



Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş.
01.01.2013 – 31.03.2013 Dönemi
Ara Dönem Faaliyet Raporu
Seri IX No:29 Göre Hazırlanmıştır.

Kurumsal K nyeye

Ticaret Unvanı	: Teknosa İ ve Dış Ticaret A.ř.
Merkez Adresi	: Teknosa Plaza Batman Sokak No:18 Sahrayıcedit 34734 İstanbul
Bağlı Bulunduęu Ticaret Sicili Memurluęu	: İstanbul
Ticaret Sicil Numarası	: 434426
Ticaret Siciline Tescil Tarihi	: 3.3.2000
Tabi Olduęu Yasal Mevzuat	: Türkiye Cumhuriyeti Kanunları
Telefon ve Faks Numaraları	: Tel: 0216 468 36 36 Faks: 0216 478 53 47
İnternet Adresi	: www.teknosa.com
Sermaye	: 110.000.000 TL
İşlem Gördüęü Borsası	: Borsa İstanbul
Borsaya Kote Olma Tarihi	: 17 Mayıs 2012
İřlem Sembolü	: TKNSA
Dahil Oluęu Endeks:	: BIST 100

Ortaklığın Tarihçesi ve Gelişimi

Hacı Ömer Sabancı Holding A.Ş. bünyesinde 2000 yılında kurulan Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş., teknoloji ve elektronik ürünleri tüketiciye sunan bir teknoloji ve elektronik perakende zinciridir.

Teknosa'nın faaliyetleri mağazacılık ve bayi ağı olarak iki grup altında sınıflanmıştır. Teknosa, mağazaları aracılığı ile tüketici elektroniği ve görüntüleme, bilişim teknolojisi, telekom ürünleri ve beyaz eşya perakendeciliği ve bayi ağı aracılığı ile klima, beyaz eşya ve yazar kasa satışı yapmaktadır. Bayi grubu faaliyetleri içerisindeki klima satışları İklimsa markası çerçevesinde yapılanmıştır.

Mağazacılık ve bayi faaliyetlerinin yanı sıra Teknosa'nın bağlı ortaklığı Klik İç ve Dış Tic. A.Ş. internet üzerinden elektronik ticareti yapmaktadır. Klik faaliyetlerine aktif olarak 2012 yılı Mart ayından itibaren başlamıştır.

Şirket, 31 Mart 2013 tarihi itibarıyla Türkiye'de 145.358 metrekare net perakende satış alanına sahip 289 mağazada faaliyet göstermektedir.

Şirket'in 31 Mart 2013 tarihi itibarıyla personel sayısı 3.816'dır.

Şirket'in ana sözleşmesi kurumsal internet sitesinde yayınlanmaktadır.

Vizyon, Misyon ve Değerler

Vizyon

"Yenilikçi" ve "Fark Yaratan" kaliteli ürün ve hizmetleriyle faaliyet gösterdiği coğrafyalarda liderliğini sürdürmek.

Misyon

Yaygın satış kanallarıyla, sunduğu zengin ve kaliteli teknolojik ürün gamı ve kaliteli hizmetleriyle, müşterilerinin yanında olmak.

Değerler

Müşteri memnuniyetini ön planda tutan, etik kurallarının ve sosyal sorumluluklarının bilincinde, gelişime ve geliştirmeye açık, genç ve dinamik bir firmadır.

Kalite Politikası

Sunduğumuz teknolojik ürün gamı ve hizmetlerle; müşteri memnuniyetini ön planda tutan, tedarikçilerle ilişkilerini sürekli geliştiren, çalışanlarının gelişimine önem veren, kalite yönetim sisteminin sürekliliğini ve etkinliğini modern yönetim tekniklerini uygulayarak sağlayan, ölçen ve iyileştiren, yeniliklere açık bir firmayız.

Şikayet Yönetimi Politikası

Tüm etkileşim kanallarımızdan ulaşan şikayet ve talepleri, yasalar ve şirket kuralları çerçevesinde, gizliliğe önem vererek adil ve objektif olarak değerlendiren, böylelikle şikayet yönetim sistemini sürekli iyileştirerek müşteri memnuniyetini artıran bir firmayız.

Teknosa başta yönetimi ve çalışanları olmak üzere tüm menfaat sahipleri ile stratejik amaçlarına ulaşip sürdürülebilir bir büyüme sağlamak amacıyla çalışmayı kendisine prensip edinmiştir.

