

"CEYLAN"

Marka Değerleme Raporu

AC İstanbul Uluslararası Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.
Ortaklar Caddesi No:26/3
Mecidiyeköy-Istanbul

Tel (212) 213 06 50
Faks (212) 213 06 55
www.acdenetim.com

Rapor Tarihi : 03.Nisan.2009

İÇİNDEKİLER

Sayfa

1. GİRİŞ	3
1.1. KONU VE AMAÇ	3
1.2. AC DENETİM' IN BEYANLARI	3
1.2.1. Sermaye Piyasası Mevzuatı' na Uygunluk Beyanı	3
1.2.2. Uluslararası Değerleme Standartları' na Uygunluk Beyanı (Değerleme Belgesi)	4
1.3. GENEL VARSAYIMLAR VE SINIRLAYICI KOŞULLAR	4
1.4. DEĞERLEMEDE YARARLANILAN BİLGİ KAYNAKLARI	5
2. MARKANIN VE İLİŞKİLİ ŞİRKETLERİN TANITIMI	7
2.1. MARKA SAHİBİ: CEYLAN GIYİM SAN. VE TİC. A.Ş.	7
2.1.1. Marka Hakkında Bilgi	7
2.1.2. Marka Üzerindeki Takyidatlar	7
2.1.3. Ceylan Giym A.Ş. Hakkında Bilgi	8
2.2. MARKAYI KULLANAN ŞİRKET: TOB GIYİM SAN. VE TİC. A.Ş.	9
2.2.1. Marka Kullanım Hakkı Sözleşmesi	9
2.2.2. TOB Giym A.Ş. Hakkında Bilgi	9
3. EKONOMİK GÖRÜNÜM	11
3.1. DÜNYA VE TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ GELİŞMELER	11
3.2. ULUSAL EKONOMİK GÖRÜNÜM	12
3.2.1. Büyüme, Üretim ve İstihdam	13
3.2.2. İhracat ve İthalat	13
3.2.3. Faiz Oranları	15
3.2.4. Enflasyon	15
3.3. SEKTÖREL BAKIŞ - TEKSTİL VE HAZIR GIYİM SANAYİİ	15
3.3.1. Dünya Tekstil ve Hazır Giym Sanayii.....	16
3.3.2. Türk Tekstil ve Hazır Giym Sanayii.....	22
4. MARKA DEĞERLEMESİ	27
4.1. DEĞERLEME KAVRAMLARI	27
4.1.1. Değerlemenin Yürürlük Tarihi	27
4.1.2. Hak Sahipleri	27
4.1.3. Değerlemenin Amacı ve Kullanımı	27
4.1.4. Etkin Değerleme Tarihi	27
4.1.5. Pazar Değeri	27
4.1.6. Kullanılan Değerleme Yöntemleri	28
4.2. DEĞERLEMEDE DİKKATE ALINAN VERİLER	30
4.2.1. Uygulanan İskonto Oranı	30
4.2.2. Ceylan Markalı Ürünlerin Satış Projeksiyonları	31
4.3. İSİM HAKLARINDAN KURTULMA YÖNTEMİ	32
4.3.1. Tanım	32
4.3.2. İsim Hakkı Bedeli Oranı	32
4.3.3. İsim Haklarından Kurtulma Yöntemine Göre Marka Değeri	32
4.4. FİYAT PRİMİ YÖNTEMİ	33
4.4.1. Tanım	33
4.4.2. Fiyat Farkı	33
4.4.3. Fiyat Primi Yöntemine Göre Marka Değeri	36
4.5. NİHAİ MARKA DEĞERİ	36

1. GİRİŞ

1.1. KONU VE AMAÇ

AC İstanbul Uluslararası Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş. tarafından düzenlenen bu "Marka Değerleme Raporu" (Kısaca "Rapor"); Ceylan Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş. adına tescilli olan ve 13.Eylül.2005 tarihli Lisans Sözleşmesi ile TOB Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından kullanılmakta olan "Ceylan" isimli markanın (Kısaca, "Marka") 03.Nisan.2009 tarihi itibarıyle ("değerleme tarihi") **pazar değeri** hakkında görüş vermek amacıyla düzenlenmiştir.

Uluslararası Değerleme Standartları (UDES), "pazar değeri" ni şöyle tanımlamaktadır;

Pazar değeri, bir mülkün uygun bir pazarlanmanın ardından birbirinden bağımsız istekli bir alıcı ile istekli bir satıcı arasında herhangi bir zorlama olmaksızın ve tarafların herhangi bir ilişkiden etkilenmeyeceği şartlar altında, bilgili, basiretli ve iyi niyetli bir şekilde hareket ettikleri bir anlaşma çerçevesinde değerlendirme tarihinde el değiştirmesi gereken tahmini tutardır. (UDES 1, paragraf 3.1.)

"Ceylan" isimli markanın pazar değeri, Ceylan Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin (Kısaca, "Ceylan Giyim A.Ş.") talebi üzerine, finansal tablolar, pazar bilgileri ve destekleyici belgeler esas alınarak, Sermaye Piyasası Kurulu'nun Seri: VIII, No:45 "Sermaye Piyasasında Uluslararası Değerleme Standartları Hakkında Tebliğ" i ile zorunlu kılınan Uluslararası Değerleme Standartları (UDES)'e uygun olarak tahmin edilmiştir.

1.2. AC DENETİM' İN BEYANLARI

1.2.1. *Sermaye Piyasası Mevzuatı'na Uygunluk Beyanı*

AC İstanbul Uluslararası Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş. (Kısaca, "AC İstanbul") Sermaye Piyasası Kurulu' nun 17.07.2003 tarih ve 37/875 sayılı kararı uyarınca;

- a. Aynı bir Kurumsal Finansman Bölümüne sahip; değerlendirme çalışmaları sırasında kullanılması gereken prosedürlerin bulunduğu ;
- b. Müşteri kabulü, çalışmanın yürütülmesi, raporun hazırlanması ve imzalanması süreçlerinde kullanılacak kontrol çizelgeleri veya benzeri dökümanlara sahip olan;
- c. Değerleme çalışmalarının teknik altyapısını oluşturan her türlü bilgi bankası, iç genelge, geliştirilmiş know-how ve benzeri altyapısı bulunan;
- d. Değerleme çalışmalarında ihtiyaç duyulan bilgilerin elde edilmesi ile ilgili araştırma altyapısına sahip olan;
- e. Değerleme çalışmasını talep eden Şirket ile arasında değerlendirme hizmeti sözleşmesi bulunan ;

f. Değerleme çalışmasını talep eden Şirket ile doğrudan ve dolaylı olarak sermaye ve yönetim ilişkisi bulunmayan,
bağımsız denetim kuruluşu olduğunu,
değerlemesi yapılan markanın sahibi veya kullanıcısı şirketlerin denetimini üstlenmediğini, beyan eder.

1.2.2. Uluslararası Değerleme Standartları'na Uygunluk Beyanı (Değerleme Belgesi)

AC İstanbul, UDES 3 Paragraf 5.1.10 uyarınca, Uluslararası Değerleme Standartları (UDES) Davranış Kuralları'ının ahlaki ve mesleki gereklerine uygunluk çerçevesinde aşağıdaki hususları beyan eder:

- Bu Rapor' da sunulan bulgular değerlemeyi yapan AC İstanbul uzmanlarının sahip oldukları bilgilerle sınırlı olmak üzere doğrudur.
- Analizler ve sonuçlar yalnızca Rapor' da belirtilen varsayımlar ve koşullarla sınırlıdır.
- Değerleme uzmanlarının ve AC İstanbul' un değerlendirme konusunu oluşturan şirkete herhangi bir ilgisi yoktur.
- AC İstanbul' un bu değerlendirmeye ait Ücreti Rapor'un herhangi bir bölümüne veya değerlendimenin sonucuna bağlı değildir.
- Değerleme ahlaki kural ve performans standartlarına göre gerçekleştirılmıştır.
- AC İstanbul değerlendirme uzmanları, mesleki eğitim şartlarını haizdir.
- Değerleme uzmanlarının değerlendirme yapılan mülkün yeri (Türkiye) ve türü (marka) konusunda önceden deneyimi vardır.
- Değerleme uzmanları veya AC İstanbul değerlendirme konu mülkü kişisel olarak denetlememiştir.
- Raporda belirtilenlerin dışında hiç kimse bu Raporun hazırlanmasında mesleki bir yardımda bulunmamıştır.

1.3. GENEL VARSAYIMLAR VE SINIRLAYICI KOŞULLAR

Bu değerlendirme raporu aşağıda belirtilen genel varsayımlara ve sınırlayıcı koşullara tabidir:

1. Değerleme çalışmalarımız genel kabul görmüş denetleme ilke, esas ve standartlarına göre bir denetimi veya inceleme çalışmasını içermemektedir.
2. Aşağıda, Ceylan Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş. vekili tarafından sunulan bilgiler çerçevesinde Marka üzerindeki kısıtlara ilişkin açıklama yapılmıştır. (2.1.2) Bunun dışında, Marka'ının yasal durumu hakkında herhangi bir kısıt bulunmadığı kabul edilmiştir.

3. Üçüncü şahıslar tarafından sağlanan ve bu değerlemenin tümü ya da bir bölümune esas teşkil eden bilgilerin güvenilir olduğu varsayılmış ve Rapor' da belirtilenlerin dışında doğruluğu denetlenmemiştir.
4. Bu rapor sadece belirtilen amaç için hazırlanmış olup herhangi başka bir amaç için kullanılması uygun değildir.
5. AC İstanbul 'un veya bu Rapor' u imzalamış ya da Rapor' la ilgili diğer kişilerin, daha önceden bir anlaşma yapılmadığı sürece, bu Rapor' la ilgili olarak bir mahkeme veya herhangi bir dava takibinde ek danışmanlık vermeleri veya tanıklık yapmaları istenmez.
6. Çalışmamız marka değeri, projeksiyonların gerçekleştirilebilirlikleri veya bu projeksiyonlara temel teşkil eden varsayımların dayanağı hususlarında güvence vermeye yönelik değildir. Genellikle, olayların ve şartların umulduğu gibi gerçekleşmemesinden dolayı, projeksiyonlarda öngörülen sonuçlar ile fili sonuçlar arasında önemli farklılıklar oluşabilmektedir.
7. Piyasa şartlarındaki değişikliklerden dolayı herhangi bir sorumluluk kabul edilmemekte ve Rapor tarihinden sonra meydana gelen olay ve şartların etkilerini yansıtmak amacıyla Rapor' un revize edilmesi konusunda bir yükümlülük bulunmamaktadır.
8. Bu Rapor' daki aksi belirtilenler dışında, değer hesaplamalarına temel teşkil eden tüm lisans, kullanım hakkı, onay belgesi veya bir kamu ya da özel kurumdan alınan yasal ve idari izinlerin mevcut olduğu veya kolaylıkla elde edilebilir veya yenilenebilir olduğu öngörlülmüştür.
9. Aksi belirtildikçe Marka sahibi şirkət tarafından Marka değerini ilgilendiren tüm yasalara ve ilgili mevzuata tam uygunluk varsayılmaktadır.
10. Raporumuzun amaçlanan kapsamı dışında kullanılması yaniltıcı sonuçlar doğurabilir. Bu tür sonuçlardan AC İstanbul veya çalışanları sorumlu tutulamaz.
11. AC İstanbul' un yazılı onayı olmaksızın, bu Rapor herhangi bir şekilde tamamen veya kısmen yayınlanamaz, raporun veya raporda yer alan değerlendirme rakamlarının veya AC İstanbul ve değerlendirme uzmanlarının unvan ve adları ya da mesleki nitelikleri referans verilemez.

1.4. DEĞERLEMEDE YARARLANILAN BİLGİ KAYNAKLARI

Bu Rapor'un hazırlanması esnasında, çalışmalarımız aşağıda belirtilen hususları içerecek şekilde sürdürmüştür:

- a. Ceylan Giyim A.Ş.'nin yönetim merkezine yapılan ziyaret ve burada Yönetim Kurulu Başkanı A.Zeki Özdoğan, Genel Müdür Lale Karaoğlu, Muhasebe Müdürü Zühal Tıhsası ile yapılan görüşmeler,
- b. Marka'nın kullanıcısı TOB Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin (Kısaca, "TOB Giyim A.Ş."), Tekdüzen Hesap Planına göre hazırlanmış iş 31 Aralık 2006, 2007 ve 2008 tarihli yasal finansal tabloları ve dipnotlarının incelenmesi,

- c. TOB Giyim A.Ş. yönetiminden temin edilen Ceylan markasının kullanıldığı ürünler , bunların fiyatları, diğer satışını yaptığı ürünler de dikkate alarak Ceylan markalı ürünlerin toplam satışlar içindeki oranları, şirketin geçmiş faaliyetlerine ilişkin bilgiler ve diğer belgelerin incelenmesi,
- d. Dünya ve Türkiye Ekonomisi ile Tekstil ve Hazır Giyim sektörüne ilişkin çeşitli kaynaklardan elde edilen bilgilerin incelenmesi.

2. MARKANIN VE İLİŞKİLİ ŞİRKETLERİN TANITIMI

2.1. MARKA SAHİBİ: CEYLAN GIYİM SAN. VE TİC. A.Ş.

2.1.1. *Marka Hakkında Bilgi*

Rapor'a konu markanın ismi "CEYLAN" dır. Bu markaya ilişkin halen geçerliliği olan 4 adet tescil belgesi bulunmaktadır. (EK: ¹)

1. "Ceylan" markası bu isimle , T.C. Türk Patent Enstitüsü tarafından düzenlenen marka tescil belgesine göre ilk defa 05.Mayıs.1998 tarihinde, daha sonra da 05.Mayıs.2008 tarihinden itibaren on yıl süre ile Markaların Korunması Hakkında 556 Sayılı Kanun Hükümünde Kararname'ye göre tescil edilmiştir. Marka sahibi, Ceylan Giyim San. ve Tic. A.Ş.'dir. Marka 10, 24, 25 ve 28 sayılı emtialar için tescillenmiştir.
2. Ayrıca, aynı marka "mağaza ve mağazalar zincirlerinin kurulması..." Açısından 35 numaralı emtia konusu olarak, ilk kez 09.Eylül.1997 tarihinde tescil edilmiş ,09.Eylül.2007 tarihinden itibaren on yıl süre ile yenilenmiştir.
3. Bunun dışında aynı marka bu kez şirketin ünvanı ile birlikte, 02.Kasım.2000 tarihinden itibaren on yıl süre ile tescillendirilmiştir. Tescil konu emtialar 24, 25'nci grplarda yer alan ürünlerdir.
4. Ceylan markasının bir ibaresi, 28Şubat.2006 tarihinden itibaren on yıl süre ile tescil edilmiştir. Tescil konu emtialar 24, 25'nci grplarda yer alan ürünlerdir.

Bu dört adet tescil belgesine göre marka sahibi Ceylan Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.'dir.

2.1.2. *Marka Üzerindeki Takyidatlar*

Ceylan Giyim A.Ş. 'nın vekili avukat Belgin Saka'dan alınan 19.Mart.2009 tarihli yazı ile "CEYLAN" markası üzerinde 2 adet haciz bulunduğu beyan edilmektedir. Bu açıklamaya göre Marka üzerinde:

- İstanbul 7. İcra Müdürlüğü'nün 2008/25359 E sayılı dosyası ile Halk Bankası tarafından 6.509.293 TL'lik,
- İstanbul 1. İcra Müdürlüğü'nün 2008/25609 E sayılı dosyası ile İnci Düğme Tekstil San. A.Ş. tarafından 68.584 TL'lik,

olmak üzere toplam **6.577.877 TL'lik haciz** mevcuttur. (EK: ²)

2.1.3. Ceylan Giyim A.Ş. Hakkında Bilgi

Ceylan Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş. 1976 yılında kurulmuş olup, şirketin faaliyet konusu bebek ve çocuk giyim, pamuklu örme dış giyim eşyası imalatı ve satışıdır. Halka açık olan şirketin hisselerinin % 20'si İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem görmektedir.

Şirketin kanuni iş merkezi ve fabrika adresi Eski Hadımköy yolu 1.cadde, 1.sokak No:32 Büyükçekmece-İstanbul'dur. 31.12.2008 tarihi itibarıyle şirketin çalışan sayısı 7 kişidir. (31 Aralık 2007: 80 kişi) Rapor tarihi itibarıyle çalışan sayısı 2 kişidir.

Şirketin sermayesi 6.830.000 TL'dir. Bu sermayenin ortaklar arasındaki dağılımı şöyledir:

	Pay Tutarı	Pay Oranı
Osman ÖZDOĞAN	1.311.360	%19,20
A.Zeki ÖZDOĞAN	1.311.360	%19,20
Ü.M. Ceylan ATUK	1.311.360	%19,20
Gönül ÖZDOĞAN	710.320	%10,40
Topkapı Boya Örme ve San. A.Ş.	819.600	%12,00
Halka Arz	1.366.000	%20,00
Toplam Ödenmiş Sermaye	6.830.000	%100,00

Ceylan Giyim A.Ş. esasen bir satış şirketi olup, imalatçılara fason üretim yapträgtarak yurtçi ve yurtdışına satış faaliyetlerini sürdürmekte iken, faaliyetlerinin tamamını durdurmuş bulunmaktadır. 31.12.2008 tarihli bağımsız denetim raporunda da yer alan bilgilere göre, şirketin finansman sıkıntısı çekerek kredi borçlarını ödeyememesi, bu nedenle kredilerinin kat edilerek müaccel hale gelmesi, ödeme emirlerinin gönderilmesi, ipoteklerin nakte çevrilmesi yoluyla takıbatların başlatılması, şirket ortağının hisselerinin ve şirket'e ait "Ceylan" markasının haczedilmesi, Kasım/2008'den beri şirketin üretiminin olmaması, personellerin işten ayrılması veya işlerine son verilmesi, şirketin ticari borçlarını ödeme gücüği içerisinde bulunması, yeni sipariş alınamaması ve faaliyet döneminin önemli ölçüde zararla kapatılması ve faaliyetlerinin devamında ciddi risklerin oluşması nedenleriyle işletmenin sürekliliğinin söz konusu olmadığına karar verilmiş bulunmaktadır.

İMKB Yönetim Kurulu'nun kararları ile şirketin hisse senetleri ulusal pazardan çıkarılarak önce kot dışı pazarda, daha sonra da 16.02.2009 tarihinden itibaren Gözaltı Pazarı'nda işlem görmeye başlamıştır.

Şirketin bazı finansal verileri şöyledir. (TL)

	2008	2007
Özkaynaklar	1.903.617 (*)	8.299.234
Satışlar	31.127.804	59.051.262
Net Kar/(Zarar)	(16.423.319)	664.553

(*) Şirketin gayrimenkul ekspertiz değerleri ilave edilerek bulunan tutardır.

2.2. MARKAYI KULLANAN ŞİRKET: TOB GİYİM SAN. VE TİC. A.Ş.

2.2.1. *Marka Kullanım Hakkı Sözleşmesi*

Ceylan Giyim A.Ş., TOB Giyim A.Ş. ile akdettiği 13.Eylül.2005 tarihli "Tescilli "Ceylan" Markasının Kullandırılması Hakkında Lisans Sözleşmesi" uyarınca, Ceylan markasının kullanım hakkını 01.Eylül.2005 tarihinden geçerli olmak üzere, 5 yıl süre ile TOB Giyim A.Ş. 'ye devretmiştir. (EK: ³)

Sözleşmeye göre, Marka yurticinde her iki firma tarafından yurtdışında ise Ceylan Giyim A.Ş. tarafından kullanılabilecekse de ,Ceylan Giyim A.Ş. bu hakkını kullanmamış, Marka sözleşme uyarınca yalnızca TOB Giyim A.Ş. tarafından kullanılmıştır. (EK: ⁴)

Marka kullanma karşılığı olarak TOB Giyim A.Ş., aylık cirosunun toplamı üzerinden, yanı toptan ve perakende cironun üzerinden (KDV) hariç birinci yıl için % 1'i, müteakip yıllar içinse % 2'yi karşılayacak miktar Ceylan Giyim'e ödeyecektir. (Md.3)

2.2.2. *TOB Giyim A.Ş. Hakkında Bilgi*

TOB Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş. 1999 yılında, Zen Tekstil Paz. San. Ve Tic. Ltd. Şti. ünvanı ile kurulmuştur. Aynı yıl unvan değişikliği yapmış ve 2000 yılında Ceylan Bebe ve Çocuk Eşyasi Dağıtım Limited Şirketi ünvanı ile faaliyet gösterirken nevi değişikliğine giderek A.Ş. olmuştur. 2005 yılında yapılan değişiklikle "TOB Giyim San. ve Tic. A.Ş. ünvanını almıştır.

