МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

CUTIS Canada-Ukraine Trade & Investment Support project

EXPORT PROMOTION OFFICE

I CAN EXPORT

ПРАКТИЧНИЙ ПОСІБНИК З ЕКСПОРТУ ДО КАНАДИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

ВСТУПНЕ СЛОВО

1 серпня 2017 року вступила в силу Угода про вільну торгівлю між Україною і Канадою, відкривши для українських експортерів 98% канадського ринку товарів.

Імпорт Канади становить 400 млрд доларів США щорічно, тому цей ринок є привабливим для посилення бізнес-зв'язку між нашими країнами.

Зона вільної торгівлі –
ще один крок на шляху диверсифікації українського експорту, адже Канада:

- величезний ринок, як за ВВП, так і за обсягом імпорту;
- входить у ТОП-20 ринків у фокусі в "Експортній стратегії України";
- член Великої сімки (G7), Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР);
- разом з США та Мексикою, є учасницею Північноамериканської угоди про вільну торгівлю (НАФТА). Для України Угода про вільну торгівлю з Канадою стала першою угодою про вільну торгівлю з країнами Північноамериканського континенту;
- має більше 10 чинних угод про вільну торгівлю, зокрема, з Ізраїлем, Йорданією, Європейською асоціацією вільної торгівлі (ЄАВТ), а також комплексну торговельну угоду з Європейським союзом (ЄС);
- країна, в якій знають Україну та її продукти. Найбільша українська діаспора (1,3 мільйони) робить канадський ринок дуже теплим місцем для українського бізнесу.

«Практичний посібник для українських малих та середніх підприємств з експорту до Канади» покликаний допомогти українським експортерам зорієнтуватися в основних аспектах виходу на канадський ринок. У ньому ви знайдете основну інформацію щодо дослідження ринку Канади, пошуку партнерів, логістики, митного оформлення, правил походження та багато іншої корисної інформації.

Я впевнена, що український бізнес зможе зайняти достойну нішу на канадському ринку, а також здивувати своїми товарами навіть найвимогливішого споживача!

Тому працюймо разом, щоб можливості, які створює Угода, перетворились на нові контракти, поставки та прихід валюти в Україну!

#ЕКСПОРТУЙ українське до Канади!

Наталія Микольська

Заступник Міністра економічного розвитку і торгівлі України –

Торговий представник України

Canada

Ця публікація підготовлена та надрукована коштом Канадсько-українського проекту з підтримки торгівлі та інвестицій (CUTIS). Погляди та думки, висловлені в межах цього документу, належать його авторам та не відображають офіційну позицію Уряду Канади, Міністерства міжнародних справ Канади чи проекту CUTIS.

CUTIS - проект технічної допомоги (2016 – 2020 рр.), що фінансується Урядом Канади через Міністерство міжнародних справ Канади. Проект реалізується Конференційною радою Канади спільно з Канадсько-українською торговою палатою. Метою проекту CUTIS є зменшення рівня бідності в Україні та підвищення сталого економічного розвитку шляхом збільшення українського експорту до Канади та залучення інвестицій з Канади до України. CUTIS підтримує малі та середні підприємства, зокрема, підприємства власницями та керівницями яких є жінки.

ЗМІСТ

8 ВСТУП
9 Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою: значення для бізнесу

15 **1. ОЦІНКА ГОТОВНОСТІ ЕКСПОРТУВАТИ ДО КАНАДИ**

18 **Вони експортують до Канади - історія успіху №1**

20 **2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ КАНАДИ**
2.1. Канада: коротка інформаційна довідка
2.2. Пошук цільової групи споживачів у Канаді

32 **3. ПОШУК ПАРТНЕРІВ У КАНАДІ**
3.1. Обрання правильної маркетингової стратегії
3.2. Торгові виставки в Канаді
3.3. Відкриття бізнесу в Канаді

50 **Вони експортують до Канади - історія успіху №2**

52 **4. УСТАНОВЛЕННЯ НАДІЙНИХ ДІЛОВИХ ВІДНОСИН З КАНАДСЬКИМИ ПАРТНЕРАМИ**

56 **5. УКЛАДАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО КОНТРАКТУ ТА ЗДІЙСНЕННЯ МІЖНАРОДНИХ РОЗРАХУНКІВ**

61 **6. ЕКСПОРТ ТОВАРІВ З УКРАЇНИ**

64 **7. ТРАНСПОРТУВАННЯ ТОВАРІВ ДО КАНАДИ**

70 **Вони експортують до Канади - історія успіху №3**

72 **8. ІМПОРТ ДО КАНАДИ**
8.1. Процедура митного оформлення в Канаді та необхідні документи
8.2. Визначення країни походження
8.3. Ввізне мито при імпорті в Канаду
Тарифні квоти та їх адміністрування
8.4. Внутрішні податки та інші обов'язкові платежі

89 **9.НЕТАРИФНІ ЗАХОДИ ПРИ ІМПОРТІ ДО КАНАДИ**
9.1. Як дізнатися про вимоги до товарів, що імпортуються?
9.2. Міжнародні та канадські стандарти
9.3. Процедури оцінки відповідності
9.4. Вимоги до маркування товарів у Канаді

102 **Вони експортують до Канади - історія успіху №4**

104 **10. ЗАХИСТ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ПРИ ЕКСПОРТІ ДО КАНАДИ**

106 Додаток I. Тест для перевірки готовності до експорту

108 Додаток II. Корисні ресурси та контакти

116 Додаток III. Шаблон-матриця для дослідження ринку

120 ДодатокIV. Шаблон для розробки експортної стратегії

124 Додаток V. Інкотермс 2010

ПЕРЕВІРКА ГОТОВНОСТІ КОМПАНІЇ ДО ЕКСПОРТУ

- Чи готове керівництво компанії?
- Чи є у вас фінансова спроможність та людські ресурси?
- Чи відповідає товар споживчим трендам та вимогам щодо якості та безпечності?

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ КАНАДИ

- Що купляють канадські споживачі та хто ваші конкуренти на ринку Канади?

РОЗРОБКА ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ

- Визначення цілей, товару на експорт до Канади та цільової категорії споживачів
- Розрахунок витрат для адаптації товару, реклами тощо

ПОШУК КАНАДСЬКИХ ПАРТНЕРІВ

- Пошук у базах даних Канади
- Участь у торгових виставках
- B2B: імпортери, агенти, торгові доми, франчайзинг, оператори роздрібної торгівлі в Канаді
- B2C: електронна торгівля в Канаді
- B2G: публічні закупівлі
- Заснування компанії в Канаді

ФОРМУВАННЯ НАДІЙНИХ ВІДНОСИН З КАНАДСЬКИМИ ПАРТНЕРАМИ

- Діловий етикет і культурні відмінності канадців
- Мистецтво переговорів

РОЗРОБКА ЕКСПОРТНОГО КОНТРАКТУ ТА ОБРАННЯ МЕТОДІВ ОПЛАТИ

- Основні умови експортних контрактів
- Інкотермс 2010
- Форми розрахунків

ЕКСПОРТ З УКРАЇНИ

- Процедури митного оформлення та митного контролю в Україні

ТРАНСПОРТУВАННЯ ТОВАРІВ ДО КАНАДИ

- Морські та авіаперевезення
- Основні аеропорти та порти в Канаді

ПРОХОДЖЕННЯ МИТНОГО КОНТРОЛЮ В КАНАДІ

- Імпортери та митні брокери в Канаді
- Митне оформлення у Канаді

РОЗПОЧНІТЬ СВОЮ ЕКСПОРТНУ ПОДОРОЖ ДО КАНАДИ!

ДОТРИМАННЯ РЕГУЛЯТОРНИХ ВИМОГ У КАНАДІ

- Основні законодавчі акти в Канаді
- Міжнародні та канадські стандарти
- Процедури оцінки відповідності

ДОТРИМАННЯ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

- Боротьба з імпортом контрафактних та піратських товарів у Канаді

ВСТУП

Подумайте про своє повсякденне життя. Ви п'єте каву із зерен, вирощених у Колумбії, носите одяг з Китаю або Туреччини, керуєте автомобілем, зібраним в Японії або Франції, смакуєте вино з винограду, вирощеного в Молдові, Грузії, Італії, ласуєте млинцями з канадським кленовим сиропом. Цей перелік можна продовжувати нескінченно, тому що завдяки міжнародній торгівлі у своєму повсякденному житті ми маємо доступ до товарів або отримуємо послуги від людей з будь-якої країни світу.

А тепер подивимося на цю ситуацію по-іншому. Наприклад, канадці могли б снідати українським сиром, мати у шафі безліч суконь від українських дизайнерів і викликати таксі через мобільний додаток, створений українцями. Якщо ви хочете тішити закордонних споживачів своїми товарами, привезеними з України, слід задуматися над тим, чи не настав для вас час експортувати, наприклад, до Канади.

Експорт товарів на ринки інших країн може виявитися непростою справою, але водночас експорт здатний максимально збільшити можливості для вашого бізнесу, допомогти урізноманітнити асортимент продукції, яку ви продаєте тощо. Свого часу ви вже вклали значні кошти та зусилля у виробництво вашого товару. Тепер можна перегорнути сторінку й почати писати нову главу у вашому бізнес-плані.

Посібник, який ви тримаєте в руках, має на меті надати інформацію зрозумілою мовою для представників малого і середнього бізнесу про те, як експортувати товари до Канади. Ми намагалися з практичної точки зору розглянути питання, які стосуються споживчих уподобань канадців, порядку перетину кордону та вимог до документації, регуляторних обмежень на канадському ринку, можливостей перевезення через океан тощо.

Посібник складено так, щоб ним було легко користуватися як експортерам-початківцям, яким дуже мало відомо про експортні процедури, так і досвідченим представникам малого й середнього бізнесу, яким уже доводилося експортувати свої товари на закордонні ринки, і які хотіли б дізнатися лише конкретну інформацію про Канаду — регуляторні вимоги, ділову культуру тощо. Тому цей посібник не обов'язково читати повністю, від початку до кінця. Можна проглянути зміст, щоб обрати відповідні теми, які вас цікавлять.

Сподіваємося, що посібник буде для вас корисним та цікавим, а історії успіхів українських експортерів надихнуть вас розпочати експорт до Канади або принаймні задуматись про таку можливість.

Від імені проекту CUTIS висловлюємо подяку за коментарі та поради щодо вдосконалення посібника, надані Михайлом Дубенським, керуючим партнером компанії «Logistic Center», Станіславом Толочним, Оксаною Чулановою, Оксаною Березняк, Ларисою Мельничук - експертами групи логістичних компаній ZAMMLER, Романом Отрембським, менеджером з продажів DHL Global Forwarding Ukraine, Юлією Павленко, заступником директора департаменту міжнародних операцій компанії «Укрпошта», Ярославом Переверзєвим, викладачем курсів «Менеджмент ЗЕД» та «Логістика» навчального центру «ДАНКО», Оленою Кудляк, виконавчим директором Українського центру сприяння інвестиціям та торгівлі (ITFC), Христиною Пуківською, менеджером з продажів компанії T.B.Fruit, та Валентином Калашником, власником OSD Group.

УГОДА ПРО ВІЛЬНУ ТОРГІВЛЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КАНАДОЮ: ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ БІЗНЕСУ

Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою (CUFTA) стане важливим інструментом поглиблення торговельних відносин з Канадою і зробить український експорт конкурентнішим на канадському ринку.