1.Küresel Ekonomik Görünüm

Dünya ekonomisi 2008’de yaşanan ve küresel olarak tüm ekonomileri etkileyen krizin etkilerini halen yaşamaktadır. Kriz ilk yıllardaki yıkıcılığından uzak olsa da batı ekonomilerindeki iyileşme süreci uzadıkça sosyal ve siyasi sorunların daha da artmasına neden olmaktadır. Bunun etkileri de tüketici davranışlarından, üretim süreçlerine kadar her türlü ekonomik değişkende kendisini hissettirmektedir. Krizin ilk yıllardaki yıkıcılığı ve şaşkınlığı atlatılsa da özellikle gelişmiş ülke ekonomilerindeki kırılganlık devam etmektedir.

2008’den bu yana ABD Merkez Bankası (FED) ardından Avrupa Birliği Merkez Bankası (ECB) ve son olarak Şubat 2013 de Japon Merkez Bankasının (BOJ) aldığı genişletici para politikası kararları ile başta finansal piyasalar olmak üzere tüketim ve üretim piyasalarında nispi bir toparlanma yaratmıştır. Ancak, ABD ve diğer gelişmiş ülkelerdeki parasal genişletici önlemler menkul ve gayrimenkul piyasalarını kriz öncesi seviyelerine getirse de aynı başarıyı üretim ve istihdam piyasaları için söylemek güçtür. Ülke büyümesi ile ilgili sorunlarının beraberinde pek çok makroekonomik olumsuzlukları da getirdiği unutulmamalıdır.

Ekonomik büyüme, deflasyon ve işsizlik gibi sorunlar gelişmiş ülkeler için giderek artan bir tehdit olmakla birlikte gelişmekte olan ülkelerde 2009-2011 yılı oldukça tatminkar geçmiştir. Başta BRİCT Ülkeleri olarak nitelendirilen Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Türkiye gibi ülkelerdeki büyüme oranlarının yüksekliği ve ekonomilerindeki canlılıkla bu duruma güzel bir örnek teşkil etmişlerdir. Bundan dolayı dünya ekonomisinin küresel olarak pozitif büyümesinde de sözü geçen ülkelerin rolü artmıştır.

Fakat 2012 yılı itibariyle gelişmiş ülkelere kaynaklı talep azlığı ve BRİCT ülkelerinde kriz sonrası görülen hızlı büyümenin getirdiği sorunlar nedeniyle alınan yavaşlatıcı tedbirler küresel büyümede gerilemeye neden olmuştur. 2013 beklentileri ise yukarıda ifade edilenlerle paralel bir seyir göstermektedir. Euro Bölgesinde resesyonun devamı beklenirken ABD’nin nispeten daha iyi bir ekonomik yapıyla birlikte pozitif büyümesinin devam edeceği öngörülmektedir. (IMF World Economic Outlook tahminlerine göre; Dünya genelindeki büyüme hızı 2013 yılı için %3,5 ABD %1,4, Euro Bölgesi %-0,2, Gelişmekte olan ülkeler ise %5,5 olarak beklenmektedir.)

Türk Ekonomisi’nin son yıllarda sergilediği olumlu performans, özellikle borç ve büyüme krizindeki Euro bölgesi ile kıyaslandığında çok net bir şekilde kendini göstermektedir.

Ülkemizde sağlanan hızlı büyüme ve bunun sonucunda düşen işsizlik AB’nin daha sorunlu Euro bölgesi ile karşılaştığında pozitif bir ayrışma göstermektedir.

Küresel ekonomi kırılganlığını sürdürmekle beraber başta gelişmekte olan ekonomiler ve yeni gelişmiş ekonomilerdeki canlılık umut vericidir. Bununla birlikte AB’ye göre daha iyi durumda bulunan ABD’nin ekonomik görünümü 2013 için olumlu nitelenmektedir. Ancak gevşek maliye ve para politikalarının yarattığı para bolluğu bazı ülkelerde ekonomiyi canlandırmaya yetmemiş, ekonomileri bu yolla canlanan ülkeler içinde daha sonra olası enflasyon tehdidi düşündürücü bir boyut kazanmıştır. Parasal genişlemenin sona ermesi veya eski boyutunda sürmemesi durumunda varlık fiyatlarının göstereceği tepki dikkatle izlenmesi gereken bir durum olarak karşımıza çıkabilir.

2.Türkiye Ekonomisindeki Görünüm

Türkiye'nin ekonomik görünüm ve göstergeleri yurt dışındaki pek çok ülkeyle kıyaslandığında daha iyi bir durumdadır. Ekonominin uzunca bir süre yaşadığı yapısal rahatsızlıklar ya ortadan kalkmış ya da etkisi azalmıştır. Ancak küresel ekonomideki gelişmeler Türk Ekonomisi'ni de etkilemektedir.

