

2013

ANEL TELEKOMÜNİKASYON ELEKTRONİK SİSTEM SAN. VE TİC. A.Ş.'NİN “ANEL” MARKA DEĞERLEME RAPORU

ANEL TELEKOMÜNİKASYON ELEKTRONİK SİS. SAN VE TİC. A.Ş.'NİN ANEL
MARKASININ MARKA DEĞERLEME RAPORU

SUNUŞ	1
I. ANEL MARKASININ SAHİBİ ANEL TELEKOMÜNİKASYON ELEKTRONİK SİS. SAN. VE TİC. A.Ş.VE MARKA HAKKINDA BİLGİLER	1
A- GENEL BİLGİLER	1
1. Şirket Hakkında	1
2. Faaliyet Alanları	2
a) Telekom Sistemleri	2
b) Savunma Elektronikleri	4
c) Yenilenebilir Enerji	5
d) Mobil Ve Telsiz Sistemler	5
e) Bilişim Teknolojileri	6
f) Mekatronik Çözümler	9
g) Endüstriyel Ve Profesyonel Elektronik	10
h) Distribütörlükler	10
3. Hizmetler	11
a) Projelendirme	11
b) Kurulum	12
c) Onarım	12
d) Bakım	13
e) İşletme	13
4. Ürünler	13
a) Elektronik Kart Üretimi	13
b) Elektromekanik Üretim	13
b) Elektromekanik Üretim(devamı)	14
c) Kalibrasyon	14
5. Mali ve Finansal Bilgiler	16
6. Pazar Hakkında	16
a) Pazar Riski	16
a) Pazar Riski (devamı)	17
aa. Telekom Sektörü Pazarı	17
aa. Telekom Sektörü Pazarı (devamı)	18
ab. Savunma Sektörü Pazarı	18
b) Finansal Riskler	18
ba. Genel Olarak	18
ba. Jeopolitik Riskler	18
ba. Jeopolitik Riskler (devamı)	19
bb. Devlet Politikası ve Düzenleyici Karar Riskleri	19
c) Operasyonel Riskler	19
d) Kredi Riskleri	19
e) Likidite Riskleri	19
f) Faiz Riskleri	19
g) Kur Riskleri	20
h) Makroekonomik Riskler	20
i) Aneltech ve Aneltech'e Konsolide Olan Şirketlerin Risk Yönetim Unsurları	20
j) İşletmenin Finansal Yapısını İyileştirmek İçin Alınması Düşünülen Önlemler	20
B. EKONOMİK KOŞULLAR	21
1. Coğrafi Konum	21
2. Pazar Hacmi	21
3. Pazardaki Rekabetin Boyutu	21
3. Pazardaki Rekabetin Boyutu (devamı)	22
4. Alıcı ve Satıcı Pozisyonları	23
5. Mal ve Hizmetlerin İkame Edilebilirliği	23
6. Pazardaki Devlet Düzenlemeleri	23
C. PAZAR KOŞULLARI	23
1. Dünya Telekomünikasyon Sektöründeki Durum	23
1. Dünya Telekomünikasyon Sektöründeki Durum (devamı)	24

**ANEL TELEKOMÜNİKASYON ELEKTRONİK SİS. SAN VE TİC. A.Ş.'NİN ANEL
MARKASININ MARKA DEĞERLEME RAPORU**

2. Türkiye Telekomünikasyon Sektöründeki Durum	25
3. Genel Pazar Verileri	25
a) İşletmeci Gelirleri	25
a) İşletmeci Gelirleri (devamı)	26
b) İşletmeci Yatırımları	26
c) Pazar Durumu	27
D. İŞ STRATEJİLERİ	34
II. ANEL MARKASININ DEĞERİNİN HESAPLANMASI	37
A. YÖNTEM TESPİTİ	37
B. YÖNTEM	37
1. Maliyet / Masraf Üzerinden Marka Değerini Bulma Yöntemi	37
2. Maliyet / Masraf Üzerinden Marka Değerini Bulmak Uygulanan Yöntemin Bu Rapordaki Formülasyonu Hakkında Bilgi	38
3. Marka Değeri Üzerinde Etkili Olan Harcamalar	39
C. DEĞERLEME	40
1. Marka Değerine Gidecek Tutarlar	40
a. 2011 Yılı	40
a. 2011 Yılı (devamı)	41
b. 2012 Yılı	42
a. 2012 Yılı (devamı)	43
b. 2013 Yılı (Ocak-Eylül)	44
a. 2013 Yılı (Ocak-Eylül) (devamı)	45
2. Marka Patent Belgesi Alım ve Harç Hizmeti	46
3. ANEL Marka Değerinin Hesaplanması	47
4. Anel Dışı Markaların Değerinin Hesaplanması	48

Sunuş

Sayın İlgililer,

Anel Telekomünikasyon Elektronik Sis. San. ve Tic. A.Ş. (Şirket) “ANEL” markasının değer tespit raporumuz Anel Grup şirketlerinin 2011, 2012 ve 2013 yılının 1-9 ayları arasındaki muhasebe raporları, beyannameler, şirketin ekonomik çevresi ve ilişkilerine ilişkin bilgi kaynakları dikkate alınarak tarafımızdan hazırlanan Marka Değeri Tespit Raporu’nu bilginize sunuyoruz.

Rapordaki tüm tutarlar Türk Lirası (TL) bazındadır. 2011 ve 2012 tutarları TEFE (Toptan Eşya Fiyatları Endeksi) dikkate alınarak 2013 Eylül ayına uyumlaştırılmıştır.

Marka değerinin belirlenmesinde dikkate alınması gereken en önemli faktör, hisse sahiplerinin ve potansiyel alıcıların bu markanın geçmişi, bugününe ilişkin bilgileri ve geleceğine ilişkin beklentileri ve tahminleridir. Beklenti ve tahminler, markanın doğrudan veya dolaylı olarak ilişkili olduğu olayların zaman içerisinde farklılık gösterebilmesi nedeniyle değişebilmekte, bu tip durumlar marka değerini etkileyebilmektedir.

Marka değeri tespit raporunun hazırlanmasında uluslararası platformda kabul edilmiş olan marka değerinin etkileyen harcamaların analizine dayalı **Maliyet Yöntemi** kullanılmıştır.

Raporumuzda şirketler grubu faaliyetinin 3 yılı değerlendirilmiştir. 3. Yıl (2013 yılı) 9 aylık veriler dikkate alınmıştır.

Raporumuz değerlendirilirken aşağıdaki hususların dikkate alınması önem arz etmektedir:

Raporumuzda markayla ilgili tüm parasal ve rakamsal tutar ve sonuçlara, şirket yetkili birimleri tarafından hazırlanan ve onaylanan 2011, 2012 yılı ve 30.09.2013 tarihli mali tablolar ve şirket yetkili yönetimince tarafımıza sunulan bilgi ve belgeler ışığında ulaşılmıştır.

Tarafımıza verilen tüm bilgi, belge ve diğer verilerin gerçeklik ve doğruluğunun sorumluluğu şirket yönetimine aittir.

2011 ve 2012 Mali Tabloları bağımsız denetimden geçmiştir. 2013 verilerinde bağımsız denetimden geçtikten sonra yapılacak hesaplamalarda değişiklikler olabileceği dikkate alınmalıdır. Raporla ilgili çalışmamız herhangi bir denetim ya da mali tabloların düzenlenmesini içermemektedir. Bu nedenle mali tablolara ulaşılrken genel kabul görmüş muhasebe kurallarına uyulup uyulmadığı hakkında görüşümüz yoktur.

Bu rapor *Artı Değer Uluslararası Bağımsız Denetim ve YMM A.Ş.* tarafından sadece şirket ortaklarının görüşlerine hazırlanmıştır.

Bu rapora dayanarak yatırımcıların, potansiyel alıcıların veya üçüncü kişi ya da kurumların bir karar alınması halinde *Artı Değer Uluslararası Bağımsız Denetim ve YMM A.Ş.* hiçbir sorumluluk kabul etmeyecektir.

Bu rapora dayalı bir tavsiye verildiğinde, tüm sorumluluk tavsiye verene ait olacaktır.

Bu rapor raporda da belirtilen varsayım ve koşullar çerçevesinde hazırlanmıştır.

Süleyman TAF

Sorumlu Ortak Denetçi

Artı Değer Uluslararası Bağımsız Denetim ve YMM A.Ş.

Member of Task International



ARTI DEĞER ULUSLARARASI BAĞIMSIZ DENETİM VE YEMİNLİ MALİ MÜŞAVİRLİK ANONİM ŞİRKETİ
Mimar Sinan Mah. Mimar Sinan Cad. Birlik İş Merkezi No: 15 Kat:2 Daire: 2
Çekmeköy/İstanbul Tel : +90 216 641 6005 Fax : 641 6004

ARTI DEĞER
ULUSLARARASI BAĞIMSIZ DENETİM VE
YEMİNLİ MALİ MÜŞAVİRLİK ANONİM ŞİRKETİ

www.taskinternational.org

**I. ANEL MARKASININ SAHİBİ ANEL TELEKOMÜNİKASYON ELEKTRONİK SİS. SAN. VE
TİC. A.Ş. VE MARKA HAKKINDA BİLGİLER**

A- GENEL BİLGİLER

1. Şirket Hakkında

Büyük Mükellefler Vergi Dairesinin 069 028 7352 vergi numaralı mükellefi olan Anel Telekomünikasyon Elektronik Sis. San. Ve Tic. A.Ş. (bundan sonra Rapor'da "şirket" olarak anılacaktır), İnkılap Mah. Site Yolu Sokak No:5 34768 Ümraniye/İSTANBUL adresinde faaliyet göstermektedir. Şirketin Ankara'da şubesi mevcuttur. Ankara şube adresi: Yıldız 25. Sokak No:6/2 Çankaya-ANKARA 'dır.

Şirket, telekomünikasyon sistemlerinin altyapısını oluşturan santral, data ve transmisyon üniteleri, kartlı telefon ve uç cihazların üretimini, bakımını ve onarımını yapmak üzere 2003 yılında kurulmuştur. Şirket, aynı zamanda, elektronik üretim yapan tesislerle stratejik ortaklıklar da geliştirmektedir. Ana faaliyet alanı; üretim, servis, kalibrasyon, bakım-onarım, mühendislik-tasarım, danışmanlık, destek hizmetlerini ve telekomünikasyon sektörünün ihtiyacı olan çeşitli ürünleri **AnelTech® markası** ile tüm telekomünikasyon pazarına sunmaktadır.

İşletmenin iştirakler ve bağlı ortaklıkları aşağıda listelendiği gibidir:

Şirketin İsmi	Faaliyet Alanı	Şirketin Sermayesi (TL)	Aneltech'in Oranı (%)	İştirak
Aneltech-Airties İş Ortaklığı	Telekomünikasyon	5.000	51,00	
Plastikkart Akıllı Kart İletişim Sistemleri Sanayi ve Tic. A.Ş.	Kart Üretimi	22.750.000	23,12	
Anelyapı Gayrimenkul A.Ş.	Gayrimenkul Alım Satımı	44.000.000	55,00	
Aneles Elektronik Üretim ve Pazarlama Sanayi ve Tic. A.Ş.	Elektronik devre üretimi ve satımı	25.940.000	99,99	
AMS-Aneltech Adi Ortaklığı	Otomatik Tanımlama Sistemi	5.000	49,00	
Anel Enerji Elektrik Üretim Sanayi ve Tic. A.Ş.	Güneş enerjisine dayalı üretim, satış ve benzeri işlemler	2.500.000	5,00	

İşletme'nin %10 ve daha fazlasına sahip ortaklar aşağıda listelendiği gibidir:

Adı	Pay Oranı	Pay Tutarı
Rıdvan Çelikel	%23,27	11.635.909,16 TL
Anel Elektrik Proje Taah. Ve Tic. A.Ş.	%26,69	13.345.499,88 TL

2. Faaliyet Alanları

Şirket;

- Telekom,
- Savunma Elektroniği,
- Yenilenebilir Enerji,
- Bilişim Çözümleri,
- Endüstriyel Profesyonel Elektronik

sektörlerinde faaliyet göstermektedir. Diğer grup şirketleri ile birlikte söz konusu alanlarda pek çok hizmeti Türk Ekonomisinin hizmetine sunmaktadır. Şirketin ürettiği ürünler ve verdiği hizmetler aşağıda açıklanmıştır:

a) Telekom Sistemleri

Şirket, Türkiye'nin ve Dünyanın önde gelen operatörlerine ve vendörlerine; data, ses ve görüntü iletimi altyapısı alanlarında anahtar teslim projeler sunmaktadır.

Şirketin Telekom Çözümleri:

- SDH ve DWDM
- Radyo Link (R/L)
- IP/MPLS
- Kablosuz Teknolojiler Wi-Fi ve WIMAX
- NGN Yeni Nesil Şebekeler
- IP Centrex
- Modem, Residential Gateway, Videotelefon, IP Set Top Box
- Data Center
- AC/DC ve Yenilenebilir enerji

Şirketin Telekom Sektöründe Servis Çözümleri:

- Keşif
- Malzeme Temini
- Sevkiyat
- Montaj
- Devreye alma
- Kabuller
- Eğitim
- İşletme
- Bakım

Şirketin çalışmasına verimlilik kazandırmak amacı ile organizasyon İş ve Ürün Geliştirme, Satış, Servis Operasyonları ve Projeler ve Mobil Uygulamalar ve IT Çözümler olmak üzere yeniden yapılandırılmıştır.

ANELTECH isim hakkını aldığı **ANPROT markası altında** ANELES, ARGE ve ANELES üretim kapasitemizden faydalananak piyasaya rekabetçi ürünler sunmak amacı ile yeni özgün ürünler tasarımına ve üretimine hız vermiştir.

ANELTECH dünyada kendi sektöründe lider firmalar ile Türkiye ve komşu ülkeler için münhasır distribütörlük anlaşmaları imzalamayı hedeflemektedir.

Mobil Uygulamalar ve IT Çözümleri birimimizde yurtiçi / yurtdışı GSM operatörlerine mevcut mobil uygulamalarımızın satışı, GSM ve sabit hat operatörlerinin, İnternet Servis Sağlayıcılarının ihtiyacına yönelik yeni uygulamaların geliştirilmesi ve B2B'ye yönelik akıllı kurumsal çözümlerin geliştirilmesi ve satışı yapılacaktır. Telekom operatörlerinin iş ortağı olunması yönünde adımlar atılacak ve AnelTech, operatörlerin kurumsal müşterileri için tercih ettiği uygulama geliştirme firması olarak konumlandırılacaktır. Son kullanıcıya hizmet sunulmasına yönelik potansiyeller değerlendirilecek ve bu yönde şirketimize gelir kazandıracak çalışmalar yapılacaktır.

ANELTECH, 03.03.2011 tarihinde Kartek Kart ve Bilişim Teknolojileri Ticaret Ltd. Şti. (Smartsoft) ile Akıllı Ödeme Terminalleri, Bankalar, Kamu Kuruluşları ve GSM Operatörleri için güvenlik gerektiren çözüm ve uygulamalar ve benzeri projelerde tasarım, üretim, satış, kurulum ve satış sonrası servisler gibi konularda işbirliğine gitmeyi ve müşterilere katma değerli çözümler sunmayı hedefleyen 2 yıl süreli bir İşbirliği Niyet Protokolü imzalamıştır.

İmzalanmış olan xDSL Modem Projesi uygulamaya başlanılmıştır. Telekomünikasyonda alt yapının yeni nesil cihazlarla (NGN-New Generation Network) ilave özellikler katarak modernize edilmesine yönelik çözümler alanında iş ortaklarımız ile görüşmeler devam etmektedir.

Projeler:

Türk Telekom IpCentrex Projesi

Mevcut şebekenin genişletilmesine yönelik siparişlerin yanı sıra HUÇS gibi katma değerli hizmetler için çözümler sunulmaya devam etmektedir.

Türk Telekom IP Yönetilebilir Hizmetler Projesi

Ocak 2010 tarihinde sözleşmesi imzalanan bu proje ile ilgili sistem kurulumları devam etmektedir. Yılın ilk altı ayında çeşitli müşterilere sistemler kurularak projeleri tamamlanmıştır.

TTNET Modem Projesi

ANELTECH "07.03.2011 tarihinde TTNET A.Ş. ile "Voip Destekli Kablosuz VDSL Modem" temini için sözleşme imzalanmıştır. Sözleşme tutarı KDV hariç 1.500.000 ABD Doları olup , teslimata başlanmış ve devam etmektedir.

ANELTECH 16.03.2011 tarihinde TTNET A.Ş. ile Eylül 2010 tarihinde yapılan sözleşme şartları çerçevesinde KDV hariç 4.592.500 USD tutarında ilave HG-521 kablosuz modem siparişi almıştır. Teslimatlar başlamıştır ve devam etmektedir.

TT IP Radyo Sistemleri Projesi

Şirket, "1600 AV'lik Mikrodalga IP Radyo Sistemleri" işi için Türk Telekomünikasyon A.Ş. ile sözleşme imzalamıştır. Söz konusu işin kapsamı transmisyon altyapısında kullanılmak üzere Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde Türk Telekomünikasyon A.Ş. tarafından belirlenen istasyonlara, İtalya'da kurulu SIAE MicroelettronicaSpa ("SIAE") ünvanlı şirket tarafından üretilen tüm radyo teçhizatlarının ve yönetim sistemi yazılımının teminini, kurulumunu ve teknik destek içeren sözleşme kapsamında Türk Telekomünikasyon A.Ş. tarafından verilen ilk sipariş kapsamında İtalya'dan getirilen radyo teçhizatlarının çeşitli bölgelerde kurulumuna tamamlanmış ve ikinci sipariş alınmıştır.

b) Savunma Elektroniği

Şirket, 2008 yılında savunma elektroniği sektörüne girmiştir. Grup şirketlerinden AnelArge bünyesinde geliştirilen yazılım ve araştırma geliştirme yetenekleri ile birlikte bu sektörde anahtar teslim çözümler ve sistem entegrasyon hizmetleri sunabilecek duruma gelmiştir .

