

SEKTÖR RAPORLARI

Bakır ve Bakır Alaşımlar İmalat Sanayi



İçindekiler



Sektör Tanımı ve Kapsamı	3-6
Sektörün Küresel Görünümü	7-13
Sektörün Türkiye'deki Yeri	14-18
Swot Analizi	19-20
Dijital Dünyada Bakır	21-24

Sektör Tanımı & Kapsamı

Bakır, ana metaller arasında elektrik ve ısıyı en iyi ileten metaldir. Elektrik ve elektronik sektörünün giderek daha fazla yaygınlaştığı ve güçlendiği günümüzde, bakırın insan hayatındaki rolü de giderek artmaktadır.

Sektörün kapsamı, bakır ve bakırın alaşımlarından oluşmaktadır. Bu alaşımların başında çinko ile olan alaşımlar gelmekte olup genel olarak bu alaşımlara pirinç denir. Bakırın diğer alaşımları ise;

- Kalay
- Mangan
- Alüminyum
- Diğer metallerden yapılmaktadır.



Sektör Tanımı & Kapsamı

Sektörde aktif olarak GTİP kodu ve NACE kodu kullanılmaktadır.



GTİP Kodu

Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonunun kısaltmasıdır. GTİP, uluslararası ticarete kullanılan standart kodlama yapısı ve ilgili ürün açıklamaları olarak tanımlanmaktadır.



NACE Kodu

Avrupa Topluluklarında Ekonomik Faaliyetlerin İstatiksel Sınıflandırılması'dır. Aynı zamanda NACE kodu, iş yerinin faaliyet alanını ve bununla bağlantılı olarak iş yeri tehlike sınıfı bilgisini vermektedir.

Sektör Tanımı & Kapsamı

SEKTÖRDE MEVCUT OLAN ÜRÜNLER



Rafine Bakır

- Katotlar ve Katot Parçaları
- Tel Çubuklar
- Kütükler

Külçeler

- Bakır Alaşımları
- Cu-Zn
- Cu- Sn

Mamuller

- Tozlar ve İnce Pullar
- Çubuklar ve Profiller
- Teller
- Saclar -Levhalar
- Yapraklar ve Şeritler
- Borular

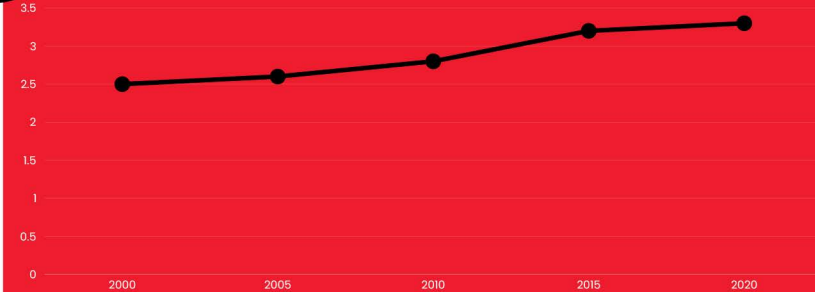
Hurda

- Bakır Döküntü ve Hurdaları
- Rafine Edilmiş Bakırdan Olanlar
- Bakır Alaşımlardan Olanlar

Sektör Tanımı & Kapsamı



Kişi Başına Bakır Tüketimi

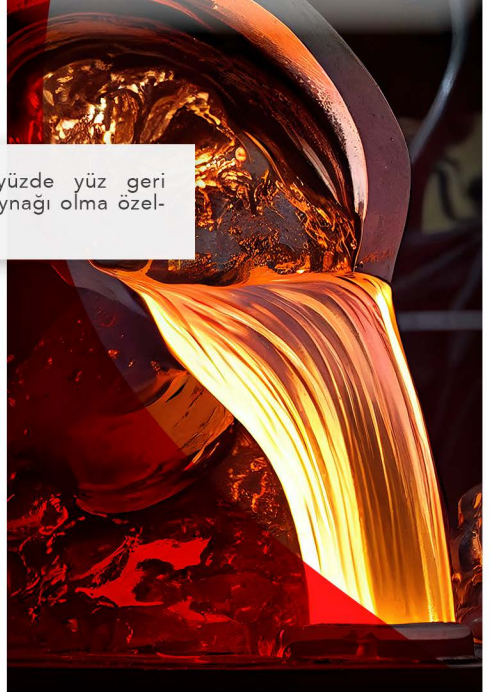


Sektörün Küresel Görünümü

Yeni bir enerji geçişinin yaşandığı günümüzde bakır; yüzde yüz geri dönüştürülebilir, iletken, esnek, verimli ve temiz bir enerji kaynağı olma özellikleri nedeniyle bu geçişin merkezindedir