Ülkemizdeki en önemli yapısal sorunlardan olan 'yetersiz ve istikrarsız büyüme' sendromu büyük ölçüde aşılmıştır. Büyümenin sağlanmasına paralel olarak, gelir artışı, ticari hayat da canlanma ve işsizlikte azalma görülmüştür. OECD verilerine göre, 2012 yılı verileri tahmini olmak üzere 2003-2012 döneminde dünya ekonomisi % 3.5, OECD ülkeleri ise % 1.7 oranında büyürken, Türkiye Ekonomisi'nin ortalama %5,1 oranında büyüme sağlaması beklenmektedir. 2011 yılında %8.5 büyüyen Türk Ekonomisi, Çinden sonra en hızlı büyüyen ekonomi olarak dünya ikincisi olmuştur.

İlgili durum Türkiye Ekonomisini bir cazibe merkezi haline getirerek özellikle, 2008 krizinden sonra yabancı yatırımcıların da ilgisini artırmıştır. IMF projeksiyonuna göre Türkiye, GSYH (Gayri Safi Yurt İçi Hasıla) hesabıyla 2012-2016 döneminde 17. büyük ekonomi olacaktır. Ülkenin GSYH'si bu süreçte 876,6 milyar dolardan 1 trilyon 159,2 milyar dolara ulaşması beklenmektedir.

Ancak 2012-13 yıllarında dünya genelinde büyüme hızlarında aşağı yönlü bir eğilim gözlenmiştir. 2008 krizi sonrası küresel ekonominin itici gücü olan gelişmekte olan ülkeler (özellikle BRIC) yıllık büyüme tahminlerini düşürmüşlerdir. Söz konusu gerilemenin belli başlı iki nedenlerinden ilki; uzun süredir hızlı büyüyen BRIC ülkelerinin ekonomilerinde görülen ısınma ve enflasyonist baskılar, diğeri ise dünya ekonomisinin genelinde görülen durğunluğun bu ülkelerin ihracat ve yatırım harcamalarını düşürmesi olarak özetlenebilir.

Türkiye'nin 2012 yılı büyüme rakamı TÜİK tarafından yıllık %2.2 olarak açıklanmıştır. Büyüme rakamında dikkat edilmesi gereken en önemli husus ise büyümenin devam ettiği ancak daha kontrollü olduğudur. Ancak sözkonusu aşamada büyüme duyarlılığı yüksek olan bazı sektörlerin genel orana göre bir parça daha düşük büyüme gösterecekleri de gözardı edilmemelidir. 2013 yılı için Orta Vadeli Plan da (OVP) Türkiye'nin büyümesinin %4 olacağı tahmin edilmiştir.

Ekonomideki istikrarlı ortamın en önemli etkisi belirsizliğin azaltılması olmuş, bunun sonucu faizler de önemli gerilemeler sağlanarak alternatif maliyet aşağıya çekilmiştir.

Diğer taraftan para ve iktisat politikaları önlemleri sayesinde küresel risk algısında Türkiye'nin risk priminin düştüğü gözlemlenmiştir. Bunun somut bir göstergesi olarak Kasım 2012 de Fitch Kredi Derecelendirme Şirketi ülkemizin uzun vadeli yabancı para cinsinden notunu BB+'dan BBB-'ye yerel para cinsinden uzun vadeli kredi notunu ise BB+'dan BBB'ya yükseltmiştir. Son olarak 27 Mart 2013'de S&P Kredi Derecelendirme Şirketi ülkemizin uzun vadeli kredi notunu BB'den BB+'ya yükseltmiştir.

Özet olarak Türk Ekonomisi'nin geldiği konum ve dünya ekonomik konjonktürüne bakıldığında isirikarlı, yapısal sorunlarını önemli ölçü de azaltmış, büyüme potansiyeli güçlü bir yapı karşımıza çıkmaktadır. Zaman zaman yaşanan veya yaşanabilecek bazı dalgalanmaların ana eğilimde bir değişiklik yaşatması beklenmemelidir. Bu süreçte başta yabancı yatırımcılar olmak üzere risk algısında kendisini hissettirmektedir.

Bireysel harcamalar ve tüketim eğlimide söz konusu süreçten olumlu yönde etkilenmektedir. Perakende sektörü de tüketim ve beklenti açısından yukarıda özetlenen sebeplerden ötürü canlılığını koruyacaktır. Ancak artan rakebet şirketler açısından sürecin diğer unutulmaması gereken bir noktasıdır.