TT IP Radyo Sistemleri Projesi (devamı)

Şirketin söz konusu sektördeki uzmanlık alanları aşağıda listelendiği gibidir:

- Araştırma ve Geliştirme (Üniversite ve Araştırma Kurumları ile birlikte)
- Uçtan uca iletişim şebekeleri tasarım, kurulum ve işletme
- Proje ve Sözleşme Yönetimi
- Saha montaj ve bakımları
- Sistem Entegrasyonu, Mühendislik ve Planlama
- Alt Yüklenici Yönetimi

c) Yenilenebilir Enerji

Şirket, Yenilenebilir Enerji Kaynakları Sistemleri olarak adlandırılan ve yaygın olarak doğal enerji kaynaklarından güneş ve rüzgar enerjisini kullanarak elektrik elde edilmesini sağlayan sistemlere ilişkin şu faaliyetlerde bulunmaktadır.

Şirket, 13,5 MW kapasitesindeki güneş paneli üretim tesisine sahiptir. Yenilenebilir enerji alanında anahtar teslim projeler; kurulum, danışmanlık, proje yönetimi; fizibilite, ekipman seçimi, montaj, devreye alma, işletme, ürün satışı ve satış sonrası destek konularında hizmet vermektedir. Şirket işlerini geliştirmek için İnci Holding ile iyi niyet sözleşmesi imzalamıştır.

d) Mobil Ve Telsiz Sistemler

Şirket, Mobil ve Telsiz Sistemler birimi olarak GSM operatörlerinin talepleri çerçevesinde site surveyinden, saha kiralama, TK başvurusu, yeni saha kurulumu, mevcut sahaların bakım-onarım, swap ve rework işlerine kadar geniş bir yelpazede hizmet vermektedir. Şirket, Avea, Vodafone ve Turkcell gibi GSM sektörünün önde gelen operatörleri ile uzun süreli projeler yürütmektedir.

TT IP Radyo Sistemleri Projesi (devamı)

Mobil ve Telsiz Sistemler birimi olarak GSM Sektörüne sunduğu hizmetleri şu şekilde tanımlanmaktadır:

- Anahtar Teslim Proje Çözümleri
- Hücresel Planlama
- Transmisyon Planlama
- Optimizasyon
- Saha Kiralama-İzinler
- Aday Saha Arama
- Site Survey
- Legalizasyon Başvuruları
- Enerji Çözümleri
- ENH Hatları Başvuru, Projelendirme, Kurulum ve Bakımı
- Yenilenebilir Enerji Alternatif Çözümleri ve Uygulamaları
- Sistem Odası Enerji Dağıtım Panoları Üretim, Kurulum ve Bakımı
- Altyapı Kurulumları
- Kule Tedarik, Montaj ve Bakımı
- Sistem Odası Tedarik, Kurulum ve Bakımı
- Üstyapı Kurulumları
- Transmisyon Üniteleri Tedarik, Kurulum ve Bakımı
- RF Ekipmanları Tedarik, Kurulum ve Bakımı
- Güvenlik Sistemi Kurulum ve Bakımı
- Uçak İkaz (kablolu-kablosuz)
- Sınır Elemanları Tedarik ve Kurulumu
- Topraklama Sistemleri Tedarik ve Kurulumu
- Yıldırımdan Korunma Sistemleri
- Lojistik Hizmetleri
- İklimlendirme
- Klima Sistemleri Kurulum ve Bakım
- Özel Freecooling Çözümler
- ETS
- Bakım hizmeti verilen projelerde elektrik faturalarının ödenmesi, teyidi, borç takibi, ödemelerin firma bünyesinde yapılması, enerji abonelik tip değişikliği.

e) Bilişim Teknolojileri

Şirket, bilişim teknolojileri ilgili olarak yapısal kablolama, data center ve sistem odası, veri depolama sistemi, IP Centrex Soft Switch, Anons (PA), Master Clock, Otopark giriş kontrol ve güvenlik, CCTV güvenlik kamera, LAN-Yerel Alan Ağı, WAN – Geniş Alan Ağı, Kablosuz Teknolojiler-Wifi, Wi-Fi tabanlı yada aktif/pasif RFID Sistem, IP Telefon, Dijital PBX Sistemleri, Modem- Residential Gateway alanlarında çözümler üretmektedir.

Şirketin bu alanda ürettiği çözümlerin alt başlıkları aşağıdaki gibidir:

Yapısal Kablolama Çözümleri

- Keşif, projelendirme, ürün temini, kurulum, test, etiketleme ve eğitim dahil olmak üzere uçtan uca anahtar teslimi çözümleri,
- BICSI standartlarında yapısal kablolama tasarımları ve dokümantasyonun oluşturulması,
- Fiber ring sistemlerinin tasarım ve proje uygulamalarının yapılması,
- Telefon kablolama çözümleri .

Data Center Ve Sistem Odası Çözümleri

- Uluslararası ANSI/TIA 942 standartlarını destekleyen data center çözümleri,
- Yükseltilmiş taban, iklimlendirme, kabinet, güvenli giriş çıkış, yangın algılama ve söndürme sistemleri,
- Bu standartlara özel enerji altyapısı-trafo, UPS, jeneratör, pano- projelendirmesi ve kurulumları,
- Veri Merkezi iletişim altyapısı tasarım, projelendirme, kuruluş ve devreye alma.

Veri Depolama Sistemi Çözümleri

- Kabloya alternatif veya yedek özel uygulamalar.

IP Centrex Soft Switch Çözümleri

- Telekom Operatörleri için IP Centrex tasarım, projelendirme, kuruluş ve devreye alma,
- Son kullanıcı tarafında IP Centrex sisteminin kurulması ve devreye alınması,
- Fiber to Home projelerinde Residential Gateway ve IP Centre/SoftSwitch uygulamaları.

Anons (PA), Master Clock Çözümleri

- Havaalanlarında ve kongre merkezlerinde Anons ve Master Clock tasarımı, projelendirme, kuruluş ve devreye alma.

Otopark Giriş Kontrol Ve Güvenlik Çözümleri

- Havaalanlarında ve kongre merkezlerinde Otopark giriş kontrolü tasarımı, projelendirme, kuruluş ve devreye alma.

CCTV Güvenlik Kamera Çözümleri

- DayLight, Low Light ve Thermal kameralar ile güvenlik sistemi çözümleri.

Lan-Yerel Alan Ağı Çözümleri

- Marka bağımsız müşteriye özel çözümler.
- Yönetilebilir ve güvenli LAN uygulamaları.

WAN – Geniş Alan Ağı Çözümleri

- ADSL, G.SHDSL, Leased Line, kablosuz erişim vb yöntemleri ile çoklu lokasyon uygulamaları,
- Fiber Ring topolojisi ve telekomünikasyon sistemleri için SDH çözümlerinin projelendirilmesi ve saha uygulamalarının yapılması,
- Yatırım dönüşüm hızının yüksek olduğu uygun maliyetli çözümler..

Kablosuz Teknolojiler-Wifi Çözümleri

- Kabloya alternatif veya yedek özel uygulamalar,
- 802.11a/b/g /n standartlarına uygun altyapılar,
- Noktadan noktaya, tek noktadan birden fazla lokasyona bağlantı sağlayan kablosuz iletişim çözümleri,
- Marka bağımsız iç mekan ve dış mekan çözümler.

Wi-Fi Tabanlı Yada Aktif/Pasif RFID Sistem Çözümleri

- Wi-Fi tabanlı yada aktif/pasif RFID sistemi ile demirbaş takibi,
- RFID ile güvenlik sistemi ve personel takip sistemi çözümleri.

IP Telefon

- Geleneksel telefon santrali uygulamalarına alternatif, müşteriye özel yazılım uygulamaları ,
- SIP protokollerini destekleyen özel çözümler,
- Kablosuz wifi altyapısı üzerinde çalışan wifi Ip telefon çözümleri.

Dijital PBX Sistemleri

- Analog, dijital, IP ve kablosuz sistemleri aynı yapıda barındıran, ölçeklenebilir telefon santrali çözümleri,
- Görüşme maliyetlerini optimize edebilen alternatif ucuz operatörleri otomatik olarak seçen zeki ve yönetilebilir bir altyapı,
- Esnek fiyatlandırma ve alternatif ürünleri içeren çözümler.

Modem- Residential Gateway

- ADSL, ADSL2+ destekli modemler
- Ethernet ve fiber bağlantı için özel gatewayler
- TR069 ve TR104 destekli çözümler
- Entegre firewall, NAT, IGMP uygulamaları
- Merkezi yönetim yazılımları

Aneltech “Akıllı Bina ve Ev Sistem ve Tasarımları” nı içeren çalışmalarını başlatmıştır.

f) Mekatronik Çözümler

Mekatronik; makine, elektrik–elektronik ve bilgisayar mühendisliğinin evliliğinden doğan, yazılım ve kontrol mühendisliği konularını da aynı çatı altında toplayan disiplinlerarası bir kavramdır.

Şirketin bu alanla ilgili faaliyetleri şunlardır:

- Uluslararası standartlar ve uygulamalarına göre sistemlerin projelendirilmesi,
- Arayüzlerin oluşturulması ve belirlenmesi (I/S) ,
- Sistem dokümantasyonun hazırlanması (RAMS, EMC, EMI, Maintenance plan, etc...),
- Kalite dokümantasyonun hazırlanması (İş sağlığı ve güvenliği planı (HSE), Tedarikçi Kalite Planı (SQP), Yapım Kalite Planları (CIQP), Uygulama Prosedürü (MS), Test ve Muayene Planları (ITP), Risk Analizleri (RA), Teknik Şartnameler (Material specification), etc...)

IT sistemleri

- Yerel Ağ
- Yeral Ağ Güvenlik Sistemleri
- Uluslararası Standartlarda Veri Merkezi tasarımı
- Veri Merkezi Güvenlik sistemleri
- IP Tabanlı Telefon Sistemleri
- Telsiz Sistemleri
- Mobil Telefonlar için Sinyal Çoğaltma ve Engelleme Sistemleri
- Kullanıcı Bilgilendirme Sistemleri
- Kontrol ve Bilgi Toplama Sistemleri
- Proje Bazlı Özel Yazılımlar
- Bina Yönetim Sistemleri
- Disiplinler Arası Arayüzlerin Yapılandırılması

Projeler:

- Marmara Forum Alışveriş Merkezi ICT projesi uygulama çalışmaları,
- Erzincan Havaalanı ICT projesi uygulama çalışmaları,
- Konya Hilton Yapısal Kablolama çalışmaları başarı ile tamamlanmıştır.
- Sabiha Gökçen havalimanının orta gerilim panellerinin modernizasyonu ve elektrik enerjisi selective koruma sistemi aktif hale getirildi.

Uygulama ve Servisler

Azerbaycan'daki GSM mobil operatörlerine sunulan pazarlama hizmetlerine devam edilmektedir.

g) Endüstriyel Ve Profesyonel Elektronik

Şirketin bu alandaki faaliyeti, endüstrinin farklı sektörleri, deniz ve ev / ofis ortamları için elektronik cihaz gereksinimini sağlayan profesyonel ürünler ve çözümlerle ilgilidir.

Bunları aşağıdaki gibi listelemek mümkündür:

- Deniz Elektroniği ile ilgili olarak Otomatik Tanıtma Sistemi (AIS)
- Deprem 'in erkenden uyarılabilmesine yönelik Sezi Deprem Erken Uyarı Sistemleri
- Motorlar ve jeneratörlerin kesintisiz çalışmasını sağlayan, bakım amacı ile kullanılan ürünler.

ANELTECH' in Endüstriyel Profesyonel Elektronik pazarı için ürettiği ürünler Anel Grup şirketlerinden ESİSTEM tarafından satılmaktadır. Detaylı bilgi için www.esistem.com.tr adresine bakılabilir.

h) Distribütörlükler

- Şirketimiz İtalya'da kurulu olan SIAE MicroelettronicaSpa ("SIAE") unvanlı şirket ile Azerbaycan Münhasır Distribütörlük anlaşması imzalandı. Söz konusu anlaşma uyarınca Şirketimiz SIAE tarafından üretilen mikrodalga, PDH/SDH/Ethernet radyo ekipmanlarını ve yönetim sistemi yazılımını kapsamaktadır.
- Aneltech, İtalya merkezli, üretim fabrikası Hongkong menşeli, marin elektronik sektöründe,dünya genelinde 41 ülkede distribütörlük yapısına sahip, Seiwa Marine Eletronic markasının munhasır Türkiye distribütörlük sözleşmesi imzalamıştır.Bu sözleşme ile Seiwa Marine Electronik markasının ürün ve hizmetlerini Türkiye genelinde tanıtım, pazarlama, satış, satış sonrası servis ve montaj hizmetlerini gerçekleştirecektir.
- ANELTECH Slovenya 'da kurulu Robotina d.o.o. ünvanlı şirket ile Türkiye için Münhasır Distribütörlük anlaşması imzalanmış olup, söz konusu anlaşma uyarınca Şirketimiz Robotina d.o.o. tarafından üretilen Akıllı Ev ürünlerini Türkiye ülke sınırlarında satmak için yetki almıştır.

3. Hizmetler

a) Projelendirme

Sistem bütünleştirme faaliyetlerinin en önemli konularının başında projelendirme servisleri gelmektedir. Projelendirme müşteri ihtiyaçlarının ortaya çıkmasından sonra veya önce gerçekleştirilebilir. Müşteri ihtiyaçları bir ihale ile veya bir şartname ile belirlenmişse projelendirme genelde ölçeklendirme, mühendislik, kaynak planlama ve proje süresi olarak yapılır. Bu aşamada müşteri ihtiyaçlarını karşılayacak teknoloji bileşenleri, uygulama esasları ve öncelikler belirlenir.

Projelendirme aşamasının sonunda müşteri ile karşılıklı proje planı üzerinde anlaşma sağlanır. Proje planını esas alan sözleşme ise projenin uygulanmasındaki sorumlulukları ortaya koyar.

Şirket projelendirme aşamasına müşteri ihtiyaçları henüz fikir aşamasında iken de başlayabilmektedir. Bu durumda müşteri ile birlikte projenin gereksinimleri ortaya konulur. Bu durumda ihtiyaç için gerekli olabilecek teknoloji seçimleri konusunda müşteri bilgilendirilir. Uygulama takvimi ve bütçesel maliyet çalışmaları yapılabilir.

Projelendirme faaliyetleri sistem bütünleştirme alanlarının tamamı için geçerlidir. Bazı durumlarda proje çalışmasının tamamlanabilmesi için bir saha çalışmasına gereksinim duyulabilir. Özellikle iletim sistemlerinde uygulama yerlerinin belirlenmesi için saha keşif çalışması yapılabilir. Bu durumda şirket ekipleri sahada belli bölgelerde ölçümler yaparak sistemlerin kurulumu için en uygun koşulları belirlerler. Projenin durumuna göre saha çalışması yurdun birçok yerinde veya yurt dışında tamamlanabilir.

Bazı projeler şirket müşterisi dışında üçüncü kuruluşlarla ortak çözümler üretmeyi de gerektirebilmektedir. İşte böyle durumlarda saha çalışması kurulumu yapılacak sistemlerin karşılıklı çalışacağı diğer sistemlerin incelenmesini de sağlar. Böylece irtibat kurulacak veya bağlantı sağlanacak ürünlerle ilgili teknik şartlar, uyumluluk ve bulunurluk çalışmaları da sahada bir kez daha doğrulanmış olur.

Projelendirme çalışmasında belirlenen bir diğer unsurda kaynaklardır. Hem müşteriden hem de şirketten ihtiyaç duyulan insan kaynakları, taşınabilir cihazlar, araç ve gereçler bu aşamada ortaya çıkar. Proje uygulamaya geçmeden önce hazırlanacak dokümantasyon ve eğitim planları da belirlenmiş olur. Ayrıca projede kullanılması düşünülen diğer dış ihtiyaçlarda belirlenmiş olur. Kaynakları en optimum kullanmak projelendirme aşamasının en önemli çıktılarından birisidir.

Projelendirmenin tamamlanmasından sonra projenin yürütülmesi proje yöneticileri tarafından bir süreç olarak yürütülür. Projenin durum raporları projenin büyüklüğüne göre tanzim edilir ve paydaşlarla paylaşılır. Projenin tamamlanması ve kabullerinin yapılmasının ardından projenin destek ve bakım süreci başlar.

b) Kurulum

Projelendirme safhasında ortaya çıkan proje parçaları müşteri ile imzalanmış olan sözleşme şartlarına göre tedarik edilir. Proje birçok bileşenden oluşuyor ve parçalar arasında takvim değişiklikleri öngörülüyorsa tedarik bu çerçevede farklı zamanlarda da yapılabilir. Yine sözleşme gereği veya müşteri talepleri doğrultusunda tedarik öncesi sistemlerin yurt içinde veya yurt dışında fabrika kabulleri gerekiyorsa tedarik bu testler ve kabuller bitirildikten sonra yapılır. Tedarik sonucunda sistemler veya cihazlar belirli bir mekanda geçici kabule tabi ise, bu durumda tedarik edilen sistemler sahaya sevk edilmeden önce kabule hazır hale getirilir. Proje bütünleştirme anlamında birçok bileşeni içeriyorsa, örneğin yazılım ve donanım sahaya sevkten önce örnek sistemler birleştirilerek bir test ortamında denenebilirler. Ayrıca yine gereksinimler çerçevesinde ürün ve sistemler kalite kontrol sürecinden geçirilebilir. Bu durum şartnamede açıkça belirtilmelidir ve sözleşmede yer almalıdır. Tedarik süreci tamamlanan sistemlerin tamamı veya bir kısmı sahaya sevk edilmeye hazırdır. Müşteriden onay alınması gerekli durumlarda onay süreci tamamlanarak sevk işlemi başlatılır. Sevk müşteri beklentilerini karşılayacak şekilde yapılır her türlü risk kontrol altına alınır ve sahaya doğru ve çalışan sistemlerin sevkleri sağlanır.