CUFTA, що складається з 19 глав, — це комплексна угода про вільну торгівлю, яка окрім тарифної лібералізації містить, з-поміж іншого, положення про правила визначення походження, конкуренту політику, публічні закупівлі, санітарні та фітосанітарні заходи (СФЗ), технічні бар'єри в торгівлі (ТБТ), захист прав інтелектуальної власності, сприяння торгівлі, двосторонні надзвичайні заходи та засоби торговельного захисту, положення про захист праці та охорону навколишнього середовища, інституційні положення, врегулювання спорів між державами тощо.

Отже, що це означає для вас як малого або середнього підприємства-експортера? Давайте розглянемо основні положення CUFTA.

БЕЗМИТНИЙ ДОСТУП ДО КАНАДСЬКОГО РИНКУ ДЛЯ 98% ТОВАРІВ

CUFTA передбачає скасування ввізних мит на імпорт 98% українських товарів. У результаті, безмитний доступ до ринку Канади отримали промислові товарів, крім деяких транспортних засобів із 7-річним перехідним періодом, та сільськогосподарські товари українського походження за винятком 108 тарифних позицій, які підпадають під дію глобальних тарифних квот Канади.

Фактично, експорт до Канади без сплати ввізного мита зробить ваші товари більш конкурентоспроможними на канадському ринку. Наприклад, ви експортуєте до Канади гумові чоботи (6401.10.11).[1] До введення в дію CUFTA для українських експортерів діяли ставки ввізного мита в режимі найбільшого сприяння (MFN) на рівні 20% (наприклад, якщо вартість експорту $100 000 доларів, сума мита до сплати складає $20 000). Таке високе мито разом із логістичними витратами на шляху до Канади може зробити ваш товар неконкурентоздатним. Натомість, в рамках CUFTA ввізне мито дорівнює нулю, а отже ви економите гроші й зможете запропонувати канадським партнерам вигідні умови!

Приклади ставок ввізного мита в Канаді в режимі найбільшого сприяння:

до 18% — одяг
до 8% — чорна металургія
до 8% — камінь, кераміка та скло
до 6% — готові шоколадні та кондитерські вироби
до 14,5% — випічка

АСИМЕТРИЧНІСТЬ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ

Не варто також боятися, що канадські товари вмить переповнять український ринок. Україна зуміла в процесі переговорів виборoти асиметричну лібералізацію доступу до свого ринку для канадських товарів. У результаті, з моменту вступу CUFTA в силу (з 01.08.2017) Україна скасувала ввізне мито на близько 80% імпорту з Канади. Щодо решти сільськогосподарських і промислових товарів, Україна відкриватиме свій ринок поступово впродовж перехідного періоду в 3, 5 та 7 років. Такий асиметричний характер CUFTA допоможе національним виробникам адаптуватися до нового конкурентного середовища.

Україна також зберігає тарифні квоти на заморожену свинину, субпродукти та сало. Цукор із режиму вільної торгівлі виключено. На деякі продукти з м'яса птиці ввізне мито зменшиться лише на 20% впродовж семи років.

ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ

Згідно з положеннями CUFTA, Україна та Канада зобов'язуються не встановлювати митних або інших зборів на товари, торгівля якими ведеться в електронному вигляді, що сприятиме вільному рухові товарів завдяки засобам телекомунікації.

CUFTA: Доступ до ринку Канади

0% мита на **АГРАРНУ ПРОДУКЦІЮ**

передбачені тарифні квоти

птиця, молочні продукти, яйця, сир

0% мита на **ПРОМИСЛОВУ ПРОДУКЦІЮ**

виняток

легкові авто

Перехідний період до 0%

7 років

CUFTA: Доступ до ринку України

0% мита на **АГРАРНУ ПРОДУКЦІЮ**

вино/пиво, шоколад, соки/води, хліб/кондитерські вироби, зернові, риба/морепродукти, арахіс/насіння

Часткова лібералізація: м'ясо та субпродукти птиці морожені, масло тваринне, сир, маргарин, суміші

Тарифні квоти: морожена свинина та субпродукти, сало. Виключення: цукор

Перехідний період до 0%

3 роки — живі вівці та птиця, яловичина, баранина, горіхи, борошно, крупи, соуси

5 років — окремі субпродукти свиней, плоди та насіння олійних, рослинна олія та інші жири

7 років — свинина, птиця (субпродукти охолоджені), молоко та вершки, яйця птиці, мед, овочі, ковбаси

0% мита на **ПРОМИСЛОВУ ПРОДУКЦІЮ**

вироби зі сталі /заліза, текстиль, електрична апаратура, обладнання/запчастини

Перехідний період до 0%

3 роки — будматеріали, ручні інструменти, промислове обладнання, частини літальних апаратів

5 років — приймальна електрична апаратура, променеві трубки, мотоцикли, причепи, судна, фотокамери

7 років — автомобілі, трактори та запчастини до них

ДОСТУП ДО ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

Угода надає можливість українським підприємствам брати участь у процедурах публічних закупівель, які проводить федеральний уряд Канади, на однакових умовах із канадськими компаніями. Обсяг таких закупівель становить орієнтовно 15 млрд. канадських доларів та передбачає укладання від 350 до 400 тисяч угод щороку.[2] CUFTA визначає перелік організацій (центральні та інші органи влади), які зобов'язані забезпечити українським компаніям справедливі й недискримінаційні умови участі разом з канадськими компаніями в процесі закупівель, обсяги яких перевищують встановлені граничні значення. Зауважте, що три чверті всіх контрактів у сфері публічних закупівель уряд Канади укладає із підприємствами малого та середнього бізнесу![3]

> **Що це означає для вашої компанії?**
>
> Ви зможете брати участь у тендерах і продавати свої товари канадському урядові! Більше того, вам для цього не потрібно буде реєструвати компанію в Канаді. Buyandsell.gc.ca — дуже зручний інструмент для пошуку можливостей участі в поточних тендерах. [4]

Граничні значення	Центральні органи влади	Інші організації
Товари та послуги	**130 000 СПЗ** (221 400 канадських доларів)	**355 000 СПЗ** (604 700 канадських доларів)
Будівельні послуги	**5 000 000 СПЗ** (8 500 000 канадських доларів)	**5 000 000 СПЗ** (8 500 000 канадських доларів)

СПЗ - спеціальні права запозичення

ПРАВИЛА ВИЗНАЧЕННЯ ПОХОДЖЕННЯ

Лише ті товари, що походять з України, можуть мати преференційний доступ до канадського ринку в рамках CUFTA. Якщо ви не впевнені, чи ваші товари відповідають критеріям походження з України (Глава 3, Додаток 3-А), ви можете звернутися за отриманням попереднього рішення стосовно визначення походження. Більш детально про це йтиметься далі.

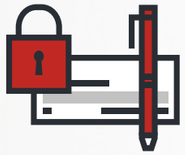
Важливо знати, що документом, який підтверджує походження товару, є декларація про походження (Додаток 3-В). Декларація про походження є дійсною упродовж 12 місяців з дати її заповнення експортером. Звернення до митних органів Канади за наданням преференційного тарифного режиму приймаються упродовж терміну дії декларації про походження.[5]

> **Що це означає для вас?**
>
> Вам не потрібно отримувати жодних сертифікатів, щоб підтвердити українське походження ваших товарів. Інформація про походження вказується на рахунку-фактурі або будь-якому іншому документі, що містить опис товарів.

НЕТАРИФНІ БАР'ЄРИ В ТОРГІВЛІ

Не секрет, що Канада, як й інші економічно розвинені країни, встановлює відповідні вимоги до товарів з метою захисту своїх споживачів і заради гарантії безпечності і якості товарів за допомогою технічних регламентів та стандартів. Для того, щоб експортувати до Канади, ваші товари мають відповідати регуляторним вимогам Канади. Важливо, що CUFTA передбачає можливість взаємного визнання акредитаційних органів та органів оцінки відповідності з метою сприяння вільному руху товарів між Канадою та Україною.

> **Що це означає для вашої компанії?**
>
> Наприклад, після погодження усіх формальностей Канада буде визнавати результати оцінки відповідності, проведеної відповідними органами в Україні, а українські експортери не будуть обтяжені зайвими вимогами, що збільшують експортні витрати.



ЗАХИСТ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Канада має потужну систему захисту прав інтелектуальної власності. Включення до CUFTA глави, присвяченої захисту прав інтелектуальної власності, свідчить про важливість цього питання для Канади і сприятиме ефективному захисту прав інтелектуальної власності в Україні.

CUFTA також містить список географічних зазначень, що мають право на реєстрацію в якості захищених географічних зазначень у Канаді та Україні. Слід відзначити, що CUFTA приділяє особливу увагу діям митних органів з метою запобігання переміщенню контрафактної продукції.

> **Що це означає для вас?**
>
> Перш за все, Агентство прикордонної служби Канади *(Canada Border Service Agency, CBSA)* має повноваження тимчасово затримати на кордоні товари, що підозрюються в приналежності до контрафактної продукції. Більше того, CUFTA передбачає можливість обміну інформацією між відповідними канадськими та українськими державними органами стосовно перевезення товарів, щодо яких є підозра в порушенні прав на торговельні марки або авторського права. Тому переконайтеся в тому, що ви не порушуєте прав інтелектуальної власності інших правовласників у Канаді та в Україні.

Географічні найменування України:
Для вин: Таврія, Сонячна долина, Новий світ, Меганом, Магарач, Золота балка, Балаклава
Міцні алкогольні напої: Таврія

ПРАЦЯ ТА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ

CUFTA надає нового імпульсу зобов'язанням України та Канади як членів Міжнародної організації праці *(International Labor Organization, ILO)*. Так само, в рамках CUFTA Україна й Канада підтвердили свої зобов'язання щодо охорони довкілля, передбачені національним законодавством та багатосторонніми угодами. Важливо знати, що CUFTA виступає проти послаблення захисту, встановленого екологічним та трудовим законодавством, з метою сприяння торгівлі та інвестиціям.

Що це означає для вас?

Перш за все, подумайте про себе як людину, яка хоче дихати свіжим повітрям, купатися в чистому озері та залишити такі ж умови своїм нащадкам. Як працівник, ви хочете мати належні умови праці, конкуренту зарплатню, оплачувану відпустку тощо. Тому ефективне виконання Україною своїх зобов'язань у сфері охорони праці та довкілля є ключем до кращих умов життя українців.

Як підприємець, ви можете думати, що виконання Україною міжнародних зобов'язань зробить вимоги до вашого бізнесу більш жорсткими. Однак, дотримання вимог регуляторних актів у сфері захисту довкілля та праці уникнути не вдасться. Якщо ви хочете експортувати товари до розвинених країн і співпрацювати з великими мережами супермаркетів, вам доведеться підтверджувати свої зобов'язання щодо збереження довкілля та поваги до прав ваших працівників. Трудові та екологічні аспекти є невід'ємним елементом корпоративної соціальної відповідальності *(Corporate Social Responsibility (CSR), або КСВ)*.

Більше того, канадці вважають себе етичними споживачами, оскільки їм не байдуже, у який спосіб було виготовлено товар, якими були умови праці робітників і який був при цьому вплив на довкілля. Важливо розуміти, що вони готові платити більше за товари, виготовлені із належним дотриманням екологічних та трудових зобов'язань. Тому не варто концентруватися на обмеженнях. Ефективне виконання екологічних і трудових зобов'язань допоможе вам підвищити конкурентоздатність вашого товару та полегшити діалог з іноземними інвесторами.