Ana faaliyeti, 0-16 yaş bebek ve çocuk hazır giyim eşyasıdır. TOB Giyim A.Ş. koleksiyonlarını kendi bünyesinde tasarlama, renk, kumaş, desen, işlev vb. bakımından birbirini tamamlayan modellerini fason ürettirerek kendi şubelerinde ve bayili mağazalarında satmaktadır.

Şirket Eski Hadımköy Yolu 1, Cad. 1.Sok. No. 32 Büyükçekceme ,İstanbul adresinde faaliyet gösteren şirketin 161 çalışanı bulunmaktadır.

Şirket ortaklarının isimleri şöyledir: Hasan Doğan Barış (Şirket sermayesindeki payı % 96'dır.), Şafak Barış, Aslı Barış, Naci Tosunatçı, Şeref Duran,

TOB Giyim "Ceylan" markalı ürünlerin tasarım, üretim ve satışını 2000 yılından itibaren yürütmüştür, 2005 yılında unvan değişikliği ile birlikte markayı kullanma hakkını yukarıda bahsi geçen sözleşme ile sürdürmüştür.

TOB Giyim A.Ş.'nin iller bazında alışveriş merkezleri (AVM) ve cadde üstü mağazalar olarak toplam 36 adet çocuk hazır giyim perakendeciliği yaptığı satış noktası bulunmaktadır. Bunların dağılımı şöyledir:

İl	AVM	Cadde	Toplam
Adana		1	1
Ankara	4		4
Antalya	2	1	3
Aydın	2	2	4
Balıkesir	1		1
Bursa	2		2
Çanakkale		1	1
Denizli	1	1	2
Diyarbakır	1		1
Elazığ	1		1
Eskişehir	1		1
Gaziantep	1		1
Hatay		1	1
İçel	1		1
İstanbul	2	3	5
Kayseri	1		1
Kocaeli	1	1	2
Konya	1		1
Rize		1	1
Samsun	1		1
Tekirdağ	1		1
Toplam	24	12	36

3. EKONOMİK GÖRÜNÜM

3.1. DÜNYA VE TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ GELİŞMELER¹

2008 sonu itibarıyle bakıldığından, açıklanan veriler, global ekonominin tahmin edilenden daha derin ve uzun süreli bir durgunluk dönemine girebileceğine işaret etmektedir. Dünya genelinde sıkı kredi koşulları devam ederken sınai üretim ve istihdamda önemli düşüşler yaşanmakta, tüketim ve yatırım harcamaları daralmaktadır. Bu durum global talebin ciddi bir şekilde yavaşladığını göstermektedir. IMF de Ocak ayında global büyümeye ilişkin tahminlerini aşağı yönlü revize etmiştir. IMF dünya ekonomisinin 2009'da %0,5 büyüyeceğini tahmin etmektedir. Bu, II. Dünya Savaşı'ndan bu yana kaydedilen en düşük büyümeye oranı olacaktır.

Merkez bankaları ile hükümetlerin finansal sisteme yönelik aldığı önlemlere rağmen finans kurumlarındaki zararların devam etmesi ve kredi koşullarında iyileşme gözlenmemesi, öncelikli olarak finansal sisteme istikrar kazandırılması ve finansal kuruluşların bilançolarındaki sorunların giderilerek kredi akışının sağlanması gerektiğini göstermektedir. Son dönemde ekonому desteklemek amacıyla vergi indirimlerini ve kamu harcamalarını artırıcı önlemleri içeren mali teşvik paketleri yaygınlaşmakta ve önemli tutarlara ulaşmaktadır. Ancak, bu paketlerin orta vadede bütçe dengesi üzerindeki muhtemel olumsuz etkileri endişe yaratmaktadır.

Gelişmiş ekonomilerde ortaya çıkan finansal krizin gelişmekte olan ülke ekonomileri üzerindeki etkisi de belirginleşmektedir. Nitekim, gelişmekte olan ülkelere yönelik sermaye akımlarına ilişkin endişeler son dönemlerde artmıştır. Institute of International Finance, gelişmekte olan ülkelere yönelik sermaye akımlarına ilişkin tahminini 2009 yılı için \$562 milyardan \$165 milyara revize etmiştir. Bu durum, yurtdışından kaynak temin etmesi gereken ülkeler açısından borçlanma koşullarının önumüzdeki dönemde daha da zorlaştabileceğine işaret etmektedir.

Global kriz, finansal piyasaların ardından uluslararası ticaret vasıtıyla da etkisini göstermektedir. Nitekim, Dünya Bankası ve IMF global dış ticaret hacminin 2009'da daralacağını tahmin etmektedir. Son dönemde, global talepteki daralmanın dış ticaret üzerindeki etkisi belirginleşmeye başlamış, birçok ülkenin ihracatındaki düşüş çift haneli rakamlara ulaşmıştır. Başta Asya ülkeleri olmak üzere gelişmekte olan ülkelerin ihracatındaki gerileme, global büyümeye açısından olumsuz bir görüntüme işaret etmektedir.

Krizin etkisiyle dünya genelinde ekonomik durgunluk yaşanması ve istihdamı daralması, önumüzdeki dönemde gümrük tarifelerinin artırılması ve ithal ürünlerde sınırlama getirilmesi gibi korumacılık eğilimlerini de artırabilecektir. Nitekim, Hindistan, Rusya ve Endonezya gibi bazı

¹ Kaynak: T. İş Bankası Aylık Rapor (Şubat 2009)

Ülkelerin bu yönde adımları dikkat çekmektedir. Söz konusu durum global ekonomik durgunluğun önmüzdeki dönemde daha da derinleşmesine neden olabilecektir.

Türkiye ekonomisi de diğer gelişmekte olan ülkeler gibi global ekonomideki gelişmelerden olumsuz yönde etkilenmektedir. Küresel durgunluğun dış talep üzerindeki yansımalar belirginleşmiş ve ihracat son aylarda azalmıştır. Dış talebin yanısıra iç talebin de yavaşlaması sınai üretimde önemli düşüşlere yol açmıştır. Öte yandan, enerji fiyatlarındaki gerilemenin de etkisiyle cari işlemler açığı daralmaktadır. Ancak, Türkiye'nin tasarruf açığı ve yurtdışı finansman ihtiyacı dikkate alındığında, global sermaye akımlarına ilişkin gelişmeler halen önemini korumaktadır. Bu açıdan IMF ile ilişkilerin seyri ve imzalanması beklenen stand-by düzenlemesinin aynen ilanın önem taşımaktadır.

3.2. ULUSAL EKONOMİK GÖRÜNÜM

Türk ekonomisine ilişkin ekonomik göstergeler aşağıda tablo olarak sunulmaktadır.

EKONOMİK GÖSTERGELER TABLOSU

BÜYÜME	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008/Ç1	2008/Ç2	2008/Ç3
GSYH (milyon \$)	230.494	304.901	390.387	481.497	526.429	658.786			
Büyüme Oranı (%)	6,2	5,3	9,4	8,4	6,9	4,6	6,7	2,3	0,5
ENFLASYON (%)	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Kas. 08	Ara. 08	
ÜFE (yıllık)	30,84	13,94	15,34	2,66	11,58	5,94	12,25	8,11	
TÜFE (yıllık)	29,75	18,36	9,35	7,72	9,65	8,39	10,76	10,06	
DÖVİZ KURLARI	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Kas. 08	Ara. 08	Oca. 09
TÜFE Bazlı Reel Kur Endeksi	125,4	140,6	143,2	171,4	160,1	190,3	169,4	166,8	
\$/TL	1,6345	1,3958	1,3421	1,3430	1,4131	1,1647	1,5655	1,5123	1,6107
Euro/TL	1,7035	1,7451	1,8268	1,5904	1,8586	1,7102	2,0215	2,1408	2,1084
Euro/\$	1,0496	1,2586	1,3558	1,1840	1,3196	1,4589	1,2695	1,3978	1,2780
ÖDEMELER									
DENGESİ (milyon \$)	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Kas. 08		
Toplam Mal İhracatı	40.719	52.394	68.535	78.365	93.611	115.364	132.364		
Toplam Mal İthalatı	47.109	65.883	91.271	111.353	134.552	162.025	182.749		
Dış Ticaret Dengesi	-6.390	-13.489	-22.736	-32.988	-40.941	-46.661	-50.385		
Cari İşlemler Dengesi	-626	-7.515	-14.431	-22.137	-31.893	-38.288	-38.861		
MERKEZİ YÖNETİM									
TOPLAM BORÇ STOKU (milyar \$)	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Kas. 08	Ara. 08	
İç Borç Stoku	91,7	139,3	167,3	182,4	178,9	219,2	175,3	181,7	
Dış Borç Stoku	56,8	63,3	68,5	64,7	66,6	67,1	67,7	69,6	
Toplam	148,5	202,6	235,8	247,1	245,5	286,3	243,0	251,4	

3.2.1. Büyüme, Üretim ve İstihdam

Aralık (2008) ayında sanayi üretimi bir önceki yılın aynı ayına göre %17,6 ile piyasa beklentilerinin üzerinde bir düşüş kaydetmiştir. Aralık ayında imalat sanayiinde gıda ve diğer ulaşım araçları dışındaki tüm sektörlerde üretim daralmıştır. Bu dönemde, radyo, TV, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı (-%57,3), otomotiv (-%52,2), kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı (-%38), metal ürünleri imalatı (%32,3), ana metal sanayii (-%26,6) ve tekstil ürünleri imalatı (-%23,7) üretimin en çok gerilediği sektörler olmuştur.

Böylece, Ağustos 2008'den itibaren daralan sanayi üretimi, 2008 yılında yıllık ortalama bazda %0,9 oranında gerilemiştir. Çeyreklik bazda ise, sanayi üretimi Üçüncü çeyrekteki %1,4'lük gerilemenin ardından dördüncü çeyrekte de %12,5 oranında daralmıştır.

Dördüncü çeyrekler itibarıyla, son yıllarda GSYH içinde sanayi üretiminin ortalama bazda %20'lük bir paya sahip olduğu görülmektedir. Bu çerçevede, sanayi üretim verileri dikkate alındığında, hizmetler ve inşaat sektörlerindeki daralmaya birlikte yılın son çeyreğinde ekonominin %5 civarında küçüldüğü görülmektedir.

Hanehalkı İşgücü Anketi'ne göre Kasım ayında işsizlik oranı bir önceki yılın aynı ayına göre 2,2 puan artarak %12,3 düzeyinde gerçekleşmiştir. Bir önceki yıla göre istihdamın 448 bin yükselmesine rağmen işgücünün 1,1 milyon artması işsizlik oranının artmasında etkili olmuştur. Tarım dışı işsizlik oranı da 2,8 puan artarak %15,4 olarak gerçekleşmiştir.

3.2.2. İhracat ve İthalat

Ocak ayında geçen yılın aynı dönemine göre ihracat %25,7, ithalat %43,3 azalmış, dış ticaret açığı ise %75,9 daralarak \$1,4 milyar düzeyinde gerçekleşmiştir. Bu dönemde, ihracatın ithalatı karşılama oranı Ocak 2008'deki %65 düzeyinden %85,1'e yükselmiştir.

Ocak ayı ihracat verileri incelendiğinde, basım yayım ve tütün ürünleri dışındaki tüm imalat sanayii sektörlerinde ihracatın gerilediği görülmektedir. Bu dönemde, kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri %70, motorlu kara taşıtları %60 ve radyo televizyon ve haberleşme %42 ile ihracatın en çok düşüş kaydettiği sektörler olmuştur. Ocak ayında geçen yılın aynı dönemi ile kıyaslandığında Türkiye'nin ihracatı içerisinde AB ülkelerinin payı %51,4'ten %43,1'e gerilerken, Yakın ve Orta Doğu, Afrika ve diğer Avrupa ülkelerinin payının arttığı dikkat çekmektedir.

Ocak ayında yıllık bazda ithalattaki daralma eğiliminin daha da derinleştiği dikkat çekmektedir. Ocak ayında yatırım ve aramalı ithalatı sırasıyla %45 ve %44 düşüş kaydederken, tüketim mali ithalatı %32 daralmıştır. İthalattaki daralma, iç talepteki yavaşlamayı teyit etmektedir.

Cari açık, Aralık ayında beklentilerin üzerinde ve \$3 milyar düzeyinde gerçekleşmiştir. Cari açığın, tutar olarak beklentilerin üzerinde gerçekleşmesine rağmen bir önceki

yılın aynı ayı ile karşılaştırıldığında %42,5 oranında gerilediği görülmektedir. Yıllık bazda ise, cari açık 2008 yılının tamamında bir önceki yıla göre %8,4 artarak \$41,4 milyara ulaşmıştır.

Aylar itibarıyla 12 aylık kümülatif cari açık rakamları 2008 yılı genelinde incelendiğinde, cari açığın Ağustos 2008'de \$48,9 milyar ile en yüksek seviyeye ulaştığı, izleyen aylarda ise gerileme eğilimine girdiği görülmektedir. Cari açığın daralma eğilimine girmesinde, iç ve dış talepteki yavaşlamaya bağlı olarak dış ticaret açığındaki daralma etkili olmuştur. Net turizm gelirlerindeki artışın etkisiyle hizmetler sektörünün olumlu performansı da cari işlemler açığını sınırlandırmıştır.

2008 yılında Türkiye'ye giren toplam yabancı sermaye miktarı \$36,5 milyar ile bir önceki yıla oldukça yakın bir düzeyde gerçekleşmiştir. Net doğrudan yatırımlar \$15,1 milyar ile bir önceki yılın (\$19,9 milyar) altında kalmıştır. Portföy yatırımlarında ise, özellikle yurtdışı yerleşiklerin Devlet İç Borçlanma Senetleri portföyündeki azalma paralelinde \$4,8 milyar tutarında net çıkış gerçekleşmiştir.

Cari açığın finansmanının 2001 dönemine kıyasla nispeten daha sağlıklı bir görünüm sergilediği düşünülmekle birlikte, reel sektör firmalarının yüksek dış borçları nedeniyle kur riskiyle karşı karşıya olmaları, global ekonomik durgunluk paralelinde yurtdışı borçlanma koşullarının bozulması ile net hata ve noksan kaleminde 2008 yılında gerçekleşen kaynağı belirlenemeyen önemli seviyedeki sermaye girişinin 2009'da devam etmemesi olasılığı; önümüzdeki dönemde cari açığın finansman kalitesine yönelik endişeleri artırmaktadır.

Aralık ayında, faiz dışı harcamalar oldukça yüksek bir artış kaydetmiştir. Bu artış, yaklaşan yerel seçimler öncesinde özellikle cari transferler ile sermaye giderlerindeki yükselişten kaynaklanmıştır. Bu durum kamu harcamalarının büyümeye olumlu katkısının yılın son çeyreğinde de süregünü göstermektedir. 2008 yılında yatırım giderlerinin yılın ikinci yarısından itibaren önemli oranda artırılmasına bağlı olarak sermaye giderleri başlangıç ödeneğinin %57 üzerinde gerçekleşmiştir.

Aralık ayı bütçe gelirleri incelendiğinde ise, en önemli gelir kalemi olan vergi gelirlerindeki azalmanın yılın son ayında da devam ettiği görülmektedir. Nitekim, talep koşullarındaki bozulmaya bağlı olarak bir önceki yılın aynı ayına göre İthalde Alınan Katma Değer Vergisi %14,8, Özel Tüketim Vergisi %6,8 gerilemiştir. Bu durum, yılın son çeyreğinde tüketim harcamalarında belirgin bir daralmanın olduğuna işaret etmektedir.

Türkiye'nin dış finansman ihtiyacının yanısıra global risk algılamasının da yüksek seyredeceği dikkate alındığında, önümüzdeki dönemde bütçe performansı açısından IMF ile yapılan görüşmeler büyük önem arz etmektedir. Global ekonomideki yavaşlamadan etkilerinin giderek daha yoğun bir şekilde hissedilmesi nedeniyle, önümüzdeki dönemde Türkiye'de reel sektörün desteklenmesi gerekli görülmekte ve bu çerçevede, IMF ile imzalanacak bir stand-by düzenlemesinde reel sektörde yönelik önlemlerin öne çıkması beklenmektedir.

3.2.3. Faiz Oranları

TCMB Para Politikası Kurulu, 19 Şubat'taki toplantısında kısa vadeli borçlanma ve borç verme faiz oranlarını 150 baz puan düşürerek sırasıyla %11,50 ve %14'e indirmiştir. Kurul, son dönemde açıklanan verilerin iktisadi faaliyetteki yavaşlamadanın süregünü işaret ettiğini vurgulamış, uluslararası kredi piyasalarındaki ve küresel ekonomideki sorunların devam ettiğini belirtmiştir. Bu çerçevede, iktisadi faaliyetteki toparlanmanın zaman alacağını ve enflasyon üzerindeki aşağı yönlü baskınların süreceğini ifade etmiştir. Petrol ve diğer emtia fiyatlarındaki birikimli düşüşlerin enflasyonu olumlu etkileyeceğini belirten Kurul, önümüzdeki dönemde enflasyondaki düşüşün hızlanacağını ve yılsonu hedefine öngörülenden daha önce ulaşılacağını tahmin etmektedir.

3.2.4. Enflasyon

Merkez Bankası Ocak ayında yayımladığı Enflasyon Raporu'nda enerji fiyatlarındaki düşüş ve toplam talebin zayıf seyri nedeniyle orta vadeli enflasyon tahminlerinde aşağı yönlü revizyon yapmıştır. Ayrıca, son dönemde gerçekleşen faiz indirimlerine rağmen yılsonunda enflasyonun hedefin altında kalma olasılığının arttığını belirtmiştir. Yılın ilk aylarında faiz indirimlerinin yavaşlayarak süregü varsayımlı altında güncellenen tahminlere göre Merkez Bankası, enflasyonun, %70 olasılıkla, 2009 yılı sonunda %5,4 ile %8,2 arasında (orta noktası %6,8), 2010 yıl sonunda %4 ile %7,6 arasında (orta noktası %5,8), 2011 yılı sonunda ise %5,2 düzeyinde gerçekleşeceğini tahmin etmektedir.

3.3. SEKTÖREL BAKIŞ - TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SANAYİ²

Tekstil ve hazır giyim sanayii, ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi dalıdır. Gelişmiş ülkelerin 18. yüzyılda gerçekleştirdikleri sanayileşme sürecinde önemli katkısı olan tekstil ve hazır giyim sanayii, günümüzde de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarında benzer bir rol oynamaktadır.

Türkiye ekonomisi ve sanayisi içinde önemli bir yere sahip olan bu sektörün değişen dünya rekabet şartlarına uyum sağlaması gerekmektedir. 2008 yılına kadar korunma önlemi kapsamında büyük üretim ve ihracat potansiyeline sahip olan Çin'e karşı uygulanacak kotaların tamamen kalkması sonrasında bu sektörlerde dış ticaret genel Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kuralları kapsamında yürütülecektir. Bu tarihten sonra özellikle Türkiye'nin en büyük pazarı olan Avrupa Birliği (AB)'nin Çin'e uyguladığı halde Türkiye'ye kota uygulamaması nedeniyle bu pazarda sahip olduğu göreceli avantajı ortadan kalkacaktır.

Tekstil ve hazır giyim dış ticareti diğer imalat sanayii sektörlerinden farklı olarak kısıtlamalara ve özel kurallara tabi olarak yürütülmüştür. 1950'li yıllarda başlayan tekstil ve hazır giyim ticaretinde miktar kısıtlamaları günümüzde azalarak da olsa sürdürilmektedir. 2008'e kadar süremesi planlanan geçiş döneminin ardından bu kısıtlamaların kaldırılması ve tekstil ve hazır giyim

² Kaynak: DPT, Öngüt Ç. Emrah, "Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayinin Değişen Dünya Rekabet Şartlarına Uyumu" Uzmanlık Tezi, Ocak 2007

ticaretinin Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'nün genel kurallarına tabi olarak sürdürülmesi öngörülmektedir.

