

2023 Yılı Sonuçları Web Yayını Dökümü

TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM FABRİKALARI A.Ş.

5 Mart 2024

TÜRKİYE ŞİŞE ve CAM FABRİKALARI A.Ş.

İçmeler Mah. D-100 Karayolu Cad.
No.44A Tuzla İstanbul Türkiye

T 0850 206 33 74

T 0850 206 31 08

T 0850 206 26 57

sisecam.com.tr

TÜRKİYE İŞ BANKASI
kuruluşudur

Operatör

Hanımfendiler, beyefendiler, Şişecam'ın 2023 yılı finansal sonuçlarının değerlendirileceği görüntülü ve sesli internet yayınıma hoş geldiniz. Görüşme boyunca tüm katılımcılar yalnızca dinleme modunda olacak ve ardından Soru-Cevap oturumu gerçekleştirilecektir. Bu yayının kaydedildiğini ve etkinlik sonrası bir yıl boyunca tekrar oynatma seçeneğinin mevcut olacağını hatırlatmak isterim. Şimdi sözü Şişecam Genel Müdürü Sayın Görkem Elverici'ye bırakıyorum.

Görkem Elverici

Çok teşekkürler.

İyi günler, hanımfendiler ve beyefendiler. 2023 Yılı Finansal Sonuçlarımızı inceleyeceğimiz internet yayınıma hoş geldiniz. Umarım son görüşmemizden bu yana herkes iyidir. Bugün Mali İşler Genel Müdür Yardımcımız Gökhan Güralp ve Yatırımcı İlişkileri Direktörümüz Hande Özbörçek ile birlikteyim.

2023 yılı sonuçlarımızın değerlendirmesi için sözü Mali İşler Genel Müdür Yardımcımız Gökhan Güralp'e vermek istiyorum.

Gökhan Güralp

Hanımfendiler, beyefendiler; iyi günler dilerim. Yayınıma katıldığınız için hepinize teşekkür ediyorum.

Bugünkü yayınımda, öncelikle 2023 Yılı finansal ve operasyonel sonuçlarımızı size aktararak, iş kollarının bireysel performanslarını sunacağız. Daha sonra, nakit pozisyonumuz ve sermaye dağılımımızla ilgili ayrıntıları vereceğiz. Operasyonel ve finansal incelemeyi, Şişecam'ın sürdürülebilirlik yaklaşımı ve bu alanda gerçekleştirdiğimiz son gelişmeler takip edecek.

Her zamanki gibi, sunumun sonunda sorularınızı almaktan memnuniyet duyacağız. Sunumumuzun ve Soru-Cevap oturumlarının bazı ileriye dönük beyanlar içerebileceğini lütfen unutmayın. Varsayımlarımız ve tahminlerimiz mevcut şartlara dayanmaktadır ve bu nedenle değişikliğe konu olabilir.

2023 yılı sonuçlarını sunmaya başlamadan önce, Sermaye Piyasası Kurulu'nun 28 Kasım 2023 tarih ve 81/1820 sayılı Kararı uyarınca, Şirketimiz, 2023 yılından itibaren TMS-29 enflasyon muhasebesi hükümlerine tabi olduğunu önemle vurgulamak isteriz. Dolayısıyla bu sunumda yer alan 2023 yılı ve karşılaştırmalı 2022 yıl sonu finansal sonuçları, TMS-29 enflasyon muhasebesi hükümleri uyarınca Türkiye Finansal Raporlama Standartları'na uygun olarak hazırlanarak, Türk Lirası'nın 31 Aralık 2023 itibarıyla satın alma gücüne göre düzenlenmiş ve bağımsız denetimden geçmiş finansal bilgileri içermektedir. TMS-29 etkisi olmadan sunulan bazı temel finansal göstergelere ise sunumun operasyonel ve finansal inceleme bölümünün sonunda yer verilmiştir.

Dördüncü slaytta, 2023 yılından itibaren konsolide finansal tablolarımızdaki segmentlere göre raporlamamızda yaptığımız bir dizi önemli değişiklikle; Mimari Camlar, Endüstriyel Camlar, Cam Ev Eşyası, Cam Ambalaj, Kimyasallar, Enerji ve Diğer olmak üzere 7 iş kolunun bireysel performanslarını ayrı ayrı raporladığımızı hatırlatmak isteriz. Segmentlere göre raporlama yaklaşımımızda yapılan değişiklikleri özetleyen tablomuzu bu slaytta inceleyebilirsiniz.

Beşinci slaytta önemli mali sonuçlarımızı görebilirsiniz. İlk grafikte yer verildiği gibi, raporlama döneminde 152 milyar TL konsolide gelir elde ettik. Endüstriyel cam segmenti altındaki otomotiv camı ve enkapsülasyon alt segmenti hariç tüm ana faaliyetlerimizde daralan satış hacmi

görüldükçe, yerel para birimindeki değer kaybının yıllık enflasyona göre düşük olması uluslararası satış gelirlerinin TL cinsinden değerini sınırladı. Tüm operasyonlarımızda maliyet bazlı dinamik ürün fiyatlandırma modellerimizi sürdürmemize ve Endüstriyel Cam işkolunda maliyet kaynaklı fiyat değişimleri nedeniyle dönem içinde tahakkuk eden geriye dönük fiyat revizelerine rağmen, alıcı pazar dinamikleri fiyat düzenlemelerindeki esnekliği sınırladı. Dolayısıyla konsolide gelir, enflasyonun altında performans göstererek 2023 yıl sonu satın alma gücüne göre düzenlenen 2022 konsolide gelirine göre %11 oranında düşüş gösterdi.

Küresel makroekonomik belirsizlikler, yapışkan enflasyon ve jeopolitik tedirginliklere rağmen devam eden küresel parasal sıkılaştırma politikaları ile zorlu bir pazar ortamında ilerlerken, yılın ilk yarısında ve son aylarında, stok optimizasyonu amacıyla özellikle cam üretim tesislerinde planlı soğuk tamirlerin erken başlatılmasından, camda etkin kapasite kullanımının azaltılmasına kadar bir dizi stratejik karar aldık. Devam eden enflasyonist ortam nedeniyle, 2023 yılı boyunca artan hammadde fiyatları ve işçilik maliyetleri sonucunda, satılan malın ton başına sabit maliyeti arttı. Buna rağmen, brüt kâr marjımız geçen yıl %32 iken bu yıl %28 olarak gerçekleşti. ABD soda operasyonlarımız, %52 brüt kâr marjıyla, konsolide kârlılığımıza yaklaşık 350 baz puan katkı sağlayarak, geçen yılın katkısının 110 baz puan üzerine çıktı.