Sistemler sahaya sevk edilmeden önce saha hazırlıkları tamamlanır. Örneğin elektrik ve mekanik kontroller, kurulum için gerekli olan ilave teçhizat gibi. Sahaya sevk edilen sistemler uzman şirket ekipleri veya şirket adına iş yapmaya onaylı ve yetkili iş ortakları tarafından müşteri yerlerine kurulur. Kurulum esnasında kalite standartlarına uyum şirket kalite bölümü tarafından ölçülür. Kurulumun fiziksel olarak tamamlandığının belgelenmesi ile sistemler enerji verilmeye hazır demektir. Sistemlere enerji verilmesi ile birlikte sistemlerin bulundukları ortamda çalışabilirlikleri de projelendirme safhasında belirlenmiş olan koşullara göre test edilir. Birlikte çalışılacak olan diğer ağlar ve şebekeler ile bağlantılar tamamlanır. Projelendirme safhasında belirlenmiş yazılım ve donanım kontrolleri yapılır ve sistemler devreye almaya hazır hale getirilir. Bu aşamada yine önceden kararlaştırılmış ise müşteri ile sistemlerin servise alınmadan önce son testleri yapılabilir. Ortaya çıkabilecek eksiklikler devreye almadan önce tamamlanır.

Kurulumu tamamlanan sistemlerin sorunsuz olarak devreye alınması ve verimli bir şekilde çalışmaya başlamaları çok önemlidir. Uzmanlarımız eşliğinde gerçekleştirilen bu aşamada sistemlerin sorunsuz olarak hizmet verdiği belgelenir. Serviste olan sistemlerin sorunsuz başarımla göstermesi sonucunda müşteri ile yine sözleşme safhasında kararlaştırılmış kabul aşaması başlatılır. Bu aşamalarında başarı ile tamamlanması sonucunda sistemler tamamen müşteriye devredilir ve garanti öncesi ve sonrası destek hizmetleri süreci başlar.

c) Onarım

Proje çerçevesinde sağlanan bütün çözümlerin garantisi yine şirket tarafından verilmektedir. Garanti için onarımlar büyük bir oranda şirket tesislerinde şirket uzmanları tarafından verilmektedir. Uzmanlık dışına çıkan ürünlerde ise yine şirket sorumluluğunda üretici firmalardan bu destek sağlanmaktadır. Şirket tesislerinde elektronik kart tamirinden sistem onarımına kadar ürünlere çözüm getirilmektedir. Kullanılan yardımcı cihazların teknolojik üstünlükleri sayesinde çok karmaşık sistemlerin tamiri mümkün olmaktadır. Onarım hizmetleri garanti sonrası da yine müşteri ile karşılıklı görüşülecek bir sözleşme çerçevesinde yürütülmektedir.

d) Bakım

Şirket bakım hizmetleri ; müşterinin sahip olduğu enerji, veri ağları, iletim sistemleri, bilgi işlem sistemlerini kapsamasının yanı sıra taahhüt gurubunun desteği ile bina bakımını da kapsayacak şekilde modellenmiştir. Anlaşmalar yerinde destek ve tamamen dış kaynak kullanımı modelleri üzerine yapılabilir. Müşteri talepleri doğrultusunda bakım kapsamında sağlanması beklenen hizmetler servis anlaşmasına servis seviyesi ölçütleri ile tanımlanır ve bakım hizmeti çağrı temelli uygulanabilmektedir.

Bakım servislerinde koruyucu bakım, ciddi ve düzenli bir program kapsamında yerine getirilir.

e) İşletme

Şirket GSM operatörlerinin talepleri çerçevesinde site survey, saha kiralama, TK başvurusu, yeni saha kurulumu, mevcut sahaların bakım-onarım, swap ve rework gibi işlerini yapmaktadır. Şirket, Turkcell ve Vodafone'un baz istasyonlarına bu tip hizmetleri uzun süredir vermektedir.

4. Ürünler

a) Elektronik Kart Üretimi

Elektronik Kart Üretim proseslerinde en son teknoloji dizgi ve test cihazları kullanılmaktadır. SMT Teknolojisine uygun komponentlerin dizgisinde kullanılmak üzere 2 Otomatik Dizgi Hattı mevcuttur. Bu dizgi hatları SMT teknolojisinde kullanılan her türlü komponentlerin dizgilerini yapabilecek yetkinliktedir. Dizgi hatları kapasitesi 60000 Komponent/saat olarak hizmet vermektedir. Aynı şekilde Throughhole komponentler için otomatik dizgi hattının kapasitesi 35000 adet/saat olarak gerçekleştirilmektedir. Montaj işlemi tamamlanan kartların lehim proseslerinde kullanılmak üzere 2 adet Dalga Lehim Makinesi mevcuttur. Müşteri taleplerinde olabilecek iş yükü fazlalıkları Anel Grup şirketlerinden olan AnelEs ile birlikte çalışılarak karşılanabilmektedir.

b) Elektromekanik Üretim

Şirket kendi markası altında geliştirdiği ürünlerin üretim ve testlerini yapmaktadır. Bu ürünlerden en önemlisi Denizcilik Sektöründe kullanılan Serenity AIS Transponder Klas B tipi Otomatik Tanımlama Cihazıdır. Ayrıca yakın zamanda Seri üretime geçecek olan OKDA Akıllı Solar Güç Dönüştürücü Sistemlerinin üretimi de şirket üretim tesislerinde gerçekleştirilecektir. Şirket Markası altında üretimi yapılacak olan bu ürünler grup şirketlerinden E-Sistem tarafından piyasaya sunulmaktadır.

b) Elektromekanik Üretim(devamı)

Şirket, kendi ürünleri haricinde Telekom, Savunma Sanayi ve Tüketici Elektroniği pazarına aşağıdaki hizmetler de sağlanmaktadır;

- Kablo Konfeksiyon ve Konnektörleme,
- Backpanel Üretimi,
- Telekom Firmaları için Outdoor Kabin üretilmesi ve kablolama işçilikleri,
- Telekom Sistemleri üzerinde Donanım ve Yazılım Konfigürasyonları,
- Savunma Sanayi için Elektronik Cihaz Üretimi,
- Yerli PC üreticileri için high volume Desktop üretilmesi,
- Tüketici Elektroniği için DVD-RW üretilmesi,
- Tüketici Elektroniği için Settop Box üretilmesi,
- Karayolu taşıtlarında kullanılan Takometre cihazları,
- Telekom firmaları için Montaj Malzemelerinin temin edilmesi ve malzemelerin ilgili merkezlere ulaştırılması.

c) Kalibrasyon

Aneltech, Kalibrasyon Laboratuvarı TURKAK tarafından akredite edilmiş, konusunda profesyonel kadrosu ve gelişmiş, evrensel teknik olanakları ile başta elektriksel ve mekaniksel olmak üzere, geniş bir kalibrasyon yelpazesinde çalışmaktadır. Yapılan kalibrasyonlar uluslararası standartlara göre izlenebilir olduğu belgelenebilmektedir.

Elektriksel Kalibrasyonlar (DC – Alçak Frekans)

- AC Akım/Gerilim/Güç
- Kapasite (DC – Alçak Frekans)
- Kapasite Kaybı
- DC Akım/Gerilim/Güç
- Frekans
- İnduktans
- Direnç
- Zayıflama (DC – Alçak Frekans)
- Yansıma Zayıflaması (Alçak Frekans)

Elektriksel Kalibrasyonlar (Radyo Frekans 18 GHz'e kadar)

- Modülasyon (Seviye/Frekans/Faz)
- Zayıflama, Yansıma Zayıflaması
- Faz Açısı
- Gürültü Kat Sayısı
- Duran Dalga Oranı

Mekanik Kalibrasyonlar

- Mesafe/Paralellik/Yüzey Düzgünlüğü (Enterferomatik)
- Uzunluk Blokları
- Kumpas
- Mikrometre
- Ölçü Pimleri
- Ölçü Saatleri Diş Masterları ,Çatal Masterları ,Halka Masterları
- Tampon Masterları Yüzey Düzgünlüğü (Optik)

Fiberoptik Güç Kalibrasyonları

- Optik Güçmetreler
- Optik Zayıflatıcılar

Ağırlık Kalibrasyonları

- Ölçme Cihazları
- Ağırlıklar

Akustik Kalibrasyonlar

- Seviye Ölçme Cihazları

5. Mali ve Finansal Bilgiler

Anel Telekomünikasyon Elektronik Sistemler Sanayi ve Ticaret A.Ş. ve bağlı ortaklıklarına ilişkin konsolide bilanço ve gelir tablosu, raporun sonunda ek olarak verilmiştir.

6. Pazar Hakkında

a) Pazar Riski

Türkiye’de, toplam sanayi üretimi 2011 yılı Aralık ayında, bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 3,7 artmıştır. Sanayi üretiminde 2011 yılında yıllık ortalama artış ise yüzde 8,9 olmuştur.

TÜİK tarafından açıklanan verilere göre, 2011 yılında Türkiye’nin GSYH’sı 772,298 milyardır. Üretim yöntemine dayanılarak hesaplanan reel büyüme 2011’in dört çeyreğinde sırasıyla, %11,9, %9,1, %8,4 ve %5,2 olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılında GSYH sabit fiyatlarla %8,5 artmıştır. 2011 yılında kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla değeri cari fiyatlarla 17.510 TL, ABD doları cinsinden 10.444 dolar olarak hesaplanmıştır.

Tüketim ve yatırımlardaki büyüme hızı yavaşlamaya devam ederken dış ticaretin büyümeye olan etkisi pozitif olmuştur. 2011 yılının ilk yarısında dış ticaret büyümeyi yüzde 5,2 aşağı çekerken yılın ikinci yarısında yüzde 1,9 artırmıştır.

2011’de sektörel bazda sabit fiyatlarla en yüksek büyüme hızı yüzde 13,4 ile dolaylı ölçülen mali aracılık hizmetlerinde kaydedildi.

Bu sektörü, yüzde 11,4 ile toptan ve perakende ticaret, yüzde 11,2 ile inşaat, yüzde 10,8 ile ulaştırma, depolama ve haberleşme, 10,4 ile vergi sübvansiyon, yüzde 9,6 ile mali aracı kuruluşların faaliyetleri izledi.

2011’de imalat sanayi yüzde 9,4, gayrimenkul kiralama ve iş faaliyetleri yüzde 9,3, elektrik, gaz buhar ve sıcak su üretimi ve dağıtım sektörü yüzde 8,8 büyüdü.

2011’de daralma gösteren sektör bulunmazken, en küçük büyüme yüzde 1,7 ile diğer sosyal toplumsal ve kişisel hizmet faaliyetlerinde gözlemlendi. Büyüme konut sahipliğinde yüzde 1,9, madencilik ve taşocakçılığında yüzde 3,9, kamu yönetimi ve savunma, zorunlu sosyal güvenlik de yüzde 3,9’da kaldı.

Ödemeler dengesi tanımlamasına göre dış ticaret açığı, 2011 yılının son çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 3,2 oranında artarak 19,4 milyar ABD doları olmuştur. Yıl genelinde ise yüzde 58,4 oranında artarak 89,4 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.

2011 yılında cari işlemler açığı 77,1 milyar ABD doları olmuştur. Cari işlemler dengesinin GSYİH’ye oranı 2011 yılında yüzde 9,7’ye ulaşırken, enerji hariç değerlendirildiğinde söz konusu oranın yüzde 3,6 olduğu görülmektedir.

Net hizmet gelirleri 2011 yılında bir önceki yıla göre yüzde 18,2 oranında artmıştır. Söz konusu kalemdaki en büyük katkı ise net turizm geliri ve diğer taşımacılık geliri alt kalemlerinden kaynaklanmıştır.

a) Pazar Riski (devamı)

2011 yılının dördüncü çeyreğinde, rezerv değişimleri (TCMB, bankalar ve diğer sektörler) ile IMF kredileri hariç tutulduğunda, 7,8 milyar ABD doları sermaye girişi gerçekleşmiştir. Bu dönemde, diğer sektör net kredi kullanıcısı olurken, bankaların ve diğer sektörlerin uzun ve kısa vadeli kredileri, borç senetleri (DİBS alımları ve Hazine ve bankaların yurt dışı tahvil ihraçları) ile doğrudan yabancı yatırımlar (DYY) sermaye girişlerinin temel kaynakları olmuştur. Bu dönemde finansman kaynakları içinde, portföy yatırımları ile kısa vadeli sermaye girişlerinin payının azaldığı, DYY ve uzun vadeli sermaye girişlerinin payının ise arttığı gözlenmiştir.

Türkiye'deki yerleşiklerin yurt dışı yerleşiklerden olan finansal alacakları ve rezerv varlıkları ile yurt dışı yerleşiklere olan finansal yükümlülüklerinin belli bir tarihteki stok değerini gösteren Uluslararası Yatırım Pozisyonu (UYP)'na göre, 2011 yıl sonu itibarıyla Türkiye'nin yurt dışı varlıkları 176,5 milyar ABD doları, yükümlülükleri ise 500,2 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

2010 Aralık ayında %8,87 olan ÜFE enflasyon oranı, 2011 Aralık ayında %13,33'e çıkmıştır. ÜFE sonuçları sanayinin alt sektörleri bazında değerlendirildiğinde en yüksek aylık artış %7,64 ile tütün ürünleri imalatı alt sektöründe gerçekleşmiştir.

Bir önceki aya göre endekslerin en fazla artış gösterdiği diğer alt sektörler ise, tütün ürünleri imalatı (%7,64), büro makineleri imalatı (%5,52), iletişim teçhizatı imalatı (%3,36), elektrik, gaz üretimi ve dağıtımı (%2,66), ana metal sanayi (%2,42), tıbbi, hassas ve optik aletler imalatı (%1,52), ağaç ve mantar ürünleri imalatı (%1,48) ve metal cevheri (%1,39) olmuştur.

Buna karşılık, ÜFE'deki değişimi aşağı doğru etkileyen en fazla düşüşler giyim eşyası imalatı (%-0,77), tekstil ürünleri imalatı (%-0,59) ve kimyasal ürünlerin imalatında (%-0,51) olmuştur.

2011 yılı Aralık ayında endekste kapsanan 785 maddeden; 183 maddenin ortalama fiyatlarında değişim olmazken, 357 maddenin ortalama fiyatlarında artış, 245 maddenin ortalama fiyatlarında ise düşüş gerçekleşmiştir.

Şirket işletme politikaları ve 2011 yılındaki bu koşullar çerçevesinde, pazarda etkin rol oynamaya devam etmiş, hedeflerine büyük ölçüde ulaşmıştır.

Şirket, içinde faaliyet gösterdiği sektörlerde ekonomik durum şu şekilde kendini göstermiştir:

aa. Telekom Sektörü Pazarı

Aneltech'in, içinde faaliyet gösterdiği sektörlerin başında Telekom Sektörü gelmektedir. Telekom Sektöründeki hareketlilik ve canlılık, 2009 yılında başlamış, 2010 ve 2011 yıllarında da devam etmiştir.

Gezgin işletmecilerin 3G yatırımları, sabit işletmecilerin de Fiber ve ADSL yatırımları pazarın büyümesinde rol oynamıştır. Ancak pazarda geleneksel hizmetlerde bir doyuma ulaşıldığı gözlemlenmiştir. Pazarda yaşanan gelişmeler, işletmeciler arası rekabeti hızlandırmış, bu gelişme de bilançolarda ciro ve kâr baskısının hissedilmesine yol açmıştır.

aa. Telekom Sektörü Pazarı (devamı)

Her ne kadar numara taşıma sürecinin devreye alınması ile tüketicilerde ciddi bir hareketlenme gözlenmişse de altyapı kurulumlarında teknoloji firmaları arasında yaşanan rekabet, sistem bütünleştirici ve servis sağlayıcı firmalarda kar baskısı yaratmıştır. Oluşan bu durum çerçevesinde sistem bütünleştirici firmalarda seçici davranma ön plana çıkmıştır. Servis sağlayıcı firmalarda ise verimlilikle dikkatle gözlemlenen bir parametre olmuştur.

Faaliyette bulunduğumuz GSM Bakım Sektöründe rekabetin getirdiği düşük bakım fiyatlarından dolayı şirketimiz yeniden yapılanmaya ve personel daralmasına giderek maliyetleri düşürmüştür. GSM alanındaki artan rekabetten dolayı 2011 yılında, ANELTECH yeni alanlara atılarak proje yönetimi, kontrol, süpervizörlük ve danışmanlık hizmetleri konusunda iş olanakları aramaya başlamıştır.

ab. Savunma Sektörü Pazarı

Savunma sektöründe ICT ("Information and Communication Technologies" – Kurumsal Bilgi Teknolojileri) alanında durgunluk devam etmiş olup, bu sektörde yeni bir proje alınmamıştır.

b) Finansal Riskler

ba. Genel Olarak

Sürdürülebilir büyümeyi hedefleyen AnelTech, gereksiz ya da yönetilemez riskleri almaktan kaçınır. Satışlar titizlikle belirlenmiş müşteri portföyüne gerçekleştirilerek hem alacak riski hem de piyasa riski minimize edilmektedir. Olası durumlarda teminat karşılığı çalışılmaktadır. Sektörel gelişmeler de yakın takip edilerek piyasa riskini minimize edici kararlar zamanında alınmaktadır.

