



# INDUSTRIAL KITCHENS IN CONTAINERS

## ENDÜSTRİYEL MUTFAKLAR KONTEYNERLERDE

FUNDA SİDAL SAĞNAK

**İnoksan Mutfak San. ve Tic. A.Ş. 5 kıtada 52 ülkeye toplam değeri 8,5 milyon euro'yu bulan endüstriyel mutfak ihracatı gerçekleştiriyor. Bu mutfakların bazıları lüks otellerde, bazıları öğrenci yurtlarında, bazıları ise ticari gemilerde karşınıza çıkabilir. Firmayı ve ihracatın denizyoluyla yapılan kısmını şirketin İhracat Müdürü Fevzi Duygu ile konuştuk.**

*İnoksan Mutfak San. ve Tic. A.S. exports industrial kitchens worth up to 8,5 million euros to total of 52 countries in 5 continents. You can see some of these industrial kitchens at luxury hotels, some at student hostels, and some on merchant ships. We talked with the company's Export Manager Fevzi Duygu about the company and the company's exports transported by sea.*



Fevzi Duygu

### İnoksan ne zaman kuruldu? Faaliyetleri neler?

İnoksan, restoran, otel, hastane, tatil köyü, askeriye, öğrenci yurtları v.b. toplu beslenme yapılan tesislere ileri teknolojiye sahip endüstriyel mutfak ekipmanları üreten, geliştiren ve pazarlayan bir marka. Bursa'da küçük bir atölyede Vehbi Varlık ve N. Coşkun İrfan'ın ortaklığı ile 1980 yılında, kuzine, fırın ve paslanmaz tezgah üreten bir işletme olarak faaliyet göstermeye başladı. Şirketin ilk makine üretimi ise 1985'de patates soyma makinesi ile başladı. Bir sene sonra, Türkiye'de bir ilk gerçekleştirilerek, bulaşık yıkama makinesi, kuzine ve pasta - börek fırınına TSE Belgesi alındı. Firmamız 1987 yılında İtalyan Zanussi firması ile ilk ithalat çalışmalarını başlattı. Daha sonra bu alandaki girişimlerini, Moreno, Lainox, Animo, Faema, Aurea, Elettrobar, Sigma, GBG, IMC, Traex gibi firmalarla devam ettirdi.

### When was İnoksan established? What are the company's main areas of business?

İnoksan is a brand developing, manufacturing, and marketing state-of-the-art industrial kitchen equipment for facilities such as restaurants, hotels, hospitals, holiday villages, military facilities and student hostels, etc. The company started its activities in 1980 as a partnership between Vehbi Varlık and N. Coşkun İrfan to manufacture cookstoves, ovens, and stainless steel countertops in a small workshop in Bursa, Turkey. The first machinery production began with potato peeling machines in 1985. One year later, for the first time in Turkey, the company obtained Turkish Standards Institution certificate for the dishwashers, cookstoves, and pastry ovens manufactured by the company. Later in 1987, İnoksan began importing products of the Italian Zanussi company. The Company also added to its portfolio the products of many foreign companies including Moreno, Lainox, Animo, Faema, Aurea, Elettrobar, Sigma, GBG, IMC, and Traex.



### **Firmanızın ürün yelpazesinde neler bulunuyor?**

Firmamız endüstriyel mutfakta olması gereken ve ihtiyaç duyulan her türlü ekipman ve yardımcı malzemeyi üretiyor. Bunların içinde pişiriciler, fast - food ekipmanları, servis ekipmanları, hazırlık ekipmanları, bulaşık ve bardak yıkama makineleri, sebze yıkama makineleri, buz makineleri, çay kahve makineleri, su sebilleri, gastronom kaplar, her çeşit özellikte ve kalitede yemek takımları ile servis gereçleri bulunuyor. Ürettiğimiz ürünlerle birlikte müşterilere anahtar teslimi projeler sunabilmek için satış yelpazemizde, endüstriyel soğuk odalar ve çamaşırhane ekipmanları da bulunuyor.

### **2004 yılı üretim miktarınız neydi? Bu üretimin ne kadarı ihraç edildi ve bu ihracatın değeri ne idi?**

Geçtiğimiz sene içinde 21 bin adetlik bir üretim gerçekleştirdik. 90'lı yılların başından itibaren firmamız ihracatın ve dünyaya yönelik üretim yapmanın ve dünyada marka olmanın gerekliliğini görerek, çalışmalarını bu yönde hızlandırdı. Ürünlerinin kalitesini aldığı belgeler ile ispatlamış olması, dünya pazarlarına girişte rekabet üstünlüğü, ayrıcalık ve kolaylık sağladı. Bugün itibarıyla üretimimizin yaklaşık yüzde 35'lik kısmını ihraç ediyoruz. Yani toplam 30 milyon euro civarında olan üretim değerimizin yaklaşık 8,5 milyon euro'luk bir kısmını.

