

DERİMOD

DERİMOD KONFEKSİYON AYAKKABI DERİ
SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

İLİŞKİLİ TARAF İŞLEMLERİNE İLİŞKİN RAPOR

İSTANBUL, 30.12.2024

1. ŞİRKET HAKKINDA GENEL BİLGİLER:

Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri San. ve Tic. A.Ş. (Derimod Konfeksiyon), Çorlu Vergi Dairesi'nin 293 000 8354 no.lu mükellefidir. Şirket merkezi "Marmaracık OSB Mah. Mimar Sinan Cad. No:7 Ergene / TEKİRDAĞ" adresinde bulunmakta olup, deri ve deriden mamul giysi, ayakkabı ve aksesuar imalatı, toptan satışı, ithalatı ile iştigal etmektedir.

1.1. Şirketin Sermaye ve Ortaklık Yapısı

Şirketin sermayesi 54.000.000 TL olup, tamamı ödenmiştir. 30.09.2024 tarihi itibarıyla ortaklık ve sermaye yapısı aşağıda belirtildiği şekildedir.

Ortağın Adı/Unvanı	Sermaye Payı (%)
DERİMOD Deri Konfeksiyon Pazarlama San. ve Tic. A.Ş.	73,00%
Halka Açık	27,00%
Toplam	100%

Şirket halka açık olup, BİST'de işlem görmektedir. Şirket bu vesileyle SPK denetimine de tabidir.

1.2. Mali Tablolar

Şirketin 2022 ve 2023 yılı Kurumlar Vergisi Beyannamesi ekinde yer alan , 2022 ve 2023 yılları Gelir Tabloları ile 31.12.2022, 31.12.2023 tarihli Bilançoları, ile 2024 3. Geçici Vergi Beyannamesi ekinde yer alan 01.01.2024-30.09.2024 dönemi Gelir Tablosu raporumuzun ekinde yer almaktadır. (EK:1)

1.3. Şirketin Faaliyetleri Hakkında Genel Bilgi

Şirket, deriden toptan olarak giysi satın alması ve fason giysi üretimi, deriden mamul giysi, ve toptan olarak ayakkabı, çanta ve aksesuar satın alımı yapıp bunu toptan satışı, ithalatı ile iştigal etmekte olup, satışlarının büyük kısmını Derimod Pazarlama'ya gerçekleştirmektedir. Derimod Pazarlama Derimod Konfeksiyondan toptan olarak aldığı ticari ürünleri Türkiye'de yerleşik mağazalarında, elektronik pazar yerlerinde, kendi web sitesinde ve yurtdışı bayilik kanalları vasıtasıyla 3. taraflara satmaktadır. Başka bir ifadeyle, Derimod Pazarlama, Derimod Konfeksiyon'dan aldığı ürünleri perakende ve toptan satış kanallarında satarak, Derimod grubunun satış kanalı olarak faaliyet göstermektedir.

Şirketin satışlarının 2022 yılı için %88,59,2023 yılı için %91,60 ve 30.09.2024 tarihinde sona eren dokuz aylık dönem için %94,07 Derimod Deri Konfeksiyon Pazarlama Sanayi ve Ticaret AŞ'ne (Derimod Pazarlama) yapılmıştır.

Şirketin 2022 - 2023 ve 01.01.2024-30.09.2024 hesap dönemlerine ilişkin brüt kârlılık oranları ve faaliyet kârlılık oranları şöyledir:

	2022	2023	01.01.2024-30.09.2024
Brüt Kâr Marjı (%)	10,81	10,00	9,31
Faaliyet Kâr Marjı (%)	6,91	5,07	3,58

2. SEKTÖRÜN GENEL DURUMU

2.1. DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİNİN TANIMI VE KAPSAMI¹

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi başta eti için kesilen hayvanlardan elde edilen ham deriler olmak üzere her türlü hayvanın derileri ve kürklerinin imalatı ile bu derilerden valiz, çanta, sandık, eldiven, kemer, koşum takımları gibi aksesuarların imalatlarını ve deri ve kürkten giyim ürünleri ile ayakkabı imalatlarını gerçekleştirmektedir. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi; tabaklama ve deri işleme, saraciye ürünleri, deri giyim eşyası, kürkten eşya ve ayakkabı sektörüne kadar geniş bir üretim alanında faaliyet göstermektedir.

¹ İstanbul Sanayi Odası - Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi Raporu

Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi daha çok el emeğine dayanan ancak yüksek uzmanlık gerektiren bir sanayi koludur. Sanayide kaliteli hammadde temini ayrı bir önem taşımaktadır. Tabaklama ve deri işleme sektöründe atık yönetimi de ayrı bir öneme sahip bulunmaktadır. Deri ve deri ürünleri imalatı sanayi NACE Revize 2 sınıflandırmasına göre iki grupta yer alan ürünlerden oluşmaktadır. “14-Giyim Eşyalarının İmalatı” içinde yer alan “Deri Giyim Eşyaları” ve “Kürkten Giyim Eşyaları” ile “15-Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı” bölümünün tamamını kapsamaktadır.

2.2. DÜNYA DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İMALATI SANAYİ VE TÜRKİYE’NİN KONUMU

Deri sektörünün yarattığı çevre kirliliği nedeniyle ham deri üretimi ve işleme faaliyetleri 1990’lı yılların ikinci yarısından itibaren gelişen ülkelere kaymaya başlamış olup bu eğilim yeni aşamaları ile sürmektedir. Çin, Hindistan ve Pakistan geleneksel üreticilerin önünde yeni rakip üreticiler haline gelmiştir. Çin, Hindistan, Pakistan, Rusya ve Orta Doğu pazarının orta düşük ve orta gelir segmentine yönelik üretimlerini sürdürmektedir. Bununla birlikte Çin ve Hindistan’da son yıllarda ortaya çıkan üretim maliyetlerindeki artış, bu ülkeleri kapasite yatırımı yerine kalite ve moda-marka yatırımlarına yöneltmeye başlamıştır. Gelişmiş ülkelerin ve özellikle Avrupalı ülkelerin pazarlarında ise kaliteli, yüksek katma değerli ve çevre normlarına uygun üretilmiş moda ve markalı ürünlere talep devam etmektedir.

Üretimde Zig deride Türkiye ile birlikte Çin, Hindistan, Pakistan, İtalya, Güney Kore ve İspanya, Kürk süette Türkiye’nin yanı sıra Çin, İtalya, Uruguay, Güney Kore ve Arjantin, Kıymetli kürkte Yunanistan, Çin, Hong Kong, Kanada, Almanya, Finlandiya ve ABD öne çıkan ülkelerdir. Üretimde özellikle İtalya ve İspanya’daki ham deri tabaklama ve işleme kapasitesi ile işlerinin çevre koşulları ve artan üretim maliyetleri ile ülke dışına ve Romanya, Bulgaristan ve Türkiye gibi yakın ülkelere kayma olasılığı artmaktadır. Asya Pasifik bölgesinde ise Çin ve Hindistan’da üretimin giderek pahalı hale gelmesi ile birlikte Vietnam ve Endonezya gibi yeni üretim alanları, İran ve Moğolistan gibi alternatifler ile ayrıca Afrika’da Tunus, Sudan, Nijerya ve Güney Afrika gibi yeni bölgesel üretim ve ihracat merkezleri alternatifleri ortaya çıkmaktadır.

Dünya deri sektöründe öncelikli bir diğer konu hammadde tedariki ve güvenliği haline gelmiştir. Hammadde erişilebilirliği sınırlandırılmakta ve hammadde fiyatları artmaktadır. Bazı ülkeler deri hammaddesi ihracatına yasaklar ve sınırlamalar getirmektedir. Günümüzde ham deri korumacılığı oranı yüzde 54’e yükselmiştir. Bu eğilimin önümüzdeki dönemde de sürmesi ve orta vadede deri hammaddesi fiyatlarının yüksek kalması beklenmektedir.

2.3. ÜRETİM

Deri sektörü, 1970’lerden beri Türkiye ekonomisinde giderek artan önemde bir role sahip olmuştur. Özellikle son 15-20 yılda, sektör hızla gelişmesini sürdürmüş ve yurtiçi geniş ham deri kaynaklarının yanı sıra, önemli ölçüde ithal ham madde kaynaklarını da kullanarak yüksek tutarda deri ürünleri ihracatı gerçekleştirilmiştir.

Türk deri sektörü üretimi; altyapısı, teknolojisi ve ihracata yönelik performansı dikkate alındığında belirli bir rekabet gücüne sahiptir. Ancak deri sektörünün temel girdisi olan ham derinin ülke içi üretiminin yeterli ve standart olmaması nedeniyle, ham ve yarı işlenmiş deri talebi ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Hammadde ihtiyacının büyük kısmını ithalat yoluyla karşılayan ve bunu katma değeri yüksek ürünler haline getirerek kuzey ülkelerine ihraç eden deri sanayi, bu ticaretin giderek azalması ile kayıtlı ihracata ağırlık vermeye başlamıştır.

Günümüzde deri işleme sanayi, İstanbul-Tuzla, İzmir-Menemen, Tekirdağ-Çorlu, Uşak, Bursa, Balıkesir-Gönen, Bolu-Gerede, Isparta, Hatay, Manisa-Kula’da yoğunlaşmış bulunmaktadır. Sosyal Güvenlik Kurumu’nun 2022 yılı için açıkladığı verilere göre, deri ve deri mamulleri sektöründe irili ufaklı 7.086 adet firma bulunmaktadır ve 71.685 çalışan istihdam edilmektedir.

2.4. DERİ VE ÇEVRE

Avrupa’da yayılan çevre baskısı nedeniyle Fransa, İtalya ve İspanya gibi ülkeler tabakhane işlentsinden kaçarken, Türkiye bir yandan bu boşluğu doldurmuş, bir yandan da yoğun bir çevre baskısı ile karşılaşmıştır. Türk deri sektörü çevreye duyarlı üretim tekniklerinin adapte edilmesi konusunda 90’lı yılların başından itibaren çalışmalarını yoğunlaştırmıştır. Bu çerçevede, çevresel konuların önemli olduğundan hareket eden deri sanayi, Çevre ve İklim Değişikliği Bakanlığı ile 1994 yılında bir “Çevre Protokolü” imzalamıştır. Söz konusu protokol ile sektörde faaliyette bulunan işletmelerin ya arıtma sistemine sahip herhangi bir organize sanayii bölgesinde yer almaları ya da kendi arıtma sistemlerini kurmaları benimsenmiştir. Sektörün çevreye uyum çabaları sonucunda bugün üretilen ürünler çevreye duyarlı yöntemlerle üretilmektedir.