Giderek artan dijitalleşme ve 'yeşil talep' bakırı bu yeni enerji geçişinde vazgeçilmez hale getirmiştir. 'Bakır yeni petroldür.' ve bu açıdan bakıldığında stratejik bir madendir.

Arama ve çıkartma faaliyetlerinde kullanılan yeni teknolojiler ve üretim teknikleri geliştirilerek arama ve çıkartma maliyetlerinin düşürülmesi ve geri dönüşüme önem verilmesi, küresel arzın devamı için son derece önemlidir.



Sektörü Etkileyen Genel Trendler

Sektörde mevcut olan özellikler küresel boyutta da kendisini korur. Yerel bazda değişikliğe uğrayan unsurlar küresel açıdan farklı bir etki sunar. **Bunlar;**



- ✓ Sürdürülebilirlik
- ✓ İnovasyon
- ✓ Dijitalleşme ve Yeşil Talep
- ✓ Bakır Fiyatı

Teknoloji, İş Modelleri ve Yapısal Değişimler

Bakır ve bakış alışı sektöründe yaşanan teknolojik gelişmelerin en somut örneği bakır madeninin arama ve çıkarılması esnasında gözlemlenmiştir. 2010-2020 döneminde tüm dünyada 207 milyon ton bakır madeni çıkarılmıştır. Bu dönemde rezervler 870 milyon tona ulaşmıştır.

Geliştirilmekte olan yeni teknolojiler ve üretim teknikleri, küresel arzın tutarlı bir şekilde devamı için son derece önemlidir.

Geri dönüşümün de gündemde olduğu teknolojik süreçte bakır performansı kaybolmayan yapısı ile geri dönüştürölüp kullanılabilen ham maddeler arasında yer almaktadır.



Teknoloji, İş Modelleri ve Yapısal Değişimler

Dünyadaki bakır rezervlerine bakıldığında Şili 200 milyon ton ile birinci sıradadır. Onu ikinci sırada 92 milyon ton ile Peru takip etmektedir. Dünyada bulunan toplam bakır rezerv miktarı 870 milyon tondur.

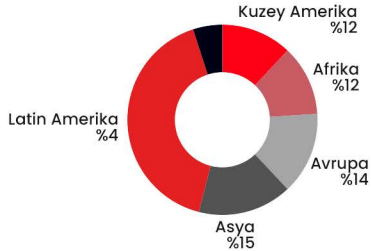
Dünyadaki keşfedilmemiş ve keşfedilmiş toplam bakır rezerv miktarının ise 5.6 milyar ton olduğu tahmin edilmektedir.

Bakırın hemen hemen %100 geri dönüştürülebilir bir metal olduğu göz önünde bulundurulduğunda, gelecekte bakır rezervlerinin tükenmesi beklenmemektedir.

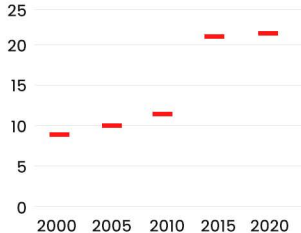


Sektör Tanımı & Kapsamı

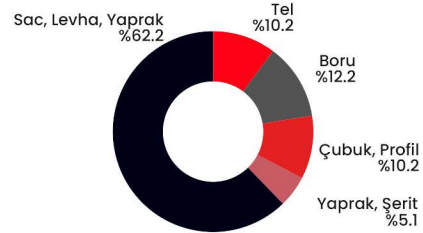
Kıta Bazında Madencilik ile
Üretilen Net Bakır Miktarının Dağılımı