### **What products does your product range include?**

*İnoksan manufactures all kinds of equipment and auxiliary materials required and needed in an industrial kitchen. These include cookers, fast-food equipment, service equipment, preparation equipment, dishwashers, glass washing machines, vegetable washing machines, icemakers, coffee and tea makers, water dispensers, gastronome containers, all kinds of dinner sets, and service utensils. To be able to provide complete turnkey projects to customers, our product range also includes industrial cold-rooms and laundry equipment.*

### **What was your production volume in 2004? What is the share and total value of exports?**

*We manufactured total of 21 thousand pieces of products in 2004. Having realized the importance of exporting, manufacturing for the international markets and becoming a worldwide brand by early 1990s, the Company intensified its activities in that direction. The fact that the quality of its products have been proved with the quality certificates obtained has provided the Company with competitive advantage, privilege and facilities in entering the world markets. Currently, 35 percent of the total production is exported. In other words, share of exports in total production value of around 30 million euros is 8,5 million euros.*



#### **İhracatınızı daha çok hangi ülkelere gerçekleştiriyorsunuz?**

Üretimini yaptığımız mutfak makine ve cihazlarını yurt dışında oluşturduğumuz distribütörler vasıtası ile hem perakende hem de anahtar teslimi projeli işler olmak üzere 5 kıtada, toplam 52 ülkeye ihraç ediyoruz.

#### **Peki ihracatınızı gerçekleştirirken daha çok hangi yolu kullanıyorsunuz? Deniz mi, kara mı?**

Nakliye yöntemine bazen biz, bazen de müşterimiz karar veriyor. İhracatlarımızda Avrupa müşterilerimizin tercihi, sürenin kısalığı nedeni ile kara taşımacılığı. Orta Avrupa'ya yaptığımız ihracatlarda genellikle parsiyel yüklerimiz çıkıyor. Bizim distribütörlerimizin çalışma şekli genelde depolarında eksilen malın yerine yeni birini sipariş etme şeklinde gerçekleşiyor. Böyle olunca zaman zaman 10 ya da 15 m<sup>3</sup>'lük malların nakledilmesi gerekiyor. O zaman Almanya, Fransa, Hollanda, Belçika gibi ülkelere malımızı ulaştırmak için karayolunu, tırları tercih ediyoruz çünkü daha kısa sürede ulaşıyor ürünlerimiz. Ancak süre konusunda sıkıntısı bulunmayan ülkelerdeki müşterilerimiz deniz yolunu tercih ediyorlar ki bu ülkeler arasında Fas, Cezayir, Birleşik Arap Emirlikleri, Avustralya, Suudi Arabistan gibi ülkeler var. Deniz yolunu kullanmanın ihracatımızdaki payı yüzde 20. Mallarımız konteyner gemileriyle taşınıyor.

#### **Daha çok hangi liman ya da limanlardan yükleme yapıyorsunuz?**

Biz genellikle, bize yakınlığı nedeniyle Bursa'nın Gemlik limanını kullanıyoruz. Konteynerleri fabrikamıza kabul ediyoruz. Fabrikamızda bu konteynerlerin yüklemesini yapıyoruz. Hal böyle olunca, İstanbul'dan gelecek bir konteynerin maliyeti bize daha yüksek olacağı için genellikle Gemlik limanından çıkışları tercih ediyoruz.

#### **To what countries do you mainly export?**

We export the kitchen equipment and utensils manufactured by the company to total of 52 countries in 5 continents through our distributors, both through retail channels and as turnkey projects.

#### **Which mode of transportation do you use most often? Sea or land?**

Mode of transportation is sometimes determined by our customers and sometimes by us. Our customers in Europe prefer land transportation owing to short delivery times. We mostly send our exports to the Central Europe as partial shipment. Our distributors generally place an order for individual products that have been sold from their stock. Therefore, from time to time, we have to transport goods with a volume of only 10 or 15 cubic meters. So, we prefer trucks to send them to countries such as Germany, France, Holland, and Belgium, for they are delivered to the consignee in a short period of time. However, our customers with no time constrictions prefer transportation by sea. Such customers are mainly from countries such as Morocco, Algeria, the United Arab Emirates, Australia, and Saudi Arabia. Products transported by sea accounts for 20 percent of all our exports. Our products are transported on containerhips.