2.5. TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARETİ

2.5.1. İhracat²

2024 yılı Ekim ayında sektörümüzün ihracatı %1,3 oranında düşüşle 132.7 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Anılan ay itibarıyla Türkiye’nin genel ihracatı ise %5,2 artışla yaklaşık 20.5 milyar dolar olarak kaydedilmiştir. Deri ve deri ürünleri ihracatımızın toplam ihracat içindeki payı Ekim ayında %0,65 olarak hesaplanmaktadır.

2024 yılı Ocak-Ekim döneminde ise, Türkiye’nin genel ihracatı %2,5 oranında artarak 186.5 milyar dolar değerinde gerçekleşmiştir. Aynı dönemde Türkiye deri ve deri ürünleri ihracatında ise %19,7 oranında azalış yaşanmış ve 1,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Deri ve deri ürünleri sektörümüzün toplam ihracattan aldığı pay ise %0,7 olarak kaydedilmiştir.

2024 yılı Ocak-Ekim döneminde deri ve deri mamulleri ürün grupları içerisinde en çok ihracat ayakkabı ve aksesuarları ürünlerinde yapılmış olup, bu ürün grubunda 755.9 milyon dolarlık ihracat gerçekleşmiştir. Ayakkabı ve aksesuarları ihracatımızda bir önceki yılın aynı dönemine göre % 24,2 oranında azalış kaydedilmiştir. Bu ürün grubumuzun toplam deri ve deri ürünleri ihracatımız içerisindeki payı 2024 yılı Ocak-Ekim döneminde %58,1 olarak gerçekleşmiştir.

Saraciye ürün grubumuzda 2024 Ocak-Ekim döneminde gerçekleştirilen toplam ihracatımız 2024 yılının aynı dönemine kıyasla %13,5 oranında azalarak 198,2 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Saraciye ürün grubunun Türkiye toplam deri ve deri ürünleri ihracatımız içerisindeki payı %15,2 düzeyindedir.

İhracatımızda bir diğer önemli grup deri ve kürk giyim grubumuz olup, 2024 yılı Ocak-Ekim döneminde ülkemizden 160,4 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir. Bu ürünlerin ihracatında bir önceki yılın aynı dönemine göre %20,5 oranında azalış yaşanmıştır. Söz konusu ürünlerin toplamının Türkiye toplam deri ve deri mamulleri ihracatımız içerisindeki payı %12,3 olarak hesaplanmaktadır.

Ürün	2023	2024	Değişim %	2023	2024	Değişim %	Pay %
Birim: 1.000 ABD \$	Ekim	Ekim		Ocak-Ekim	Ocak-Ekim		
64 AYAKKABI	68.142	66.380	-2,6%	997.594	755.991	-24,2%	58,1%
YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ+İŞLENMİŞ KÜRK	16.228	16.204	-0,1%	182.675	183.459	0,4%	14,1%
4104-4115 YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ	13.573	12.904	-4,9%	140.396	141.516	0,8%	10,9%
4302 İŞLENMİŞ KÜRK	2.655	3.300	24,3%	42.278	41.943	-0,8%	3,2%
SARACİYE	23.475	25.843	10,1%	229.265	198.224	-13,5%	15,2%
DERİ GİYİM + KÜRK GİYİM	26.031	24.183	-7,1%	201.745	160.417	-20,5%	12,3%
4203.10 DERİ GİYİM	11.434	10.598	-7,3%	111.768	87.404	-21,8%	6,7%
4303- 4304 KÜRK GİYİM	14.597	13.585	-6,9%	89.977	73.013	-18,9%	5,6%
HAM DERİ + HAM KÜRK	633	0	-100,0 %	6.376	984	-84,6 %	0,1%
4101-4103 HAM DERİ	193	0	-100,0 %	1.964	984	-49,9%	0,1%
4301 HAM KÜRK	441	0	-99,9%	4.411	0	-100,0%	0,0%
DERİ VE DERİ ÜRÜNLERİ İHRACATI	134.578	132.783	-1,3%	1.619.139	1.300.103	-19,7%	100,0 %

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları / Kasım 2024

² İDMİB Sektör Şb. İTKİB Genel Sekreterliği Deri ve Deri Ürünleri Sektörü 2024 Ocak-Ekim Dönemi Bilgi Raporu

2024 yılı Ocak-Ekim döneminde saraciye ürün grubunun deri ve deri mamulleri ihracatındaki payında bir önceki yılın aynı dönemine göre %2,2 azalış, yarı işlenmiş/bitmiş deri ve işlenmiş kürkte %2,05 artış yaşanırken, deri ve kürk konfeksiyon grubunun payında %7 azalış, ham deri ve ham kürk ürün grubunun payında %0,4 azalış yaşanmıştır.

Ayakkabı ürün grubu ihracatımızda, 2024 yılı Ocak-Ekim döneminde geçen yılın aynı dönemine göre %24,2 oranında azalış kaydedilmiş, ihracatımız 997,5 milyon dolardan 755,9 milyon dolara düşmüştür.

Ayakkabı İhracatında İlk 10 Ülke (GTP: 64.01- 64.06)

Ülke	2023	2024	Değişim %	2023	2024	Değişim %	Pay %
Birim: 1.000 ABD \$	Ekim	Ekim		Ocak-Ekim	Ocak-Ekim		
IRAK	5.624	9.689	72,3%	63.736	81.959	28,6%	10,8%
ALMANYA	6.032	5.786	-4,1%	73.613	59.727	-18,9%	7,9%
İTALYA	1.415	2.854	101,7%	43.171	36.101	-16,4%	4,8%
ROMANYA	3.163	2.799	-11,5%	37.608	29.387	-21,9%	3,9%
BİRLEŞİK KRALLIK	2.454	1.859	-24,3%	33.899	28.729	-15,2%	3,8%
POLONYA	1.995	1.520	-23,8%	31.639	28.129	-11,1%	3,7%
İSPANYA	1.420	691	-51,3%	25.820	21.327	-17,4%	2,8%
FRANSA	1.004	1.534	52,8%	21.828	19.473	-10,8%	2,6%
BİRLEŞİK DEVLETLER	1.898	2.122	11,8%	17.532	18.649	6,4%	2,5%
KAZAKİSTAN	1.270	2.065	62,5%	23.832	17.484	-26,6%	2,3%
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	26.276	30.917	17,7%	372.678	340.963	-8,5%	45,1%
DİĞER ÜLKELER VE	41.866	35.463	-15,3%	624.916	415.027	-33,6%	54,9%
AB (27) TOPLAMI	21.503	21.424	-0,4%	329.771	280.699	-14,9%	37,1%
AYAKKABI İHRACATI	68.142	66.380	-2,6%	997.594	755.991	-24,2%	100,0 %

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları / Kasım 2024

2024 yılı Ocak-Ekim döneminde Türkiye tarafından en çok ayakkabı ve aksesuarları ihracatı yapılan ilk 10 ülke sıralamasında, bir önceki yılın aynı dönemine göre %28,6 oranında artış kaydedilen Irak lider konumunda olup, bu ülkeye yapılan ihracatımız 81,9 milyon dolar olmuştur.

2024 yılı Ocak-Ekim döneminde ihracatımızda %18,9 oranında azalış yaşanan Almanya ikinci en büyük ihracat pazarımız olmuş ve ihracat değerimiz 59,7 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Almanya'nın toplam ihracat içindeki payı %7,9 olmuştur. Anılan dönemde %16,4 düşüş yaşanan üçüncü en büyük ihracat pazarımız İtalya'nın payı ise %4,8 ve ihracat değeri 36,1 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

2024 yılı Ocak-Ekim döneminde Romanya, Birleşik Krallık, Polonya, İspanya, Fransa, Kazakistan'a yönelik ihracatımızda sırasıyla %21,9, %15,2, %11,1, %17,4, %10,8, %26,6 oranlarında düşüş yaşanırken, Birleşik Devletler ihracatımızda %6,4 yükseliş kaydedildiği görülmektedir.

Deri Giyim Eşyası İhracatında İlk 10 Ülke (GTP: 4203.10)

Ülke	2023	2024	Değişim %	2023	2023	Değişim %	Pay %
Birim: 1.000 ABD \$	Ekim	Ekim		Ocak-Ekim	Ocak-Ekim		
BİRLEŞİK DEVLETLER	1.635	2.413	47,6%	15.468	17.798	15,1%	20,4%
KAZAKİSTAN	680	2.025	197,7%	6.317	9.732	54,1%	11,1%
HOLLANDA	680	419	-38,4%	10.403	9.655	-7,2%	11,0%
FRANSA	1.440	859	-40,4%	10.961	7.923	-27,7%	9,1%
ALMANYA	672	409	-39,1%	8.468	5.730	-32,3%	6,6%
İTALYA	168	506	200,8%	3.195	3.988	24,8%	4,6%
BİRLEŞİK KRALLIK	539	422	-21,7%	2.974	2.650	-10,9%	3,0%
İŞGAL ALT. FİLİSTİN T.		108			2.533		2,9%
İSPANYA	640	114	-82,2%	2.428	1.659	-31,7%	1,9%
POLONYA	205	77	-62,5%	1.543	1.634	5,9%	1,9%
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	6.660	7.352	10,4%	61.757	63.302	2,5%	72,4%
DİĞER ÜLKELER VE S. BÖLGELER	4.774	3.246	-32,0%	50.012	24.103	-51,8%	27,6%
AB (27) TOLAMI	4.639	3.277	-29,4%	43.517	35.827	-17,7%	41,0%
DERİ GİYİM İHRACATI	11.434	10.598	-7,3%	111.768	87.404	-21,8%	100,0 %

Kaynak: İhracatçı Birlikleri Kayıt Rakamları / Kasım 2024

Deri giyim ürün grubu ihracatımızda 2024 yılı Ocak-Ekim döneminde geçen yılın aynı dönemine göre %21,8 oranında azalış yaşanmış, ihracatımız 87,4 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

2024 yılı Ocak-Ekim döneminde deri giyim ürün grubunda Türkiye'nin en büyük ihracat pazarı, 2023 yılının aynı dönemine kıyasla %15,1 artarak 17,7 milyon dolar olarak gerçekleştiği Birleşik Devletler olmuştur. Birleşik Devletler'in deri giyim ihracatımız içerisindeki payı %20,4 düzeyindedir.