Müşterilerimizi genel izleme politikamız kapsamında yakından takip ederek ek teminatlandırılmaya gidilmesi gerekiyor ise bunun sağlanması için gerekli çalışmalar yürütülmektedir. Projelerde karlılık analizi yapılmaktadır. Bu kapsamda devam eden projelerimizde karlılık hedef gerçekleşme verileri takip edilerek gerekli aksiyonlar ivedilikle alınmaktadır. Nakit akış tabloları da güncel olarak sistemden alınarak finans yönetimi gerçekleştirilmektedir. Kur riskine maruz kalınacak açık pozisyonlara mahal verilmemesine özen gösterilmektedir.

Alacak yaşlandırma raporları ilgili birim yöneticileri ile paylaşarak gerekli aksiyonlar zamanında alınmaktadır. Kurumsal fiyatlandırma seviyelerinde en uygun maliyetlerle finansal enstrümanlar kullanılmaktadır.

ba. Jeopolitik Riskler

Türkiye’de kısa dönemde politik açıdan ciddi bir sıkıntı yaşanmayacağı düşünülürse, ortamın ticari alana olumsuz bir yansıması olmayacaktır. Bölgesel anlamda küresel krizden ciddi etkilenen ülkelerde, şirket faaliyetleri daha sınırlı; öte yandan ekonomik anlamda, küresel krizden daha az etkilenen ya da hiç etkilenmeyen ülkelerde ise, faaliyetleri arttırarak sürdürme kararı verilmiştir. Bu ülkelerde ICT, Bilgi ve İletişim Teknolojileri alanlarında Sistem Bütünleştirme ve Servislerde projeler geliştirilecektir.

ba. Jeopolitik Riskler (devamı)

Jeopolitik riskleri karşılamanın bir diğer seçeneği olarak farklı teknolojik alanlarda iş geliştirmeyi hedeflenmektedir. Bu alanların basında özgün ürün Solera markalı FotoVoltaik hücre temelli Güneş Enerji panelleri gelmektedir.

bb. Devlet Politikası ve Düzenleyici Karar Riskleri

Yurtdışı iştiraklerin bulunduğu ülkelerdeki yasal değişiklikler ve mevzuat gereklilikleri yakından takip edilerek gerekli adaptasyon ve aksiyon alınmaktadır. Bu çerçevede ilgili olduğumuz sanayi, hizmet ve arge faaliyetleri ile ilgili alanlarda yasal düzenlemeler taslak aşamasındayken değerlendirilmekte, yasalaşma sonrası için gerekli önlemler alınmaktadır.

c) Operasyonel Riskler

Yeni alanlarda faaliyet göstermek, şirketin insan kaynakları üzerine değişim zorunluluğu getirmektedir. Yeni ülkeler ve yeni teknolojiler öğrenim sürecinde önemli rol oynamaktadır. Bu bakımdan kaynakları en ideal şekilde yönlendirmenin, öğrenim ve eğitime daha fazla önem vermenin planlarını yapılmaktadır. Ayrıca operasyon olarak, farklı alanlarda ve uzak noktalarda, işletmelerin yönetsel sıkıntılarını da süreçleri iyileştirerek çözümlerine gidilmektedir.

Uzak ofislerimizin artması, hatta farklı ülkelerde işletmelerin gelişmesi; İletişim, Raporlama ve Sistemlerin takibi konusunda yeniliklerin uygulamasını gerektirmektedir.

d) Kredi Riskleri

Şirket özellikle yıl içinde gerçekleştirdiği iştirak alımı ve bunun yanında faaliyetlerinin devamlılığı için sağladığı dış kaynakları uygun vadelerde yapılandırmış olup, gerek ticari gerek finansal borçların vadelerinde ödenebilir ve bunun sürdürülebilir olması amacıyla gerekli izlemeyi sürekli yapmaktadır.

Şirkette kredi riski müşterilerin vade ve tutarlarına göre belirlenmektedir. Vadesi gelen tutarlar vade tarihinden 1 hafta önce müşterilerle teyitleşilip, müşterilere hatırlatma yapılmaktadır. Tutarlar yüksek ise fatura kesim tarihinde müşterilerle irtibata geçip ödeme günü teyidi alınmakta ve nakit akışımız bu bilgiler ışığında hazırlanmaktadır. Vadesi geçmiş alacaklarla ilgili, ilgili birimlere haftalık bilgi verilmekte risk durumu söz konusu olduğunda ise üst yönetimle paylaşılmaktadır.

e) Likidite Riskleri

Şirketi likit bir pozisyona sahiptir. Likidite bankaların sunduğu, şirket nakit akışı optimum seviyede tutacak, en uygun para piyasası enstrümanlarıyla değerlendirilmektedir.

f) Faiz Riskleri

Şirket yeni yatırımlar ve projeler için kredi kullanmaktadır. Yatırım kredileri uzun vadeli ve de değişken oranlıdır. Proje için kullanılan krediler ise projenin süresine göre değişkenlik göstermekte, genellikle kısa vadeli ve sabit faizli olmaktadır.

g) Kur Riskleri

Şirket proje bazlı kur risklerini takip etmekte olup, oluşabilecek riskleri teklif aşamasında hesaplayıp, işin başlangıç noktasında gerekli finansal ürünlerle hedge etmekte ve böylece risk bertaraf edilmektedir. Şirketin genellikle kullandığı yöntem forward sözleşmeleridir.

h) Makroekonomik Riskler

Şirkette büyüme ve yatırım kararlarını verirken genelde Türk Ekonomisi, özelde ise telekomünikasyon sektöründeki makroekonomik beklentiler yakından takip edilmektedir. Yurt dışında yapılacak projelerde de ilgili ülke ve bölgeye yönelik makroekonomik beklentiler dikkatle izlenmekte ve kararlar bu bilgilere dayanılarak değerlendirilmektedir.

i) Aneltech ve Aneltech'e Konsolide Olan Şirketlerin Risk Yönetim Unsurları

Risk Yönetimi faaliyetleri mevzuata uygun olmanın yanısıra Anel Grup tarafından belirlenmiş son derece sıkı standartlara da uygun olarak planlanmıştır ve bu kapsamda yürütülmektedir. Satışlar titizlikle belirlenmiş müşteri portföyüne gerçekleştirilerek hem alacak riski hem de piyasa riski minimize edilmektedir. Olası durumlarda teminat karşılığı çalışılmaktadır. Sektörel gelişmeler de yakın takip edilerek piyasa riskini minimize edici kararlar zamanında alınmaktadır.

Müşteriler genel izleme faaliyetleri kapsamında takip ederek firmada ek teminatlandırılmaya gidilmesi gerekiyor ise bu da gerçekleştirilmektedir. Projelerde karlılık analizi yapılarak kazanılması durumunda hedef gerçekleşme verileri takip edilerek gerekli aksiyonlar ivedilikle alınmaktadır. Nakit akış tabloları da güncel olarak sistemden alınarak finans yönetimi gerçekleştirilmektedir. Kur riskine maruz kalınacak açık pozisyonlara kesinlikle mahal verilmemektedir.

Alacak yaslandırma raporları ilgili birim yöneticileri ile paylaşılarak gerekli aksiyonlar alınmaktadır. Kurumsal fiyatlandırma seviyelerinde en uygun maliyetlerle finansal enstrümanlar kullanılmaktadır.

j) İşletmenin Finansal Yapısını İyileştirmek İçin Alınması Düşünülen Önlemler

Finansal risklerin kontrolü ve yapının iyileştirilmesi için eylem planı maddeleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

- Telekom sektöründeki etkin projelerin Ankara merkezli olarak takibi
- ANELTECH organizasyonunun pazar koşullarına uygun olarak yapılandırılması
- Yeni ülkelerde iş olanaklarına odaklanmak ve yurt dışı distribütörlüklerin alınması
- İş Geliştirme projelerinin grup şirketleri ile birlikte yeni bir süreçle takibi
- %99.99 oranında sahibi bulunduğumuz Aneles firmasındaki satış aktiviteleri ve ARGE aktivitelerinin artırılması
- Faaliyet gösterdiğimiz alanlarda dünyanın lider firmaları ile iş birlikleri ve distribütörlük anlaşmaları yapılması
- Mevcut projelerimizin karlılığının ve verimliliğinin artırılması için gerekli incelemelerin başlaması
- Aneles firmamızın üretim pazarındaki payını artırmak amacıyla özgün ürün tasarım çalışmalarına devam edilmesi.

B. EKONOMİK KOŞULLAR

1. Coğrafi Konum

Anel Telekomünikasyon Elektronik Sis. San. Ve Tic. A.Ş. coğrafi konum itibariyle Türkiye ülkesi sınırları içinde, İstanbul ilinde kanuni merkezini kurmuştur. İl açısından bakıldığında ülkenin ticaret ve finans açısından en hareketli olduğu bölgede bulunmakta, pek çok iletişim araçlarından, alt yapıdan, bankacılık ve finans hizmetlerinden, özel sektörün tüm imkânlarından fazlasıyla yararlanabilecek konumdadır.

Ülke açısından gelişmekte bir ülkede faaliyetlerini devam ettirmekte, yenis pazarlar açından avantajlı olmasına karşın, ekonominin kırılganlığı ve yeni gelişmesi açısından krizlerden kolayca etkilenmesi, sık mevzuat değişiklikleri ile karşı karşıya kalması da bir o kadar dezavantajlı bir durum yaratmaktadır.

2. Pazar Hacmi

Anel Telekomünikasyon Elektronik Sis. San. Ve Tic. A.Ş. telekom, savunma elektroniği, bilişim çözümleri, endüstriyel profesyonel elektronik pazarlarında faaliyet göstermektedir. Grup firmaları ile birlikte uçtan uca çözüm sunma yetkinliği ile rakiplerine göre farklılık yaratmaya çalışmakta, müşterilerinin verimliliğini önemli ölçüde artırmaktadır.

Telekomünikasyon sistemlerinin altyapısını oluşturan santral, data ve transmisyon üniteleri, kartlı telefon ve uç cihazlarının üretimini, bakımını ve onarımını yapmak üzere 2003 yılında kurulan şirket, aynı zamanda elektronik üretim yapan tesislerle stratejik ortaklıklar da geliştirmekte, pazarda yer etmeye çalışmaktadır.

2011 sonu itibariyle elektronik haberleşme sektör büyüklüğü 27.6 milyar TL değerine ulaşmış olup sektöründeki işletmeci sayısı 351, bu işletmecilere verilen yetkilendirme sayısı 556'dır. İşletmeci sayısı ve yetkilendirme alanları açısından bakıldığında pazar oldukça çeşitlenmiştir.

3. Pazardaki Rekabetin Boyutu

Pazar bir bütün olarak büyüyüp Türk Telekom ve Turkcell gibi iki en büyük işletmecinin gelir artışının durma noktasına gelmesinde rağmen diğer işletmecilerin gelirlerinin artıyor olması, pazarda rekabetin tesisi için önemli bir göstergedir.

Pazara ait diğer önemli bir gösterge olan "kârlılık" açısından bakıldığında ise durum o kadar iç açıcı değildir. 2011 yılı resmi verileri henüz açıklanmış olmamakla birlikte 2010 yılı ile paralellik gösterdiği tahmin edilmektedir. Dört büyükler açısından bakıldığında, gelir artışındaki duraklamaya rağmen Türk Telekom ve Turkcell önemli ölçüde kârlılık gösterirken, gelirlerini önemli ölçüde arttıran Vodafone ve Avea zarar etmeğe devam etmektedirler.

3. Pazardaki Rekabetin Boyutu (devamı)

Net kâr (TL)	2006	2007	2008	2009	2010
T.Telekom	2.977.494.813	3.158.384.702	2.610.791.956	2.746.613.306	2.956.000.797
Turkcell	1.857.157.839	1.901.863.845	2.777.908.000	2.237.697.000	2.154.605.000
Vodafone	-371.613.230	-559.548.560	-582.206.309	-1.397.657.291	-239.277.770
Avea	-732.172.622	-51.644.380	-514.343.382	-1.240.086.183	-962.938.607
TOPLAM	3.730.866.800	4.449.055.607	4.292.150.265	2.346.566.832	3.908.389.420

Bu durum, kapasite artışı ve teknoloji yenileme gereği işletmeciler tarafından yapılması gereken sürekli yatırımlar açısından risk oluşturmaktadır ve sürdürülebilir değildir.

Toplam yıllık yatırım miktarlarına bakıldığında, 2011 yıl sonu itibariyle bir önceki yıla kıyasla Türk Telekom yatırımları %24,8 ve Turkcell yatırımları %14,8 oranında artarken, Vodafone yatırımları %23,3, Avea yatırımları ise %4,6 oranında azalmıştır.

3N lisanslarının verildiği 2009 yılında bu alanda yapılan yatırımlarla doruk noktasına ulaşan dört büyüklerin yatırımları son 3 yıl içinde toplam 13.4 milyar TL gibi önemli bir büyüklüğe ulaşmıştır. Bu dönemde söz konusu yatırımların %27,4'ü Türk Telekom, %26,1'i Turkcell, %25,3'ü Vodafone ve %21,2'si Avea tarafından yapılmıştır.

Dört büyükler dışındaki “diğer işletmeciler” tarafından 2011 yılında toplam 1.735 milyon TL yatırım gerçekleştirilmiştir. Diğer bir deyişle gelirleri çok daha az olmasına rağmen dört büyüklerin yatırımlarının yarısına yakın (%45) yatırım yapmışlardır.

2011 sonu itibariyle Türk Telekom'un çalışan sayısı 24.424, mobil işletmecilerin toplam çalışan sayısı 7995 ve diğer işletmecilerin çalışan sayısı 4146 olmak üzere sektördeki toplam çalışan sayısı 36.565'dir. Sektörde çalışanların %66,8'i Türk Telekom'da %21,9'u mobil işletmecilerinde %11,3'ü ise diğer işletmecilerde çalışmaktadır.

Dünyadaki gelen eğilime paralel olarak toplam trafik içindeki payı sürekli azalan ve 2005 yılından itibaren mobil trafiğin altına düşen sabit trafikteki bu eğilim 2011 yılında da devam etmiştir.

2011 yılında, bir önceki yıla göre % 13 artarak 168,9 milyar dakikaya ulaşan toplam trafik miktarı içindeki mobil trafiğin payı %87 gibi oldukça yüksek bir orana varmıştır. Diğer bir deyişle Telefon/Ses trafiği hızla sabitten mobile doğru kaymaktadır.

Aneltech'in ana faaliyet kollarından biri olan Telekom sektöründe, yaptığı işbirlikleri ve hayata geçirdiği projeler ile sektördeki en önemli oyuncularından biri olduğunu göstermiştir. Ancak bununla birlikte gezgin işletmecilerin 3.Nesil yatırımları (3G) sebebiyle kendi aralarında yaşadığı rekabetin seviyesinin giderek artması, sistem bütünleştirici ve servis sağlayıcısı firmalar üzerinde finansal bir baskı da yaratmıştır. Bu rekabeti, numara taşınabilirliği döneminde gözlenen, tüketici hareketlenmesi de düşüremiştir.

4. Alıcı ve Satıcı Pozisyonları

Sektördeki alıcı ve satıcılar ekonomi teorisinde tam rekabet piyasası olarak adlandırılan sistemdeki gibi her an birbirine ulaşabilir bir Pazar içinde hareket etmektedir. Teknolojinin tüm imkânlarından da yararlanabilecek durumda olan alıcı ve satıcılar tam bir mobilite içinde bağımsızca hareket etmektedirler.

5. Mal ve Hizmetlerin İkame Edilebilirliği

Anel Telekomünikasyon Elektronik Sis. San. Ve Tic. A.Ş.'nin ürettiği ya da çeşitli işlemlerden geçirerek piyasadaki alıcılara sunduğu mal ve hizmetlerin doğrudan bir ikamesini bulmak kolay değildir. Tamamen özel ve spesifik mal teslimleri gerçekleştiren Anel Telekomünikasyon Elektronik Sis. San. Ve Tic. A.Ş.'nin ürünlerinin ikame edilebilirliği yüksek değildir.

6. Pazardaki Devlet Düzenlemeleri

Tüm dünyada olduğu gibi, ülkemizde de telekomünikasyon sektörü yeniden yapılandırılırken iki farklı hedefin birbiri ile bağdaştırılması gerekir. Birincisi telekomünikasyon sektörünün ticari esaslar dâhilinde ekonomik yönden daha verimli ve etkin yürütülmesi amacıyla liberalize edilerek serbest rekabete açılması ile Devletin işletmecisi rolünün ortadan kaldırılmasıdır. İkincisi telekomünikasyon hizmetlerinin kamu hizmeti niteliği ve stratejik öneminin dikkate alınarak sektörün düzenlenmesi ve denetlenmesidir.

Bu amaçla, yeniden yapılanma çerçevesinde yapılan yasal düzenlemelerle sektörü düzenleme ve denetleme fonksiyonu tam yetkili olan Ulaştırma Bakanlığı'nın bu yetkileri bağımsız ve uzman bir kurum olarak Telekomünikasyon Kurumu'na devredilmiştir.

Ulaştırma Bakanlığı'nın ise yasalar çerçevesinde ve Hükümet politikaları doğrultusunda telekomünikasyon alanında sektör politikalarının genel ilke ve esasların belirlenmesi ve gerekli yönetmeliklerin çıkarılması konularında rolü bulunmaktadır. Hazine Müsteşarlığı sektörde sabit şebekede tekel durumunda olan Türk Telekom A.Ş. nin sahibi konumundadır ve hisselerinin tamamı Hazine'ye aittir. Özelleştirme İdaresi Başkanlığı ise İhale Komisyonu aracılığı ile Ulaştırma Bakanlığı ve Hazine Müsteşarlığı ile birlikte TTAŞ'nin özelleştirme stratejisini belirlemektedirler.