Düzeltilmiş FAVÖK marjımız, önceki yıl %22 iken, 2023 yılında %19 marj ile 28 milyar TL olarak gerçekleşti. FAVÖK marjındaki daralmanın temel nedenleri brüt kâr marjında belirtilen hususlardan farklı değildi. Ana faaliyetlerden elde edilen ve çoğunluğu kur dalgalanmalarının ticari alacak ve borçlar üzerindeki etkisinden kaynaklanan net diğer gelirler kârlılığı desteklerken, faaliyet giderlerinin gelirlere oranı yıllık bazda %19'dan %21'e yükseldi, amortismanın gelirlere oranı ise %7 ile sabit kaldı.

Düzeltilmiş Ana Ortaklık Payı Net Kârı bir önceki yıla göre %7 düşüşle 17 Milyar TL olurken, kârlılık %11 seviyesinde sabit seyretti. Maddi varlık yatırımları ve hammadde tedariğinde stoklarda borç finansmanı ağırlığının yüksek olması ve net finansman giderlerinin daha düşük olması, 4 Milyar TL'lik parasal kazanç yaratarak kârlılığı destekledi. Net yatırım riskinden korunma muhasebesi uygulamasının ertelenmiş vergi gideri üzerindeki etkisi, TMS-29 enflasyon muhasebesi uyarınca parasal olmayan kalemlerin endekslenmesi ve kurumlar vergisi oranının %20'den %25'e yükseltilmesi sonucunda ertelenmiş vergi yükümlülüğünün artması ile 2,4 milyar TL ertelenmiş vergi gideri kaydedildi.

Konsolide gelirimiz ile Düzeltilmiş FAVÖK'ümüzün bölümlere göre dağılımına odaklanan altıncı slaytta, faaliyet portföyümüzde dengenin korunduğu açıkça görülmektedir. Tamamen rezerv para cinsinden faaliyet gösteren Kimyasallar iş kolumuzun genel mali performansımızı desteklemede oynadığı önemli rol, ABD doğal soda külü operasyonlarındaki çoğunluk payın elde edilmesinin ardından daha da desteklendi. Bu iş kolu hem gelir hem de FAVÖK konusunda liderlik göstererek ilkinde %26, ikincisine ise %39 katkı sağladı.

Portföyümüz içerisinde, Mimari Cam operasyonları, Türkiye, Avrupa, Hindistan ve Rusya'da 15 üretim hattının yanı sıra Saint Gobain ortaklığıyla Mısır'da bulunan bir hat ve otomotiv camı üretimine yönelik 2023 yılı Eylül ayında devreye alınan yeni hat ile en yüksek performansı gösteren ikinci iş kolumuz oldu. Bu segment, toplam gelirimizin %21'ine, FAVÖK'ümüzün ise %23'üne katkıda bulundu.

Yedi iş kolumuz arasında, Cam Ambalaj, toplam gelirimizin %18'ini ve FAVÖK'ümüzün %17'sini oluşturmasıyla, üçüncü en büyük katkıyı sağlayan segment olarak ön plana çıktı. Cam Ev Eşyası operasyonlarının konsolide gelir ve FAVÖK içindeki payları ise sırasıyla %12 ve %5 oldu.

Endüstriyel Cam operasyonlarının etkisi özellikle FAVÖK seviyesinde sınırlı oldu. Bunun temel nedeni, Otomotiv Camı operasyonlarının Orijinal Parça Üretici (OEM) müşterileriyle uzun vadeli anlaşmalara dayalı olması sonucunda maliyet artışlarının fiyatlara etkili şekilde yansıtılmamasıydı.

Elektrik ticareti operasyonlarımızın finansal sonuçlarını yansıtan enerji segmenti, toplam gelirimizin %12'sini oluşturdu. Ancak FAVÖK'ümüze katkısı oldukça sınırlıydı.

Takip eden iki slaytta ana iş kollarımızın bireysel performanslarına ilişkin temel çıkarımları sıralayarak, Cam ve Kimyasallar operasyonlarımızın yıllık bazlı operasyonel ve finansal performanslarının kısa bir özetini sunacağız.

Mimari Cam iş kolu, 2023 yılı boyunca önemli coğrafyalardaki konumunu korumak için stok dengeleme stratejileri ve bölgesel stratejiler uygulayarak güncel şartlara adaptasyon ve esneklik gösterdi.

Kapasite kullanım ve stok optimizasyon stratejilerinin etkisi, Kırklareli düzcam tesisinde bulunan iki hattın birinde ve Hindistan merkezli float hattında yürütülen soğuk tamirler, talepteki dalgalanma ve ürün kategorisi bazındaki talep değişimleri, düzcam üretiminin yıllık bazda %15 düşmesine neden oldu.

Küresel düzeyde daha sıkı para politikaları özellikle inşaat ve yenileme sektörlerine hizmet veren müşteri sektörlerinin finansmana erişimini sınırlandırırken, satış performansı yıl boyunca bölgeler arasında değişiklik gösterdi. Yerel pazardaki zorluklara rağmen, ihracat dahil Türkiye'den yapılan satışlar, stok optimizasyon stratejilerinin de desteğiyle, dirençli kalmayı sürdürdü ve yerel para birimindeki sınırlı devalüasyona rağmen özellikle yılın ikinci yarısında rekabet gücümüz arttı. Avrupa operasyonları satışları özellikle yılın ilk yarısında düşüş yaşadı, ancak yılın ilerleyen dönemlerinde, özellikle ülkeye ve çevre bölgelere hizmet veren Bulgaristan merkezli operasyonların satışlara olumlu katkısıyla, toparlanma işaretleri gösterdi. Rusya ve Hindistan operasyonları satışlarını istikrarlı bir şekilde sürdürürken, Rusya'daki talep durgunluğun ardından yeniden canlandı. Sonuç olarak Mimari Cam satış hacmi yıllık bazda %12 daraldı.

Talebin yavaşlaması ve düşük maliyetli ürünlerin bolluğu nedeniyle Mimari Cam işkolu ürün fiyatlarında düşüşler yaşandı. Ayrıca enerji fiyatlarında bir yıldır yaşanan düşüş, ürün fiyatlarında aşağı yönlü düzeltmelere neden oldu. Euro bazında standart ürün fiyatlarındaki yıllık daralma yılsonu fiyatlarına göre %27 seviyesinde gerçekleşti.