Pazarın Değerlendirilmesi

Ülkemizde perakende sektörü gerek demografik özelliklerimizden (TÜİK verilerine göre ülke nüfusunun ortalama yaşı 30,1'dir.) gerekse sosyoekonomik olarak hızlıca şehirleşme ve artan kişi başına milli gelir nedeniyle tüketimi eğilimi güçlü olan bir yapıya sahiptir.

Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD) Perakende Endeksi sonuçlarına göre, Kasım 2012'de organize perakendedeki yıllık ciro artışı %14 düzeyinde gerçekleşmiştir. Gıda perakendede yıllık ciro artışı %2, gıda dışı perakende de ise yıllık ciro artışı %12 olmuştur.

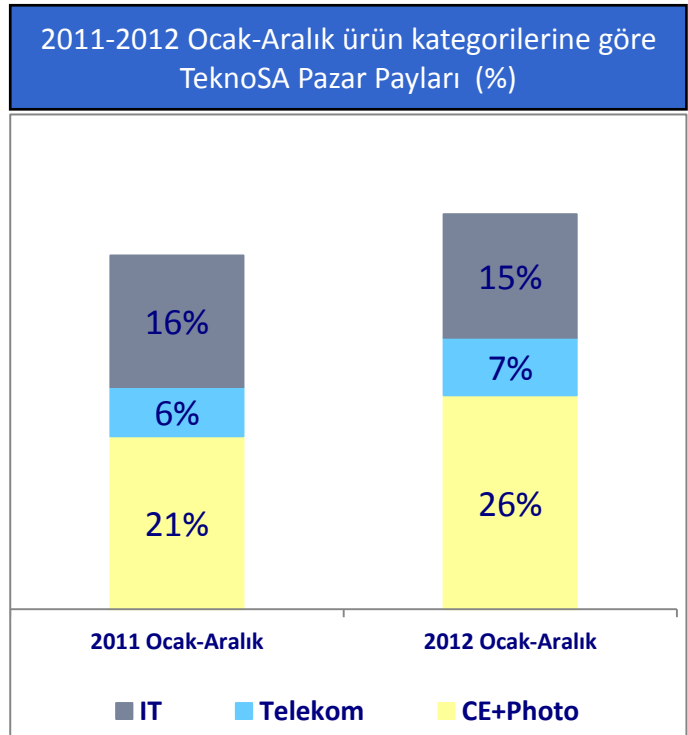
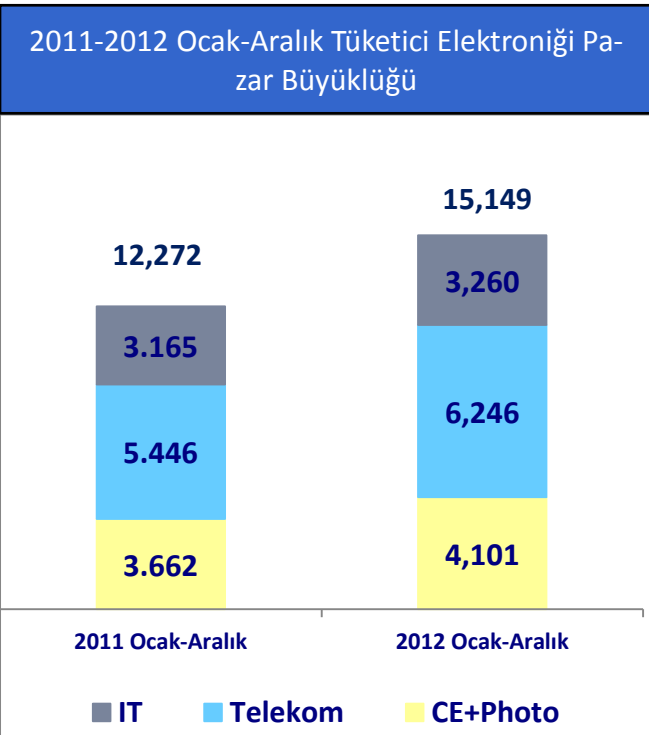
Bağımsız araştırma şirketi GfK'nın Teknoloji Perakende Panel Araştırması'na göre, 2012 yılı Ocak-Aralık dönemi itibarıyla Beyaz Eşya ve Küçük Ev Aletleri hariç tüketici elektroniği pazarı büyüklüğü yaklaşık olarak 15,149 milyar TL'dir. Geçen senenin aynı dönemine göre pazar %23 büyümeye göstermiştir.