Günümüzde tekstil ve hazır giyim sektörü Türkiye imalat sanayii içinde önemli bir yere sahiptir. İmalat sanayii içinde istihdamda, üretimde ve ihracatta birinci sıradadır. Tekstil ve hazır giyim sanayiinin üretim ve ihracat içinde payı azalsa da göreceli olarak önemini sürdürmektedir. Türkiye ekonomisi içinde tek sektörün bu ölçüde büyük paya sahip olması bu sektördeki gelişmelerin tüm ekonomiye etki etmesine neden olacaktır.

Türkiye'de bu sektörün geneli günümüzde olgunluk dönemine girmiştir. Geçmişte sektör gelişmiş ülkelerde olgunluk dönemine girerken, üretim Türkiye'ye kaymaya başlamış ve sektör Türkiye'de gelişme dönemini yaşamıştır. Ancak günümüzde daha düşük işgücü maliyetine sahip ülkelerin üretimde küreselleşmeyle birlikte dünya ticaretinden daha çok pay almaya başlaması Türkiye'de sektörün olgunluk dönemine girmesine neden olmaktadır.

3.3.1. *Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Sanayii*

Tekstil ve hazır giyim sanayii, ürünlerinin temel bir tüketim malı olması, nispeten düşük sermaye ihtiyacı, sağladığı istihdam imkanı, üretim sürecinde yaratılan katma değer ve ihracat imkanları nedeniyle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayidir.

Tekstil ve hazır giyim sanayii, sanayileşme sürecinin ilk başladığı sektörlerden birisidir. 19. yüzyılın ilk yarısında İngiltere, 20. yüzyılın başlarında Japonya, 1950'lerde Tayvan ve Güney Kore sanayileşme süreçlerinin başlarında bu sanayiyi geliştirerek sermaye birikimi sağlamış, ihracat ve üretim tecrübesi edinmişlerdir. Bu yolla edinilen sermaye, bilgi birikimi ve tecrübe sermaye ve bilgi yoğun diğer sektörlerin gelişmesinde katkı sağlamıştır. Günümüzde de tekstil ve hazır giyim sanayii sermaye sıkıntısı yaşayan, ucuz işgücüne sahip gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalannda benzer bir rol oynamaktadır.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde tarife ve tarife dışı engellerle en çok korunan sanayi sektörü tekstil ve hazır giyim sanayiidir. Diğer sektörlerle kıyaslandığında düşük bir sermaye yatırımı ile yüksek oranlı bir istihdam sağlayabilmesi, gelişmekte olan ülkelerin bu sektörde gelişmeyi hızlandırmak için doğrudan veya dolaylı teşvikler vermesine, dışandan gelen rekabete karşı korumacı politikalar uygulamalarına neden olmaktadır. Benzer şekilde, gelişmiş ülkeler de sektörün sağlamış olduğu istihdamı en azından koruyabilmek amacıyla kendi iç pazarlarını yabancı rakiplerine karşı korumakta, sektörde yeni teknolojilerin ve üretim yöntemlerinin kullanılmasını özendirici politikalar uygulamaktadır. Bu nedenle, tekstil ve hazır giyim sanayii dünyada rekabetin en fazla yaşandığı sektörlerden birisidir.

3.3.1.1. İmalat Sanayii İçinde Tekstil ve Hazır Giyim Sanayileri

Oretim ağırlıkları itibariyle imalat sanayii içinde tekstil ve hazır giyim sektörleri gelişmekte olan ülkelerde çok daha fazla paya sahiptir. Tekstil ve hazır giyim sanayii, bölgeler arasında Asya'da en büyük paya sahiptir.

Tablo: Bölgelerin İmalat Sanayi Katma Değeri İçinde Tekstil ve Hazır Giyim Sanayilerinin Payları (%)

	Tekstil Sanayii	Hazır Giyim Sanayii	Tekstil ve H. Giyim San. Toplamı
Gelişmiş Bölgeler	2,1	2,8	4,9
Gelişmekte Olan Bölgeler	6,5	4,9	11,4
K.Amerika	2,0	2,6	4,5
Orta ve G.Amerika	4,1	4,2	8,3
Asya (İsrail ve Japonya Hariç)	7,7	5,1	12,7
Avrupa	2,9	3,2	6,1
Okyanusya	2,7	3,2	5,9
Dünya	2,9	3,3	6,2

Bangladeş, Hindistan, Pakistan, Portekiz, Tunus ve Türkiye'de imalat sanayi katma değeri içinde tekstil ve hazır giyim sanayii yüksek paya sahiptir. En büyük tekstil ve hazır giyim üreticisi olan Çin'de katma değer içinde tekstil ve hazır giyim sanayiinin payı, diğer sanayilerdeki daha hızlı gelişmeye bağlı olarak azalma eğilimindedir.

Tekstil ve hazır giyim sanayiinde istihdam, ağırlıklı olarak gelişmekte olan ülkelerde toplanmaktadır. Bu sanayi gelişmiş ülkelerde de halen önemli bir istihdam kaynağı olmakla beraber imalat sanayii içinde payı nispeten daha düşüktür. Ayrıca, gelişmiş ülkelerde istihdamda hizmet sektörlerinin payı önemli oranda artmaktadır.

Dünya tekstil ve hazır giyim istihdamsı azalma eğilimindedir. 1990 yılında 19,7 milyon tekstil, 14,5 milyon hazır giyim istihdamsı varken, 1995 yılında 16,8 milyon kişi tekstilde, 13,1 milyon kişi hazır giyimde, 2000 yılında ise 13,5 milyon kişi tekstilde, 13 milyon kişi de hazır giyim sektöründe istihdam edildiği tahmin edilmektedir. İstihdamdaki azalma büyük oranda verimlilik artışından kaynaklanmaktadır. Örneğin Rusya ve Çin'de pek çok verimsiz kamu işletmesi ya kapatılmış ya da küçülmüşlerdir.

Tablo: Ülkelerin İmalat Sanayii Katma Değeri İçinde Tekstil ve Hazır Giyim Sanayilerinin Payları (%)

Ülkeler	1980	1990	1995	2002
Bangladeş	43	38	44	-
Çin	18	15	12	12
Hindistan	21	15	11	27
Endonezya	14	15	19	17
Pakistan	22	28	-	2
Japonya	7	5	4	0

G. Kore	19	12	10	20
Belçika	8	7	7	15
Almanya	-	-	-	2
İtalya	12	13	14	13
Portekiz	22	21	19	23
İspanya	12	8	7	22
İngiltere	6	5	5	11
Fransa	8	6	5	12
Romanya	-	18	-	-
Türkiye	15	15	17	23
Polonya	17	9	11	19
Tunus	19	20	33	11
Fas	20	17	18	18
Meksika	-	5	4	4
ABD	6	5	5	8
Brezilya	-	12	7	-

Gelişmiş ülkelerde tekstil ve hazır giyim sanayii istihdamı daha büyük oranda azalmaktadır. Gelişmiş ülkelerde, 1970 yılında, bu sektör on milyonun üzerinde istihdam sağlayarak imalat sanayii alt sektörleri içinde en büyük paya sahip iken 2001 yılında istihdam dört milyona inmiştir. Tüm imalat sanayi sektörleri içinde en yüksek oranlı istihdam azalması bu sektörde yaşanmıştır. Bu azalmada hem verimlilik artışı hem de düşük işgücü maliyetine sahip ülkelerden kaynaklanan rekabet etkili olmaktadır. İstihdam ile ilgili bir önemli husus da tekstil ve hazır giyimde çalışanların genel olarak daha vasıfsız olması, özellikle hazır giyim sanayiinde kadın işgücü istihdamının yoğun olmasıdır.

3.3.1.2. Dış Ticaret

Tekstil ve hazır giyim sanayii ihracatı dünya imalat sanayii ihracatı içinde önemli bir paya sahiptir. Tekstil ve hazır giyim ihracatı genel olarak artma eğilimini sürdürse de imalat sanayii içindeki payı yıllar içinde azalma eğilimindedir.

Tablo: Dünya İmalat Sanayi ile Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi İhracatı (milyar dolar)

	Tekstil Sanayi	Hazır Giyim Sanayi	Tekstil ve Hazır Giyim Toplamı	İmalat Sanayi Toplamı	İmalat S. İçinde Yüzde Pay (%)
1980	55,0	40,6	95,6	1.092,4	8,7
1990	104,4	108,1	212,5	2.391,2	8,9
1995	152,3	158,4	310,7	3.718,8	8,4
2000	154,6	197,4	352,0	4.688,1	7,5
2001	147,0	193,3	340,3	4.509,5	7,5
2002	154,3	203,0	357,3	4.752,6	7,5
2003	172,5	232,5	405,0	5.489,3	7,4
2004	194,7	258,1	452,8	6.570,3	6,9

Dünya tekstil ve hazır giyim sanayii ticareti, ticarette kısıtlayıcı önlemlere rağmen, dünya tekstil ve giyim sanayii üretiminden çok daha hızlı oranda artmaktadır. Üretim tesislerinin taşınması ve önemli pazarlar olan gelişmiş ülkelerde yeni yatırımların azalması, buna karşılık gelişmekte olan ülkelerde yatırımların yoğunlaşması bu duruma neden olmaktadır.

Bir başka önemli husus da fiyatlardaki değişimdir. Artan rekabet ve verimlilik artışına bağlı olarak birim fiyatlarda düşme yaşanmakta bu da üretim ve ticaret artışının miktarı göre daha düşük görünmesine neden olmaktadır.

Tekstil ve hazır giyim sanayii ihracatında, gelişmekte olan ülkelerin dünya ticareti içindeki payı artmaktadır. Tekstil ve özellikle hazır giyim sanayii diğer imalat sanayii sektörlerine göre daha emek yoğun bir sanayidir. Özellikle hazır giyim sanayiinde gelişmekte olan ülkelerin dünya ihracatı içindeki payı daha fazla artmaktadır. Gelişmiş ülkeler halen tekstil üretiminde ve ihracatında nispeten söz sahibi olmaya devam ederken, hazır giyim sanayii üretimi işgücü maliyetlerinin düşük olduğu gelişmekte olan ülkelere kaydılmaktadır.

İşgücü maliyeti toplam üretim giderleri içinde düşük bir paya sahip olsa da diğer maliyet unsurlarında tasarrufa gidilmesinin nispeten zor olması ve işgücü maliyetinin sadece üretim yapılan yere bağlı olarak önemli oranda değişebilir olması nedeniyle üretim yeri tercihinde önemli bir faktör olmaktadır.

Üretim yeri tercihinde işgücü maliyetlerinin yanı sıra işgünün kalitesi ve verimliliği de önemli bir husustur. Daha önceki kısımda belirtildiği üzere tekstil ve özellikle hazır giyim sanayii nispeten daha düşük vasıflı işgücüne ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla işgücü verimliliği ülkeler arasında ciddi fark yaratmamakta bu da üretimin işgücü maliyetlerinin düşük olduğu ülkelere kaymasını desteklemektedir.

NAFTA, AB gibi bölgesel entegrasyon ve bölgesel tercihli ticaret anlaşmalarının da etkisiyle bölgeler içi tekstil ve hazır giyim ticareti halen önemli paya sahiptir. 2004 yılı itibarıyle kıtaların kendi içinde gerçekleştirdikleri ticaretin sektör ticareti içindeki payı tekstilde yüzde 57,1 iken, hazır giyimde yüzde 47,2'dir. Ancak bu oranda son yıllarda bir azalma da yaşanmaktadır. Dolayısıyla, tekstil ve hazır giyim üretimi ve ihracatı zaman içinde gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru kayarken öncelikle bölgesel yakınık ve tercihli ticaret anlaşmaları kaymanın yönünde belirleyici olmaktadır. 2004 yılı itibarıyle, Çin, AB ülkeleri, ABD, G. Kore, Tayvan en büyük tekstil ihracatçısı ülkelerdir. Çin, AB ülkeleri, Hindistan, Türkiye ve Pakistan son yıllarda dünya ticaretindeki paylarını artırırken diğer önemli ihracatçıların payları azalmaktadır. Çin ve Türkiye 2000-2004 döneminde en yüksek oranlı tekstil ihracatı artışı gerçekleştirirken, G. Kore, Tayvan, Endonezya ve Meksika'nın ihracatı azalmıştır. Pakistan, Hindistan ve Türkiye için tekstil ihracatı ülkenin ihracat geliri içinde önemli paya sahip iken, özellikle gelişmiş ülkelerde bu oran oldukça düşüktür.

Tüm önemli ihracatçı ülkelerde tekstil ihracatının toplam ihracat içindeki payı azalmaktadır. AB ülkeleri içinde İtalya Almanya, Belçika ve Fransa önemli tekstil ihracatçısı ülkelerdir.

Tablo: Önemli Tekstil İhracatçısı Ülkeler

Yıl Ülkeler	Tekstil İhracatı (milyar dolar)	Ülkenin Tekstil İhracatının Dünya Tekstil İhracatı İçindeki Payı (%)					Tekstil İhracatının Yıllık Yüzde Değişimi	Tekstil İhracatının Ülkenin Mal İhracatı İçinde Payı (%)		
		2004	1980	1990	2000	2004		2000	2004	
AB-25	71,29	-	-	36,5	36,6	6	10	2,3	1,9	
- AB-25'in										
AB-25 Dışına İhracatı	24,31	-	-	11,2	12,5	9	15	2,2	2,0	
Çin	33,43	4,6	6,9	10,4	17,2	20	24	6,5	5,6	
Hong Kong	14,30	-	-	-	-	2	9	6,6	5,4	
- Yerli İhrac.	0,68	1,7	2,1	0,8	0,4	-13	-10	5,0	3,4	
- Re-eksport	13,61	-	-	-	-	3	10	6,8	5,5	
ABD	11,99	6,8	4,8	7,1	6,2	2	10	1,4	1,5	
G. Kore	10,84	4,0	5,8	8,2	5,6	-4	1	7,4	4,3	
Tayvan	10,04	3,2	5,9	7,7	5,2	-4	8,0	8,0	5,8	
Japonya	7,14	9,3	5,6	4,5	3,7	0	11	1,5	1,3	
Hindistan	6,85	2,4	2,1	3,9	4,0	6	...	13,3	10,9	
Türkiye	6,43	0,6	1,4	2,4	3,3	15	22	13,2	1	
Pakistan	6,12	1,6	2,6	2,9	3,1	8	5	50,2	45,8	
Endonezya	3,15	0,1	1,2	2,3	1,6	-3	8	5,4	4,4	
Tayland	2,63	0,6	0,9	1,3	1,3	8	21	2,8	2,7	
Kanada	2,43	0,6	0,7	1,4	1,2	2	7	0,8	0,8	
Meksika	2,24	0,2	0,7	1,7	1,1	-3	7	1,5	1,2	
İsviçre	1,60	2,8	2,5	1,0	0,8	2	7	1,9	1,4	
İlk 15 Ülke	176,9	-	-	92,1	91,3	-	-	-	-	

2004 yılı itibarıyle, Çin, AB ülkeleri, Türkiye, Meksika ve Hindistan en büyük hazır giyim ihracatçısı ülkelerdir. Çin, AB ülkeleri, Türkiye, Romanya, Vietnam ve Tunus son yıllarda yüksek oranda ihracat artışı gerçekleştirerek dünya ticaretindeki paylarını artırırken, ABD, G.Kore ve Meksika'nın payı azalmıştır.

Bangladeş, Tunus, Romanya ve Türkiye için hazır giyim ihracatı ülkenin ihracat geliri içinde önemli paya sahip iken, bu pay Çin ve Hindistan'da nispeten daha düşüktür. Önemli ihracatçı olan gelişmiş ülkelerden AB ülkeleri, ABD ve G. Kore'nin ihracatında bu sektörün payı oldukça düşüktür. Önemli ihracatçı ülkelerden sadece Vietnam'ın hazır giyim ihracatının toplam ihracat içindeki payı artmaktadır. AB ülkeleri içinde İtalya Almanya, Fransa ve Belçika önemli hazır giyim ihracatçısı ülkelerdir.

3.3.1.3. 2005 Yılı Sonrası AB Pazarındaki Gelişmeler

AB, 2005 yılı başında tekstil ve hazır giyim ürünlerinin tamamında kotaları kaldırılmıştır. Ancak 2005 yılı başından itibaren Çin kaynaklı tekstil ve hazır giyim ithalatında ciddi artışlar yaşanmış, bu durum özellikle üreticilerin tepkisini çekmiştir.

AB içinde İtalya, İspanya, Portekiz gibi Akdeniz ülkeleri bu sektörde halen önemli üretici özelliklerini sürdürmektedir. Buna karşın İsveç, Danimarka gibi kuzey ülkeleri bu sektörden büyük oranda çıkmıştır.

AB'nin daha önce bahsedilen Çin'in DTÖ'ye Katılımına İlişkin Çalışma Grubu Raporunun 242. paragrafına dayanılarak hazırlanan Çin'den tekstil ve hazır giyim ithalatında aşırı artış yaşanan kategorilerde korunma önlemi alınabileceğine dair kılavuzu 6 Nisan 2005 tarihinde yayınlanmıştır.

AB, 2005 yılı başından itibaren Çin'den tekstil ve hazır giyim ithalatında ciddi artış yaşanması nedeniyle 29 Nisan 2005 tarihinde 9 kategoride soruşturma başlatılmasına karar vermiş, 10 Haziran 2005 tarihinde Çin ile 10 kategoride Çin ürünlerine kota konulması hususunda anlaşmıştır.

Bu anlaşmaya göre 2007 yılı sonuna kadar, 2005 yılı başında Çin'e karşı kota uygulamasına son verilen 35 kategoriden 10'unda (kazaklar, pantolonlar, bluzlar, tişörtler, bayan elbiseleri, sutyenler, keten ipliği, pamuklu kumaş, yatak çarşafı, masa ve mutfak örtüsü) yıllık yüzde 8-12,5 artış ile sınırlı kota uygulamasına tekrar başlanması karar verilmiştir. Kota uygulaması dışında bırakılan kategoriler ve 2008 yılı için bu anlaşmada herhangi bir kural konulmamış, AB tarafının haklarının saklı olduğu belirtilmiştir.

Anlaşmada baz kota miktarları iki kategoride Mart 2004-Şubat 2005 dönemi ithalatı, diğerlerinde ise Nisan 2004-Mart 2005 dönemi ithalatına göre belirlenmiştir. İthalatın ciddi miktarda arttığı 2005 yılının da kota miktarlarının belirlenmesinde dikkate alınması kategori taban miktarlarının geniş tutulmasına neden olmuştur.

Ayrıca kota artış miktarları da Çin'in taahhüdü olan yüzde 7,5'dan daha yüksek belirlenmiştir. Yüzde 8'lik kota artışı sadece ilk yıl üç kategoride kullanılacak daha sonra bu kategorilerde kota miktarı daha yüksek oranda artırılacaktır. Buna ek olarak yıl içinde anlaşma öncesinde sevk edilen ve limanlarda bekleyen ürünler için kota miktarlarında artış da sağlanmıştır.

Bu gelişmeler neticesinde daha önce yapılan öngörülere paralel olarak 2005 yılı AB tekstil ve hazır giyim ithalatı ciddi miktarda artmamakla birlikte ithalat yapılan ülkelerin kompozisyonunda Çin lehine önemli kaymalar görülmüşür. 2005 yılı ilk 9 ayında AB tekstil ve hazır giyim ithalatı miktar olarak yüzde 4,9, değer olarak da yüzde 3,7 artmış, ithalat birim fiyatları düşmüştür. İthalat yapılan ülkelerin kompozisyonunda ise alınan önlemlere rağmen Çin lehine önemli bir kayma görülmektedir. Bu ülkenin AB'nin 2004 yılı ilk 9 aylık ithalatı içinde miktar bazında payı yüzde 21,1 iken bu pay 2005 yılında yüzde 28,2'ye, değer bazında payı ise yüzde 21,6'dan 30,1'e çıkmıştır.