Sonuç olarak, Mimari Cam iş kolu net grup dışı gelirleri %30 gerilerken, FAVÖK marjı %20 seviyesinde gerçekleşti.

Önümüzdeki dönemde, enflasyonist baskılar ve jeopolitik belirsizlikler de dahil olmak üzere piyasa ortamındaki zorlukların devam edeceğini öngörüyoruz. Ancak özellikle ihracat pazarlarında büyüme fırsatları mevcut. Latin Amerika'da portföyümüze yeni eklenen toptancı ve işlemeci müşteriler, pazar erişimimizin genişlemesi için fırsatlar sunmaktadır. Ayrıca, Süveyş Kanalı'nda yaşanan sorunları takiben navlun fiyatları dinamiklerindeki değişiklikler, düşük maliyetli ithal ürün akışını sınırlandırmanın yanı sıra ihracat pazarlarımızdaki rekabet gücümüzü güçlendirebilir. İthal düzcam, lamine cam, güvenlik ve güneş enerji camı ürünlerine %5 ek gümrük vergisi getirilmesi ve gözetim listesinde yer alan ürünlerin ithalatında indirilebilir KDV'yi sınırlayan KDV politikası gibi mevzuat değişiklikleri yerel satış hacmi artışını tetikleyebilir.

Otomotiv camları, enkapsülasyon, beyaz eşya ve cam elyaf operasyonlarından oluşan **Endüstriyel Cam** iş kolu, güçlü bir gelir artışı sağlayarak, bir önceki yıla göre %14 artışla 16 Milyar TL net grup dışı gelir elde etti. İşkolunun FAVÖK marjı ise %7'ye yükseldi. Bu büyüme, işkolunun toplam gelirinin yaklaşık %85'ini oluşturan otomotiv camı ve enkapsülasyon başta olmak üzere alt segmentlerdeki güçlü performanstan kaynaklandı. Otocam alt segmentinde maliyet kaynaklı geriye dönük fiyat düzenlemelerine bağlı olarak dönem içerisinde tahakkuk eden gelirler, iş kolunun genel finansal performansını ve FAVÖK kârlılığını normal seviyelere taşıdı.

Otomotiv camı ve enkapsülasyon alt segmenti, yıllık bazda %10 satış hacmi büyümesi ile yıl boyunca istikrarlı bir büyüme kaydetti. Bu büyümenin temel nedeni yurt içi ve yurt dışı otomotiv pazarlarındaki toparlanma oldu. OEM'lerin satın almalarının bekleyen siparişleriyle kademeli olarak uyumlu hale gelmesiyle hızlanan müşteri sektör teslimatları sonucunda Türkiye ve Avrupa'daki OEM'lere yönelik güçlü satış performansı görüldü. Rusya operasyonları alt segmentin performansına, geçen yılın düşük baz etkisi göz önüne alındığında, önemli katkı sağladı. Ayrıca, Otomotiv Yenileme Camları (OYC) kanalı, mevcut distribütörlerle devam eden sözleşmelerin yanı sıra yeni bölgelerin portföyümüze dahil edilmesi ile önemli bir rol oynamaya devam etti ve konsolide otomotiv camı ve enkapsülasyon gelirinin %14'ünü oluşturdu.

Makroekonomik belirsizliklerden kaynaklanan zayıf altyapı yatırımları ve ithal ürün akışının artış eğilimi gibi zorluklara rağmen, cam elyaf alt segmenti dirençli bir performans sergiledi. Türkiye pazarında yaratılan ilave spot satışlar ve devam eden projelere yapılan satışlardaki ürün gamı değişiklikleri sayesinde satış hacmindeki düşüşü yıllık bazda %5 ile sınırlı kaldı. Ancak hem yerel hem de yakın çevredeki yüksek stok seviyeleri ve zayıf seyreden talep nedeniyle fiyatlar baskılanmaya devam etti.

Cam Ev Eşyası iş kolu açısından bakıldığında, yıl, küresel makroekonomik ortamdan kaynaklanan belirsizlikler ve Türkiye'de yaşanan yıkıcı depremlerin ardından gelen zayıf tüketici iştahının ortasında başladı. Bu faktörlerin yanı sıra tüm bölgelerde alt segmentte düşük maliyetli ithal ürün bolluğu, zayıf satış performansının sebepleri arasında yer aldı. Yıl boyunca Cam Ev Eşyası iş kolunda, pazardaki zorlukları aşmak ve fırsatlardan yararlanmak için stratejik hamleler uygulandı. Yeni başlatılan ürün ve satış kampanyalarına odaklanan uluslararası satış çalışmaları, özellikle Orta ve Batı Avrupa'daki perakende kanallarındaki hareketlilik ile birleşerek olumlu sonuçlar verdi. Orta Doğu ve Afrika bölgesinde, yıl boyunca ağırlıklı olarak uygulanan ithalatı kısıtlayıcı tedbirler, para politikası düzenlemeleri ve jeopolitik gerginlikler nedeniyle, zayıf bir pazar görüldü. Türkiye pazarına yapılan satışlar ise, ürün gamındaki değişikliklerin yanı sıra yılın ikinci yarısında HORECA, toptan satış ve B2B kanal talebini tetikleyen müşteri iştahı sayesinde önceki yılın %10 üzerinde performans gösterdi. Tüm zorluklara rağmen iş kolu, premium ürün konumlandırması ve stratejik fiyatlandırma stratejileri sayesinde performansını koruyarak, satış hacmindeki daralmayı yıllık bazda %2 seviyesinde tutmayı başardı.

Önümüzdeki dönemde, DTÖ üyesi olmayan ülkeler için 2024 yılı başından itibaren geçerli olmak üzere ithalat vergisinin %11'den %20'ye çıkarılması ve devam eden Süveyş Kanalı blokajı, düşük maliyetli ithal ürünlerin iç pazara akışını sınırlayabilir.

Sonuç olarak, Cam ev eşyası iş kolu net grup dışı gelirleri 18 Milyar TL, FAVÖK marjı ise %8 seviyesinde gerçekleşti.

Cam Ambalaj iş kolu pazarı yıl boyunca dinamikti. Nihai tüketim iştahındaki azalma, yüksek finansman maliyetleri nedeniyle tedarik zincirinde stokların azaltılması eğilimi ve ikisi Rusya'da ve biri Gürcistan'da olmak üzere üç fırında gerçekleştirilen soğuk tamirler gibi ters rüzgarlarla karşı

karşıya olmasına rağmen Cam Ambalaj iş kolu büyümeyi sürdürmek ve pazardaki zorluklarla mücadele etmek için yapılan stratejik hamlelerden faydalandı.