Kazakistan, %54,1 oranında artış ile Ocak-Ekim döneminde ikinci önemli pazarımız olmuştur. İhracatımızdan %11,1 oranında pay alan Kazakistan'a 9,7 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir.

2024 yılı Ocak-Ekim döneminde deri giyim ürün grubunda ihracat yapılan ilk on ülke içerisinde İtalya'ya %24,8, Polonya'ya %5,9 oranlarında ihracat artışları kaydedilmiştir.

2024 yılı Ocak-Ekim döneminde ihracatçılarımız tarafından en fazla ihracat yapılan ilk on ülke içerisinde Hollanda'da %7,2, Fransa'da %27,7, Almanya'da %32,3, Birleşik Krallık'ta %10,9, İspanya'ya %31,7 oranlarında gerileme kaydedilmiştir.

2.5.2. İthalat³

Deri ve deri mamulleri sektöründe 2022 yılında bir önceki yıla kıyasla %35,7'lik artışla 1,8 milyon dolar tutarında ithalat gerçekleştirilmiştir. İthalatın en önemli kısmını ayakkabı sektörü oluşturmakta olup, bu ürün grubu toplam ithalatın %53,1'ine karşılık gelmektedir

³ Ticaret Bakanlığı Bilgi Sistemi

Deri ve Deri Mamulleri Sanayi İthalatı

Ürünler (GTİP)	2020	2021	2022	Değişim (2021- 2022)	Pay (2022)
41 Ham ve İşlenmiş Deri	184.609.892	210.490.890	318.890.611	34,0%	17,6%
42 Deri Eşya	276.560.334	324.924.969	465.510.248	30,2%	25,7%
43 Postlar Kürkler	26.341.415	41.023.204	63.821.779	35,7%	3,5%
64 Ayakkabı	498.033.231	587.849.383	962.009.769	38,9%	53,1%
Genel Toplam	985.544.882	1.164.288.446	1.810.232.407	35,7%	100,0%

3. GRUP İÇİ İŞLEMLERİN EMSALLERE UYGUNLUK AÇISINDAN DEĞERLENDİRMESİ

3.1. EMSALLERE UYGUNLUK

3.1.1. Emsallere Uygunluk İlkesi

Emsallere uygunluk ilkesi, ilişkili kişilerle yapılan mal veya hizmet alım ya da satımında uygulanan fiyat veya bedelin, aralarında böyle bir ilişkinin bulunmaması durumunda oluşacak fiyat veya bedele uygun olmasını ifade eder. Emsallere uygun fiyat, aralarında ilişkili kişi tanımına uygun herhangi bir ilişki olmayan kişilerin tamamen işlemin gerçekleştiği andaki koşullar (karşılaştırılabilir koşullar) altında oluşturduğu piyasa ya da pazar fiyatı olarak da adlandırılan tutardır.

Emsallere uygun fiyat veya bedele ulaşmak için öncelikle (varsa) iç emsal kullanılmalı, bu şekilde kullanılacak fiyat veya bedellerin bulunmaması ya da güvenilir olmaması halinde dış emsal karşılaştırmada esas alınmalıdır.

3.1.2. Karşılaştırılabilirlik Analizi

Emsallere uygunluk ilkesinin uygulanabilmesi ilişkili kişiler arasındaki işlemlerle ilişkisiz kişiler arasındaki işlemlerin karşılaştırılabilir olmasına dayanmaktadır. Bu amaçla yapılan karşılaştırılabilirlik analizi ise, kontrol altındaki işlemlerin sahip olduğu koşullar ile kontrol dışı işlemlerin sahip olduğu koşulların karşılaştırılmasına dayanır. Karşılaştırılabilirlik analizinde dikkate alınan başlıca unsurlar aşağıdaki gibidir:

- Mal veya hizmetlerin nitelikleri
- Sözleşme şartları
- İşlev analizi
- Ekonomik koşullar
- İş stratejileri
- Gayri maddi haklar

3.1.3. Emsal Fiyat Aralığı

Emsallere uygunluk ilkesi açısından en güvenilir sonuç, karşılaştırmalar sonucunda ulaşılan tek bir fiyat olmakla beraber, yapılan karşılaştırmalar ve uygulanan yöntemler sonucu tek bir fiyattan ziyade birbirine yakın birden fazla sonucu içeren belli bir fiyat aralığı da tespit edilebilir. Emsal fiyat aralığı, aynı yöntemin farklı karşılaştırılabilir kontrol dışı işlem verilerine uygulanmasından veya aynı verilere farklı transfer fiyatlandırması yöntemlerinin uygulanmasından elde edilen değişik emsal fiyatların oluşturduğu bir fiyat dizisidir. Kurumlar bu fiyat dizisi içerisinde aritmetik ortalama, mod, medyan (orta nokta) veya başka bir ölçüden en makul olanını kullanmak suretiyle bir tutar belirleyebileceklerdir. Dolayısıyla, kurumların emsal fiyat aralığının içinde bulunması şartıyla belirleyecekleri bu fiyat ya da bedel kabul edilecektir.

3.1.4. Emsallere Uygun Fiyatın Tespitinde Kullanılan Yöntemler

Kurumlar ilişkili kişilerle gerçekleştirdikleri işlemlerde uygulayacakları fiyatların emsaline uygun olduğunun tespitini aşağıdaki yöntemlerden işlemin mahiyetine en uygun olanını seçerek yapabileceklerdir.

a) Karşılaştırılabilir Fiyat Yöntemi

Karşılaştırılabilir fiyat yöntemi, bir mükellefin uygulayacağı emsallere uygun satış fiyatının, karşılaştırılabilir mal veya hizmet alım ya da satımında bulunan ve aralarında herhangi bir şekilde ilişki bulunmayan gerçek veya tüzel kişilerin birbirleriyle yaptıkları işlemlerde uygulayacağı piyasa fiyatı ile karşılaştırılarak tespit edilmesini ifade etmektedir.

Bu yöntemin uygulanabilmesi için ilişkili kişilerle yapılan işlemin, birbirleriyle ilişkili olmayan kişilerin yaptıkları işlemler ile yüksek oranda karşılaştırılabilir nitelikte olması gerekmektedir. Karşılaştırılacak işlemler arasında ölçülebilir nitelikte küçük farklılıklar varsa, bu farklılıklar düzeltilerek yöntemin uygulanması mümkündür. Ancak, farklılıkların büyük olması ya da farklılıkların ölçülebilmesinin mümkün olmaması halinde yöntemin uygulanabilmesi mümkün değildir.

Karşılaştırılabilir nitelikte kontrol dışı işlemlerin bulunması durumunda emsallere uygun fiyat ya da bedelin tespiti bakımından emsallere uygunluk ilkesinin en dolaysız ve güvenilir biçimde uygulandığı bir yöntem olması nedeniyle karşılaştırılabilir fiyat yöntemi diğer yöntemlere tercih edilmektedir.

b) Maliyet Artı Yöntemi

Maliyet artı yöntemi, emsallere uygun fiyatın, ilgili mal veya hizmet maliyetlerinin makul bir brüt kâr oranı kadar artırılması suretiyle hesaplanmasını ifade eder. Brüt kâr oranı aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

Brüt kâr oranı = (Satışlar - Maliyet). Maliyet

Kontrol altındaki bir işlem için uygulanacak en uygun makul brüt kâr oranı, işlemi yapan mükellefin bu mal veya hizmetlere ilişkin olarak, ilişkisiz kişilerle yaptığı işlemlerde uyguladığı brüt kâr oranı olacaktır (iç emsal). Piyasa şartları ve gerçekleştirilen işlevler dikkate alınarak ilgili mal ve hizmet maliyetlerinin makul bir brüt kâr oranı kadar artırılması suretiyle bulunan tutar ilişkili kişilerle yapılan işlemlerde emsallere uygun fiyat veya bedel olacaktır. Böyle bir brüt kâr oranı mevcut değilse ya da karşılaştırma için gerekli işlem sayısı yetersizse, karşılaştırılabilir işlemler arasında belirlenen fiyatı etkileyen bir farklılık bulunmaması veya var olan farklılıkların düzeltilebilir nitelikte olması şartıyla ilişkisiz kişilerin karşılaştırılabilir işlemlerine ait brüt kâr oranları da (dış emsal) bu yöntemin uygulamasında kullanılabilir.

Kurumların maliyetleri belirlenirken; mal veya hizmetin üretilmesi için yapılan doğrudan ve dolaylı harcamalar dikkate alınacaktır. Dolayısıyla, brüt kâr oranının hesaplanması sırasında maliyet bazının kontrol altındaki ve kontrol dışı işlemlerde aynı olması gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, maliyet bazının az ya da çok olması brüt kâr oranının etkileyeceğinden maliyetler kontrol altındaki ve kontrol dışı işlemlerde aynı olmalıdır.

Maliyet artı yönteminin uygulanabilmesi için kontrol dışı bir işlemin kontrol altındaki bir işlemle karşılaştırılmasında; karşılaştırılan işlemler arasında taraflarca üstlenilen risk gerçekleştirilen işlevlerle birlikte maliyetler arasındaki farklılıklar göz önünde bulundurularak, bir farklılık var ise bu farklılıkların maddi etkilerini ortadan kaldıracak düzeltmelerin yapılabilir olması gerekmektedir.