#### **What port or ports do you primarily use in Turkey?**

We mostly use the Gemlik port in Bursa, on account of its proximity to our plant. We load the products into the containers at our own plant. Since it would cost too much to bring a container from İstanbul to our plant, we prefer exporting through the Gemlik port.



### **Haftalık ya da aylık bazda kaç gemiye, ne kadar mal yüklüyorsunuz?**

Öyle bir istatistiki bilgimiz yok çünkü bizim satışlarımız biraz turizme dayalı ve mevsimsel. Dolayısıyla, örneğin yaz aylarında yaptığımız deniz yolu taşımacılığı kışa göre biraz daha fazla oluyor. Bir de mallar rutine bindirilmiş bir sevkiyat halinde değil çünkü distribütörler ve temsilciler vasıtasıyla çalıştığımız için onların almış olduğu işlerin üretimlerini yapıyoruz biz. Bu da mevsime, ekonomik koşullara, o ülkenin o sene içinde bulunduğu şartlara göre değişkenlik gösteriyor.

### **Kara ya da deniz yolunu karşılaştırdığınızda hangi yöntem sizin açınızdan daha avantajlı?**

Karada hareket kabiliyeti biraz daha fazla. Özellikle Bursa'nın bir endüstri şehri olması nedeniyle buradan yurtdışına çıkışlar çok fazla. Her an Avrupa'ya gidebilecek özellikte kara nakliye aracı bulabiliyoruz. Aynı ülkelere haftada birkaç kez çıkış olabiliyor. Ancak deniz yoluyla bu durum biraz kısıtlı olabiliyor. Hareket günleri genellikle sadece Cuma günlerine denk geliyor. Ayrıca deniz yoluyla parsiyel taşıma imkanı çok fazla mümkün değil. Dolayısıyla karayolu hem bizim açımızdan, hem de müşterilerimiz açısından daha fazla tercih edilen bir taşımacılık şekli.

### **Maliyet açısından değerlendirecek olursanız?**

Maliyet açısından kara denize göre tabii ki dezavantajlı. Ancak şöy-

### **How many products do you load on how many ships on weekly or monthly basis?**

Actually, we do not have such statistical data, because our sales a little depend on tourism and are seasonal. Consequently, for example, we use sea transportation more in summer compared to winter. And we do not dispatch products on a regular basis. Since we work through our distributors and agents, we manufacture based on the orders they receive from their customers in their own territories. Therefore, the orders received vary depending on the seasons, economic conditions, and current conditions in the countries of our distributors or agents.

### **When you compare transportation by land and sea, which mode is more advantageous for you?**

Mobility is quite high on land. Particularly due to the fact that Bursa is an industrial city, there are many transportation facilities available. You can always find a land transportation vehicle to anywhere in Europe. Even, there are several services to the same countries in one week. However, sea transportation has limitations in that regard. Departures are mostly on Fridays. In addition, partial shipment is not possible in transportation by sea. Consequently, land transportation is more preferable both for us and for our customers.

### **Which one is more advantageous in terms of cost?**

Undoubtedly, sea is advantageous over land in terms of cost. However, there is one more thing that should be taken into consideration here. If there are direct services by sea, price is more appropriate, but if there is a transit or transshipment port, than the transportation time is prolonged to a great extent. Goods may be kept in such ports for comparatively long periods of time. In that case, due to the costs arising from the use of transshipment ports, the transportation costs increases along with the increasing transportation time. Our competitors in the sector are mostly the Italian companies. Transportation time from Italy to countries such as Tunisia, Morocco and Algeria is very short. They are able to send their products within one week or 6 days. On the other hand, it sometimes takes up to 20 - 25 days, even 30 days, to transport our products to the same countries due to long waiting periods at transshipment ports. In addition, unavailability of partial shipment service in sea transportation is another problem. For example, a customer desiring to purchase goods of half a container is forced to purchase a full container load of goods due to unavailability of partial shipment service. That is a factor that increases the cost.

### **What other difficulties do you experience in exports?**

We do not experience so many problems. There is one more thing; in land transportation, you have the chance to send documents such as invoice, bill of lading, etc. along with the products. You cannot do the same when you use sea transportation. Therefore, you have to send the documents by courier. That also causes a small extra cost.