СПРИЯННЯ ТОРГІВЛІ

CUFTA передбачає зобов'язання, пов'язані зі сприянням торгівлі, визнаючи тим самим важливість належного функціонування митних служб у глобальному просторі міжнародної торгівлі. Україна й Канада повинні зробити так, щоб вимоги до імпорту, експорту та транзиту, а також відповідні митні процедури не були занадто обтяжливими.

Що це означає для вас?

Обтяжливі митні процедури, що призводять до додаткових затримок і витрат, більшою мірою впливають на малі й середні підприємства, ніж на великі компанії. Тому реформи, спрямовані на розвиток торгівлі, можуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності експорту малих і середніх підприємств. CUFTA стане додатковим аргументом для прискорення реформування митниці в Україні з метою підвищення рівня прозорості, прискорення проходження митного оформлення та сприяння безперешкодному руху товарів через кордон.

Пам'ятайте цитату Едуарда де Боно:

КОМПАНІЇ, ЯКІ ЗОСЕРЕДЖУЮТЬСЯ ЛИШЕ НА КОНКУРЕНЦІЇ, ЗАНЕПАДАЮТЬ. ТІ, ЩО СПРЯМОВАНІ НА СТВОРЕННЯ ЦІННОСТЕЙ, ПРОЦВІТАТИМУТЬ.

CUFTA відкриває для вас безліч можливостей. Однак, чи перетворяться ці можливості на відчутні вигоди — залежить виключно від вас. Не бійтеся підкорювати нові ринки, навіть якщо вони розташовані далеко. Ґрунтовні ринкові дослідження, вивчення регуляторних вимог істотно допоможуть вам у виявленні своїх конкурентних переваг на канадському ринку. Розпочніть з цього посібника, який допоможе вам познайомитись із канадським ринком, дізнатися про його особливості та почати планувати свою «експортну подорож» до Канади!

ОЦІНКА ГОТОВНОСТІ ЕКСПОРТУВАТИ ДО КАНАДИ

1

Якщо ви вирішите експортувати свої товари до Канади, вам слід об'єктивно відповісти на питання:

«Чи дійсно я готовий експортувати?».

Готовність до експорту визначається принаймні такими складовими:

- Готовність керівництва вашої компанії: чи готовий керівник вашої компанії інвестувати в нарощування експортного потенціалу?
- Готовність вашого товару: чи зможе ваш товар успішно конкурувати з подібними товарами на канадському ринку?
- Особиста готовність та фінансова спроможність: чи є у вас час та фінансові ресурси для створення та нарощування експортного потенціалу?
- Дієва стратегія експорту: чи є у вас чіткий план виходу на ринок Канади?

Ви маєте бути готові виділити час та ресурси на планування довгострокової стратегії експорту та розвиток у цьому напрямку. У той же час пам'ятайте, що підготовка до експорту — це інвестиція у себе.

Пропонуємо вам невелику анкету «Готовність до експорту» у Додатку I, яка допоможе вам оцінити ступінь готовності експортувати до Канади. Питання анкети можуть також наштовхнути вас на ідеї, які компоненти бізнес-процесу варто запровадити/удосконалити у вашій компанії.

Рішення про початок експорту належить до числа бізнес-рішень.

Керівництво компанії повинно усвідомлювати всі потенційні ризики та виклики, пов'язані з розбудовою експортного потенціалу. Зазвичай, компанії починають задумуватись про експорт, маючи успішну історію продажів на внутрішньому ринку України. Керівник/власник компанії має вирішити, який товар (або товари) виводитиме ваша компанія на канадський ринок, та хто у вашій компанії відповідатиме за реалізацію експортної стратегії.

Подумайте, чи готові до експорту ваші працівники, оскільки саме вони є головною цінністю та силою в підготовці та реалізації експортної стратегії вашої компанії. Компанії необхідно мати менеджерів з експорту (або менеджерів ЗЕД [зовнішньоекономічної діяльності]): досвідчених фахівців, які добре володіють англійською мовою (або французькою, якщо ви ведете бізнес з імпортерами з провінцій Квебек або Нью-Брансвік). Якщо ж у вас немає таких фахівців, тоді бажано залучити менеджера з експорту або навіть створити окремий відділ ЗЕД. Крім того, слід мати у штаті компанії працівників, які

здійснюватимуть глибоке та комплексне вивчення ринку, та групу маркетологів або цілий маркетинговий відділ для розробки планів просування вашого товару на ринку Канади.

Не менш важливо оцінити свої фінансові ресурси. Вам можуть знадобитися кошти на адаптування вашого товару до канадських регуляторних вимог та/або потреб та уподобань канадських споживачів; це стосується упаковки, рекламно-маркетингових матеріалів, складу та якості товару тощо.

Важливий компонент самооцінки готовності до експорту — це готовність вашого товару. Необхідно, щоб ваш товар мав відповідну цінність для канадського споживача, на якого він орієнтований, та задовольняв його потреби.

Поміркуйте над такими питаннями:

- Чи відповідає ваш товар регуляторним вимогам для виходу на канадський ринок? Чи необхідні зміни товару чи удосконалення процесу виробництва?
- Чи є ваш товар конкурентоспроможним? Чи відповідає він вимогам щодо якості та безпеки?
- Чи необхідно якось змінити ваш товар, щоб він задовольняв потреби канадських споживачів?
- Чи треба вам якось змінити упаковку та маркування вашого товару?
- Як ви будете транспортувати товар у Канаду? Як убезпечити ваш товар від пошкоджень та псування під час транспортування?
- Які післяпродажні послуги ви запропонуєте?
- Чи має ваш товар певну історію, яку можна використовувати як маркетинговий інструмент?

NB! Люди часто купують емоції, пов'язані з вашим товаром, а не лише сам товар.

Давайте собі чесні відповіді на ці питання. Конструктивна критика допоможе вам удосконалити свій товар, зробити його конкурентоспроможним та уникнути зайвих помилок.

Завжди враховуйте уподобання своєї цільової аудиторії та адаптуйте свій товар до її потреб. Так, наприклад, слід зважати, що в Канаді здебільшого (у 91,5%)[6] споживають йогурт, який їдять ложками. А найпопулярнішими ароматами морозива в Канаді є ваніль, шоколад, карамель, кава, полуниця, іриска, шматочки м'ятного шоколаду та кленовий сироп і горіх.[7] Проте, з іншого боку, може виявитися, що канадський ринок готовий для споживання морозива з новими ароматами та смаками. Усе це свідчить про те, що вам слід бути готовим до діалогу з покупцями; це дозволить вам краще розуміти уподобання ваших потенційних споживачів та адаптувати свій товар.

Отже, для того, щоб правильно врахувати уподобання цільової аудиторії, вам необхідно провести детальне дослідження канадського ринку, про що мова піде далі.

ВОНИ ЕКСПОРТУЮТЬ ДО КАНАДИ -ІСТОРІЯ УСПІХУ №1

RITO – УКРАЇНСЬКИЙ ТРИКОТАЖ СВІТОВОЇ ЯКОСТІ

RITO – український виробник трикотажного одягу для жінок. Компанія була заснована 25 років тому і наразі працевлаштовує 90 робітників та виробляє 25000 одиниць одягу на рік в межах трьох ліній – RITO woman knitwear, RITO home, RITO kids.

RITO розпочала свою експортну історію з виходу на ринок Литви декілька років тому. Інтерес до Канади з'явився після декількох успішних показів в Канаді, ініційованих клієнтами RITO серед представників української діаспори. Після показів компанія реалізувала декілька невеликих тестових поставок, які допомогли краще зрозуміти специфіку канадського ринку.

Серйозного партнера, з яким наразі завершується процес перемовин щодо перших значних поставок в Канаду, RITO знайшли після Канадсько-українського бізнес форуму в липні 2016 року, ініційованого за підтримки Мінекономрозвитку, Офісу зпросування експорту та CUTIS.

ТЕТЯНА АБРАМОВА, СПІВЗАСНОВНИЦЯ RITO:

БУТИ ЖІНКОЮ-ЕКСПОРТЕРОМ НЕСКЛАДНО. І ВЗАГАЛІ, СЕРЕДНІЙ І МАЛИЙ БІЗНЕС РУХАЮТЬ ЖІНКИ, ТОМУ ЩО ВОНИ ЗА СВОЄЮ ПРИРОДОЮ, ПО-ПЕРШЕ, ЕМОЦІЙНІ, А ПО-ДРУГЕ, ЦІЛЕСПРЯМОВАНІ, НАПОЛЕГЛИВІ Й ДУЖЕ ПРАЦЬОВИТІ. БУДЬ-ЯКА БІЗНЕС-СИТУАЦІЯ СПОЧАТКУ ВИРІШУЄТЬСЯ В ОСОБИСТІСНІЙ ПЛОЩИНІ: ТИ ЗАВЖДИ НАМАГАЄШСЯ ЗНАЙТИ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ З ПАРТНЕРОМ. І ЦЕ ЛЕГШЕ ЗРОБИТИ ЖІНЦІ.

Для канадського ринку наша продукція класна за якістю і дуже хороша за ціною. Канадці зацікавлені в українській продукції, а ми зацікавлені у великому й перспективному канадському ринку.

Ми очікуємо імплементації Угоди про вільну торгівлю між Україною та Канадою, оскільки це має скоротити шлях до кінцевого споживача та розширити поле діяльності для українського бізнесу на території Канади.

Відчуття краси – це не тільки те, як ми виглядаємо, але й те, що ми відчуваємо. І бізнес, з одного боку, полягає в тому, щоб створювати гарний одяг, а з іншого боку – дарувати позитивну й дуже добру емоцію».

Думка спробувати свої сили в Канаді виникла тому що Канада – це, напевно, одна з країн, де найбільша українська діаспора. Завжди простіше пробувати свої сили, коли є люди, які до тебе налаштовані позитивно і доброзичливо.

Канадці цінують екологічні аспекти товарів, тому для організації виробництва зараз ми максимально налаштовані на процес збереження електроенергії. Ми будемо переходити на сонячні батареї, й вже практично відійшли від використання газу. Усі відходи ми намагаємося максимально утилізувати та перероблювати.

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ КАНАДИ

2

Важливим кроком у підготовці до експорту є розуміння канадського ринку. Перед виходом на канадський ринок важливо навчитися «відчувати» потенційних партнерів та споживачів, розуміти, хто ваші конкуренти, які товари вони пропонують і за якою ціною. Ретельне дослідження ринку покаже, чи зможете ви, продаючи свої товари в Канаду, отримати користь від витраченого часу та зусиль. Таке дослідження має бути як загальним (країни в цілому), так і специфічним щодо вашого товару. Деяка цікава інформація про Канаду наведена нижче і може бути вам корисною.

2.1. КАНАДА: КОРОТКА ІНФОРМАЦІЙНА ДОВІДКА

Площа: 9 976 140 км2 — понад 16 разів більша за площу України!

Територіальний устрій: федерація, до складу якої входять десять провінцій та три території

Валюта: канадський долар ($CAD)

Державний устрій: конституційна монархія
Кількість часових поясів: 6
Система ваги та мір: метрична система
Населення: 35,9 мільйонів (2015 р.)