Bu yöntemin uygulanmasında ürün farklılıklarından ziyade karşılaştırılabilirlik analizinin diğer faktörlerine, özellikle sözleşme şartlarına daha çok ağırlık verilmesi gerekmektedir. Bu yöntem özellikle hammadde ve yarı mamuller ile imal edilen mallara ilişkin işlemlerde, fason imalatlarda ve hizmet tedarikinde uygulama alanı bulmaktadır.

c) Yeniden Satış Fiyatı Yöntemi

Yeniden satış fiyatı yöntemi, emsallere uygun fiyatın, işlem konusu mal veya hizmetlerin aralarında herhangi bir ilişki bulunmayan gerçek veya tüzel kişilere yeniden satılması halinde uygulanacak fiyattan, makul bir brüt satış kârı düşülerek hesaplanmasını ifade etmektedir. Makul brüt satış kârı, söz konusu mal veya hizmetin yeniden satışında yüklenilen satış ve diğer faaliyet giderleri ile üstlenilen riskler ve kullanılan varlıklar esas alınarak gerçekleştirilen işlevlerin gerektirdiği kâr tutarını ifade etmektedir. Söz konusu hesaplama aşağıdaki formül kullanılarak yapılacaktır:

Emsallere Uygun Fiyat = Yeniden satış fiyatı / (1 + Brüt satış kâr oranı)

Bu yöntemin uygulanmasında da kontrol altındaki işlem ile kontrol dışı işlemin karşılaştırılabilir olması gerekmektedir. Farklı ürünlerin söz konusu olduğu işlemler için de kullanılabilecek olan bu yöntem, özellikle pazarlama ve dağıtım faaliyetleri gibi ilişkili şirketin satın aldığı mal veya hizmeti ilişkisiz kişilere sattığı işlemlerde güvenilir sonuçlar vermektedir.

Bu yöntemin uygulandığı durumlarda, genellikle yeniden satışı yapan kişi ya da kuruluş, satmak üzere aldığı mallara herhangi bir şekilde değer artırıcı bir katkıda bulunmamakta, fiziksel olarak ürünün yapısını değiştirmemekte ve söz konusu ürünü aldığı biçimde satmaktadır. Paketleme, etiketleme ve küçük çaplı montajlar değer artırıcı ya da fiziksel değişim olarak değerlendirilmemektedir.

d) Diğer Yöntemler

Emsallere uygun fiyata yukarıda belirtilen üç geleneksel işlem yöntemlerinden herhangi birisiyle ulaşma olanağı yoksa mükellefler, işlemlerin mahiyetine uygun olarak diğer yöntemleri de kullanabilirler. Bu durumda uygulama olanağı bulunan yöntemler işleme dayalı kâr yöntemleri olarak anılan kâr bölüşüm yöntemi ve işleme dayalı net kâr marjı yöntemidir. Bu yöntemler ilişkili kişiler arasındaki işlemler neticesinde elde edilen kârı esas almaktadır.

Ancak, diğer yöntemler olarak adlandırılan işleme dayalı kâr yöntemlerinin emsallere uygunluk ilkesi çerçevesinde fiyat ya da bedel tespitine olanak vermemesi durumunda, mükellef kendi belirleyebileceği ve daha doğru sonuç verdiği inandığı bir yöntemi de kullanabilecektir.

Kâr Bölüşüm Yöntemi

Kâr bölüşüm yöntemi, ilişkili kişilerin bir veya daha fazla sayıdaki kontrol altındaki işlemlere ilişkin toplam faaliyet kârı ya da zararının, üstlendikleri işlevler ve yüklendikleri riskler nispetinde ilişkili kişiler arasında emsallere uygun olarak bölüştürülmesini esas almaktadır. Kâr bölüşüm yöntemine başvurulması durumunda aşağıdaki faktörler dikkate alınır:

- 1) Bir ürünün edinimi, üretimi veya satımı ya da hizmet sunumu için yapılan harcamalar,
- 2) Bir ürünün geliştirilmesi veya hizmet sunumu esnasında ihtiyaç duyulan sermaye veya kullanılan varlıklar ya da üstlenilen risk derecesi,
- 3) İşlemin her aşamasında gerçekleştirilen işlevlerin göreceli önemi,
- 4) Ölçülebilir nitelikteki diğer faktörler.

Bu yöntem, geleneksel işlem yöntemlerinin kullanılmadığı, özellikle karşılaştırılabilir işlemlerin olmadığı ve ilişkili kişiler arasındaki işlemlerin birbirinin ayrılmaz bir parçası olduğu durumlarda kullanılmalıdır. Diğer bir ifadeyle, kar bölüşüm yönteminin, işlemlerin birbirleriyle iç içe geçtiği ve bağlantılı olduğu veya her bir işlemin ayrı ayrı ele alınmasının zor olduğu ve gayri maddi varlık düzeyinin yüksek olduğu durumlarda kullanılması uygun olacaktır.

Kar bölüşüm yönteminde önce ilişkili şirketlerden yapılan işlemlerden ortaya çıkan paylaşılacak kar tespit edilir. Daha sonra, bu kar şirketler arasında paylaşılır. Karın bölüşümü, emsallere uygunluk ilkesine göre yapılmış anlaşmalardaki tahmin edilen ve yansıtılan şekilde, güçlü ekonomik gerekçelere dayanarak yapılmalıdır. Bu yöntemde, emsallere uygunluk ilkesinin uygulanması sırasında, her durumun kendi koşullarının göz önünde bulundurulması büyük önem taşımaktadır. Karın bölüşümü mümkün olduğu ölçüde kesin rakamları içermesi gerekmektedir.

İşleme Dayalı Net Kâr Marjı Yöntemi

İşleme dayalı net kâr marjı yöntemi, mükellefin kontrol altındaki bir işlemde; maliyetler, satışlar veya varlıklar gibi ilgili ve uygun bir temele dayanarak tespit ettiği net kâr marjının incelenmesi esasına dayanan bir yöntemdir.

İşleme dayalı net kâr marjı yönteminin uygulanması maliyet artı ve yeniden satış fiyatı yönteminin uygulanmasına benzerlik göstermektedir. İşleme dayalı net kâr marjı yöntemi ile bu yöntemler arasındaki fark, diğer iki yöntemde brüt kâr marjı hesaplanırken, bu yöntemde net faaliyet kâr marjının hesaplanmasıdır. Bu yöntemde de karşılaştırılabilirlik analizi yapılacaktır.

Ancak işlevlerde farklılık olsa dahi, net faaliyet kâr marjı, bu farklılıktan maliyet artı ve yeniden satış fiyatı yönteminde dikkate alınan brüt kâr marjına göre daha az etkilenmektedir.

Net faaliyet kâr marjının tespitinde, öncelikle mükellefin karşılaştırılabilir kontrol dışı bir işlemde uyguladığı net faaliyet kâr marjı (iç emsal) dikkate alınacaktır. Bunun mümkün olmaması durumunda, ilişkisiz bir kurumun karşılaştırılabilir kontrol dışı bir işlemde uyguladığı net faaliyet kâr marjı dikkate alınır. Yöntemin uygulanmasında ilişkili kurumların işlev analizinin yapılması gereklidir. Aralarında ilişki bulunmayan işletmelerin net faaliyet kâr marjlarının kullanılacağı durumlarda, güvenilir sonuçların elde edilebilmesi için işlemlerin karşılaştırılabilir olup olmadığı ve ne kadar düzeltme yapılması gerektiği belirlenmelidir. Bu yöntem kullanılarak yapılan analizlerde, ilişkili kurumun tek bir kontrol altındaki işlemine ait kâr dikkate alınmalıdır.

3.1.5. Grup İçi Hizmetlere İlişkin Özel Düzenlemeler

Grup içi hizmetlerle ilgili olarak;

- 1) Hizmetin fiilen sağlanıp sağlanmadığı,
- 2) Hizmeti alan şirket/şirketlerin söz konusu hizmete ihtiyacı olup olmadığı,
- 3) Hizmetin alınmış olması halinde hizmet bedelinin emsallere uygunluk ilkesine uygun olup olmadığının belirlenmesi gerekmektedir.

Emsallere uygunluk ilkesi gereği grup içi hizmetin verilip verilmediğinin belirlenmesinde, hizmeti alan grup üyesinin ticari pozisyonunu güçlendirecek ticari veya ekonomik bir değer sağlayıp sağlamadığı dikkate alınmalıdır. İlişkili bir şirketin ana şirketten veya aynı grubun üyesi olan diğer bir şirketten ihtiyacı olmayan bir hizmeti alması ya da bir hizmetin grup üyesine, sadece grup üyesi olması nedeniyle verilmesi durumunda, söz konusu şirketin grup içi hizmet elde ettiğinin kabulü mümkün bulunmamaktadır. Grup içi hizmetlerin fiyatlandırılmasında karşılaştırılabilir fiyat yöntemi veya maliyet artı yönteminin uygulanması diğer yöntemlere tercih edilebilmektedir.

3.2. EMSAL FİYAT TESPİTİNE İLİŞKİN BİLGİLER

Kurumlar, ilişkili kişilerle gerçekleştirdikleri mal veya hizmet alım ya da satımında uyguladıkları fiyatları emsallere uygunluk ilkesi doğrultusunda tespit etmek ve tespit edilen fiyatlara ilişkin hesaplamalara ait kayıt, cetvel ve belgeleri ispat edici kâğıtlar olarak saklamak zorundadırlar.

Emsallere uygun fiyatlara ulaşmak için öncelikle iç emsaller kullanılmalı; ancak bu şekilde kullanılacak bir fiyat bulunmaması ya da bulunan fiyatın karşılaştırılabilirlik şartlarını sağlamaması nedeniyle güvenilir olmaması halinde dış emsallerin karşılaştırmada esas alınması gerekmektedir. Emsallere uygunluk ilkesinin uygulanabilmesi, ilişkili kişiler arasındaki işlemlerle ilişkisiz kişiler arasındaki işlemlerin karşılaştırılabilir olmasına dayanmaktadır.