### **You also manufacture marine galley equipment. How do you export these products?**



le bir durum söz konusu. Bizim denizyoluyla gönderebileceğimiz yükler için direkt seferler olası ise, ücret daha uygun oluyor ama bir transit veya aktarma limanı söz konusu ise o zaman süre oldukça uzuyor. Çünkü aktarma limanında o bölgeye gidecek geminin yakalanması gerekiyor. Bu limanlarda mallar uzunca süre kalabiliyor. Bu durumda aktarma limanlarını kullanma maliyetleri nedeniyle hem nakliye bedelini artırıyor, hem de taşıma süresini uzatıyor. Bizim sektörümüzde rakiplerimiz genellikle hep İtalyan firmalar. İtalyan firmalar olunca onların çevre ülkelere, özellikle Tunus, Fas, Cezayir gibi ülkelere gönderim süreleri çok kısa. Bir haftada veya 6 günde mallarını gönderebiliyorlar; fakat bizim aynı ülkelere malları göndermemiz sırf bu aktarma limanlarındaki beklemelemlerden dolayı 20 – 25 hatta 30 günü bulabiliyor. Ayrıca denizde parsiyel servis imkanının olmaması da ayrı bir sorun. Yani bizden yarım konteyner mal alacak bir müşterimiz parsiyel servisi olmadığı için mecburen komple bir konteyner almak zorunda kalıyor. Bu da maliyeti yükselten bir unsur oluyor.

#### **Bunların dışında ihracatta ne tür zorluklar yaşıyorsunuz?**

Pek fazla sorunumuz olmuyor ama mesela karayoluyla bir ihracat yaptığınızda ihracatla ilgili fatura, konşimento gibi evrakları genellikle mallarla birlikte gönderebiliyorsunuz. Oysaki bazı deniz yolu taşımacılıklarında bunlar kabul edilmiyor, kaptan postası olmuyor. Kabul edilmediği takdirde evraklarınızı tekrar kuryeyle göndermek durumunda kalıyorsunuz. Bu da ekstradan, ufak da olsa bir maliyeti getiriyor.

#### **Siz ayrıca gemi mutfakları da üretiyorsunuz. Bu üretimizi yurtdışına hangi yollarla gönderiyorsunuz?**

Gemiler Türkiye'ye geliyorlar. Tuzla'da inşa edilen ya da bakımı yapılan gemilere mutfaklarımızı monte ediyoruz. Ama onlar da ihracat olarak kabul ediliyor.

#### **2005 yılı için hedefleriniz neler peki?**

2005 yılı hedeflerimiz bir önceki yıla göre ihracat rakamlarımızı yüzde 20 arttırmak ve 5 yeni ülke ile ticareti başlatmak. 2008 yılına kadar da üretimimizin yüzde 50'sini ihraç eden bir firma olmayı hedefliyoruz.

#### **Bu 5 yeni ülke hangileri?**

Biz şimdi ABD hariç Orta Avrupa, Orta Doğu, Balkan ülkeleri, Türki Cumhuriyetler'de çalışıyoruz. Bunun yanında Avustralya ve Yeni Zelanda'ya da çalışıyoruz. Ama Uzakdoğu, örneğin Singapur, Kore, Çin, Tayvan gibi bölgelerde çok fazla aktif değiliz. Özellikle bu sene hedeflediğimiz Uzakdoğu'da Pakistan ve Hindistan gibi ülkelere açılmak. Bir de Güney Amerika ülkelerinde çalışmıyoruz. O tarafta distribütörlüğümüz yok. Yalnızca Şili ve Peru'ya satış yapıyoruz. Güney Amerika ülkelerinden de yeni temsilcilikler bulmak için çalışmalar yapıyoruz bu sene.

#### **Bu yeni hedeflere de herhalde deniz yoluyla göndereceksiniz ürettiklerinizi.**

Tabii. İnşallah. Oralara gönderebilmek için denizyolundan daha uygun bir yol yok. ☒

*Ships come to Turkey for that purpose. We install our equipment in the galleys of ships being built or maintained at shipyards in Tuzla. However, they are also considered to be exports.*

#### **What are your goals for 2005?**

*Our goals for 2005 is to increase our export volume by 20 percent compared to previous year and to begin exporting to 5 new countries. We aim to export 50 percent of our production by the year 2008.*

#### **What countries are they?**

*Except for the USA, we export to countries in Central Europe, the Middle East, the Balkan countries, and the Turkic Republics. We also export to Australia and New Zealand. However, we are not so active in the Far Eastern countries such as Singapore, South Korea, China, and Taiwan. We aim to open to countries like Pakistan and India in that part of the world this year. We do not work with the South American countries, either. We have no distributors there. We only export to Chile and Peru. We work to find new distributors or agents in South American countries this year.*

#### **I guess you will transport your products to these new markets by sea.**

*Of course. I hope so. There is no appropriate mode of transportation other than sea to send our goods to those parts of the world. ☒*