3.3.1.4. 2005 Yılı Sonrası ABD Pazarındaki Gelişmeler

ABD, artan Çin ithalatına karşı Çin'in DTÖ'ye Katılımına İlişkin Çalışma Grubu Raporunun 242. paragrafına dayanılarak 2005 yılı Mayıs ayından itibaren toplam ithalatı önemli oranda artan 19 kategoride korunma önlemi almıştır. Daha sonra Çin ile yapılan görüşmeler neticesinde kota anlaşması 8 Kasım 2005 tarihinde imzalamıştır. Nihai anlaşma Çin'e karşı 34 kategoride 2008 yılının sonuna kadar kota uygulanmasını öngörmektedir. Yıllık kota miktarı artışı da yüzde 8-16 olarak belirlenmiştir. Bu anlaşmayla daha önce Çin'den yapılan ve kota kapsamında olan ithalatın yüzde 49'u tekrar kota kapsamına alınmıştır.

Çin'in ABD tekstil ve hazır giyim ithalatı içindeki payı 2005 yılı içinde alınan korunma önlemlerine rağmen 2004 yılında yüzde 20,3 iken 2005 yılında yüzde 27,2'ye çıkmıştır. Hindistan, Pakistan, Endonezya ve Bangladeş de 2005 yılında ABD ithalatı içinde payını artrarı önemli ithalatçı ülkelerdir.

Miktar bazında toplam ithalat yüzde 8,3 artarken Çin'den yapılan ithalat yüzde 43,8 artmıştır. Tüm ülkelerden hazır giyim ithalat miktarındaki artış yüzde 10,4 iken Çin'den yapılan hazır giyim ithalatı yüzde 98 artmıştır.

Kotaların kalkması öncesinde yapılan tahminlere paralel şekilde ABD ithalatında Çin ve Hindistan'ın payları artmıştır. Ancak, AB'dekine benzer şekilde burada da tüketici fiyatlarına yansiyarak ciddi bir fiyat düşüşü yaşanmamıştır. Bu pazarda da ithalat birim fiyatlarındaki düşmeden ithalatçı ve perakendeci firmalar en büyük kazancı sağlamıştır.

3.3.2. Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayii

Geçmişte Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sanayii, dünyada sanayileşmeye çalışan ülkelerdekine benzer şekilde ilk gelişen sanayi kollarından birisi olmuş, Türk sanayisinin gelişmesine öncülük etmiştir.

Günümüzde tekstil ve hazır giyim sektörü Türkiye imalat sanayii içinde önemli bir yere sahiptir. İmalat sanayii içinde istihdamda, üretimde ve ihracatta birinci sıradadır. Tekstil ve hazır giyim sektörü imalat sanayii istihdamının, TÜİK tarafından yapılan 2002 yılı Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı 1. aşama geçici sonuçlarına göre, yüzde 33,3'ünü, imalat sanayii ihracatının, TÜİK verilerine göre, 2002 yılında yüzde 36'sını, 2005 yılında yüzde 27,1'ini gerçekleştirmiştir.

Tekstil ve hazır giyim sanayinin Türkiye'nin üretim ve ihracatı içinde payı azalsa da göreceli olarak önemini sürdürmektedir. Türkiye ekonomisi içinde tek sektörün bu ölçüde büyük paya sahip olması riskli bir durumu ortaya koymakta, sektördeki gelişmeler tüm ekonomiye etki etmektedir.

2005 yılı başından itibaren kotaların kalkması ile AB ve ABD'nin Çin'den yaptığı ithalatta özellikle ucuz ürün gruplarında miktar bazında ciddi artışlar, ithalat birim fiyatlarında ise ciddi düşüşler yaşanmıştır. Bu durumun sonucu olarak 2005 yılında Türkiye'nin sektör ihracatı değer olarak

artmaya devam ederken birim değeri düşük mallarda artan uluslararası rekabet nedeniyle miktar olarak artış daha düşük seviyede kalmıştır.

2005 yılı ikinci yarısından itibaren AB ve ABD'nin Çin ile yaptığı yeni kota anlaşmaları sonucunda Çin'den yapılan ithalata sınırlama getirilmiştir. Ancak bu yeni uygulamada kota uygulanan kategori sayısı eskisine göre az, kota miktarları da yüksektir. Ayrıca bu uygulama 2008 yılı sonuna kadar süreBILECEKTİR. Dolayısıyla yeni uygulanmaya başlanılan kotaların Türkiye tekstil ve hazır giyim sanayine olumlu etkisi geçici ve sınırlı olacaktır.

3.3.2.1. Tekstil Sanayii

Sektörün Türkiye ekonomisi açısından bir başka önemli yönü de istihdam içindeki yeridir. TÜİK tarafından gerçekleştirilen İmalat Sanayi ve Genel İşyeri Sayımı 1. Aşama geçici sonuçlarına göre sektörde 700.000'in üzerinde kişi çalışmaktadır. Ancak sektörde kayıtlılarının oldukça yüksek olması nedeniyle çalışan sayısının bu rakamın oldukça üstünde olduğu tahmin edilmektedir. 9. Kalkınma Planı Tekstil, Deri ve Hazır Giyim Özel İhtisas Komisyonunda tekstil ve hazır giyim sanayinde 1 milyon 950 bin kişinin istihdam edildiği tahmini yapılmıştır. İstihdam ile ilgili bir başka husus da sektörde kadın ve nispeten az vasıflı işçilerin istihdamının yüksek seviyede olmasıdır. Kayıtlı imalat sanayii kadın istihdamı içinde tekstil ve hazır giyim sektörünün payı yüzde 57'ye ulaşmaktadır.

Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sanayinin alt sektörleri içinde pamuklu tekstil ve giyim eşyası çok daha yüksek paya sahiptir.

Türk tekstil ve hazır giyim sanayii ağırlıklı olarak küçük işletmelerden oluşmakta olup, küçük işletmeler hazır giyim sanayinde daha yoğundur. Tekstil sanayiinde ortalama çalışan sayısı 18 iken hazır giyimde 9'dur. Sektör genelinde ortalama çalışan sayısı ise 12,5'dir.

Tekstil işletmeleri İstanbul, Bursa ve Denizli'de yoğunlaşmış iken, hazır giyim işletmeleri ağırlıklı olarak İstanbul'da faaliyet göstermektedir.

Türkiye, Dünya Ticaret Örgütü verilerine göre 2004 yılında dünyada tekstilde 8., hazır giyimde ise 3. büyük ihracatçı ülkedir. Ancak bu sıralamada AB'nin tek ülke olarak sayıldığı da belirtilmelidir. 2005 yılında Tekstil ve Hazır Giyim sektörü ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 7,6 artarak 18,7 milyar dolara ulaşmıştır. Bu ihracatın, ISIC-Rev.3 sınıflandırmamasına göre, 8,7 milyar dolarını tekstil Ürünleri, 9,9 milyar dolarını hazır giyim ürünleri oluşturmaktadır. Kot pantolon, çorap ve ev tekstili Ürünlerinde Türk firmaları dünya çapında başarılıara ulaşmıştır.

Tekstil ve hazır giyim sektörü dünyada uluslararası rekabetin en yoğun olduğu ve her geçen gün de arttığı sektörlerden biridir. 2005 yılı başında kotaların kaldırması sonrası Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim ihracatının yüzde 65'inin gerçekleştirildiği en büyük pazar olan AB'nin Türkiye'ye kota uygulamamasından doğan avantajı ortadan kalkmıştır. Sektörde ihracatın toplam üretim içinde yüzde 50'nin üstünde bir paya sahip olduğu dikkate alındığında artan rekabetin üretimi olumsuz

etkilediği anlaşılmaktadır. Ancak bazı kategorilerde tekrar kota uygulamasına başlanması geçici bir rahatlık sağlayabilecektir.

3.3.2.2. İmalat Sanayii ile Tekstil ve Hazır Giyim Sanayii İhracatı

Tekstil ve hazır giyim sanayii ihracatı 2003 yılında yüzde 23,4, 2004 yılında yüzde 15,6 artmış iken 2005 yılında artış hızı daha da yavaşlayarak yüzde 7,5 olmuştur. 2006 yılında tekstil ve hazır giyim ihracatı 19,6 milyar dolar olmuş ve 2005 yılına göre yalnızca % 5,4 oranında artmıştır.

Tablo: İmalat Sanayii ile Tekstil ve Hazır Giyim Sanayii İhracatı (milyon \$)

Yıllar	Tekstil	Hazır Giyim	Tekstil ve Hazır Giyim Toplamı	Yüzde Değişim	İmalat Sanayii	İmalat San. İçinde Pay (%)
1996	3.817,8	4.829,7	8.647,5	-	20.525,8	42,1
1997	4.450,1	5.442,1	9.892,3	14,4	23.312,8	42,4
1998	4.794,0	5.715,6	10.509,6	6,2	24.064,6	43,7
1999	4.557,6	5.270,1	9.827,7	-6,5	23.957,8	41,0
2000	4.614,1	5.417,1	10.031,2	2,1	25.517,5	39,3
2001	4.943,5	5.397,5	10.341,0	3,1	28.826,0	35,9
2002	5.532,8	6.615,2	12.148,0	17,5	33.701,6	36,0
2003	6.841,2	8.153,9	14.995,1	23,4	44.378,4	33,8
2004	7.998,1	9.340,2	17.338,2	15,6	59.579,1	29,1
2005	8.732,6	9.918,9	18.651,6	7,6	68.630,0	27,2

1996-2005 döneminde tekstil ve hazır giyim sanayii ihracatı 1999 yılı dışında artışını sürdürmüştür. Ancak, aynı dönemde imalat sanayii ihracatı içinde tekstil ve hazır giyim sektörünün payının giderek azalmıştır.

Tekstil ve hazır giyim sanayiinde doğrudan ihracatın yanı sıra bavul ticareti yoluyla dolaylı ihracat da gerçekleştirilmektedir. 2005 yılı itibarıyle Merkez Bankası Ödemeler Dengesi istatistiklerine göre 3,5 milyar dolarlık bavul ticareti gerçekleştirılmıştır. Bunun büyük kısmının tekstil ve hazır giyim ürünlerinden oluştğu düşünülmektedir.

Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sanayiinde en büyük pazarları Almanya, İngiltere ve ABD'dir. Ancak bu üç ülkenin toplam ihracatındaki payı azalmaktadır. 2000 yılında bu Üç Ülkenin toplam sektör ihracatı içindeki payı yüzde 57 iken bu pay 2005 yılında yüzde 42'ye düşmüştür. 2000-2005 döneminde Türkiye'nin geleneksel olarak en büyük pazarı olan Almanya'ya ihracatı, artış hızı (yıllık ortalama yüzde 6,0) toplam artışa göre (yıllık ortalama yüzde 13,8) düşük de olsa, artmaya devam etmiştir. Türkiye'nin ABD'ye olan ihracatı ise yaklaşık aynı (yıllık ortalama yüzde 0,7) kalmıştır. İngiltere'ye yapılan ihracat toplam ihracattan daha yüksek oranda (yıllık ortalama yüzde 17,2) artmıştır.

Tablo: Türkiye 2005 Yılı Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı

Tekstil	Değer	Pay (%)	Hazır Giyim	Değer	Pay (%)
Almanya	1.378,5	15,8	Almanya	2.583,2	26,0
İngiltere	731,5	8,4	İngiltere	1.657,7	16,7
A.B.D.	695,1	8,0	A.B.D.	838,8	8,5
İtalya	583,9	6,7	Fransa	698,1	7,0
Rusya Fed.	471,8	5,4	Hollanda	678,5	6,8
Fransa	454,7	5,2	İspanya	455,1	4,6
Romanya	314,3	3,6	İtalya	392,9	4,0
Hollanda	285,6	3,3	Danimarka	307,4	3,1
AHL Serb. B.	228,2	2,6	Trakya Serb. B.	203,2	2,0
İspanya	218,5	2,5	Rusya Fed.	181,7	1,8
Bulgaristan	215,2	2,5	Belçika	170,2	1,7
Polonya	202,1	2,3	İsveç	159,4	1,6
Yunanistan	164,6	1,9	Çorlu Serb. Böl.	147,3	1,5
Ukrayna	137,6	1,6	AHL Serb. Böl.	133,0	1,3
Suudi Arab.	135,9	1,6	Yunanistan	101,4	1,0
Belçika	123,7	1,4	Cezayir	97,6	1,0
İsrail	110,4	1,3	İsviçre	90,6	0,9
İran	106,8	1,2	Avusturya	77,1	0,8
Danimarka	96,5	1,1	Libya	67,4	0,7
İsveç	92,2	1,1	İsrail	58,3	0,6
İlk 20	6.747,0	77,3	İlk 20	9.098,9	91,7
AB-25	4.711,8	54,0	AB-25	7.492,8	75,5
Dünya Toplamı	8.732,6	100,0	Dünya Toplamı	9.918,9	100,0

Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim ihracatı içinde AB-25 ülkelerinin payı ise yüzde 65'dir.

Tekstil ve hazır giyim sektörü başta pamuk olmak üzere ağırlıklı olarak yerli girdi kullanmaktadır. Türkiye dünyanın 6. büyük pamuk üreticisi olup, Türkiye'de kaliteli pamuk üretiminin yapılabiliyor olması sektörün gelişmesinde büyük rol oynamıştır. Dolayısıyla tamam kesimi için de bu sanayinin varlığı ve devamı büyük önem arzettmektedir.

Aynı şekilde tekstil ve hazır giyim sektörü, makine sanayii ve kimya sanayinden tekstil makineleri, sentetik elyaf, boyalı gibi ürünler girdi olarak kullanmakta olup, yaşanacak gelişmeler bu sektörleri de yakından ilgilendirmektedir.

3.3.2.3. Bebek- Çocuk Hazır Giyim Pazarı

Hazır giyim sanayinin bir alt segmenti olarak bebek-çocuk hazır giyim pazarının ülkemizdeki büyülüğu 1 milyar ABD Doları olarak tahmin edilmektedir. Bu sektörde önemli payları olan şirketler şunlardır:

- Benetton 012, Best, B&G, Bücürük, Jujube, Karamele, Panço, Wenice (Sadece bebek ve/veya çocuk giyimi satanlar)
- Chico, Kanz, Mothercare (Bebek ve anneler yönelik ürün de satanlar)

- C&A, Gap, LC Waikiki/LCW, Next, Seven HILL, Zara (Yetişkin giyimi yanında bebek ve/veya çocuk hazır giyimi satanlar)
- Joker-Maxi Toys, Toyiki (Çocuklara yönelik eşyalar yanı sıra çocuk giyimi de satanlar)
- Boyner, Ender, Debenhams, Huzur, Koray, Marks&Spencer, Özdilek, YKM (Çocuk giyimi de satan büyük mağazalar)
- Adese, Carrefour, Çetinkaya, Tesco-Kipa, Migros (Çocuk giyimi de satan hipermarketler)

3.3.2.4. Sektöre Yönelik Genel Değerlendirme

Dünyada imalat sanayii alt sektörlerinde hem sektörler arasında hem ülkeler arasında önemli yapılanmalar ve dönüşümler ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de ise gelirde artış, tüketim kalıplanındaki değişim, AB uyum süreci ve Gümrük Birliği sonrası artan ticari serbestleşme, ihracata ağırlık verilmesi gibi dinamikler sektörlerin gelişme eğilimleri üzerinde ve yapılanmasında etkili olmaktadır.

Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörü günümüzde olgunluk dönemine girmiştir.

Türk tekstil ve hazır giyim sanayii gerek Türkiye'de gerek dünyada ve çevre ülkelerdeki gelişmeler etkisinde dönüşmek ve yeni rekabet şartlarına uyum sağlamak durumundadır. Mevcut tekstil ve hazır giyim sanayii yapısı içinde Türkiye yeni rekabet ortamında önemli oranda pazar kaybetme, üretim ve istihdamda düşme yaşama riski ile karşı karşıyadır. Ancak sektör halen çeşitli alanlarda rekabet gücünü sürdürmekte olanlara ve gelişme potansiyeline de sahiptir. Mevcut sorunların çözülmüş bu üstünlüklerin dünyadaki gelişmeler paralelinde kullanılması ile Türkiye bu sektörde varlığını sürdürmektektir.

Yeni yapı içinde Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sanayinin toplam istihdamında ve firma sayısında azalma kaçınılmaz görülmektedir. Ancak, mal üretim süreçlerindeki istihdam kaybı hizmet üretiminin gelişimi ile bir ölçüde telafi edilebilecektir.

4. MARKA DEĞERLEMESİ

4.1. DEĞERLEME KAVRAMLARI

4.1.1. Değerlemenin Yürürlük Tarihi

Bu değerlendirme, 03.Nisan.2009 tarihinden itibaren geçerlidir.

4.1.2. Hak Sahipleri

Raporu Marka'nın mülkiyetine sahip olan Ceylan Giyim A.Ş. 'nın yönetim kurulu talep etmiştir.

Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre kurulmuş bulunan Ceylan Giyim A.Ş. tüzel kişiliği, değerlendirmeye konu "Ceylan" isimli markanın, Markaların Korunması Hakkında 556 Sayılı Kanun Hükümünde Karamame 'ye göre hak sahibidir.

Hak sahibinin yönetim kurulu kararı ve 556 sayılı yasaya uygun olarak T.C. Türk Patent Enstitüsü'ne yaptıracağı tescil ile bu markaya ait mülkiyet hakları da devrolunmuş sayılır. Ancak, değerlendirmeye konu Marka'ının devri Rapor'un 2.1.2 bölümünde de belirtilen takyidatların kaldırılması halinde mümkün olacaktır.

4.1.3. Değerlemenin Amacı ve Kullanımı

Rapor'un yukarıdaki bölümlerinde açıklandığı üzere Ceylan Giyim A.Ş., özkaynaklarının önemli bir kısmını kaybetmiş ve faaliyetlerini durdurmuş bulunmaktadır. Ceylan Giyim A.Ş. bu değerlendirme raporunu, Türk Ticaret Kanunu'nun 324'ncü maddesi açısından değerlendirmek üzere, markanın güncel pazar değerinin özkaynaklar üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla talep etmektedir.

4.1.4. Etkin Değerleme Tarihi

Piyasalar ve piyasa koşulları değişebildiğinden tahmini değer bir başka zamanda doğru ve uygun olmayabilir. Bu raporda sunulan değer, ne geçmişteki ne de gelecekteki bir tarihte değil de etkin değerlendirme tarihinde fili pazar durumunu yansıtmaktadır. Bu nedenle, rapor tarihi etkin değerlendirme tarihi olarak dikkate alınmalıdır.

4.1.5. Pazar Değeri

Rapora konu markanın değerlendirmesi arz ve talep ilkesine uygun **pazar değeri** esasına göre yapılmıştır. Pazar değeri, değerlendirme yapıldığı tarihte açık piyasada satışa sunulmuş olması durumunda, markanın el değiştireceği tutarın bir temsilidir. (UDES 1, paragraf 1.2.)

Pazar değeri, bir mülkün uygun bir pazarlamadan ardından birbirinden bağımsız istekli bir alıcı ile istekli bir satıcı arasında herhangi bir zorlama olmaksızın ve tarafların herhangi bir ilişkiden etkilenmeyeceği şartlar altında, bilgili, basiretli ve iyi niyetli bir şekilde hareket ettikleri bir anlaşma çerçevesinde değerlendirme tarihinde el değiştirmesi gereken tahmini tutardır. (UDES 1, paragraf 3.1.)

Pazar dışı değer ise, pazar değeri tahminlerine karşılık gelmeyen özel şartları, finansman şartlarını, vergilendirme ve iskonto oranlarını sunması durumunda elde edilen değer takdiridir. Bu işlemin sonucu, arz ve talebi yansitan bir pazar değeri tahmininden ziyade iletilen varsayımlara özel olan yatırım değeri veya ederı tahminidir.

Pazar değeri esasına açıklik getiren bazı kavramlar aşağıda açıklanmaktadır.

a. *İstekli alıcı, İstekli satıcı*

Pazar değeri esası, istekli (motive olmuş ancak zorunlu olmayan) alıcı ve satıcının satınalma işlemlerinin yürütülmesinde hiçbir zorlama altında olmadan markanın değerini etkileyebilecek konularla ilgili bütün bilgilere sahip oldukları takdirde oluşacak alım satım değeri olarak kabul etmektedir.

b. *İşletmenin Süreklliliği*

Markanın aktif olarak kullanıldığı ve markayı kullanan işletmenin, normal olarak, faaliyetlerini sürdürdüğü, işletmenin tasfiye olma, ya da faaliyetlerinin kapsamını maddi olarak azaltma niyeti veya geregi içerisinde olmadığı varsayılmaktadır.

c. *Değer kavramı*

Bu değerlendirme raporu, alıcıların Marka' ya yapabilecekleri yatırımın olası değerini göstermektedir. Değer kavramı, satışa konu markanın alıcıları ve satıcıları tarafından makul ölçüler çerçevesinde sonuçlandırılabilen en olası fiyat anlamına gelmektedir. Bu anlamda değer, alıcı ve satıcıların üzerinde uzlaşmaya varacakları varsayımsal (takdir) fiyatı temsil etmektedir. Marka'nın kesin değeri, herhangi bir satış işleminde anlaşmaya varılan gerçekleşmiş fiyat olacaktır.