Yapılan emsal tespit çalışmaları neticesinde tek bir emsal fiyattan ziyade bir emsal fiyat aralığına ulaşılması mümkündür. Genel olarak istatistik teorisi, herhangi bir kâr marjı için emsal fiyat serisinin medyan (orta nokta) etrafında normal bir dağılım göstereceğini öngörmektedir. Ancak emsal fiyat veya değerler ile oluşturulan serinin her iki aşırı ucunda da yer alan değerlerin anormal değerler olması ve bu yüzden emsallere uygun fiyatı temsil edebilecek nitelikte olmama riski her zaman mevcuttur. Medyandan çok düşük ya da çok yüksek değerlerin emsal fiyat veya değerleri medyan kadar iyi temsil etmeyeceği açıktır. Bu nedenle, uygulamada emsal fiyat veya değer serisi içinde yer alan çok düşük ya da çok yüksek değerlerin elenmesini sağlayan bazı istatistikî yöntemler kullanılmaktadır.

4. DERİMOD PAZARLAMA İLE GERÇEKLEŞEN İŞLEMLERE İLİŞKİN BİLGİLER

4.1. Genel Açıklama:

Bu çalışma raporumuzda, Derimod Konfeksiyon'un ilişkili kişisi konumundaki Derimod Pazarlama'ya yaptığı satış işlemlerinin piyasa emsalleri ile uygunluğu karşılaştırılmaktadır. Raporumuzda, 2022 - 2023 cari yılları ile 01.01.2024-30.09.2024 hesap dönemi arasında gerçekleşen işlemler dikkate alınmıştır.

Derimod Pazarlama, Büyük Mükellefler Vergi Dairesi'nin 293 000 8313 sicil no.lu mükellefidir. Şirket merkezi "Gürsel Mah.

İmrahor Cad. Premier Kampus Ofis Blok No:29A İç Kapı No:219 Kağıthane/İSTANBUL” adresinde bulunmakta olup, şirketin faaliyet konusu İstanbul, Ankara gibi merkezi yerlerde kurulu mağazalarında Derimod Konfeksiyon’dan satın aldığı, deri giysi, ayakkabı, aksesuar gibi malların perakende satışını yapmaktır. Başka bir ifadeyle, büyük oranda halka açık olup hisseleri BİST’de işlem gören Derimod markalı ürünlerin satış, pazarlama kanalı olarak faaliyet göstermektedir.

Derimod Pazarlama’nın 30.09.2024 tarihi itibarıyla sermayesi 308.000.000,00 TL olup, tamamı ödenmiştir. 30.09.2024 tarihi itibarıyla ortaklık ve sermaye yapısı aşağıda belirtildiği şekildedir.

Ortağın Adı/Unvanı	Sermaye Payı (%)
Ümit ZALM	54,99%
Zerrin ZALM	14,99%
Sedef ORMAN	10,02%
Ahmet Murat ZALM	10,01%
Mehmet Ali ZALM	10,01%
Toplam	100%

Belirtilen hesap dönemlerinde Şirketin ilişkili kişisi Derimod Pazarlama ile olan işlemleri genel olarak mamul-ticari mal satış mahiyetinde olup, bu işlemin ayrıntılarına ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

4.2. Mamul-Ticari Mal Satımı

4.2.1. Yapılan işlemler ve Uygulanan Fiyatlar

Raporumuza konu hesap dönemlerinde Şirketin Derimod Pazarlama’ya yaptığı mamul-ticari mal satış tutarları yıllar itibarıyla şu şekilde gerçekleşmiştir;

DERİMOD PAZARLAMA	2022	2023	01.01.2024 - 30.09.2024	MAHİYETİ
Satım Tutarı (TL)	1.103.084.450,73	2.184.524.802,05	2.600.936.831,84	Mamul-Ticari Mallar

4.2.2. İşlev ve Risk Analizi

Emsallere uygunluk ilkesinin uygulanabilmesi, ilişkili kişiler arasındaki işlemlerle ilişkisiz kişiler arasındaki işlemlerin karşılaştırılabilir olmasına dayanmaktadır. İlişkisiz kişiler arasındaki işlemlerde her bir tarafın gerçekleştirdiği işlevler, üstlendiği riskler ve sahip olduğu varlıklar fiyatın belirlenmesine doğrudan etkide bulunmaktadır. Dolayısıyla, emsallere uygun fiyatın güvenilir bir şekilde tespit edilebilmesi ve karşılaştırılabilirlik şartlarının sağlanabilmesi için tarafların gerçekleştirdiği işlevler, üstlendiği riskler ve sahip olduğu varlıkların göz önünde bulundurulması zorunludur. İşlev analizi, ilişkili kişiler arasında yapılan işlemlerde tarafların üstlendikleri işlev, risk ve varlıkların irdelenmesi suretiyle, işlemlerin karşılaştırılabilir olup olmadıklarının ve işleme taraf olan kişilerin oluşturdukları katma değerlerin tespit edilmesine yönelik bir araçtır. Bu bağlamda işlev analizi, kontrol edilen işlemlerde uygulanan fiyatların, bağımsız kişiler arasında uygulanmakta olan fiyatlarla karşılaştırılmasında şartların ne ölçüde uyum içerisinde olduğu hakkında bilgi vermektedir. Taraflardan birinin gerçekleştirdiği işlevler, üstlendiği riskler ve sahip olduğu varlıklar ne kadar fazla olursa, söz konusu işleme ilişkin olarak yarattığı katma değer de o kadar fazla olacağından, söz konusu tarafın toplam kârdan yarattığı katma değer ile orantılı olarak pay alması beklenecektir. İlişkili kişilerin elde edebilecekleri kârların, gerçekleştirilen işlevler, üstlenilen riskler ve sahip olunan varlıklar ile orantılı olması öngörülmektedir.

Diğer taraftan, işlev analizi, ilişkili kişiler arasındaki işlemlerin sınıflandırılmasında ve kontrol altındaki işlemlere emsal teşkil edebilecek kontrol dışı işlemlerin tespit edilmesinde önemli ölçüde kolaylık sağlamaktadır.

Raporun bu bölümünde, Şirketin Derimod Pazarlama ile gerçekleştirdiği işlemlerinde tarafların ne tür işlevleri gerçekleştirdiği, hangi riskleri üstlendiği ve hangi varlıklara sahip olduğu analiz edilmektedir.

4.2.2.1. İşlevler

İşlevler, bir firmanın belirli bir satış hacmi ve kâr marjına ulaşabilmek için gerçekleştirdiği faaliyetlerdir. Bu bölümde, Şirketin Derimod Pazarlama ile işleminde tarafların gerçekleştirdiği işlevlere ilişkin analizlere yer verilmiştir.

Şirket, Derimod Pazarlama'ya deri giysi, ayakkabı, aksesuar gibi malların satışını yapmaktadır. Başka bir ifadeyle, Derimod Konfeksiyon, üretim veya satın alma yoluyla grubun mal tedarikini gerçekleştirirken, Derimod Pazarlama grubun pazarlama kanalı olarak faaliyet göstermektedir. Derimod Konfeksiyon'dan yapılan mamul-ticari mal satışında taraflar aşağıdaki işlevleri gerçekleştirmektedir. Fonksiyonların paylaşımı yapılırken 0-4 artı işareti kullanılmış olup, bunların ne anlama geldiği aşağıda izah edilmiştir.

Puanlar:	Parametre Değeri:	Açıklama:
++++	% 100	Şirket bu işlevi tek başına üstlenmektedir.
+++	% 51 - 99	Şirket bu işlevin büyük kısmını üstlenmektedir.
++	% 50	İşlev ilişkili kişilerce eşit üstlenilir.
+	% 1 - 49	Ağırlıklı olarak diğer şirket bu işlevi üstlenmektedir.
-	% 0	Diğer şirket bu işlevi üstlenmektedir.

İşlevsel Alan	Derimod Pazarlama	Derimod Konfeksiyon
(I) Üretim İşlevleri		
Üretim ve Üretim Planlama	-	++++
Araştırma ve Geliştirme	-	++++
Kalite Kontrol	-	++++
Satın Alma	-	++++
(II) Satış ve Pazarlama İşlevleri		
Nakliye	-	++++
Pazar Araştırması	++	++
Pazarlama Stratejisi	++++	-
Reklam Faaliyetleri	+++	+
Satış Sonrası Destek	++++	-
(IV) Genel Yönetim İşlevleri		
Muhasebe, Finans ve Bütçeleme Hizmetleri	++	++
İnsan Kaynakları	++	++

Üretim İşlevleri

➤ Üretim ve Üretim Planlama

Üretimin amacı, insanların ihtiyaç duydukları mal veya hizmetleri karşılamaktır. Üretim faaliyetlerinde bulunabilmek için üretim faktörlerinin en uygun şekilde bir araya getirilmesi gerekmektedir. Üretim fonksiyonu, sadece tüketicinin ihtiyaç duyduğu kalite,

cins ve miktarda mal veya hizmet üretiminden oluşmuş değildir. Üretimde kullanılan çeşitli üretim faktörlerinin verimliliği de önemlidir. Girişimci, işletmede elinde bulunan malzeme, makine ve doğal kaynakları istenilen kalitede, istenilen zamanda ve mümkünse en düşük maliyetle üretimi sağlayacak biçimde bir araya getirmektedir. Gerekli yolu belirlemeyi, zamanlamayı, yürütmeyi ve izlemeyi gerçekleştirmektedir.

Üretim planlama ise, üretim ortamındaki kaynakları en verimli biçimde kullanarak müşterilerin taleplerini karşılayacak şekilde üretim faaliyetlerinin organize edilmesidir. Bunu yaparken kaynak kullanımlarına ve müşteri taleplerinin karşılanmasına veya karşılanamamasına ilişkin çok çeşitli maliyetler ve kayıplar da göz önünde bulundurulmaktadır.

Derimod Konfeksiyon tarafından Derimod Pazarlama'ya satışı yapılan malların üretim ve üretim planlama fonksiyonu tamamen üretici firma olan Derimod Konfeksiyon tarafından gerçekleştirilmekte, Derimod Pazarlama'nın bu hususta herhangi bir işlevi bulunmamaktadır.