Konsolide üretim yıllık bazda %3'lük marjinal bir düşüş kaydederken, satış hacmi, segmentler ve bölgeler bazında değişken bir performans sergiledi. Yurt içi satışlar %6 oranında düşerken, özellikle yılın ikinci yarısında Türkiye'den yapılan ihracatın yüksek performansı sayesinde uluslararası satışlar hemen hemen aynı seviyede kaldı. Nihayetinde, konsolide satış hacmi önceki yıla göre %3 azaldı. Yerel pazar dinamikleri; alkollü içecekler, maden suyu ve gıda gibi ana sektörlerdeki mevsimsel talep dalgalanmalarına göre şekillendi. Bu esnada, Rusya'da, ikame ürün açığına ek olarak, Temmuz ayında şeker içeren içeceklere litre başına 7 ruble tutarında özel tüketim vergisi getirilmesi ve Ağustos ayında ithal şaraplara uygulanan verginin %12,5'ten %20'ye yükseltilmesi gibi düzenlemeler müşteri talep dinamiklerini etkileyerek hem zorluklar hem de çeşitli fırsatlar yarattı. Her ne kadar jeopolitik yaptırımlar ve ticari düzenlemeler Rusya'dan ihracat kabiliyetimizi etkilese de özellikle bira segmentinde bölgedeki müşteri şirketlerin ortaklık yapılarındaki değişiklikler sonrasında yeni yerel markaların devreye girmesiyle alkollü içecek sektörüne yapılan satışlarda artış gözlemlendi. Ayrıca BDT ülkelerine yapılan ek ihracatlar sayesinde pazar erişimimiz genişledi.

Cam Ambalaj iş kolunda, değişen maliyetlere uyum sağlamak amacıyla Türkiye'de ve Rusya'da fiyat güncellemeleri yapıldı. Düşük fiyat seviyeleri, Avrupalı imalatçıların agresif fiyatları karşısında ihracat pazarlarında rekabetçi kalınabilmesi açısından önemliydi.

Sonuç olarak, Cam Ambalaj iş kolu yılı bir önceki yıla göre %14 düşüş ve %17 FAVÖK marjı ile yılı 27 Milyar TL net grup dışı gelire tamamladı.

Son olarak soda külü ve krom kimyasalları operasyonlarından oluşan Kimyasallar segmentinde ise 39 Milyar TL net grup dışı gelir ve %26 FAVÖK marjı kaydedildi.

Küresel soda külü piyasası, belirli bölgelerdeki kısa vadeli piyasa sıkışıklığına rağmen, özellikle büyük müşteri endüstrilerinden gelen talebin, belirsiz makroekonomik koşullar nihayetinde zayıflamasıyla oluşan arz fazlası nedeniyle zorluklarla karşı karşıya kaldı. Satış hacmi açısından, Kimyasallar iş kolunda değişken trendler yaşandı. Soda külü satış hacmi çeyrekler bazında hafif dalgalanmalarla nispeten sabit kalırken, krom kimyasalları satış hacmi daha fazla dalgalanma gösterdi. Zayıf talep ve fiyat baskılarına rağmen, özellikle yurt dışı satışlardaki iyi performansımız sayesinde soda külü konsolide satış hacmimizi yatay seviyede korumayı başardık. Krom kimyasalları satış hacmi, yılı, önceki yıla göre %6 düşüş ile tamamlamakla birlikte, genel olarak küresel makroekonomik eğilimin bir göstergesi niteliğinde olan krom kimyasalları talebinde toparlanma işaretleri başladı.

Soda külü fiyatlandırma ortamı, arz fazlası ve düşen doğal gaz spot fiyatları nedeniyle yıl boyunca aşağı yönlü baskılanarak, 4Ç'22'de kaydedilen tüm zamanların en yüksek fiyat seviyelerine kıyasla önemli bir düşüş yaşadı. Öte yandan ton başına ABD Doları cinsinden 2023 yılı ortalama soda külü fiyatları yıllık bazda %7 arttı. Benzer şekilde krom kimyasalları satışları, arz-talep dengesizlikleri ve düşük maliyetli ithal ürünler nedeniyle artan rekabet sonucunda zorlu bir fiyatlandırma ortamıyla karşı karşıya kalarak zayıfladı ve ABD Doları cinsinden ton başına satış fiyatları yıllık bazda %17 geriledi.

Kimyasallar iş kolu, piyasa zorluklarına karşı direncini koruyarak yıllık marj kaybını 100 baz puanla sınırlamayı başardı. Yurt içi satışlar doğal afetler ve kur dalgalanmaları gibi çeşitli faktörlerden etkilenirken, uluslararası satışlar büyümenin desteklenmesinde önemli bir rol oynadı.

Dokuzuncu slaytta görüldüğü üzere, 14 ülkede bulunan üretim tesislerimiz, çeşitlendirilmiş operasyon portföyümüz ve geniş ürün yelpazemizle dünya çapındaki müşterilerimize hizmet vermeye devam ettik. 2023 yılında uluslararası satışlar gelirimizin %60'ını oluşturdu. %54'ü Avrupa'ya yapılan satışlardan elde edilen ihracat geliri ise 1,1 Milyar ABD Doları seviyesinde gerçekleşti. Bölgede yer alan Şişecam tesislerinden elde edilen gelirler de dahil edildiğinde, gelirimizin %30'unu Avrupa oluşturdu. ABD soda külü tesisinden yapılan satışlar ve ihracat yoluyla ABD pazarı katkısı toplam %13 olarak gerçekleşti. Böylece gelişmiş piyasaların gelirimize katkısı %43 olarak gerçekleşti.

Onuncu slaytta görüldüğü üzere, güçlü likidite pozisyonumuzu bu raporlama döneminde de koruduk. Yılı, çoğunlukla Türk şirketleri tarafından ihraç edilmiş Eurobondlar ve döviz korumalı mevduatlardan oluşan finansal yatırımlarımız dahil 1,6 milyar ABD Doları nakit ve nakit benzerleri kapattık. 1,3 milyar ABD Doları değerindeki net borç pozisyonu, 1,3x kaldıraçla yüksek sermaye harcaması dönemi için 2,5x olan konfor alanımızın çok altında kaldı. Brüt finansal borç, %54 uzun, %46 kısa vade yapısı ve %76 sabit ve %24 değişken faiz oranı yapısıyla 2,9 Milyar ABD Doları oldu. Brüt borcun %80'i rezerv para cinsindedir. Finansal yatırımlar dahil nakit ve nakit benzerleri içerisindeki rezerv para payı ise %85 oldu. Net uzun döviz pozisyonumuz 10,7 milyar TL olarak gerçekleşti. 31 Aralık itibarıyla, ABD Doları'nda 457 milyon uzun pozisyonda, Euro'da 105 milyon kısa pozisyondayız.