Bu raporda bulunan değer, satış veya satın alma maliyetleri ve herhangi bir ilişkili verginin mahsubu göz önüne alınmaksızın bulunan değerdir.

4.1.6. *Kullanılan Değerleme Yöntemleri*

Raporun bir sonraki bölümünde "Ceylan" isimli markanın değerinin tespiti çalışmalar sunulmaktadır.

Pazar değerini tahmin etmek amacıyla en sık kullanılan yaklaşımlar arasında *emsal karşılaştırma yaklaşımı*, *indirgenmiş nakit analizini de içeren gelir indirgeme yaklaşımı* ve *maliyet yaklaşımı* yer almaktadır. (UDES 1, paragraf 1.3.)

Emsal karşılaştırma yaklaşımı; markanın satılabilir tutarını baz olan bir yaklaşımdır. Açık piyasa değeri, "istekli satıcı ile alıcının" ödemek için hazır oldukları en yüksek marka değerini ifade etmektedir. Bu metoda göre bir markanın değeri emsali olan markaların piyasa değerleri ile kıyaslanarak belirlenmektedir. Markaların karşılaştırılabileceği bir piyasanın bulunduğu ve piyasada emsal alınabilecek marka alım -satımlarının olduğu varsayıma

dayanmaktadır. Ülkemizde emsal markaların karşılaştırılabilceği bir piyasa mevcut olmadığından bu yöntem bu Rapor'da kullanılmamıştır.

Maliyet yaklaşımı; marka yenileme veya marka yaratmaya yönelik yaklaşımlar olup, üretim görüşünün araştırılması, geliştirilmesi, piyasa araştırması, promosyon ve ürün geliştirilmesi aşamalarında yapılan harcamalardan yola çıkılarak marka değerinin hesaplanması içermektedir. Bu teknik mevcut bir markanın değerinin hesaplanmasında kullanılıyor ise, bu güne kadar yapılmış markaya ilişkin harcamaların bugünkü değerleri toplamı dikkate alınır ve bu değerler toplamı markanın olabilecek maksimum değerini vermektedir. Bu teknik veriler elde edilebilir olduğu sürece uygulaması çok kolay bir tekniktir. "Ceylan" markası için yapılan bu tür bilgiler tarafımızdan yetersiz bulunduğuundan dolayı değerlemede bu yöntem kullanılmamıştır.

Gelir indirgeme yaklaşımı; gelecekteki net kazançların değerinin marka değerinin belirlenmesinde etkin olacağı ilkesi ile hareket etmektedir. Bu yaklaşım markanın gelecek potansiyelini göstermektedir. Bu yaklaşımın teknik açıdan pek çok türevi oluşturulmuştur. Ancak hepsinde temel alınan nokta gelecekte markanın yaratabileceği satış potansiyelidir. Geleceğe ait olan bu verilerin doğru ve ispatlanabilir teorilerle hesaplanması durumunda yaklaşımlar içinde en güvenilir sonucu verebilecek olanıdır. Bu yöntem ile hesaplanan değer, piyasa ile karşılaştırılabilen ölçüde oldukça uygun bir yöntem olarak kabul edilmektedir

Yaptığımız değerlendirme sonucu, "Ceylan" markasının değerlendirme çalışmasında, Ülkemizde yapılan değerlendirmelerde yaygın olarak kullanılan indirgenmiş nakit akışı (Kısaca, INA) analizini içeren **gelir indirgeme yaklaşımının** kullanılmasını uygun buluyoruz. INA analizinde nakit tahsilatları, gelecekteki dönemlerin her biri için tahmin edilir. Bu tahsilatlar, şimdiki değer teknikleri kullanılarak bir iskonto oranının uygulanmasıyla değere dönüştürülür.

Marka değerlendirmesinde, gelecek dönemlere ait nakit tahsilatlarının tahmininde ise yaygın olarak iki yönteme başvurulmaktadır:

- **İsim haklarından kurtulma yöntemi ve**
- **Fiyat Primi yöntemi.**

Rapor' un aşağıdaki bölümlerinde bu yöntemlere göre yapılan değerlendirme çalışmalar sunulmaktadır.

4.2. DEĞERLEMEDE DİKKATE ALINAN VERİLER

4.2.1. Uygulanan İskonto Oranı

İsim haklarından kurtulma ve fiyat primi yöntemlerine göre marka değerlemesinde, gelecek yıllara ilişkin markaya bağlı kazançların oluşturulması ve daha sonra şimdiki değeri oluşturmak için bu tutarların bir iskonto oranı ile indirgenmesi gerekmektedir.

İNA analizinde kullanılan iskonto oranı, pazardan elde edilen oran olup bir fiyat çarpanıyla veya faiz oranı ile ifade edilir.

İlke olarak iskonto oranı finansal varlık fiyatlandırma modeli ile açıklanmaktadır. İskonto oranı şu şekilde tanımlanmaktadır:

$$R = r + C + \beta a$$

R = iskonto oranı

r = risksiz getiri oranı

C = ülke riski

β = sanayinin riski

a = sermaye yatırımları için ek getiri oranı

Raporun yukarıdaki bölümünde açıklandığı üzere, Şirketin büyümeye oranları ve buna bağlı olarak finansal tabloları nominal (reel olmayan=enflasyonu da içeren) tutarlar üzerinden oluşturulduğundan, indirgeme oranı da nominal olarak hesaplanmıştır.

Değerler aşağıdaki gibi öngörülmüştür :

r: % 15,68. 2012 vadeli Türk Hazine Tahvil Getirişi. (TRT070312T14-26.03.2008 tarihli İMKB Bülteni)

a: % 7. Hisselerin uzun dönem performansı için yapılan değişik çalışmalara göre oran, Amerika ve İngiltere'de % 4 - %7 aralığında belirlenmiştir. Ancak, bu ülkelerdeki hisse senedi fiyatlarının şiddetli bir şekilde artması sonucunda bu oran zaman zaman yaklaşık olarak % 2-3'e kadar da düşmüştür. Bu oran günümüzdeki hisse fiyatlarının büyük orantılı düşüşüne paralel olarak, % 7 olarak dikkate alınmıştır.

β : 1 değeri esas alınmıştır.

C : İskonto oranı tespitinde TL üzerinden hesaplama yapılmıştır. Risksiz getiri oranı ($r = % 15,68$) ülkeyi riskini de içermektedir.

Buna göre nominal iskonto oranı,

$$R = \% 15,68 + 1 * \% 7 = \% 22,68 \text{ olarak hesaplanmaktadır.}$$

Bu Rapor'da isim haklarından kurtulma ve fiyat primi yöntemlerine göre marka değerlendirme çalışmasında iskonto oranı **% 22,68** olarak alınmıştır.

4.2.2. Ceylan Markalı Ürünlerin Satış Projeksiyonları

Marka değerlendirmesinde kullanılan faaliyetler ile ilgili bekentiler oluşturulurken Rapor'un "Ekonomik Görünüm" başlıklı 3.'ncü bölümünde Dünya ekonomisinde ve Türkiye ekonomisinde belirtilen eğilimler dikkate alınmıştır. Dünya ekonomisinde yaşanan sıkıntılarla tekstil ve hazır giyim sektörüne özgü sıkıntıların bir süre daha devam edeceğini varsayılmıştır..

Değerlememe kullandığımız her iki yönteme göre marka değerlendirmesinde, Marka'nın halen aktif kullanıcısı olan ve fason ürettiği ürünler mağazalarında Ceylan markası ismi altında satmakta olan TOB Giyim A.Ş.'nin net satışları esas alınmıştır. (EK: ⁵)

TOB Giyim A.Ş. yetkilileri tarafından verilen bilgilere göre, şirketin Ceylan markalı ve diğer ürün satış tutarları ayırtılınmak suretiyle 2006, 2007 ve 2008 yılları itibariyle şöyledir: (EK: ⁶)

	Geçerleşmeler (TL)		
	2006	2007	2008
Ceylan Markalı Satışlar	13.997.700	16.845.150	12.321.250
Artış Yüzdesi		0,20	-0,27
Ceylan Markası Harici Satışlar	323.207	1.580.178	6.827.260
Toplam Net Satışlar	14.320.907	18.425.328	19.148.510

Projeksiyon Dönemi : Değerleme çalışmasında 2009-2013 yıllarını kapsayan 5 yıllık projeksiyon hazırlanmış ve TOB Giyim A.Ş.'nin bu yillardaki net satışları tahmin edilmiştir.

Nominal Satış Artış Oranları: Şirketin 2009-2013 yıllarına ilişkin satışlarından yalnızca çocuk hazır giyim perakendeciliği yaptığı varsayılmıştır. Şirketin 2006- 2008 yılı satış performansına bakarak, Pazar öngörülerini çerçevesinde satışları tahmin edilmiştir. 2008 yılında başlayan küresel ve sektörel daralmaların etkisini 2009 yılında da südüreceği, daha sonraki yıllarda ekonomik faaliyetlerde meydana gelebilecek genişleme ile birlikte markalı ürün satışlarının artacağı öngörülmüştür.

	2009	2010	2011	2012	2013
Ceylan Markalı Satışlar	12.937.313	14.877.909	17.109.596	18.820.555	20.137.994
Artış Yüzdesi	0,05	0,15	0,15	0,10	0,07

Enflasyon Oranları ve kur değerleri: Bu değerlendmede ülkemiz enflasyon oranları aşağıdaki gibi tahmin edilmiştir.

Yıllık enflasyon oranları: (% olarak)

2009	2010	2011	2012	2013
7	6	6	6	5

Değerleme çalışması TL bazlı yürütülmüş olduğundan herhangi bir kur değerlemesine ihtiyaç duyulmamıştır.

Kalıntı Değer: Şirketin 2014 sonrası kalıntı değerinin tespitinde sabit büyümeye oranı % 2 olarak alınmıştır.

4.3. İSİM HAKLARINDAN KURTULMA YÖNTEMİ

4.3.1. Tanım

İsim haklarından kurtulma yöntemi ile değerlendirme yapılırken, markaya sahip olunmayıp, markanın kullanımı karşılığında bir isim hakkı bedeli ödendiği varsayılmaktadır. Markaya sahip olmak için yapılacak vergi sonrası isim hakkı ödemeleri belirlenerek, markaya sahip olunmakla tasarruf edilen tutar hesaplanmaktadır. İsim hakkı genellikle satışların belli bir oranı olarak hesaplanmakta ve geleceğe dönük olarak tahmin edilen satış rakamlarına uygulanmaktadır. Gelecek yıllarda ödeneceği tahmin edilen isim hakkı bedelleri iskonto edilerek, isim hakkı ödemelerinin toplam güncel değeri hesaplanmaktadır. Bu tutar, markanın o andaki değeri olmaktadır.³

4.3.2. İsim Hakkı Bedeli Oranı

İsim haklarından kurtulma yöntemine göre değerlendirme yapılırken, satışlara uygulanacak isim hakkının oranının belirlenmesi önem arzettmektedir. Bu oran, değerlendirmeye konu markanın benzeri markalar için belirlenmiş oranlar ımsal alınmak suretiyle yapılmalıdır. Ancak bu tür sözleşmeler genellikle gizli olduğu gibi, ülkemizde yaygın olarak kullanılmamaktadır. Satışların belli bir yüzdesi olarak alınan bu oranın Türkiye ve dünya uygulamalarında %1 ile % 5 arasında olduğu bilinmektedir.

Rapor'un başlangıç bölümünde de açıklandığı üzere, Ceylan Giyim A.Ş. sahip olduğu "Ceylan" markasının kullanma hakkını, % 2 oranında bedelle TOB Giyim A.Ş.'ne vermiştir.

İsim haklarından kurtulma yöntemine göre yaptığımız değerlendirmede sözkonusu % 2 oranı esas alınmıştır.

4.3.3. İsim Haklarından Kurtulma Yöntemine Göre Marka Değeri

Rapor'un 4.2.2. bölümünde projekte edilen satış rakamlarına % 2 isim hakkı uygulamak suretiyle yapılan hesaplama ekte sunulmaktadır.

% 22,68 iskonto oranı üzerinden yapılan indirim sonucu bu yönteme göre "Ceylan" isimli markanın güncel değeri;

³ Kaynak: Kaya Yusuf, "Marka Değerlemelerinin Kullanım Alanları ve Örnek Marka Değerleme"

1.528.564 TL olarak tahmin edilmiştir. (EK: ⁷)

4.4. FİYAT PRİMİ YÖNTEMİ

4.4.1. Tanım

Fiyat primi yöntemi, markalı bir ürüne sahip şirketin, aynı ürünün markasız olarak üreten bir şirkete veya perakendeci markalarına göre daha fazla fiyat talep edebileceği varsayımdan hareket eder. Markalı ürünle markasız ürün arasındaki markadan kaynaklanan fiyat farkı, marka değerinin hesaplanması temel teşkil etmektedir. Markanın yarattığı fiyat farkı oransal olarak hesaplandıktan sonra, bu oran gelecek yıllara ilişkin olarak tahmin edilen satışlarla çarpılmaktadır. Bulunan değerler güncel değere getirilerek marka değeri tespit edilmektedir.

Karşılaştırmada kullanılacak markasız ürünler (Generic Brand) ambalajında üretici ya da markası bulunmayan ürünler, perakende markalar da perakende mağazalar için tedarikçiler tarafından yapılan, mağazanın ismini ya da mağazanın yarattığı marka ismini taşıyan ürünleri ifade eder.⁴

4.4.2. Fiyat Farkı

Giyim sektöründe kalite dışında fiyatı etkileyebilecek pek çok unsur bulunmaktadır. Özellikle bebek-çocuk hazır giyiminde ana ürün üzerinde yapılan pek çok modifikasyon fiyatlar üzerinde etkili olabilmektedir. Sonuçta, aynı marka içinde ana ürün bazında dahi değişik fiyatlarla karşılaşılabilir. Öte yandan hazır giyimde satışların sezon başı-ortası-sonu fiyatları büyük değişikliklere uğramaktadır. Bu dalgalanma ve fiyat farkları standart bir ortalama sağlanması güçlendirilmektedir.

Bu nedenle, Rapor'un bu bölümünde sunulan fiyat primi yöntemi çalışması yapılrken, sayılan bu riskleri azaltıcı yönde analiz yapılarak makul fiyat primi bulunulmaya çalışılmıştır.

"Ceylan" markasını filen mağazalarında ve mağazalarındaki ürünlerinde kullanmakta olan TOB Giyim A.Ş. çeşitli modifiye alt değerlere sahip olmakla beraber çocuk-bebe giyiminde temel sayılabilen ve ciosunun önemli kısmını oluşturan 10 adet "Ceylan" markalı ürününü kıyaslama için seçmiş ve bunlara ilişkin fiyat bilgileri ile piyasada yaptığı araştırma sonucunda belirlediği aynı cins değerlere ait markasız veya gücsüz markalı ürün fiyatlarını da tarafımıza sunmuştur. (EK: 8)

Aşağıda, seçilen "Ceylan" markalı ana ürünlerin 2008-2009 kış sezonu başı ve sonundaki şirketin mağazalarında doğrudan tüketiciye yansyan kdv dahil net perakende satış fiyatları yer almaktadır (PSF). (EK: ⁸)

⁴ Kaynak: Kaya Yusuf, "Marka Değerlemelerinin Kullanım Alanları ve Örnek Marka Değerleme"

Ürün Cinsi	Sezon Başı	Sezon Sonu	Sezon
	PSF (TL)	İndirimli PSF (TL)	Ortalaması (TL)
1 Badi	14,99	7,99	11,49
2 Battaniye	34,99	14,99	24,99
3 Balıkçı	14,99	10,99	12,99
4 Svetşört	24,99	9,99	17,49
5 Tulum	22,99	12,99	17,99
6 Eşofman Pantolon	29,99	12,99	21,49
7 - Hirka	34,99	14,99	24,99
8 Kazak	37,99	17,99	27,99
9 Fermuarlı Svetşört	37,99	17,99	27,99
10 Dokuma Pantolon	39,99	17,99	28,99

Buna karşılık, aynı cins ürünlerin markasız veya güçsüz marka altındaki fiyatları ise aşağıdadır. Karşılaştırmayı yapabilmek açısından, yine kdv dahil net perakende satış fiyatları(PSF) dikkate alınmıştır. (EK: ⁸)

Ürün Cinsi	PSF (TL)
1 Badi	6,00
2 Battaniye	8,00
3 Balıkçı	7,50
4 Svetşört	9,50
5 Tulum	9,00
6 Eşofman Pantolon	12,00
7 - Hirka	14,50
8 Kazak	14,50
9 Fermuarlı Svetşört	15,00
10 Dokuma Pantolon	17,00

Bu listelerde yer alan fiyatlar, "Ceylan" markalı ürünlerde sezon sonu en düşük fiyatlar esas alınarak karşılaştırıldığından dahi ortalama % 27,8 lik bir pozitif fark içermektedir. Ürün bazında bakıldığından ise, en yüksek prim % 87 , en düşük prim ise % 3 olmaktadır. (EK: ⁹)

Ürün Cinsi	Ceylan Markalı Ürünler	Markasız Veya Güçsüz Markalı Ürün Fiyatları (TL)	Fiyat Farkı (TL)	Fiyat Primi Yüzdesi
	(İndirimli- TL)			
1 Badi	7,99	6,00	1,99	0,33
2 Battaniye	14,99	8,00	6,99	0,87
3 Balıkçı	10,99	7,50	3,49	0,47
4 Svetşört	9,99	9,50	0,49	0,05
5 Tulum	12,99	9,00	3,99	0,44
6 Eşofman	12,99	12,00	0,99	0,08

	Pantolon				
7	Hırka	14,99	14,50	0,49	0,03
8	Kazak	17,99	14,50	3,49	0,24
9	Fermuarlı Svetşört	17,99	15,00	2,99	0,20
10	Dokuma Pantolon	17,99	17,00	0,99	0,06
			ORTALAMA	0,278	

Ortalama fiyat farkının yüksekliği, fiyat farkının, markalı – markasız ürün ayrimından ziyade ürünlerin kalite farkından kaynaklandığını göstermektedir. Dolayısıyla kalite farkının elimine edilmesi ve değerlemenin düzeltilmiş fiyat farkları üzerinden yapılması gerekmektedir.

TOB Giyim A.Ş.'nin 2006, 2007 ve 2008 yılı net satışları ile bu satışlarına ilişkin maliyetlerinin karşılaştırılması, bir başka deyişle brüt kar marjinin kaliteden kaynaklanan fiyat farklarının eliminasyonunda kullanılması mümkündür. Keza, TOB Giyim A.Ş. ürünlerinin satış fiyatları maliyetten kaynaklanan kalite farkı nedeniyle yüksektir. Bu yüksek fiyatın içindeki markanın yarattığı etkiye belirlemek üzere, TOB Giyim A.Ş.'nin 2006, 2007 ve 2008 yılı gelir tablosunda yer alan Satılan Malın Maliyeti (SMM), Net Satışları ile kıyaslanmış, bulunan oran aynı cins ürünlerde yukarıda belirtilen fiyat farklarına eliminasyon için uygulanmıştır. Böylelikle, fiyat farkını yaratan değerden satılan malın maliyeti oranında kalite farkı düşülmüştür. Bir başka deyişle, fiyat farklarının brüt kar marji kadar olan kısmının markadan kaynaklanan fiyat farkını yansıtımı kabul edilmiştir. TOB Giyim A.Ş.'nin 2006, 2007 ve 2008 yıllarına ait SMM ve Net Satışlar gerçekleştirmeleri şöyledir: (EK: ⁵)

Yıl	2006	2007	2008
Net Satışlar (TL)	14.658.704	18.549.456	19.214.598
SMM (TL)	9.045.881	11.376.125	14.221.886
SMM/Net Satışlar	0,617	0,613	0,740
	1,000		
Ortalama SMM/Net Satışlar	0,657		
Ortalama Brüt Kar Marji	0,343		

Şirketin 2006, 2007 ve 2008 yıllarında SMM/Net Satışlar oranı sırasıyla, %61,7, %61,3 ve %74'dür. Kalite farkı için bu oranların ortalaması olan % 65,7 oranı tercih edilmiştir. Buna göre ortalama brüt kar marji, %34,3'dür. Bu oran, "Ceylan" markalı aynı cins ürünün fiyatı ile markasız veya güçsüz markanın fiyatı arasındaki farka uygulanmış ve her bir ürün bazında marka değer farkı hesaplanmıştır. Bu 10 adet ürünü ait kalite farkından arındırılmış fiyat farklarının ortalaması ise **%9,9'dur.** (EK: ⁹)

Bu değerlendmede, en yüksek ve en düşük farkları veren toplam 5 ürüne ait fiyatlar elimine edilerek daha muhafazakar bir yaklaşımla değerlendirme yapılması tercih edilmiştir. Buna göre, en yüksek oranlar olan battaniyede % 30, balıkçıkta % 16, tulumda % 15 ile en düşük oranlar olan hırkada % 1 ve sverşörte de % 2 oranları dikkate alınmaksızın ortalama yapılmış ve sonuçta kalan 5 ürüne ait ortalama olan % 7 oranı, fiyat primi yüzdesi olarak esas alınmıştır.