Teknosa'nın performansına bakıldığında 2012 yılında, 2011 yılına göre %38 oranında büyümeye söz konusudur.

2012 yıl sonuçlarına bakıldığı zaman Teknosa'nın da içinde yer aldığı ve TSS olarak adlandırılan teknoloji marketlerinin (Bimeks, Darty, Electroworld, Gold Bilgisayar, Media Markt-Satürn, Vatan) tüketici elektroniği pazarındaki payı %35'dür. Vatan Bilgisayar datası Haziran 2012 itibarıyla GfK raporlarına eklenmiştir. Teknosa'nın TSS satış kanalındaki payı %42 seviyelerindedir. Buna ek olarak tüm tüketici elektroniği pazarındaki payı Aralık 2012 itibarıyla %14,5 şeklindedir.

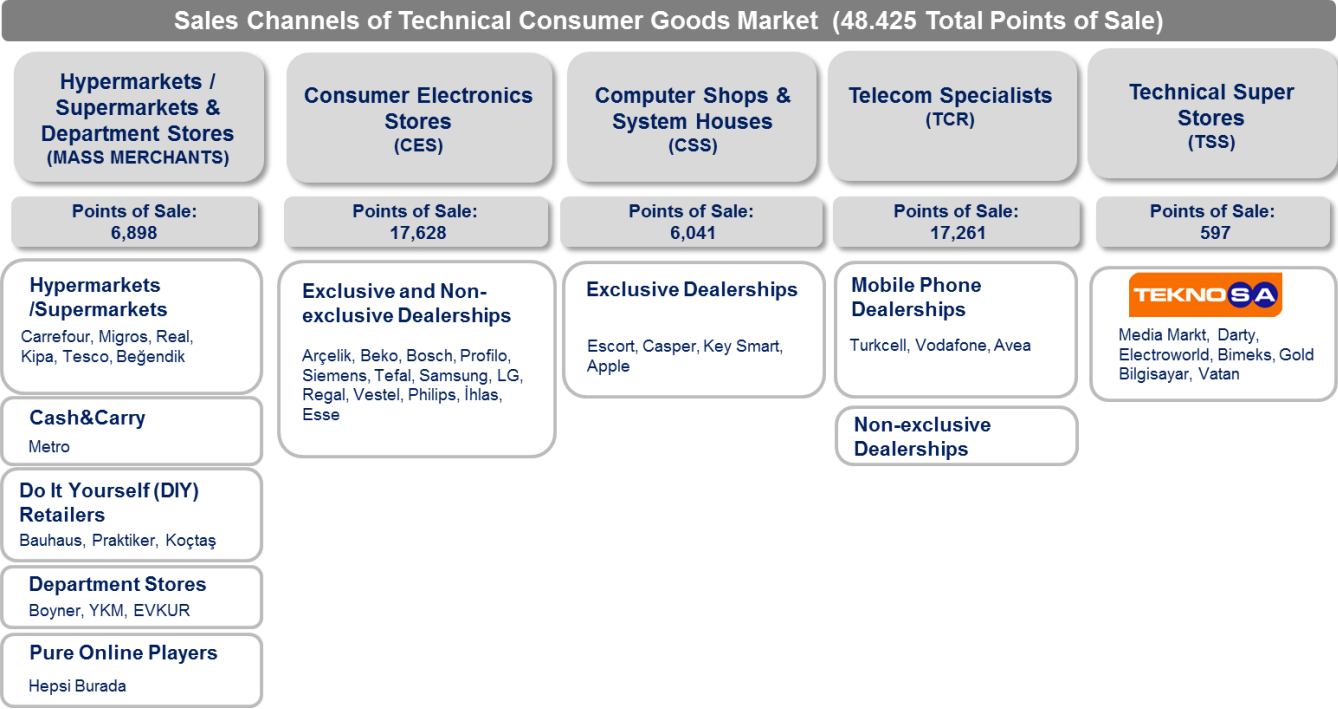
2011 yılında tüketici elektroniği pazarı büyüklüğü 12,272 milyar TL civarında idi. Bu rakam 2012 Aralık ayı itibarıyla %23 büyüyerek 15,149 milyar TL'ye ulaşmıştır. Ürün kategorileri ayrıntısında incelediğimizde en fazla büyümenin %28 ile Telekom kategorisinde olduğunu görüyoruz. Bu kategoriyi %24 büyümeye ile CE+Photo takip ederken, IT kategorisi %15 büyümeye göstermiştir..