On birinci slayta geçerse, geçen yılın aynı dönemindeki 13 milyar TL seviyesine kıyasla, bu yıl 21 milyar TL sermaye harcaması kaydettik. Şişecam Resources LP'nin özelleştirilmesi dolayısıyla etkin payımızın %23'ten yaklaşık %31'e çıkarılması ve Stockton Liman İşletmesi Proje'sinin %50 hissesinin satın alınması için yapılan nakit ödemeler gibi yatırımlarımız için verilen avanslar dikkate alındığında, yatırımlarla ilgili toplam nakit çıkışı 28 milyar TL'ye ulaştı. Yılı 9,5 milyar TL negatif serbest nakit akışıyla kapattık.

On ikinci slaytta, sizi devam eden projelerimiz hakkında bilgilendirmek istiyoruz. Bildiğiniz gibi stratejimiz, mevcut faaliyet portföyümüzdeki alanlara yatırım yapmak ve organik ve inorganik büyüme yoluyla faaliyet alanlarımızı genişletmektir. Bir yandan sürekli olarak aktif pazar konumumuzu korumaya odaklanıyoruz. Bunun için faaliyet gösterdiğimiz pazarları yakından takip ediyor, pazar dinamiklerini haritalandırıyor, beklentilerimizi çıkarıyor ve gelecekteki talep trendlerine göre hareket ediyoruz. Öte yandan ister yeni bir bölgede ister yeni bir iş kolunda olsun, küresel bir şirket olma vizyonumuza hizmet edebilecek yeni yatırım fırsatları üzerinde çalışıyoruz. Yeni üretim kapasiteleri ve ilave kârlılık sağlamanın yanı sıra satış gelirlerimiz içerisindeki rezerv para ve uluslararası satış paylarını artırmaya yoğun bir şekilde odaklanıyoruz. Öncelikli hedefimiz dünyanın ilk üç cam ve kimyasal üreticisi arasında yer almaktır. 2021 yılında yaptığımız ABD soda yatırımı ile Kimyasallar iş kolunda bu hedefimize ulaşmış durumdayız. Ayrı bir not olarak, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki doğal soda külü operasyonlarımızı genişletme konusunda tereddütsüz olduğumuzun altını çizmek isteriz. Pasifik ve Atlantik madenlerinin geliştirilmesine yönelik izinler alınır alınmaz sizleri bu konuda bilgilendirmekten büyük mutluluk duyacağız.

Hepinizin bildiği gibi Mimari Cam ve Cam Ambalaj iş kollarında çok sayıda yeşil saha ve kahverengi saha yatırımlarımız devam ediyor. Önümüzdeki yıllarda yeni cam üretim kapasitelerinin kademeli olarak devreye alınmasıyla ortaya çıkacak yurt içi hammadde ihtiyacımızın teminini amaçlayan Türkiye'deki madencilik ve soda külü operasyonlarımıza yönelik kapasite artırımı projelerimizi duyurduk. Devam eden yatırımlarımız, mevcut operasyonel kapasitelerimizin devamlılığını sağlamak için önem arz eden planlı soğuk tamirler dahil olmak

üzere, 5 yıla yayılan bir dönem için toplam 10 Milyar ABD Doları olarak tahmin edilen yüksek bir yatırım harcaması döngüsünün sinyalinin veriyor.

On üçüncü slaytta, TMS-29 enflasyon muhasebesi etkisi olmadan sunulan bazı temel finansal göstergeleri görebilirsiniz. Enflasyon muhasebesi etkisi hariç tutulduğunda, gelirlerimiz yıllık bazda %40 arttı. Yılsonu FAVÖK seviyesi bir önceki yıla göre %25 artışla 35 Milyar TL'ye ulaşırken, FAVÖK marjı da %26 olarak gerçekleşti. Vergi Öncesi Kâr tutarı, yıllık %37 büyüme ile 27 Milyar TL oldu. Net Dönem Kârı ise %25 artışla 25 Milyar TL'ye ulaşarak %19 net marj kaydetti. Toplam aktiflerimiz ve toplam özkaynaklarımız ise sırasıyla %63 ve %54 oranında büyüdü.

Sunumuza devam ederken, şimdi sizleri sürdürülebilirlik yolculuğumuzdaki en son gelişmelerle ilgili bilgilendirmek istiyoruz.

Onbeşinci slaytta, Şişecam olarak sürdürülebilirliği operasyonlarımızın odak noktası ve iş modelimizin temel bir bileşeni olarak görüyoruz. Sürdürülebilir değer yaratma vizyonumuz doğrultusunda, BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile entegre güçlü küresel dönüşüm hedeflerine ulaşmak için tüm değer zinciri boyunca sorumluluk almaya kararlıyız.

Onaltıncı slaytta, CareforNext Sürdürülebilirlik stratejisinin tüm fonksiyon ve kademelerde benimsenmesi ve etkin yönetilmesi amacıyla, sürdürülebilirlik yönetim yapısı güçlendirilmiştir. Ayrıca, 2030 öncelikli konulara ilişkin sürdürülebilirlik çalışmalarını yürütmek ve hedeflerini gerçekleştirmek için planlanan aksiyonlar tüm fonksiyonların üst düzey yöneticilerinin hedef kartına eklenerek sürdürülebilirlik skor kartı oluşturulmuştur.

Bir sonraki slayta geçerse, Şişecam, 2023 yılında da "BIST Sürdürülebilirlik Endeksi"ndeki yerini korumuştur. BIST Sürdürülebilirlik Endeksi değerlendirmesinde kullanılan Refinitiv tarafından yapılan geniş kapsamlı değerlendirme sonucunda Şişecam'ın skoru A-'dır.

Bununla birlikte Çevresel, Sosyal ve Yönetişim (ÇSY) ekosistemindeki değişen kalıplara bir yanıt olarak şirketler, olumlu etkilerini ve olumsuz etkilerini raporlamak durumundadır. Bu ihtiyaca yönelik sürdürülebilirlik ilerlememiz konusunda üçüncü bir tarafça veri doğrulama hizmetlerinden faydalanmaktayız.

