775.371.922	71,7	368.520.493	73,2
Diğer Satışlar (Arzı Satışlar)	20.702.167	5,3	24.278.185	3,2	43.407.052	4,0	16.854.093	3,3
E-Ticaret	16.246.930	4,2	137.828.601	18,4	99.614.859	9,2	34.325.341	6,8
HiFi ve Kurumsal Bayilere Satışlar	26.914.501	6,9	56.835.571	7,6	62.963.617	5,8	22.714.333	4,5



05 Ağustos 2022

Telekom Operatörleri	23.831.261	6,1	35.460.431	4,7	58.551.495	5,4	46.973.422	9,3
Aztek Teknoloji Doğrudan Satışlar	15.624.921	4,0	32.037.195	4,3	41.648.136	3,9	13.893.493	2,8
Genel Toplam	390.612.883	100,0	748.710.093	100,0	1.081.557.080	100,0	503.281.175	100,0

Şirket, Hepsiburada ve Amazon gibi E-Ticaret satış kanallarına ürünlerini bu platformlar tarafından yeniden satılmak üzere satmakta, ayrıca Hepsiburada, Trendyol, n11, Çiçeksepeti ve Gittigidiyor gibi çevrimiçi (online) pazar yerlerinde Luxury Audio adıyla mağazalar açarak da doğrudan son kullanıcıya satış yapmaktadır. Şirket'in sistematik bir bayilik ağı bulunmamaktadır. Şirket, HiFi ürünlerinin satışı için yetkili satıcıları kullanmaktadır. Apple Auhorised Reseller, Sanal Mağazacılık gibi kurumsal bayiler aracılığıyla da kurumlara satışlar yapmaktadır.

Satış Ekibi

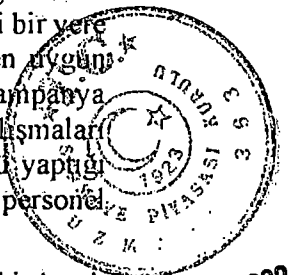
Şirket, 31.03.2021'de sona eren finansal yıl itibarıyla saha satış ekibinin ve mağazacılık satış ekiplerinin de dahil edilmesiyle 46 kişilik satış ekibi ile faaliyet göstermektedir. Satış ekibinin perakende ürünlere ilişkin satış kanalları saha, perakende, çevrimiçi (online) satış olarak üç ayrı ekip tarafından yürütülürken, Apple marka ürünlere ilişkin satış kanalları ise ürün yönetimi, saha, perakende ve çevrimiçi (online) satış olarak dört ayrı ekip tarafından yürütülmektedir. Satış ekipleri genellikle marka bazında ayrılmamakla birlikte Apple Aksesuar Grubu, Apple TV ve Beats ürünlerinden sorumlu ayrı bir ekip bulunmaktadır.

Şirket'in İstanbul'da bulunan saha yöneticisine bağlı yaklaşık 5 kişiden oluşan, İstanbul Avrupa yakası, İstanbul Anadolu yakası, Ankara ve İzmir'de bulunan saha ekipleri, CRM programı üzerinden kaydedilen ve Türkiye'nin çeşitli şehirlerinde bulunan satış noktalarına, ürün gamındaki tüm markalarımız için saha ziyaretleri gerçekleştirmektedir. Bu sayede genel satış performansını görmek ve yıllık planları hazırlamak mümkün olmaktadır.

Satış kanallarının talebi üzerine Aztek Teknoloji ürün tanıtım ekibi de ürün gamındaki markaların doğru ve marka değerini öne çıkaracak şekilde tanıtımını yapabilmektedir.

Bu ekipler başta organize perakende mağazaları olmak üzere, önde gelen Telekom Operatörleri bayilerine Kurumsal ve HiFi Bayilerine düzenli olarak ziyaretlerde bulunmakta, ürünlerin reyon çıkması ve reyon düzeni, doğru şekilde sergilenmesi ve kampanyaların etkili şekilde duyurulması gibi kontrolleri sağlamaktadırlar. Saha ekibi ayrıca rakip markaların aksiyonlarını da takip etmekte, Aztek markalarının rekabette öne çıkması için gerekli saha çalışmalarını ve bilgilendirmeleri yapmaktadırlar. Mağazalarda raf payı ve görselliğin çok önemli olduğu Aztek Teknoloji İş Modeli içinde önemli bir yere sahip olan saha ekibinin görevleri arasında sorumlu oldukları mağazalardaki en uygun duvar rafı, reyon, masa gibi ürün sergileme alanlarını ve sepet/baza gibi kampanya alanlarını mağaza yöneticileri ile görüşmeler yaparak en etkin şekilde kullanma çalışmaları yapmak yer almaktadır. Ayrıca, önemli mağazalarda Şirket'in distribütörlüğünü yaptığı ürünlerin tanıtım ve satışına destek veren ürün tanıtım görevlisi personeli bulundurulmaktadır.

Saha ekibi ayrıca ziyaret rota planları kapsamında ziyaret ettikleri mağazalardaki Aztek markaları ve rakip markalar ile ilgili geribildirim merkez satış ekibine düzenli olarak raporlamaktadırlar. Merkez satış ekibi tarafından yapılan görsel planlamaların sahaya yansması, saha ekibinin ilettiği raf düzeni, sepet/baza çalışmaları, pazarlama materyallerinin kullanımı gibi çalışmaların görsellerinden takip edilebilmektedir. Özellikle yeni ürün lansman dönemleri ve Yılbaşı, Black Friday, Sevgililer günü ve Anneler günü



05 Ağustos 2022

gibi özel dönemlerde saha ekibinin merkez satış ekibi yönlendirmesi doğrultusunda çalışmaları yoğunlaşmakta, önde gelen mağazalarda o güne uygun ürünler ön plana çıkacak şekilde sergileme çalışmaları yapılmaktadır. Bunun yanında, zaman zaman iş ortaklarımızca yeni açılacak mağazalarına keşif ziyareti yapıp, Aztek ürünlerinin iş modelimize ve belirlenmiş planogramlarımıza göre sergilenmesi sağlanmaktadır. Belirli bir ciro potansiyelinin üstündeki mağazalarda Aztek ürün tanıtım görevlileri görev yapmakta, bunlar çalıştıkları mağazalardaki ürün durumu ile ilgili detaylı geribildirim ve önerileri raporlamaktadırlar. Aztek Teknoloji, satış saha ekibine belli dönemlerde eğitimler verilmekte, saha ekibi de dönemselsel olarak, yeni ürün lansmanlarında veya mağazaların personel değişimlerinde, gerekirse ürün tanıtım görevlileri eşliğinde gerek kişisel gerekse departmanlara eğitimler vermektedirler.

Mağazacılık Faaliyetleri

Şirket yoğun ürün satışından ziyade özel projelerin üretim ve uygulamaları ve özellikli, lüks ses ve görüntü sistemlerinin teşhiri ve satışı için butik mağazacılık faaliyetini büyüterek sürdürmeyi hedeflemektedir. Bu hedefte, Şirket başta Ankara, İzmir, Adana ve Antalya şehirlerinde mağaza açmayı düşünmektedir.

Şirket'in İstanbul Zorlu Center AVM'da Zorlu Harman Luxury Audio adında bir mağazası ve Zorlu JBL adında ikinci bir mağazası bulunmaktadır. İlk mağazada Lexicon, JBL Synthesis, Revel, Arcam, Mark Levinson, Kimber Kable gibi lüks ses sistemleri başta olmak üzere JBL, Harman Kardon, Marshall, Urbanears markalı ürünler ve üst segment Samsung TV Ürün Grubu satışa sunulmaktadır. İkinci mağazada ise JBL marka ürünler başta olmak üzere, Harman Kardon, Marshall, Urbanears, Thule, Case Logic, Hama ve Samsung markalı ürünlerin satışı yapılmaktadır.

Şirket, 2021 yılının Ağustos ayında JBL Caddebostan Mağazasını açarak toplamda üçüncü mağazasını açmıştır.

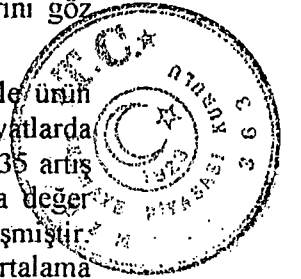
Fiyatlandırma

Şirket müşterilerine satış fiyatını, ilgili tedarikçi ile olan anlaşmasının koşullarını, satın alma (gümrük ve ÖTV vergileri dahil) ve operasyon maliyetlerini, ilgili müşterileri ile olan anlaşmasının koşullarını ve Şirket'in stratejik fiyat politikasını göz önünde bulundurarak dikkate alıp, üstüne sektör standartlarında bir kâr marjı koyarak belirlemektedir.

Şirket sattığı ürünler (Apple Aksesuar Grubu ürünleri ve Beats ürünleri hariç) için nihai satış fiyatı tavsiyeleri oluşturmakta, bunun için satın alma maliyeti, aynı ürünlerin Avrupa'daki perakende satış fiyatları, rakiplerin benzer ürünler için sunduğu fiyatlar, müşterileri talepleri, ürüne ilişkin pazardaki arz talep dengesi ve kur hareketlerini göz önünde bulundurmaktadır.

2021 yılında TL'nin diğer para birimleri karşısında değer kaybetmesi nedeniyle ürün fiyatlandırmalarında düzenleme yapılmıştır. Apple ürünleri için tavsiye edilen fiyatlarda 26.11.2021 tarihinde ortalama %25 artış ve 18.12.2021 tarihinde ise ortalama %35 artış gerçekleşmiştir. 24.12.2021 tarihinde ise TL'nin diğer para birimleri karşısında değer kazanmasına bağlı olarak, fiyatlarda ortalama %25 oranında bir düşüş gerçekleşmiştir. Kasım ve Aralık ayları için Apple ürünlerinin tavsiye edilen fiyatlarındaki nihai ortalama artış %26,5 oranındadır. 2022 yılının Mart ayında tavsiye edilen fiyatlardaki artış ortalama %15-16'yı bulmuş ve 06.06.2022 ortalama artış oranı %20 seviyesine ulaşmıştır.

Ekim 2021'de Harman'ın yaşadığı çip krizi ve hammadde tedarikinde oluşan sorunlar nedeniyle Harman ürünlerine %3 ile %25 arasında değişen fiyat artışı yapılmıştır. Harman COVID pandemisi, sektör genelinde bileşen krizi, navlun ve parça fiyatlarındaki artışlar



05 Ağustos 2022

107

[Handwritten signatures and stamps]

ve artan işçilik maliyetleri sebebi ile 01.09.2022 tarihinde geçerli olacak şekilde ağırlıklı olarak hoparlör ürün grubunda etkili %3 ile %15 arası fiyat artışı yayınlamıştır.

Apple ve Harman ürünleri hariç olmak üzere 2021 yılı Haziran ayında TL'nin diğer para birimleri karşısında değer kaybetmesi nedeni ile %4 ile %25 arasında değişen oranlarda fiyatlarda artış yapılmıştır. Bu artış, 01.12.2021 tarihinde tedarikçilerin fiyat artışları ve %9 ile %40 arasında değişen oranlarda yapılan fiyat artışları izlemiş ve son olarak 06.12.2021 tarihinde TL'nin değer kaybına bağlı olarak %5 ile %32 arasında değişen oranlarda tekrar fiyat artışı yapılmıştır. 2021 Ekim ayı ile 2021 Aralık aylarında yapılan nihai fiyat artışları %19 ile %131 oranı arasındadır. 2022 yılı içerisinde TL'nin diğer para birimleri karşısında değer kaybetmesi nedeni ile 01.02.2022 tarihinde %4 ile %30 arasında değişen oranlarda fiyatlarda artış yapılmıştır. Bu artış, 01.06.2022 tarihinde %3 ile %25 arasında değişen oranlarda yapılan fiyat artışları izlemiş ve son olarak 01.07.2022 tarihinde hem TL'nin değer kaybına bağlı olarak hem de Thule ve Hama tedarikçilerinin fiyat artışları ile paralel olarak %2 ile %30 arasında değişen oranlarda fiyat artışı izlemiştir.

Tedarik Zinciri, Stok Yönetimi ve Satış Sonrası Hizmetler

Şirket tüm markalar için ürünlerin tedarikinden, müşteriye nakliyesinden, ürünlerin teslim alınmasından, depolanmasından, siparişlerin hazırlanmasından, müşterilerine dağıtımından ve iade işlemlerinden sorumludur. Ayrıca, Apple Aksesuar Grubu, Samsung TV Ürün Grubu ve Apple TV hariç olmak üzere satışını yaptığı diğer tüm ürünlerin satış sonrası müşteri hizmetlerini de Şirket sunmaktadır.

Satın Alma ve Stok Yönetimi

Şirket, her ürün için sipariş hacimlerini karşılayacak miktarda stok tutarak, talebi ve stok devir hızı yüksek olan ürünleri de daima stokta tutarak stok yönetimi yapmaktadır.

Satış kanallarının nihai tüketicilere sattığı Şirket'e ait ürün sayısı verileri Şirket sistemine işlenmekte, toplanan veriler analiz edilerek "planlama, tahminleme ve stok yenileme" ile yeni sipariş nicelikleri belirlenmektedir. Özellikle stok devir hızı yüksek olan ürünler için doğru ve dinamik yönetim çok önem taşımaktadır. Şirket ürün giriş ve çıkışlarını haftalık takip etme depo stoklarını ve satış kanallarındaki stoklarını düzenli olarak yenilemektedir.

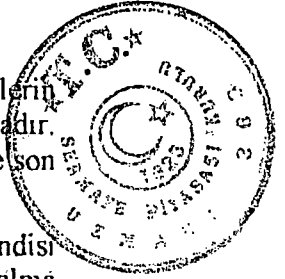
Şirket'in ürün yönetimi ekipleri, mevcut ürünlerin stok yönetimine ilave olarak tedarikçilerin promosyon ve kampanyalarını, stok durumlarını, pazar trendlerini, yeni ürün lansmanlarını da takip ederek sipariş edilecek ürünlerin adet ve çeşitliliğine yön vermektedir.

Aztek Lojistik Sistemi

Aztek Lojistik Sistemi ürünlerin tedariki, belirli bir sistem içinde depolanması, siparişlerin işlenmesi, paketleme ve satış noktalarına dağıtımına kadar tüm süreci kapsamaktadır. Aztek Teknoloji Doğrudan Satış kanalıyla satılan ürünlerin teslimata hazırlanması ve son kullanıcılara teslimini Şirket bizzat yapmaktadır.

Şirket'in Çayırova Deposundaki depolama hizmeti ve lojistik hizmetini kendisi karşılamaktadır, sadece depo yeri kiralamaktadır. İthal edilen ve yurt içinde satın alma yoluyla tedarik edilen ürünlerin tamamı bu merkeze gelmekte, Aztek Lojistik Sistemi ile satış noktalarına ulaştırılmaktadır. Aztek Lojistik Sistemi 3 ana süreçten oluşmaktadır.

Mal kabul süreci: İthalat işlemleri tamamlanarak depoya gönderilen veya iç piyasadan satın alınan ürünler depoya teslim aşamasında ilgili evrakları kontrol edilerek ön kabulü yapılmaktadır. Ön kabul yapılan ürünler ayrıntılı sayım ve kontrol sonrası, ithal ürünler garanti belgesi ve kullanma kılavuzu etiketleme bölümüne, diğerleri ise sistem tarafından



05 Ağustos 2022

yeri ve adedi otomatik olarak belirlenen barkod adresli rafına yerleştirilir. Garanti belgesi ve kullanma kılavuzu etiketleme işleminin daha hızlı ve verimli yapılması için 2020 yılında devreye alınan etiketleme robotu kullanılmaktadır. Etiket üzerinde bulunan karekodun okutulması ile ilgili ürünün kullanma kılavuzu bilgilerine kolayca ulaşılabilmektedir. Etiketlenen ürünler aynı şekilde adreslenen raflarına sevke uygun şekilde yerleştirilir.

Satış tarafından iade onayı ve bilgisi verilen ürün iadeleri de mal kabul bölümünde sayım ve kontrolü yapılarak, ilgili evrakları kaydedilerek adreslenir ve raflarına yerleştirilir.

Sipariş hazırlama süreci: Satış ekibi tarafından oluşturulan siparişler veya Aztek Teknoloji Doğrudan Satışları üzerine iletilen siparişler kullandığımız Aztek Teknoloji tarafından geliştirilmiş MasterPiece yazılımı tarafından Stokbar uygulaması yardımıyla el terminalleri ile toplanmakta ve paketleme için hazırlanmaktadır. Toplanan ürünler, karekod ve barkod okuyucular ile çalışan MasterPiece uygulaması kullanılarak 14 adet paketleme istasyonunda paketlenir. MasterPiece uygulaması, paketleme istasyonunda geçirilen süreyi en aza indirmek üzere optimize edilmiştir, sipariş ile ilgili gerekli olan her türlü bilgiye sahip olduğu için paketleme işlemi başlar başlamaz, e-Fatura, e-İrsaliye ve diğer evrak da eşzamanlı hazırlanmakta ve basılmaktadır.

Paketleme sonunda sevk edilmesi gereken adres ve alıcı bilgilerini içeren özel karekodlu taşıma etiketi oluşturulur, pakete yapıştırılır, seri numarası taşıyan her ürünün seri numarası kayıt altına alınır. Böylece müşteriye sevkiyat bilgisi takip edilerek veri tabanına işlenir ve MasterPiece yazılımı kullanılarak, ilgili kargo şirketinin veya taşıyıcı bilgi işlem sistemi gönderi hakkında otomatik olarak bilgilendirilir.

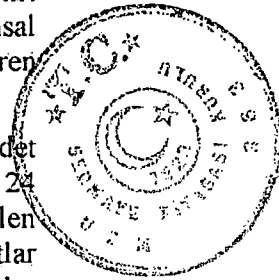
Sevk süreci: Taşıma etiketi üzerindeki karekod, okuyucular ile okutulup, çeki listesi ile beraber kargo şirketine veya taşıyıcıya teslimi ile sevk işlemi başlar. Başlayan sevk işlemleri MasterPiece tarafından takip edilmekte ve müşterilere isteklerine uygun olarak çeşitli bildirimler yapılmaktadır. Sipariş için paketlenen ürünlerin seri numaraları müşterideki sipariştan sorumlu kişiye ve aynı zamanda sipariştan sorumlu şirket çalışanına e-posta ile bildirilir. Yakın sevk süreci takibi ile, SMS veya e-posta iletilmesi olarak siparişin depodan çıkış anı, kargo veya taşıyıcının paket takip numarası, siparişin kargo veya taşıma şirketinin bilgi işlem sisteminden alınan taşıma sırasında geçtiği adımlar ve sipariş teslim anı müşteri ve diğer ilgililere bildirilmektedir.

Aztek Lojistik Sistemi ile 31.12.2021'de sona eren finansal yılda, yaklaşık 2.347.219 adet ithalat ve yurt içi ürün girişi, 2.435.764 adet ürün çıkışı, 139.457 adet de iade girişi yapılmış ve günde ortalama 452 sipariş işlenmiş, yılda yaklaşık 124.436 sipariş hazırlanmıştır. Günlük sipariş işleme pik sayısı 1.168'e ulaşabilmektedir. 31.12.2020 de sona eren finansal yılda günde ortalama 8.200 adet ürün sevki gerçekleştirilmiş ve 31.12.2021'de sona eren finansal yılda ise günde ortalama ürün sevki sayısı 8.857 adete ulaşmıştır.

Çayırova Deposunda 24 kişilik lojistik ekip, 2 adet forklift, 7 adet transpalet, 3 adet kamyonet, 2 adet servis aracı, 20 adet el terminali, 22 adet bilgisayar, 33 adet yazıcı ve 24 adet barkod okuyucu bulunmaktadır. Depo içerisinde yüksek çözünürlükte kayıt yapabilen kameralar ile iç güvenlik ve faaliyet kontrolünü sağlamaktadır. İstanbul içi sevkiyatlar Aztek Teknoloji bünyesinde bulunan 3 adet araçla sağlanmakta, İstanbul dışı sevkiyatlar kargo şirketleri kullanılarak çevrimiçi (online) bağlantı ve otomasyon sistemi dahilinde gönderilmektedir. Şirket araçları ile yapılan sevkiyatlar araçlarda bulunan GPS sistemi ve araç içi kameraları ile takip edilmektedir.

Satış Sonrası Müşteri Hizmetleri Sistemi

Şirket, ithal ettiği ürünler için kullanım ömürlerini ve garanti sürelerini kapsayacak şekilde mevzuattan doğan yükümlülükleri kapsamında teknik servis hizmeti vermektedir. Şirket



05 Ağustos 2022

109

ana satış sonrası teknik servis hizmetini ayrı bir merkezde 27 kişilik ekibi ile ve yetkili servis ağı aracılığıyla vermektedir. Şirket'in elektronik ürünleri için Türkiye çapında 41 adet satış sonrası yetkili servis noktası bulunmaktadır. Şirket 2020 yılında müşteri memnuniyetini ve otomasyonu arttırmak için yeni yazılım yatırımları da gerçekleştirmiştir. Bazı Distribütörlük Sözleşmeleri ürünlerin tamir edilmesi için gerekli tesisleri ve eğitimli personel bulundurulmasını gerektirmektedir.

