



Чому Канада така приваблива для іноземних інвесторів?

- ✿ За даними Міжнародного валютного фонду, економіка Канади зростає одним із найбільших темпів серед країн Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). Очікується, що в 1997 р. вона покаже найбільший приріст серед країн „великої сімки“.
- ✿ Рівень інфляції — менше 2% — один із найнижчих у світі; передбачається, що він залишиться на цьому ж рівні в 1997 р.
- ✿ Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) в Канаду, які в 1995 р. становили загалом суму в 168 мільярдів канадських доларів, продовжують зростати.
- ✿ Високоосвічена, кваліфікована і ліберально настроєна робоча сила Канади показує один з найвищих у світі рівнів продуктивності праці. Середній рівень втрачених робочих днів та плінність кадрів залишаються значно нижчими, ніж такі ж показники в більшості інших розвинутих країн.
- ✿ Канада має найнижчий рівень зростання вартості виробництва одиниці продукції серед країн „великої сімки“.
- ✿ Робоча сила, включно з витратами на соціальне забезпечення і охорону здоров'я, коштує значно менше, ніж у США.
- ✿ Канада має великий запас енергоносіїв, які коштують відносно дешево. Промислові ціни на природний газ та електроенергію значно нижчі, ніж в Європі, Японії, США та Мексиці. Завдяки цьому Канада зараз є найбільш привабливим місцем для розташування енергомістких виробництв.
- ✿ Експорт Канади становить більше третини її валового національного продукту. 50 відсотків канадського експорту — це вироблені товари з доданою вартістю, які включають висококонкурентні автомобілі, вироби для авіонавтики, телекомунікацій, комп'ютерне програмне забезпечення, електроніку, хімікати та фармакологічну продукцію.
- ✿ Канада та її провінції надають широке коло фінансових пільг, включно з конкурентноспроможним податковим режимом і найбільшою у світі підтримкою науково-дослідницького потенціалу.
- ✿ Післяподаткова вартість витрат на науково-дослідницьку діяльність в Канаді була найнижчою з усіх країн „великої сімки“.
- ✿ Канада підтримує промислову науково-дослідницьку діяльність своїх університетів у партнерстві з бізнесовими структурами в таких галузях, як робототехніка, новітні виробничі технології, комп'ютерний дизайн і розвиток фармакології.

відповідно, дорогий. Коли ви скажете канадцеві, що одне керамічне горнятко коштує 15 дол., то він відповість, що за ці гроші у дешевших крамницях він купить цілий набір. І загалом, це спосіб думання більшості, хоч цей же канадський споживач не допустить поганої якості.

Постійність і вчасність постачання

Постійне і вчасне постачання — це ключовий фактор того, що імпортери та підприємства гуртової та роздрібної торгівлі продовжуватимуть купувати товари для канадського ринку. Запізнені поставки можуть зашкодити репутації імпортера, більш

того, це порушення законів: рекламувати товар, а потім не мати його у продажу. За зрив поставок товару до крамниць на імпортера може бути накладений штраф у розмірі 20 тис. дол.

Упакування

Приваблива, доречна, привертаюча до себе увагу упаковка надзвичайно важлива. За останні двадцять років канадські споживачі призвичаїлись до атракційного упакування і це те, що й тепер їх найбільше приваблює, як чоловіків, так і жінок, особливо у віці 25 - 40 років, які є головними покупцями. Оригінальність упаковки може привабити покупця купити виріб як подарунок.

Наприклад, куплений в Азії незапакований виріб за 1 дол. може бути проданий у Канаді при відповідному оформленні за 9.99 дол. Це стосується гуртових і роздрібних упакувань — за недбало запакований товар ще у порту може бути накладена кара і імпортер буде змушений перепакувати товар за свій кошт. За канадськими правилами, на упаковці потрібно залишити місце для наліпки. На всіх роздрібних упаковках обов'язковим є загальний код продукції. Зараз дуже поширений такий вид упаковки, як гаряче запресовування виробу разом з більшою за розміром підкладкою у прозору синтетичну плівку. Це дозволяє демонструвати товар на полицях та запобігати крадіжкам у крамницях. Безперечно, всі написи мусять бути на двох офіційних мовах Канади — англійській та французькій. Проте експортерам слід остерігатися непрофесійного перекладу, який не завжди відповідає суті товару. Зусилля на початковому етапі, навіть якщо ви лише починаєте свою діяльність на канадському ринку, виправдають себе пізніше.

Маркування товару

Товар повинен мати опис англійською та французькою мовами, повинні бути вказані розміри там, де це можливо, в десятиковій системі. Імпортовані товари повинні мати етикетку, що узгоджується з правилами маркування. У цьому випадку за маркування відповідає імпортер. Етикетки стосовно екологічної безпеки товару або упаковки деколи корисні для збільшення збуту, проте такі невиразні ствердження, як „зелене“, „екологічно безпечне“, „не руйнує озонової оболонки“ треба вживати дуже обережно. В довіднику „Індустрі Канада“ є вказівки про маркування виробу щодо екологічної безпеки (Еко Лого) та реклами. Країна-виробник повинна бути зазначена на товарах англійською та французькою мовами, наприклад:

MADE IN UKRAINE/FABRIQUE AU UKRAINE. Також повинна бути назва імпортера, наприклад:

Imported by: Canhome Products Ltd Mississauga Ontario, L5T 1H2, з обов'язковим поштовим кодом. Ця інформація потрібна споживачам для визначення адреси імпортера у випадку певних проблем з товаром. У Північній Америці, так само як і в більшості країн світу, товар обов'язково повинен мати загальний код продукції та магнітну ціну-код. Зверніть увагу на те, що північно-американські стандарти відрізняються від європейських. У більшості випадків імпортер сам встановлює магнітну ціну-код для загального коду продукції. Всі зразки упакувань та подарункових коробок повинні бути погоджені з імпортером.