➤ **Araştırma ve Geliştirme**

Ar-Ge faaliyetleri yeni bir ürün geliştirmek veya geliştirilmesine bilimsel altyapı sağlamak, mevcut bir ürünün daha etkin ve ucuz üretilmesi ya da hiç üretilmemiş ama ileride üretilmesi planlanan, pazarda öncü olmak amacıyla herhangi bir alanda araştırmaya kaynak ayrılması gibi faaliyetleri kapsamaktadır.

Gelişmiş sanayi ülkelerinin yer aldığı OECD'ye göre AR-GE üç farklı uygulamayı bünyesinde barındırır:

- Temel araştırma: Belirli, özgün bir uygulama veya kullanım düşünülmeden, kuramsal veya deneysel çalışmalarla olguların ve gözlemlenebilir durumların altında yatana ilişkin yeni bilgi edinmeye denir.
- Uygulamalı Araştırma: Yeni bilgi kazanılması için yapılan özgün araştırmadır. Fakat bu uygulama farklı olarak, spesifik bir pratik uygulamaya veya amaca yöneliktir.
- Deneysel geliştirme: Araştırma ve/veya pratik deneyimden edinilmiş ve halen var olan bilginin üzerinde yükselen, ancak yeni materyaller, ürünler, devreler üretmeye; yeni süreçler, sistemler hizmetler oluşturmaya veya halen üretilmiş veya oluşturulmuş olanları büyük ölçüde iyileştirmeye yönelik sistemli çalışmalardır.

Derimod Pazarlama'nın Derimod Konfeksiyon'dan olan mal alımına ilişkin Ar-Ge faaliyetleri tamamen üretici firma olan Derimod Konfeksiyon tarafından gerçekleştirilmektedir.

➤ **Kalite Kontrol**

Kalite kontrol faaliyetleri, müşteriye sunulan ürünlerin şirket standartlarıyla uyumluluğunu sağlamaktadır.

Derimod Pazarlama'nın gerçekleştirmiş olduğu söz konusu ürünlerin alımında kalite yönetimi, üretici firma olmasının getirdiği sorumlulukla birlikte Derimod Konfeksiyon tarafından yapılmaktadır.

Söz konusu mallar ile ilgili olarak bir üretim hatası, hasar veya bozukluk tespit edilmesi durumunda ise, bu hasarlı, bozuk, üretim hatası içeren mallar Derimod Pazarlama tarafından iade edilmektedir. Böyle bir durumla karşılaşıldığında da Derimod Konfeksiyon iade edilen malların maliyetlerini üstlenmek durumunda kalmaktadır.

Bu kapsamda kalite kontrol işlevi tamamen üretici firma olarak Derimod Konfeksiyon tarafından gerçekleştirilmektedir.

➤ **Satın Alma**

Satın alma işlemi bir mal veya hizmetin bir şirket, kişi ya da kurum tarafından tedarik edilmesidir. Satın alma süreci firmaların fiyat teklifi hazırlamaları ve bu hazırladıkları fiyat teklifini alıcı firmaya sunmaları ve satın alma yapan firmanın en ucuz teklifi kabul etmesi işleminden oluşur.

Üretim sürecinde gereken tüm malzeme alımları Derimod Konfeksiyon'un satın alma ve ithalat birimlerince gerçekleştirilmektedir. Temel hammadde alımlarında kaynak bulunmasında ve diğer alımlarda satın alma birimi temel karar verici rolünü oynamaktadır. Satın alma ve ithalat birimleri üretime yönelik alımları gerçekleştirmekte, şirket içi ihtiyaçların tedarikini, maliyetlendirme ve tedarik süresi çalışmaları yapılmasını sağlamaktadır.

Pazarlama İşlevleri

➤ Nakliye

Satın alınan ticari mallara ilişkin navlun, depolama ve diğer lojistik işleri ile hangi lojistik tedarikçisi ile çalışılacağına seçimi bu kapsamdadır.

Derimod Konfeksiyon ile Derimod Pazarlama arasında yapılan sözleşmeye istinaden, söz konusu malların tedarik zincirinden şirketin deposuna kadar olan nakliye ve lojistik Derimod Konfeksiyon 'un sorumluluğundadır.

➤ Pazar Araştırması

Stratejik kararlar alırken faaliyet gösterilen veya gösterilecek pazarı doğru değerlendirmiş olmak şirketlerin başarısı için en önemli faktörlerden biridir. Başarılı bir iş stratejisi geliştirmek ise; işin, piyasanın ve müşterilerin detaylı bir şekilde ele alınmasını gerektirmektedir. Piyasa dinamiklerini çok iyi takip etmek, rekabetçi ortamda uzun vadeli dayanabilmek, dış çevrede oluşan hızlı gelişmelere tepki verebilmek için pazar araştırmalarının doğru ve sağlıklı yapılması gerekir.

Ülkemizde perakende sektörü hızla gelişmekte olup, iyi bir marka değerinin yanında, rekabette bir adım önde olabilmek adına ve bu hızlı değişim ve gelişim sürecinde, mağazaların doğru konumlandırılması büyük önem taşımaktadır.

Bu anlamda söz konusu işlev hem Derimod Konfeksiyon hem de Derimod Pazarlama tarafından gerçekleştirilmektedir.

➤ Pazarlama Stratejisi

Pazarlamacıların bir strateji oluşturarak belirli tüketici kitlelerine, belirli ürünleri sunmayı planlamaları en geniş çapta tüketicilere ulaşmaları açısından son derece önemlidir. Bu kapsamda herhangi bir pazarlama stratejisini oluşturmak ve buna bağlı eylemleri yürütmek, tüketicilere daha iyi ulaşmak ve onların davranışlarına göre gerekenleri yapmaktır.

Söz konusu işlemlerimizde pazarlama faaliyetleri tamamen Derimod Pazarlama tarafından yürütülüp, bu konuda yürütülen strateji ve tekniklere ilişkin işlemler Derimod Pazarlama'nın sorumluluğu altındadır.

➤ Reklam Faaliyetleri

Yerel ve global anlamda marka bilinirliğinin oluşturulması ve geliştirilmesi amacıyla yürütülen reklam kampanyaları bu kapsamdadır.

Söz konusu işlemlerde reklam faaliyetlerine ilişkin maliyetler Derimod Pazarlama tarafından üstlenilmektedir.

➤ Satış Sonrası Destek

Söz konusu mal ve hizmetin pazarlanması ve satışı Derimod mağazalarında satış sonrası destek kapsamında verilen tüm hizmet Derimod Pazarlama'nın sorumluluğundadır. Organizasyon yapısı bu sebeple müşteri deneyimi ve müşteri hizmetleri fonksiyonları barındırmaktadır.

Tedarikçilerle menfaatten uzak iyi ilişkiler kurulmakta olup, yapılan anlaşmalarla koşullara uyulması için gerekli önlemler alınmaktadır. Bu anlamda söz konusu işlev tamamen Derimod Pazarlama tarafından gerçekleştirilmektedir.

Genel Yönetim İşlevleri

➤ Muhasebe, Finans ve Bütçeleme Hizmetleri

Muhasebe, finans ve bütçeleme işlemlerinin gerçekleştirilmesi bu kapsamdadır. Ayrıca, nakit ve risk yönetimi, hedging, yatırımcı işlemleri ve nakit akışının kontrolü gibi hazine faaliyetleri de bu gruba dahildir.

Şirketin ve Derimod Pazarlama'nın kendi bünyelerinde bir muhasebe departmanı bulunmakta olup, finansman, bütçeleme ve raporlama gibi fonksiyonlar bu departmanlar aracılığı ile gerçekleşmektedir.

➤ İnsan Kaynakları

Bir şirketin insan kaynakları ile ilgili faaliyetleri, personel seçimi, personel oryantasyonu, istihdam politikalarının geliştirilmesi ve idaresi, sosyal haklar ve emekli aylıkları, eğitim programları, kıdem tazminatı, iş akdi fesih işlemleri ve benzeri işlemleri kapsamaktadır.

Personel alımı ile ilgili mevzuata uygun detaylı iş sözleşmeleri hazırlanmakta olup, departman müdürleri çalışanların sorunlarını insan kaynakları müdürlüğüne iletmektedir. Söz konusu müdürlük kanalıyla sorunlar genel müdürlüğe sunulmaktadır. Toplantılarda sorunlar ve şikâyetler değerlendirilerek neticelendirilmekte olup, çalışanların bilgi, beceri ve görgülerini arttırmalarına yönelik eğitim plânları yapılmakta ve personel, gerekli eğitim programları ile desteklenmektedir. Şirketin ve Derimod Pazarlama'nın kendi bünyelerinde

bir insan kaynakları departmanı bulunmakta olup, personel seçimi, personel oryantasyonu, istihdam politikalarının geliştirilmesi ve idaresi, sosyal haklar ve emekli aylıkları, eğitim programları, kıdem tazminatı, iş akdi fesih işlemleri gibi işlemleri bu departmanlar aracılığı ile gerçekleşmektedir.

4.2.2.2. Riskler

Riskler, gerçekleşmeleri durumunda satış hacminde ve kâr marjında azalmaya yol açan tehlike durumlarıdır. Bu bölümde Derimod Konfeksiyon'un ilişkili kişiye gerçekleştirdiği mal satışına yönelik işlemlerde tarafların üstlendiği risklere ilişkin analizlere yer verilmiştir.

Riskler	Derimod Pazarlama	Derimod Konfeksiyon
Tedarik Riski	-	++++
Ar-Ge Riski	-	++++
Yatırım Riski	++	++
Stok Riski	+++	+
Teslimat Riski	-	++++

➤ Üretim / Tedarik Riski

Üretim riskleri, fabrikalardaki grevler; doğal felaketler; makine arızaları gibi sebeplerle üretimin yavaşlaması veya durmasıyla meydana gelecek zarar ve türevlerini ifade etmektedir. Bu riskler aşağıda belirtildiği gibi özetlenebilir:

- Malzeme riskleri
- Personel ile ilgili riskler
- Üretim kesintisi riskleri

Tedarik zincirindeki kesintiler stokları etkilemektedir. Çalınma, doğal afet vb. nedenlerden dolayı hasar gören makineler, ekipmanlar, binalar ve hammaddeler malzeme riskinin çeşitli nedenleridir.