Ürün arızalarında, müşteriler ürünleri Şirket'in teknik servisine ulaştırarak destek alabilmekte ve tamir hizmetinden yararlanabilmektedir. İşlem yapılması gereken ürünler merkez servise gönderilmekte, ürünler özel teknik servis yazılımına, ürün kullanıcı bilgileri, seri numarası, şikâyeti, ürünün mevcut kozmetik durumu gibi ayrıntılı bilgilerle resimlenerek kaydedilmektedir. Aztek Teknoloji teknik servis kadrosu kaydedilen ürünleri inceleyerek, garanti şartlarına, ürünün durumuna göre onararak, ikame ürün veya yenisi ile değiştirerek veya ücret iadesi yaparak sonuçlandırır. İşlem aşamalarında tüketiciler SMS ile bilgilendirilmektedirler.

Şirket tedarikçi firmalardan onarımda kullanmak üzere yedek parça da ithal etmekte ve müşteri memnuniyetini sağlamak için yeterli miktarda stokta bulundurmaktadır. 31.12.2021'de sona eren finansal yılda Aztek Teknoloji teknik servisine girişi yapılan ürün sayısı 75.000 adete yakındır. Teknik servis aşamaları tedarikçi firmalara talep ettikleri aralık ve detayda raporlanmaktadır. Şirket ithalatını yapmadığı, Apple Aksesuar Grubu, Samsung TV Ürün Grubu ve Apple TV marka ürünler için satış sonrası müşteri hizmetleri sunmamaktadır, tüketicileri gerekirse yetkili servis sağlayıcılarına yönlendirmektedir.

Şirket Apple ve Samsung haricinde distribütörlüğünü yaptığı tüm markalara ait ürünlerin teknik servis, çağrı merkezi desteği gibi satış sonrası hizmetlerini de sağlamaktadır.

Çağrı Merkezi ve Müşteri Şikayetlerinin Karşıllanması

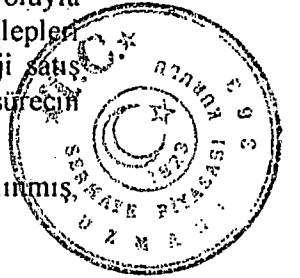
Şirket'in yetkili servis ağı aracılığıyla verdiği ana satış sonrası çağrı merkezi ve müşteri şikayetlerinin karşılanması, nihai tüketicilerince kolay erişilebilir ve Şirket uygulamalarıyla entegre çağrı merkezi vasıtası ile yönetilmektedir. Nihai tüketiciler, mh@aztekteknoloji.com adresine e-posta göndererek, 0 850 255 06 20 numaralı hat üzerinden Aztek Müşteri Hizmetlerini arayarak veya www.aztekteknoloji.com web adresinin teknik servis bölümüne kayıt bırakarak arıza/onarım taleplerini iletebilmekte ve bu konuda bilgi alabilmektedir.

Çağrı merkezi ve müşteri şikayetleri yönetilirken işlem gerektiren ürünler merkez servise gönderilmekte ve işlem aşamalarında tüketicilere gerekli bilgilendirmeler SMS yoluyla yapılmaktadır. Organize perakende satış kanallarından satılan ürünlerde, arıza talepleri öncelikle kanalın müşteri hizmetleri bölümlerinde karşılanmakta, Aztek Teknoloji satış sonrası müşteri hizmetleri bu kanalların çoğunun sistemleri ile entegre çalıştığından sürecin devamında sürekli bilgi paylaşımıyla ilerletilmektedir.

2021 yılında Çağrı Merkezi verilerine göre 47.812 civarında telefon çağrısı alınmış, bunların %93'ü anında cevaplanmış, kalanına geri dönüş çağrısı yapılmıştır.

OOO Aztek

Şirket 2020 yılında %90 hissesini Murat Hakan Ertürk'ten satın aldığı OOO Aztek ile Rusya pazarında faaliyete başlamış ve telekom ve tüketici elektroniği aksesuarları pazarında faaliyete başlamıştır. Şirket uluslararası alanda büyüme hedefleri doğrultusunda Rusya pazarına giriş yapmış olup bu kapsamda, Rusya'da OOO Aztek unvanlı şirketin yönetim kadrosunu oluşturarak çevrimiçi (online) kanalda satışlara başlamıştır. Şirket teknoloji ürünleri satış, pazarlama ve distribütörlük alanındaki tecrübesini ve Aztek



05 Ağustos 2022

110

Teknoloji İş Modelini Rusya pazarında uygulamayı hedeflemiştir. 2021 yılı itibarıyla söz konusu bağlı ortaklığın konsolide hasılatı katkısı %0,16'dır.

OOO Aztek Rusya pazarındaki faaliyetlerinin henüz başında olmakla beraber, işbu izahname tarihi itibarı ile Harman, Thule, Case Logic ve WorldConnect (Skröss) ile münhasır olmayan distribütörlük sözleşmeleri akdedilmiştir.

Aztek Teknoloji uluslararası coğrafi genişleme ve Şirket genel stratejisi çerçevesinde faaliyetlerine başladığı Rusya pazarında olarak Aztek Teknoloji İş Modelini adapte ederek uygulamayı amaçlamaktadır. OOO Aztek Rusya pazarındaki faaliyetleri çerçevesinde lojistik hizmeti üçüncü kişi hizmet sağlayıcılarından almaktadır. Bilgi işlem altyapısı ise Aztek Teknoloji bilgi işlem yapısı ile entegre durumdadır. Şirket entegrasyonun sağlanmasındaki kilit yazılım olan ve Şirket bilgi işlem departmanı tarafından geliştirilen MasterPiece yazılımı Rusya pazarında çalışabilir durumdadır, Şirket'in bilgi işlem altyapısında kullandığı diğer tüm yazılımların da Rusya pazarındaki muhatapları ile entegre edilebilir durumdadır.

Şirket'in Bilgi İşlem Yapısı

Şirket'in bilgi işlem altyapısı Aztek Teknoloji İş Modeli'nin en önemli öğelerindendir.

Ölçeklenebilirlik

Şirket'in bilgi işlem yapısı teknik anlamda ölçeklenebilir olarak kurulmuştur. Bu bilgi işlem kapasitelerinin Şirket'in ihtiyaçlarına göre, kısa bir süre içinde genişleyebilmesi ve kapsamının artırılması veya azaltılabilmesi, kapasitesinin düşürülebilmesi demektir. Kampanya döneminde artan satış hacmini karşılayabilecek şekilde büyütülüp, işletme giderlerinin optimumda gitmesi için ihtiyaç kalmadığında Şirket bilgi işlem alt yapısı küçültebilir.

Entegrasyon

Aztek Teknoloji İş Modelinde çok sayıda tedarikçi, müşteri, hizmet sağlayıcı ve son tüketici ile farklı seviyelerde entegrasyonlar kurulması ve sürdürülmesi önem arz etmektedir. Şirket bilgi işlem altyapısı Apple, Samsung ve Harman gibi küresel tedarikçiler dahil 35'ten fazla dış bilgi işlem sistemi ile entegre olarak çalışmaktadır.

Entegrasyonun bazıları tek yönlü, bazıları ise çift yönlü olarak çalışmaktadır. Tam otomatik entegrasyonlardan yanı sıra, müşteriler ve tedarikçiler sağlanan portal ekranlarını kullanarak da işlemleri hakkında bilgi alabilmektedirler.

Ürün bilgileri entegrasyonu, sipariş entegrasyonu, satış bilgileri entegrasyonu, stok ve fiyat bilgileri entegrasyonu, teknik servis entegrasyonu, teknik servis portalı, taşıma entegrasyonu ile tedarikten son tüketiciye kalan süreç ve hatta satış sonrası hizmetlerin tamamı Aztek teknolojinin sistemi ile entegre şekilde çalışmaktadır. Bu sayede de hızlı ve insan hatasından arındırılmış veri aktarımı yapılabilmektedir. Entegrasyonun sağlanmasındaki kilit yazılım Şirket bilgi işlem departmanının geliştirdiği, fikri mülkiyet hakkı Şirket'e ait olan MasterPiece yazılımıdır.

Sistemimiz, uluslararası kabul edilmiş olan entegrasyon dillerinde (SOAP, REST, XML) çalışılabilmektedir.

Devamlılık

Sistemde bulunan her veri, daimi bir yedekleme yapısı içinde kendi özel ihtiyaçlarına göre yedeklenmektedir. Verinin veya bilgisayarın kritikliğine göre 10 saniyelik periyotlardan başlayarak, saatlik, 3 saatlik, günlük, haftalık, aylık ve yıllık yedeklemeler yapılmaktadır. Yedekleme sunucuları ile basit yedeklemeler kritik dosyaların periyodik olarak korumalı



05 Ağustos 2022

bir alana kopyalanması ve burada revizyonlarının da saklanması; karmaşık yedeklemeler ise, veri tabanlarının periyodik yedeklerinin alınması ve sistemde bulunan tüm bilgisayarların imajlarının alınması ile gerçekleştirilmektedir.

Çalışan tüm sanal bilgisayarların birebir aynı kopyaları coğrafi olarak farklı (~500 km uzakta) bir lokasyonda bulunan "Gölge Bulut Merkezi'ne 15 dakikalık periyotlar ile aktarılmakta ve herhangi bir sorun yaşadığında, gölge bilgisayar asıl bilgisayarların yerini alarak çalışmaya devam edilebilmektedir. Ayrıca asılların birer kopyası 72 saatlik periyotlar ile şirket merkezinde bulunan bir yedekleme ünitesine aktarılmaktadır.

Şirket'in Acil Durum Eylem Planı (DRP-Disaster Recovery Plan) ve İş Sürekliliği Planları (BCP-Business Continuity Plan) yapılmış ve kullanıma hazırdır.

Çalışanların tüm verileri sanal bilgisayarlar ve ilgili sanal sunucularda saklandığı için veri kaybı mümkün değildir, çalışmaları sırasında internet bağlantı kesintisi vb. bir nedenden erişimleri kesintiye uğrasa bile çalışmalarına kaldıkları yerden devam edebilmektedirler.

Sanal Sunucu Bilgisayarları (Virtual Server)

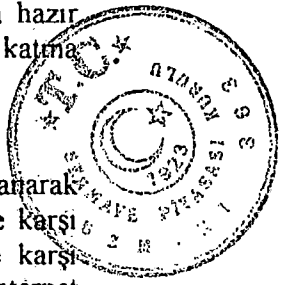
Şirket'in departmanlarının farklı ihtiyaçları doğrultusunda, farklı özellikler ve kabiliyetlerde yapılandırılan 1 adet veri sunucusu içinde 5 adet veri tabanı, 2 adet uygulama sunucusu, 1 adet dosya sunucusu, 4 adet hizmet sunucusu, 1 adet yedekleme sunucusu, bulunmaktadır. Şirket'in hizmet sunucuları, Nesnelerin İnterneti (IoT) teknolojisi ile uyumlu, hızlı, insan hatasından arındırılmış, tam yerinde ve zamanında olarak hem muhataplarından Şirket'e doğru gelen veri akışını karşılamakta hem de Şirket'ten muhataplarına doğru gitmesi gereken veri akışını sağlamakta, üzerindeki hizmet uygulamaları bir insan müdahalesi olmadan sürekli çalışarak, sistemi izlemekte ve duruma uygun aksiyonlar almaktadır. Bu sayede sipariş fiyat ve stok uygunluk kontrolleri, sevk anına kadarki aşamalar ve sevk emri süreçlerindeki bildirimler ve müşteri teslimat bildirimleri tam otomatik olarak gerçekleştirilmektedir. Hizmet sunucuları kurumsal hafızası olarak işlev görmektedir, sistemde gerçekleşen her işlem kaydedilmekte ve geriye dönük olarak izlenebilmekte, Şirket'in sorun çözümüne yardımcı olmaktadır. Hizmet uygulamaları ayrıca sürekli olarak veri bütünlüğü kontrolü yaparak, uygunsuz bir durum tespit ettiklerinde, ilgili Şirket personelini bilgilendirmektedirler.

Şirket verdiği tüm hizmetler için muhatapları iletişim halinde kalması web siteleri ve web portalları aracılığıyla da sağlanmaktadır. Web siteleri ile ürün bilgilerini ve iletişim adreslerini müşterilerine sunmakta, web portalları ile de kargo şirketi gibi çözüm ortaklarına ulaşarak, iş akışına ilişkin bilgi alışverişinde bulunmaktadır. Web sunucularının kaynak kullanımları anlık olarak artırılıp, azaltılabileceği gibi gerek olduğunda hazır bekleyen diğer sunucular devreye alınarak, kapasite anlık olarak birkaç katına çıkarılabilmektedir.

Güvenlik Duvarları (Virtual Firewall) ve diğer mekanizmalar

Şirket bilgi işlem sisteminde kendi içindeki veri akışından başka, internete bağlanarak dışarıya açılması ve çift taraflı veri transferinde bulunulması sistemin hacking'e karşı korunmasını gerektirmektedir. Hem veri akışını sağlamak hem de bu risklere karşı korunmak için güvenlik duvarı cihaz ve yazılımları kullanılmaktadır. Şirket internet bağlantı noktalarına, sunucu grubunun girişine ve her sunucuda olmak üzere üç kademeli güvenlik duvarı kullanılmaktadır. Ayrıca, her sunucuda ayrı ayrı olmak üzere, bir koruma yazılımı da dördüncü bir güvenlik kademesi olarak çalışmaktadır.

Sisteme bağlanmak isteyen tüm kullanıcılar VPN bağlantı tünelleri kullanmak zorundadırlar. Bu zorunluluk, bağlantının güvenli olarak oluşturulmasını ve açık kaldığı



05 August 2022

süre içinde de dış etkenlerden bağımsız olarak güvenli bir şekilde çalışmasını sağlamaktadır. Fiziksel Ağ Anahtarları (*Network Switch*) sayesinde erişim yapmak isteyen cihaz şirket tarafından tanınan bir cihaz ise, VPN kurulu olan ağa dahil edilerek hem mekân içindeki hem de Bulut Merkezi'ndeki kaynaklara erişebilir. Misafir cihazlar şifre ile VPN kurulu olan ağa dahil edilmeden, standart internet çıkışı ile ağa alınırlar. Güvenlik duvarları 5651 sayılı Kanun uyarınca, içerideki tüm cihazların dışarı doğru eriştikleri adresleri kayıt altına almaktadır.

İnternet Bağlantıları

Şirket internet bağlantısının kesilmesi riskini asgariye indirmiş bulunmaktadır. Merkez ve şubelerinden Bulut Merkezi'ne erişmek için ihtiyaca göre muhtelif hızlarda yapılandırılmış Türk Telekom Fiber Metro hatları ile kullanılmaktadır. Metro hatlarında olabilecek bir arıza veya kesintiye önlem olarak ayrıca bakır kablo DSL hatları ve bunlarda da meydana gelebilecek bir arızaya önlem olarak önceden yapılandırılmış olan 4.5G hatları ile internete ve kendi sistemlerine bağlı kalma imkânı sağlanmıştır. Ayrıca çalışanlar şirket telefon hatları ile de mevcut 4.5G bağlantılar ile sisteme erişebilmektedirler.

Sanal Telefon Santralleri (VoIP)

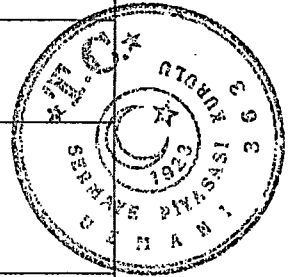
Şirket'in iletişiminin kesintisiz sürmesi amacıyla bulut tabanlı telefon santralleri hem merkezde hem de tüm şubelerde kullanılmaktadır. Santraller üzerinde yapılan tüm görüşmeler olası anlaşmazlıklarda çözüm amaçlı KVKK kuralları kapsamında kayıt altına alınmakta, ayrıca, bu santraller ile kullanılan diğer uygulamalar arasındaki entegrasyon ile hizmet kalitesinin artırılması sağlanmaktadır.

Uygulamalar

Güvenlik uygulamaları yanı sıra, satın alma, satış, stok kontrolü, sevke hazırlık, sevk, muhasebe, e-devlet işlemleri (e-fatura ve irsaliye dahil) ve insan kaynakları için ERP uygulaması olarak modüler bir yapıya sahip Logo Tiger ve Logo Tiger ile senkronize çalışabilen depo otomasyon uygulaması Univera Stokbar kullanılmaktadır. Şirket'in geliştirdiği bir entegrasyon yazılımı olan, Logo Tiger ve Stokbar ile senkronize çalışabilen MasterPiece aynı zamanda bu uygulamaların kapsamında olmayan işlevlerin tamamlayıcısıdır. MasterPiece uygulaması Şirket'in bilgi işlem departmanında yıllar içinde geliştirilmiştir ve güncellenmektedir. Satış sonrası müşteri hizmetlerinde yine MasterPiece uygulaması kullanılmaktadır.

Kullanılan uygulamaların listesi şu şekildedir:

Kullanım Alanı	Kullanılan Uygulamalar
Sanallaştırma Platformu	Microsoft Hyper-V VMWare
İşletim Sistemi	Microsoft Windows 10 Microsoft Windows Server Apple Mac OS
Veritabanı	Microsoft SQL Server
Web	Microsoft IIS Microsoft Azure Web-App



05 Ağustos 2022

113

Handwritten signatures and stamps at the bottom of the page.

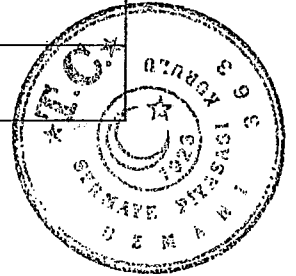
Kullanım Alanı	Kullanılan Uygulamalar
ERP	Logo Tiger
Depo Otomasyonu	Univera Stokbar
Ofis	Microsoft Word Microsoft Excel Microsoft PowerPoint Microsoft Access Microsoft Outlook
Çağrı Yönetimi	Next4Biz
Konferans	Microsoft Teams Zoom Webex Google Meet
Görsel Tasarım	Adobe Photoshop Adobe Illustrator Adobe InDesign Adobe Acrobat Pro Adobe Stock Adobe Animate Adobe Dreamweaver
Güvenlik	Microsoft Defender Win-Guard Symantec Trend Micro
Genel Veri Yönetimi	MasterPiece

ISO standartları uyum sertifikaları

Şirket'in bilgi sistemleri güvenliğine ilişkin olarak ISO 27001 sertifikası vardır.

Şirket'in Genel Stratejisi

Şirket'in stratejisi telekom ve tüketici elektroniği ürünleri distribütörlüğü alanında, temsil ettiği ana ürün gruplarında yurt içi pazarda lider konumunu (GFK Raporu ve Şirket'in özel bağımsız denetim raporları karşılaştırılması sonucunda) istikrarlı şekilde büyütürken sürdürmek ve faaliyet göstereceği yurt dışı pazarlarda sürdürülebilir büyüme ve karlılık hedeflerine ulaşmaktır. Şirket'in amacı faaliyet gösterdiği bölgelerde, teknoloji ürünlerinin



05 Ağustos 2022

mümkün olduğunca çok tüketiciye sunulmasına vesile olmak ve yaptığı tüm işlerde “ses getiren teknoloji” şirketi olmaktır.

Şirket’in güçlü olduğu alanların geliştirilmesi ve büyüme ve karlılık planlarının hayata geçirilmesine yönelik Şirket stratejisinin önemli unsurları şunlardır:

Yurt içi piyasadaki pozisyonunu güçlendirmek, güçlü büyüme

Şirket, organize perakende kanalını geleneksel ve çevrimiçi (*online*) satış boyutlarıyla odağında tutmaya devam etmeyi planlamaktadır. E-ticaret satış kanalı hasılatının toplam satış hasılatına oranı 2019 yılında %4,2, 2020 yılında %18,4, 2021 yılında %9,2 ve 31.03.2022 tarihinde sona eren dönemde %6,8’dir. Bu eğilimin geleceğe de taşınması hedeflenmektedir. Şirket gelirlerindeki artışı sürdürmeye yönelik olarak aşağıdaki konular üzerinde yoğunlaşmayı düşünmektedir.

Mağazacılık faaliyetlerini artırmak

Şirket, Türkiye’de mağazacılık faaliyetlerini artırmak ve başta Ankara, İzmir, Adana ve Antalya şehirlerinde olmak üzere yeni mağazalar açmayı hedeflemektedir. Mağazacılık faaliyetlerini artırmak hedefi doğrultusunda, Şirket, 2021 yılında biri Zorlu AVM’de bulunan Zorlu JBL Mağazası ve diğeri de JBL Caddebostan Mağazası olmak üzere iki yeni mağaza açmıştır.