4.4.3. Fiyat Primi Yöntemine Göre Marka Değeri

Rapor'un 4.2.2. bölümünde projekte edilen satış rakamlarına % 7 fiyat primi yüzdesi uygulamak suretiyle yapılan hesaplama ekte sunulmaktadır. (EK: ⁹)

Sözkonusu fiyat primi yüzdesine göre bulunan satışlara, % 22,68 iskonto oranı üzerinden yapılan indirgeme sonucu bu yönteme göre "Ceylan" isimli markanın güncel değeri;

5.349.972 TL olarak tahmin edilmiştir.

4.5. NİHAİ MARKA DEĞERİ

"Ceylan" isimli marka değerlendirme çalışmalarımız sonucu,

- İsim haklarından kurtulma yöntemi kullanılarak hesaplanan marka değeri; **1.528.564 TL**,
- Fiyat primi yöntemine göre hesaplanan marka değeri ise, **5.349.972 TL**

olarak belirlenmiştir.

Her iki yönteme projekte edilen satışlar esas alınmak suretiyle hesaplanmış olmakla birlikte, isim hakkı oranı (% 2) ile fiyat primi oranı (% 7) arasındaki fark bu sonuca yol açmıştır.

Her iki yönteme göre bulunan marka değerleri, yapılan bu değerlendirme çalışmasında aynı oranda ağırlık verilerek değerlendirme yapmayı hak etmektedirler. İsim haklarından kurtulma yöntemine göre değerlmenin bir sözleşme ile filen sürdürülen sabit bir orana dayanıyor olması, fiyat primi yönteminin ise halen geçerli olan piyasa fiyatlarını yansıtıyor olması bu kanaatimizi güçlendirmektedir.

Buna göre, eşit ağırlıklı (%50-%50) değerlendirme esas alınarak ulaştığımız "Ceylan" isimli markanın değeri:

NİHAİ PAZAR DEĞERİ: 3.439.268 TL' dir. (EK: ¹⁰)

Rapor tarihi:

İstanbul, 03.Nisan.2009



Cemal Öztürk

Atilla Zaimoğlu

Sorumlu Ortak Baş Denetçi Sorumlu Ortak Baş Denetçi

EKLER

¹ **Marka tescil belgeleri**

² **Ceylan Giyim A.Ş. avukatından alınan beyan**

³ **Marka kullanım sözleşmesi**

⁴ **Ceylan Giyim A.Ş.'nin marka kullanımına ilişkin yazısı**

⁵ **TOB Giyim A.Ş. 2006, 2007 bilanço ve gelir tabloları ile 2008 gelir tablosu**

⁶ **TOB Giyim A.Ş. Ceylan markalı satışlar ve diğer satışlar dağılımı**

⁷ **İsim haklarından kurtulma yöntemine göre hesaplama tablosu**

⁸ **TOB Giyim A.Ş. yazısı**

⁹ **Fiyat primi yöntemine göre hesaplama tablosu**

¹⁰ **Ortalama marka değeri**



EK: 1

MARKA TESCİL BELGELERİ





T.C.
TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ

MARKA YENİLEME BEKLGESİ

Marka No : 98 005477 - Ticaret

CEYLAN

Marka Sahibi : CEYLAN GİYİM SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ
TÜRKİYE CUMHURİYETİ
Eski Hadımköy Yolu 1. Cad. 1. Sok. No:32 Büyüükçekmece
İSTANBUL

Emlakları : 10, 24, 25, 28
İlişiktedir.

İşbu Marka ilk defa 05/05/1998 tarihinde tescil edilmiş
olup, 556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükümünde
Kararnamenin 40. Maddesi gereğince 05/05/2008 tarihinden itibaren
ON YIL süreyle yenilenmiştir.

Kutay KUMBASAR
Enstitü Başkanı a.
Markalar Dairesi Başkanı

TÜRK PATENT [] ENSTİTÜSÜ



MARKA EMTİASI

Başvuru Numarası : 98/005477

El ve yüz havluları, banyo havluları, erkek, kadın ve çocuk için her türlü malzeme kumaşdan, peryeden, blujeans (kot) kumaşından, deriden, poplinden ve trikodan yapılmış giysiler; atlet, külət, sütyen, jöpon, kaşkorse, slip, pijama, eşofman, kombinezon, jogging kıyafeti, fanila, body, korse, jartiyer, sabahlık, gecelik, palto, manto, kaban, pardesü, yağmurluk, trençkot, mont, ceket, döpiyes, pantolon, etek, elbise, yelek, ceket takımı, gömlek, tişört, switşört, kazak, hırka, süveter, bluz, şort, bermuda şort, tulumlar, iş elbiseleri, okul önlükleri, spor yaparken giyilen giysiler, banyo ve plaj giysileri, pareolar, büstiyeler, çoraplar, ayak giysileri: ayakkabı, çizme, bot, terlik ve bunların parçaları, spor ayakkabıları ve bunların civileri, ayakkabı parçaları yanı pençeler, topuklar, konçlar, sayalar, başlıklar, şapkalar, bereler, baş örtüleri, pantolon askıları, giysi ilaveleri, kemeri, kravat, papyon, şal, kol bantları, bileklikler, dizlikler, suspansuvarlar, elde oynanan mekanik, elektrikli ve elektronik oyuncaklar, tavia, domino, okey, kızma birader, satranç, darmada oynanan oyuncaklar, hayvanlar için olanlarda dahil her türlü oyuncaklar, kayak, balıkçılık, tenis, halter, boks, basketbol, voleybol, masa tenisi ile ilgili malzemeler, toplar, ağlar, tenis masaları, bilardo masaları, raketler, golf sopaları, kireç sopaları ve bunları taşımak için özel çantalar (golf çantaları, kriket torbaları), eskrim silahları, paletler, patenler, kaykaylar, yılbaşı ağaçları için süsler, suni karlar ve çingiraklar.





T.C.
TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ

MARKA YENİLEME BELGESİ

Marka No : 188895 - Hizmet

CEYLAN

Marka Sahibi : CEYLAN GİYİM SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ
TÜRKİYE CUMHURİYETİ
Eski Hadımköy Yolu 1. Cad. 1. Sok. No:32 Büyükköy
İSTANBUL

Emliaisi : 35

Mağaza ve mağazalar zincirlerinin kurulması, yönetimi ve organizasyonu
ile ilgili danışmanlık hizmetleri.

İşbu Marka ilk defa 09/09/1997 tarihinde tescil edilmiş
olup, 556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde
Kararnamenin 40. Maddesi gereğince 09/09/2007 tarihinden itibaren
ON YIL süreyle yenilenmiştir.

Kutay KUMBASAR
Enstitü Başkanı a.

Markalar Dairesi Başkanı

TÜRK PATENT [C] ENSTİTÜSÜ



(2)

T. C.
TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ

MARKA YENİLEME BELGESİ

Marka No : 123121

Çeşidi : Ticaret



Marka Sahibi : CEYLAN GİYİM SAN. VE TİC. A.Ş.

Tabiyeti : TÜRKİYE CUMHURİYETİ

Adresi : Çobançeşme Mah.Bilge Sok.No.10 Y.Bosna İSTANBUL

Emtiasi : 24, 25

Pantolonlar,bluzlar,tshirtler,eşofmanlar,anoraklar,kabanlar,gömlekler,ma
yolar,çamaşırılar,sünnet kıyafetleri,şapkalar,
kostümler,elbiseler,etekler,paltolar,yağmurluklar,sabahlıklar,gecelikler,el
divenler,kemerler,önlükler,havlular,bornoz.

İşbu Marka ilk defa 02/11/1990 tarihinde tescil edilmiş olup, 556 Sayılı
Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin 40. maddesi
gereğince 02/11/2000 tarihinden itibaren ON YIL müddetle yenilenmiştir.





T.C.
TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ

MARKA TESCİL BELGESİ

Marka No : 2006 07398 - Ticaret - Hizmet

CEYLAN
CYLN

Marka Sahibi : CEYLAN GİYİM SANAYİ VE TİCARET ANONİM
ŞİRKETİ
TÜRKİYE CUMHURİYETİ
Eski Hadımköy Yolu, 1. Cad. 1. Sok. No:32
Büyücekmece İSTANBUL
Emtiası : 25, 35
İlişiktedir.



Markaların Korunması Hakkında 556 Sayılı Kanun Hükmünde
Kararnameye göre 28/02/2006 tarihinden itibaren ON YIL müddetle
tescil edilmiştir.

Kutay EMBABAŞKAN
Enstitü Başkanı a.
Markalar Dairesi Başkanı

EK: 2

**CEYLAN GİYİM A.Ş. AVUKATINDAN ALINAN
BEYAN**





CEYLAN GİYİM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

19 Mart 2009, Persembe

“CEYLAN” MARKASI ÜZERİNDE BULUNAN TAKYİDATLAR HAKKINDA BİLGİ

Ceylan Giyim San.ve Tic.A.Ş. üzerine tescilli "CEYLAN" markası üzerinde:

- 1) İstanbul 7.İcra Müdürlüğü'nün 2008/25359 E sayılı dosyası ile Halk Bankası tarafından 6.509.293 TL'lik ,
 - 2) İstanbul 1.İcra Müdürlüğü'nün 2008/25609 E sayılı dosyası ile İnci Düğme Tekstil San.A.Ş. tarafından 68.584 TL'lik ,
konulmuş 2 haciz bulunmaktadır.

CEYLAN GİYİM SAN VE TİC A.Ş.

Yekili

Av.Belgin Saka

Liber



EK: 3

MARKA KULLANIM SÖZLEŞMESİ



Büyükçekmece
1. Noterliği

TESGİLE İSCİ CEYLAN" MARKASININ KULLANDIRILMASI HAKKINDA
LİSANS SÖZLEŞMESİ

№21955

(4)

13 EYLÜL 2005

1. Bir tarafta Ceylan Giyim San. ve Tic. A.Ş, (aşağıda Ceylan Giyim olarak anılacaktır.) diğer tarafta TOB Giyim San. Ve Tic.A.Ş.(aşağıda TOB olarak anılacaktır.) aralarında aşağıdaki şartlarla tescilli "CEYLAN" markasının kullandırılması için bir sözleşme yapmışlardır.
2. "CEYLAN" markası, sahibi olan Ceylan Giyim tarafından Türk Patent Enstitüsüne tescil edilmiştir. İş bu sözleşme ile marka sahibi, bu marka üzerindeki haklarından, Türkiye sınırları içindeki kullanma hakkını TOB ile birlikte kullanmak üzere devretmiştir. İşbu devir tarihinden itibaren her iki firma "CEYLAN" markasını Türkiye sınırları içinde, birlikte ve aynı hak ve yetkilere sahip olarak kullanacaklardır.
Markanın yurtdışında kullanım hakkı Ceylan Giyim'e aittir.
TOB gerek gördüğü hallerde markanın yurtdışı kullanımı için, her bir yabancı ülke için ayrı ayrı olmak üzere, Ceylan Giyim'in onayını alacak, ve her yeni ülke için marka kullanımını ayrı protokole bağlanacaktır.

TOB'un mevcut Japonya, Bulgaristan ve Slovenya için yıllık 100,000 euro'yu (üçünün toplamı) aşmayan satışları bu sınırlamanın dışındadır. Aşım halinde ayrı protokol düzenlenir.

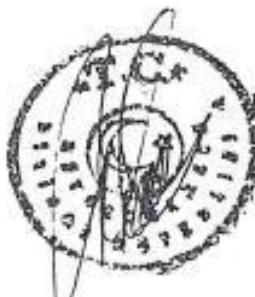
Taraflar markanın kullanılmasında birbirlerine zorluk çıkarmayacaklar, marka kullanımını kolaylaştıracaklardır.

3. Marka kullanma karşılığı olarak TOB, aylık cirosunun toplamı üzerinden, yanı toptan ve perakende cironun üzerinden (KDV hariç) birinci yıl için % 1, müteakip yıllar içinse % 2 yi karşılayacak miktarı Ceylan Giyim'e ödeyecektir.
Bu ödeme, nakit satışlarda kasa üzerinden temlik, kredi satışlarda banka hesapları üzerinden temlik ve toptan satışlarda biten ayın ilk 15 günü içinde ortalama dört ay vadeli çeklerle ödenecektir.

Her ayın ücreti, ayın bitiminden itibaren 15 gün içinde ödenecektir. Ciro miktarının tesbiti için yapılacak çalışmaya Ceylan Giyim temsilcisi ile katılacak, TOB buna itiraz etmeyecektir. Eğer iki şirketin tesbitleri arasında fark olursa, Ceylan Giyim'in tutanağı ve tesbiti esas alınacak, ödeme bunun üzerinden yapılacaktır.

4. TOB gerçekleşen lisans bedelin yukarıda belirtilen şekilde ayın bitiminden itibaren 15 gün içinde ödemediği takdirde ilk gecikme ayı için ödenecek ücretin %10'u kadar, ilk ayı takip eden ve gecikilen her ay için aylık %5 gecikme faizi ödemekle yükümlü olacaktır.

Bir yıl içinde iki ay gecikme olursa, 7 günlük süre tanınarak ihtar edilir, bu ihtarla rağmen ödenmezse, marka lisans sözleşmesi başka bir işleme, ihtarla ve fesih bildirimine gerek olmaksızın sona erer.



W. Aksoy

S. Duman



21955

Lisans sözleşmesinin sona ermesinden itibaren TOB markayı hiçbir şekilde ve hiçbir yerde kullanmayacaktır. Sözleşmenin sona ermesinden sonra markanın kullanılması halinde yasal hukuki ve cezai yaptırımlara ek olarak TOB, Marka sahibi Ceylan Giyim'e beher ay için son ödemenin 3 katı kadar cezai şart öder.

3 EYLUL 2005

5. TOB'un ticari işlem ve muhasebe kayıtlarının incelemeye alınması ve bazı işlemlerin hatalı görülmesi gibi nedenler, o işlemlere konu teşkil eden satışlar üzerinden ilk yıl için % 1, ve sonraki yıllar için % 2 prim ödenmesini geciktirmez. Bu durumda 7 günlük süre tanınarak ihtar edilir, ihtar'a rağmen ödeme yapılmazsa, Marka Lisans sözleşmesi kendiliğinden sona erer. Sona erme durumunda yukarıdaki 4. madde hükümleri uygulanır.

6. TOB bu lisans sözleşmesi ile elde ettiği hakları başkasına doğrudan veya dolaylı olarak devredemez, bu ünvan ile benzerlik ve iltibas teşkil edecek başka marka ve ünvanı kullanamaz, bu benzerliği taşıyan marka kullanıcıları ile işbirliği yapamaz, eğer yaparsa ve ihtar'a rağmen bu eylemlere son vermezse, bu lisans sözleşmesi Ceylan Giyim tarafından tek taraflı olarak feshedilir.

Ancak, yaptığı ve yapacağı franchising(bayilik) sözleşmeleri bu kapsamın dışındadır.

7. TOB'un markayı pazarda ve toplum nezdinde küçük düşürdüğü yolunda bir tesbit yapıtrılması halinde, bu uygulamaya derhal son verilmesi ihtar edilir. Buna rağmen küçük düşürücü uygulama devam ederse sözleşme tek taraflı feshedilir. Sona ermeden sonra markanın haksız kullanımına yukarıdaki 4. madde uygulanır.

8. Senede bağlanmış ve bağlanmamış alacaklar ile, kira alacakları dahil olmak üzere tüm Ceylan Giyim alacaklarının zamanında ödenmemesi halinde, ödeme için tanınacak 7 günlük ek süreye rağmen ödeme yapılmazsa, Lisans Sözleşmesi Ceylan Giyim tarafından tek taraflı olarak feshedilir.

9. İşbu sözleşme 5 yıllıktir. 5 yıllık sürenin bitiminden 2 ay evvel, taraflar yazılı olarak fesh-i ihbarda bulunmazlarsa sözleşme 1 yıl süre ile kendiliğinden yenilenir. Müteakip 1'er yıllık dönemler için de aynı şekilde hareket edilir.

10. Uyuşmazlıkların hallinde taraflar birer hakem seçerler. Bu iki hakem tarafından üçüncü bir hakem seçilir. Hakem mahkemesinde İstanbul Ticaret Odasının Talmud kuralları uygulanır.

11. İşbu sözleşme 21.09.2005. tarihinden geçerlidir.

**CEYLAN GİYİM SAN.
VE TİC. A.Ş**

CEYLAN GİYİM SAN.ETİC.A.Ş.
Eski Hadimköy Yolu 1.Cad. 1.Sok. No:12
Büyükoğlu Mah. - İSTANBUL
Tel: (0.212) 886 59 95 / 4 Hat
Fax: (0.212) 886 59 76
(0.212) 886 59 262

**TOB GİYİM SAN.
VE TİC.A.Ş.**

TOB
Giyim Sepetli ve Ticaret A.Ş.
Eski Hadimköy Yolu Birinci Cad. Birinci Sk.
No:32 Büyükoğlu/İSTANBUL - TURKEY
Tel: 0212 866 38 00 Fax: 866 86 72
Büyükoğlu Mah. V.D. 2080187332

BÜYÜKÇEKMECE 1. NOTERİ
MAHMUT USTAHALİOĞLU
Londra Asfaltı Üzeri Pınar Apt
75/8 Büyükçekmece/İSTANBUL
683 64 92

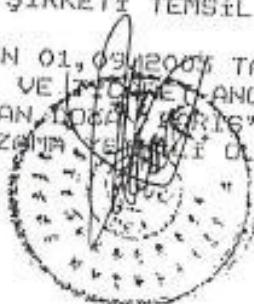
TÜRKİYE
CUMHURİYETİ

Tarih: 12/09/
Sayfa: 1.1
Grup : A
Yevmiye No:

İşbu lisans sözleşmesi altındaki imzanın Şahis ve Kimliği İbraz Ettiği BAKIRKÖY Nüfus Müdürlüğüne Değiştirme nedeni ile, 09/01/1992 tarih, 1.640 kayıt, H05 seri ve 910 sicil numarası ile verilme fotoğraflı Nüfus Cüzdanına göre İSTANBUL ili, EMİNÖNÜ ilçesi, MOLLAHÜSREV 022/03 cilt, -- e le sira ve 230 sira numaralarında kayıtlı bulunan İSMAIL İ EMİNE oğlu İSTANBUL 05/05/1949 doğumlu MUSTAFA BÜLENT ATUK ve GAZİOSMANPAŞA Nüfus Müdürlüğüne Değiştirme nedeni il 12.07.1986 tarih, 69,2302 kayıt, B07 seri ve 519117 sicil numarası ile verilme fotoğraflı Nüfus Cüzdanına göre; ANKA İLİ, ALTINDAĞ ilçesi, SAKARYA KÖYÜ 078/02 cilt, 92 aile sira 265 sira numaralarında kayıtlı bulunan AHMET CAHİT İL FATMA VİLDAN oğlu ANKARA 01.01.1957 doğumlu HASAN DOĞAN BAŞKIBİNBEG YILI EYLÜL AYININ 02.09.2005 GÜNÜ. 12/09/2005
M/D

#21951

BÜYÜKÇEKMECE 1. NOTERİ
MAHMUT USTAHALİOĞLU



DAYANAK.....: BÜYÜKÇEKMECE 1. NOTERLİĞİNDEN 11, NİSAN, 2005 TARİH VE 11782 YEVMIYE NUMARALI CEYLAN GİYİM SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ'NE AİT ŞİRKET İMZA SİRKÜLERİİNDE M. BULENT ATUK'UN MÜNFERİT İMZALARIYLA ŞİRKETİ TEMSİL VE İLZAMA YETKİLİ OLDUĞU GÖRÜLDÜ
BÜYÜKÇEKMECE 1. NOTERLİĞİNDEN 01.03.2005 TARİH VE 21024 YEVMIYE NOLU TOB GİYİM SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ'NE AİT ŞİRKET İMZA SİRKÜLERİİNDE HASAN DOĞAN BAŞKİBİNBEG'İN MÜNFERİT İMZALARIYLA ŞİRKETİ TEMSİL VE İLZAMA YETKİLİ OLDUĞU GÖRÜLMÜŞTİR.