C. PAZAR KOŞULLARI

1. Dünya Telekomünikasyon Sektöründeki Durum

Dünya'da son yıllarda telekomünikasyon sektörünün tekeli yapısı yerini özelleştirme, liberalizasyon ve konsolidasyon hareketlerine bırakmıştır. Sektördeki serbestleşme ve özelleştirme akımı sonucunda yüksek hacimli şirket evlilikleri gerçekleşmiş, hızla ilerleyen teknolojik gelişim ile sektörel tabanda sınırlar ortadan kalkmıştır.

Hızlı teknolojik gelişme, ürün yelpazesinin giderek genişlemesi ve artan rekabet, radikal kurumsal değişimi gerektiren anlayış ve politika değişikliklerini kaçınılmaz kılmıştır. Bu çerçevede son on beş yıllık dönemde dünya telekomünikasyon sektöründe gözlenen değişim üç temel eğilimi yansıtmaktadır.

1. Dünya Telekomünikasyon Sektöründeki Durum (devamı)

Bunlar; sektörde özelleştirmelerin ivme kazanması, şirket birleşme ve satın almalarının artması ve artan rekabetin gerektirdiği ileri teknoloji yatırımları için daha fazla kaynağa ihtiyaç duyulmasıdır.

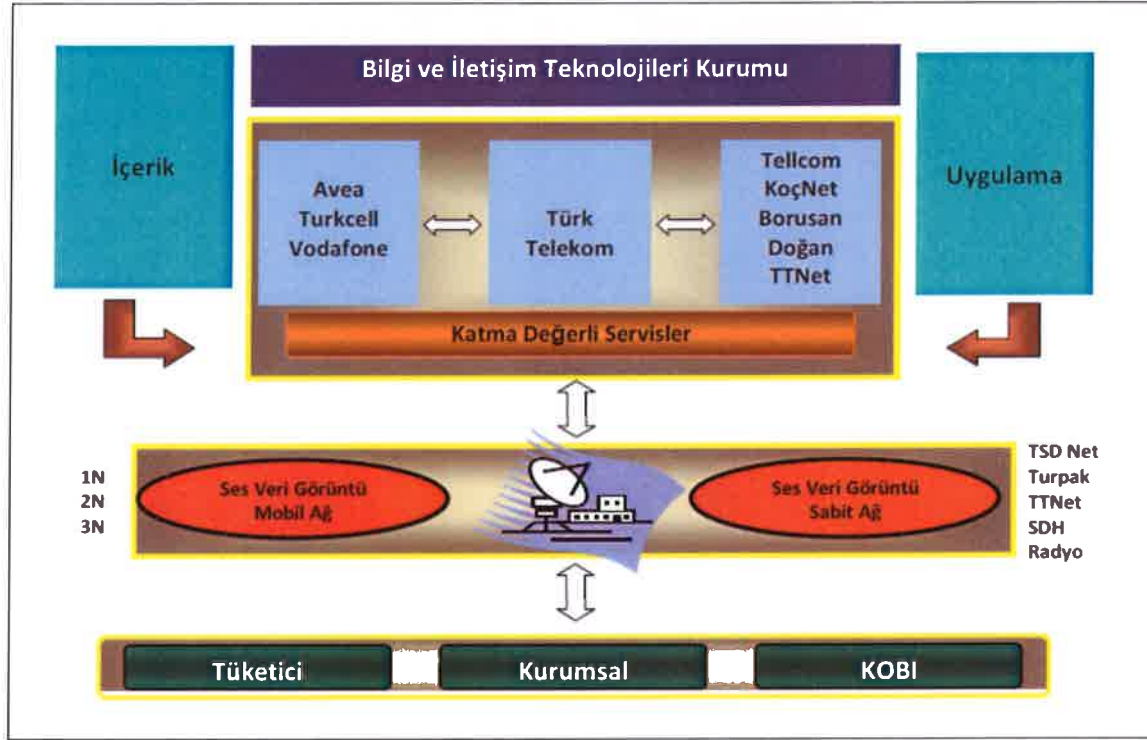
Hızla ilerleyen teknolojik gelişmeler, sabit hizmetler olarak adlandırılan klasik telekomünikasyon hizmetlerinin değişik platformlarda (mobil telefon, internet gibi v.s.) çeşitlenerek artmasını sağlamıştır. Bu hızlı gelişmeler sektör dinamiklerini sabit telefon pazarından mobil telefon hizmetlerine doğru kaydırmıştır. İnternet başlı başına bir sektör haline gelmiştir. İnternet teknoloji, medya ve Telekom sektörleri arasındaki sınırları ortadan kaldırmıştır.

Telekomünikasyon sektöründe Dünya özelleştirme uygulamalarına bakıldığında;

- Batı ve Kuzey Avrupa ülkelerinin tamamında ana Telekom operatörleri özelleştirilmiştir. Bu bölgede yer alan İrlanda, Danimarka ve Belçika dışındaki tüm ülkelerde ana Telekom operatörlerinin özelleştirilmesi halka arz yöntemiyle gerçekleştirilmiştir.
- Doğu Avrupa ülkelerinde ise özelleştirme akımı büyük bir hızla devam etmektedir. Bu ülkeler çoğunlukla stratejik bir ortak bularak özelleştirme yapmaktadırlar.
- Telekom özelleştirmesine çok önce başlayan ülkelere bir kısmı da Güney Amerika'da bulunmaktadır. Bu bölgede yer alan Meksika, Küba, Venezüella, Peru ve Arjantin gibi çoğu ülkede öncelikle blok satış arkasından da halka arz yöntemi uygulanmıştır.
- Yeni Zelanda ve Avustralya da Telekom özelleştirmelerini öncelikle tamamlayan ülkelere dendir.

Asya'da başta Japonya olmak üzere Hong Kong, Tayland ve Hindistan gibi ülkeler özelleştirmelerini büyük oranda tamamlamış Çin'de ise diğer ülkelere nazaran daha az oranda da olsa özelleştirme başlamıştır.

2. Türkiye Telekomünikasyon Sektöründeki Durum



Telekomünikasyon sektöründe katma değer yaratan servislere bakıldığında Türk Telekom'un yanında özel GSM şirketleri (Avea, Turkcell, Vodafone) ve başta internet olmak üzere bazı iletişim hizmetleri sunan özel şirketler yer almaktadır. Sektörde düzenleyici kurum olarak Ulaştırma Bakanlığı'na bağlı Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kurumu yer almaktadır.

Tüketici tarafına bakıldığında bireysel kullanıcılar yanında kurumsal anlamda kullanıcılar ve KOBİ'lerin yer aldığı görülmektedir.

3. Genel Pazar Verileri

a) İşletmeci Gelirleri

Dört büyük işletmeci Türk Telekom, Turkcell, Vodafone ve Avea açısından bakıldığında Pazar büyüklüğü 2011 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık %7,5 büyüyerek 22,8 milyar TL düzeyine ulaşmıştır. 2011 yıl sonu itibarıyla Pazar payları %35,2 Turkcell, %32,3 Türk Telekom, %19 Vodafone ve %13,5 Avea olarak dağılmaktadır.

a) İşletmeci Gelirleri (devamı)

Net satış (TL)	2007	2008	2009	2010	2011
T.Telekom	7.524.286.818	7.734.891.747	7.700.260.858	7.340.362.030	7.374.599.665
Turkcell	7.483.035.848	7.875.874.606	8.025.025.237	7.991.150.227	8.030.300.214
Vodafone	2.614.000.000	2.778.218.000	2.584.989.000	3.349.822.000	4.333.479.363
Avea	1.655.490.115	1.973.025.289	2.406.805.292	2.497.421.759	3.080.495.071
TOPLAM	19.276.812.781	20.362.009.642	20.717.080.387	21.178.756.016	22.818.874.314

Bir önceki yıla göre Türk Telekom %0.46, Turkcell %0.49, Vodafone %29 ve Avea %23 büyüme göstermiştir. 2011 yılında Turk Telekom ve Turkcell'in satış gelirleri artışı neredeyse sabit kalmasına karşın Vodafone ve Avea'nın gösterdiği büyüme oranları dünya ortalamalarının da üzerindedir.

Pazarda faaliyet gösteren Türk Telekom ve mobil işletmeciler haricindeki işletmecilerin 2011 yılı satış gelirleri toplamı 4,8 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Hizmet türleri ve yıl içi dönemsel dağılımı açısından bakıldığında tablo aşağıdaki gibidir;

İşletmeci Türü	2011-1	2011-2	2011-3	2011-4
İSS	754.223.296	804.208.260	859.378.551	887.527.655
STH	94.533.735	96.414.705	144.572.520	129.322.269
ALTYAPI	112.844.109	121.425.225	103.370.443	127.960.162
UYDU PLATFORM	29.572.111	33.370.257	24.407.659	28.506.287
UYDU TELEKOM	34.284.631	38.764.100	37.800.249	43.699.408
REHBERLİK	19.536.410	17.200.572	21.373.070	18.497.169
KABLO YAYIN	28.651.254	37.113.499	45.321.497	88.897.898
GMPCS	3.763.421	3.850.309	4.074.895	3.630.555
OKTH	1.529.389	1.626.303	1.782.898	2.574.479
TOPLAM	1.078.764.592	1.153.973.230	1.242.081.781	1.330.615.882

Bu tablodan da anlaşılabacağı üzere bu alanda en büyük pay yaklaşık %69 ile İnternet servis sağlayıcılarına (ISS) ait olup onu yaklaşık %10 ile sabit telefon hizmet sağlayıcıları (STH) ve %9 ile alt yapı işletmecileri takip etmektedir.

b) İşletmeci Yatırımları

2011 yılı birinci çeyrekte Türk Telekom ve mobil işletmecilerin toplam yatırım miktarı 746 milyon TL, ikinci çeyrekte 884 milyon TL, üçüncü çeyrekte 938 milyon TL ve dördüncü çeyrekte 1.3 milyar TL oldu. Diğer işletmeciler ise 2011'in ilk çeyreğinde yaklaşık 999 milyon TL, ikinci çeyrekte 145 milyon TL, üçüncü çeyrekte 161.9 milyon TL ve dördüncü çeyrekte ise 429.3 milyon TL yatırım yaptı. Toplamda ise 5.5 milyar TL'lik yatırım gerçekleşti.

Geçen yılın dördüncü çeyreğinde toplam mobil trafik miktarı 38.48 milyar dakika olurken, sabit trafik miktarı ise 5.33 milyar dakika oldu.

c) Pazar Durumu

Sabit Elektronik Haberleşme Pazarı

Türk Telekom kullanıcılarından oluşan sabit hat yaygınlığı (penetrasyonu), mobil telefon kullanımındaki artışın da etkisiyle düşme eğilimini sürdürmektedir. 2011 yılı sonu itibariyle Türkiye’de sabit telefon abonesi 15,21 milyona ve yaygınlık %20,6 seviyesine düşmüştür.

Sabit telefon abone başına aylık ortalama kullanım miktarı MoU (Minutes of Usage) 2011 yılında bir önceki yıla göre bir miktar düşüş göstermiştir. 2011 yılı son çeyreğinde 198 dakika olarak gerçekleşen sabit MoU, 206 dakika olan bir önceki yılın aynı dönemine göre %3,8 azalmıştır.

Sabit pazarda Türk Telekom’un yıllık gelirlerinin dağılımına bakacak olursak, ana kalem olan ve 2005 yılında toplam gelirlerin %80’ini oluşturan telefon (PSTN) gelirleri 2010 yılında % 60,5’e düşmüş, 2011 yılında ise artışa geçerek son çeyrek itibariyle %61,4’e ulaşmıştır. Diğer bir deyişle Türk Telekom gelirlerinin büyük bölümü hala ses gelirlerinden oluşmaktadır.

Türk Telekom abone başına aylık gelir (ARPU) açısından önemli bir gelir kaybına uğramaksızın istikrarlı yapısını sürdürmektedir. 2011 son çeyreğinde ARPU 21,89 TL olarak gerçekleşmiştir.

Türk Telekom’a alternatif, sabit telefon hizmetleri sunan STH işletmecilerinin 2011 yıl sonu itibariyle toplam kullanıcı sayısı 940.151 gibi oldukça düşük bir miktarda olup türlerine göre, taşıyıcı ön seçimi 313.663, arama bazında taşıyıcı seçimi 260.306 diğer yöntemleri kullanarak arama yapan kullanıcı sayısı ise 366.306 dir. STH işletmecilerinin 2011 gelir toplamı ise 464,8 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Türk Telekom ve STH işletmecilerinin ilgili hizmetlerdeki gelir bakımından 2010 yılı son çeyrek pazar payları Türk Telekom %76 ve STH %24 iken, 2011 yılı dördüncü çeyrekte STH aleyhine gelişerek Türk Telekom %80 ve STH %20 olarak gerçekleşmiştir.

STH işletmecilerinin toplam gelirleri ile Türk Telekom’un telefon hizmet gelirleri karşılaştırıldığında ise; pazar payları 2010 yılı dördüncü çeyreğinde sırasıyla %11 ve %89 iken, 2011 yılının son çeyrekte %9 ve %91 olarak gerçekleşmiştir.

2010 yılı dördüncü çeyreğinde 5,24 milyar dakika olan Türk Telekom’un ses trafiği, 2011 yılı çeyreğinde %12,1 oranında azalarak 4,61 milyar dakika olarak gerçekleşmiştir.

STH işletmecileri ve Türk Telekom’un şehir içi (çağrı başlatma) trafiğine ait payları karşılaştırıldığında STH işletmecilerinin payı bir önceki yıla göre önemli ölçüde artarak %4,95’den 2011 yıl sonu itibariyle %7,78’e çıkmıştır.

Şehirlerarası (çağrı başlatma) trafik açısından STH işletmecileri ve Türk Telekom’un payları karşılaştırıldığında ise, STH işletmecilerinin payı 2010 son çeyreğinde %9,82 iken 2011 son çeyreğinde %14,66’ya çıkmıştır.

STH işletmecilerinin ve Türk Telekom’un sabit şebekede başlatılan toplam trafik içindeki payları 2010 son çeyreğinde STH işletmecileri %8,88 iken 2011 son çeyreğinde %50’den fazla bir artış ile %13,66’ya çıkmış, Türk Telekom’un payı ise %91,12’den %86,34’e gerilemiştir.

Sabit Elektronik Haberleşme Pazarı (devamı)

Rekabetin gelişmiş olduğu ve alternatif işletmecilerin güçlü olduğu Avrupa gibi pazarlarda yerleşik işletmecinin payının %60-70'lerde alternatif işletmecilerin payının ise %30-40'lar mertebesinde olduğu düşünüldüğünde yukarıdaki rakamlar ülkemiz sabit pazarında gelişmeye açık oldukça önemli bir alan olduğu anlamına gelmektedir.

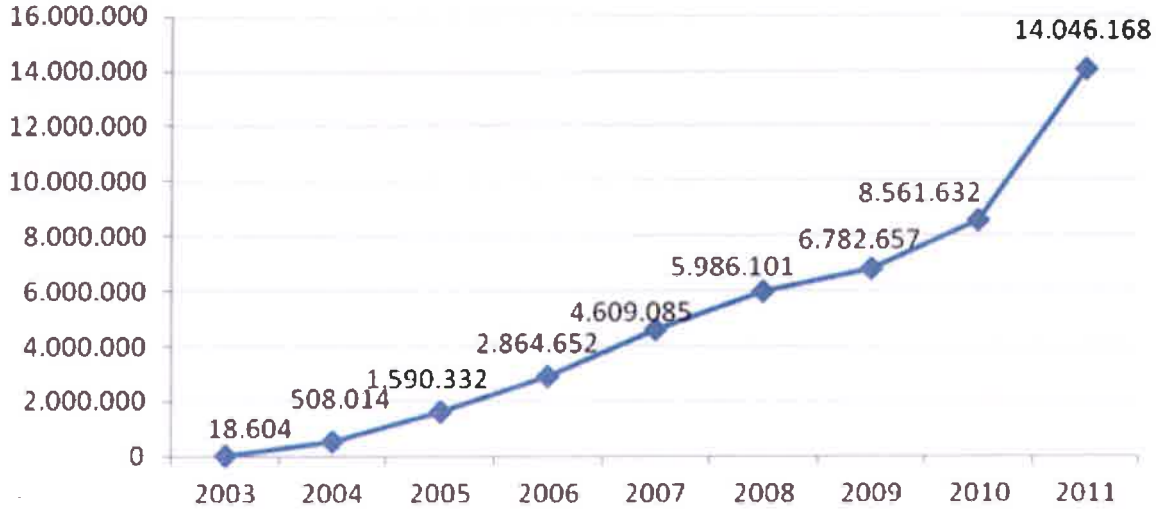
Sonuç olarak, gerek şehir içi ve gerekse şehirlerarası sabit çağrı başlatma trafiği açısından alternatif işletmeciler lehine son bir yıl içinde belirgin bir iyileşme söz konusudur. Bu durum, rekabetçi bir Pazar için daha da geliştirilmesi gereken önemli bir göstergedir.

İnternet ve Geniş Bant Pazarı

2011 yılı internet ve geniş bant pazarına ilişkin en dikkat çekici gelişme, xDSL abone sayısının ilk defa düşmesine karşılık Mobil , Fiber ve Kablo internet abone sayılarında artışın devam etmesidir.

2005 yılında 1.590.332 iken ve 5 yıl içinde % 438 artışla 2010 yıl sonu itibariyle 8.561.632 olan internet abone sayısı son bir yılda %63'lük artışla 14.046.168'e ulaşmıştır.