Şirket mağazacılıkta, mağaza başına kar elde etmeyi hedeflememekte, mağazalarını *showroom* olarak kullanmaktadır. Bu sayede, Şirket açmayı hedeflediği yeni mağazaların, cirosunu artıracaklarını ve marka imajına da katkıda bulunacaklarını düşünmektedir.

Ürün/Marka portföyünün genişletilmesi

Şirket, mevcut tedarikçileri ile kurduğu iş ilişkileri sayesinde Şirket’e tahsis edilen ürün portföyü sürekli genişlemiştir. Şirket, gelecekte de ürün portföyünün genişlemesi için iş ilişkilerini güçlendirmeyi hedeflemektedir. Şirket proaktif olarak portföyüne katacak marka ve ürünleri araştırmaktadır. Şirket’in odak noktası telekom ve tüketici aksesuarları sektöründeki yeni teknolojik ürünlerin yanı sıra, sadece bu sektörle kısıtlı olmadan “teknolojinin götürdüğü yere gitme” mottosu ile Şirket dağıtım ağına uygun, teknolojik gelişmelerin doğurduğu yeni ürün ve markaları da takibine almaktadır.

Ürün/Marka portföyünün yönetilmesine devam edilmesi

Şirket mevcut tedarikçilerinin faaliyet gösterdiği sektörlerdeki ve yan sektörlerdeki teknolojinin evrimini, teknolojik gelişmeleri ve eğilimleri, piyasadaki talebi ve rakip ürünlerin arzını yakından takip ve analiz etmektedir. Şirket ürün ve marka portföyünü bu eğilimler ışığında oluşturmaktadır ve buna göre portföyüne yeni ürünler katabilmekte, mevcut ürünleri çıkartabilmektedir. Şirket, ürün ve marka portföyünü sürekli şekilde yönetmeye devam ederek, portföyüne daha fazla markayı veya kategoriye dahil edip marka ve ürün portföyünü güncel tutmak amacındadır.

Şirket’in vizyonunda tarihsel gelişiminde de görülen ürün portföyünün teknolojik gelişmeler paralelinde evrilmesi yer almaktadır. Şirket tedarikçilerinin faaliyet gösterdiği sektörlerdeki teknolojik gelişmeler paralelinde temsil ettiği markalarla bu gelişmeler içinde yer almayı hedeflemektedir. Şirket müşterilerine yenilikçi teknolojik ürün ve hizmetleri daha kolay ve daha hızlı şekilde sunmayı hedeflemektedir. Şirket yapısını, iş modelini, günümüzün teknolojisinin hızla değişebilir olduğunun farkındalığıyla, mevcut birikimini daha yaygın olarak ek sektörlerde, marka, ürün ve hizmetlerde kullanmaya açık tutmaktadır.



05 Ağustos 2022

DENİZ YATIRIM
MENKUL KIYMETLER A.Ş.
Büyükdere Cad. No: 141
Beştepe 34397 Şişli - İSTANBUL
Tic. Sic. No: 2910110783 Tic. Sic. No: 388440
www.denizyatirim.com
Mersis No: 0791011078300013

Satış kanalları kullanımını dinamik olarak yönetmeye devam etmek

Şirket'in hedefi teknolojik ürünlerin herkes için ulaşılabilir noktalara tedarikini sağlamaktır. Şirket, 31.12.2021'de sona eren finansal yılda, kullandığı organize perakende zincirleri ve telekom operatörleri kanalları aracılığıyla 81 ilde 2.500 adedin üzerinde satış noktasına ulaşmış, 72 ilde yaklaşık 750 satış noktasında da doğrudan kendi personeli ile hizmet vermiştir. Şirket piyasa eğilimlerine göre satış kanallarının çeşitliliğini ve kanalları kullanma yoğunluğunu ayarlamaktadır. Bu doğrultuda organize perakende kanallarındaki çeşitliliği artırarak sürdürmeyi hedeflemektedir. E-ticaret satış kanalı halihazırda Şirket'in toplam gelirinin daha düşük bir kısmını teşkil etse de Covid-19 pandemisinin etkisi ile bu gelir kısa bir sürede hızlı bir büyüme kaydetmiştir ve Şirket'in odak noktalarından biri olmaya devam edecektir. Şirket'in 2020 yılında organize perakendenin toplam hasılat içindeki payı %61,7 iken, 2021 yılında %71,7 olarak gerçekleşmiş ve 31.03.2022 tarihinde sona eren dönemde %73,2 seviyesindedir. E-Ticaretin toplam hasılat içindeki payı ise 2020 yılında %18,4 iken 2021 yılında %9,2 olarak gerçekleşmiş ve 31.03.2022 tarihinde sona eren dönemde %6,8 seviyesindedir.

Rusya pazarında büyüme

Şirket ürün portföyünü Aztek Teknoloji İş Modeli'ni kullanarak daha geniş bir coğrafya sunma olanakları izlemektedir. Rusya pazarındaki büyüme stratejisi, Şirket'in Türkiye pazarında çalıştığı tedarikçilerle oluşturduğu ilişkilerini Rusya pazarına taşımak ve Şirket hissedarlarının Rusya pazarı tecrübelerinden faydalanarak bu pazarda tedarikçi ve müşteri sayısını arttırmaktır.

Büyüme Odaklı Finansal Performans

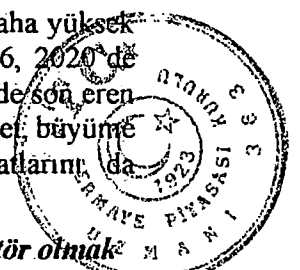
Şirket, 2020'de %91,7 ve 2021'de %44,5 hasılat büyümesi kaydetmiştir. 31.03.2022 tarihinde sona eren üç aylık dönemde de bir önceki yılın aynı dönemine göre %130,3 hasılat büyümesi gerçekleştirmiştir. 2020 ve 2021'de sırasıyla, %80,4 ve %23,7 FAVÖK büyümesi ile %93,1 ve %15,4 net kar büyümesi gerçekleştirmiştir. 31.03.2022 tarihinde sona eren üç aylık dönemde bir önceki yılın aynı dönemine göre %165,3 FAVÖK ve %173,9 net kar büyümesi kaydetmiştir. Son üç yılda FAVÖK marjı 2019'da %15,2, 2020'de %14,3 ve 2021'de %12,2 olarak gerçekleşmiş, net kar marjı da 2019'da %10,2 2020'de %10,3 ve 2021'de %8,2 olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2021 tarihinde sona eren üç aylık dönemde %12,9 FAVÖK marjı ve %8,3 net kar marjı gerçekleşmiş, 31.03.2022 tarihinde sona eren üç aylık dönemde ise %14,8 FAVÖK marjı ve %9,9 net kar marjı gerçekleşmiştir. Halka açık teknoloji ürünleri distribütörlüğü faaliyetleri sürdüren şirketlerin halka açıkladığı finansal verileri ile karşılaştırıldığında, Şirket'in daha yüksek karlılık oranlarına sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca, Şirket 2019'da %48,6, 2020'de %48,2 ve 2021'de %41,1 öz sermaye karlılığı kaydetmiştir. 31.03.2022 tarihinde sona eren son on iki aylık dönemde ise %45,3 öz sermaye karlılığı gerçekleştirmiştir. Şirket, büyüme odaklı olarak yeni tedarikçi, marka ve ürünleri bünyesine katma fırsatlarını da değerlendirerek finansal performansını da sürdürmeyi hedeflemektedir.

Tedarikçilerle ve müşterilerle güçlü ilişkiler kurmak ve tercih edilen distribütör olmak

Şirket'in Harman ile iş ilişkisi JBL ile başlamış olup bu ilişkilerin büyümesi sonucunda Samsung ürünleri de Şirket portföyüne dahil olmuştur.

Şirket'in Apple ile iş birliğinin ilk adımı Apple'ın Beats'i 2014 yılında almasıyla atılmış ve 2015 yılında bu iş birliği genişleyerek Apple Aksesuar ürünlerini de kapsar hale gelmiştir.

Şirket'in tüm tedarikçileri ile ilişkileri ortalama 6 yıl veya daha fazladır.



05 Ağustos 2022

[Handwritten signatures and stamps]

[Handwritten signatures and stamps]

Şirket'in stratejisi tedarikçileriyle uzun süreli ilişkiler kurmak ve ürün gamını genişletmektir.

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 geline aşama hakkında ticari sırrı açığa çıkarmayacak nitelikte kamuya duyurulmuş bilgi:

Yoktur.

7.2. Başlıca sektörler/pazarlar:

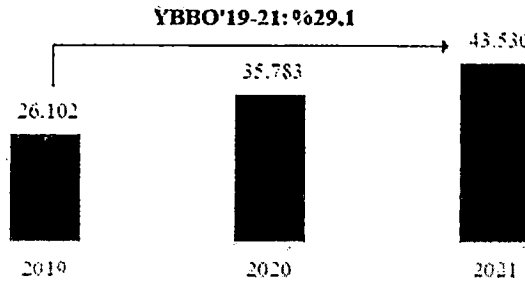
7.2.1. Faaliyet gösterilen sektörler/pazarlar ve ihracçının bu sektörlerdeki/pazarlardaki yeri ile avantaj ve dezavantajları hakkında bilgi:

Şirket, Türkiye'de telekom ve tüketici elektroniği ürünleri distribütörlüğü sektöründe faaliyet göstermektedir. Yerli ve yabancı tedarikçiler ürünlerinin Türkiye'de satış noktalarına ve nihai tüketicilere ulaşmasında çoğunlukla distribütörler kullanmaktadır. Şirket ve sektördeki diğer distribütörler, ürün tedarikinden stok yönetimine, marka yönetiminden satış sonrası hizmet ve teknik servis desteğine kadar geniş bir yelpazede faaliyet göstererek tedarikçilerin ve müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

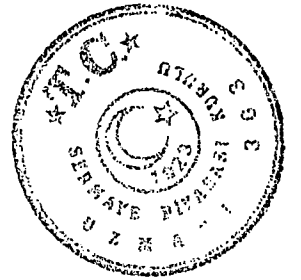
Telekom ve Tüketici Elektroniği Pazarı

Şirket'in satışlarının büyük bir kısmını oluşturan kulaklık kategorisi GFK verilerine göre "Telekom" sektörü altında yer alırken, hoparlör kategorisi ise "Tüketici Elektroniği" sektörü altında yer almaktadır.

GFK verilerine göre, Türkiye telekom sektörü, 2019 yılında 26,1 milyar TL'den 2020 yılında 35,8 milyar TL büyüklüğe ulaşp 2021 yılında %21,6 büyüyerek 43,5 milyar TL'ye ulaşmıştır. Telekom sektörü akıllı ve mobil cep telefonları, kulaklıklar ve giyilebilir cihazlar olmak üzere 3 ana kategoriye ayrılmaktadır. 2021 yılında toplam telekom sektör pazarının %93,2'sini akıllı ve mobil telefon pazarı, %3,6'ı stereo ve mono çeşitleri içeren kulaklık alt kategorisi ve %93,1'i de giyilebilir cihazlar kategorisi oluşturmaktadır. Şirket'in telefon satışı bulunmamaktadır.



■ Telekom Sektörü Pazar Büyüklüğü (milyon TL)

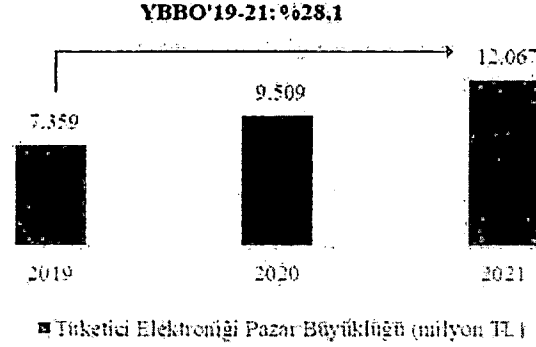


05 Ağustos 2022

Kaynak: GfK

GfK verilerine göre, Türkiye tüketici elektroniği sektörü ise 2019 yılında 7,4 milyar TL büyüklüğe ve 2020 yılında %29,2 büyüyerek 9,5 milyar TL'ye ulaşmıştır ve 2021 yılında %26,9 büyüyerek 12,1 milyar TL'ye ulaşmıştır. GfK raporunda Türkiye tüketici elektroniği sektörü 11 ana kategoriye ayrılmaktadır. 2021 yılında, toplam sektörün

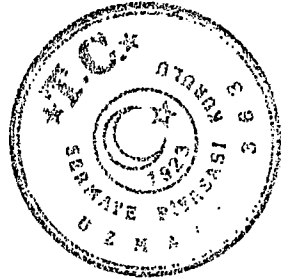
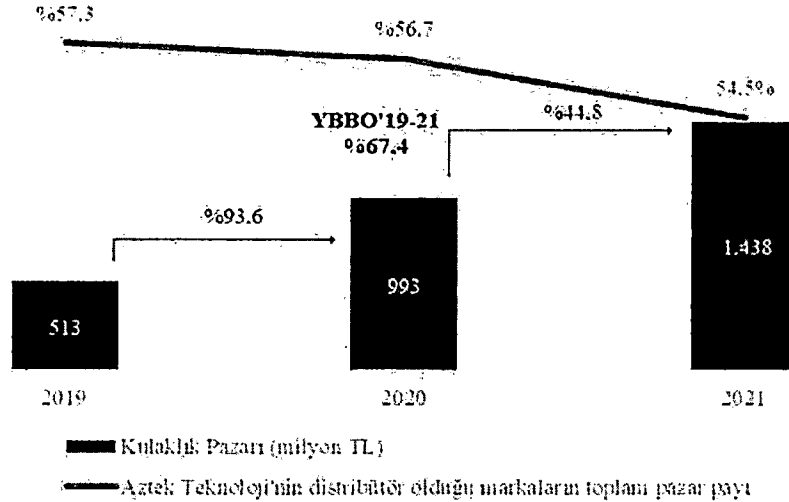
%92,9'sı TV pazarı, %2,6'u oyun konsolu, %1,5'i bluetooth ve bilgisayar hoparlörü, %0,7'si hafıza kartı, %0,9'u yüksek sesli hoparlör ve %0,4'ü dijital kamera alt kategorilerinden oluşmaktadır. Toplam tüketici elektroniği pazarının 2021 yılında geriye kalan %1'i USB bellek, ev ses sistemleri, kamera kayıt cihazları, mikrofonsuz kulaklıklar ve video oynatıcı/kaydedici alt kategorilerinden oluşmaktadır.



Kaynak: GfK

Kulaklık Pazarı

GfK raporu kulaklık ürünleri pazar büyüklüğü verilerine sadece stereo ve mikrofon içeren kulaklıklar dahil edilmiş olup. Pazar, 2019 yılında 513 milyon TL büyüklüğe sahipken, 2020 yılında %93,6 büyüme ile 993 milyon TL seviyesine yükselmiş ve 2021 yılında %44,8 büyüme ile 1.438 TL seviyesine ulaşmıştır. Kulaklık ürün pazarı 2019 yılı sonundan 2021 yılı sonuna %67,4 YBBO ile artmıştır.



05 Ağustos 2022

Kaynak: GfK

GfK tarafından verilen pazar payı hesaplamasında, Şirket'in distribütörlüğünü gerçekleştirdiği Apple, Beats, JBL, Harman Kardon, Marshall ve Urbanears markalarının Aztek Teknoloji ve tedarikçilerinden Apple'ın Türkiye'deki doğrudan yaptığı satışlarla beraber toplam satışları dikkate alınmıştır. Şirket'in distribütör olduğu markaların 2019'da %57,3 olan pazar payı 2021 yılında %54,5'e düşmüştür.

Piyasadaki diğer kulaklık ürünleri Samsung, Sony, Mi, TTec ve Huawei gibi küresel markaların ürünlerini ve zaman zaman piyasaya giren markasız veya devamlılığı olmayan

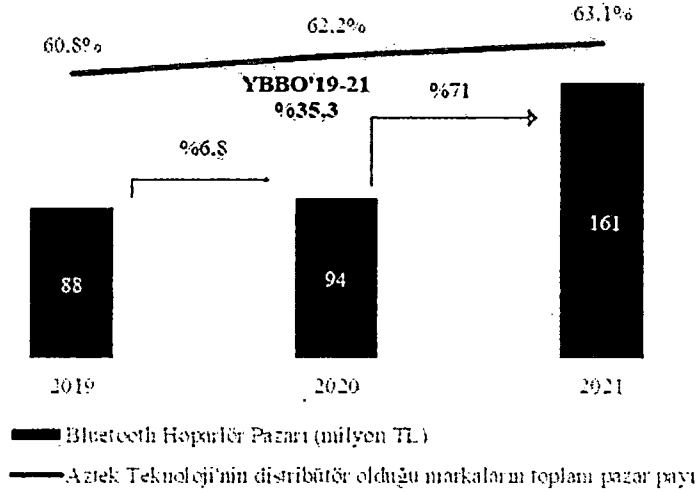
DENİZ YATIRIM
MENKUL KIYMETLER A.Ş.
Büyükdere Cad. No: 141
Etiler/Beşiktaş 34399 Şişli/İSTANBUL
Tic. Sic. No: 2910110783 V. Sic. No: 368440
www.denizyatirim.com
Mersis No: 0291011078300013

118

ürünleri içermektedir. Diğer uluslararası markaların tedarikçileri ürünlerini genellikle başka distribütörler aracılığı ile Türkiye pazarında faaliyet göstererek dağıtmaktadırlar.

Bluetooth Hoparlör Pazarı

GfK verilerine göre bluetooth hoparlör ürünleri pazarı, bilgisayar hoparlörü dahil edilmeyerek tanımlanmış ve buna göre pazar büyüklüğü ile pazar payı bilgileri belirtilmiştir. GfK verilerine göre 2021 yılsonu itibarıyla Türkiye bluetooth hoparlör ürünü pazar büyüklüğü 161 milyon TL seviyesindedir. Bu kategori, 2019 yılından %6,8 büyüyerek 2020 yılsonu itibarıyla pazar büyüklüğü 94 milyon TL ye ulaşmıştır. Pazar 2020 yılında ise %71,3 oranında büyümüştür. Bluetooth hoparlör ürünleri pazarı 2019 yılsonundan 2021 yılsonuna %35,3 YBBO ile artmıştır.



Kaynak: GfK

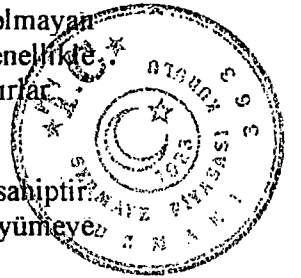
GfK tarafından verilen pazar payı hesaplamasında, Şirket'in distribütörlüğünü gerçekleştirdiği JBL, Harman Kardon, Beats ve Marshall markalarının Türkiye'deki toplam satışları dikkate alınmıştır. Şirket'in distribütör olduğu markaların 2019 yılında %60,8 olan pazar payı 2021 yıl sonunda %63,1'e çıkmıştır.

Piyasadaki diğer hoparlör ürünleri Ultimate Ears, Sony, Soundcore ve Philips gibi küresel markaların ürünlerini ve zaman zaman piyasaya giren markasız veya devamlılığı olmayan ürünleri içermektedir. Diğer uluslararası markaların tedarikçileri ürünlerini genellikle başka distribütörler aracılığı ile Türkiye pazarında faaliyet göstererek dağıtmaktadırlar.

Demografik, Ekonomik ve Sektörel Dinamikler

Türkiye demografik temelleri farklı ülkeler ile kıyaslandığında güçlü görünüme sahiptir. Örneğin, Avrupa ülkeleri ile karşılaştırıldığında, Türkiye en büyük nüfusa sahip, büyümeye devam eden, en genç ülke konumundadır.

Dünya Bankası verilerine göre seçilmiş Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında 2000-2020 arasında %1,4 YBBO ile artan Türkiye nüfusu en hızlı büyüme kaydeden ülke konumundayken, 2020-2025 yılları arasında da %0,6 YBBO ile en hızlı büyüme kaydetmesi beklenen ülkedir. Ayrıca, Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre Türkiye, 2020'de 32,7 ortalanca yaşa sahipken Avrupa ortalaması, Eurostat 2020 verilerine göre, Türkiye'nin oldukça üstünde olan 43,9 seviyesindedir. Genç, dinamik ve artan nüfusu ülkenin tüketici odaklı sektörlerdeki büyümenin en önemli itici güçlerindendir.