Onsekizinci slaytta belirtildiği üzere, sürdürülebilirlik stratejimize ilişkin hedef ve taahhütlerimizi içeren ve aksiyonlarımızın iletişimini sağlayacak bir rehber niteliğinde olan Sürdürülebilirlik Beyanımızı da kurumsal web sitemizde yayımlanmış bulunuyoruz.

Ondokuzuncu slayta geçerse, Şişecam, Kadının Güçlenmesi Prensipleri'ni (WEPs) imzalayarak, WEPs'in 7 prensibini her konuda ve seviyede uygulayacağını taahhüt etmektedir. Ayrıca, evrensel ilkeler çerçevesinde iş dünyasında ortak bir kültürün oluşmasına katkıda bulunmak amacıyla Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (UN Global Compact) imzalamıştır.

Bir sonraki slayta geçerse, elektrikli hafif hizmet araçlarının döngüselliğini iyileştirerek temiz ve rekabetçi bir geleceğe katkıda bulunmak amacıyla hayata geçirilen ve partnerleri arasında Şişecam'ın da olduğu ZEvRA projesi (Uyumlaştırılmış Döngüsellekle Sağlanan Sıfır Emisyonlu Elektrikli Araçlar), Avrupa Birliği'nin HORIZON Europe programından da 250 bin avroluk destek aldı. Bununla birlikte, Şişecam, PaneraTech ile ortaklık kurarak Dijital Fırın İzleme sistemini tüm fırınlarında uygulamaya koyma kararı almıştır.

Yirmibirinci slaytta, Şişecam, Avrupa Komisyonu tarafından 8 milyon avro hibe desteği sağlanan, toplam 36,8 milyon avro bütçeli bir Avrupa Birliği projesi olan "Güney Marmara Hidrojen Kıyısı Vadi Projesi"nin ortakları arasında yer almaktadır. Proje ile yenilenebilir kaynaklarla elde edilen yeşil hidrojen üretimi ve dağıtımı yapılacaktır. Şişecam yeşil hidrojeni düzcüm üretiminde kullanacaktır. Ayrıca Şişecam, Avrupa hidrojen ekosisteminin lider paydaş kuruluşu " Hydrogen Europe " proje üyesi olmuştur.

Sunumumuzun son slaytına ilerlersek, Şişecam, Avrupa Güneş Fotovoltaik Endüstrisi İttifakı (ESIA) ve Avrupa Temiz Hidrojen İş Birliği'ne üye olmuştur

Yorumları ve slaytları sizlerle paylaşma aşamasını tamamladığımıza göre artık soru-cevap oturumuna geçebiliriz.

Soru - Cevap

Ece Mandacı

Sunum için çok teşekkürler. Fiyatlandırma açısından 2024 beklentilerinizi/tahminlerinizi sormak istiyorum. Cam ve soda fiyatları 2022 öncesinde gördüğümüz seviyelere geriledi. Bu seviyeler sürdürülebilir mi yoksa ithalatta bahsettiğiniz önlemler ve sabit maliyetlerdeki artış dikkate alındığında fiyatlarda bir toparlanma olur mu? Ayrıca, muhasebe politikası değişikliği sonrasında enerji maliyetleri, gelir büyümesi eğilimi ve sürdürülebilir FAVÖK marjı düzeyine ilişkin görüşlerinizi bizimle paylaşabilir misiniz? Ayrıca 2024 ve 2025 yatırım harcaması projeksiyonlarınız hakkında bilgi verebilir misiniz? Çok teşekkür ederim.

Görkem Elverici

Teşekkürler Ece Hanım. Fiyatların nereye doğru hareket edeceği konusunda somut bir yorum yapmak için henüz biraz erken. Açık konuşmak gerekirse piyasadan çelişkili mesajlar geliyor. Düzcam ve soda külü de dahil olmak üzere faaliyet gösterdiğimiz alanların çoğunda PMI'lara (Satın Alma Yöneticileri Endeksi) ve fiyatlama ortamına bakıldığında, son iki ayda hafif olumlu bir tablo ortaya çıkıyor. Ancak nereye gideceği ve fiyatlama ortamında daha pozitif seviyelere dönüşün başlayıp başlamadığı konusunda yorum yapmak için henüz erken olduğunu düşünüyorum. Döngünün her dip seviyesinde yaşadığımız şey budur. Bu eğilimin devam ettiğini görmek için birkaç aya daha ihtiyacımız olduğuna inanıyorum. Rakipler de kendilerini iyileştirilmiş fiyatlandırma ortamına uygun hale getiriyorlar. Şişecam, her zaman fiyatlandırma seviyelerini işin ve marj yaratmanın gerçekleri ile uyumlu hale getirmeye çalışan piyasa oyuncularından biri olmuştur. Döngünün dip seviyelerinde, minimum noktaya ulaştık da ulaştık da her zaman daha temkinli tarafta kalıyor ve fiyatlama ortamına ayak uyduruyoruz. Günümüzde güney sınırimızda ve Ortadoğu'da yaşananlar, savaşlar ve yaşanan lojistik aksaklıklar etrafındaki diğer sorunlar bir yandan fiyatlandırma ortamı açısından bize yardımcı olurken diğer yandan da zorluklar getiriyor. Farklı coğrafyalarda ise aynı konular fiyatlandırma üzerinde bazı baskılar oluşturuyor. Sonuç olarak, soda piyasasını da destekleyecek düzcamin yüksek sezonuna girdiğimiz Nisan ve Mayıs ayı sonuna kadar fiyatlama konusunda oldukça ihtiyatlı, hafif olumlu bir beklentimiz olduğunu söyleyebilirim. Ama en azından birkaç ay öncesine göre daha iyi durumda olduğumuzu vurgulayabilirim.

Sürdürülebilir hedeflerimize gelirsek, sizlerle her zaman paylaştığımız uzun vadeli stratejik planlarımız doğrultusunda, Şişecam FAVÖK seviyesi için %20'nin üzerinde olmayı hedefliyoruz. Çoğu zaman bunun çok üzerinde bir performans sergilememize rağmen bu oran, şu anda yaşadığımız gibi temkinli zamanlar içindir. Farklı nedenlerden dolayı seyrelmiş marjlarımız mevcut ancak bu durum, fiyatlandırma ortamına uyumlanma ve piyasaya sunduğumuz hacim konusunda ihtiyatlı olma tutumumuzun bir sonucudur.