Teknosa'nın Ocak - Aralık 2012 performansına baktığımız zaman, CE + Photo 'daki pazar payının 2011'e göre artarak %21'den %26'e çıktığı görülmektedir.



Aşağıdaki tabloda GfK Panel Market’de tanımlı satış kanalları ve bu kanalları temsil eden satış noktaları bulunmaktadır. Tüketici teknoloji ürünleri pazarı beş ayrı satış kanallı bir yapıya sahiptir: Mass, Geleneksel Kanal, Bilgisayar Mağazaları, Telekom ve Teknoloji Marketleri (TSS). Toplam satış noktası sayısı yaklaşık olarak 49 bin adet civarındadır.

Electronics Retail Market in Turkey



Son iki yılda satış kanallarının büyümelerine ve pazarda aldıkları paya baktığımız zaman TSS kanalının 2012’de %43 büyüdüğünü ve 2011 yılında %30 olan pazar payını %35’e çıkarttığını görüyoruz. Mass kanal payını artırırken, telekom kanalının %14 büyümeye rağmen 2011’de %36 olan pazar payının %33’e düştüğünü görüyoruz. Bilgisayar mağazaları ise %9 küçülürken pazar payı kaybederek %5’e gerilemiştir.

Satış kanalları payları	Ocak-Aralık 2011	Ocak-Aralık 2012	Büyüme Oranı	%
Telekom	36%	33%	-8%	
Geleneksel Kanal	13%	13%	-7%	
Bilgisayar Bayileri	7%	5%	-26%	
Mass	13%	14%	6%	
TSS	30%	35%	16%	

Kurumsal Bilgiler

Hissedarlık(Ortaklık) Yapısı

Hissedar	Tutar (TL)	Oran
Sabancı Holding	66.310.510	%60,28
Sabancı Ailesi	32.689.490	%29,72
Halka Açık	11.000.000	%10,00
TOPLAM	110.000.000	%100,00

Yönetim Kurulu

Adı Soyadı	Görevi	Temsil Ettiği Tüzel Kişilik
Haluk Dinçer	Yönetim Kurulu Başkanı	H.Ö. Sabancı Holding A.Ş.
Temel Cüneyt Evirgen	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı	H.Ö. Sabancı Holding A.Ş.
Muhterem Kaan Terzioğlu	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi	Bağımsız
Oğuz Nuri Babüroğlu	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi	Bağımsız
Neriman Ülsever	Yönetim Kurulu Üyesi	H.Ö. Sabancı Holding A.Ş.
Bariş Oran	Yönetim Kurulu Üyesi	H.Ö. Sabancı Holding A.Ş.

Kurumsal Yönetim Komitesi

Adı Soyadı	Görevi	Yönetim Kurulu Üyeliğinin Mahiyeti
Oğuz Nuri Babüroğlu	Kurumsal Yönetim Komitesi Başkanı	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi
Muhterem Kaan Terzioğlu	Kurumsal Yönetim Komitesi Üyesi	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi
Neriman Ülsever	Kurumsal Yönetim Komitesi Üyesi	Yönetim Kurulu Üyesi

Denetim Komitesi

Adı Soyadı	Görevi	Yönetim Kurulu Üyeliğinin Mahiyeti
Muhterem Kaan Terzioğlu	Denetim Komitesi Başkanı	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi
Oğuz Nuri Babüroğlu	Denetim Komitesi Üyesi	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi

Kurumsal Yönetim İlkeleri

Şirket Kurumsal Yönetim İlkeleri’ni kurum kültürünün değişmez bir parçası olarak değerlendirmektedir. Kurumsal Yönetim, Teknosa İç ve Dış Tic. A.Ş.’nin etik değerlerine dayalı, içeriye ve dışarıya karşı orumlu, risk bilinçli, kararlarında saydam ve sorumlu, paydaşlarının menfaatini gözetten, sürdürülebilir başarı hedefli yönetim sürecidir. Kurumsal Yönetim İlkeleri gereği oluşturulan politikalar aşağıda kısaca belirtilmiş olup detayları Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu ve Şirket’in resmi internet sayfası www.teknosa.com’da açıklanmıştır.

Bilgilendirme Politikası

Teknosa yönetimi, hissedar ve menfaat sahipleri ile şeffaf ve yakın bir iletişim içinde olmayı kendine prensip edinmiştir. Ana hedef, mevcut hissedarlar ve menfaat sahipleri için Teknosa’nın maddi ve maddi olmayan değerini artırırken, potansiyel yatırımcılar için de hisselerini cazip bir yatırım aracı haline getirmektir.