05 Ağustos 2022

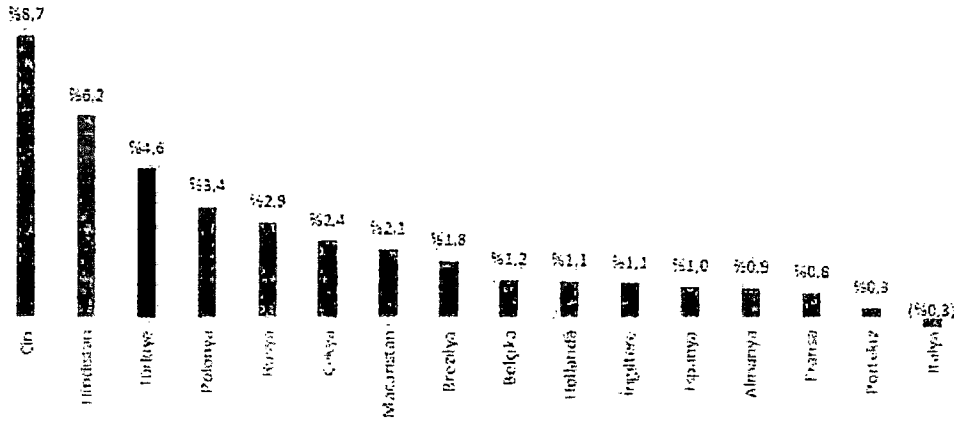
Dünya Bankası 2020 nüfus verileri, milyon kişi:

	2000-20 YBBO, %	2020-25T YBBO, %
Türkiye	84,3	%1,4
Almanya	83,2	%0,1
Fransa	67,2	%0,5
İngiltere	67,2	%0,7
İtalya	66,2	%0,3
İspanya	47,1	%0,7
Polonya	37,9	(%0,0)
Hollanda	17,4	%0,4
Belçika	11,5	%0,6
Çekya	10,7	%0,2
Yunanistan	10,7	(%0,1)
İsviçre	10,3	%0,8
Portekiz	10,2	(%0,0)
Macaristan	9,7	(%0,2)
Avusturya	8,9	%0,5

Kaynak: Dünya Bankası

Türkiye 2000-2020 döneminde, kaydettiği %19,5' YBBO GSYH büyüme oranı ile birçok gelişmekte olan Avrupa ülkesinden daha güçlü bir büyüme kaydetmiş ve dünya sıralamalarında da önde gelen ülkeler arasında yer almıştır. GSYH büyümesi Şirket'in faaliyet gösterdiği pazardaki büyüme için tek etken olmamakla birlikte, ekonominin ve tüketim harcamaları için genel bir göstergedir. IMF'ye göre 2021 yılında, Türkiye %9,0 oranında büyümüş ve 2022 yılında %3,3 oranlarında GSYH büyümesi gerçekleştirmesi öngörülmektedir.

GSYH büyüme oranları 2000-2020 YBBO:



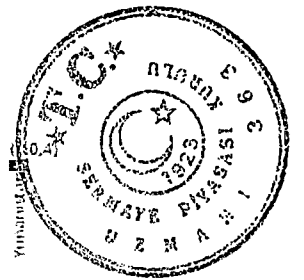
Kaynak: OECD⁵

Türkiye'nin genç ve büyüyen nüfusu, gelişen ekonomisi dikkate alındığında, teknolojik gelişmeler ile yaşanan sosyal ve iş hayatındaki küresel eğilimlere de paralel olarak, Türkiye'de teknoloji kullanımında değişim gözlenmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre⁶, Türkiye'deki hane halkı internet erişim oranı 2010 yılında %41,6

⁴ <https://www.hmb.gov.tr/ekonomik-gostergeler>

⁵ <https://stats.oecd.org/#>

⁶ [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679)



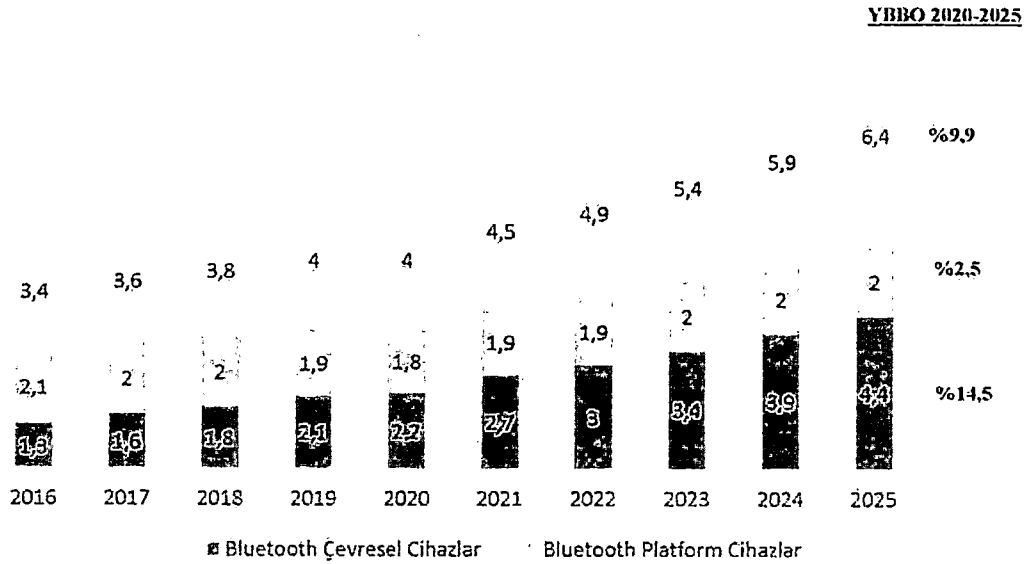
05 Ağustos 2022

[Handwritten signatures and stamps]

seviyesinden 2020 yılında %90,7 seviyesine yükselmiştir. Benzer şekilde, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu verilerine göre, 2010 yılında geniş bant internet abone sayısı 14,3 milyon iken, 2021 yılında 87,5 milyona yükselmiştir⁷. 2021 yılında mobil abone sayısı yaklaşık 86,9 milyon olmuştur. Mobil penetrasyon 2010 yılında %83,8 iken bu oran 2021 yılında %104,0'a yükselmiştir. Türkiye, OECD ülkeleri içinde 2019-2020 (Aralık) yılları arasındaki bir yıllık süreçte sabit internet yaygınlığı en çok artan ülkeler arasında ilk sırada yer almaktadır. Bu dönemde OECD ülkelerinde bir yıllık ortalama yaygınlık artışı %1,4 iken ülkemizde bu oran %2,8 olarak gerçekleşmiştir.⁸ Bu büyüme ve gelişmeye rağmen OECD ülkeleriyle karşılaştırıldığında, Türkiye nüfusa göre mobil geniş bant yaygınlık oranı %83,4 iken OECD ortalaması %118,3'dir.⁹

Şirket'in faaliyet gösterdiği alanlarda küresel ölçekte güçlü bir büyüme beklenmektedir. Bluetooth.com'un öngörülerine göre kulaklık, hoparlör gibi ürünleri de içeren bluetooth kullanan cihazlar, 2025 yılında toplam bluetooth cihaz pazarının %70'ini kapsayacaktır. Bu alandaki büyüme Bluetooth.com tarafından 2020-2025 arasında %14,5 YBBO olarak öngörülmüşken, aynı dönemde bluetooth kullanan platform cihazlar pazarının adetsel olarak %2,5 YBBO ile artması öngörülmektedir.

Küresel bluetooth cihaz satış sayıları, milyar adet:



Kaynak: Bluetooth.com 2021 Market Update Raporu (<https://www.bluetooth.com/content/uploads/2021/01/2021-Bluetooth-Market-Update.pdf>)

Bluetooth çevresel cihazlar, kulaklık, hoparlör, giyilebilir cihazlar, akıllı ışık ve sensörler gibi bluetooth kullanan cihazları içermektedir. Bluetooth platform cihazlar ise cep telefonu, tablet ve bilgisayar gibi platform cihazları içermektedir.

Şirket'in Avantaj ve Dezavantajları

⁷ <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/pazar-verileri/ceyrek-raporu-2021-3-ceyrek-6-1-22-kurum-disi.pdf>

⁸ <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/pazar-verileri/ceyrek-raporu-2021-3-ceyrek-6-1-22-kurum-disi.pdf>

⁹ <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/pazar-verileri/ceyrek-raporu-2021-3-ceyrek-6-1-22-kurum-disi.pdf>

DENİZ YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş.

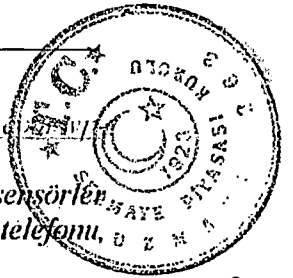
Büyükdere Caddesi No:141

Etiler/Beşiktaş/İstanbul

Tic. Sic. No: 2910110789 Tic. Sic. No: 388440

www.denizyatirim.com

Mersis No: 0291-0110-7930-0013



05 Ağustos 2022

Şirket'in pazardaki konumunu koruması ve büyüme stratejisini sürdürebilmesi açısından Şirket'i öne çıkaran avantajları aşağıda sunulmuştur:

A. Şirket'in Avantajları

Aztek Teknoloji İş Modeli- Şirket, ithalatını kendisinin yaptığı (Şirket, Apple Aksesuar Grubu ürünlerinin ithalatını yapmamaktadır) telekom ve tüketici elektroniği aksesuarları ürünlerinin pazarlama, satış ve fiyatlama stratejilerini bizzat oluşturmaktadır. Distribütör firmaların çoğunluğunun sunduğu hizmet kapsamını dağıtımın lojistik kısmı ile sınırlıdır. Aztek Teknoloji İş Modelinde marka ve ürünlere ilişkin teklif edilen hizmetler ürünlerin tedarikinden başlayıp ürünlerin son tüketiciye ulaşmasına ve sonrasında da müşteri hizmetleri ve servisinin sağlanmasına kadarki süreci kapsamaktadır. Şirket, koli taşıma (box-moving) olarak tabir edilen tedarikçi ile satış noktası arasındaki lojistik hizmetleri sağlamanın ötesinde, Aztek Teknoloji İş Modeli ile, tedarikçilerinin marka yönetimini üstlenmekte, tedarikçileri için satış ve pazarlama yönetimi yapmakta ve ithal ettiği ürünler için Türkiye'de tedarikçinin görevlerini üstlenmektedir. Bu iş modeli, tedarikçiler açısından marka yönetimi etkinleştiren, müşteriler açısından da ithal ürünler için Türkiye pazarında çeşitli hizmet sağlayıcıları ile muhatap olmak yerine tek bir şirket ile muhatap olmayı sağlayan bir modeldir. Şirket'in distribütörlüğünü yaptığı ürünlerin fiyatlandırma politikası da ya Şirket tarafından belirlenmekte ya da tedarikçi ile birlikte belirlenmekte olup bu sayede kar marjlarını da daha etkin olarak belirleyebilmektedir.

Aztek Teknoloji İş Modeli, distribütörlüğünü üstlenilen ürünlerin tanıtımı, satış ve pazarlaması için kaynak ayırmayı, eğitilmiş ekipleriyle ve gerekirse maliyetini üstlenerek, markaların ve ürünlerin perakende satış kanallarında tüketiciye doğru şekilde sergilenmesi için planlar ve programlar hazırlamak, ürünlerin mağaza içinde nasıl sergileneceğine dair destek sunmak, markalar için mağazalarda ayrı stantlar dizayn ve imal etmek gibi hizmetleri kapsamaktadır. Şirket, sadece büyükşehirlerde değil tüm Türkiye sahilinde 72 ilde 750 satış noktasına kendi personeli ile hizmet vermektedir. Bunun haricinde Şirket, telekom kanalları üzerinden Türkiye'nin 81 ilinde ürün ve hizmetlerini sunmaktadır. Aztek Teknoloji İş Modelinin satış stratejisi ve marka yönetimi destekli satış yapma stratejisinin tamamlayıcısı, satış aşamasında kullandığı eğitim ve yönlendirme verdiği satış ve pazarlama ekipleridir. Örneğin, mağaza ziyaretleri yapan, ürün sergilenen bölgeleri kontrol eden, stant ve raf düzenlemelerini yapan, stokları kontrol eden, siparişleri alan ve ürün tanıtımı yapan saha ekibi ve ayrıca belli mağazalarda ürün tanıtım görevlisi olarak çalışan ekipleri bulunmaktadır.

Şirket bu iş modelinin, Şirket'in 2019-2021 yıllarında öz kaynaklarının %62,4 YBBO ile artmasını ve vergi sonrası net kâr marjının istikrarlı bir şekilde ortalama yüzde %9,5 düzeyinde olmasında önemli rol oynadığı kanaatinde.

Şirket'in teknoloji aksesuarları pazarında yıllar içinde oluşturmuş olduğu itibarı- Uluslararası firma niteliğindeki tedarikçiler ve müşterilerin distribütör seçerken ve distribütörlerle çalışmalarını sürdürürken distribütör şirketin satış performansı yani sıra lokal piyasadaki itibarına önem vermektedirler. Aztek Teknoloji pazarında uzun yılladır süren mevcudiyetini, mali gücünü sürdürebilmiş olması ve tedarikçileri ve temsil etmekte ve müşterilerle ticaretinde kurduğu iyi ilişkilerin ürün portföyünün büyümesinde etkin olduğu kanaatinde.

Temsil edilen markaların güçlü Pazar konumu ve teknoloji liderliği- Şirket'in halihazırda temsil ettiği markalar telekom ve tüketici elektroniği sektörü içerisinde yer alan kulaklık ürünleri ve bluetooth hoparlörler kategorilerinde küresel pazarda önemli bir yere sahiptir. Örneğin, Apple tarafında geliştirilen Airpod kulaklıklar tüm dünyada yüksek satış adetleri



05 Ağustos 2022

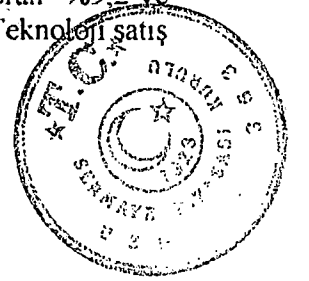
Handwritten signatures and stamps at the bottom of the page.

kaydetmiş ve Apple'ın özellikle küresel kablosuz kulaklık pazarında yüksek pay kazanmasını sağlamıştır. Strategy Analytics¹⁰ araştırmalarına göre Apple'ın sadece 2019 yılında 60 milyon adet Airpod kulaklık satışı gerçekleştirdiği tahmin edilirken, kablosuz kulaklık kategorisindeki pazar payının da %50 üzerine çıktığı tahmin edilmektedir. Bu kategoride rakipleri Samsung ve Xiaomi'nin ayrı ayrı %10'un altında pazar payına sahip olduğu tahmin edilmiştir.

Temsil edilen tedarikçiler teknolojiye kendi eko-sistemlerini oluşturmuş, küresel ölçekte sürekli olarak farklı kategorilerde ürün geliştiren tedarikçilerdir. Bu tedarikçilerle kurulan birliktelikler şirket için farklı büyüme fırsatları sağlamaktadır, bu avantaj Şirket'in teknolojik gelişmeleri yakından takip edip, portföyüne yeni teknolojik ürünleri katmak vizyonuna da uygundur. Şirket'in halihazırda temsil ettiği markaların tanınmışlığı ve güçlü Pazar payları, sektöre giriş yapmak isteyen diğer küresel markalarla iş birliği açısından Şirket'e ürün portföyünü büyüme potansiyeli sunmaktadır.

Satış kanallarının çeşitliliği ve pazara etkin erişim- Şirket Organize Perakende, Telekom Kanalı, E-Ticaret Kanalı, Kurumsal ve Hi-Fi bayileri ve Aztek Teknoloji Doğrudan Satışları olmak üzere çoklu satış kanalı kullanmaktadır ve bu çeşitlilik daha fazla müşteriye erişim imkânı sağlamaktadır. Belli bir ürün için veya pazarın koşulları, genel ekonomik durum ve tüketici trendlerine göre daha uygun bulunduğu satış kanallarını seçme, satışın kanallar arası ağırlığını değiştirme imkanına ve esnekliğine sahiptir. Şirket ithalatını yaptığı (Şirket Apple Aksesuar Grubu ürünlerin ithalatını yapmamaktadır) tüm markalarda Organize Perakende, Telekom Kanalı, E-Ticaret Kanalı üzerinden satış, pazarlama ve fiyatlandırma stratejisini bizzat belirleyebildiğinden, Şirket'in değişik satış kanallarının ihtiyaç duyduğu çalışma modeline göre farklı stratejiler ile çalışma seçeneği bulunmaktadır. Şirket 2021 yılında 40'ın üzerinde marka için 60'ın üzerinde organize perakende kanalı ve kurumsal çözüm ortağı ile çalışmıştır.

2019-2021 döneminde Şirket, her satış kanalındaki satışlarında büyüme kaydederken piyasada oluşan talep doğrultusunda e-ticaret platformlarını daha fazla kullanabilmiştir. T.C. Ticaret Bakanlığı'na bağlı e-ticaret Bilgi Platformu¹¹ verilerine göre Türkiye'de e-ticaret hacmi 2020 yılında 2019'a göre %66, 2021 yılında 2020'ye göre %69 artmış, sipariş adedine göre de 2020 yılında 2019'a göre %68 ve 2021 yılında 2020'ye göre %46 oranında artmıştır. Şirket, 2019-2021 döneminde %148 YBBO ile artan e-ticaret kanalı satışları, toplam hasılatın içinde 2019'da %4,2 paya sahipken, 2021'de bu oran %9,2'ye yükselmiştir. Ayrıca aşağıda yer alan grafikte 2019-2021 döneminde Aztek Teknoloji satış kanallarının hasılat büyümesi yer almaktadır.



05 Ağustos 2022

¹⁰ Strategy Analytics, ABD merkezli ve Güney Kore, Çin, Japonya, Almanya ve Fransa'da ofisleri bulunan bir araştırma ve danışmanlık şirkettir. Kaynak: <https://www.strategyanalytics.com/strategy-analytics/blogs/devices/emerging-devices/emerging-devices/2020/01/09/apple-airpods-and-totally-wireless-bluetooth-headset-sales-volumes-soaring?slid=1209579&spg=3>

¹¹ <https://www.eticaret.gov.tr/dnnqthgzvawtdyraybsaacxtymawm/content/FileManager/Dosyalar/2021%20Y%C4%B1l%C4%B1%20E-Ticaret%20B%C3%BClteni.pdf>

E-Ticaret	██████████	%147.6
Organize Perakende	██████████	%64.3
Aztek Teknoloji Doğrudan Satışlar	██████████	%63.3
Telekom Operatörleri	██████████	%56.7
HiFi ve Kurumsal Bayilere Satışlar	██████████	%53.0
Diğer Satışlar	██████████	%44.8

Satış Kanalı Hasılatı Büyümesi, YBBO'2019-2021

Şirket'in yurt içi piyasada ve uluslararası piyasalarda büyüme potansiyeli

Şirket'in hasılatı 2019 yılından 2021 yılına %66,4 YBBO ile büyümüştür. Tüketici elektroniği yenilenmekte, güncellenmekte ve bunlara bağlı aksesuarlara olan talep de yeni ürünlerde de gerçekleşebilmektedir. Ürünlerin bu özelliği gereği piyasada talebin doyma noktasına ulaşma ihtimali düşüktür, bu nedenle, tedarikçilerimizin ürün geliştirmeleri, yeni ürün kategorileri çıkartmaları Şirket'in yurt içi piyasadaki büyümesini artırma potansiyeline sahiptir.

Şirket, Türkiye'deki faaliyetlerine ek olarak 2020 yılında yurtdışına açılmasının ilk adımını Şirket ortaklarının diğer Şirketlerinin faaliyet gösterdiği Rusya pazarında faaliyetlerine başlayarak atmıştır. Rusya ile gümrük birliği olan tüm pazarlara erişme imkânının da bulunması da Şirket'in bu kararında etkili olmuştur. Rusya pazarı için hali hazırda Harman, WorldConnect, Case Logic ve Thule markalı ürün grubu için distribütörlük anlaşmaları imzalanmıştır.

Şirket'in teknolojideki trendleri yakından takip eden tecrübeli yönetim ekibi

Şirket'in yönetim kadrosu ürünlerinin distribütörlüğünü yaptığı küresel teknoloji devleri ile her seviyede uyumlu şekilde çalışacak bilgi, donanım ve tecrübeye de sahiptir.

Şirket stratejisi gereği ilgili olduğu sektörlerdeki teknolojik gelişmeleri yakından takip etmektedir. Bu amaçla, Şirket'in yönetim kadrosu, 2000 yılından beri düzenli olarak Las Vegas, ABD'de Ocak ayında düzenlenen CES'i (*Consumer Electronic Show*) ve Berlin, Almanya'da Eylül ayında düzenlenen IFA'yı (*Internationale Funkausstellung*) ve diğer uluslararası fuarları düzenli olarak ziyaret etmekte, zaman zaman müşterilerini de davet ederek, teknolojik gelişmelerle güncel kalmaktadır. Bu fuarlar, sektörün en büyük fuarları olup, Şirket'in gelişim ve trendleri henüz piyasaya yerleşmeden gözlemlemesine ve iş yapısını buna göre geliştirmesinde, hatta bazen yeniden yapılandırmasında yardımcı olmaktadır. Şirket'in büyük markalarla iş birliği ve ilişkilerini güçlendirmesinde etkin platformlarda bulunması ve teknolojik ürünleri takip edebilecek beceride yönetim ekibinin bulunması güçlü yanlarındandır.