Ve Şimdi, doğru fiyatlandırma ortamına ayak uydurmanın yanı sıra üretimi, satışları ve stok seviyelerini optimize etmek için her iki cephede de çalışıyoruz. Şu an itibariyle pek çok farklı nedenden dolayı zorlu bir dönemden geçtiğimiz hepimizin malumu, ancak Şişecam'ın bu döngüleri yönetme konusundaki mirası ve deneyiminin, özellikle son beŐ yıldır içinde bulunduğumuz dönüşüm sayesinde daha da gelişen teknoloğimiz ve yönetim modellerimiz göz önüne alındığında, bize yardımcı olacağına inanıyorum. Umarım bu, Şu anki pozisyonumuzun daha iyi anlaşılmasına yardımcı olur.

Ece Mandacı

2024 ve 2025 yılları için yatırım harcamalarınız açısından yönlendirmenizi alabilir miyiz?

Görkem Elverici

Önümüzdeki beŐ yıl için zaten bunu paylaşmıştık; yatırım harcamalarımız toplamda kabaca 10 Milyar ABD Doları civarında olacaktır. 2024 yılı için ise tahmini olarak yaklaşık 1,5 Milyar Dolar civarında olmasını bekliyoruz. Ancak tedarik zincirinde karşılaşılabilecek zorlukların yanı sıra, ABD'deki de dahil olmak üzere devam eden yeşil saha yatırımlarımız, izin ve lisans gereklilikleri vb. nedenler dolayısıyla karşılaşılabilecek durumlar dolayısıyla, yıllar içerisinde bu tutarlarda değişimler olabileceği uyarısında bulunmak isterim.

Sonraki yıllara ait tutarları, 2024 yıl sonu verilerimiz sonrasında devam eden yatırımların tamamlanma yüzdeleri doğrultusunda ve özellikle önümüzdeki beŐ yılın toplam yatırım harcamalarının neredeyse yarısını oluşturması beklenen ABD doğal soda külü yatırımlarımızın lisans ve izin sürecine ilişkin gelişmeler ışığında, sizlere daha sağlıklı şekilde aktarabileceğiz.

Cemal Demirtas

Sunum için teşekkürler. İlk sorum enflasyon muhasebesi ile ilgili. 13. sayfada öncelikle bazı tutarları sunuyorsunuz. KeŐke daha iyi analiz yapabilmemiz veya Şeffaflık adına en azından gelir tablosu ile bilançoıyü bütünüyle sunabilirsiniz. Bunu sadece önde gelen örnek Şirketler için söylüyorum. Ama en azından bazı Şirketlerin yaptığı gibi bazı bölümleri paylaşabilirdiniz, ben buna orta Şeffaflık ya da sınırlı Şeffaflık diyorum. Bazı Şirketler ise hiçbir Şey paylaşmadı. Yani Şeffaflıktan yoksundular. Ancak Őeffaflığa dair iyi örnekler de vardı.

Umarım önümüzdeki çeyreklerde Şirketler daha hazır hale geldikçe daha fazla Őeffaflığa sahip oluruz. Çünkü enflasyon muhasebesinin önümüzdeki iki, üç yıl daha devam edeceğini biliyoruz. En azından geçiş döneminde Şirketlerin daha iyi detaylandırılması açısından bunun gerekli olacağını düşünüyorum. Ve bu yorumumu sizinle de tekrarlamak istiyorum çünkü siz her zaman Őeffaflığınız ve finansal sonuçlarınızı raporlama açısından iyi bir örneksiniz. Yalnızca bunu vurgulamak isterim.

Ana finansallarla ilgili yorumuma geçeceğim, enflasyon muhasebesi öncesi gerçekleŐmeler arasında, belki de analist FAVÖK'ünüz olmalı, yanılmıyorsam sunumda paylaşılanın sizin Şirket FAVÖK'ünüz. Diğerisi ise net kar. Azınlık payları öncesi net kar paylaşmışsınız. Bu nedenle, yine analistlerin bakıŐ açısı açısından, rakamlarımızla karşılaŐtırma yapmak adına analist FAVÖK'ün

en azından minimum standart olarak paylaşılması ve ana ortaklık net karını paylaşmanız çok ama çok yararlı olacaktır. Bu bir yorum. Belirttiğim rakamları paylaşabilirseniz memnun olurum.

Ve asıl soru kısmına geliyorum, fiyatlandırma ortamı ve maliyet tarafı hakkında bazı cevaplar verdiniz. Sizin için finansman ortamını anlamak istiyorum. Çok büyük yatırımlarınız var ve her zaman yüksek yatırım harcamanız var. Amerika'da ve diğer bölgelerde de projeleriniz var. Sizin için finansman açısından koşullar nasıl? Yılın ikinci yarısında finansal koşullarda bir iyileşme bekliyor musunuz? Sizde işler nasıl gidiyor? Ve elbette Çin faktörü de var, bu konuda yorum yapabilir misiniz? Çin faktöründe faaliyet gösterdiğiniz bölgeleri etkileyen bir değişiklik bekliyor musunuz? Ve belki Rusya'dan da bahsedebilirsiniz. Çok önemli değil ama bunu da duymak isterim. Teşekkür ederim.

Görkem Elverici

Teşekkür ederim. Yorum kısmından başlayarak tüm yorumlarınıza saygı duyuyorum ama şeffaflıktan kaç kez bahsettiğinizi sayamadım. Lütfen kusura bakmayın ama Şişecam'ın şeffaf olmaması görüşünüze kesinlikle katılmıyorum. İhtiyaç duyabileceğiniz her türlü ek bilgiyi elbette not olarak alıyoruz ve bunları her zaman ne kadar ciddiye aldığımızı biliyorsunuz.

Bu nedenle, sizin tarafınızdan veya başka bir yatırımcı veya analist tarafından ihtiyaç duyulan her türlü ek bilgi bizlerce memnuniyetle karşılanacaktır ve bunları mümkün olan en kısa sürede sağlamak için elimizden gelenin en iyisini yapacağız. Ancak Şişecam hiçbir zaman şeffaf olmayan, yatırımcılarla ve analistlerle bilgi paylaşmayan bir tutum sergilemedi. Bu nedenle, bu taraftaki yorumunuzu tüm saygımla tamamen reddediyorum.

Cemal Demirtas

Kusura bakmayın, belki yeniden farklı şekilde ifade etmeliyim. Enflasyon muhasebesi açıklanmasında şeffaflık olmayabilir ama genel olarak bunu söyleyemem. Rakamlarınızda çok şeffaf olduğunuzu elbette her zaman söyleyebiliriz, daha önce de belirtmiştim. Yanlış anlaşılacak istemiyorum. Enflasyon muhasebesine geçiş hakkında daha fazla bilgi sunmuş olmanızı dilerdim. Vurgulamak istediğim husus bu.