Personel ile ilgili riskler ise üretimin yürütülmesi için uygun profesyonel eleman bulma zorluğu ve üretimi yavaşlatacak veya durdurabilecek bir grev ve benzeri hallerin oluşması ihtimali gibi risklerdir.

Üretim kesintisi riski ise çeşitli nedenlerle üretimin durması sonucunda randıman kaybından kaynaklanan gelir kaybıdır.

Derimod Pazarlama'nın Derimod Konfeksiyon'dan satın aldığı mallara ilişkin üretim riski tamamen tedarikçi firma olarak Derimod Konfeksiyon tarafından üstlenilmektedir.

➤ **Ar-Ge Riski**

Ar-Ge riski, başarıyla sonuçlanmayan Ar-Ge faaliyetleri ile ilgili olan risktir. Ar-Ge riski, yeni fikirler ve ürünlere ilişkin yatırımların belirsizliğinden dolayı meydana gelir.

Derimod Pazarlama'ya satışı gerçekleştirilen mallara ilişkin Ar-Ge fonksiyonu ve dolayısıyla Ar-Ge riski tamamen üretici firma olan Derimod Konfeksiyon'a aittir.

➤ **Yatırım Riski**

Yatırımcı, parasını finansal varlıklara yatırırken anaparasını tamamen ya da kısmen kaybetmek durumu ile anaparası üzerine elde edeceği getiri arasında bir seçim yapmaktadır. Bu yatırım riskleri pazar riski, iş riski, faiz oranı riski, enflasyon oranı riski gibi birtakım risklerden meydana gelmektedir.

Tedarik faaliyetlerinin geliştirilmesi için gerekli yatırımlar Derimod Konfeksiyon tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle üretim kısmına ilişkin yatırım riski Derimod Konfeksiyon'a aittir. Öte yandan Derimod Pazarlama da yaptığı mağaza ve teknoloji yatırımları nedeniyle yatırım riski ile karşı karşıyadır. Dolayısıyla yatırım riskinin Derimod Konfeksiyon ve Derimod Pazarlama tarafından ortaklaşa karşılandığı söylenebilir.

➤ **Stok Riski**

Üretimin hammadde yokluğu nedeniyle gelecek dönemlerde kesintiye uğraması, stok tutma maliyetlerinin artması, satış hacmindeki değişiklikler nedeniyle oluşabilecek riskler bu kapsamdadır.

Mamul stokunu etkileyen faktörler; satış hacmi, piyasadaki rekabet koşulları, satış bölgelerinin adedi ve dağılıklığı, üretimin sipariş üzerine veya piyasa için yapılması, üretim çeşitliliği, stok tutmanın maliyeti ve firmanın finansman imkânları olarak sıralanabilir.

Derimod Pazarlama gerçekleştirdiği satış faaliyetleri nedeniyle mağazalarında ve depolarında stok bulundurmaktadır.

Satışa konu ürünler Derimod Pazarlama tarafından yüksek stoklarda alınmakta belirli stoklar tüketildikten sonra tekrar Derimod Konfeksiyon'dan talepte bulunmaktadır. Sezon sonu satışı tamamlanmayan mallar Pazarlama'nın stoku olarak kalmaktadır. Dolayısıyla stoklar Derimod Pazarlama bünyesinde yüksek miktarda Derimod Konfeksiyon bünyesinde düşük miktarda tutulmakta olduğundan stoklarla meydana gelebilecek riskler Derimod Pazarlama tarafında daha yüksektir.

➤ **Tahsilat Riski**

Söz konusu hizmet satışları ile ilgili karşılaşılabilecek olan diğer risk alacaklarımızın tahsil edilememe riskidir. Tahsilat riski gerek iç piyasada gerekse ihracatta sorun yaratabilecek ve sürekli takiple minimize edilebilecek bir risktir. Hem Derimod Pazarlama'nın aynı grup şirketi içerisinde yer alması hem de şimdiye kadar Derimod Pazarlama'nın Derimod Konfeksiyon'a yaptığı ödemelerde bir aksaklık yaşanmaması bu anlamda Derimod Konfeksiyon'un tahsilat riskinin sınırlı olduğunu göstermektedir. Öte yandan 3. taraflara satışı gerçekleştiren taraf olması nedeniyle esas tahsilat riski Derimod Pazarlama üzerindedir. Ancak söz konusu durum satışlarımızın peşin ya da kredi kartı ile yapılması nedeniyle çok küçük bir risk teşkil etmektedir.

➤ **Teslimat Riski**

Teslimat riski, karşı tarafın anlaşmanın teslimat koşullarını yerine getirememesi durumunda ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, taşıma sırasında mallara gelebilecek hasar, ziyan ve bozulma durumu da teslimat riskini ifade etmektedir.

Ürün tedarik sürecinde meydana gelebilecek aksaklıklar nedeniyle ortaya çıkabilecek risklerin tamamı Derimod Konfeksiyon'a aittir.

4.2.3. Emsal Tespiti ve Karşılaştırılabilirlik Analizi

Söz konusu mal satışı için belirlenmiş olan fiyatların emsallere uygunluk ilkesine uyumlu olup olmadığı hususunda, bu tür malları satmakta olduğumuz ilişkisiz bir başka şirket olmadığından, iç emsal bulunmamaktadır.

Söz konusu mal satışlarının ilişkisiz kişiler arasında nasıl fiyatlandırıldığına ilişkin olarak da herhangi bir bilgi temin edilemediğinden, dış emsal de bulunamamıştır.

Derimod Konfeksiyon'un, Derimod Pazarlama'ya yapmış olduğu ticari mal satışlarında uygulanan fiyatların emsallere uygunluk ilkesi ile uyumlu olup olmadığını test etmek için İşleme Dayalı Net Kâr Marjı Yöntemi uygulanacak olup, bu yöntem neticesinde karşılaştırmaya konu karlılıkların uyumluluğu uygulanan fiyatlar konusunda da gösterge olacaktır.

İşleme Dayalı Net Kâr Marjı Yöntemi (İDNKM), gerçekleştirilen işlemlerin finansal göstergeler üzerinden, benzer işlevler ve benzer iş riskleri olan diğer işlemler ile karşılaştırılması şeklinde gerçekleştirilmektedir.

İDNKM yöntemi diğer yöntemlerden farklı olarak çok detaylı fiyat veya brüt marj bilgilerine gereksinim duymamaktadır. Bu yöntemdeki karşılaştırma standartları OECD'nin diğer yöntemler için belirlediği çok keskin kıstaslar da gerektirmemektedir.

İDNKM yöntemi, şirketlerin faaliyetlerine uygun olarak belirlenecek belirli bir kriterin (varlık, satışlar, maliyetler vb.) şirket faaliyet kârlılığı ile oranlanmasında bulunacak rasyonun, benzer faaliyetler gösteren şirketlerin aynı rasyoları ile karşılaştırılması neticesinde emsallere uygun kârlılık oranlarının bulunmasını amaçlamaktadır.

Uygun bir kâr seviyesi göstergesi belirlendiği takdirde, kontrol dışı kişilerin aralarında gerçekleştirdikleri işlemlerden elde ettikleri karşılaştırılabilir emsal aralık, emsallere uygunluk ilkesiyle uyumluluğun tespiti açısından iyi sonuçlar sağlayabilmektedir.

İDNKM yöntemi, ufak işlevsel farklılıklar olduğu takdirde bundan en az etkilenen yöntemdir. Bu yöntemde erişilebilen hesap bilgileri mevcut olduğu sürece analiz yapılması mümkündür.

Derimod Konfeksiyon'un gerçekleştirdiği toplam mal satışı 2022 yılı için 1.245.208.256,08 TL, 2023 yılı için 2.384.763.287,10 TL ve 30.09.2024 tarihinde sona eren dokuz aylık dönem için 2.764.716.703,51 TL mertebesindedir.

Derimod Konfeksiyon'un ilişkili kişisine sattığı toplam mal satış tutarı ve 2022 yılı için 1.103.084.450,73 TL, 2023 yılı için 2.184.524.802,05 TL ve 30.09.2024 tarihinde sona eren dokuz aylık dönem için 2.600.936.831,84 TL mertebesindedir. Bu durumda söz konusu satışların rapora konu yıllar için sırasıyla %88,59, %91,60 ve %94,07'nin ilişkili taraf olan Derimod Pazarlama'ya gerçekleşen satışlardan oluşması sebebiyle emsal kârlılık oranları ile yapacağımız karşılaştırmada Şirketin genel kârlılık oranları kullanılması uygun olacaktır.

Raporumuzun "Şirket Hakkında Genel Bilgiler" bölümünde de belirtildiği üzere; satışlardan elde edilen brüt kâr marjı, 2022 yılı için %10,81, 2023 yılı için %10,00 ve 30.09.2024 tarihinde sona eren dokuz aylık dönem için %9,31'dir. Faaliyet kâr marjı ise ilgili mali dönemler için sırasıyla %6,91, %5,07 ve %3,58'dir. Bu oranların emsallere uygunluğu açısından dış emsallere başvurulması gerekir. Ancak dış emsal analizi yapılmak istendiğinde ne yazık ki ülkemizde, emsal işletmelerin verileriyle karşılaştırma yapma imkânını sağlayan profesyonel veri tabanları, TCMB'nin her yıl yayınladığı sektör bilanço analizleri dışında mevcut değildir. Bununla birlikte Amadeus verilerinden faydalanılmaktadır.

Amadeus Nace Kodlarına göre dünya genelinde sektörel bazda şirketlerin finansal tablolarına erişim sağlayan bir veri tabanı programıdır. Günümüzde, dış emsal verilerine erişimin zor olduğu durumlarda bu tip programlar sektörde aynı alanda faaliyet gösteren şirketlerin yıllık kârlılık oranlarının tespiti açısından oldukça önem kazanmış olup, ilgili sektörlerde ortalama oranlar hakkında fikir edinilmesi ve emsal kârlılık oranlarının belirlenmesi açısından oldukça yol gösterici olmaktadır.

Bu anlamda, Şirketimizle aynı alanda faaliyet gösteren ve bize yakın seviyelerde iş hacmine sahip olan firmaların finansal tabloları bu program aracılığıyla temin edilmiştir.