Genişbant İnternet Abone Sayısı



* Sabit, kablo, fiber vb. tüm genişbant erişim yöntemleri ile mobil internetin tamamı dahildir.

Aşağıdaki tablodan da anlaşılabacağı üzere 2011, tam anlamıyla mobil internetin patladığı bir yıl olmuştur. 2011 yıl sonu itibariyle bin önceki yıla göre Mobil internet %346, Fiber internet %73,

Kablointernet %68 oranında büyüme göstermiştir.

İnternet ve Geniş Bant Pazarı (devamı)

İnternet Abone Sayıları

	2010-4	2011-4	Yıllık Büyüme Oranı (2010-4 - 2011-4)
xDSL	6.640.911	6.776.036	2,0%
Mobil Bilgisayardan İnternet	1.448.020	1.547.421	345,8%
Mobil Cepden İnternet		4.907.380	
Kablo İnternet	273.908	460.451	68,1%
Fiber	154.059	267.144	73,4%
Diğer	155.478	159.383	2,5%
TOPLAM	8.561.632	14.046.168	62,8%

2011 yılı sonu itibariyle bir önceki yılın aynı dönemine göre yaklaşık %2'lik bir artış göstermesine rağmen 2011 yılı son çeyreğinde bir önceki çeyreğe göre yaklaşık 16 bin abone kaybeden xDSL pazarı toplam 6.776.036 abone büyüklüğüne ulaşmıştır. Kablo, Fiber ve diğer erişim teknolojileri de dahil edildiğinde sabit geniş bant internet abone sayısı 7.591.367'ye ulaşmış olup toplam içindeki payı %54'dür.

İnternet hizmetleri, Mobil işletmeciler ve TURKSAT dışında 70'e yakın işletmeci (İnternet servis sağlayıcılığı-ISS) tarafından sunulmaktadır. Elektronik Haberleşme pazarı gelirlerinde Telefon hizmetlerinden sonra en büyük payı oluşturan İnternet hizmetlerinin ISS'ler tarafından oluşturulan toplam gelir büyüklüğü 2011 sonu itibariyle yaklaşık 3.3 milyar TL değerine ulaşmıştır.

Mobil işletmecileri tarafından sunulan Mobil internet ve TURKSAT tarafından sunulan Kablo internet hariç tutulduğunda diğer erişim yöntemleriyle sunulan internet hizmetlerini sunan ISS'lerin kendi aralarındaki Pazar payları, abone sayıları bazında aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir.

İşletmeci	%
TTNet	85,84
Superonline	5,60
Doğan Telekom	3,45
Koç.Net	1,97
Turknet	1,67
Millenicom	1,37
Metronet	0,53
Diğer	0,42

İnternet ve Geniş Bant Pazarı (devamı)

AB ülkelerinde sabit geniş bant perakende hizmetlerinde yerleşik işletmecilerin payı ortalama %44 iken Türkiye’de yaklaşık %81 seviyesindedir. Yerleşik işletmecinin (Türk Telekom-TTNet) pazar payı, son yıllardaki düşüşe rağmen AB ortalamasının hala oldukça üstünde seyretmektedir.

Türkiye’de 2011 sonu itibariyle geniş bant abonelerinin %89’u xDSL, %6’sı Kablo ve kalan %5’i diğer erişim teknolojilerini kullanmaktadır. Son yılların hızla gelişen ve geleceğin erişim teknolojisi olarak kabul edilen Fiberin pazar payı %3,5 olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye’de 3 milyondan fazla eve ulaşmasına rağmen Kablo üzerinden internet hizmeti alan abone sayısı son zamanlardaki önemli artışlara rağmen ancak yarım milyona ulaşabilmiştir. Toplam sabit internet abonelerinin %6’sını oluşturan bu değer Hollanda, Belcika, Macaristan, Portekiz gibi ülkelerde %30’un üzerindedir.

Türkiye’de nüfusa göre sabit geniş bant yaygınlığı %10,4 iken, AB ülkeleri ortalaması %25,6’dır. Ayrıca mobil geniş bant yaygınlığı Türkiye’de %7,2 iken AB ortalaması %6,1’dir.

Daha sağlıklı bir karşılaştırma yapmak için hane halkına göre yaygınlık oranlarının incelenmelidir. AB ülkeleri hane halkı sabit geniş bant ortalama yaygınlığı %61 iken Türkiye’de 2011 yıl sonu itibariyle yaklaşık %41’dir. Türkiye’de ortalama hane halkı büyüklüğü 3,97, AB ortalama hane halkı büyüklüğü 2,4 olup Türkiye’de hane başına kullanıcı sayısı AB’ye göre yaklaşık 2 kattır.

Ülkemizde 2009 yılı Temmuz ayında verilmeye başlanan 3N hizmetleri sonrasında 2011 son çeyreği itibariyle mobil bilgisayardan ve cepten internet abone sayısı bir önceki döneme göre yaklaşık %14 oranında artmış ve 6.454.801’e ulaşmıştır. Türkiye’deki mobil işletmecilerini şebekeleri en son teknolojileri (HSPA) kullanmakta olup erişim hızları başta Avrupa olmak üzere pek çok gelişmiş ülkeden bile daha hızlı durumdadır. Bu dönemde toplam mobil internet kullanım miktarı bir önceki çeyreğe göre yaklaşık %22 oranında artarak 10.458 TByte olmuştur.

Ülkemizdeki sabit internet bağlantı hızları kullanılan teknolojinin (ADSL) de bir kısıtı olarak gelişmiş ülkeler ve OECD ortalamalarının oldukça altıda kalmaktadır. Buna rağmen kullanım miktarları hızla artmakta olup 2011 yılı dördüncü çeyreğinde toplam sabit geniş bant internet kullanım (indirme ve yükleme) miktarı yaklaşık 468.000 TByte olarak gerçekleşmiştir. Bu kullanımın yaklaşık %89’u veri indirme, %11’i veri yükleme şeklinde gerçekleşmiştir.

Türkiye’deki sabit genişbant internet abonelerinin yaklaşık %80’i 8 Mbit/s hıza kadar olan bağlantıyı sahip olup son zamanlardaki 1 Mbit/s’den 8 Mbit/s’ye geçiş devam etmiştir. 2-4 Mbit/s hızları ile 8 Mbit/s’den daha hızlı olan bağlantıların oranlarının toplamı %10’a yaklaşmıştır. 2 -10 Mbit/sn arasındaki sabit genişbant aboneliğin AB ortalaması %58 iken bu oran Türkiye’de %82’ye çıkmaktadır. Buna karşılık 10 Mbit/sn üzeri aboneliğin AB ortalaması %29 iken Türkiye’de %8’e düşmektedir. Alternatif işletmeciler yeniden satış, veri akışı erişimi ve yerel ağı paylaşımına açılması gibi yöntemler aracılığı ile genişbant hizmetleri sunmaktadır. 2011 sonu itibariyle Yerel Ağı Paylaşımına Açılması (YAPA) ile 8.521 adet, al-sat (yeniden satış) yöntemiyle 121.901 adet bağlantı gerçekleştirilmiştir. Diğer genişbant bağlantıları ise Veri Akış Erişimi (VAE) yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Bu değerler özellikle Avrupa pazarları ile karşılaştırıldığında oldukça düşük kalmakta olup bu alanda rekabetin yeterince oluşmadığı anlamına gelmektedir.

Mobil Pazar

2011 sonu itibariyle Türkiye’de yaklaşık %88,6 yaygınlık (penetrasyon) oranına karşılık gelen toplam 65,3 milyon mobil abone bulunmaktadır. 2009 Temmuzunda 3N hizmet sunumunun başlamasıyla 3N abone sayısı 31,4 milyona ulaşmıştır.

Kullanıcı olamayacak durumdaki belli bir yaşın altı (0-9 yaş) ve üstü (75+) hariç tutulduğunda Türkiye’de kullanıcı durumdaki insanların tamamının cep telefonu kullanıcısı olduğu, diğer bir deyişle mobil yaygınlığın %100’e ulaştığı söylenebilir.

	2010-4	2011-4	Artış Oranı
3N Abone Sayısı	19.407.264	31.375.507	% 62
Mobil Bilgisayardan İnternet	1.448.020	1.547.421	% 345
Mobil Cepten İnternet		4.907.380	
Mobil İnternet Kullanım Miktarı, Gbyte	4.387.315	10.708.533	% 144

2010 sonunda 19,4 milyon olan 3N abone sayısı 2011 sonu itibariyle %62 artışla 31,4 milyona ulaşırken, 3N hizmetiyle birlikte mobil bilgisayardan ve cepten internet hizmeti alan abone sayısı da aynı dönemde 1.448.020’den %345 gibi olağan üstü artışla 6.454.801’e yükselmiştir. Mobil internet kullanım miktarı ise son bir yılda %144 artışla 10.458 TByte olarak gerçekleşmiştir.

3N abonelerinin toplam mobil aboneleri içinde ulaşmış olduğu %48’lik oran AB ortamı olan %30’un oldukça üzerinde ve Avrupa ülkelerinin çoğunun ilerisinde bulunmaktadır.

Mobil abonelerin işletmeciler bazında son iki yıllık dağılımına bakılacak olursa, Turkcell’de %0,8’lik, Vodafone’da %14,7’lik, Avea’da ise %9,5’luk bir artış söz konusudur. 2011 sonu itibariyle abone sayısına göre Turkcell %52,9, Vodafone %27,6, Avea ise %19,5 Pazar payına sahiptir.

Mart 2012 itibariyle mobil işletmeciler arasında taşınan toplam numara sayısı 40 milyonu geçmiştir, diğer bir deyişle mobil abonelerinin yaklaşık %60’ı numaralarını başka işletmeciye taşımışlardır. Dünya örnekleri ile karşılaştırıldığında oldukça yüksek olan bu rakamlar, pazarda müşteriler açısından bir memnuniyetsizlik olduğunun da ifadesi olarak değerlendirilebilir.

Aralık 2011 itibariyle Aylık Kullanım Miktarı (MoU), Turkcell’de 223 dakika, Vodafone’da 310 dakika ve Avea’da 322 dakika olarak gerçekleşmiştir. Tüm işletmecilerin kullanım miktarları dikkate alındığında Türkiye’nin MoU değeri 261 dakika olup bu değer Avrupa ülkeleri içinde Fransa’nın 279 dakikalık değerinden sonraki en yüksek kullanım miktarını ifade etmektedir.

2011 yılı son çeyrekte toplam mobil trafik hacmi 38,48 milyar dakika olup bir önceki yılın aynı dönemi ile kıyaslandığında %16,7 oranında arttığı görülmektedir. İşletmeci bazında incelendiğinde ise Turkcell’in trafiğinin bir önceki döneme göre yaklaşık %0,4 oranında azaldığı, Avea’nın %2, Vodafone’nun ise yaklaşık %1,8 oranında arttığı görülmektedir. Geçen senenin aynı dönemine göre kıyaslandığında Turkcell’in trafik hacminde %9,9, Vodafone’da %21,4 ve Avea’da %25,3 oranında artış olduğu görülmektedir. Mobil işletmecilerinin toplam mobil trafiğinden aldıkları pazar payları son bir yıl içinde Avea’da %21,8’den %23,4’e, Vodafone’da %30,3’den %31,5’e yükselmiş, Turkcell’in pazar payı ise %47,9’dan %45,1’e düşmüştür.

Mobil Pazar (devamı)

Söz konusu trafiğin büyük bir kısmını (%66) mobil işletmecilerin kendi aboneleri arasındaki trafiği ifade eden şebeke içi trafik oluşturmaktadır. Mobil işletmecilerden diğer mobil işletmecilere doğru giden trafiğin toplam trafik içindeki payı %28 dir.

2011 son çeyreğinde toplam SMS sayısı yaklaşık %4 oranında azalarak 39.722 milyon adet olarak gerçekleşirken, MMS sayısı 73 milyon seviyelerine yükselmiştir.

Abone Başına Aylık Gelir (ARPU), 2011 yılı dördüncü çeyrek itibariyle Turkcell'de 19,70 TL, Vodafone'da 19,77 TL ve Avea'da 20,50 TL olarak gerçekleşmiştir.

Yıllar itibariyle artış eğiliminde olan mobil gelirler 2010 yılında yaklaşık 14 milyar TL olarak gerçekleşirken, bir önceki yıla göre %6,71 oranında artış söz konusudur. 2011 yıl sonu itibariyle mobil gelirler bir önceki yıla göre yaklaşık %10,7'lik artışla 15.5 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

2011 yılı son çeyrek itibariyle gelire göre mobil işletmecilerin pazar payları, Turkcell %51,4, Vodafone %28,5 ve Avea %20,1 olarak gerçekleşmiştir. 2010 yılının aynı dönemi ile kıyaslandığında Turkcell'in pazar payının yaklaşık % 3,3 azaldığı, Avea'nın % 0,9 ve Vodafone'un % 2,4 arttığı görülmektedir.

Mobil işletmecilerin gelirlerinin 2008 yılında yaklaşık %81'ini konuşma gelirleri oluştururken bu oran 2010 yılında %78'e gerilemiştir. Data gelirlerinin payı 2008 yılında %1,26 iken 2010 yılında %4,36'ya yükselmiştir. SMS+MMS gelirleri 2010'da toplam gelirin yaklaşık %10'unudur.

2011 yılı dördüncü çeyrek dönem itibariyle mobil işletmecilerinin gelir dağılımları ise;

- Konuşma gelirleri; Turkcell'in gelirlerinin %67,8'ini, Avea'nın %73,2'sini ve Vodafone'un %73,4'ünü oluşturmaktadır.
- SMS+MMS gelirleri; Turkcell'in gelirlerinin %10,9'unu, Avea'nın %11'ini ve Vodafone'un %13 ünü oluşturmaktadır.
- Data gelirleri; Turkcell'de %12,2, Avea'da %11,7 ve Vodafone'da %9,3 paya sahiptir.

2009 yılı, 3N yetkilendirmelerinin de etkisiyle mobil yatırımları bakımından 4.589 milyon TL ile en fazla yatırım yapılan yıl olurken 2008 yılına göre %132 oranında artış söz konusudur. 2010 yılında yapılan 2.664 milyon TL yatırıma karşılık 2011 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık %7 oranında azalarak 2.494 milyon TL mobil yatırım yapılmıştır.

Altyapı Pazarı

Mart 2012 tarihi itibariyle Türkiye'de bildirim kapsamında 68, kullanım hakkı kapsamında 5 Altyapı İşletmeciliği Lisansı almış işletmeci bulunmaktadır. Altyapı işletmecilerin toplam abone sayısı 2011 dördüncü çeyrek itibariyle 23.922'tir. Bu hizmetlerden elde ettikleri yıllık toplam gelir yaklaşık 465.6 milyon TL dir.

2011 yılı dördüncü çeyrek itibariyle Alternatif işletmecilerin toplam fiber uzunluğu 38.835 km, Türk Telekom'un ise 150.120 km fiber altyapısı bulunmaktadır. Bunun yaklaşık 119.500 km'si omurga, geri kalan kısmı erişim amaçlı kullanılmaktadır.

Kablolu Pazarı

Türkiye’de kablolu yayın hizmeti lisansı alan 14 işletmeci bulunmakla birlikte, geniş alanda sadece TÜRKSAT aktif olarak faaliyet göstermektedir. TNet ise IPTV hizmeti sunmaktadır.

TÜRKSAT’ın 2011 yılı sonu itibariyle toplam Kablo TV abone sayısı 1.260.769 olup, Teledünya markasıyla hizmette olan sayısal Kablo TV abone sayısı 495.051 dir. Kablo telefon hizmetinden yararlanan 48.363 TÜRKSAT abonesi bulunmaktadır. TNet’in 33.640 abone ise IPTV hizmetinden faydalanmaktadır.

Dönem	Kablo TV Abone Sayısı	Kablo İnternet Abone Sayısı	Kablo Telefon Abone Sayısı	IPTV Abone Sayısı	Gelir TL
2011-1	1.259.523	321.080	188	11.164	28.651.254
2011-2	1.286.128	368.055	181	24.641	37.113.499
2011-3	1.236.089	407.502	18.309	27.460	45.321.497
2011-4	1.260.885	460.451	48.363	33.640	88.897.898

Kablo internet abone sayısı ise bir önceki yıla göre yaklaşık %68’lik artışla 460.451’e ulaşmıştır.

Uydu Platform Hizmetleri

Uydu platform hizmetleri kapsamında aktif olarak faaliyet gösteren iki işletmeci (Digitürk ve D-Smart) bulunmaktadır. Toplam abone sayısı 2011 sonu itibariyle 3.875.268’dir. Bu hizmete ilişkin 2011 yılı toplam gelirleri yaklaşık 115.8 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Bu alanda faaliyet gösteren işletmecilerin abone sayısına göre pazar paylarına bakıldığında Digitürk’ün pazar payının %63,45, D-Smart’ın pazar payının %36,55 olduğu görülmektedir.

D. İŞ STRATEJİLERİ

2011 yılında şirketin çalışmasına verimlilik kazandırmak amacı ile organizasyon İş ve Ürün Geliştirme, Satış, Servis Operasyonları ve Projeler ve Mobil Uygulamalar ve IT Çözümler olmak üzere yeniden yapılandırılmıştır.

ANELTECH isim hakkını aldığı ANPROT markası altında ANELES, ARGE ve ANELES üretim kapasitemizden faydalanarak piyasaya rekabetçi ürünler sunmak amacı ile yeni özgün ürünler tasarımına ve üretimine hız vermiştir.

ANELTECH dünyada kendi sektöründe lider firmalar ile Türkiye ve komşu ülkeler için münhasır distribütörlük anlaşmaları imzalamayı hedeflemektedir.