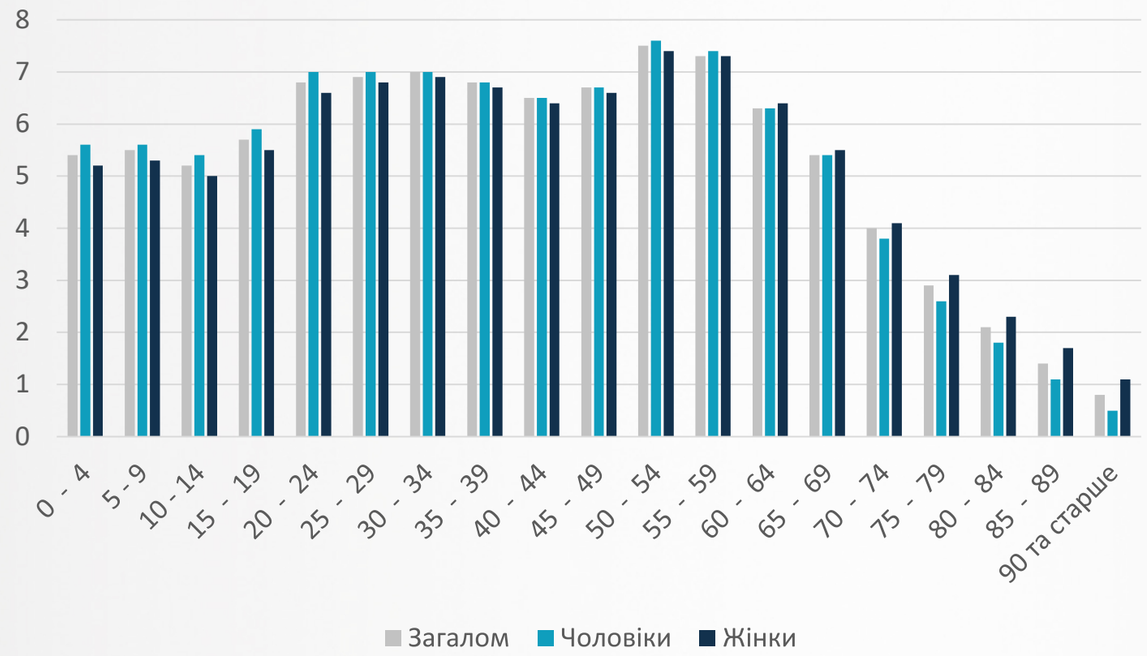
NB! Близько 4/5 населення живе на територіях у 150 км від американського кордону, а кожні 4 із 5 канадців живуть у 4 провінціях.

NB! У Канаді мешкає 1,3 мільйонів українців; українська діаспора — одна з найбільших у Канаді. Початково українці імігрували до провінцій прерій (Манітоба та Саскачеван), але останнім часом також освоюють провінції Онтаріо та Квебек.

NB! Очікується, що до 2031 року 25% населення Канади становитимуть люди старші за 65 років.

Розподіл населення Канади за провінціями

Населення Канади, за статтю (у тисячах) та віком (%), 2016 [8]



> Діти та молодь — впливають на витрати батьків

Уподобання [9]

ВІК: 0—18

Орієнтуються на зручність, користь для здоров'я, безпечність, надійні бренди

Канадські батьки дедалі частіше віддають пріоритет здоровій їжі та більш схильні купувати органічні продукти. Основні тенденції 2015 року: здорові сніданки без консервантів та зручні домашні страви.[10]

Батьки, скоріше за все, купуватимуть продукцію надійних марок, безпечність яких для дітей доведено.[11] Оскільки батьки дуже зайняті й не мають багато вільного часу, їм потрібні зручні рішення, які полегшують життя.

Опитування 2014 року показали, що 70% канадських батьків шукають зручні в приготуванні або використанні продукти дитячого харчування, а 60% хочуть мати продукти, приготування яких дозволяє заощадити час.[12] Цей сегмент ринку традиційно орієнтується на жінок, тому що саме вони несуть відповідальність за купівлю основної частини товарів повсякденного вжитку для дому: продовольчі товари та дитячий одяг. В останні роки простежується тенденція до більш рівномірного розподілу цих обов'язків між чоловіками та жінками. [13]

> Покоління двохтисячних — споживачі майбутнього

ВІК: 18—34

Орієнтуються на ціну, зручність, тенденції, екологічні аспекти, чесну торгівлю

Очікується, що до 2020 року покоління двохтисячних за чисельністю перевищуватиме найбільшу на сьогодні групу канадських споживачів, представлену їхніми батьками («покоління демографічного вибуху»). [14]

Цю групу складають молоді люди, які сьогодні наближаються до середини своєї кар'єри, купують перше власне житло, створюють родини.[15]

Унаслідок бажання йти в ногу з тенденціями вони купують більше продуктів харчування, модного одягу та домашнього декору нижнього та середнього цінового сегменту — фактично 85% споживачів цієї вікової групи заявляють про бажання постійно пробувати нову продукцію.[16] Вони також цінують зручність та бюджетні магазини роздрібної торгівлі: універсальні магазини (one-stop shops), в яких можна купити всі товари з підготованого переліку, з яким вони йдуть у магазини. Споживачі цієї вікової групи орієнтуються на ціну, половина з них шукає товари найменш дорогих брендів.[17]

Споживачі покоління двохтисячних хочуть знати все про товари, які вони купують, та шукають товари компаній, які поділяють їхні цінності (виробників продукції, що відповідально

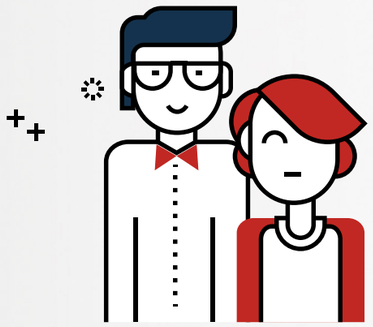
обирають джерела поставок та ведуть чесну торгівлю).

Споживачам покоління двохтисячних більше притаманна «любов готувати власноруч» та усвідомлення себе кращими експертами з кулінарії, ніж споживачі віком 35+.[18]

> Покоління «демографічного вибуху» або «бебі-бумери»— основна група сьогоднішніх споживачів

ВІК: 50—69

Орієнтуються на якість, вироби нішевого/спеціального асортименту, органічну продукцію, натуральні інгредієнти



Більшість представників цієї вікової групи продовжують активно працювати й часто займають вищі посади. Середній дохід більше половини з них складає понад 60 000 доларів на рік,[19] що дозволяє їм купувати товари середньої та високої цінової категорії, тобто товари вищої якості.

З віком представники цієї групи більше уваги приділяють здоровому способу життя, орієнтуючись на здорове харчування, органічну продукцію та натуральні інгредієнти.

Представники цієї групи більше цінують тривалу якість та практичність, а не бренди, і готові платити більше за товари преміум класу.

Ці люди купують товари переважно у спеціалізованих магазинах; багато з них радо відвідають кілька магазинів у пошуках кращих товарів, цінують поради та якість обслуговування.[20]

> Пенсіонери — істотне зростання чисельності

ВІК: 65+

Орієнтуються на користь для здоров'я, комфорт, безпечність, простоту використання

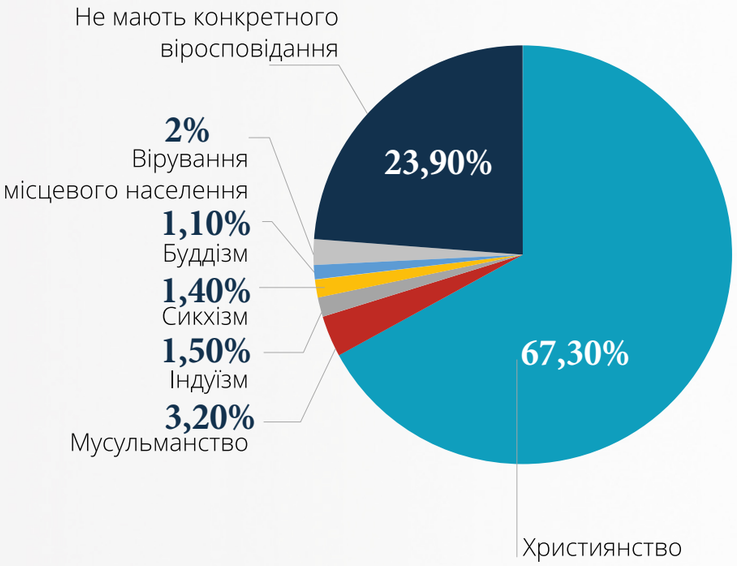
До 2030 року молодшим з бебі-бумерів (попередня група) виповниться 65 років, і пенсіонери складатимуть приблизно одну чверть (25%) канадців (для порівняння: 15% у 2013 році).[21]

Виробники здебільшого вже адаптують свої товари під цей зростаючий сегмент ринку, орієнтуючись на людей похилого віку, яким потрібні високий рівень комфорту, безпечність та користь для здоров'я. Прикладами такої адаптації товарів можуть слугувати легкі для відкривання пакети, етикетки з написами, виконаними великим шрифтом, та створення елементів домашнього декору, що попереджують можливість послизнутися та впасти.

Турбуючись про своє здоров'я та благополуччя, пенсіонери купують їжу, збагачену вітамінами, необхідними для цієї вікової групи. Багато з них мешкають поодинці або лише подружжям; тому виникає потреба у порційній продукції та здорових і легких у приготуванні харчових продуктах. Інтерес до одягу та меблів у представників цієї вікової групи обмежений, оскільки пенсіонери здебільшого використовують або ремонтують те, що мають, а не купують нове.

Релігія: понад 2/3 канадців визнають християнство; 7,2% населення Канади є мусульманами, індуїстами, сікхами та буддістами (2011).[22]

Населення Канади: релігія, 2011 (%)



Офіційні мови: англійська та французька

NB! Понад 85% франкомовних канадців мешкає у провінції Квебек; понад 80% населення Квебека розмовляє французькою мовою. За прогнозами, у 2036 році двомовне населення Канади, що розмовляє англійською та французькою мовами, складатиме від 18,3% до 18,8% усього населення країни.[23]

NB! Канада посідає одинадцяте місце у світі за загальноекономічним рівнем (2015 р.) при номінальному ВВП близько 1,79 трильйони.

NB! Канада — одна з десяти країн світу з найкращими показниками торгівлі (обсяг торгівлі товарами становить 54,5% ВВП).[25]

NB! Канада є одним з провідних світових імпортерів з розрахунку на душу населення; обсяг імпорту Канади втричі перевищує обсяг імпорту США на душу населення.

Детальнішу інформацію про основні соціально-економічні показники Канади можна отримати на сайті Міністерства статистики Канади.[26] Не забувайте також звертатися до Огляду торгової політики Канади *(WTO Trade Policy Review of Canada)* (2015),[27] підготованого в рамках Світової Організації Торгівлі (СОТ).

