



нова рубрика:

# Експортуюємо до Канади

## КУХОННИЙ ТА СТОЛОВИЙ ПОСУД



Trade Facilitation Office Canada

Bureau de promotion du commerce Canada

Канадське бюро сприяння торгівлі (КБСТ) було створене в 1980 році як неприбуткова організація. Його мета — покращення економічного добробуту в країнах, що розвиваються, у тому числі в Східній і Центральній Європі, надаючи їм практичну допомогу в експорті товарів до Канади. Напрямок діяльності Бюро визначає добровільна рада директорів, що складається з фахівців канадської промисловості.

Адреса КБСТ:  
TFOC, 300-50 Sparks St., Ottawa, Ontario, Canada, K1P 5A9,  
tel: 613-133-3925, fax: 613-233-7860



### Канадський ринок

У 1996 р. населення Канади становило близько 30 млн. жителів. Майже 90% канадського населення проживає у великих містах: Торонто (3,9 млн.), Монреаль (3,1 млн.), Ванкувер (1,6 млн.), Оттава-Галл (0,9 млн.) та Едмонтон (0,8 млн.). У минулому році, в результаті намагань уряду зменшити національний дефіцит та сильної конкуренції в ринковому просторі, відбулися значні скорочення робочих місць у приватному і державному секторах. Економічна невпевненість призвела до того, що канадці стали більш вибагливими у купівлі товарів широкого вжитку, ринок яких у Канаді становить приблизно 5 млрд. дол. щорічно. Загальна тенденція товарообороту направлена до зростання, особливо серед канадців віком 25-40 років, які починають влаштовувати своє сімейне життя та побут.

### Імпортування продукції

Значне місце на канадському ринку займають імпортовані товари. Обороти імпортованої продукції зріс на 25% до 739 млн. доларів у 1994 р. Збільшився імпорт усіх видів посуду, окрім емальованого чавунного, імпорту якого скоротилися з 1991 р. на 40% внаслідок появи на ринку легкого кухонного посуду з анодованого алюмінію з практичним тефлоновим покриттям.

*Рита Сімпсон — ведучий консультант головних канадських імпортерів на ринку домашнього посуду. Вона займається пошуком і сприянням розвитку виробництва цих товарів у нових країнах, з надійною доставкою, добрими цінами і, звичайно, якістю. Місія імпортера в Канаді надзвичайно важлива — він гуртом закуповує вироби і продає їх незалежним роздрібним крамницям і окремим продавцям або торгує через замовлення у рекламних журналах, каталогах. Індивідуальний продавець, як правило, неохоче закуповує великі партії товарів з нових країн, а імпортер може піти на ризик, бо має ширше коло клієнтів. Наприклад, **Кангом Продактс**, для якого Рита працює, має 1,640 клієнтів по цілій Канаді, щорічно бере участь у 4-ох торговельних ярмарках, має власне обладнання для виставок і склади площею близько 5000 кв. м. Ця фірма також публікує каталоги, розсилає щотижнево і щомісячно повідомлення про поставки, обслуговує більшість продавців: як крамниці зі зниженими цінами, так і особливо вибагливих, типу „гурманів“.*

*Матеріал подається на основі презентації Рити Сімпсон на семінарі „Експорт до Канади“, організованому КБСТ у Харкові в листопаді 1996 р.*



### Якість

Якість імпортованих товарів швидко підвищується, а ціни конкурують між собою. Канадці надають перевагу тим товарам, що гарно виглядають, довго послужать і забезпечуватимуть їм різноманітність та професіоналізм у приготуванні їжі або сервіруванні столу, без докладання на це особливих зусиль. Спостерігаються певні тенденції у критеріях вибору. Наприклад, гама кольорів повертається знову до м'якості та тепла природних кольорів, білий колір модний і тепер, проте чорний — це той колір, який покупці найчастіше вибирають для кухонного посуду та ручок для ножів. Хоч дерев'яні ручки знову входять у моду, проте матеріали, витривалі при машинному митті, більш практичні. Звичайні, якісні столові прибори тепер популярніші, ніж офіційна порцеляна, оскільки домашні забави набирають шораз більш неформального, відпочинкового характеру. Кухонний посуд із нержавіючої сталі далі залишається посудом „номер 1" у Канаді, і канадці переконані, що це найкраще, що можна купити. Насправді, сталь не найкращий провідник тепла. Емальований посуд є більш сезонним і спеціалізованим. Він постачається із Польщі, Угорщини та інших країн Східної Європи, доброї якості і дуже популярний. Важливо пам'ятати, що велике значення мають відповідні розміри і ємкості кухонного посуду. Стандарти якості та безпеки для окремих предметів побутового вжитку встановлюються Канадською асоціацією стандартів (КАС). Це зокрема потужність, обробка, вага, забарвлення,

хімічний склад, міцність та витривалість. Канадські стандарти як правило дуже високі і їх потрібно, безумовно, дотримуватися. Якщо товар не відповідає мінімальним стандартам, його просто неможливо буде продати. Наприклад, у випадку з кришталем, який має специфічні стандарти щодо хімічного складу: вміст свинцю мусить бути 24% (у США — 18%). Для багатьох країн-експортерів досить складно забезпечити саме такий процент, щоб їх вироби могли називатися кришталем.

### Ціна

Закон імпортера — краща якість за меншу ціну. На виріб повинна бути встановлена така ціна, щоб імпортер міг одержати прибуток, продаючи свій товар за нормальними ринковими цінами в Канаді. Як правило, товари побутового вжитку продаються в роздріб за ціною в 3,5 - 4 рази вищою, ніж закупівельні ціни. Виріб, закуплений у виробника за 6 дол., продаватиметься у Канаді за 30 дол. Основні причини таких націнок — імпортерне мито, федеральні, провінційні податки з продажу, брокерські комісії, страховий збір, комісійні торговим агентам, реклама, розробка/переоцінка товару, перевезення, накладні, зарплати працівникам та інші поточні витрати. У Канаді домашній посуд поділяється на дві категорії вартості — посуд для щоденного вжитку та модний, вишуканий посуд вищої якості. Цікаво, що два роки тому Італія почала постачати на канадський ринок керамічний посуд — високої якості, чудових кольорів, але,