Mobil Uygulamalar ve IT Çözümleri birimimizde yurtiçi / yurtdışı GSM operatörlerine mevcut mobil uygulamalarımızın satışı, GSM ve sabit hat operatörlerinin, İnternet Servis Sağlayıcılarının ihtiyacına yönelik yeni uygulamaların geliştirilmesi ve B2B'ye yönelik akıllı kurumsal çözümlerin geliştirilmesi ve satışı yapılacaktır.

Telekom operatörlerinin iş ortağı olunması yönünde adımlar atılacak ve AnelTech, operatörlerin kurumsal müşterileri için tercih ettiği uygulama geliştirme firması olarak konumlandırılacaktır.

Son kullanıcıya hizmet sunulmasına yönelik potansiyeller değerlendirilecek bu yönde şirketimize gelir kazandıracak çalışmalar yapılacaktır.

ANELTECH, 03.03.2011 tarihinde Kartek Kart ve Bilişim Teknolojileri Ticaret Ltd Şti (Smartsoft) ile Akıllı ödeme terminalleri, Bankalar, Kamu kuruluşları ve GSM operatörleri için güvenlik gerektiren çözüm ve uygulamalar ve benzeri projelerde tasarım, üretim, satış, kurulum ve satış sonrası servisler gibi konularda işbirliğine gitmeyi ve müşterilere katma değerli çözümler sunmayı hedefleyen 2 yıl süreli bir İşbirliği Niyet protokolü imzalamıştır.

Şirketin iş stratejileri açısından önemli bir etmen, benimsediği etik ilkelerdir. Şöyle ki;

-Güvenilirlik

- Tüm iş süreçlerinde amaç "Anel yaptıysa doğrudur" algısı ve güvenini vermektir.

Gizlilik ve Rekabet

- Çalışanlar için formül, teknik ve ticari yönüne ilişkin bilgileri sır olarak görürler. Şirket ve çalışanlar hiçbir muvazaalı işin içinde yer almaz.

Çıkar Çatışması Politikası

- Çalışanlar, mevcut görevlerini kullanarak, kendileri, aileleri ya da 3.şahıslara çıkar sağlayacak hiçbir davranışta bulunmaz.

Kanunlara Uyum ve Sosyal Sorumluluk

- Çalışanlar görevlerini yerine getirirken T.C. yasalarına, uluslararası hukuk kurallarına ve ahlak değerlerine uygun hareket eder.

Şirketin Sorumlulukları

- Şirket, çalışanlarına dürüst ve adil yaklaşır, güvenli ve sağlıklı bir çalışma, eğitim ve kariyer ortamı taahhüt eder.

Müşterilere Karsı Sorumluluklar

- Şirketin tüm üretim ve hizmetleri müşteri memnuniyetini temel almaktadır.

Topluma ve Çevreye Karsı Sorumluluklar

- Şirket, dünyamızın geleceği için doğaya saygı göstermeyi vazgeçilmez değer kabul eder.

Hissedarlara Karsı Sorumluluklar

- Şirketin varlıkları, mali işlemleri, faaliyet pozisyonları ve nakit akışları, yürürlükteki yasalara ve uluslararası kabul görmüş muhasebe ilkelerine uygun ve doğru şekilde kaydedilir. Şirketin muhasebe kayıtları ve üçüncü şahıslara verilen belgeler tam ve doğru olarak gösterilir.

- Şirket, gereksiz ya da yönetilemez riskleri almaktan kaçınır.

Sektöre ve Rakiplere Karsı Sorumluluklar

- Şirket, rakip sektör şirketleriyle aktif ve karşılıklı saygı çerçevesinde, sadece yasal ve etik olan zeminlerde rekabet eder ve rekabet hukukunun ihlalinden kaçınır. Rekabeti kısıtlamaya ya da sınırlamaya yönelik girişimleri desteklemez.

Sözleşme Risklerinin Önlenmesi

- Şirket, sözleşme imzaladığı taraflara karşı sorumluluğuna büyük önem verir. Yanlış anlamaları ve istenmeyen sonuçları önlemek için, şirket risk yönetim sistemi gereğince, anlaşmaları ve sözleşmeleri imzalanmadan önce ilgili sözleşmenin koşullarını ve bunların yol açabileceği riskleri dikkatle inceler. Ticari anlaşmaların hukuki ihtilaflara yol açabileceği ve diğer kurumsal ilişkiler ile çelişebileceğini dikkate alarak hareket eder.

Şirketin http://www.aneltech.com/yatirimci_form/etik_kurallar.pdf adresinde kamuoyu ile paylaşmak üzere yayınlamakta olduğu etik kurallar arasında, çalışanların görevlerini yerine getirirken T.C. yasalarına, uluslararası hukuk kurallarına ve ahlak değerlerine uygun hareket ettiği, geçerli yasa ve mevzuatların gereklerini yerine getirdiğini, müşterileri doğru anladığını, çözüm üretirken beklenenden fazlasını sunduğunu, sunulan tüm ürün ve hizmetlere ilişkin taahhütlerini zamanında ve eksiksiz olarak yerine getirdiğini beyan etmektedir.

Ayrıca, aynı kurallar çerçevesinde rakip sektör şirketleriyle aktif ve karşılıklı saygı çerçevesinde, sadece yasal ve etik olan zeminlerde rekabet ettiğini ve rekabet hukukunun ihlalinden kaçındığını, rekabeti kısıtlamaya ya da sınırlamaya yönelik girişimleri desteklemediğini beyan etmiştir.

Şirket, aynı dokümanda, sözleşme imzaladığı taraflara karşı sorumluluğuna büyük önem verdiğini, yanlış anlamaları ve istenmeyen sonuçları önlemek için, anlaşmaları ve sözleşmeleri imzalanmadan önce ilgili sözleşmenin koşullarını ve bunların yol açabileceği riskleri dikkatle incelediğini, ticari anlaşmaların hukuki ihtilaflara yol açabileceği ve diğer kurumsal ilişkiler ile çelişebileceğini dikkate alarak hareket ettiğini beyan etmiştir.

Şirket, ürettiği projelerin her aşamasında aşağıdaki iddialarda bulunmaktadır:

- Güvenilirliğini gelişimden sonuca kalite odaklılığı ile sağlamayı,
- Girişimci, yenilikçi ve öncü yapısı ile değer yaratmayı,
- Ekip dayanışması ile çalışarak, dinamik yapısını korumayı,
- Müşteri memnuniyetini en önemli değeri olarak ele almayı,
- İnsana ve doğaya saygıyı ön planda tutarak sosyal sorumluluğunu yerine getirmeyi vazgeçilmezleri olarak ele almaktadır.

İş stratejileri bağlamında özellikle vurgulanması gereken bir konu da şirketi yaptığı işlemlerde hedeflediği karlılık oranlarıdır. ANEL TELEKOMÜNİKASYON ELEKTRONİK SİS. SAN. VE TİC. A.Ş. tarafından gerçekleştirilen mal teslimleri nitelikleri itibarıyla özel bir üretime tabidir. İmal edilen ürünler müşterilerin özel istek ve durumlarına göre, özellikle projelere göre şekillendirilmekte ve kendilerine sunulmaktadır. Ürünler standart olmayıp, kendine has özelliklere sahiptirler. Dolayısıyla her bir alıcı için üretilen ya da özel işlemlere tabi tutulan ürünler (mal teslimleri) çeşitli projelere yönelik olup, gerek kurum içinde gerek kurum dışında doğrudan niteliklere sahip birebir, özdeş emsal bulmak olanaklı değildir. Şirket, her bir ürün bazında karlılıktan ziyade, proje bazındaki toplam maliyetler üzerinden karlılık hesaplama yolunu tercih etmekte ve uygulamaktadır. Netice olarak ürün bazında karlılıktan ziyade proje bazında karlılık uygulanmaktadır.

II. ANEL MARKASININ DEĞERİNİN HESAPLANMASI

A. YÖNTEM TESPİTİ

Anel Telekomünikasyon Elektronik Sis. San. Ve Tic. A.Ş. 'nin iş stratejileri, iş yapma biçimi, sektör ve ekonomik çevre irdelendiğinde, şirket işini salt imaj üzerinden yapmamaktadır. Şirketin iş aldığı piyasa geniş ve derinlikli teknik bilgiye sahiptir. Rakipler de bilgi sahibidir. Sektör, ağırlıklı olarak iş yapma yeteneğine sahip yönetici ve personeli olanların, yıllara yaygın bilgi-birikime yatırım yapanların, iş yapma yeteneğini geliştirenlerin ve farklılaştırılmış ürün ve hizmet üretenlerin avantajlı olduğu rekabet koşulları içinde çalışmaktadır.

Dolayısıyla ANEL markası, kendi sektöründe teknik bilgi birikim, organizasyon, üretim alanlarında güveni ne kadar temsil ediyorsa o kadar değerlidir. Ancak güven, sadece marka anıldığında akla gelen hayale değil, yukarıda sayılan hususlarla ilgili olarak bilgiye dayalıdır. Bu bilginin sürekli yeniden olumlu bilgiler çerçevesinde beslenmesi gerekir.

Piyananın olumlu bilgisini besleyen temel çabaları reklam, eğitim, ar-ge faaliyetleri olarak sınıflandırmak uygun olacaktır. Dolayısıyla ANEL markasının değerlendirilmesinde öyle bir bakış açısı olmalı ki, markaya olan güveni olumlu etkileyen çabalar hangileri ise onlar belli bir yöntemle değer hesaplamasında dikkate alınabilsin. Aşağıda Raporda kullandığımız böyle bir yöntem hakkında bilgi verilecek ve bu yöntemin ANEL markasının değerlendirilmesinde nasıl uygulandığı açıklanacaktır.

B. YÖNTEM

1.Maliyet / Masraf Üzerinden Marka Değerini Bulma Yöntemi

Maliyet/masraf üzerinden marka değerini bulmada temel yöntem markayı etkileyen harcamalar üzerinden hesaplama yöntemidir. Harcamalar üzerinden hesaplama yönteminde, anlamlı dönem öncesinden hesaplama yapılan döneme kadar yapılmış olan masrafların tarihi değerinden hareket edilir.

Maliyet yaklaşımı ikame ve fiyat dengesi ilkesine dayanmaktadır¹. Bu ilkelere göre, bir yatırımcı her hangi bir şeye onu elde etmek için yapılacak yatırımın maliyetinden daha fazlasını vermeyecektir. Kapferer'e göre, maliyet/masraf üzerinden marka değeri hesaplandığında, "eğer marka bu gün yeniden kurulmuş olsa, markayı yeniden ortaya koyma masrafları kaç mal olurdu" türü bir soruya yanıt aranacak biçimde yeniden kurma yöntemine uygun bir hesaplama yapılır².

¹ R.Reilly ve Scweih, Valuing Intangible Assets, McGraw-Hill, New York, 1999 (Yusuf Kaya, Marka Değerleme Yöntemleri ve Markaların Mali Tablolara Alınmasının Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, s.59)

² Jean Noel Kapferer, Strategic Brand Management: New Approaches to Creating And Evaluating Brand Equity, New York : Free Press (1992)

Tarihi maliyet yöntemine göre markanın değeri şirket tarafından marka için (markanın yaratılmasında ve değerinin korunmasında) yapılmış tüm harcamaların toplamından oluşur. İkame maliyeti yöntemine göre, markanın değeri, aynı markanın yeniden yaratılmak istenmesi durumunda katlanılacak (güncel bedellere göre) toplam maliyete eşittir. Larsson tarafından yeniden yaratma maliyetinin ikiye ayrıldığı, birincisinin aynı markayı yaratmanın maliyeti "restorationcostbasis" olduğu, diğerinin ise sahibi için benzer ekonomik değere sahip bir marka yaratmanın maliyeti olduğu ifade edilmektedir. İlk yaklaşım marka yaratmak için belirli bir yöntem olduğunu, bu yüzden aynı markayı yaratmak için katlanması gereken maliyetlerin belirlenip hesaplanabileceğini varsaymaktadır. İkinci yaklaşım ise aynı markanın yaratılamayacağı, benzer ekonomik değere sahip bir markanın yaratılması için gerekli maliyetin hesaplanabileceği varsayımına dayanmaktadır³.

2. Maliyet / Masraf Üzerinden Marka Değerini Bulmak Uygulanan Yöntemin Bu Rapordaki Formülasyonu Hakkında Bilgi

Öncelikle, Aneltech A.Ş.'nin de, ANEL Markasını kullanan grup şirketlerin de ANEL markasına katkı yaptığı varsayılmıştır. Yöntem, ANEL markasını kullanan tüm grup şirketlerin söz konusu harcamaları içinde, marka değerini olumlu etkileyen harcamalardikkate alınmıştır.

Hesaplama, şu aşamalardan geçerek sonuca varılmıştır:

Aşamalar:

- 1- Öncelikle hangi harcamaların marka değerini etkiledikleri belirlenmiştir (Eğitim, Reklam ve Ar-Ge harcamaları).
- 2- Bu harcamaların marka değerine etkisinin birebir olduğu varsayılmıştır.
- 3- Marka, tanınma ve imajla ilgili sürekli yatırım yapılmadıkça çok kolay yıpranan bir gayri maddi haktır. En tanınmış bir marka, reklam ve tanıtımın yapılmaması ve kalitesiz mal ve hizmetle sunulması durumunda en geç 3 yılda değerinin büyük bir kısmını yitirir. Bazı sektörlerde tamamen tanınmaz hale gelir. ANEL markasının sektörü de böyledir. Bundan dolayı Rapor'da 2011, 2012 ve 2013 (1-9. Aylar arası) harcamaları dikkate alarak hesaplama yapılmıştır.
- 4- Bulunan değer, markayı kullanan şirketlerin ekonomik avantaj yaratmak için kullandığı bir fikri hakkın değeridir. Marka sahibi Aneltech ile kullanıcı şirketler bu değeri birlikte yaratmaktadırlar. Her şirket, markanın değerini grup içinde yarattığı hasılat oranında etkilemektedir.
- 5- Aneltech A.Ş.'nin markasını %20 karlılıkla inhisari lisansa konu edebileceği veya satabileceği ekonomik mantığa ve genel lisans anlaşmalarındaki uygulamalara uygundur. **Marka değeri**, yukarıdaki çerçevede ulaşılan tutarın ortalama %20 karlı satış bedeli tarafından temsil edildiği kabul edilmektedir.

³ Robert Larsson, "BrandValuation -is it possible: A criticalessay on brandvaluationmethodsfrom a communicationtheoryperspective", UppsalaUniversity, C-levelessay in Media AndCommunicationStudies, 2001, s.14-15 (Yusuf Kaya, Marka Değerleme Yöntemleri ve Markaların Mali Tablolara Alınmasının Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, s.59)

3.Marka Değeri Üzerinde Etkili Olan Harcamalar

Yöntemin uygulamasında, aşağıdaki harcamaların marka değeri üzerinde etkili olduğu varsayılmıştır:

	Harcamalar	Marka Değerini Etkileme Nedeni	Marka Değerine Etki Katsayısı
1	Eğitim	Eğitim harcamaları personelin kalitesini doğrudan artıracağından yapılan için kalitesi ve güvenilirliğini artırır. Hizmet veya üretim olan yapılan işin kalitesi marka algısını önemli derecede etkilediğinden marka değerine katkı yapan harcamalardır.	%100
2	Reklam	Reklam marka imajını doğrudan etkilediğinden bu alandaki harcamalarında markanın değerine önemli etkide bulunduğu kabul edilmelidir.	%100
3	Ar-ge	Ar-ge harcamaları, ürün ve hizmette yenilik doğuran harcamalardır. Ürün veya hizmetin rakipler karşısında avantajlı duruma gelmesi açısından önemi tartışılmaz. Yarattığı avantajın marka değerini de olumlu yönde etkilediği rahatlıkla ileri sürülebilir.	%100
4	Marka Patent Belgesi Alım Harç ve Hizmeti	Markanın maliyet bedeline kaydedilen veya gidere kaydedilebilecek harcamalardır. Hiçbir ekonomik kullanımı olmayan markaların değerini ve/veya markanın ekonomik kullanımına başlanmadan önceki kök değerini yansıtır.	%100

C. DEĞERLEME

1.Marka Değerine Gidecek Tutarlar

Yukarıda II/A-2'nin 1. ve 4. Aşamalarında ve "II/A-3.Marka Değeri Üzerinde Etkili Olan Harcamalar" bölümünde 1., 2. ve 3. satırda açıklanan harcamaların kullanıldığı yönteme göre oluşturulmuş 2011, 2012 ve 2013 yıllarında marka değerine gidecek tutarları hesaplama tabloları aşağıda görüldüğü gibidir.

a. 2011 Yılı

	Şirket	Eğitim giderleri	Reklam giderleri	Arge giderleri
1000	Anel Elektrik ProjeTaahAŞ	36.301,00	93.644,00	0,00
1010	Anel Mekanik Tesisat AŞ.	3.100,00	4.940,00	0,00
1020	Anelyapı Gayrimenkul A.Ş.	1.653,00	3.697,00	0,00
1030	Anelnet Teknik Hizm.Ltd.	0,00	500,00	0,00
1040	Anelmarin Gemi Elekt.A.Ş.	1.821,00	2.157,00	0,00
1050	Anel Enerji Elekt.Üret.AŞ	7.697,00	5.115,00	0,00
1070	Anel Telekomünikas.Elk.AŞ	17.246,00	21.332,00	0,00
1080	Anel Ar.Ge.Dan.San.A.Ş.	22.200,00	6.057,00	3.161.310,00
1140	Anel Doğa Entegre A.Ş.	12.021,00	7.907,00	0,00
5020	Anel Electrical Proj.Doha	142.900,00	19.197,00	0,00

ANEL TELEKOMÜNİKASYON ELEKTRONİK SİS. SAN VE TİC. A.Ş.'NİN ANEL MARKASININ MARKA DEĞERLEME RAPORU

a. 2011 Yılı (devamı)