Finansal Performans

Şirket'in, 2019 yılında 390,6 milyon TL olan hasılatı, 2020 yılında bir önceki yıla göre %91,7 oranında artarak 748,7 milyon TL ve 2021 yılında ise bir önceki yıla göre %114,5

DENİZ YATIRIM
MENKUL KIYMETLER A.Ş.
 Büyükdere Cad. No:141
 Etiler/Beşiktaş/İstanbul
 Tic.Sic.No:34394 / Mersis:0810110783
 www.denizyatirim.com
 Mersis No: 0291-0110-7830-0013

05 Ağustos 2022

oranında artarak 1.081,6 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2019-2021 yılları arasında hasılat %66,4 YBBO ile artmıştır.

Yine aynı dönemde FAVÖK (FAVÖK brüt kardan genel yönetim gideri ile pazarlama, satış ve dağıtım gideri düşülüp amortisman gideri eklenerek hesaplanmıştır) 2019 yılında 59,4 milyon TL, 2020 yılında 107,1 milyon TL ve 2021 yılında 132,5 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde FAVÖK marjları sırasıyla 2019'da %15,2, 2020'de %14,3 ve 2021'de %12,2 dir. 2019-2021 yılları arasında FAVÖK %49,4 YBBO ile artmıştır.

Şirket dönem karı, 2019'da 39,8 milyon TL, 2020'de 76,8 milyon TL ve 2021'de 88,6 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Dönem kar marjı da 2019'de %10,2, 2020'de %10,3 ve 2021'de %8,2 olarak kaydedilmiştir. 2019-2021 yılları arasında dönem karı %49,3 YBBO ile artmıştır.

Gelişmiş IT yapısı ve Yazılım Üretebilme Kapasitesi

Şirket birden fazla tedarikçi ile birçok marka ve ürün için tedarik aşamasından nihai tüketiciye satış aşamasına kadar ve hatta satış sonrası müşteri hizmetlerini tam entegre bulut tabanlı sistemi üstünde takip etmektedir. Tüm tedarikçileriyle, önemli satış kanallarıyla ve hizmet sağlayıcılarıyla entegrasyon alt yapısını tanımlamış, tam entegre çalışması sayesinde ürünlerin tedarik sonrası geçirdiği sürecin işleyişi efektif ve insan müdahalesi minimuma indirilmiş şekilde gerçekleşmekte ve veriler gerçek zamanlı takip edilebilmektedir. Bilgi işlem alt yapısı yurt içi ve uluslararası büyümeye uygun ve esnek yapıda tasarlanmıştır. Kullanılan çeşitli yazılımların birbirleriyle ve tedarikçi ve müşteri sistemleri ile çalışmasını sağlayan, entegrasyonun kalbini oluşturan MasterPiece yazılımı Şirket içi geliştirilmiştir ve güncellenmektedir. Dijitalleştirme için gerekli yatırımların çoğunu tamamlamış olması Şirket'in avantajlarındanır.

Şirket'in Dezavantajları

Şirket'in tedarikçilere olan bağımlılığı

Şirket'in tedarikçiler ile uzun yıllara dayanan ilişkileri olmakla birlikte distribütörlük işi doğası gereği Şirket tedarikçilerine bağımlıdır. Tedarikçilerle distribütörler arasında yapılan anlaşmaların şartları performansa ve diğer faktörlere bağlı olarak değişebilir veya sona erdirilebilir. Şirket marka yönetimi yapabilmektedir, ancak tedarikçilerinin ar-ge ve üretim stratejilerinde ve üretim aşamasında kontrolü bulunmamaktadır.

Tedarikçi konsantrasyonu yüksekliği

Şirket'in halihazırdaki en büyük iki tedarikçisi olan Apple ve Harman'ın Şirket'in toplam hasılatı içerisindeki payı 2019, 2020 ve 2021 yılları itibarıyla, sırasıyla Apple için %52,3 %63,5 ve %68,3 iken Harman için de %34,4, %28,0 ve %24,3 seviyesindedir. Pazar lideri teknolojik ürünlerin tedarikçileri ile çalışılmasının sonuçlarından biri de tedarikçi konsantrasyonudur.

Şirket'in yoğun işletme sermayesi ihtiyacı

Şirket'in faaliyetleri işletme sermayesine yoğun olarak ihtiyaç duyar. Şirket tedarik ettiği ürünleri peşin satın almakta olup, müşterilere satışı vadeli olarak gerçekleştirmektedir. Bu doğrultuda Şirket net işletme sermayesi ihtiyacının genişleyen marka portföyü ve büyüyen iş hacmine paralel olarak artacağı kanaatindedir.

Uluslararası pazarlarda tecrübe azlığı

Şirket faaliyetlerinin tamamı Türkiye pazarında gerçekleşmektedir ve satışları Türkiye pazarındaki talebe bağlıdır. Şirket uluslararası açılımına Rusya pazarı ile 2020 yılında başlamıştır. Şirket hissedarlarının Rusya pazarı tecrübesi olmakla beraber Şirket'in yabancı



05 Ağustos 2022

pazar deneyimi bulunmamaktadır. Rusya pazarında köklü rakipler ile rekabet etmek doğru yatırımları yapabilmek ve yabancı mevzuata uyum sağlamak, kur riski ile mücadele etmek gibi zorluklar ile karşılaşabilir.

Rusya'ya Uygulanan Yaptırımlar

ABD hükümeti tarafından Rusya'nın Batı'dan borç almasının önüne geçilmesi amacıyla uygulanan fon kısıtlamaları, İngiltere hükümeti tarafından çeşitli Rus bankalarının ve Rus milyarderlerin ülkedeki varlıklarının dondurulması ve Rusya'da faaliyetlerini devam ettiren enerji şirketlerinin pazardan çekilme kararları, medya ve teknoloji şirketlerinin uygulama kullanımı ve erişimini kısıtlamaları, bazı Rus bankalarının SWIFT sisteminden çıkarılması, markaların ürün satışlarını durdurmaları gibi dünyanın birçok ülkesinden özel sektör kuruluşlarınca çeşitli caydırıcı politikalar uygulanması kararları ilan edilmiştir. Şirket'in Rusya pazarındaki faaliyetleri, bu yaptırımlardan ve Rus halkının alım gücünün düşmesinden olumsuz olarak etkilenilebilir.

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

Şirket'in satışlarının neredeyse tamamı yurt içinde yapılmaktadır. Şirket, yurt içinde ürünlerini tüm Türkiye genelinde satmaktadır. Türkiye'de yapılan satışlar Şirket net satışlarının %99,84'ünü oluşturmaktadır. Şirket'in Türkiye'deki sevkiyatlarında paket ve ürün miktarlarını gösteren tablo aşağıda verilmiştir.

	31.12.2019		31.12.2020		31.12.2021		31.03.2022	
Bölgeler	Paket Adet	Ürün Miktar	Paket Adet	Ürün Miktar	Paket Adet	Ürün Miktar	Paket Adet	Ürün Miktar
Akdeniz Bölgesi	9.553	144.718	8.994	152.382	11.899	185.395	2.725	57.523
Doğu Anadolu Bölgesi	1.783	17.182	1.825	15.901	2.579	25.875	656	10.751
Ege Bölgesi	12.800	148.761	11.319	131.128	15.839	165.048	3.608	65.589
İç Anadolu Bölgesi	14.680	190.469	12.564	162.388	15.567	201.384	3.716	83.405
Karadeniz Bölgesi	4.363	38.984	4.353	39.423	5.690	40.877	1.428	25.479
Marmara Bölgesi	70.832	1.533.387	113.787	1.736.059	82.766	1.960.923	19.003	619.447
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	2.416	26.052	2.562	25.391	3.354	33.292	790	14.800
Genel Toplam	116.427	2.099.553	155.404	2.262.672	137.694	2.612.794	31.926	876.994

Şirket, Eylül 2020 itibarıyla Rusya'da kurulu OOO AZTEK unvanlı şirketin %90 hissesini satın almıştır. Rusya'daki satışlar 31.12.2021 itibarıyla Şirket'in net satışlarının %0,16'sını oluşturmaktadır.

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

Şirket'in Risk Faktörleri haricinde başka bir unsur bulunmamaktadır.

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

Şirket'in 27 adet alan adı bulunmaktadır, başlıca kullandığı alan adı www.aztekteknoloji.com'dur. Kullanımı yeri rezerve olarak belirtilen alan adları aktif

DENİZ YATIRIM
MENKUL KIYMETLER A.Ş.
Büyükdere Cad. No:141
Etiler/Beşiktaş/İstanbul
Tic. Sic. No: 2510110783 T.C. Sic. No: 388440
www.denizyatirim.com
Mersis No: 07910110-7930-0013



05 Ağustos 2022

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:

İzahname tarihi itibarıyla Şirket'in, Hasan Hüseyin Ütebay, Mazlum Hüseyin Ütebay, Memet Mustafa Ütebay, Temam Ütebay ve Nuray Gökşen olmak üzere beş pay sahibi bulunmaktadır. Söz konusu kişiler Ütebay ailesinin fertleridir. İhraççı Şirket'in paylarının %98'den fazlası A Grubu pay sahiplerini oluşturan gerçek kişiler Hasan Hüseyin Ütebay ve Mazlum Hüseyin Ütebay'a aittir. Şirket'in hakim hissedarı konumunda bulunan Hasan Hüseyin Ütebay ve Mazlum Hüseyin Ütebay'ın doğrudan pay sahibi olduğu diğer şirketlere ilişkin bilgiler aşağıda sunulmuştur.

• **AZT Teknoloji Ürünleri Ticaret A.Ş.**

Firma, 21.09.2015 yılında Hasan Hüseyin Ütebay ve Mazlum Hüseyin Ütebay tarafından 50.000 TL sermaye ile kurulmuştur. AZT Teknoloji'nin esas sözleşmesi uyarınca faaliyet konusu bilgisayar, bilgisayar çevre birimleri ve yazılımlarının, ses ve görüntü sistemlerinin, haberleşme cihazlarının ve telekomünikasyon sanayi ile ilgili telefon, cep ve mobil telefonları, telefon santralleri, telsiz haberleşme cihazları, özel telefon cihazları, şef sekreter sistemleri, nakil vasıtaları ve bunların yedek parça ve aksesuarlarını haberleşme hizmetlerini sağlamak için gerekli olabilecek her türlü ilgili donanımlarının alım satım, pazarlama ve ticaretinin yapılmasıdır.

AZT Teknoloji'nin kuruluş amacı 4458 sayılı Gümrük Kanunu ve Gümrüksüz Satış Mağazaları Yönetmeliği düzenlemeleri gereği tanınan vergi avantajından faydalanabilmektir. 09.07.2018 tarihli ve 2018/13 sayılı Genelge ile serbest dolaşıma girmiş yabancı ve Türk menşeli eşyaların da gümrüksüz satış mağazalarında vergiden müstesna olarak satılabilmesine yönelik düzenleme getirildiğinden Şirket ile AZT Teknoloji arasındaki mal ve hizmet alımı işbu izahname tarihi itibarıyla sona ermiştir.

• **ZNZ Yiyecek ve İçecek Hizmetleri A.Ş.**

ZNZ Yiyecek, 16.04.2015 yılında kurulmuş olup, esas sözleşmesinde yer alan ana faaliyet konusu her çeşit yemek tesisi, yemek sitesi, aşevi, lokanta, gazino, restoran vb. işletmeler açmak suretiyle restorancılık alanında faaliyette bulunmaktadır.

Şirket'in sermayesi 200.000 TL olup, payların %24'ü Hasan Hüseyin Ütebay'a, %24'ü Mazlum Hüseyin Ütebay'a, %5'i Süley Kayral'a, %24'ü Fevzi Kağan Süral'a, %23'ü İbrahim Semih Tortamış'a aittir.

Şirket'in ZNZ Yiyecek ile demirbaş alım satımından kaynaklı ticari bir ilişkisi olmuştur. Ayrıca Şirket, zaman zaman iş görüşmelerini ZNZ Yiyecek restoranlarında gerçekleştirmekte olup, bu kapsamda ZNZ Yiyecek'ten yemek hizmeti alımları olabilmektedir.



05 Ağustos 2022

Sadece Mazlum Hüseyin Ütebay'ın doğrudan pay sahibi olduğu şirketler aşağıda sıralanmıştır:

- Solgar Vitamin ve Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.

10.01.1998 yılında kurulan Solgar, esas sözleşmesi uyarınca izin dahilinde her türlü aşılar, vitaminler, mineraller ve kimyevi maddelerin üretimi, ithalatı, ihracatı ve dahili ticareti, Tıp'ta kullanılan bitkiler, bitkisel müstahzarlar ve diğer bitkisel özsu ve hülasalar, örülmeye elverişli bitkisel maddeler ve diğer çeşitli bitkisel ürünler, gıda ve gıda müstahzarları, ithalatı, ihracatı ve dahili ticareti alanında faaliyet göstermektedir. Solgar, kurulduğu yıldan bu yana Türkiye pazarında Solgar ürünlerinin ana distribütörlüğünü ve dağıtımını yapmaktadır.

Solgar'ın işbu izahname yazım tarihi itibarıyla sermayesi 30.000.000 TL olup, payların %50'sine Mazlum Hüseyin Ütebay, %50'sine de Murat Kerim Ersönmez sahiptir. Mazlum Hüseyin Ütebay ve Murat Kerim Ersönmez yönetim kurulu üyeleridir.

Şirket'in Solgar ile etiket basımına ve teknolojik ürünlerin satışına ilişkin mal ve hizmet alımı yaptığı bir dönem olmakla birlikte işbu izahname tarihi itibarıyla herhangi bir mal veya hizmet alımı bulunmamaktadır.

Solgar'ın, Şirket'in finansal borçlarına işbu izahname tarihi itibarıyla toplamda 548.500.000 TL ve 883.000 ABD Doları tutarlarında kefaleti bulunmaktadır.

Sadece Mazlum Hüseyin Ütebay'ın dolaylı pay sahibi olduğu şirketler aşağıda sıralanmıştır:

- Navita İlaç ve Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Navita İlaç, 11.04.2006 yılında kurulmuş olup, esas sözleşmesinde yer alan ana faaliyet konusu, Solgar'da olduğu gibi temel eczacılık ürünlerinin imalatı, izin dahilinde her türlü aşılar, vitaminler, mineraller, bitkisel ürünler, hülasalar ve kimyevi maddelerin üretimi, ithalatı, ihracatı ve dahili ticaretidir.

Şirket'in sermayesi 99.600 TL olup, sermayenin tamamına Solgar sahiptir. Mazlum Hüseyin Ütebay ve Murat Kerim Ersönmez Şirket'in yönetim kurulu üyeleridir.

Şirket'in Navita İlaç ile ticari bir mal veya hizmet alımı bulunmamaktadır. Navita İlaç'ın Şirket'in finansal borçlarına işbu izahname tarihi itibarıyla toplamda 68.500.000 TL tutarında kefaleti bulunmaktadır.

- OOO Solgar Vitamin

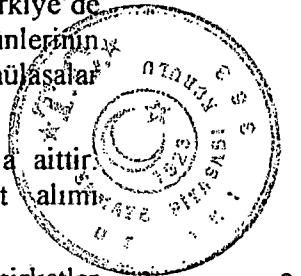
19.09.2008 yılında Moskova Rusya'da kurulan OOO Solgar Vitamin, Türkiye'de kurulu Solgar ile aynı alanda faaliyet göstermektedir. Şirket, temel eczacılık ürünlerinin imalatı, izin dahilinde her türlü aşılar, vitaminler, mineraller, bitkisel ürünler, hülasalar ve kimyevi maddelerin üretimi, ithalatı ve ihracatı ile iştigal etmektedir.

OOO Solgar Vitamin'in sermayesi 10.000,00 Ruble olup, %90'ı Solgar'a aittir. Şirket'in OOO Solgar Vitamin ile herhangi bir mal veya hizmet alımı bulunmamaktadır.

Mazlum Hüseyin Ütebay'ın hem doğrudan hem de dolaylı pay sahibi olduğu şirketler aşağıda sıralanmıştır:

- OOO Navita

19.02.2013 yılında Rusya'da kurulan OOO Navita, Türkiye'de kurulu Navita İlaç ile aynı alanda faaliyet göstermektedir. Şirket, temel eczacılık ürünlerinin imalatı, izin



05.08.2022

dahilinde her türlü aşılar, vitaminler, mineraller, bitkisel ürünler, hülâsalar ve kimyevi maddelerin üretimi, ithalatı ve ihracatı ile iştigal etmektedir. OOO Navita sermayesi 10.000,00 Ruble olup, sermayenin %99'u OOO Solgar Vitamin'e, %1'i de Mazlum Hüseyin Ütebay'a aittir. Şirket'in OOO Navita ile herhangi bir mal veya hizmet alımı bulunmamaktadır.

- Solgar Vitamin LLC

Solgar Vitamin LLC, 2011 yılında Ukrayna'da kurulmuş olup, Solgar ve OOO Solgar Vitamin ile aynı alanda faaliyet göstermekte olup, temel eczacılık ürünlerinin imalatı, izin dahilinde her türlü aşılar, vitaminler, mineraller, bitkisel ürünler, hülâsalar ve kimyevi maddelerin üretimi, ithalatı ve ihracatı ile iştigal etmektedir.

Solgar Vitamin LLC'nin sermayesi 1.000,00 Grivna olup, sermayenin %99'u OOO Solgar Vitamin'e %1'i de Mazlum Hüseyin Ütebay'a aittir. Şirket'in Solgar Vitamin LLC ile herhangi bir mal veya hizmet alımı bulunmamaktadır.

8.2. İhraççının doğrudan veya dolaylı önemli bağlı ortaklıklarının dökümü:

Şirket'in konsolidasyona tabi bağlı ortaklığı, Rusya'da kurulu bir şirket olan OOO Aztek şirkettir. Kuruluş tarihi 10.06.2020'dir. Şirket, OOO Aztek paylarını 04.09.2020 tarihinde 9.000 Ruble bedelle satın almak suretiyle şirketi Grup bünyesine dahil etmiştir. OOO Aztek'in ana faaliyet konusu Şirket'in ana faaliyet konusu ile aynı olup, tüketici elektroniği ürünlerin aksesuar ve bağlı ürünlerinin ithalatına ve pazarlanmasına yöneliktir. İşbu izahname tarihi itibarıyla OOO Aztek'in sermayesinin %90'ı Şirket'e %10'u ise OOO Aztek'in yönetici ortağı olan Murat Hakan Ertürk'e aittir.

Aztek Teknoloji'nin Türkiye'de temsil ettiği markalarla iş birliği genişletilerek Aztek Teknoloji ile paralel olarak OOO Aztek'in de Rusya'da Aztek Teknoloji konumuna gelmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda işbu izahname tarihi itibarıyla, Harman, Thule, Case Logic ve Worldconnect (S-Kross) ile OOO Aztek arasında münhasır olmayan distribütörlük sözleşmeleri akdedilmiştir. Diğer markalarla görüşmeler devam etmektedir.

Ticaret Unvanı	Kuruldu ğu Ülke ve Merkezi	Faaliyet Konusu	İştirak ve Sahip Olunan Oy Hakkı	Sermaye Tutarı	Sermaye Taahhüdü	Yedekleri	Net Karı/Zararı (TL)	Dönem
OOO AZTEK	Rusya	Tüketici elektroniği aksesuar ve bağlı ürün ticareti	%90	10.000 Ruble	Yoktur	Yoktur	(A) 113.806,51	0-5 Ağustos 2022



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:

Şirket'in maddi duran varlıkları, binalar, tesis makine ve cihazlar, taşıtlar, demirbaşlar, diğer maddi varlıklardan oluşmaktadır. Merkez ofis binası hariç Şirket'in faaliyetlerine tahsis edilen tüm binalar kiralıktır. Şirket'in tek deposu olan Çayırova Deposu ve şubeleri (işlemekte olan Zorlu Harman Luxury Audio mağazası, Zorlu JBL mağazası ve Anadolu yakası mağazası) kiralıktır. Şirket'in, finansal tablo dönemleri itibarıyla maddi duran varlıkları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Maddi Duran Varlıklar	31.12.2019 TL (Konsolide Olmayan)	31.12.2020 TL (Konsolide)	31.12.2021 TL (Konsolide)	31.03.2022 TL (Konsolide)
Arsa	3.158.466	3.981.151	7.686.036	7.686.036
Binalar	516.534	690.345	871.749	843.859
Taşıtlar	897.566	1.549.720	2.314.501	2.989.242
Demirbaşlar	1.489.931	2.180.881	3.019.740	5.456.031
Tesis, Makine ve Cihazlar	76.893	68.861	186.228	181.068
Özel Maliyetler	122.780	56.616	2.474.086	2.607.376
Toplam	6.262.170	8.527.574	16.552.340	19.763.612

Aşağıdaki tabloda, Şirket'in yatırım amaçlı sahip olduğu gayrimenkullerin detayları gösterilmiştir. Yatırım amaçlı gayrimenkullerin tamamı İstanbul Avcılar'da 20213 nolu parseldeki 8-14-15-21-22-27-28-29 nolu dükkân ve 54-55-56-57-58-59-60-61-62-63-64-65-67-69 nolu büro niteliğindeki bağımsız bölümlerden oluşmaktadır. 20213 nolu parseldeki bahsi geçen taşınmazın tamamı hastane binası olarak işletilmek üzere kiraya verilmiştir. Şirket faaliyetleri için kullanılmamaktadır.