Görkem Elverici

Neredeyse yirmi yıl önce buna çok alışmış olsak da enflasyon muhasebesinin bugün için yeni bir uygulama olduğunu biliyorsunuz. Şişecam dahil tüm şirketlerde zaman baskısı vardı ve Şişecam'ın kompleks yapısı göz önüne alınarak sunabileceğimiz bilgi seviyesini zamanlama ile birlikte optimize etmeye çalışıyoruz. Eğer kullanabileceğimiz bazı iyileştirilmiş kriterler varsa, elbette her zaman yaptığımız gibi onları da dikkate alacağız ve her gün gelişmeye çalışacağız.

Dolayısıyla bu kısımdaki yorumlarla birlikte, bahsettiğim gibi, önümüzdeki çeyreklerde ve 2024 yıl sonu karşılaştırmalarını sunarken daha fazla bilgi sunmaya çalışacağız.

Cemal Demirtas

Teşekkür ederim.

Görkem Elverici

Soda külüyle başlayacak olursak, biliyorsunuz Çin'den pazarlara gelen doğal soda külü kapasitesinde artış var. Ve sunulan kapasite miktarını artırmaya devam ediyorlar. Şu ana kadar ihracat pazarlarında pek aktif değillerdi. Üretimlerinin çoğu iç pazarlarında veya çevre bölgelerinde tüketilmekteydi. Ancak elbette pazara büyük bir kapasite geldiğinde ve özellikle de doğal soda külünde, tüm piyasa oyuncuları genel hacim ve fiyat ortamını bozmamak için yeterli alanı sağlama konusunda temkinli davranıyorlar. Her zaman belirttiğim gibi piyasanın kurallarını herkes ezbere biliyor, denklemin her iki tarafı da bu sektördeki tecrübeli büyük şirketler.

Pazara gelen yeni kapasite ve fiyatlama ortamıyla birlikte devam eden bu sindirme döneminin, cam sektöründe özellikle son birkaç aydır deneyimlemeye başladığımız tüketimdeki iyileşmeyle birlikte dengeleneceğine inanıyorum. Önümüzdeki aylarda ve çeyreklerde fiyatlama ortamı en azından daha pozitif bir duruma dönecektir.

Düzcama pazarına gelince, Çin bu konuda farklılaşmış segmentlerde faaliyet gösteriyor ancak Orta Doğu'da yaşanan çatışmalar ve Çin'den gelen ürünler için lojistik imkanların sınırlı olması nedeniyle bu durum aslında ciddi bir etki yaratmıyor, hatta talebin hafif iyileşmeye başladığı bu dönemde bizim fiyatlama ortamını iyileştirmemize yardımcı oluyor. Bu durum, Orta Doğu'da şartlar düzelse dahi, güncel fiyat seviyelerinin korunabileceği ve hatta bir miktar iyileştirilebileceği sinyalini veriyor.

Cam ev eşyası ve Cam Ambalaj tarafında ise Çin'in varlığı çok daha sınırlı. Çin'in bu alanlardaki, özellikle de Türkiye'nin de dahil olduğu Avrupa ve Orta Doğu pazarlarındaki varlığı hakkında yorum yapmanın daha doğru olacağını düşünüyorum. Düzcama ise Malezya, Endonezya gibi Uzakdoğu ülkelerinden penetrasyonlarını artırmaya çalışan rakiplerimiz var. Ancak şu an itibarıyla hacimleri artmış olmasına rağmen rekabet, düşük fiyatlar dolayısıyla zorluklar yaratmakla birlikte yine de yönetilebilir seviyede.

Rusya'ya gelince, burada sorunlar yaşadığımız tek alan pazarın genelindeki tüketimin azalması nedeniyle oto cam operasyonlarıdır. Bazı ana rakamlar sunmak gerekirse, biz de dahil olmak üzere üretim tarafındaki genel pazar kapasitesi kabaca 3,3 milyon araç setidir ve şu an itibarıyla talep kabaca 500 bin araç seti civarındadır. Bu, pazarın %15 seviyesinde bir kapasite kullanım oranı olduğunu gösteriyor ki bu da pek elverişli bir ortam değil. Dolayısıyla, bu cephedeki konumlandırmayı ve optimizasyonu müşterilerimizle birlikte çalışıyoruz.

Diğer işkolları olan Düzcama, Cam Ambalaj ve Cam Ev Eşyası ise çok güçlü bir performans sergiliyor. Piyasada alışık olduğumuz gibi talep zaten var. Özetle şunu söyleyebilirim ki Rusya'da ne satış tarafında ne üretimde ne de tedarik zinciri tarafında önemli bir sorun yaşamıyoruz.

Finansman ortamı ve buna bağlı fiyatlama konusunda elbette dünyayla birlikte pazardaki fırsatları çok yakından takip ediyoruz. Şişecam'ın çok taraflı ve dünyanın en büyük bankalarıyla çok uzun yıllara dayanan ilişkileri sayesinde, finansman konusunda hiçbir sorun yaşamadığımızı rahatlıkla söyleyebilirim. Hem borç piyasalarında hem de sermaye piyasalarında bize çok büyük bir talep var.

Yapmaya çalıştığımız şey, finansmanın ne zaman gerekli olacağını ve finansman maliyetinin nasıl gerçekleşeceğini anlamak, böylece gereksinimlerimizle uyumlu doğru tercihleri yapmak ve ayrıca iştiraklerin borçlanması vb. gibi farklılaştırılmış araçları kullanmaktır. Bu sayede özellikle ABD'deki ve Avrupa'daki yatırımlarımız için finansman maliyetini mümkün olduğu kadar azaltabiliriz.

Bu genel bir özet veya sorularınızın yanıtıdır ve daha fazla vurgulamak istediğiniz bir şey varsa lütfen devam edin.

Cemal Demirtas

Teşekkür ederim. Çok teşekkür ederim.

Görkem Elverici

Çok teşekkür ederim. Katılımınız için ekibimizle birlikte teşekkür etmek istiyorum. Talep ettiğiniz güncellemeleri, açıklamalarımızla birlikte ve meydana gelebilecek önemli olaylarla ilgili olarak size sunmaya çalışacağız. Bir sonraki buluşmamıza kadar herkese sağlık ve refah diliyorum. Bugün bize katıldığınız için teşekkür ederiz.