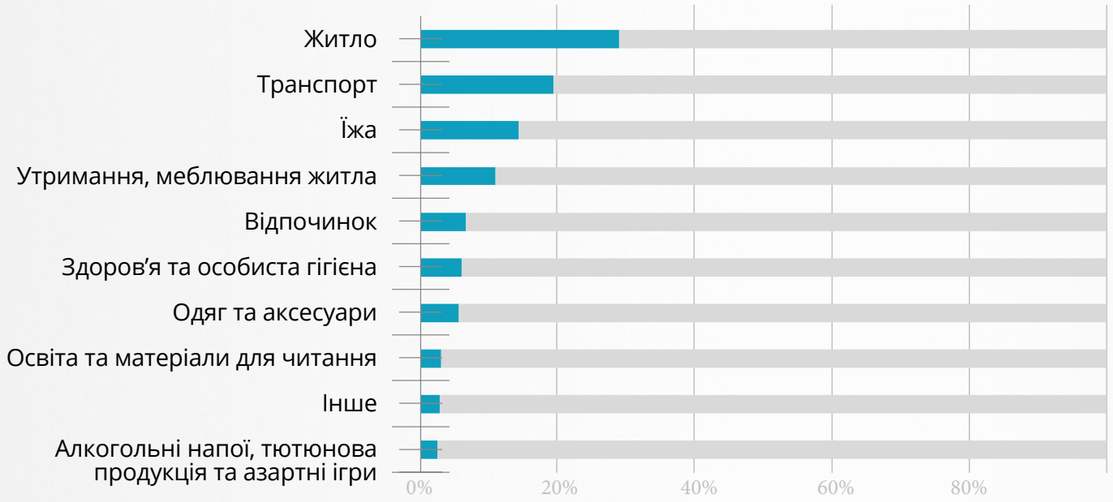
Вас цікавить, у чому привабливість канадського ринку для української продукції та, зокрема, вашого товару? Тоді вам варто взяти до уваги такі факти:

- Канадський ринок орієнтований на імпорт;
- Частка канадського імпорту становить 2,2% від сукупного обсягу світового імпорту[28], а у 2016 році імпорт Канади склав 403 мільярди доларів США[29];
- Канада та Україна уклали угоду про вільну торгівлю — CUFTA;
- У Канаді мешкають 1,3 мільйони українців;
- Канада — велика країна з диверсифікованими смаками та уподобаннями споживачів;
- Це країна зі стабільною економікою, політичною системою та демократичними інститутами;
- Це багата країна з високим показником ВВП у розрахунку на душу населення.

Пам'ятайте, що глибокий та ретельний аналіз ринку допоможе вам оцінити свої шанси та правильно спланувати стратегію експорту вашого товару до Канади.

На що канадці витрачали гроші у 2015 році?[24]

У 2015 році канадці в середньому витрачали 60 516 канадських доларів на товари та послуги.



2.2. ПОШУК ЦІЛЬОВОЇ ГРУПИ СПОЖИВАЧІВ У КАНАДІ

Будь-який ринок характеризується взаємодією між покупцями і продавцями. Покупці як група визначають попит на ваш товар. Тому перш ніж почати продавати свій товар в Канаду, ви повинні знати, кому саме ви його продаватимете і які потреби споживачів має задовольняти ваш товар.

Спочатку для аналізу попиту на канадському ринку вам слід зосередити увагу принаймні на таких аспектах: [30]

- Визначення тенденцій та уподобань споживачів;
- Аналіз основних характеристик покупців (наприклад, місце проживання, вік, стать, рівень доходу тощо);
- Визначення цільової групи (груп) споживачів.

NB! Останні тенденції у формуванні уподобань канадських споживачів:

За результатами дослідження,[31] проведеного Банком Канади з розвитку бізнесу *(Business Development Bank of Canada),* внаслідок розвитку технологій, змін демографічної ситуації та глобальної рецесії 2007—2008 років поведінка канадських споживачів змінилася, і це відкрило нові можливості для бізнесу.

Розглянемо, наприклад, такі типові тенденції, за якими останнім часом формуються уподобання канадських споживачів; вони можуть відкрити нові можливості для вашої компанії.

Канадські споживачі надають перевагу:

Можливості пошуку в мережі Інтернет до придбання товару;

Здоровому способу життя;

Індивідуальному підходу;

Гарній якості за малу ціну.

«ІНТЕРНЕТ ВПЛИВАЄ МАЙЖЕ НА КОЖЕН АСПЕКТ РІШЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО ПРИДБАННЯ ТОВАРУ»[32]

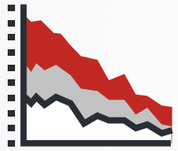
Багато канадців починають процес придбання товару з пошуку в Інтернеті: вони шукають товар в режимі онлайн, уважно вивчають огляди та відгуки, посилання та висновки інших покупців, порівнюють характеристики товару з інформацією з різних веб-сайтів та купують товар через Інтернет. Переважно вони вирішують «купувати або не купувати» за результатами доступних в Інтернеті оглядів та відгуків.

«ТОВАРИ ПОВИННІ СПРИЯТИ ЗДОРОВОМУ СПОСОБУ ЖИТТЯ КАНАДЦІВ»

Канадські споживачі все більше орієнтуються на здоровий спосіб життя. Вони шукають товари, які сприяють зміцненню здоров'я родини, а також товари для занять спортом та активного відпочинку. За оцінками, майже 31% канадських споживачів готові платити більше за товари, корисні для здоров'я.[33] Збільшується попит на здорові продукти харчування, товари для спорту, органічну їжу, харчові добавки, а також свіжі фрукти та овочі.

«ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ПІДХІД, ЩО ЗАДОВОЛЬНЯЄ ПОТРЕБИ КОНКРЕТНИХ СПОЖИВАЧІВ»

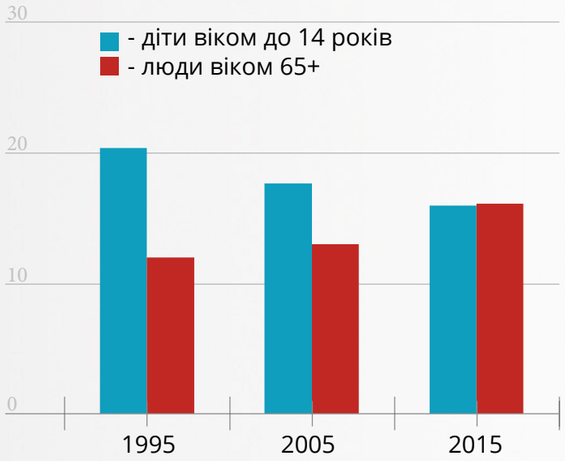
Канадські споживачі бажають мати індивідуальний підхід, який відповідатиме їхнім конкретним потребам. Вони навіть полюбляють брати участь у створенні товару, наприклад, самостійно обирати відтінки чи формувати склад.[34] Отже, товар, що може адаптуватись до потреб конкретного споживача, ймовірно матиме більше шансів на успіх.



«ЗАТЯЖНІ НАСЛІДКИ ЕКОНОМІЧНОГО СПАДУ»

Загалом, канадські споживачі хочуть мати якісний товар за невелику ціну, і ця тенденція посилилася внаслідок нещодавнього економічного спаду.[35]

Уперше кількість осіб віком 65 років та старше перевищує кількість дітей у Канаді

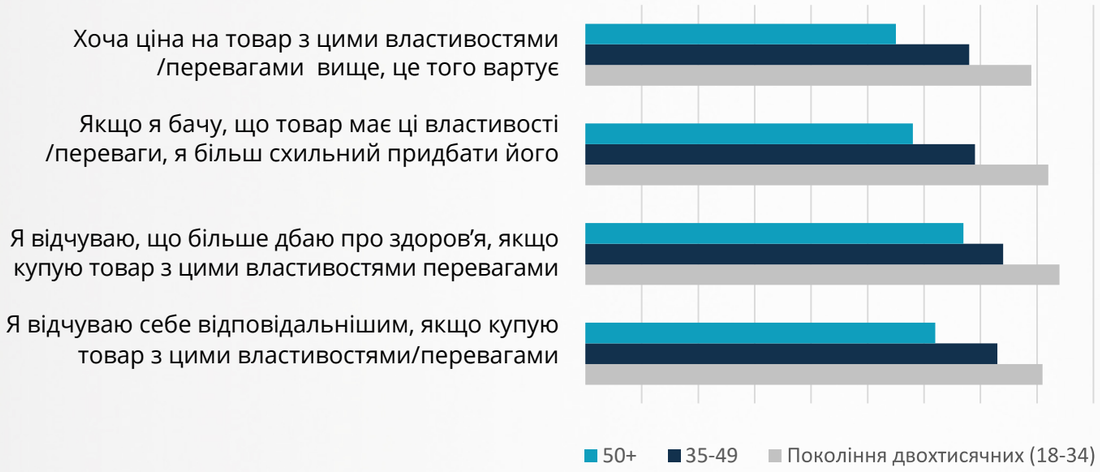


Певну кількість типових тенденцій у поведінці канадських покупців можна пояснити з огляду на демографічний аспект: населення Канади старіє, але стає активнішим; зростає чисельність міських мешканців, а в результаті міграції зростає частка представників різних націй. Отже, ці тенденції формують уподобання споживачів та впливають на види товарів, які вони купують.

Вивчаючи можливості канадського ринку, українському виробнику варто також звернути увагу на зростаючу тенденцію «етичного споживання». Цей вид споживання базується на концепції «голосування доларом». З-поміж споживацьких уподобань Канади варто відзначити, наприклад, бажання купувати меблі, виготовлені з деревини, отриманої з використанням методів раціонального лісокористування; електроприлади, що споживають менше енергії; органічні продукти харчування, тканини та косметику.

Так, приблизно 6 із 10 канадців вважають себе «етичними споживачами» і бажають витрачати свої гроші на продукцію, вироблену із застосуванням певних етичних стандартів.[36] І ця тенденція посилюється. Наприклад, як показує нещодавнє опитування, канадці готові сплачувати на 23% більше за товари, які не пов'язані з використанням дитячої праці.[37]

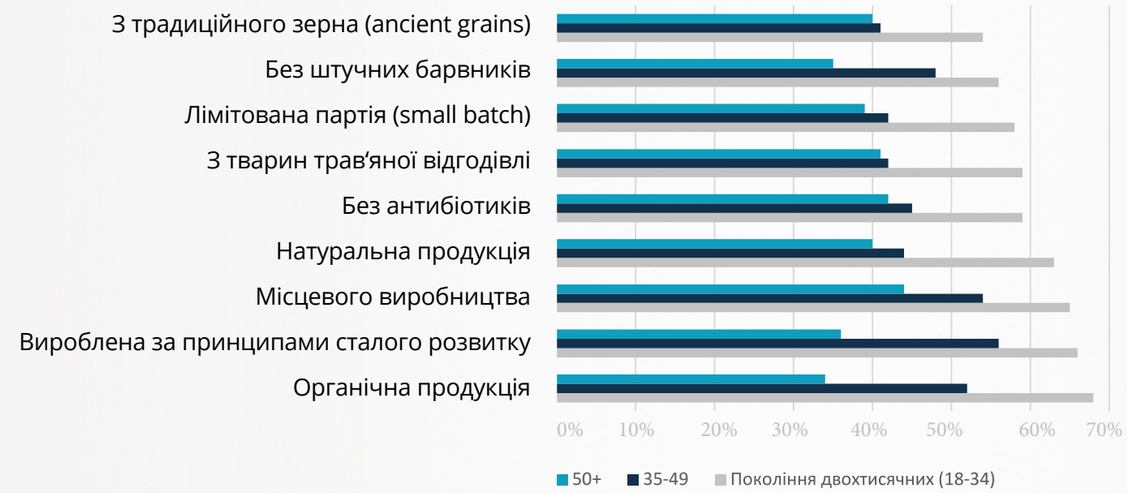
% респондентів, які погоджуються з твердженнями про корисні для здоров'я властивості товару (органічний, холодного віджиму, натуральний, не містить глютену тощо)



Джерело: Звіт "Майбутнє продуктів харчування: Чи готові виробники до потреб покоління двохтисячних" (Report, The Future of Food: Are You Ready for Millennials?), https://www.slideshare.net/marumatchbox/the-future-of-food-are-you-ready-for-the-millennials

Екологічний аспект тенденції етичного споживання в Канаді виявляється в тому, що споживачі надають перевагу продукції, що має найменший негативний вплив на довкілля як на етапах виготовлення, експлуатації, так і по завершенню її життєвого циклу. Наприклад, 86% дорослих канадців зазначили, що купують «зелені» товари та послуги, а 39% населення вважають це новою ринковою нормою.[38] Більше того, 43% канадців згодні сплачувати за такі товари та послуги на 10-20% більше, якщо такі природоохоронні переваги засвідчують незалежні експерти.