	31.12.2019 TL (Konsolide Olmayan)	31.12.2020 TL (Konsolide)	31.12.2021 TL (Konsolide)	31.03.2022 TL (Konsolide)
Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller	6.160.000	6.860.000	12.715.000	12.715.000

31.12.2022 tarihi itibarıyla değer artışı ve değer azalışı, yatırım amaçlı gayrimenkullerin gerçeğe uygun değeri üzerinden hesaplanmıştır. Şirket'in Türkiye'de sahip olduğu yatırım amaçlı gayrimenkullerin gerçeğe uygun değeri SPK lisanslı SOM Kurumsal Gayrimenkul Değerleme ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş. tarafından, 07.01.2022 tarihli Değerleme Raporu ile hesaplanmıştır.

Şirket'in izahname tarihi itibarıyla sahibi olduğu maddi duran varlıklarının detayına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Sahip Olunan Maddi Duran Varlıklara İlişkin Bilgiler								
Cinsi	Edinildiği Yıl	m ²	Mevkii	Net Değer (TL)	Kullanım Amacı	Kiraya Verildi ise Kiralayan Kişi/Kurumu	Kira Dönemi	2021 yılı için Yıllık Kira Tutarı (TL)
Bina ve Arsa	2019	242	Beşiktaş İstanbul	8.529.895	Şirket merkez ofis binası	-	-	-
Bina	2011 (*)	13.668,38	Avcılar İstanbul	12.715.000	Hastane binası olarak kiralanmıştır.	Avcılar Sağlık Hizmetleri ve Gereçleri Ticaret ve Sanayi A.Ş.	1995 (**) 2022	42.916,48
Tesis makine ve cihazlar	2000	-	Şirket merkezi	181.068	Etiket basım hizmetinde kullanılmaktadır	-	-	-
Taşıtlar	2015 - 2022	-	-	2.989.242	Ürünlerin sevkiyatında kullanılan taşıtlar ve personele tahsis edilen otomobiller	-	-	-
Demirbaşlar	1996 - 2022	-	-	5.456.031	Büro ve ofis mobilyaları	-	-	-
Diğer Maddi Varlıklar (Özel Maliyetler)		-	-	2.607.376	-	-	-	-

(*) Şirket, 4 Kasım 2010 tarihli olağanüstü genel kurul toplantısında alınan karar ile Türk Ticaret Kanunu'nun 146-151. Maddeleri, tasfiyesiz infisaha ilişkin devralmayı düzenleyen 451. Maddesi ve ilgili maddeleri ile 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 18. ve 19. Maddeleri hükümlerine uygun olarak İstanbul Ticaret Sicil Memurluğu'nun 233598 sicil numarasında kayıtlı "Erenler İnşaat Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi"ni tüm aktif ve pasifiyle kül halinde aynen devralmak suretiyle birleşmiştir. Bu kapsamda yukarıdaki tabloda hastane binası olarak kullanıldığı belirtilen İstanbul Avcılar'da 2013 no'lu parseldeki 8-14-15-21-22-27-28-29 nolu dükkân ve 54-55-56-57-58-59-60-61-62-63-64-65-67-69 nolu büro niteliğindeki bağımsız bölümler, söz konusu birleşme işlemi neticesinde Şirket'e intikal etmiştir. Tapu Sencidinde değişiklik 8 Mart 2011 tarihinde gerçekleştirilmiştir.

(**) Binanın 2011 yılında edinilmesine karşın 1995 yılından itibaren kiraya verilmiş olmasının nedeni binanın 1995 yılında sahibi olan Erenler İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş. unvanlı şirketin. Şirket ile birleşmesi ve bu birleşme sonucunda ilgili binanın Şirket bünyesine geçmesidir. İlgili bina 2011 yılında elde edinildiğinde hâlihazırda yürürlükte olan kira sözleşmesi de Şirket tarafından üstlenilmiştir.

Şirket tarafından işbu izahname tarihi itibarıyla edinilmesi planlanan maddi duran varlık bulunmamaktadır.

DENİZ YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş.
Büyükdere Cad. No:147
Kat:5 Şişli - İstanbul
Tic. Sic. No: 2710110783 T.C. Sic. No: 388440
www.denizyatirim.com
Mersis No: 0991011078300013

05 Ağustos 2022

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

Çevre mevzuatı, Türkiye’de faaliyette bulunan işletmeleri etkileyen bir takım kanun ve yasal düzenlemeler içermektedir. 2872 sayılı Çevre Kanunu, çevre konularına ilişkin temel düzenlemeleri içermekte olup, Çevresel Etki Değerlendirmesi Yönetmeliği, Çevre İzin ve Lisans Yönetmeliği, Atık Yönetimi Yönetmeliği vb. gibi alt düzenlemeler ile de işletmelerin tabi olduğu özel nitelikli yükümlülükler düzenlenmektedir. Şirket’in, ÇED Yönetmeliği’nde tanımlanan çevresel etki değerlendirmesine tabi bir projesi veya faaliyeti bulunmadığından ÇED Raporu alınmasına ihtiyaç bulunmamaktadır. Çevre İzin ve Lisans Yönetmeliği’nin 5. maddesi uyarınca 1 ve 2 nolu ekler kapsamında yer alan işletmelerin Çevre İzin Belgesi veya Çevre İzin ve Lisans Belgesi alması gerekmektedir. Şirket’in faaliyetlerini yürüttüğü deposu ve merkez ofisi 1 ve 2 nolu eklerde belirtilen tesisler kapsamında bulunmamakta olup; Şirket, Çevre İzin ve Lisans Yönetmeliği kapsamında değildir.

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

İzahname tarihi itibarıyla Şirket’in maddi duran varlıkları üzerinde verilen ipotekler aşağıda gösterilmiştir. Son finansal durum tablosu tarihinden sonra Şirket’in maddi duran varlıkları üzerindeki ipoteklerin durumunda herhangi bir değişiklik olmamıştır.

Maddi Duran Varlıklar Üzerindeki Kısıtlamalar, Aynı Haklar, İpotekler Hakkında Bilgi							
Maddi Duran Varlık Cinsi	Kısıtlamanın / Aynı Hakkın Türü	Derece/Sıra	İpotek vb. Bilgiler	Kimin Lehine Verildiği	Nedeni	Veriliş Tarihi	Tutarı (TL)
Beşiktaş Bina	İpotek	1. Derece İpotek	Akbank T.A.Ş.	Şirket	Banka Kredisi	28.02.2019	6.500.000
İstanbul Avcılar 20213 Parsel - 22 adet Büro / Dükkan niteliğinde bağımsız bölüm	İpotek	1. Derece İpotek	TEB A.Ş.	Şirket	Banka Kredisi	14.08.2009	1.985.000
İstanbul Avcılar 20213 Parsel - 22 adet Büro / Dükkan niteliğinde bağımsız bölüm	İpotek	2. Derece İpotek	TEB A.Ş.	Şirket	Banka Kredisi	14.11.2018	2.986.000

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

Şirket’in mülkiyetinde bulunan taşınmazların gerçeğe uygun değeri SPK’nın yetkilendirdiği ve SPK tarafından onaylı “Gayrimenkul Değerleme Firmaları” listesi içerisinde yer alan SOM Kurumsal Gayrimenkul Değerleme ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş. tarafından, 24.01.2022 ve 24.02.2022 tarihli Değerleme Raporları ile hesaplanmıştır. Yatırım amaçlı gayrimenkullerin gerçeğe uygun değeri “Pazar yaklaşımı” ve “Brüt Kira Geliri” yaklaşımı yöntemleri kullanılarak hesaplanmıştır. Taşınmazların değerlemesinde

bölgede yeteri sayıda satılık emsale ulaşılması nedeniyle Pazar Yaklaşımı ve emsallerin aynı zamanda kiralık veya kiralanmış olması nedeniyle Brüt Kira Yaklaşımı (Gelir) kullanılmış olup sonuçların birbiri ile uyumlu olduğu SOM Kurumsal Gayrimenkul Değerleme ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş. tarafından gözlenmiştir. "Pazar Yaklaşımı" ile ulaşılan değerler İstanbul, Avcılar'da bulun gayrimenkuller için 31.03.2022 tarihli ara dönem, 31.12.2021, 31.12.2020 ve 31.12.2019 tarihinde sona eren finansal yıllar itibarıyla 12.715.000 TL, 12.715.000 TL, 6.860.000 TL, 6.160.000 TL, İstanbul, Beşiktaş'ta bulunan gayrimenkul için 31.03.2022 tarihli ara dönem, 31.12.2021, 31.12.2020 ve 31.12.2019 tarihinde sona eren finansal yıllar itibarıyla 8.440.000 TL, 8.440.000 TL, 4.615.000 ve 3.675.000 TL'dir.

Değerlemeye konu olan arsa ve binaların gerçeğe uygun değerlerine ilişkin bilgiler aşağıda verilmektedir.

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 ve Arsa	22.02.2019	8.440.000	24.02.2022 SOM-2202-38488-REV-1	-	-
Bina	08.03.2011	12.715.000	24.01.2022 SOM-2112-38417	Yatırım amaçlıdır	-

9.2. Maddi olmayan duran varlıklar hakkında bilgiler:

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

Şirket'in finansal tablo dönemleri itibarıyla maddi olmayan duran varlıklarının dağılımı aşağıdaki gibidir.

	31.12.2019 TL (Konsolide Olmayan)	31.12.2020 TL (Konsolide)	31.12.2021 TL (Konsolide)	31.03.2022 TL (Konsolide)
Bilgisayar Yazılımları	221.288	418.517	407.288	430.788
İtfa Payı (-)	-210.043	-277.480	-344.906	-362.343
Net Defter Değeri	11.245	141.037	62.382	68.445

31.03.2022 tarihli sona eren ara dönem ve 31.12.2021, 31.12.2020 ve 31.12.2019 tarihinde sona eren yıllara ait maddi olmayan duran varlık ve ilgili birikmiş itfa payları hareketleri aşağıdaki gibidir.

	01.01.2022 (Konsolide)	İlaveler	Çıkışlar	31.03.2022 (Konsolide)
Maliyet				
Bilgisayar yazılımları	407.288	23.500	-	430.788
31.03.2022 kapanış bakiyesi	407.288	23.500	-	430.788
İtfa Payı				
Bilgisayar yazılımları	344.906	17.437	-	362.343

yazılımlardan oluşmaktadır. Şirket'in özellikle sevke hazırlık, sevk ve muhasebe süreçlerinde ilgili programlara bağılılığı bulunmaktadır.

Şirket'in yararlı ömrünü tamamlayan, elden çıkarılan veya kullanılamaz hale gelen maddi olmayan duran varlığı bulunmamaktadır.

9.2.3. İşletme içi yaratılan maddi olmayan duran varlıkların bulunması halinde, İzahnamede 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:

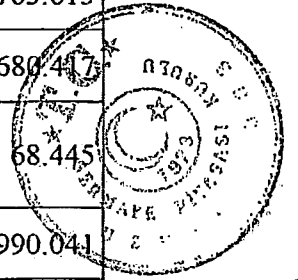
10.1.1. İhraççının İzahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibarıyla finansal durumu, finansal durumunda yıldan yıla meydana gelen değişiklikler ve bu değişikliklerin nedenleri:

	Özel Bağımsız Denetimden Geçmiş			
TL	31.12.2019 (Konsolide Olmayan)	31.12.2020 (Konsolide)	31.12.2021 (Konsolide)	31.03.2022 (Konsolide)
VARLIKLAR				
Dönen Varlıklar	199.377.388	382.707.533	521.908.731	704.308.475
Nakit ve Nakit Benzerleri	28.735.062	59.303.873	12.653.351	5.906.903
Ticari Alacaklar	134.760.439	225.589.964	333.567.466	433.476.082
İlişkili Taraflardan Ticari Alacaklar	1.831.211	1.749.447	1.771	5.849

DENİZ YATIRIM MENKUL KIYMETLER A.Ş.
Büyükdere Cad. No: 134
Etiler - Beşiktaş / İstanbul
Tic. Sic. No: 2910110783
Mersis No: 0291010783000000013

05 Ağustos 2022

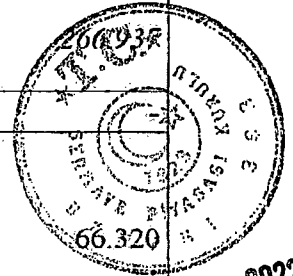
<i>İlişkili Olmayan Taraflardan Ticari Alacaklar</i>	132.929.228	223.840.517	333.565.695	433.470.238
Diğer Alacaklar	5.581.622	13.060	-	277.163
<i>İlişkili Olmayan Taraflardan Diğer Alacaklar</i>	14.077	13.060	-	277.163
<i>İlişkili Taraflardan Diğer Alacaklar</i>	5.567.545	-	-	-
Türev Finansal Varlıklar	-	37.322	1.762.165	-
Stoklar	29.061.576	91.908.582	168.713.135	256.668.549
Peşin Ödenmiş Giderler	865.758	5.734.938	4.245.394	4.012.303
Diğer Dönen Varlıklar	372.931	119.794	967.220	3.967.470
Duran Varlıklar	12.722.690	16.006.160	34.585.331	40.481.053
Diğer Alacaklar	18.708	18.708	241.321	263.537
<i>İlişkili Olmayan Taraflardan Diğer Alacaklar</i>	18.708	18.708	241.321	263.537
Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller	6.160.000	6.860.000	12.715.000	12.715.000
Maddi Duran Varlıklar	6.262.170	8.527.574	16.552.340	19.763.613
Kullanım Hakkı Varlığı	167.305	325.579	4.645.212	6.680.417
Maddi Olmayan Duran Varlıklar	11.245	141.037	62.382	68.445
Peşin Ödenmiş Giderler	103.262	133.262	369.076	990.041
TOPLAM VARLIKLAR	212.100.078	398.713.693	556.494.062	744.789.528



05 Ağustos 2022

DENİZ YATIRIM
MENKUL KIYMETLER A.Ş.
Büyükdere Cad. No: 41
Kat: 5 Beşiktaş / İstanbul
Tic. Sic. No: 2910110783 Tic. Sic. No: 388440
www.denizyatirim.com
Mersis No: 029101078300013

	Özel Bağımsız Denetimden Geçmiş			
	31.12.2019 (Konsolide Olmayan)	31.12.2020 (Konsolide)	31.12.2021 (Konsolide)	31.03.2022 (Konsolide)
KAYNAKLAR				
Kısa Vadeli Yükümlülükler	103.857.085	223.589.816	319.321.756	463.120.357
Kısa Vadeli Borçlanmalar	44.734.284	117.393.810	123.977.959	208.106.238
Banka Kredileri	44.562.599	117.036.743	123.459.154	205.543.833
Kiralama İşlemlerinden Kaynaklanan Yükümlülükler	171.685	357.067	518.805	2.562.405
Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları	19.888.564	17.997.278	23.941.326	22.607.613
Banka Kredileri	19.888.564	17.997.278	23.334.058	21.670.362
Kiralama İşlemlerinden Kaynaklanan Yükümlülükler	-	-	607.268	937.251
Ticari Borçlar	31.450.784	65.658.866	152.291.155	209.713.316
İlişkili Taraflara Borçlar	208.058	-	161.447	464.024
İlişkili Olmayan Taraflara Borçlar	31.242.726	65.658.866	152.129.708	209.249.292
Çalışanlara Sağlanan Faydalar Kapsamında Borçlar	182.621	355.088	336.313	1.670.296
Diğer Borçlar	214.926	3.153.450	347.469	266.937
İlişkili Taraflara Diğer Borçlar	141.000	3.014.664	154.035	-
İlişkili Olmayan Taraflara Diğer Borçlar	73.926	138.786	193.434	-
Türev Araçlar	-	425.015	-	-
Ertelenmiş Gelirler (Müşteri Sözleşmelerinden Doğan Yükümlülüklerin Dışında Kalanlar)	342.343	135.696	58.287	-
Kısa Vadeli Karşılıklar	1.641.240	2.518.750	3.214.674	3.764.206



05 Ağustos 2022

Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Kısa Vadeli Karşılıklar	152.288	195.849	387.568	784.705
Diğer Kısa Vadeli Karşılıklar	1.488.952	2.322.901	2.827.106	2.979.501
Dönem Karı Vergi Yükümlülüğü	2.996.341	10.356.783	13.156.210	16.745.922
Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler	2.405.982	5.595.080	1.998.363	179.509
Uzun Vadeli Yükümlülükler	26.416.908	15.816.942	21.314.976	16.152.325
Uzun Vadeli Borçlanmalar	22.556.600	15.030.106	16.411.960	13.890.735
Banka kredileri	22.556.600	15.030.106	12.655.253	10.018.813
Kiralama İşlemlerinden Kaynaklanan Yükümlülükler	-	-	3.756.707	3.871.922
Diğer Borçlar	2.950.000	-	-	-
İlişkili Taraflara Diğer Borçlar	2.950.000	-	-	-
Uzun Vadeli Karşılıklar	264.741	463.682	1.191.616	1.516.713
Çalışanlara Sağlanan Faydalara İlişkin Uzun Vadeli Karşılıklar	264.741	463.682	1.191.616	1.516.713
Ertelenmiş Vergi Yükümlülüğü	645.567	323.154	3.711.400	744.877
TOPLAM YÜKÜMLÜLÜKLER	130.273.993	239.406.758	340.636.732	479.272.682
ÖZKAYNAKLAR	81.826.085	159.306.935	215.857.330	265.516.846
Ana Ortaklığa Ait Özkaynaklar	81.826.085	159.318.624	215.803.988	265.418.320
Ödenmiş Sermaye	18.500.000	80.000.000	80.000.000	80.000.000
Kardan Ayrılan Kısıtlanmış Yedekler	71.083	71.083	5.871.083	5.871.083
Kar veya Zararda Yeniden Sınıflandırılmayacak Birikmiş Diğer	707.439	1.404.103	4.035.590	3.861.388

05 Ağustos 2022

Kapsamlı Gelirler veya Giderler				
<i>Maddi Duran Varlık Yeniden Değerleme Artışları</i>	757.980	1.559.013	4.690.231	4.690.231
<i>Tanımlanmış Fayda Planları Yeniden Ölçüm Kayıpları</i>	-50.541	-154.910	-654.641	-828.843
Kar veya Zararda Yeniden Sınıflandırılacak Birikmiş Diğer Kapsamlı Gelirler veya Giderler	-	4.948	-493.318	-345.864
<i>Yabancı Para Çevrim Farklarına İlişkin Birikmiş Diğer Kapsamlı Gelir</i>	-	4.948	-493.318	-345.864
Geçmiş Yıllar Karları	22.780.876	1.047.563	37.838.490	126.390.633
Net Dönem Karı	39.766.687	76.790.927	88.552.143	49.641.080
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	-	-11.689	53.342	98.526
TOPLAM KAYNAKLAR	212.100.078	398.713.693	556.494.062	744.789.528

Bilançodaki Önemli Değişiklikler

Nakit ve Nakit Benzerleri

2019 yılında 28,7 milyon TL olan nakit ve nakit benzerleri, 2020 yılında 59,3 milyon TL'ye (veya %106,4 oranında) artmıştır. 2021 yılında ise 2020 yılındaki 59,3 milyon TL seviyesinden, 12,7 milyon TL'ye (veya %78,7 oranında) düşmüştür. 2020 yılındaki artışın ana sebebi, satış hasılatındaki artış neticesinde toplam tahsilatın artışından kaynaklı olup Şirket'in peşin satın alımlar yapması nedeniyle ihtiyacı olan belirli nakit seviyesine sahip olabilmesi amacıyla likit varlık yönetimi çerçevesinde, nakit ve nakit benzerleri kalemini arttırmıştır. 2020 yılında Şirket nakit yönetimi planlaması kapsamında kredi faizi mevduat faizine göre düşük kalan kredileri açıkta bırakıp, nakit pozisyonunda kalmayı tercih etmiştir. Bu tutar işletme sermayesi olarak kullanıldığı için 2021 bakiyesinde bir düşüş gerçekleşmiştir. Nakit ve nakit benzerleri 31.12.2021 tarihi itibarıyla 12,7 milyon TL'den 31.03.2022 tarihi itibarıyla 5,9 milyon TL'ye gerilemiştir.