15.07.2008

**TOB GİYİM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
GENEL MÜDÜRLÜĞÜ'NE**

Ülkemizde yaşanan durgunluk ve ekonomik sıkıntılar gereğesi ile 14.07.2008 tarihinde yapmış olduğunuz tarafınıza faturalanan Ciro Priminin %2'den %1'e indirilmesine ilişkin talebiniz tarafımızca görüşülmüş ve makul bulunmuştur.

Söz konusu ciro priminiz 01.07.2008 tarihinden 31.12.2008 tarihine kadar geçici süreliğine %1 olarak hesaplanıp faturalanacaktır.

Bilgilerinize,

CEYLAN GİYİM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

CEYLAN GİYİM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
Eski Hadimköy Yolu 1. Çeviri Mah. No: 12
5. Çıkmada - İSTANBUL
Telefon: 0212 57 76 4461
Fax: 0212 57 76 4778



EK: 4

**CEYLAN GİYİM A.Ş.'NİN MARKA KULLANIMA
İLİŞKİN YAZISI**





26 Mart 2009

AC İSTANBUL ULUSLARARASI BAĞIMSIZ DENETİM VE SMMM A.Ş.

Şirketimizin 01.09.2005 tarihinde TOB Giyim San. ve Tic.A.Ş. ile imzaladığı tescilli CEYLAN markasının kullanılması hakkında lisans sözleşmesi gereği; söz konusu markayı Türkiye sınırları içinde TOB Giyim San. ve Tic.A.Ş. ile birlikte kullanma hakkını, ayrıca yurt dışında ise Ceylan Giyim San.ve Tic.A.Ş. olarak kullanma hakkımızı kullanmadığımızı tarafınıza bildiririz.

CEYLAN markası sözleşme uyarınca yalnızca TOB Giyim San. ve Tic.A.Ş. tarafından kullanılmıştır.

Saygılarımlızla,

**CEYLAN GİYİM
SAN. ve TİC. A.Ş.**
Eski Hadımköy Yolu 11 Cad. 1. Sok.
No:32 Büyüükçekmece - İSTANBUL
Tel:(0212) 886 38 00 Fax:(0212) 886 57 76
R.Mükemmeliyet V.D.L 206 004 0282



EK: 5

**TOB GİYİM A.Ş. 2006, 2007 BİLANÇO VE GELİR
TABLOLARI İLE 2008 GELİR TABLOSU**



2006-2007

TAHAKKUK FİŞİ

T.C.
MALİYE BAKANLIĞI
İSTANBUL İLİ VD. BAŞKANLIĞI
034204 BÜYÜKÇEKMECE VERGİ DAİRESİ MÖDÜRLÜĞÜ

VERGİ KİMLİK NUMARASI 2080187332
SOYADI (UNVANI) TOB GİYİM SANAYİ VE
ADI TİCARET ANONİM ŞİRKETİ.
Ana Vergi Kodu 0010
KURUMLAR VERGİSİ



20080428195020000010
20080428195020000010

MAKİNA NO
SIRA NO

ADRES
ESKİ HADIMKÖY YOL
1.CD 1.SOKAK
32
BÜYÜKÇEKMECE İSTANBUL

Beyannamə işe kabul tarhi	Vergilendirme Dönemi	Düzenleme Tarihi
28/04/2008	01/2007-12/2007	28/04/2008

TÜRÜ	MATRAH	ORAN	TAHAKKUK EDEN	MAHSUP EDİLEN	ÖDENECEK OLAN	VADESİ
0010 KURV	179.648,03		35.929,61	35.838,30	91,31	30/04/2008
1047 DVER	0,00		26,10	0,00	26,10	30/04/2008
1048 5035	0,00		30,30	0,00	30,30	30/04/2008
				TOPLAM	147,71	

İşlem Türü: 0010

Thk Türü: 9000

YALNIZ YÜZKIRKYEDİ YTL YETMİŞBİR YKr.dir



KURUMLAR VERGİSİ BEYANNAMESİ
1010

BÜYÜKÇEKMECE VERGİ DAİRESİ MÜDÜRLÜĞÜ	DÖNEM TIPI Yıllık	Yıl 2007
---	----------------------	-------------

Vergi Kimlik Numarası	2080187332	İrtibat Tel No	212 8663853
E-Posta Adresi	gunelatalik@ceylanbebe.com.tr		
Ticaret Sicil No	412332		
Soyadı (Unvanı)	TOB GİYİM		
Adı (Unvanın Devamı)	SANAYİ VE TİCARET A.Ş.		

KURUMA BAĞLI ŞİYERLERİNİN TÜRÜ VE SAYISI	
Türü	Sayı

Çıkış Yeri		1
Şube		27

GEÇMİŞ YIL ZARARLARI		
Yıl	Tip	Zarar
2006	Diğer Zararlar	1.629,78
Ticari Bilanço Kar		16.021,76
Ticari Bilanço Zara		0,00

İLAVELER		
Türü		Tutan
Kanunen Kabul Edilmeyen Giderler		165.256,05
Kar ve İlaveler Toplamı		181.277,81
Cari Yılı Ait Zarar, İstisna ve İndirimler Toplamı		0,00
ZARAR		0,00
KAR		181.277,81
Diğer Geçmiş Yıl Zararları		1.629,78
İstisnadan Kaynaklanan Geçmiş Yıl Zararları		0,00
Mahsup Edilecek Toplam Geçmiş Yıl Zararları		1.629,78
İndirime Esas Tutar		179.648,03

Dönem Safi Kurum Kazancı	179.648,03
Gelecek Yılı Devreden Cari Yıl Zararları	0,00
Safi Kurum Kazancının Türkiye Dışında Elde Edilen Kısı	0,00
4325 Sayılı Kanun Kapsamında İndirime Esas Kazanç Tutarı	0,00
İşçi Sayısı	0
İndirim Oranı	0
4325 Sayılı Kanun Kapsamında Vergi İndirimi Uygulanacak Kazanca İsa	0,00
4325 Sayılı Kanun Kapsamında Önceki Yıldan Devreder İndirilecek Kurumlar Vergisi	0,00
İndirilecek Kurumlar Vergisi	0,00

VERGİ BİLDİRİMİ		
Kurumlar Vergisi Matrahı		179.648,03
Hesaplanan Kurumlar Vergisi		35.929,61
4325 Sayılı Kanun Kapsamında İndirilecek Kurumlar Vergisi		0,00
İndirim Sonrası Kurumlar Vergisi		35.929,61



MAHSUP EDİLECEK VERGİLER

Türü	Tutan
Geçici Vergi	35.838,30
Mahsup Edilecek Vergiler Toplamı:	35.838,30
Yabancı Ülkelerde Ödenen Vergilerden Cari Yılı Mahsup Edilemeyeip Gelecek Yılı Devreden Kısım	0,00
Ödenmesi Gereken Kurumlar Vergisi	91,31
İadesi Gereken Kurumlar Vergisi ve/veya Geçici Vergi	0,00
İadesi Gereken Kurumlar Vergisi	0,00
İadesi Gereken Geçici Vergi	0,00
Damga Vergisi	56,40
Kazancın Tespit Yöntemi	Bilanço
Bilanço Tipi	Tek Dütan Hesap Planı(Aracı Kur., Halka Açık Şirk. ve Finansal Kira. Dahil)

BEYANNAMENİN HANGİ SİFATLA VERİLDİĞİ

Mükellef
 Vergi Kimlik Numarası 2080187332
 Soyadı, Adı (Unvanı)
 TOB GLYİM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
 Ticaret Sicil No: 412332
 E-Posta Adresi
 gunelatalk@ceylanbebe.com.tr
 İrtibat Tel No: 212 8663853

Beyannameyi Düzenleyen Mükellef / SM / SMMM

Vergi Kimlik Numarası: 2080187332
 Soyadı, Adı (Unvanı)
 TOB GLYİM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
 Tic. Sic. No/Oda Sic. No: 412332
 E-Posta Adresi
 gunelatalk@ceylanbebe.com.tr
 İrtibat Tel No: 212 8663853



MALİ BİLGİLER

Aktif Toplamı	17.663.416,31
Ödenmiş Sermaye	885.105,24
Maddi Duran Varlıklar	402.958,84
Mali Duran Varlıklar	0,00
Stoklar	10.914.874,46
Toplam Kısa Vadeli Alacaklar	0,00
Yabancı Para Üzerinden Kısa Vadeli Alacaklar	0,00
Toplam Kısa Vadeli Borçlar	16.816.699,70
Yabancı Para Üzerinden Kısa Vadeli Borçlar	0,00
Toplam Uzun Vadeli Alacaklar	0,00
Yabancı Para Üzerinden Uzun Vadeli Alacaklar	0,00
Toplam Uzun Vadeli Borçlar	0,00
Yabancı Para Üzerinden Uzun Vadeli Borçlar	251.423,27
Net Satışlar	0,00
Satışların Maliyeti	18.549.456,22
Faaliyet Giderleri	11.376.125,96
Finansman Giderleri	6.818.583,05
Amortisman Giderleri	774.473,47
Diğer Faaliyetlerden Olağan Gider ve Zararlar	565.620,32
GVK Mülğa Mad. 19 Kapsamında Gelecek Yılı Devreden Yatırım İndirimi	165.256,05
GVK Geç. Mad 81'e Göre Tevkifata Tabii Gelecek Yılı Devreden Yatırım İndirimi	0,00
Gelecek Yılı Devreden Toplam Yatırım İndirimi	0,00
Gelecek Yılı Devreden AR-GE İndirimi	0,00

İŞLETME HESABINDA DEFTER TUTANLARA İLİŞKİN PERFORMANS BİLGİLERİ

Gelir	0,00
Gider	0,00
Finansman Giderleri	0,00
Amortisman Giderleri	0,00

E K L E R
TEK DÜZEN HESAP PLANI AYRINTILI BİLANÇO VE AYRINTILI GELİR TABLOSU (YTL)

AKTİF	Açıklama	Önceki Dönem (2006)	Carı Dönem (2007)
I. Dönem Varlıklar		7.919.606,30	15.735.146,60
A. Hazır Değerler		1.189.162,00	367.084,38
1. Kasa		177.934,25	181.039,50
2. Alınan Çekler		639.432,00	0,00
3. Bankalar		215.623,92	129.839,74
5. Diğer Hazır Değerler		156.171,83	56.205,14
B. Menkul Kymetler		0,00	300.000,00
3. Kamu Kesimi Tahvil, Senet ve Bonolar		0,00	300.000,00
C. Ticari Alacaklar		588.495,59	3.062.912,48
1. Alıcılar		451.208,56	1.691.461,73
2. Alacak Senetleri		69.811,00	1.338.650,00
5. Verilen Depozito ve Teminatlar		67.476,03	32.800,75
D. Diğer Alacaklar		20.881,00	119.446,99
1. Ortaklardan Alacaklar		20.881,00	20.881,00
5. Diğer Çeşitli Alacaklar		0,00	98.565,99
E. Stoklar		5.732.926,60	10.914.874,46
1. İlk Madde ve Malzeme		258.416,98	82.591,54



TEK DÜZEN HESAP PLANI AYRINTILI BİLANÇO VE AYRINTILI GELİR TABLOSU (YTL)

AKTİF	Önceki Dönem (2006)	Cari Dönem (2007)
Açıklama		
2. Yan Mamuller - Üretim	108.961,35	0,00
3. Mamuller	2.007.722,62	999.685,10
4. Ticari Mallar	3.184.227,45	9.477.893,45
7. Verilen Sipariş Avansları	173.598,20	354.904,37
G. Gelecek Aylara Ait Giderler ve Gelir Tahakkukları	172.035,52	412.269,61
1. Gelecek Aylara Ait Giderler	172.035,52	412.269,61
H. Diğer Dönen Varlıklar	216.105,59	558.558,68
1. Devreden KDV	203.224,82	546.805,67
4. Peşin Ödenen Vergiler ve Fonlar	5.096,77	5.096,77
5. İş Avansları	7.784,00	6.656,24
II. DURAN VARLIKLAR		
D. Maddi Duran Varlıklar	829.041,95	1.928.289,71
4. Tesis, Makina ve Cihazlar	277.638,15	402.958,84
6. Demirbaşlar	34.197,11	34.197,11
8. Birikmiş Amortismanlar (-)	914.690,00	1.145.918,57
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	671.248,96	777.156,84
1. Haklar	508.517,83	1.517.741,15
5. Özel Maliyetler	158.284,40	168.054,33
6. Diğer Maddi Olmayan Duran Varlıklar	594.827,72	1.929.700,04
7. Birikmiş Amortismanlar (-)	337.330,78	337.330,78
G. Gelecek Yıllara Ait Giderler ve Gelir Tahakkukları	581.925,07	917.344,00
1. Gelecek Yıllara Alt Giderler	42.885,97	7.569,72
AKTİF TOPLAMI	42.885,97	7.569,72
	8.748.648,25	17.663.416,31

DİPNOT

3-Aktif değerlerin toplam sigorta tutarı: 10.651.000,62 YTL

7-Kasa ve bankalardaki döviz mevcutları :

Kasa : 2840 USD Kur:1.1639 Toplam Tutarı : 3.305,48 YTL

600 EURO Kur: 1,7080 Toplam Tutarı: 1.025,40 YTL

Bankalar : 3146 USD Kur:1,1647 Toplam Tutarı: 3.664,15 YTL

8-Yurt dışından alacaklar (avanslar dahil) :

Müşteriler : EURO 29.301,60 Kur:1,7102 Toplam Tutarı : 50.111,60 YTL

USD 4.857,01 Kur: 1,1847 Toplam Tutarı : 5.658,96 YTL

9-Yurt dışına borçlar (avanslar dahil) : EURO 281,87 Kur:1,7102 Toplam Tutarı: 499,16 YTL

USD 48.632,08 Kur: 1,1647 Toplam Tutarı : 56.641,79 YTL

15-İşletme sahibinin veya sermayesinin %10 ve daha fazlasına sahip ortaklarının :

Adı :Hasan Doğan Banlı Pay Oranı : %98 Pay Tutarı : 672.000,00 YTL

17- Stok değerlendirme yöntemi

a) Cari döneminde uygulanan yöntem : İlk Giren İlk Çıkar (FIFO)

b) Önceki dönemde uygulanan yöntem: İlk Giren İlk Çıkar (FIFO)

18- Cari dönemindeki maddi duran varlık hareketleri :

a) Satın alınan, imal veya inşa edilen maddi duran varlıklann malyeti : 288.774,76 YTL

b) Elden çıkarılan veya hurdaya ayrılan maddi duran varlık malyeti: 49.467,61 YTL

20- Cari dönemindeki ortalama personel sayısı : 167 Kişi

30- Bilançonun onaylanarak kesinleştiriliği tarih : 31.12.2007



Açıklama	Önceki Dönem (2006)	Cari Dönem (2007)
III. Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar		
A. Mali Borçlar	7.416.838,03	16.816.373,75
1. Banka Kredileri	708.894,81	660.420,55
2. Finansal Kiralama İşlemlerinden Borçlar	651.934,56	583.646,19
3. Ertelenmiş Finansal Kiralama Borçlanma	90.497,95	90.713,92
B. Ticari Borçlar	33.537,70	13.939,56
1. Satıcılar	5.934.896,48	15.344.628,84
2. Borç Senetleri	1.694.235,42	1.692.892,44
4. Alınan Depozito ve Terminatlar	4.240.661,06	13.416.795,40
C. Diğer Borçlar	0,00	34.941,00
1. Ortaklara Borçlar	72.974,47	99.531,65
4. Personelle Borçlar	20.244,36	5.515,93
D. Alınan Avanslar	52.730,11	94.015,72
1. Alınan Sipariş Avansları	386.289,02	312.455,48
F. Ödenecik Vergi ve Diğer Yükümlülükler	386.289,02	312.455,48
1. Ödenecik Vergi ve Fonlar	269.783,20	363.407,62
2. Ödenecik Sosyal Güvenlik Kesintileri	150.724,81	24.379,73
3. Vadesi Geçmiş Ertelenmiş veya Taksitlendirilmiş	42.611,54	0,00
G. Borç ve Gider Kargasılıkları	76.446,85	339.027,89
1. Dönem Kan Vergi ve Diğer Yasal Yükümlülük	0,00	35.829,61
H. Gelecek Aylara Aittir Gelirler ve Gider Tahakkukları	0,00	35.829,61
2. Gider Tahakkukları	44.000,05	0,00
IV. Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar		
A. Mali Borçlar	716.283,08	251.423,27
2. Finansal Kiralama İşlemlerinden Borçlar	101.259,81	0,00
3. Ertelenmiş Finansal Kiralama Borçlanma	118.607,92	0,00
B. Ticari Borçlar	17.348,11	0,00
2. Borç Senetleri	815.023,27	251.423,27
C. Öz Kaynaklar	615.023,27	251.423,27
A. Ödenmiş Sermaye	615.527,14	595.619,29
1. Sermaye	885.105,24	885.105,24
3. Sermaye Düzeltmesi Olumlu Farkları	700.000,00	700.000,00
C. Kar Yedekleri	185.105,24	185.105,24
1. Yasal Yedekler	1.973,09	1.973,09
E. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	1.973,09	1.973,09
1. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	198.519,44	271.551,19
F. Dönem Net Karı (zararı)	198.519,44	271.551,19
2. Dönem Net Zararı (-)	-73.031,75	-19.907,85
ASIF TOPLAMI	73.031,75	19.907,85
	8.748.648,25	17.663.416,31

GELİR TABLOSU

Açıklama	Önceki Dönem (2006)	Carı Dönem (2007)
A. Brüt Satışlar		
. 1. Yurtiçi Satışlar	16.164.374,18	20.189.911,15
. 2. Yurtdışı Satışlar	15.890.333,54	20.013.220,67
. 3. Diğer Gelirler	136.143,72	52.562,47
B. Satış İndirimleri (-)	337.896,92	124.128,01
. 1. Satıştan İadeeler (-)	1.505.670,03	1.640.454,93
	761.022,21	713.854,88

GELİR TABLOSU

Açıklama	Önceki Dönem (2006)	Cari Dönem (2007)
. 2. Satış İskontoları (-)	744.647,82	926.600,05
C. Net Satışlar	14.658.704,15	18.549.456,22
D. Satışların Maliyeti (-)	9.045.881,89	11.376.125,96
. 1. Satılan Mamuller Maliyeti (-)	2.564.414,81	2.547.079,19
. 2. Satılan Ticari Mallar Maliyet (-)	6.481.467,08	8.829.046,77
Brüt Satış Karı veya Zararı	5.612.822,26	
E. Faaliyet Giderleri (-)	4.930.666,58	7.173.330,26
. 2. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri (-)	3.397.635,73	6.816.583,05
. 3. Genel Yönetim Giderleri (-)	1.533.030,85	5.121.893,14
Faaliyet Karı veya Zararı	1.694.589,91	
F. Diğer Faaliyetlerden Olağan Gelir ve Karları	682.155,68	356.747,21
. 3. Faiz Giderleri	53.062,56	499.785,58
. 7. Kambiyo Karları	88,52	3.872,37
. 10. Diğer Olağan Gelir ve Karları	35.606,32	53.425,04
G. Diğer Faaliyetlerden Olağan Gider ve Zararları (-)	17.367,72	442.488,17
. 3. Menkul Kıymet Satış Zararları (-)	2.190,91	8.346,85
. 4. Kambiyo Zararları (-)	0,00	1.934,85
. 7. Diğer Olağan Gider ve Zararları (-)	0,00	4.412,00
H. Finansman Giderleri (-)	2.190,91	0,00
. 1. Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	747.701,57	774.473,47
Olağan Kar veya Zarar	747.701,57	774.473,47
I. Olağan Dışı Gider ve Karları	-14.674,24	75.712,47
. 2. Diğer Olağanlısı Gider ve Karları	13.044,46	105.565,34
J. Olağanlısı Gider ve Zararları (-)	13.044,46	105.565,34
. 3. Diğer Olağanlısı Gider ve Zararları (-)	71.401,97	165.256,05
Dönem Karı veya Zararı	71.401,97	165.256,05
Dönem Net Karı veya Zararı	-73.031,75	16.021,76
DİPNOT	-73.031,75	16.021,76

1-Docx

• Dövizdeki en fazla tarih gidenler ile itfa ve tüketme peşfanı : 565.620,32 YTL

aa) Normal amortisman gideri : 140.999,15 YTL

b → It's Payt : 424.621.17 YTL

3-Doğrudan gider yazılımlar : 774.473.47 ve

10- Varsa tamamen veya kısmen fili stok sayımı yapılmamasının gerekliliği ; 31 Aralık 2007 tarihinde fili stok sayımı yapılmamıştır.