За які товари канадці згодні платити більше? [39]



Так само канадських покупців можуть цікавити питання корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та плани керівництва щодо виконання встановлених показників КСВ. Наприклад, щоб мінімізувати свої нефінансові ризики, Loblaw просить своїх постачальників впроваджувати КСВ практики (деталізовані у стандарті ISO 26000) та надавати КСВ звіти. Регламент останніх регулюється стандартом зі Сталого Розвитку Глобальної Ініціативи зі Звітності *(Global Reporting Initiative — GRI).* В Україні Центр «Розвиток Корпоративної Соціальної Відповідальності»[40] може стати чудовим джерелом інформації щодо наявних практик КСВ.

Якщо ви бажаєте орієнтувати свій експорт на етичну ринкову нішу в Канаді, вашій компанії варто ознайомитися та спробувати застосувати такий механізм, як добровільна сертифікація. Звертаємо вашу увагу на те, що ця сертифікація є саме добровільною. Однак не дивуйтеся, якщо ваші канадські партнери зроблять отримання певних сертифікатів умовою майбутньої співпраці з вами.

Міжнародний торговий центр *(International Trade Center, ITC)* — спільна агенція Світової Організації Торгівлі (СОТ) та Організації Об'єднаних Націй (ООН), розмістила онлайн-мапу[41] з інформацією про понад 210 стандартів, кодів поведінки та протоколів аудиту, що стосуються питань сталого розвитку в глобальних каналах поставок товарів та послуг. Для того, щоб дізнатися, які міжнародні стандарти можуть підвищити шанси вашої продукції на канадському ринку, відвідайте веб-сайт: ITC Standards Map [42] (вкажіть Канаду як цільовий ринок).

СЕРТИФІКАЦІЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ — це чудовий приклад добровільної сертифікації, популярність якої зростає з підвищенням рівня інформованості про харчові уподобання та звички споживачів, що стосуються здорового способу життя.

Положення Канади про органічну продукцію, які набули чинності у 2009 році,[43] встановлюють правила торгівлі органічною продукцією на канадському ринку.

Ці Положення містять два державних стандарти (переглянуті у 2015 році):

1

стандарт CAN/CGSB 32.310-2015 — Системи виробництва органічної продукції: загальні принципи та стандарти управління *(Organic Production Systems — General Principles and Management Standards)* [44];

2

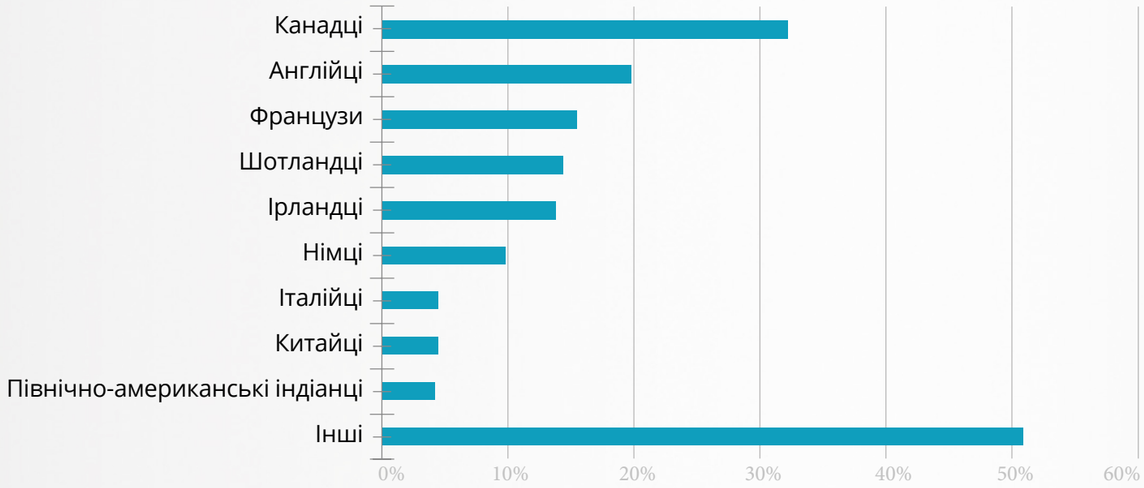
стандарт CAN/CGSB 32.311-2015 — Системи виробництва органічної продукції: переліки дозволених речовин *(Organic Production Systems — Permitted Substances Lists).* [45]

Імпортовані харчові продукти, що претендують на надання їм статусу «органічних», також повинні відповідати вимогам Положень Канади про органічну продукцію і мають бути сертифіковані відповідним сертифікаційним органом, акредитованим в Агентстві з контролю за продуктами харчування Канади *(Canadian Food Inspection Agency, CFIA).*[46] Наразі лише одна організація акредитована Агентством з контролю за продуктами харчування Канади (CFIA) для проведення сертифікації органічних товарів, що ввозяться з України — це *Suolo E Salute Srl* (в Італії).[47] Проте завдяки існуванню Договору про еквівалентність органічних стандартів між США та Канадою (USCOEA), [48] органічні товари, сертифіковані відповідно до Національної органічної програми США *(U.S. National Organic Program, NOP)*, можуть також продаватися на канадському ринку без необхідності проходження додаткової сертифікації.[49]

NB! Культурна та етнічна різноманітність — важлива особливість Канади

Понад 6 мільйонів громадян Канади — це особи, які іммігрували з інших країн; вони представляють близько 20,6% всього населення країни.[50]

Етнічні групи у Канаді, 2011*



Джерело: Canada Demographics Profile 2016

* Сума усіх відсотків становитиме більше 100, оскільки респонденти ідентифіковували себе як представників декількох національностей.

Різноманітність культур може дати вам як експортеру додаткові переваги в Канаді. Наприклад, завдяки чисельності мусульманського населення в Канаді (понад 1 мільйон осіб) в останнє десятиліття істотно зростає сектор харчових продуктів із сертифікацією халяль.[51]

У 2014 році канадські мусульмани витратили близько 1 мільярда канадських доларів на продукти халяль.[52] Очікується подальше зростання цього ринку до 2030 року, оскільки за прогнозами на той момент мусульманське населення Канади становитиме 2,7 мільйони (6,6% від загальної чисельності населення).[53]

Понад 95% мусульманського населення Канади мешкає у містах. Великі мусульманські громади, що існують в Торонто, Калгарі й Едмонтоні, а також у Монреалі, приваблюють сюди вихідців із колишніх французьких колоній Близького Сходу й Північної Африки. [54]

Служба розвитку продукції халяль
www.halalproductservices.com

Агентство моніторингу халяль
www.hmacanada.org

Агентство сертифікації халяль при Ісламському товаристві Північної Америки
www.isnahalal.ca

Для українських компаній, які бажають експортувати свої товари в Канаду, існує безліч ресурсів для визначення розміру та можливостей ринку. Державні[55] та провінційні агентства статистики Канади дають багато інформації про виробництво, обсяги продажів, імпорт, експорт тощо по ключових галузях. Наприклад, Міністерство статистики Канади *(Statistics Canada)* безоплатно надає статистичні відомості на рівні 6-значного коду (за Гармонізованою системою обліку та класифікації товарів). Плата за цю інформацію стягується тільки тоді, коли ви хочете отримати статистичні відомості про імпорт на рівні 10-значного коду. На сайті Міністерства статистики Канади можна також отримати інформацію про розподіл імпорту з розбивкою за провінціями. *Trade Data Online* (онлайн база даних про торгівлю) — також зручний ресурс для отримання інформації про імпорт до Канади товарів в цілому та у розрізі країн — торговельних партнерів.

NB! Визначення коду вашого товару є однією з найважливіших передумов у всіх експортно-імпортних операціях.

Групи, товарні позиції та підпозиції є складовими Гармонізованої системи опису та кодування товарів на рівні 6 знаків (наприклад 1512.19). Наступні чотири знаки у класифікації використовуються країнами для деталізації тарифної класифікації товарів. Так, у Канаді класифікація на рівні 8 знаків має назву тарифна позиція, або англійською tariff item. А класифікація на рівні 10 знаків — класифікаційний номер, або classification number.[56]

Крім того, на сайтах промислових асоціацій, торгово-промислових палат та уряду надається корисна інформація, яка допоможе визначити розмір потенційного ринку та ключові фактори, які впливають на привабливість імпортованих товарів. Перелік ресурсів з корисною інформацією наведено у Додатку II.

Пам'ятайте, що глибокий та ретельний аналіз ринку допоможе вам оцінити свої шанси для успішного експорту в Канаду. Вам обов'язково необхідно звернути увагу на умови конкуренції на ринку Канади (хто і за якою ціною продає аналогічний товар), проаналізувати, як транспортні витрати впливають на конкурентоспроможність вашого товару, які існують вимоги щодо виходу на ринок Канади. Алгоритм, за яким рекомендується вивчати ринок, наведено у Додатку III.

У результаті вивчення ринку ви повинні отримати відповіді на питання, що стосуються традиційних маркетингових факторів (так звані «чотири П» (англійською — 4 Ps), за першою літерою назви цих факторів в англійській мові): товар (product), ціна (price), розміщення на ринку (placement) та просування (promotion).

Отже, уважне поетапне планування експорту допоможе мінімізувати ризики та розробити реалістичну та помірковану стратегію виходу на канадський ринок. При цьому ваша експортна стратегія повинна чітко визначати цілі експорту та методи, які дозволяють їх досягнути. В Інтернеті можна знайти численні шаблони для формування експортної стратегії. Також шаблон для розробки експортної стратегії[57] наведено у Додатку IV, який ви можете використати за основу.

ПОШУК ПАРТНЕРІВ У КАНАДІ

3

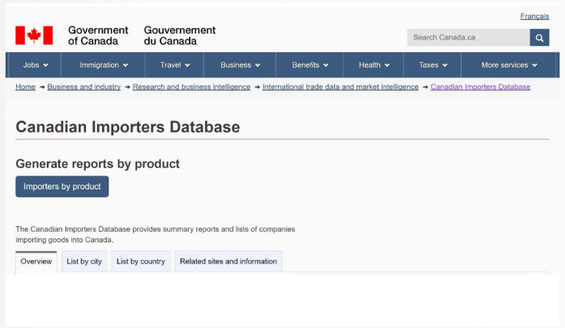
Звісно, що експортні можливості трансформуються у реальні продажі тоді, коли ви знайдете покупця свого товару в Канаді. Тому в цьому розділі ми розглянемо основні інструменти пошуку партнерів у Канаді — від пошуку у базах даних до участі в торгових виставках та реєстрації компанії в Канаді.