Kâr Dağıtım Politikası

Kâr Dağıtım Politikası, ortaklara Sermaye Piyasası Mevzuatı’na göre belirlenen dağıtılabilir kârın en az %20’si oranında nakit veya bedelsiz hisse şeklinde kâr payı dağıtılmasını öngörmektedir. Bu Politika, ulusal ve küresel ekonomik şartlarda herhangi bir olumsuzluk olması, gündemdeki projelerin ve fonların durumuna göre Yönetim Kurulu tarafından her yıl gözden geçirilmekte olup, taraflara risksiz getiri oranı üzerinde gelir sağlanması hedeflenmektedir.

Finansal Tablolar

31 Mart 2013 ve 31 Aralık 2012 Tarihleri İtibariyle Konsolide Bilançolar

	31 Mart 2013	31 Aralık 2012
VARLIKLAR		
Dönen varlıklar:		
Nakit ve nakit benzerleri	163.737	355.210
Finansal yatırımlar	3.000	3.009
Ticari alacaklar		
- İlişkili taraflardan ticari alacaklar	436	6.406
- Diğer ticari alacaklar	36.398	26.358
Stoklar	421.931	471.973
Diğer dönen varlıklar	43.729	20.591
Toplam dönen varlıklar	669.231	883.547
Duran varlıklar:		
Yatırım amaçlı gayrimenkuller	11.077	11.124
Maddi duran varlıklar	97.756	94.072
Maddi olmayan duran varlıklar	9.897	9.422
Ertelenen vergi varlıkları	2.738	3.276
Diğer duran varlıklar	9.513	4.735
Toplam duran varlıklar	134.672	122.629
Toplam varlıklar	800.212	1.009.354
KAYNAKLAR		
Kısa vadeli yükümlülükler:		
Ticari borçlar		
- İlişkili taraflara ticari borçlar	1.637	2.547
- Diğer ticari borçlar	517.219	760.158
Diğer borçlar	31.655	8.646
Dönem karı vergi yükümlülüğü	2.241	5.353
Diğer kısa vadeli yükümlülükler	40.736	34.943
Toplam kısa vadeli yükümlülükler	593.488	811.647
Uzun vadeli yükümlülükler:		
Kıdem tazminatı karşılığı	1.505	1.438
Diğer uzun vadeli yükümlülükler	-	32
Toplam uzun vadeli yükümlülükler	1.505	1.470
Toplam yükümlülükler	594.993	458.597
Özkaynaklar:		
Ödenmiş sermaye	110.000	110.000
Sermaye düzeltmesi	6.628	6.628
Kardan ayrılan kısıtlanmış yedekler	8.630	8.630
Diğer yedekler	3	3
Geçmiş yıllar karları/(zararları)	70.976	20.533
Net dönem karı	8.982	50.443
Toplam özkaynaklar	205.219	196.237
Toplam kaynaklar	800.212	1.009.354

31 Mart 2013 ve 2012 Tarihlerinde Sona Eren Dönemlere Ait Konsolide Kapsamlı Gelir Tabloları

	31 Mart 2013	31 Mart 2012
Sürdürülen faaliyetler		
Satış gelirleri (net)	659.286	456.600
Satışların maliyeti (-)	(547.939)	(361.089)
Brüt kar	111.347	95.511
Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri (-)	(91.480)	(78.003)
Genel yönetim giderleri (-)	(7.343)	(6.845)
Diğer faaliyet gelirleri	6.188	10.491
Diğer faaliyet giderleri (-)	(804)	(1.943)
Faaliyet karı	17.908	19.211
Finansal gelirler	12.339	9.653
Finansal giderler (-)	(18.486)	(17.676)
Vergi öncesi kar	11.761	11.188
Vergi gideri	(2.779)	(2.228)
Dönem vergi gideri	(2.241)	-
Ertelenen vergi gideri	(538)	(2.228)
Net dönem karı	8.982	8.960
Hisse başına kazanç (TL)	0,0817	0,0815