ŞİRKET	HASILAT	TOPLAM GRUP HASILATINA GÖRE PAY	DİKKATE ALINACAK ORAN	EĞİTİM GİDERLERİ	REKLAM GİDERLERİ	ARGE GİDERLERİ	
1000 Anel Elektrik ProjeTaah.AŞ.	32.536.652,65	0,043627365	0,043627365	1.583,72	4.085,44	0,00	
1010 Anel Mekanik Tesisat A.Ş.	75.748.784,21	0,10156914	0,10156914	314,86	501,75	0,00	
1020 Anelyapı Gayrimenkul A.Ş.	114.876.487,08	0,154034235	0,154034235	254,62	569,46	0,00	
1030 Anelnet Teknik Hizm.Ltd.	4.577.605,45	0,006137966	0,006137966	0,00	3,07	0,00	
1040 Anelmarin Gemi Elekt.A.Ş.	4.234.622,18	0,00567807	0,00567807	10,34	12,25	0,00	
1050 Anel Enerji Elekt.Üret.AŞ	13.117.768,67	0,0175892	0,0175892	135,38	89,97	0,00	
1070 Anel Telekomünikas.Elk.AŞ	36.390.779,95	0,048795242	0,048795242	841,52	1.040,90	0,00	
1080 Anel Ar.Ge.Dan.San.A.Ş.	4.311.040,80	0,005780538	0,005780538	128,33	35,01	18.274,07	
1140 Anel Doğa Entegre A.Ş.	20.401.284,22	0,027355434	0,027355434	328,84	216,30	0,00	
5020 Anel Electrical Proj.Doha	439.590.396,21	0,589432809	0,589432809	84.229,95	11.315,34	0,00	
	745.785.421,42	1					
			AĞIRLIK ANELTECH	1,00	1,00	1,00	TOPLAM
			ANELTECH'DEN GELEN	841,52	1.040,90	0,00	1.882,42
			AĞIRLIK ŞİRK	1,00	1,00	1,00	
			DİĞER ŞİRK. GELEN	86.986,04	16.828,60	18.274,07	122.088,71
						MARKA DEĞERİNE GİDECEK TUTAR	123.971,13
			MARKA DEĞERİNE GİDECEK TUTAR	2013 EYLÜL TEFE ENDEKSİNE GÖRE 2011			
							131.484,53

b. 2012 Yılı

	Şirket	Eğitim giderleri	Reklam giderleri	Arge giderleri
1000	Anel Elektrik Proje TaahAŞ	39.025,00	3.916,00	0,00
1010	Anel Mekanik Tesisat AŞ.	8.881,00	225,00	0,00
1020	Anelyapı Gayrimenkul A.Ş.	0,00	1.027,00	0,00
1030	Anelnet Teknik Hizm. Ltd.	183,00	0,00	0,00
1040	Anelmarin Gemi Elekt. A.Ş.	0,00	0,00	0,00
1050	Anel Enerji Elekt. Üret. AŞ	0,00	6.408,00	0,00
1070	Anel Telekomünikas. Elk. AŞ	69.602,00	142,00	0,00
1080	Anel Ar. Ge. Dan. San. A.Ş.	2.520,00	0,00	1.998.457,00
1130	Anelsis Mühendislik. Ltd.	5.632,00	62.000,00	0,00
1140	Anel Doğa Entegre A.Ş.	11.837,00	51.660,00	0,00
1220	Anel Holding A.Ş.	18.937,00	56.462,00	0,00
5020	Anel Electrical Proj. Doha	59.620,00	5.400,00	0,00

a. 2012 Yılı (devamı)

	ŞİRKET	HASILAT	TOPLAM GRUP HASILATINA GÖRE PAY	DİKKATE ALINACAK ORAN	EĞİTİM GİDERLERİ	REKLAM GİDERLERİ	ARGE GİDERLERİ		
1000	Anel Elektrik Proje Taah.AŞ	45.768.245,60	0,365599383	0,365599383	14.267,52	1.431,69	0,00		
1010	Anel Mekanik Tesisat AŞ.	3.347.402,62	0,026739245	0,026739245	237,47	6,02	0,00		
1020	Anelyapı Gayrimenkul A.Ş.	12.006.141,01	0,095905746	0,095905746	0,00	98,50	0,00		
1030	Anelhet Teknik Hizmet Ltd.	5.789.952,67	0,046250476	0,046250476	8,46	0,00	0,00		
1040	Anelmarin Gemi Elekt.A.Ş.	1.804.512,11	0,014414547	0,014414547	0,00	0,00	0,00		
1050	Anel Enerji Elekt.Üret.AŞ	5.665.202,83	0,045253967	0,045253967	0,00	289,99	0,00		
1070	Anel Telekomünikas.Elk.AŞ	12.870.517,83	0,102810438	0,102810438	7.155,81	14,60	0,00		
1080	Anel Ar.Ge.Dan.San.A.Ş.	1.867.084,00	0,014914375	0,014914375	37,58	0,00	29.805,74		
1130	Anelsis Mühendislik Ltd.	11.730.475,74	0,093703716	0,093703716	527,74	5.809,63	0,00		
1140	Anel Doğa Entegre A.Ş.	16.180.941,29	0,129254291	0,129254291	1.529,98	6.677,28	0,00		
1220	Anel Holding A.Ş.	8.156.402,93	0,065153817	0,065153817	1.233,82	3.678,71	0,00		
5020	Anel Electrical Proj.Doha	0,00	0,00		35.141,98	3.182,94	0,00		
		125.186.878,63	1	AĞIRLIK	1,00	1,00	1,00	TOPLAM	
				ANELTECH'DEN GELEN	7.155,81	14,60	0,00	7.170,41	
				AĞIRLIK DİĞER ŞİRK	1,00	1,00	1,00		
				DİĞER ŞİRK. GELEN	52.984,56	21.174,75	29.805,74	103.965,04	
							GENEL TOPLAM	111.135,45	
			MARKA DEĞERİNE GİDECEK TUTAR	2013 EYLÜL TEFE ENDEKSİNE GÖRE 2012				115.049,20	

b. 2013 Yılı(Ocak-Eylül)

	Şirket	Eğitim giderleri	Reklam giderleri	Arge giderleri
1000	Anel Elektrik ProjeTaahAŞ	67.979	86.826	0
1010	Anel Mekanik Tesisat AŞ.	15.365	5.280	0
1020	Anelyapı Gayrimenkul A.Ş.	0	5.079	0
1040	Anelmarin Gemi Elekt.A.Ş.	2.000	0	0
1050	Anel Enerji Elekt.Üret.AŞ	0	90.443	0
1070	Anel Telekomünikas.Elk.AŞ	826	273	0
1080	Anel Ar.Ge.Dan.San.A.Ş.	67.067	0	1.853.144
1130	Anelsis Mühendislik.Ltd.	0	410	0
1140	Anel Doğa Entegre A.Ş.	680	0	0
1150	Doğa Geri Dönüşüm Ltd.	1.490	0	0
1220	Anel Holding A.Ş.	6.595	93.655	0
5020	Anel Electrical Proj.Doha	5.220	1.578	0

ANEL TELEKOMÜNİKASYON ELEKTRONİK SİS. SAN VE TİC. A.Ş.'NİN ANEL MARKASININ MARKA DEĞERLEME RAPORU

a. 2013 Yılı(Ocak-Eylül)(devamı)

ŞİRKET	HASILAT	TOPLAM GRUP HASILATINA GÖRE PAY	DİKKATE ALINACAK ORAN	EĞİTİM GİDERLERİ	REKLAM GİDERLERİ	ARGE GİDERLERİ
1000 Anel Elektrik ProjeTaahAŞ	97.016.391,58	0,662283569	0,662283569	45.021,37	57.503,43	0,00
1010 Anel Mekanik Tesisat AŞ.	39.209.950,53	0,267667201	0,267667201	4.112,71	1.413,28	0,00
1020 Anelyapı Gayrimenkul A.Ş.	327.673,49	0,002236867	0,002236867	0,00	11,36	0,00
1040 Anelmarin Gemi Elekt.A.Ş.	70.899,87	0,000483999	0,000483999	0,97	0,00	0,00
1050 Anel Enerji Elekt.Üret.AŞ	957.405,87	0,006535743	0,006535743	0,00	591,11	0,00
1070 Anel Telekomünikas.Elk.AŞ	3.205.962,19	0,02188554	0,02188554	18,08	5,97	0,00
1080 Anel Ar.Ge.Dan.San.A.Ş.	1.122.219,50	0,007660845	0,007660845	513,79	0,00	14.196,65
1130 Anelsis Mühendislik.Ltd.	2.663.844,74	0,018184768	0,018184768	0,00	7,46	0,00
1140 Anel Doğa Entegre A.Ş.	1.652.545,65	0,011281123	0,011281123	7,67	0,00	0,00
1150 Doğa Geri Dönüşüm Ltd.	98.667,04	0,000673552	0,000673552	1,00	0,00	0,00
1220 Anel Holding A.Ş.	162.131,74	0,001106794	0,001106794	7,30	103,66	0,00
5020 Anel Electrical Proj.Doha	0,00	0		3.076,84	930,12	0,00
	146.487.692,20	1				
			AĞIRLIK	1,00	1,00	1,00
			ANELTECH'DEN GELEN	513,79	0,00	14.196,65
			AĞIRLIK DİĞER ŞİRK	1,00	1,00	1,00
			DİĞER ŞİRK. GELEN	52.245,94	60.566,40	0,00
						112.812,34
					MARKA DEĞERİNE GİDECEK TUTAR	127.522,78

2. Marka Patent Belgesi Alım ve Harç Hizmeti

Marka patent belgesi alım harç ve hizmeti bedelleri markanın maliyet bedeline kaydedilen veya gidere kaydedilebilecek harcamalardır. Hiçbir ekonomik kullanımı olmayan markaların değerini ve/veya markanın ekonomik kullanımına başlanmadan önceki kök değerini yansıtır.

ANEL markası ile ilgili bu harcamalar aşağıda listelenmiştir:

ANEL MARKALARI LİSTESİ	PATENT MALİYETİ (TL)
✓ Anel Holding Marka Tescil	729,89 ✓
✓ ANELMAK marka tescili	364,77 ✓
✓ ANELMARİN marka tescili	364,77 ✓
✓ ANEL GRUP marka tescili	364,77 ✓
✓ ANEL marka tescili (başvuru)	364,72 ✓
✓ ANELNET marka tescili (başvuru)	364,72 ✓
✓ ANE IP marka tescili (başvuru)	364,72 ✓
✓ ANTEL marka tescili (başvuru)	364,72 ✓
✓ DAILAP-ANELRESEARCH marka tescili (başvuru)	1.599,58 ✓
✓ ANEL OMAJ Markası (Marka Düzenleme bedeli)	520,97 ✓
✓ ANEL ARGE Markası tescili (başvuru)	800,62 ✓
✓ ANEL E-SİSYEM Markası tescili (başvuru)	353,70 ✓
✓ ANEL ES Markası tescili (başvuru)	607,93 ✓
✓ ANELYAPI Markası tescili (başvuru)	353,70 ✓
✓ ANEL ARGE Markası tescili	554,54 ✓
✓ ANELES Markası tescili	554,54 ✓
✓ ANELYAPI Markası tescili	554,54 ✓
✓ ANELMAK Markası Tescili (Başvuru)	531,56 ✓
✓ ANELMEK Markası	621,25 ✓
✓ ANEL ENERJİ Markası (Başvuru - Resmi İşlem Ücreti)	761,86 ✓
✓ ANEL DOĞA MARKA BAŞVURUSU TPE İŞLEM ÜCRETİ	620,04 ✓
✓ ANEL DOĞA MARKA BAŞVURUSU TPE İŞLEM HARCİ	50,35 ✓
TOPLAM	11.768,26

Şirketin ANEL markası dışındaki markaların patentlerinin alımı ile ilgili yaptığı harcamalar aşağıdaki gibidir. Bu markaların ekonomik kullanımları bulunmamaktadır. Sadece şirketin envanterinde yer almaktadırlar.

**ANEL TELEKOMÜNİKASYON ELEKTRONİK SİS. SAN VE TİC. A.Ş.'NİN ANEL
MARKASININ MARKA DEĞERLEME RAPORU**

ANEL DIŞI MARKALARIN LİSTESİ	PATENT MALİYETİ (TL)	
✓ SERENITY markası tescili (başvuru)	243,55	✓
✓ SERENITY markası belge düzenleme vekillik	502,10	✓
✓ AKLİM FİKRİM MERKEZİ marka (başvuru)	243,55	✓
✓ AKLİM FİKRİM MERKEZİ markası belge düzenleme vekil	502,10	✓
✓ SEZİ Markası tescili (başvuru)	353,70	✓
✓ VERDE Markası (Marka Düzenleme bedeli)	520,97	✓
✓ E-SİSTEM Markası tescili (başvuru) ○	353,70	✓
✓ SOLERA Markası tescili (başvuru)	552,96	✓
✓ FUELERA Markası tescili (başvuru)	607,94	✓
✓ OKDA Markası tescili (başvuru)	607,93	✓
✓ VENTURA Markası tescili (başvuru)	353,70	✓
✓ OKDA Markası tescili	554,54	✓
✓ FUALERA Markası tescili	554,54	✓
✓ VENTURA Markası tescili (Belge Düzenleme)	554,54	✓
✓ ALEV TOPLATI VE ÇELİKEL VAKFI TPE İŞLEM ÜCRETİ	1.280,13	✓
✓ ALEV TOPLATI VE ÇELİKEL VAKFI TPE İŞLEM HARCİ	151,05	✓
✓ OTO KUMBARA BAŞVURUSU TPE İŞLEM ÜCRETİ	461,50	✓
✓ OTO KUMBARA BAŞVURUSU TPE İŞLEM ÜCRETİ	108,43	✓
✓ SMARTCUBE MARKA BAŞVURUSU TPE MASRAF+HARÇ	409,96	✓
✓ ANPROT MARKA BAŞVURUSU MASRAF + TPE HARÇ BEDELİ	729,89	✓
✓ PVOLT MARKA BAŞVURUSU MASRAF + TPE HARÇ BEDELİ	569,93	✓
TOPLAM	10.216,71	

3. ANEL Marka Değerinin Hesaplanması

2011, 2012 ve 2013 yıllarında marka değerine gönderilen tutarlar şöyledir:

2011 YILI	MARKA DEĞERİNE GİDECEK TUTAR	2013 EYLÜL TEFE ENDEKSİNE GÖRE 2011	131.484,53
2012 YILI	MARKA DEĞERİNE GİDECEK TUTAR	2013 EYLÜL TEFE ENDEKSİNE GÖRE 2012	115.049,20
2013 YILI	MARKA DEĞERİNE GİDECEK TUTAR		127.522,78
	PATENT MALİYETİ		11.768,26
		TOPLAM	385.824,77

Bu tutara makul bir karlılık eklendiğinde (%20) (385.824,77 X 1,20) ANEL MARKASINI PİYASA DEĞERİ **462.989.72 TL** OLARAK HESAPLANMAKTADIR.

ANEL TELEKOMÜNİKASYON ELEKTRONİK SİS. SAN VE TİC. A.Ş.'NİN ANEL
MARKASININ MARKA DEĞERLEME RAPORU

4. Anel Dışı Markaların Değerinin Hesaplanması

Anel dışı markaların ekonomik kullanımı bulunmamaktadır. Ekonomik kullanımı olmayan markaların değeri en fazla bu markaların patentleme maliyetleri +%20 satış karı kadar olmalıdır.

ANEL DIŞI MARKALARIN LİSTESİ	PATENT MALİYETİ (TL)	DEĞER (MALİYET + %20 KARLILIK) (TL)
SERENITY markası tescili (başvuru)	243,55	292,26
SERENITY markası belge düzenleme vekillik	502,10	602,52
TOPLAM	745,65	894,78
AKLİM FİKRİM MERKEZİ marka (başvuru)	243,55	292,26
AKLİM FİKRİM MERKEZİ markası belge düzenleme vekil	502,10	602,52
TOPLAM	745,65	894,78
FUELER Markası tescili (başvuru)	607,94	729,53
FUALERA Markası tescili	554,54	665,45
TOPLAM	1.162,48	1.394,98
OKDA Markası tescili (başvuru)	607,93	729,52
OKDA Markası tescili	554,54	665,45
TOPLAM	1.162,47	1.394,96
VENTURA Markası tescili (başvuru)	353,70	424,44
VENTURA Markası tescili (Belge Düzenleme)	554,54	665,45
TOPLAM	908,24	1.089,89
ALEV TOPLATI VE ÇELİKEL VAKFI TPE İŞLEM ÜCRETİ	1.280,13	1.536,16
ALEV TOPLATI VE ÇELİKEL VAKFI TPE İŞLEM HARCİ	151,05	181,26
TOPLAM	1.431,18	1.717,42
OTO KUMBARA BAŞVURUSU TPE İŞLEM ÜCRETİ	461,50	553,80
OTO KUMBARA BAŞVURUSU TPE İŞLEM ÜCRETİ	108,43	130,12
TOPLAM	569,93	683,92
		-
		-
SEZİ Markası tescili (başvuru)	353,70	424,44
VERDE Markası (Marka Düzenleme bedeli)	520,97	625,16
E-SİSTEM Markası tescili (başvuru)	353,70	424,44
SOLERA Markası tescili (başvuru)	552,96	663,55
SMARTCUBE MARKA BAŞVURUSU TPE MASRAF+HARÇ	409,96	491,95
ANPROT MARKA BAŞVURUSU MASRAF + TPE HARÇ BEDELİ	729,89	875,87
PVOLT MARKA BAŞVURUSU MASRAF + TPE HARÇ BEDELİ	569,93	683,92