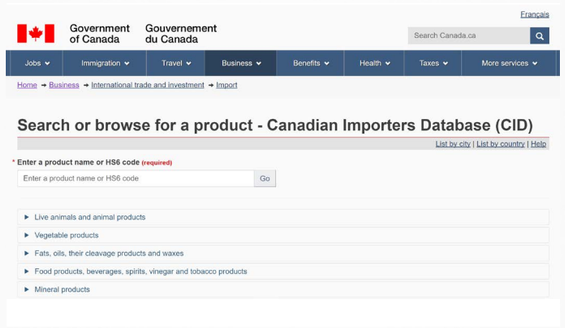
Крім простого пошуку потенційного канадського партнера через Інтернет, у Канаді існує безліч ресурсів, що допоможуть вам у цій справі. Одним з таких ресурсів є

БАЗА ДАНИХ КАНАДСЬКИХ ІМПОРТЕРІВ
(Canadian Importer Database),

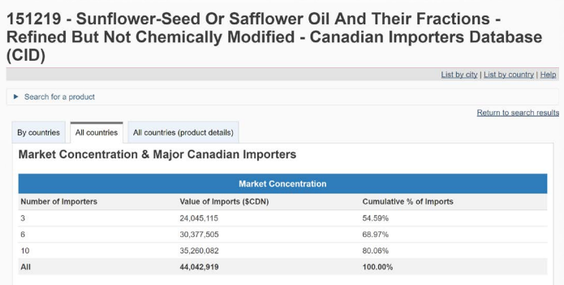
яку веде Міністерство з інновацій, науки та економічного розвитку Канади *(Federal Department of Innovation, Science and Economic Development)*. База даних канадських імпортерів містить переліки компаній, які імпортують товари в Канаду, з розбивкою за продукцією, містами, країною походження; ознайомитися з цією інформацією можна на офіційному веб-сайті.[58] Слід звернути увагу на те, що не завжди можна знайти повний перелік імпортерів певного товару, оскільки обсяг даних залежить від конкретного товару та зумовлений необхідністю забезпечення конфіденційності.

Обравши для пошуку позицію «імпортери за типом товару» (importers by product), ви перейдете до поля, в якому слід ввести 6-значний код вашого товару (наприклад, для соняшникової олії — це код 1512.19). Інколи, знайти товар може виявитись важко, якщо ви не знаєте його коду.





Обравши код товару та назву, ви перейдете до вікна, в якому буде показана кількість імпортерів, на яких припадає 80% від усього обсягу імпорту цього товару в Канаду. Зазвичай ці відомості надаються за період від 18 до 24 місяців до дати пошуку.



Наш пошук показав, що в Канаді 10 імпортерів соняшникової олії (деякі мають американські адреси) імпортують 80% усього обсягу імпортованої соняшникової олії на суму 29,3 мільйони канадських доларів (за даними 2014 року). Ще двадцять відсотків сукупного обсягу імпорту (7,6 мільйонів канадських доларів) припадають на менших імпортерів.

Display companies with addresses in:

All Province/Territories | Display

Export List to Excel

Filter items | Showing 1 to 10 of 10 entries | Show 10 entries

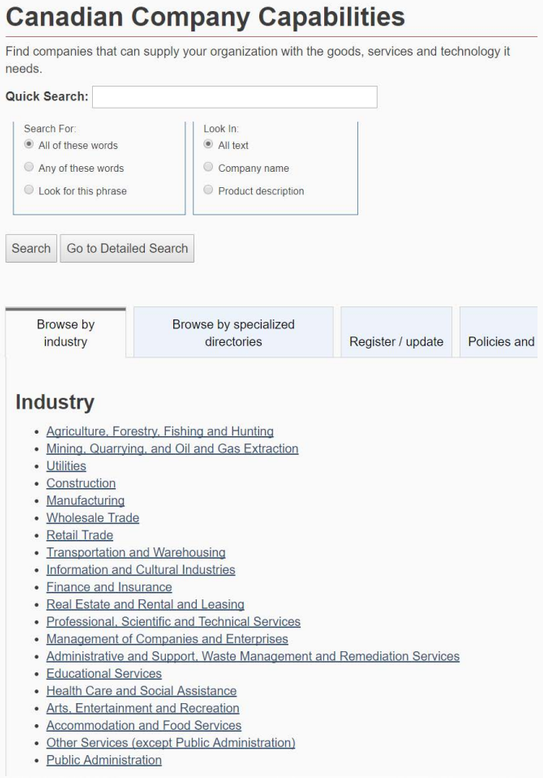
Major Canadian Importers [2] in 2015

Company Name (alphabetical order)	City	Province	Postal code [3]
ARCHER-DANIELS-MIDLAND COMPANY	Decatur	Illinois	
CALDIC CANADA INC.	Mississauga	Ontario	L5N 8E2
CARGILL LIMITED	Winnipeg	Manitoba	R3C 4C5
CARGILL, INCORPORATED	Wayzata	Minnesota	
DAIYA FOODS INC.	Vancouver	British Columbia	V5M 3T7
L.V. LOMAS LIMITED/ L.V. LOMAS LIMITEE	Brampton	Ontario	L6T 4V2
NORTHERN ALLIANCE COMMODITIESINC.	Windsor	Ontario	N8N 2L9
NORTHERN GOLD FOODS LTD.	Port Coquitlam	British Columbia	V3C 3T7
STRATAS FOODS LLC	Cordova	Tennessee	
UNILEVER COSMETICS INTERNATIONAL CANADA	Toronto	Ontario	M4W 3R2

Ще одна подібна база даних, яку також адмініструє Міністерство з інновацій, науки та економічного розвитку Канади *(Federal Department of Innovation, Science and Economic Development)* — це

ДОВІДНИК КАНАДСЬКИХ КОМПАНІЙ

(Canadian Company Capabilities Directory),[59] в якому міститься більш повна інформація про компанії. Цей ресурс дає також можливість пошуку за галузями. Так, наприклад, якщо ви здійснюєте пошук за категорією «імпортери одягу» (clothing importers), ви отримаєте перелік близько 30 канадських компаній, часто з посиланнями на їх веб-сайти, на яких можна детальніше вивчити необхідну вам інформацію. У цю базу даних включені переважно канадські виробники; але інколи в неї включають і дистриб'юторів.



КАНАДСЬКА СЛУЖБА СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ

(TFO Canada)[60] також може надати цінну допомогу. Ця некомерційна неурядова організація (NGO), яку частково фінансує уряд Канади через Міністерство міжнародних справ Канади *(Global Affairs Canada)*, має мандат на надання допомоги у виході на канадський ринок малим та середнім компаніям-експортерам з країн, що розвиваються.

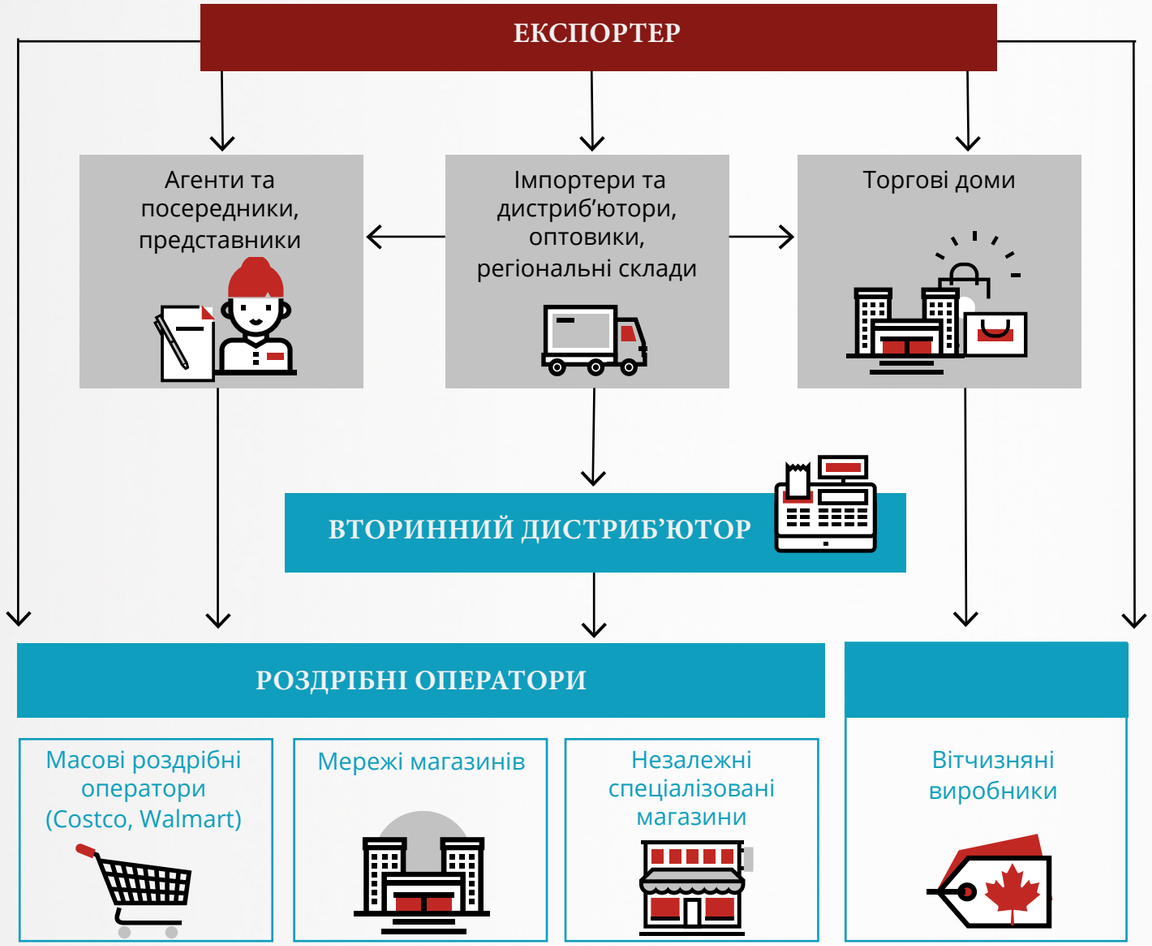
Компаніям, які реєструються на сайті TFO Canada, пропонуються численні корисні ресурси, наприклад, галузеві дослідження канадського ринку: одягу та текстильних виробів, взуття, готових продуктів харчування, домашнього декору, будівельних матеріалів тощо. Компанії, що здійснюють експорт не менше одного року, можуть користуватися додатковими послугами TFO Canada з налагодження контактів з потенційними партнерами в режимі онлайн.