Küresel Madencilik ile
Üretilen Net Bakır Miktarı

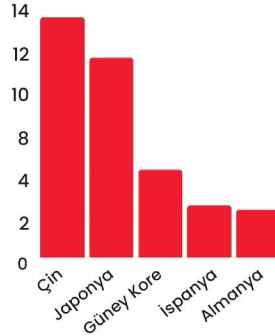
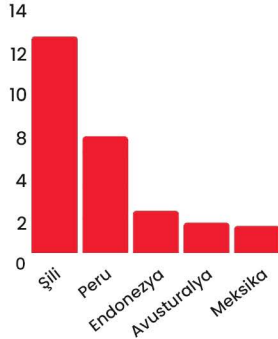


Üretilen Mamullerin Dağılımı



Sektörün Küresel Görünümü

Cevher (Konsantre Bakır) İhracatı Yapan Başlıca Ülkeler (Milyon Ton)



Sektörde Küresel Rekabet

Bu ülkeler, bakır ve bakır alaşım sektöründeki küresel rekabetin temelini oluşturur. Ancak ithalat ve ihracat ayağında yer alan ülkeler mevcut rekabetin gidişatını belirlemekte çok daha etki göstermektedir.

En yüksek Rezerve Sahip 12 Ülke



- | | |
|----------------|---------------------|
| 1.Şili | 7. Polonya |
| 2. Peru | 8. Çin |
| 3. Avusturalya | 9. Kazakistan |
| 4. Rusya | 10. Zambiya |
| 5. Meksika | 11. Dem. Kongo Cum. |
| 6. ABD | 12. Kanada |

Sektörün Türkiye'deki Görünümü

Türkiye'nin bakır ve bakır alایش sektöründeki durumunu bakır maden üretimi ve tüketimi arasındaki denge belirlemektedir. 2020 yılında Türkiye'de yaklaşık 8.5 milyon ton tüvenan bakır üretilmiştir. Bu süreci etkileyen unsurlar;

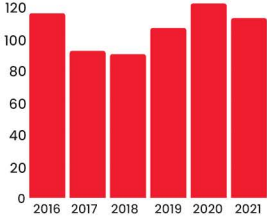
- ✓ Üretim,
- ✓ Dış ticarettir.

Türkiye'nin ne ölçüde bakır rezervine sahip olduğu ve ne oranla dışa bağımlı olduğu bu detaylar ile ortaya çıkmaktadır.



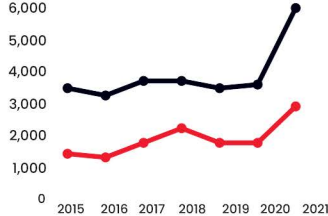
Türkiye'de Üretim ve Dış Ticaret

Türkiye'de Madencilik ile Üretilen Net Bakır Miktarı (kiloton)



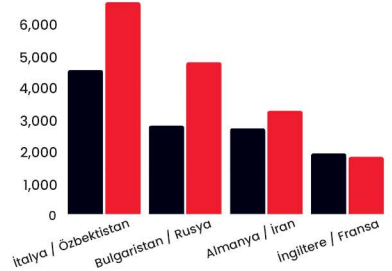
Türkiye Dış Ticareti

— İhracat Değeri
— İthalat Değeri



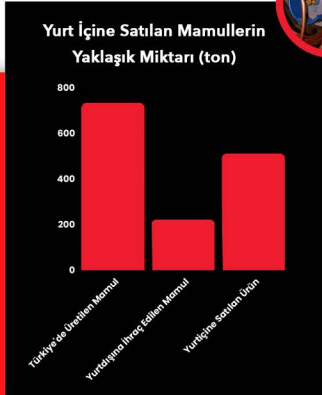
Türkiye Mamul Dış Ticareti

— İthalat
— İhracat



Sektörün Türkiye'deki Görünümü

Türkiye'de sektörü etkileyen birtakım temel göstergeler mevcuttur. Bunlar bakırın üretim ve tüketim aşamasını doğrudan etkileyen faktörlerdir;



- Türkiye Bakır Rezervleri ve İzabe Tesisi
- Türkiye'nin Ham Maddede Dışa Bağımlılığı
- Türkiye Kapasite Kullanım Oranı ve Verimlilik