KAR DAGITIM TABI OSU (XTI)

Açıklama	Önceki Dönem (2006)	Cari Dönem (2007)
3. Geçmiş Dönemler Zararı(-)	73.031,7500	19.907,8500

KURUM ORTAKLARINA VE YÖNETİM KURULUŞLARI İÇİN

DEVLET YÖNETİM KURULU ÜYELERİNE İLİŞKİN LİSTE

KURUM ORTAKLARINA VE YÖNETİM KURULU ÜYELERİNE İLİŞKİN LİSTE

Genel Md/ Müd Kurulu Oyusu	Y. Orjek Temsilci	Kanuni Vergi Kimlik No	Soyadı / Unvanı	Adı / Unvanın Devamı	İkametgah Adresi	TC Kimlik No	İntibat Telefon No	Hisse Oranı
*	*	1420123968	BARIŞ	HASAN DOĞAN	SARAY ARKASI SK.NİHAT BEY APT.NO:57 D:6 AYAZPAŞA GÜMÜŞSUYU-TAKŞIM-İST.	11101067120	2128663800	96,00
*	*	1420142475	BARIŞ	ŞAFAK	SARAY ARKASI SK.NİHAT BEY APT.NO:57 D:6 AYAZPAŞA GÜMÜŞSUYU-TAKŞIM-İST.	11092067444	2128663800	1,00
*	*	1420474995	BARIŞ	ASU	SARAY ARKASI SK.NİHAT BEY APT.NO:57 D:6 AYAZPAŞA GÜMÜŞSUYU-TAKŞIM-İST.	37878045160	2128663800	1,00
*	*	8590289310	TOZAKÇI	GÜLSÜM	TELSİZ MAH.93.SK.NO:16 OLGUN APT.KAT:3 ZEYTİNBURNU-İST.	47491448584	2128663800	1,00
*	*	2180075524	ÇAOĽAYAN	AHMET AYBARAS	AKTAS SİTESİ LALE İ BLOK D:14 LEVAZIM MAHLEVENT-BEŞİKTAŞ- 13205642272 İST.		2128663800	1,00



01 NIS '09 16:09

8865776

TO:

0212 2130655 501

2008

TAHAKKUK FİŞİ						
T.C MALİYE BAKANLIĞI İSTANBUL İLİ VD. BAŞKANLIĞI 034204 BOYÜKÇEKMECE VERGİ DAİRESİ MÜDÜRLÜĞÜ			 20090216195020000830 20090216195020000830			
VERGİ KİMLİK NUMARASI	2080187332		MAKİNA NO			
SOYADI (UNVANI) ADI	TOB GİYİM SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ.		SIRA NO			
Ana Vergi Kodu	0033		ADRES			
KURUM GEÇİCİ VERGİ			ESKI HADIMKOY YOLU 1.CADDE 1.SOKAK 32 34 BOYÜKÇEKMECE İSTANBUL			
Beyanname İse kabul tarihi	Vergilendirme Dönemi	Düzenleme Tarihi				
16/02/2009	10/2008-12/2008	16/02/2009				
TÜRÜ	MATRAH	ORAN	TAHAKKUK EDEN	MAHSUP EDİLEN	ÖDENECEK OLAN	VADESİ
0033 KGV	0,00		0,00	0,00	0,00	17/02/2009
1047 DVER	0,00		9,60	0,00	9,60	17/02/2009
1048 5036	0,00		16,90	0,00	16,90	17/02/2009
TOPLAM					26,50	
İşlem Türü 0010 Thk Türü 9000						
YALNIZ YİRMİALTı TL ELLİ Kr'dır						

*M. Caner Öztürk**213 06 59*

01 NIS '09 16:09

8865776

TO:

0212 2130655 502



GEÇİCİ VERGİ BEYANNAMESİ
(Kurumlar Vergisi Mükellefleri İçin)

1032

BÜYÜKÇEKMECE
VERGİ Dairesi MÖDÜRLÜĞÜ

DÖNEM TIPI
Geçici Vergi Dönemi (Normal Dönem)

Yıl
Dönem

2008

4. Dönem

Vergi Kimlik Numarası:	2080187332	İntibat Tel No	212 8663803
E-Posta Adresi:	dogansolak@ceylanbebe.com.tr		
Ticaret Sıfatı No:	412332		
Soyadı (Unvanı):	TOB GİYİM		
Adı (Unvanın Devamı):	SANAYİ VE TİCARET A.Ş.		

	ZARAR	KAR
Ticari Bilişçi Karı veya Zararı	3.845.074,70	0,00
İşletmeden Çekilen Enfasyon Düzeltmesi Farkları	404.188,56	0,00
Kar ve İllâveler Toplamı	4.249.263,28	0,00
Zarar ve İndirimler Toplamı	4.249.263,28	0,00
Zarar	4.249.263,28	0,00
Kar	0,00	0,00
Mahsup Edilecek Geçmiş Yıl Zararları	0,00	0,00
İndirme Esas Tutar		0,00
Toplam		0,00
Dönem Zararı		0,00
Geçici Vergi Matrahı		4.249.263,28
Önemli Dönenimde Hesaplanan Geçici Vergi		0,00
Ödenmesi Gereken Geçici Vergi		0,00
Mahsup Edilecek Yabancı Ölkelerde Ödenen Vergi Tutarı		0,00
Mahsup Edilecek Tevkifat Tutarı		0,00
Mahsup Edilecek Geçici Vergi ve Tevkifat Tutarı Toplamı		0,00
Ödenenecek Geçici Vergi		0,00
Sonraki Döneme Devreden Yabancı Ölkelerde Ödenen Vergi Tutarı		0,00
Sonraki Döneme Devreden Tevkifat Tutarı		0,00
Damga Vergisi		28,60

VERGİ BİLDİRİMİ

Geçici Vergi Matrahı	0,00
Hesaplanan Geçici Vergi	0,00
Önemli Dönenimde Hesaplanan Geçici Vergi	0,00
Ödenmesi Gereken Geçici Vergi	0,00
Mahsup Edilecek Yabancı Ölkelerde Ödenen Vergi Tutarı	0,00
Mahsup Edilecek Tevkifat Tutarı	0,00
Mahsup Edilecek Geçici Vergi ve Tevkifat Tutarı Toplamı	0,00
Ödenenecek Geçici Vergi	0,00
Sonraki Döneme Devreden Yabancı Ölkelerde Ödenen Vergi Tutarı	0,00
Sonraki Döneme Devreden Tevkifat Tutarı	0,00
Damga Vergisi	28,60

Kazancın Tespit Yöntemi:

Bilanço Tipi:

Bilanço
Tek Dilzen Hesap Planı(Aracı Kur., Halka Açık Şirk. ve Finansal Kira. Dahil)



01 NIS '09 16:09

8865776

TO:

0212 2130655 503

BEYANNAMENİN HANGİ SİFATLA VERİLDİĞİ		Beyannameyi Düzenleyen Mükellef / SM / SMMM	
Mükellef		Vergi Kimlik Numarası	
Vergi Kimlik Numarası	2080187332	Soyadı, Adı (Ünvanı)	
Soyadı, Adı (Ünvanı)		TOB GİYM	
TOB GİYM ✓	SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	TOB GİYM ✓	SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
Ticaret Sicil No	412332	Tic. Sic. No/Oda Sic. No	412332
E-Posta Adresi		E-Posta Adresi	
dogensolak@ceylanbebe.com.tr		dogensolak@ceylanbebe.com.tr	
İrtibat Tel No	212 8663903	İrtibat Tel No	212 8663903

EKLER

FATURA BİLGİLERİ

Merkez /- Matbaa / Noter Şube	Matbaa / Noter T.C. Kimlik No	Fatura Tarihi	Fatura Seri - Sıra No	Alici T.C. Kimlik No	Alici Vergi Kimlik No	Tutarı
Merkez	8130101365	31/12/2008	328792		1420538289	109.333,69

TEK DÜZEN HESAP PLANINA UYGUN GELİR TABLOSU (TL)

Açıklama	Cari Dönem (2008)
A. Brüt Satışlar	22.895.329,96
. 1. Yurtiçi Satışlar	22.575.550,72 ✓
. 2. Yurtdışı Satışlar	53.682,21 ✓
. 3. Diğer Gelirler	68.089,03 ✓
B. Satış İndirimleri (-)	3.480.731,39
. 1. Satıştan İadeler (-)	1.808.687,28 ✓
. 2. Satış İskontolar (-)	1.874.044,11 ✓
C. Net Satışlar	19.214.598,57
D. Satışların Maliyeti (-)	14.221.886,34
. 2. Satılan Ticari Mallar Maliyeti (-)	14.221.886,34 ✓
Brüt Satış Karı veya Zararı	4.992.712,23
E. Faaliyet Giderleri (-)	7.895.838,55
. 2. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri (-)	5.951.009,69 ✓
. 3. Genel Yönetim Giderleri (-)	1.944.828,86 ✓
Faaliyet Karı veya Zararı	-2.903.124,32
F. Diğer Faaliyetlerden Olağan Gelir ve Karları	400.483,86
. 3. Faiz Gilleri	1.145,12 ✓
. 7. Kampanyo Karları	99.249,06 ✓
. 10. Diğer Olağan Gelir ve Karları	330.089,68 ✓
G. Diğer Faaliyetlerden Olağan Gider ve Zararları (-)	373.303,96
. 3. Menkul Kymet Satış Zararları (-)	1.633,62 ✓
. 4. Kampanyo Zararları (-)	371.670,33 ✓
H. Finansman Giderleri (-)	633.317,02
. 1. Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	633.317,02 ✓
I. Olağan Kar veya Zarar	-3.479.261,43
. 1. Olağan Dışı Gider ve Karları	38.375,31 ✓
. 2. Diğer Olağandışı Gider ve Karları	38.375,31
J. Olağandışı Gider ve Zararları (-)	404.188,58
. 3. Diğer Olağandışı Gider ve Zararları (-)	404.188,58 ✓
Dönem Karı veya Zararı	-3.845.074,70
Dönem Net Karı veya Zammı	-3.845.074,70 ✓



EK: 6

TOB GİYİM A.Ş. CEYLAN MARKALI SATIŞLAR VE DİĞER SATIŞLAR DAĞILIMI



6. MADDE "CEYLAN" MARKASI SATIŞ DAĞILIMI

	2008	2007	2006
CEYLAN MARKASI SATISI			
CEYLAN MARKASI HARICI (DETAYI ASAGIDADIR)			
(MAYO, AYAKKABI, ÇANTA, KEMER, SPAYDIRMEN VE WINKS PIJAMA TK., BAYRAMLIK ÖZEL KOLLEK. GIRLS ONLY vb.)			
TOPLAM SATIS			
	12,321,250.00	16,845,150.00	13,997,700.00
	6,827,260.00	1,580,178.00	323,207.00
	19,148,510.00	18,425,328.00	14,320,907.00

11. MADDE

	2008	2007	2006
ILAN, REKLAM, PROMOSYON vb.HARC.	71,571.00	189,632.00	54,441.00



T.C.
Glyptim Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Eski Hatemî Yolu Mah. Gaziemir Mah. 52
No:32 Esenler/İstanbul/TURKEY
Tel:0212 619 20 00 Fax:0212 619 65 72
E-posta: esen@glas.com.tr Tel: 018 7332

EK: 7

**İSİM HAKLARINDAN KURTULMA YÖNTEMİNE
GÖRE HESAPLAMA TABLOSU**



CEYLAN

	GERÇEKLEŞMELER			PROJEKSİYONLAR					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
CEYLAN MARKALI SATIŞLAR Anlık Yüzdesi	13.999.700	16.845.150 0,20	12.321.250 0,27	12.837.313 0,05	14.877.809 0,15	17.109.596 0,15	18.820.555 0,10	20.137.994 0,07	21.547.654 0,07
CEYLAN MARKALI OLMAYAN SATIŞLAR	323.207	1.590.178	6.827.240						
TOPLAM NET SATIŞLAR	14.320.907	18.425.328	19.148.510						

TL



CEYLAN

İSİM HAKLARINDAN KURTULMA YÖNTEMİ HESAPLAMA TABLOSU

YILLAR	TL	1	2	3	4	5	6
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Markali Net Satışlar	12.937.313	14.877.909	17.109.596	18.800.655	20.137.994	21.547.654	
% 2 İsim Hakkı Bağelli İndirim	258.748	297.558	342.192	378.411	402.700	430.933	
İLK 5 YILIK NAKİT AKIMI BUGÜNLÜ DEĞERİ	210.912	197.708	185.331	166.176	144.936		
Sabit Büyüme Oranı	0,02	0,59					
KALINTI DEĞERİ	623.501	0,41					
NET BUGÜNLÜ DEĞER TOPLAMI (NPV)	1.538.564	1,00					



EK: 8

TOB GİYİM A.Ş. YAZISI



• Sayfa 3

4. TOB GİYİM'İN SATTIĞI TÜM CEYLAN MARKALI ÜRÜNLERLE, AYNI ÜRÜNLERİ MARKASIZ VEYA GÜÇSÜZ BİR MARKA ALTINDA SATAN EN AZ 2 FİRMAYA AİT SON 1 YILLIK (VARSA SON 2 YILLIK) FİYAT LİSTELERİ:

İstenilen listelere ulaşmak mümkün değildir. Ancak Ceylan markalı ürünlerin fiyat aralığının markalı ürünler bakımından piyasa ortalaması seviyelerinde olduğu bilinmektedir. TOB Giyim'in son iki yıllık ortalama (KDV dahil net perakende satış) fiyatlarıyla bazı ürünlerin 2008-2009 kış sezonusu başı ve sonundaki indirimli (peşin perakende satış) fiyatları aşağıda belirtilmiştir.

Yıl/Sezon	Ortalama PSF (TL)
2007/Yaz	15,7
2007/Kış	18,3
2008/Yaz	13,2
2008/Kış	17,0

Ürün Cinsi	Sezon Başı PSF (TL)	Sezon Sonu İndirimli PSF (TL)	Sezon Ortalaması (TL)
Badi	14,99	7,99	11,49
Battaniye	34,99	14,99	24,99
Balıkçı	14,99	10,99	12,99
Svetşört	24,99	9,99	17,49
Tulum	22,99	12,99	17,99
Eşofman Pantolon	29,99	12,99	21,49
Hırka	34,99	14,99	24,99
Kazak	37,99	17,99	27,99
Fermuarlı Svetşört	37,99	17,99	27,99
Dokuma Pantolon	39,99	17,99	28,99



TOB
Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Eski Hadimköy Yolu Birinci Cad. Birinci Sk.
No:32 B.Çekmeköy/İSTANBUL - TURKEY
Tel: 0212/ 866 38 00 Fax: 866 66 72
Bölyöğlu/ekmekci v.o. 8000197332

Markasız veya gücsüz markaların satış fiyatlarıya yaklaşık olarak şöyledir:

Ürün Cinsi	PSF (TL)
Badi	6,00
Battaniye	8,00
Balıkçı	7,50
Svetşört	9,50
Tulum	9,00
Eşofman Pantolon	12,00
Hırka	14,50
Kazak	14,50
Fermuarlı Svetşört	15,00
Dokuma Pantolon	17,00

Saygılarımla,


TOB
Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Eski Hasbahçe Mah. 1. Dönem 1. Blok No:32
34345 İstinye / İstanbul - TURKEY
Tel: (0212) 455 64 10 Fax: (0212) 254 06 72
Posta Adresi: 34345 Çankaya / Ankara - 0615 7032



EK: 9

**FİYAT PRİMİ YÖNTEMİNE GÖRE HESAPLAMA
TABLOSU**



CEYLAN

	GERÇEKLEŞMELER				PROJEKSİYONLAR			
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
CEYLAN MARKALI SATIŞLAR	13.999.700	16.845.160	12.321.250	12.937.313	14.877.909	17.109.596	18.820.555	20.137.994
Arız Yüzdesi	0,20	-	0,27	0,05	0,15	0,15	0,10	0,07
CEYLAN MARKALI OLMAYAN SATIŞLAR	323.207	1.580.178	6.827.280					0,07
TOPLAM NET SATIŞLAR	14.320.907	18.425.328	19.148.510					

TL



CEYLAN

FİYAT PRİMİ HESAPLAMA TABLOSU

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	ÜRÜN CİNSİ	CEYLAN İNDİRİMLİ FİYATLAR	GÜÇSÜZ MARKALI ÜRÜN FİYATLARI	MARKASIZ VEYA YANŞITILMIŞ FİYAT	MALİYET FARKI YANŞITILMIŞ FİYAT FARKI	FİYAT FARKI YÖZDESİ	SEÇİLMİŞ ÜRÜNLERDE ORTALAMA YÜZDE
							TL
Badi	7,99	6,00	1,99	0,68	0,11	0,11	
Battaniye	14,99	8,00	6,99	2,40	0,30	-	
Balıkçı	10,99	7,50	3,49	1,20	0,16	-	
Sveisört	9,99	9,50	0,49	0,17	0,02	-	
Tulum	12,99	9,00	3,99	1,37	0,15	-	
Eşefman Pantolon	12,99	12,00	0,99	0,34	0,03	0,03	
Hırka	14,99	14,90	0,49	0,17	0,01	-	
Kazak	17,99	14,50	3,49	1,20	0,08	0,08	
Fermuarlı Sveisört	17,99	15,00	2,99	1,03	0,07	0,07	
Dokuma Pantolon	17,99	17,00	0,99	0,34	0,06	0,06	
		2,59	0,59	0,099	0,070		

YIL	NET SATIŞLAR	2006	2007	2008	TL
	14.653.704 9.045.881 0,617	18.548.456 11.376.125 1.000	19.214.599 14.221.886 0,740		
	0,657 0,343				



CEYLAN (MARKA)**FIYAT PRİMİ YÖNTEMİNE GÖRE HESAPLAMA TABLOSU**

INDİRGENME ORANI FİYAT PRİMİ

0,2253
0,07

YILLAR	TL					
	1 2009	2 2010	3 2011	4 2012	5 2013	6 2014
Merkalî Net Satışlar	12.937.313	14.877.909	17.109.595	18.820.555	20.137.984	21.547.654
Fiyat Primi Farkı	905.612	1.041.454	1.197.672	1.317.438	1.409.860	1.508.395
İndirgenme						
ÜK5 YILLIK MAKİT AKMIM BUGÜNDÜK DEĞERİ	738.190	691.978	648.659	581.615	507.277	
Sabit Büyüklme Oranı	3.157.720	0,59				
KALINTI DEĞERİ	0,02					
NET BUGÜNDÜK DEĞER TOPLAMI (NPV)	2.182.253	0,41				
	5.349.972	1,00				



EK: 10

ORTALAMA MARKA DEĞERİ



CEYLAN				
DEĞERLEME YÖNTEMLERİ				
İsim Haklarından Kurtulma Yöntemi		YÖNTEM BAZINDA FIRMA DEĞERİ (TL)		
		1.528.564	0,50	764.282
Fiyat Primi Yöntemi		5.349.972	0,50	2.674.986
Ortalama Marka Değeri				3.439.268