Ticari Alacaklar

2019 yılında 134,8 milyon TL olan ticari alacaklar, 2020 yılında 225,6 milyon TL'ye (veya %67,4 oranında) ve 2021 yılında 333,6 milyon TL'ye (veya %47,9 oranında) yükselmiştir. 2020 ve 2021 yıllarında ciroda gerçekleşen %91,7 ve %44,5 büyümelere paralel olarak ticari alacaklarda da artış meydana gelmiştir. 2020 yılındaki %91,7 ciro artışına göre ticari

alacakların %67,4 oranı ile daha az artmasındaki ana sebep daha etkin gerçekleşen tahsilatların pozitif katkısı ve ürün kompozisyonundaki değişikliklerdir. 31.03.2022 tarihi itibarıyla ticari alacaklar 2021 yıl sonundaki seviyesine göre %30 artış ile 433,5 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Bu yükselişteki ana etken de hasılat artışıdır. 31.03.2022 itibarıyla bir önceki yılın aynı dönemine göre hasılat %130,3 oranındaki artmıştır. Ticari alacaklar gün sayıları, bilançoda yer alan ticari alacak kaleminin hasılatlara oranının 365 ile çarpılması sonucu hesaplandığında 2019'da 126 gün, 2020'de 110 gün ve 2021'de ise 113 gün olarak bulunmaktadır. 31.03.2022 tarihi itibarıyla hasılatın son 12 aylık dönemi kapsayacak şekilde dikkate alınması ile hesaplandığında ticari alacak gün sayısı 116 olarak bulunmaktadır. Bu değerlere göre hesaplanan ticari alacak devir hızları 2019'da 2,9, 2020'de 3,3, 2021'de 3,2 ve 31.03.2022 tarihi itibarıyla 3,2'dir. 2019, 2020 ve 2021 yıllarında şüpheli ticari alacakların tutarları sırasıyla, 487.387 TL, 657.344 TL ve 669.252 TL olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2022 tarihi itibarıyla da şüpheli ticari alacak tutarı 677.184 TL'dir.

Türev Finansal Varlıklar

İleriye yönelik ticari işlem ve nakit akışlarını yönetmek için türev ürünlerden yararlanılmıştır. TL ve ABD Doları kurları arasındaki pariteyi sabitleyen çapraz kur takası sözleşmesi yapılmıştır. 31 Aralık 2021 tarihi itibarıyla, sözleşmelerin nominal değeri 11.588.800 TL ve 1.000.000 ABD Dolarıdır (31 Aralık 2020: 19.067.500 TL; 2.500.000 ABD Doları; 31 Aralık 2019: bulunmamaktadır). Nominal değeri 11.588.800 TL ve 1.000.000 ABD Doları olan sözleşmenin 2021 bilançosunda yer alan varlığı 1,8 milyon TL'dir.

Stoklar

2019 yılında 29,1 milyon TL olan stoklar, 2020 yılında 91,9 milyon TL'ye (veya %216,3 oranında) artmıştır. 2021 yılında bir önceki yıla göre satışların hızlı artışı ve TL'de yaşanan değer kaybının etkileri ile stoklar 2020 yılındaki 91,9 milyon TL seviyesinden, 2021 yılında 168,7 milyon TL'ye (veya %83,6 oranında) artmıştır. Şirket 2020 ve 2021 yılı özel koşullarında tedarik problemi yaşamamak için ihtiyatlı davranarak yüksek stok seviyesi ile faaliyetlerine devam etmiştir. 31.03.2022 tarihi itibarıyla stoklar 2021 yıl sonuna göre %52,1 oranında artarak 256,7 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Stok gün sayıları, bilançoda yer alan stokların satışların maliyetine oranının 365 ile çarpılması sonucu hesaplandığında 2019'da 34 gün, 2020'de 54 gün ve 2021'de ise 67 gün olarak bulunmaktadır. 31.03.2022 tarihi itibarıyla satışların maliyeti son 12 aylık dönemi kapsayacak şekilde dikkate alınması ile hesaplandığında, stok gün sayısı 81 olarak bulunmaktadır. Bu dönemler için hesaplanan stok devir hızları da 2019'da 10,9, 2020'de 6,8 ve 2021'de 5,5'tir. 31.03.2022 tarihi itibarıyla stok devir hızı 4,5 olarak bulunmaktadır.

Peşin Ödenmiş Giderler

2019 yılında peşin ödenmiş giderler kalemi 0,9 milyon TL olarak gerçekleşmiş olup 2020 yılında ise bir önceki yıla göre %562,4 artış göstererek 5,7 milyon TL'ye yükselmiştir. 2021 yılında ise bir önceki yıla göre peşin ödenmiş giderler 4,2 milyon TL'ye (veya %26,0) düşmüştür. 31.03.2022 tarihi itibarıyla peşin ödenmiş giderler 2021 yılsonuna kıyasla benzer bir seviyede kalarak 4,0 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Şirket'in verdiği sipariş avanslarının peşin bedellerinin, ürünlerin şirket deposuna gelene kadar durduğu hesap olan verilen sipariş avansları, peşin ödenmiş giderlerin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Sipariş verilen ürünler Şirket'in deposuna geldikçe hesabın bakiyesinde düşüş, ürünler sipariş verildikçe artış gerçekleşmektedir. Bu döngü tüm yıl

devam etmekte olup anlık ürünlerin hareketine bağlı olarak hesap işleyişi gereği artıp azalmaktadır.

Diğer Dönen Varlıklar

2019 yılında 0,4 milyon TL olan diğer dönen varlıklar, 2020 yılında bir önceki yıla göre 0,1 milyon TL'ye (veya %67,9 oranında) düşmüştür ve 2021 yılında ise 2020 yılına göre 1,0 milyon TL'ye (veya %707,4 oranında) artmıştır. Diğer dönen varlıklar 2019 ve 2020 yılları için personel maaşları, iş avanslarının toplamından oluşurken 2021 yılında bu iki kaleme ek olarak 0,4 milyon TL'lik devrenden KDV'nin toplamından oluşmaktadır. 31.03.2022 tarihi itibarıyla diğer dönen varlıklar 4,0 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Bu tutardaki artış dönem itibarıyla oluşan 3,6 milyon TL devreden KDV'den kaynaklanmaktadır.

Ertelenmiş Vergi Varlığı ve Yükümlülüğü

Ertelenmiş vergi, varlık ve yükümlülüklerin finansal tablolarda yer alan kayıtlı değerleri ile vergi matrahında kullanılan değerleri arasındaki geçici farklar üzerinden hesaplanır. 2019 yılında 0,6 milyon TL olan ertelenmiş vergi yükümlülüğü 2020 yılında %49,9 oranında bir düşüşle 0,3 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında ise ertelenmiş vergi yükümlülüğü tutarı 2020 yılındaki 0,3 milyon TL seviyesinden, 3,7 milyon TL (veya %1.048,5 oranında) tutarına yükselmiştir. 31.03.2022 tarihi itibarıyla bu tutar 2021 yıl sonu seviyesine göre %79,9 oranında düşerek 0,7 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Kısa Vadeli Borçlanmalar

Kısa vadeli borçlanmalar, 2019 yılında 44,7 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında bir önceki yıla göre %162,4 oranında artış göstererek 117,4 milyon TL'ye yükselmiştir. 2021 yılında ise 2020 yılına kıyasla 124,0 milyon TL'ye (veya %5,6) artmıştır. 31.03.2022 tarihi itibarıyla 2021 yıl sonuna göre %67,9 oranında artarak, 208,1 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Borçlanmalardaki artışın temel sebebi hasılat artışından kaynaklanan stok artışıdır. Bu tutarın bir kısmı ithal edilen stokların maliyet avantajından dolayı peşin alımı sebebiyle gereken işletme sermayesi finansmanı için kullanılmaktadır. Bir diğer neden de 2020 yılında Şirket'in nakit yönetimi planlaması kapsamında kredi faizinin, mevduat faizine göre avantajlı olan kredileri sürdürerek, nakit pozisyonunda kalmayı tercih etmesidir. İzahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri boyunca Şirket'in kısa ve uzun vadeli borçlanmaları TL cinsinden yapılan borçlanmalardır.

Ticari Borçlar

Ticari borçlar 2019'da 31,5 milyon TL olarak gerçekleşmiş ve 2020 yılında 65,7 milyon TL'ye (veya %108,8 oranında) artmıştır. Ticari borçlar tutarı 2021 yılında ise 2020 yılındaki 65,7 milyon TL seviyesinden, 152,3 milyon TL'ye (veya %131,9) yükselmiştir. 2021'de ticari borçlardaki artış hasılatın artışına paraleldir. Şirket'in sipariş verdiği yoldaki alımlar da ticari borçların içinde yer almaktadır. Benzer şekilde stoklar da bu dönemde artmıştır. 31.03.2022 tarihi itibarıyla ticari borçlar 2021 yıl sonuna göre %37,7 oranında artarak 209,7 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Ticari borçlar gün sayıları, bilançoda yer alan ticari borçlar kaleminin satışların maliyetine oranının 365 ile çarpılması sonucu hesaplandığında 2019'da 36 gün, 2020'de 38 gün ve 2021 yılında ise 60 gün olarak bulunmaktadır. 31.03.2022 tarihi itibarıyla satışların maliyeti son 12 aylık dönemi kapsayacak şekilde dikkate alınması ile hesaplandığında, ticari borçlar gün sayısı 66 olarak bulunmaktadır. Bu değerlere göre hesaplanan ticari borç devir hızları 2019'da 10,1, 2020'de 9,5 ve 2021'de 6,0'dır. 31.03.2022 tarihi itibarıyla da 5,5'tir.



05 Ağustos 2022

Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller

Yatırım amaçlı gayrimenkullerin gerçeğe uygun değerleri, 2019 yılında 6,2 milyon TL'den 2020 yılında 6,9 milyon TL'ye (veya %11,4 oranında) artmış olup ve 2021 yılında 12,7 milyon TL'ye (veya 2020 yılına göre %85,3 oranında) yükselmiştir. 31.03.2022 tarihi itibarıyla da yatırım amaçlı gayrimenkuller 12,7 milyon TL ile 2021 yıl sonu ile aynı seviyededir. Yatırım amaçlı gayrimenkuller kalemi, İstanbul Avcılar'da bulunan ve hastane binası olarak kiralanın bölümlerden oluşmaktadır. Yatırım amaçlı gayrimenkullerin gerçeğe uygun değerleri SOM Kurumsal Gayrimenkul Değerleme ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş. tarafından hesaplanmıştır. Buna göre değer artışları 2019 yılında 450 bin TL, 2020 yılında 700 bin TL ve 2021 yılında 5,9 milyon TL olarak hesaplanmıştır.

Maddi Duran Varlıklar

Maddi duran varlıklar 2019 yılında 6,3 milyon TL'den 2020 yılında 8,5 milyon TL'ye (veya %36,2 oranında) artmış olup, 2021 yılında da 2020 yılı seviyesine göre 16,6 milyon TL'ye (veya %94,1 oranında) yükselmiştir. 31.03.2022 tarihi itibarıyla bu tutar 2021 yıl sonuna göre %19,4 artarak 19,8 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Maddi duran varlıkları oluşturan ana kalemler, arsa, binalar, demirbaşlar ve taşıtlardır. Arsa ve binalar kalemi Beşiktaş, İstanbul'da yer alan Şirket merkez ofisin yer aldığı arsa ve binasından oluşmakta, gerçeğe uygun değerlemesi 2021 yılında 8,4 milyon TL olarak ekspertiz raporuna göre kaydedilmiştir.

Diğer Borçlar

2019 yılında diğer borçlar 0,2 milyon TL iken, 2020 yılında 3,2 milyon TL'ye yükselmiş olup, 2021 yılı itibarıyla 0,3 milyon TL'ye gerilemiştir. 31.03.2022 tarihi itibarıyla da 0,3 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Diğer borçlar hesabı şirketin ana faaliyeti dışında kalan ticari faaliyetlerden doğan borçlardır.

Kısa Vadeli Karşılıklar

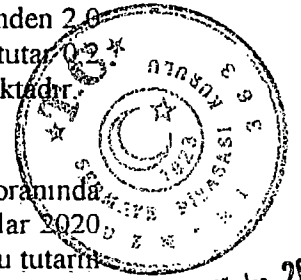
2019 yılında kısa vadeli karşılıklar 1,6 milyon TL iken, 2020 yılında 2,5 milyon TL'ye (veya %53,5 oranında) artmıştır. Bu tutar 2021 yılında 2020 yılına göre 3,2 milyon TL'ye (veya %27,6 oranında) yükselmiştir. 31.03.2022 tarihi itibarıyla 2021 yıl sonuna göre %17,1 artarak 3,8 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Kısa vadeli karşılıklar hesabı satılan ürünlere verilen garantiler için ayrılan karşılıklardır.

Diğer Kısa Vadeli Yükümlülükler

2019'da 2,4 milyon TL olan tutar, 2020 yılında 5,6 milyon TL'ye (veya %132,5 oranında) yükselmiştir. Diğer kısa vadeli yükümlülükler 2021 yılında ise 2020 yılı seviyesinden 2,0 milyon TL'ye (veya %64,3 oranında) düşmüştür. 31.03.2022 tarihi itibarıyla bu tutar 0,3 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Bu bakiye ödenecek vergi ve fonlardan oluşmaktadır.

Uzun Vadeli Borçlanmalar

Uzun vadeli borçlanmalar, 2019 yılında 22,6 milyon TL, 2020 yılında ise %33,4 oranında azalarak 15,0 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2021'de uzun vadeli borçlanmalar 2020 yılına göre %9,2 oranında artışla 16,4 milyon TL'ye yükselmiştir. 2021 yılında bu tutarın 12,7 milyon TL'si banka kredilerinden oluşmaktadır. 2020 ve 2021 yıllarındaki düşüşün temel sebepleri uzun vadeli borçların kalan vade nedeniyle kısa vadeli borçlanmaya dönüşmesi ve Şirket'in borçlarını ödüyör olmasıdır. Şirket kısa vadeli borçlanmaları ile operasyonların finansmanını sürdürmektedir. Bu kalemden ayrıca kiralanın mağaza ve teknik servis iş yerleri için ayrılan karşılık bulunmaktadır. Bu kiralama işlemlerinden



05 Ağustos 2022

kaynaklanan yükümlülükler alt kaleminde 2019 ve 2020 yılında bakiye bulunmamaktadır, 2021 yılında ise bu kalem 3.8 milyon TL'dir. 31.03.2022 tarihi itibarıyla uzun vadeli borçlanmalar 2021 yıl sonuna göre %15,4 azalarak 13,9 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılına benzer bir şekilde 31.03.2022 tarihi itibarıyla uzun vadeli borçlanmaların 3,9 milyon TL kısmı kiralama işlemlerinden kaynaklanan yükümlülüklerden oluşmaktadır.

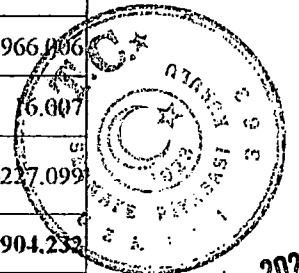
Özkaynaklar

2019 yılında ana ortaklığa ait özkaynaklar 81,8 milyon TL iken, 2020 yılında da bir önceki yıla göre %94,7 artış ile 159,3 milyon TL'ye yükselmiştir. 2021 yılında öz kaynaklar 2020 yılına göre 215,8 milyon TL'ye (veya %35,5 oranında) yükselmiştir. 31.03.2022 tarihi itibarıyla özkaynaklar 2021 yıl sonuna göre ise %23,0 oranında artış ile 265,5 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Şirket'in net dönem karındaki artışa paralel olarak şirket öz kaynakları da artmıştır. Net dönem karı, 2019 yılında 39,8 milyon TL, 2020 yılında 76,8 milyon TL ve 2021 yılında 88,6 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2022 tarihinde sona eren üç aylık dönem itibarıyla da net dönem karı 49,6 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Şirket'in net dönem karındaki artış, hasılat büyümesine paralel olarak oluşmaktadır. Şirket'in hasılatı 2020 yılında bir önceki yıla göre %91,7 ve 2021 yılında bir önceki yıla göre %44,5 oranında artmış, net kar da benzer şekilde bir önceki yıllara göre 2020'de %93,1 oranında ve 2021 yılında ise %15,3 oranında artış göstermiştir. Ayrıca, Şirket'in 2019 yılında 18,5 milyon TL olan ödenmiş sermayesi, 2020 yılında 80 milyon TL'ye artırılmıştır ve bu tutar 2021 yılında da 80 milyon TL olarak kalmıştır. Şirket sermaye artışının tamamı olan 61,5 milyon TL, dağıtılmamış geçmiş yıl karlarından karşılanmıştır. Özkaynaklar içinde yer alan maddi duran varlık yeniden değerlendirme artışı 2019 yılında 0,8 milyon TL, 2020 yılında 1,6 milyon TL ve 2021 yılında 4,7 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Kardan ayrılan kısıtlanmış yedekler 2019 ve 2020 yıllarında 71 bin TL iken 2021'de 5,9 milyon TL olarak kaydedilmiştir.

10.2. Faaliyet sonuçları:

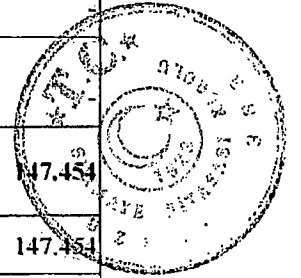
TL	Özel Bağımsız Denetimden Geçmiş				
	31.12.2019 (Konsolide Olmayan)	31.12.2020 (Konsolide)	31.12.2021 (Konsolide)	31.03.2021 (Konsolide)	31.03.2022 (Konsolide)
KAR VEYA ZARAR KISMI					
Hasılat	390.612.883	748.710.093	1.081.557.080	218.548.545	503.281.175
Satışların Maliyeti (-)	-316.562.485	-624.936.572	-919.850.134	-184.389.568	-417.292.202
BRÜT KAR	74.050.398	123.773.521	161.706.946	34.158.977	85.988.973
Pazarlama, Satış Dağıtım Giderleri (-)	-13.971.780	-15.831.013	-22.284.503	-4.952.827	-8.907.643
Genel Yönetim Giderleri (-)	-3.303.790	-3.218.714	-11.349.460	-1.773.764	-3.966.006
Esas Faaliyetlerden Diğer Gelirler	276.760	398.947	4.028.335	186.773	6.007
Esas Faaliyetlerden Diğer Giderler (-)	-25.735	-221.285	-71.276	-13.003	-227.099
ESAS FAALİYET KARI	57.025.853	104.901.456	132.030.042	27.606.156	72.904.232
TFRS 9 Uyarınca Belirlenen Değer Düşüklüğü Zararları ve Değer Düşüklüğü Zararlarının İptalleri	85.110	-169.957	-11.908	-	-7.932

DENİZ YATIRIM
ANKUL KIYMETLER A.Ş.
 Büyükdere Cad. No: 74
 Kat: 3 34394 Beşiktaş - İSTANBUL
 Tic Sic No: 2710110783 Tic Sic No: 288440
 www.denizyatirim.com
 Mersis No: 0791-0110-7830-0013



05 Ağustos 2022

Yatırım Faaliyetlerinden Gelirler	1.551.497	1.452.293	7.436.667	236.681	706.718
FINANSMAN GİDERİ ÖNCESİ FAALİYET KARI	58.662.460	106.183.792	139.454.801	27.842.837	73.603.018
Finansman Gelirleri	2.307.617	6.604.230	7.597.210	1.795.698	3.049.556
Finansman Giderleri (-)	-9.950.907	-14.214.863	-29.053.476	-6.874.030	-13.096.347
SÜRDÜRÜLEN FAALİYETLER VERGİ ÖNCESİ KAR	51.019.170	98.573.159	117.998.535	22.764.505	63.556.227
Sürdürülen Faaliyetler Vergi Gideri	-11.252.483	-21.794.019	-29.381.361	-4.622.224	-13.869.963
Dönem Vergi Gideri	-11.339.115	-22.290.597	-26.650.987	-3.596.248	-16.792.935
Ertelenmiş Vergi Geliri / (Gideri)	86.632	496.578	-2.730.374	-1.025.976	2.922.972
DÖNEM KARI	39.766.687	76.779.140	88.617.174	18.142.281	49.686.264
Dönem Karının Dağılımı	39.766.687	76.779.140	88.617.174	18.142.281	49.686.264
Ana Ortaklık Payları	39.766.687	76.790.927	88.552.143	18.135.684	49.641.080
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	-	-11.787	65.031	6.597	45.184
Pay Başına Kazanç	0,5	0,96	1,11	0,23	0,62
Sulandırılmış Pay Başına Kazanç	0,5	0,96	1,11	0,23	0,62
DİĞER KAPSAMLI GELİR KISMI	142.609	701.612	2.133.221	-406.126	-26.748
Kar veya Zarar Olarak Yeniden Sınıflandırılmayacaklar	142.609	696.664	2.631.487	-395.900	-174.202
Tanımlanmış Fayda Planları Yeniden Ölçüm Kayıpları	-63.176	-130.462	-624.664	-494.875	-217.753
Tanımlanmış Fayda Planları Yeniden Ölçüm Kayıpları Vergi Etkisi	12.635	26.093	124.933	98.975	43.551
Maddi Duran Varlıklar Yeniden Değerleme Artışları	241.437	1.001.291	3.914.023	-	-
Maddi Duran Varlıklar Yeniden Değerleme Artışları Vergi Etkisi	-48.287	-200.258	-782.805	-	-
Kar veya Zarar Olarak Yeniden Sınıflandırılacaklar	-	4.948	-498.266	-10.226	147.454
Yabancı Para Çevrim Farkları	-	4.948	-498.266	-10.226	147.454
TOPLAM KAPSAMLI GELİR	39.909.296	77.480.752	90.750.395	17.736.155	49.659.516
Toplam Kapsamlı Gelirin Dağılımı					
Ana Ortaklık Payları	39.909.296	77.492.539	90.685.364	17.729.558	49.614.332
Kontrol Gücü Olmayan Paylar	-	-11.787	65.031	6.597	45.184



05 Ağustos 2022

[Handwritten signatures and stamps]

Şirket sermayesi 2019 yılında her biri 100 TL nominal değerinde 185.000 adet paya bölünmüşken, 2020 ve 2021 yıllarında her biri 1 TL değerinde 80.000.000 adet paya bölünmüştür. Pay başına kazanç pay adedine bölünerek hesaplanmıştır.