Türkiye’de Sektörün Rekabet Gücünü Arttırmaya Yönelik Öneriler

Türkiye’deki rekabet gücünün artması için bakır ve bakır alaşımı sektöründe bazı detaylara dikkat etmesi şarttır. Bunlar;

Hukuki ve İdari Düzenlemeler

Üretim Altyapısının Geliştirilmesi

Dış Ticarete Aksayan Yönlerin Giderilmesi

İnsan Kaynakları

Ar-ge Kapasiteleri

İhracat ve Hedef İhracat Pazarları

Tedarik Zinciri, Lojistik

Teknoloji Yatırımı

Teşvikler ve Yasal Mevzuat

Nitelikli İş Gücü İhtiyacı

Verimlilik

Türkiye’de Sektörün Rekabet Gücünü Arttırmaya Yönelik Öneriler

Türkiye’nin ayakkabı sektöründe güçlü bir konum kazanması için uzun dönemli hedefler oluşturması ve katma değer artışını sağlaması şarttır. Bu süreç esnasında;



- ✓ Markalaşma üzerinden ilerleyip moda yaratan ülke statüsüne ulaşması,
- ✓ Organizasyon gücünü ve coğrafi konumunu kullanarak 'organizatör ülke' rolünü güçlendirmesi,
- ✓ Tedarik zincirini dijitalleştirmesi,
- ✓ Küresel marka olma potansiyeli taşıyan markalara yatırım yapması gerekmektedir.

Sektörün Güçlü Yönleri

Swot Analizi



Uluslararası standartlarda kaliteli mamul üretimi,

Türkiye'nin coğrafi konumunun getirdiği lojistik imkan,

Firmaların dinamik yapısı,

Üretim ve ihracatta başarılı bir imalat sektörünün varlığı.

Otomotiv, beyaz eşya, gemi inşa, altyapı ve inşaat sektörlerinin güçlü yapısı,

Sektörün Zayıf Yönleri

Bakır rezervlerinin tükenmekte oluşu, yeni maden yataklarının aynı hızda devreye sokulamaması,

Ham madde de ithalatın giderek artması,

AB çevre standartlarına uyum konusundaki eksikliklerin devam etmesi,

Ticari istatikselsel bilgilere erişimin ve bu bilgileri sistematik olarak izlemenin zorluğu,

Yurtiçi ürün ve son ürün ticaretinde kayıt dışılığın yol açtığı haksız rekabet,

İstikrarsız döviz kuru,

İşletmelerin zayıflıkları.

Swot Analizi

Sektörün Önündeki Fırsatlar

Bakırın yüzde yüz geri dönüştürülebilir olması ve dünya genelinde teknoloji ve yeşil talep nedeni ile bakıra talebin artması,

Otomotiv, dayanıklı tüketim vegemi inşa sanayi gibi metal tüketiminin fazla olduğu sektörlerde büyüme potansiyelinin olması,

Orta Doğu, Doğu Avrupa gibi büyüyen pazarlara coğrafi yakınlık,

Teknik bilginin yüksek seviyede olması ve teknolojik gelişmelerin yakından takip edilmesi.



Sektörün Önündeki Tehditler

Rakip ülkelerin üreticilerine çok yönlü devlet yardımı sağlaması,

Ham madde, yarı mamul ve mamul ürünlerde iç pazarlarını koruyan ve ihracata destek veren ülkelerin olması,

İhracat pazarlarında korumacı önlemlerin olması,

AB'nin üçüncü ülkelere imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşmalarının Türkiye'yi kapsamaması,

Bakır ve diğer metallere ikame malzemelerindeki gelişmeler,

Yükselen lojistik maliyetleri.

Dijital Dünyada



Bakır

Bakır ve bakır alaşımları e-ticarete yer alan pek çok ürünün temel malzemesini oluşturuyor. Dolayısıyla bakırın ve onunla üretilen ürünlerin e-ticaret kapsamında daha yüksek satış oranlarına ulaşması için sizinle paylaşacağımız bazı önerilerimiz var;

B2B Satış Sistemleri

B2B yani işletmeden işletmeye satış sistemi, bakır sektörünü canlı tutan pazarlama yöntemi. Bakıra ihtiyaç duyan sektörler bu gereksinimini karşılamak için bakır imalatında bulunan işletmelerden faydalaniyor. Sistem hep B2B ilerliyor. Enerji sektörü bakırı en çok kullanan sektör olarak adından bahsettiriyor. Bu nedenle bakır alışverişinin B2B halinde taraflardan birinin enerji alanında faaliyet göstermesi oldukça olası bir durum. E-ticarete de bu sektörler arasındaki ilişkilerin yansması görülüyor.