Finansal Rasyolar

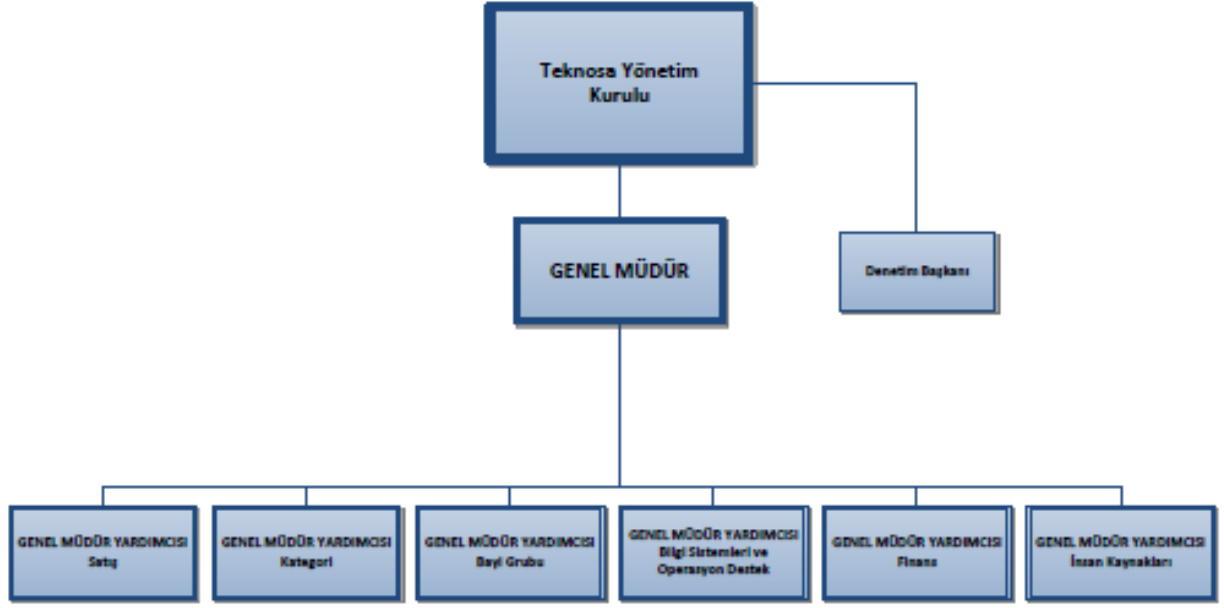
	31 Mart 2013	31 Mart 2012
Vergi Öncesi Kar / Net Satışlar	% 1,8	%2,5
Net Dönem Karı / Özkaynaklar Toplamı	%4,4	%5,8
	31 Mart 2013	31 Aralık 2012
Cari Oran (Dönen Varlıklar / Kısa Vadeli Yükümlülükler)	1,12	1,09
Likidite Oranı (Dönen Varlıklar – Stoklar / Kısa Vadeli Yükümlülükler)	0,41	0,51
Toplam Yükümlülükler / Özkaynaklar	2,91	4,14
Toplam Yükümlülükler / Aktif Toplam	0,74	0,80

İçsel Bilgiye Erişimi Olanlar Listesi

Ad Soyad	Ünvanı
Haluk Dinçer	Yönetim Kurulu Başkanı
Temel Cüneyt Evirgen	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Muhterem Kaan Terzioğlu	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi
Oğuz Nuri Babüroğlu	Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi
Neriman Ülsever	Yönetim Kurulu Üyesi
Barış Oran	Yönetim Kurulu Üyesi
Mehmet Tefvik Nane	Genel Müdür, İcra Kurulu Başkanı
Nevgül Bilsel Safkan	Finans Genel Müdür Yardımcısı
Asena Yalınız	İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı
Önder Kaplancık	Bilgi Sistemleri ve Operasyon Destek Genel Müdür Yardımcısı
Kemal Yaman	Bayi Grubu Genel Müdür Yardımcısı
Namık Demirkan	Denetim Başkanı
Nedim Erdal	Kategori Genel Müdür Yardımcısı
Mehmet Necil Oyman	Satış Genel Müdür Yardımcısı
Cengiz Bandak	Yatırım Grup Müdürü
Gamze Hacaloğlu	Finansal Kontrol Müdürü
H.Devrim Şentürk Kaya	Hukuk Müşaviri
Mehmet Uysaler	Muhasebe Müdürü
Emel Sayınataç	Finans Müdürü
Songül Çavuşoğlu	Yönetim Organizasyon Müdürü
Ebru Anıldı	Ücretlendirme ve Çalışma İlişkileri Müdürü

Organizasyon

Şirket'in güncel organizasyon şeması aşağıdaki gibidir;



Personel sayıları aşağıdaki şekildedir;

	31 Mart 2013	31 Aralık 2012
İdari Personel	558	567
Mağaza Personeli	3.258	3.122
GENEL TOPLAM	3.816	3.689

Teknosa Yatırımcı İlişkileri
e-mail: yatirimciiliskileri@teknosa.com

Tel: +90 (216) 468 36 36
444 55 99