Şirket hasılatının tamamına yakını Şirket'in Türkiye'deki faaliyetlerinden oluşmaktadır. Türkiye'de gerçekleşen makro ekonomik gelişmelerin Şirket operasyonlarına etkisi olabilmektedir, buna rağmen Şirket'in hasılatı 2020 ve 2021 yıllarında %91,7 ve %44,5 oranlarında büyümüştür. 31.03.2022 tarihinde sona eren dönemde de bir önceki yılın aynı dönemine göre hasılat %130,3 oranında artmıştır. Şirket hasılatında sınırlı da olsa bazı ürün gruplarında mevsimsellik olabilmektedir. Okulların açıldığı sonbahar döneminde ve sene sonu satış kanallarının yoğun kampanya yaptıkları dönemlerde taşınabilir hoparlör, çanta, kulaklık gibi ürünlerde talep artışları oluşabilmektedir. Benzer şekilde Apple, Beats, gibi bazı ürün gruplarındaki öncü markaların yeni ürün tanıtım ve lansman dönemlerinde satışlar artmaktadır. Şirket'in satışlarının tamamına yakını TL cinsinden yapılmaktadır. Satın alımların da 2020 yılında yaklaşık %65'i ve 2021 yılında %75'i TL cinsinden yapılmıştır. Satın alımların geri kalanı ise döviz cinsinden peşin olarak yapılan ithalat işlemleridir.

Şirket'in ithal satın alımları peşin olarak yapıldığı için ve döviz cinsinden satın alınan ürünlerin satışları için döviz kurları dikkate alınarak fiyatlandırma yapılabildiği için TL'nin değer kaybettiği veya kur dalgalanmasının yüksek olduğu dönemlerde tüketici talebi değişebilmektedir.

Gelir Tablosundaki Önemli Değişiklikler

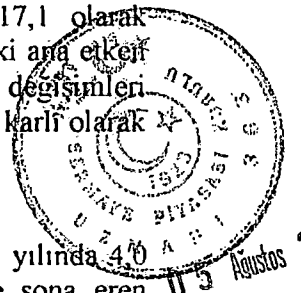
Hasılat ve Brüt Kar

Şirket'in net satışları, 2019 yılında 390,6 milyon TL, 2020 yılında 748,7 milyon TL (veya %91,7 oranında artarak) ve 2021 yılında 1.081,6 milyon TL (veya %44,5 oranında artarak) olarak gerçekleşmiştir. Net satışlar, 31.03.2022 tarihinde sona eren dönemde de bir önceki yılın aynı dönemindeki 218,5 milyon TL seviyesine göre %130,3 oranında artarak 503,3 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Brüt Kar, aynı dönemlerde sırasıyla 2019'da 74,1 milyon TL, 2020'de 123,8 milyon TL (veya bir önceki yıla göre %67,1 oranında artarak) ve 2021 yılında 161,7 milyon TL (veya bir önceki yıla göre %30,6 oranında artarak) olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2021 tarihinde sona eren dönemde 34,2 milyon TL olan brüt kar %151,7 oranında artış ile 31.03.2022 tarihinde sona eren dönemde 86,0 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2019, 2020 ve 2021 yıllarında Brüt Kar Marjı sırasıyla %19,0, %16,5 ve %15,0 olarak gerçekleşmiştir. Bu düşüşün temel sebebi toplam hasılat içindeki marka ve ürün ağırlıklarının değişmesidir. Özellikle Apple markalı ürünlerin satışlarında çok hızlı bir artış kaydedilmiş ancak bu ürünlerin görece daha düşük kar marjına sahip olması nedeniyle brüt kar marjında düşüş gerçekleşmiştir. 31.03.2021 ve 31.03.2022 tarihleri itibarıyla sona eren dönemlerde brüt kar marjı sırasıyla %15,6 ve %17,1 olarak gerçekleşmiştir. 2022 yılı ilk üç aylık dönem için brüt kar marjındaki artıştaki ana etken 2021 yıl sonu itibarıyla bulunan stoklarının, maliyetlerine görece döviz kuru değişimleri nedeniyle fiyat artışları yansıtılmış olması ve 2022 ilk üç aylık dönemde daha karlı olarak satılmış olmasıdır.

Esas Faaliyetlerden Diğer Gelirler

2019 yılında 0,3 milyon TL olan tutar, 2020 yılında 0,4 milyon TL ve 2021 yılında 4,0 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2021 ve 31.03.2022 tarihlerinde sona eren dönemler itibarıyla sırasıyla bu tutarlar 0,2 milyon TL ve 0,02 milyon TL'dir. Esas faaliyetlerden diğer gelirlerin büyük bir kısmı kur farkı gelirlerinden kaynaklanmaktadır.

DENİZ YATIRIM
MENKUL KIYMETLER A.Ş.
Büyükdere Cad. No: 141
Etiler - Beşiktaş / İstanbul
Tic. Sic. No: 2910110783 / Tic. Sic. No: 388440
www.denizyatirim.com
Mersis No: 0291011078300013



4.08.2022

Esas Faaliyetlerden Diğer Giderler

2019 yılında 0,03 milyon TL olan tutar, 2020 yılında 0,2 milyon TL ve 2021 yılında ise 0,1 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2021 ve 31.03.2022 tarihlerinde sona eren dönemler itibarıyla sırasıyla bu tutarlar 0,01 milyon TL ve 0,2 milyon TL'dir.

Esas Faaliyet Karı

2019 yılında 57,0 milyon TL olan esas faaliyet karı 2020 yılında bir önceki yıla göre %84,0 ve 2021 yılında ise bir önceki yıla göre %25,9 oranında artarak sırasıyla 104,9 milyon TL ve 132,0 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2021 tarihi itibarıyla sona eren dönemde 27,6 milyon TL olan esas faaliyet karı, %164,1 oranında artış ile 31.03.2022 tarihinde sona eren dönemde 72,9 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2019, 2020 ve 2021 yıllarında Esas Faaliyet Kar Marjı sırasıyla %14,6, %14,0 ve %12,2 olarak gerçekleşmiştir. 2021 ve 2022 yılı ilk üç aylık dönemde bu oranlar sırasıyla %12,6 ve %14,5'tir. Hasılattaki artış kategori bazında ürünlerde farklılık göstermektedir. Her ürün ve marka kompozisyonunda farklı kar marjları bulunmaktadır. Artışın gerçekleştiği ürün ve marka kompozisyonları nispeten daha düşük kar marjlı ürünlerdir. Bu ürünlerin hasılat içindeki oranının artışı toplamdaki brüt karı düşürmektedir. Brüt kardaki düşüşün bir başka sebebi ise satın alma maliyetlerinin artmasıdır. 2022 yılı ilk üç aylık dönemde, önceki yılın aynı dönemine göre kaydedilen brüt kar marjındaki artış, paralel bir şekilde esas faaliyet kar marjına da artış olarak yansımıştır.

Yatırım Faaliyetlerinden Gelirler

Yatırım faaliyetlerinden gelirler, yatırım amaçlı Avcılar Hastane binası gayrimenkulünün değerlendirilmesinden oluşmaktadır.

2019 yılında 1,6 milyon TL olan yatırım faaliyetlerinden gelirler kalemi; 2020 yılında 1,5 milyon TL, 2021 yılında ise 7,4 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2021 ve 31.03.2022 tarihlerinde sona eren dönemler itibarıyla bu gelirler sırasıyla, 0,2 milyon TL ve 0,7 milyon TL'dir.

Finansman Gelirleri ve Giderleri

Finansman gelirleri ve giderleri faiz gelir ve gider kalemlerinden oluşmaktadır. 2019 yılında finansman gelirleri 2,3 milyon TL ve finansman giderleri 10,0 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında finansman gelirleri bir önceki yıla göre %186,2 artış ile 6,6 milyon TL ve finansman giderleri %42,8 artış ile 14,2 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında ise finansman gelirleri bir önceki yıla göre %15,0 artış ile 7,6 milyon TL ve finansman giderleri %104,4 artış ile 29,1 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2021 tarihinde sona eren dönemde finansman gelirleri 1,8 milyon TL ve finansman giderleri 6,9 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2022 tarihinde sona eren dönemde finansman gelirleri 3 milyon TL (veya bir önceki yılın aynı dönemine göre %69,8 oranında artarak) ve finansman giderleri 13,1 milyon TL (veya bir önceki yılın aynı dönemine göre %90,5 oranında artarak) gerçekleşmiştir.

Faiz giderlerindeki artış, artan hasılatla paralel bir şekilde yükselen işletme sermayesi ihtiyacından kaynaklanan finansman ihtiyacı ile 2021 yılında önceki senelere göre artan finansman maliyetinden kaynaklanmaktadır.

10.2.1. İhracının İzahnamede yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibarıyla faaliyet sonuçlarına ilişkin bilgi:

Hasılat

Gelişen mobil teknoloji ve aksesuar sektörü tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de teknolojik ürünler dağıtımı ve pazarlaması sektörünü olumlu yönde etkilemiştir. Mobil teknolojinin özellikle aksesuarlar üzerinden hızlanan büyümesi satış hasılatına pozitif bir katkı sağlamıştır. Ek olarak pandemi döneminde bu ürünlerde talep artışı da oluşmuştur. Ayrıca hasılatındaki artışın bir diğer kaynağı da 2018 yılından itibaren Apple ile yürütülen distribütörlük anlaşmasıdır. Bir diğer etken de kulaklık pazarındaki büyüme ile doğru orantılı olarak kulaklık satışlarındaki hızlı büyümedir.

Bu bağlamda, Şirket'in, 2019 yılında 390,6 milyon TL olan net satışları, 2020 yılında 748,7 milyon TL'ye yükselmiştir. Şirket'in net satışları 2021 yılında ise 1.081,6 milyon TL'dir. 31.03.2021 ve 31.03.2022 tarihlerinde sona eren dönemlerde net satışlar sırasıyla 218,5 milyon TL ve 503,3 milyon TL'dir. Coğrafi dağılım olarak Şirket satışlarının tamamına yakını Türkiye'de gerçekleştirilmektedir. 2021 yılında başlayan Rusya faaliyetleri ile Rusya'da 1,7 milyon TL tutarında hasılat gerçekleştirilmiştir. Şirket'in finansal tablo dipnotlarında yer alan brüt satışları içindeki yurtdışı satışları kalemi, transit ticaret, serbest bölge satışları, düşük miktarda ihracat tutarlarından oluşmaktadır.

Ayrıca, Şirket'in ana ürün grupları ve aksesuar satışları dışında, diğer arazi satışları içinde yer alan araç satışları da bulunmaktadır. Araç satışlarının tutarları 2019'da 20,2 milyon TL, 2020'de 19,8 milyon TL, 2021'de 27,7 milyon TL ve 2021 ile 2022 yılları ilk üç aylık dönemlerde de sırasıyla 10,2 milyon TL ve 10,8 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Bu tutarların ilgili dönemlerdeki hasılatı oranı sırasıyla, %5,2, %2,6, %2,6, %4,7 ve %2,1 olarak gerçekleşmiştir.

	31.12.2019 TL (Konsolide Olmayan)	31.12.2020 TL (Konsolide)	31.12.2021 TL (Konsolide)	31.03.2021 TL (Konsolide)	31.03.2022 TL (Konsolide)
Yurt içi satışlar	444.383.136	890.549.598	1.277.876.522	258.085.318	557.307.515
Yurt dışı satışlar	22.604.813	8.273.285	23.403.528	3.810.736	11.938.687
Brüt satışlar	466.987.949	898.822.883	1.301.280.050	261.896.054	569.246.202
Satıştan indirim ve iadeler	-76.375.066	-150.112.790	-219.722.970	-43.347.509	-65.965.027
Net Satışlar	390.612.883	748.710.093	1.081.557.080	218.548.545	503.281.175

Satıştan indirim ve iadelerin yurt içi satışlara oranı 2019'da %17,2 iken, 2020'de %16,9'a gerilemiştir ve 2021'de %17,2 olarak gerçekleşmiştir. Satıştan indirim ve iadeler kalemindeki artışın temel sebebi ürün ve marka kompozisyonundaki değişime paralel olarak, ciro primi ve ürün bazlı iskontoları içeren operasyonel çalışma şartlarından

kaynaklanmaktadır. 2021 ve 2022 yılı ilk üç aylık dönemlerde bu oranlar sırasıyla %16,8 ve %11,8 olarak gerçekleşmiştir.

Satışların Maliyeti

Şirket'in satışlarının maliyeti (satılan ticari mallar maliyeti) müşterilerine sattığı ürünleri tedarikçiler ile yaptığı sözleşmeler ile satın almasından oluşmaktadır. Düşük tutardaki satılan mamul maliyetleri şirket tarafından etiket/barkod baskı makinası ile üretilen etiketlerin sınırlı miktardaki kısmının Grup şirketine satışından kaynaklanmaktadır.

Özellikle Apple aksesuar grubunda 2019 yılında diğer distribütörlerle Apple'in anlaşma yapmayıp dağıtıma açık kanalda fiilen tek distribütör olarak devam etmesi güçlü bir büyüme yaratmıştır. Bu kapsamda satın alınan ticari malların maliyetinin hasılat içindeki payının artmasının sebebi, bazı ürün gruplarındaki yüksek satış adetlerine karşılık Apple Aksesuar Grubu ürünlerinin görece daha düşük kâr marjına sahip olmasıdır. Satışların maliyetinin hasılatı oranı sırasıyla, 2019'da %81,0, 2020'de %83,5 ve 2021 yılında ise %85 olarak gerçekleşmiştir. Bu durum brüt kâr marjında düşüşe neden olmuştur. Satışların maliyetinin hasılatı oranı 31.03.2021 ve 31.03.2022 tarihlerinde sona eren dönemlerde de %84,4 ve %82,9 olarak gerçekleşmiştir. 2022 yılının ilk üç aylık döneminde kaydedilen brüt kar marjındaki artışın temel sebebi ise bu dönemde gerçekleşen fiyat artışlarının daha düşük maliyetle edinilen ürünlere, düşük maliyetli stoklara yansıtılmış olmasıdır.

	31.12.2019 TL (Konsolide Olmayan)	31.12.2020 TL (Konsolide)	31.12.2021 TL (Konsolide)	31.03.2021 TL (Konsolide)	31.03.2022 TL (Konsolide)
Satılan ticari mallar maliyeti	316.534.657	624.507.456	919.706.457	184.224.224	416.699.373
Satılan mamul maliyeti	27.828	429.116	143.677	165.344	592.829
Toplam	316.562.485	624.936.572	919.850.134	184.389.568	417.292.202

	31.12.2019 TL (Konsolide Olmayan)	31.12.2020 TL (Konsolide)	31.12.2021 TL (Konsolide)	31.03.2021 TL (Konsolide)	31.03.2022 TL (Konsolide)
Hasılat	390.612.883	748.710.093	1.081.557.080	218.548.545	503.281.175
Satışların maliyeti	-316.562.485	-624.936.572	-919.850.134	-184.389.568	-417.292.202
Brüt Kar/zarar	74.050.398	123.773.521	161.706.946	34.158.977	85.988.973
Brüt kar marjı %	19,0	16,5	15,0	15,6	17,1

149

05 Ağustos 2022

Genel Yönetim Giderleri

Genel yönetim giderleri, 2019 yılında 3,3 milyon TL, 2020 yılında 3,2 milyon TL (veya %2,6 oranında düşerek) ve 2021 yılında ise 11,3 milyon TL (veya 2020 yılına göre %252,6 oranında artarak) olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2021 tarihinde sona eren dönemde genel yönetim giderleri 1,8 milyon TL iken 31.03.2022 tarihinde sona eren dönemde, bir önceki döneme kıyasla %123,6 oranında artarak 4,0 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Şirket'in satışlarındaki büyüme ile karşılaştırıldığında ölçek ekonomisi etkisi ile genel yönetim giderlerinin hasıllata oranı 2019'da %0,8, 2020'de %0,4 ve 2021 yılında ise %1,0 olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2021 ve 31.03.2022 tarihlerinde sona eren dönemlerde bu giderlerin hasıllata oranı %0,8 ve %0,8 olarak kaydedilmiştir. 2021 yılındaki artış denetim ve danışmanlık giderleri, yönetimde söz sahibi kişilere verilen haklar, personel alımları ve ücret artışları, reklamı giderleri ve açılan mağazalar kaynaklı amortisman giderindeki artışlardan oluşmaktadır.

Pazarlama Giderleri

2019 yılında 14,0 milyon TL olan pazarlama giderleri, 2020 yılında %13,3 oranında artarak 15,8 milyon TL, 2021 yılında ise 2020 yılına göre %40,8 oranında artarak 22,3 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. 31.03.2021 tarihinde sona eren dönemde pazarlama giderleri 5,0 milyon TL iken 31.03.2022 tarihinde sona eren dönemde, bir önceki döneme kıyasla %79,8 oranında artarak 8,9 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Genel yönetim giderleri gibi, pazarlama giderleri de Şirket'in hasılat büyümesi dikkate alındığında görece düşük seviyede gerçekleşmeye devam etmiştir. Burada da en büyük etki, satışların artışında özellikle Apple markalı ürünlerin ağırlığının daha fazla olmasıdır. Bu ürünlerden kaynaklanan satışların artışı, hasılat artışına paralel olarak ek pazarlama ve satış giderleri karşılanmasını gerektirmemektedir. Diğer bir etken de ölçek ekonomisi katkısı ile büyüyen hasılat oranında giderlerin daha düşük seviyede kalmasıdır. Benzer sebeple özellikle Apple markalı ürünlerde gerçekleşen hasılat artışları bu ürünlere ilişkin operasyonlar ve çalışma şartları nedeniyle ek pazarlama ve satış maliyetleri gerektirmemektedir. Bu durum da 2020 yılındaki giderlerin 2019 ile paralel seviyede kalmasında etkili olmuştur. Pazarlama giderlerinin Şirket'in hasılatına oranı 2019'da %3,6 iken, 2020 yılında %2,1'e gerilemiştir. Bu oran 2021 yılında yine %2,1 olarak gerçekleşmiştir. Benzer şekilde bu durum Şirket'in faaliyet karı ve net kar seviyelerine olumlu bir şekilde yansımıştır. 31.03.2021 ve 31.03.2022 tarihlerinde sona eren dönemlerde pazarlama giderlerinin hasılatı oranı sırasıyla %2,3 ve %1,8 olarak gerçekleşmiştir.

Niteliklerine Göre Giderler

	31.12.2019 TL (Konsolide Olmayan)	31.12.2020 TL (Konsolide)	31.12.2021 TL (Konsolide)	31.03.2021 TL (Konsolide)	31.03.2022 TL (Konsolide)
Pazarlama giderleri	13.971.780	15.831.013	22.284.503	4.952.827	8.907.643
Genel yönetim giderleri	3.303.790	3.218.714	11.349.460	1.773.764	3.966.006
Toplam	17.275.570	19.049.727	33.633.963	6.726.591	12.873.649