Bu yüzden 2024 planlamalarınızda potansiyel hedef kitleniz arasına enerji alanında çalışan firmaları eklemenin sizin için avantajlı bir durum olduğuna inanıyoruz.



Dijital Dünyada Bakır

B2C Satış Sistemleri

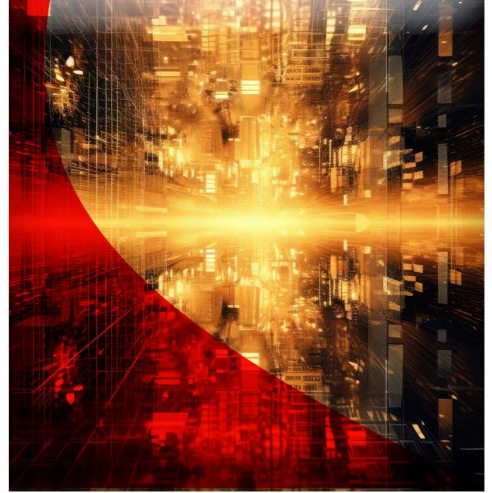
Bakır farklı kullanım alanlarıyla gözde sanayi ürünlerinden biri. Bakır işlenmiş ve işlenmemiş formuyla tüketici karşısına çıkabilir. Formun değişkenliği ürünün hangi sektöre hitap edeceği hakkında en net bilgiyi de sağlayan ana kaynaktır. Sektörün sorunu son kullanıcıya yoğunlukla hiç ulaşmamaktır.

B2C işletmelerin son kullanıcıya bakırı doğrudan ham madde formuyla ulaştırması oldukça absürt.

Bu yüzden, sektörü ve kitleyi doğru tanımayı önemsiyoruz. B2B pazarda bakır konuşmak sıradan biliyoruz.

Buradaki kilit nokta bakır pazarının B2C boyutunda genişlemesidir.

Doğru pazar ve hedef kitle analizi ile 2024 yılında bakırın ışıltısını her boyuta taşıyabilirsiniz.



Dijital Dünyada Bakır

Nerede, Ne Zaman Destek Almalısınız?

Dijital dünyanın varlığı pek çok sektörde olduğu gibi bakır ve bakır alaşım sanayisini de etkiliyor. Bu yıl yapılacak en doğru hamle, dijital ajans desteği olacak. Avantajlarına bakalım:

Stratejik Planlama:

İthalat ve ihracatın hakim olduğu bu sektörde stratejiler perakende ya da toptan satış çerçevesinde ilerler. Bu yüzden ajansınız bu satış süreçlerini takip ederek size uygun olan stratejiyi planlar.

Dijital Dünyada Bakır

Tüketim ve Üretim Dinamiklerini Yakalama;

Bakır ve bakır alaşımı sektöründe üretim coğrafi yeterliliğe göre gerçekleşiyor. Bu durumda ihracat ve ithalatı ortaya çıkarıyor. Bu alışverişin nerede, hangi oranda yapıldığı ise sektörün dinamiğini gösteriyor. Şili'den Kanada'ya kadar pek çok yerde üretimi gerçekleşen bakır dünya genelinde talep görüyor.

Raporlama

Dijital süreçte gerçekleşen her işlem bir rapor halinde müşteri ile paylaşılmalıdır.

Sonuç:

Pazarlamanın ana vaadi satışın artması ve geliştirilmesidir. Bu nedenle elde edilen sonucun her daim konuşulması, çeyrek zaman dilimlerinde analizler eşliğinde değerlendirilmesi gereklidir.



Dijital pazarda etkileyici bir duruş sergilemek ve uygun iş birlikleri için bu raporu kullanabilir, Duende Dijital proje yönetim ekibine ulaşabilirsiniz

İndirmeyi unutmayın!
2024 sizin yılınız olsun!