Amadeus veritabanı yardımı ile yapılan analizimize göre Derimod Konfeksiyon ile benzer alanlarda faaliyet gösteren şirketlerin (Nace Kodu : 4642) 2020, 2021, 2022 yıllarının ortalama faaliyet karlılık oranları aşağıdaki gibidir (rapor tarihi itibarıyla 2023 yılına ait veriler yayınlanmamıştır);

Buna göre çalışmalardan da göreceğiniz üzere satış için 2020 yılına ilişkin karlılık oranı %9,29, 2021 için %11,21, 2022 için ise %9,82 olarak tespit edilmiştir.

Tespitten görülebileceği üzere Derimod Konfeksiyon'un yaptığı satışlardan elde ettiği faaliyet karlılığı sektör faaliyet karlılık oranları ile uyum içerisinde olup, bu durum Derimod Konfeksiyon'un ilişkili firmaları ile yapmış olduğu işlemler için de emsaller ile uyum içerisinde olduğunun bir göstergesidir.

4.2.4. TCMB Sektör Bilançoları

Bu bölümde ise, yukarıdaki açıklamalarımızı desteklemek amacıyla, Derimod Konfeksiyon'un genel kârlılık oranları ile sektörde faaliyet gösteren diğer şirketlerin kârlılık oranlarını karşılaştırmak üzere TCMB veri tabanında ve Derimod Konfeksiyon ile aynı sektörde faaliyet gösteren şirketlerin verileri üzerinde yapmış olduğumuz araştırma neticelerine yer verilmiştir.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), reel sektörde faaliyet gösteren firmalara ilişkin gelişmelerin izlenmesi ve bu alanda kamuoyuna kapsamlı ve düzenli bilgi sağlanması amacıyla, 1990 yılından itibaren Bilanço Merkezi çalışmalarını yürütmektedir. Bu kapsamda hazırlanan çalışmada, üç yıllık sürekliliği olan finansal tabloların imalat ve imalat dışında faaliyet gösteren sektörler ve ölçekler itibarıyla toplulaştırılmış sonuçları ile firma sayısının yeterli olduğu sektörler için hesaplanan oran ve kartiller yer almaktadır.

Yapılacak karşılaştırma analizi için TCMB'nin web adresinde yer verdiği sektör bilançolarına başvurulmuştur. TCMB'nin ilgili yılda kullanmakta olduğu kod sistemi NACE Rev.2 kod sistemi olup, bu sistemde 1411 kodu "Deri giyim eşyası imalatı" için kullanılmaktadır. TCMB veri tabanında ise 1411 sektör koduna ilişkin veriler bulunamamıştır. Ancak, bu alt sektörü de içine alan "K_C141 - Kürk hariç, giyim eşyası imalatı" sektörü verileri yer almakta olup, bu veriler raporumuzun ekinde sunulmuştur. (EK:2)

"K_C141 - Kürk hariç, giyim eşyası imalatı" sektörlerinin kârlılık oranları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır:

	C141 Faaliyet Kârlılığı		
	Alt çeyrek	Medyan	Üst Çeyrek
2021	0,2	2,1	6,1
2022	0,5	2,6	6,8
2023	0,1	2,1	6,3
Üç yıl ortalama	0,26	2,26	6,4

Derimod Konfeksiyon'un faaliyet karlılığının 2021 yılı için %7,62, 2022 yılı için 6,91 2023 yılı için %5,07 ve 30.09.2024 tarihinde sona eren dokuz aylık dönem için %3,58 seviyelerinde olduğu dikkate alınırsa, hem TCMB verilerine göre Derimod Konfeksiyon'un elde ettiği faaliyet kârlılığı oranlarının emsal firmaların elde ettiği kârlılık oranları ile uyum içerisinde olduğu ortaya çıkacaktır.

İskonto

2014 yılı itibarıyla E-fatura sistemine geçilmesi ve iki şirket arasındaki faturalaşmanın getirdiği operasyonel zorluklar nedeniyle, bu uygulama yerine farklı bir politika izlenmesine karar verilmiş ve söz konusu masraflara ilişkin dönem sonunda yansıtılacak tutarlar, faturalarda iskonto olarak gösterilmeye başlanmıştır. Buna ilişkin olarak Derimod Pazarlama'nın Derimod Konfeksiyon'dan yaptığı alımlarda ürünler üzerinden Derimod Pazarlama'ya uygulanan iskonto oranı %20'dir.

Bununla birlikte Derimod Pazarlama, Derimod Konfeksiyon'dan aldığı tekstil ürünlerinin mağazalar kanalıyla satışını gerçekleştirmesi sebebiyle önceki yıllarda bu satışlar karşılığında Derimod Konfeksiyon'dan komisyon (ciro primi) almaktaydı. Derimod Pazarlama düzenlenen satış faturalarında uygulanan %20 oranındaki iskontoyla birlikte, 2014 yılı itibarıyla ciro primi uygulamasına da son vermiştir.

Derimod Konfeksiyon'un genel kârlılık oranlarını karşılaştırmak amacıyla TCMB veritabanlarından yararlanılarak yapılan çalışmalar sonucu Şirket kârlılık oranlarının emsallere uygunluk ilkesi ile uyumlu olduğu ortaya çıkmıştır. Karşılaştırmaya konu olan Şirket kârlılık oranları, yapılan iskontoları da kavradığından; söz konusu iskonto oranları için ayrıca bir çalışma yapılmadan yapılan bu iskontoların emsallere uygunluk ilkesi ile uyumlu olduğu sonucuna varılabilmektedir.

4.2.5. Derimod Pazarlama İle Olan İlişkilerin Emsallere Uygunluk İlkesi Karşısındaki Durumu

Şirket ile Derimod Pazarlama arasında gerçekleşen işlemler yukarıda yapılan çalışmalardan da görüleceği üzere emsallere uygunluk ilkesi ile uyumlu bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Diğer bir deyişle Derimod Pazarlama ile olan ilişkilerde uygulanan fiyatlar piyasa emsalleri ile uyumlu ve adil bir biçimde belirlenmiştir.

Bununla birlikte, Derimod Deri Konfeksiyon Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş. Büyük Mükellefler Vergi Dairesi'ne bağlı tam mükellef kurum statüsünde bulunduğundan, Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 13'üncü maddesi, Transfer Fiyatlandırması Yoluyla Örtülü Kazanç Dağıtımı Hakkındaki Genel Tebliğler ve Transfer Fiyatlandırması Yoluyla Örtülü Kazanç Dağıtımı Hakkındaki Bakanlar Kurulu Kararları'nda belirtilen esaslar doğrultusunda, ilişkili kişilerle gerçekleştirmiş olduğu işlemlere yönelik olarak Maliye Bakanlığı'nı bilgilendirmek üzere her dönem Transfer Fiyatlandırma raporu hazırlanmaktadır.

Söz konusu raporlar, Maliye İdaresi tarafından da kontrol edilmekte olup, uygulanan fiyatların transfer fiyatlandırması yoluyla örtülü kazanç dağıtımına neden olması durumunda eleştirileceği de unutulmamalıdır. Nitekim, bu döneme kadar bu konuda her hangi bir eleştiri de yapılmamış olup, bu durum da transfer fiyatlandırması yoluyla örtülü olarak aktarılan herhangi bir kazanç bulunmadığının ispatıdır.

5. SONUÇ

Sermaye Piyasası Kurulu'nun Seri II-17.1 sayılı Kurumsal Yönetim Tebliği'ne istinaden Şirketimizin ve ilişkili tarafımız olan Derimod Deri Konfeksiyon Pazarlama San. ve Tic. A.Ş. ("Derimod Pazarlama") arasındaki işlemlerin 2024 hesap dönemi içerisindeki tutarının satış işlemlerinde kamuya açıklanan son yıllık finansal tablolara göre oluşan hasılat tutarına olan oranının, %10'dan fazla bir orana ulaşması ve 2025 hesap döneminde de aynı nitelikteki işlemlerin belirlenen esaslara uygun olarak devam etmesinin öngörülmesi nedeniyle; iş bu raporda; Derimod Pazarlama'nın özet finansal bilgilerine, Şirketimiz ve Derimod Pazarlama arasındaki işlemlerin niteliğine, iş bu işlemlerin piyasa koşullarına uygunluğu değerlendirilirken esas alınan kriterlere ve işlemlerin koşullarına, işlemin piyasa koşullarına uygun olup olmadığı hakkında değerlendirmeler ile 'Maliyet artı kar Marjı eksi Net Satış İskontosu " fiyat belirleme yöntemi ve gerekçeleri açıklanarak, işlemlerin piyasa koşulları karşısındaki durumu hakkında bilgi sunulmuştur.

Raporumuzda Derimod Konfeksiyon'un Derimod Pazarlama ile olan ticari ilişkileri detaylı olarak irdelenmiş Derimod Konfeksiyon'un, Derimod Pazarlama ile gerçekleştirmiş olduğu ticari işlemlerin emsallere uygunluk prensibi kapsamında gerçekleştirildiği açıklanmıştır. Raporda belirttiğimiz gerekçelerle Derimod Konfeksiyon tarafından Derimod Pazarlama'ya yapılan satışlarda uygulanan fiyatların piyasa emsalleri ile uyumlu ve adil bir biçimde belirlenmiş olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

İş bu rapor neticesinde Şirketimiz ve Derimod Pazarlama arasında yapılan işlemlerin, toptan ticari mal satışından ibaret olduğu ve satış fiyatı belirlenirken kullanılan yöntemin maliyetin üzerine yüzde 40 kar marjı uygulanması sonrasında bulunan bedel üzerinden yüzde 20 iskonto edilmesi ile belirlendiği açıklanmıştır. İş bu bilgiler, değerlendirmeler ve açıklamalar sonucunda SPK'nın Seri II-17.1 sayılı Kurumsal Yönetim Tebliği'ndeki ilişkili taraf açıklamaları doğrultusunda piyasa koşullarına uygun olduğu sonucunda varılmıştır.

Saygılarımızla,

Yönetim Kurulu