У пошуках канадського партнера ви також можете звернутись до Посольства України в Канаді.[61] Ще одна можливість — це адресувати запитання до Канадсько-Української Торгової Палати[62] та Офісу з просування експорту при Міністерстві економічного розвитку та торгівлі України (контактна інформація міститься у Додатку II).[63]

3.1. ОБРАННЯ ПРАВИЛЬНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ

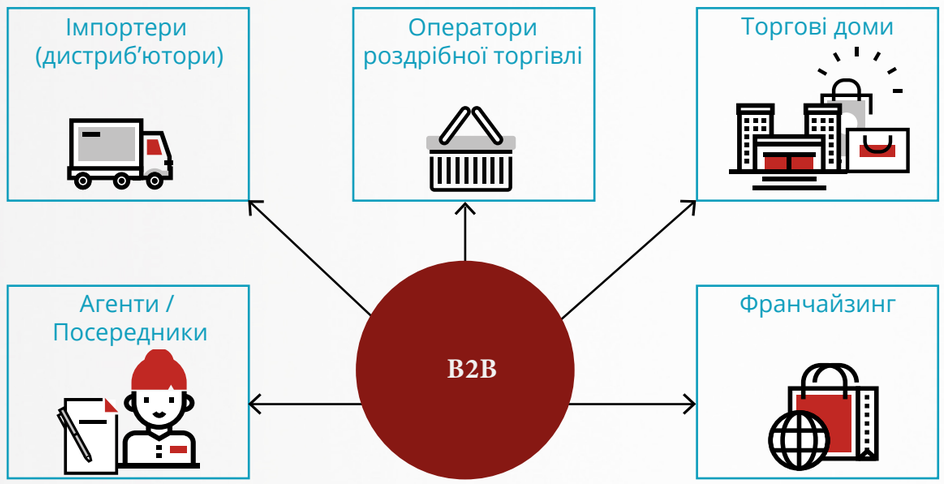
Насправді не існує «гарних» і «поганих» маркетингових стратегій, і ваша успішність буде залежати від обраного партнерства та виробленого вами плану співпраці. Завжди виникатиме питання, які обсяги ви зможете постачати та які темпи зростання ви будете здатні підтримувати згодом. Крім того, вам потрібен партнер із впевненою позицією на ринку, особливо з точки зору надання додаткових послуг. Партнер у Канаді, залежно від типу продукції, може запропонувати гарантійне обслуговування, ремонт, різні види кредитування/фінансування клієнтів та післяпродажне обслуговування (очевидно, не безкоштовне).[64]

На схемі нижче узагальнено різні підходи, які можна застосовувати для виходу на канадський ринок.



B2B

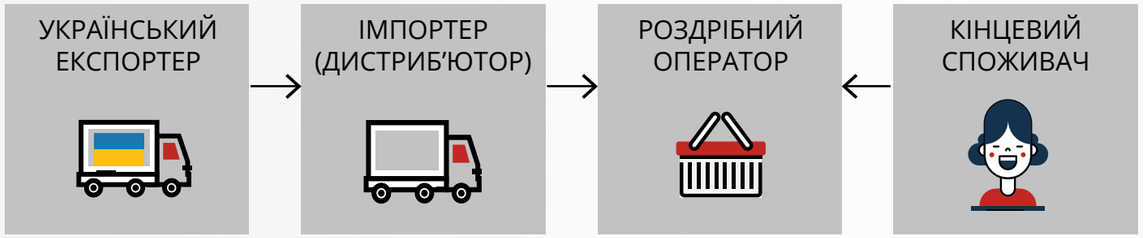
Найбільш традиційною моделлю є «бізнес до бізнесу», або B2B. Вона найчастіше застосовується у Канаді. Фактично така модель передбачає вашу роль як постачальника, який продає товари імпортерові (що часто визначається як дистриб'ютор), який буквально «купує і збуває» вашу продукцію підприємству роздрібної торгівлі, яке, у свою чергу, продає її своїм споживачам. Це проста модель, яка дійсно працює і довела свою високу ефективність.



ІМПОРТЕРИ (ДИСТРИБ'ЮТОРИ)

Імпортер або дистриб'ютор зазвичай купує вашу продукцію і фактично стає її власником, сплативши вам за неї напряму. Наприклад, якщо імпортер сплатив за неї на умовах *FOB*[65], щойно продукцію буде завантажено на судно в Україні, вона стає товаром імпортера. Коли цей товар прибуде до Канади та пройде митне оформлення, його зазвичай розміщують на складах імпортера до того, як здійснюватиметься кінцева дистрибуція до клієнтів імпортера. Загалом такими клієнтами є роздрібні оператори, які здійснюють продажі з відкритих точок на вулиці або відділів у гіпермаркетах та торгових центрах.

Деякі імпортери не мають власної інфраструктури збуту й користуються послугами дистриб'ютора, щоб встановити зв'язки з роздрібними операторами на канадському ринку. Інші імпортери мають власний парк транспортних засобів для доставки товару операторам роздрібної торгівлі. Дехто може навіть користуватися послугами агентів на різних територіях, наприклад, у сфері торгівлі подарунковою продукцією та одягом.



Врахуйте, що імпортери можуть зосереджувати свою діяльність або на конкретному регіоні Канади, або на певній продукції:

РЕГІОН

Імпортери можуть охоплювати лише окремі провінції Канади, наприклад, Онтаріо та Квебек. Слід пам'ятати, що на ці дві провінції припадає біля 60% канадського ринку з огляду на чисельність населення та обсяги внутрішніх продажів. Більшість імпортерів присутні в цих двох провінціях, причому основна маса імпортерів діє в межах агломерації Торонто. Багато імпортерів також присутні в Монреалі та прилеглих територіях (у провінції Квебек). Інші імпортери охоплюють своєю мережею всю країну.

ПРОДУКЦІЯ

Деякі імпортери обирають спеціалізацію на конкретних товарних групах, наприклад, таких, як тропічні фрукти та овочі, на відміну від інших, які імпортують усі категорії фруктів та овочів.

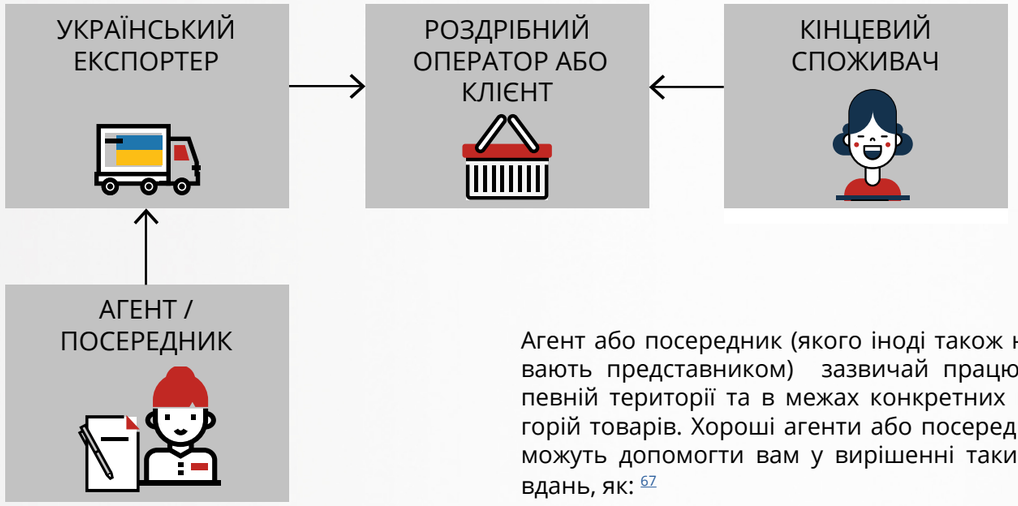
> **NB!** Під час зустрічі з імпортерами обов'язково поцікавтесь у них, у яких регіонах/провінціях Канади вони працюють, який обсяг їхніх товарних асортиментів і скільки видів товарів вони реалізують.

Маржа дохідності на рівні імпортера (з власною дистриб'юторською мережею) в середньому складає від 10% до 40% залежно від галузі та обсягів збуту. Якщо дистриб'ютори діють окремо, вони зазвичай отримують від 10% до 15% за послуги зі збуту продукції. Роздрібні торговельні підприємства, у свою чергу, мають коефіцієнт дохідності в 30% — 40% (інколи вище), коли встановлюють роздрібні ціни на продукцію для споживачів.

NB! Ці цифри слід сприймати як узагальнені приблизні показники, оскільки вони істотно коливаються не лише залежно від галузі, але й від компанії.

Як і в більшості інших країн, у Канаді є різні типи роздрібних торгівельних операторів — деякі з них спеціалізуються на конкретних товарних лініях, інші охоплюють широкий спектр різних товарних ліній. Одні являють собою одиничні крамниці, інші входять до невеликих мереж у межах певного регіону або країни в цілому. Ще інші належать великим мережам супермаркетів або торгових центрів, про які мова піде далі. Канадська рада з питань роздрібної торгівлі *(Retail Council of Canada)* пропонує різні інструменти та дослідження, які дають змогу краще зрозуміти сферу роздрібної торгівлі в Канаді.[66] Наприклад, ви можете ознайомитись із *Canadian Retailer Magazine.*

АГЕНТИ / ПОСЕРЕДНИКИ



Агент або посередник (якого іноді також називають представником) зазвичай працює на певній території та в межах конкретних категорій товарів. Хороші агенти або посередники можуть допомогти вам у вирішенні таких завдань, як: [67]

- визначення цільових ринкових сегментів у Канаді;
- представлення ваших інтересів на торгових виставках;
- виконання функцій основної контактної особи для отримання замовлень;
- управління службою підтримки клієнтів;
- організація поставок товарів та підготовка документації;
- розробка рекламних матеріалів;
- надання інформації про місцеву ділову практику, законодавство та культурні традиції;
- рекомендації з питань фінансування, транспорту, митного оформлення та інформування щодо регуляторних вимог до вашої продукції.

Співпраця з агентами або посередниками в Канаді поширена в таких сферах, як, наприклад, торгівля одягом та харчовою делікатесною продукцією. Часто агенти мають дуже широкі мережі клієнтів і контактів. Приміром, агент може мати клієнтів на рівні супермаркету або серед закладів громадського харчування (наприклад, ресторани та готелі). Обрання варіанту співпраці з агентом може виявитися вдалою стратегією для малого та середнього бізнесу, що працює під власним брендом. Однак, якщо ви обрали саме цю стратегію, вам слід ретельно вивчити наявні пропозиції та обрати собі агента, попередньо отримавши щодо нього/неї позитивні рекомендації.

NB! Експортерів в Україні насамперед цікавлять контакти агентів у Канаді.

Наприклад, ви можете ознайомитись зі звітом «Agent and Broker Directory — Central Canada» (CA11025), підготовленим Агенством із сільського господарства США *(USDA Foreign Agricultural Service)*.[68] Врахуйте, що даний звіт датується 2011 роком та містить контакти агентів/брокерів у сегменті харчової промисловості в Онтаріо та Квебеці.

ФРАНЧАЙЗИНГ

Варіант франчайзингу прийнятний скоріше для більших і визнаних компаній з відомими брендами, які прагнуть розширення на міжнародному рівні. Міжнародна асоціація франчайзингу *(International Franchising Association)*[69] визначає франчайзинг як спосіб розширення бізнесу та дистрибуції товарів і послуг через ліцензійні відносини. У даний час у п'яти канадських провінціях діють закони про розголошення інформації, що мають безпосередній стосунок до франчайзингу: Онтаріо, Альберта, Манітоба, Нью-Брансвік та Острів Принца Едварда. У провінції Квебек цивільне законодавство містить окремий перелік положень стосовно франчайзингу.[70]

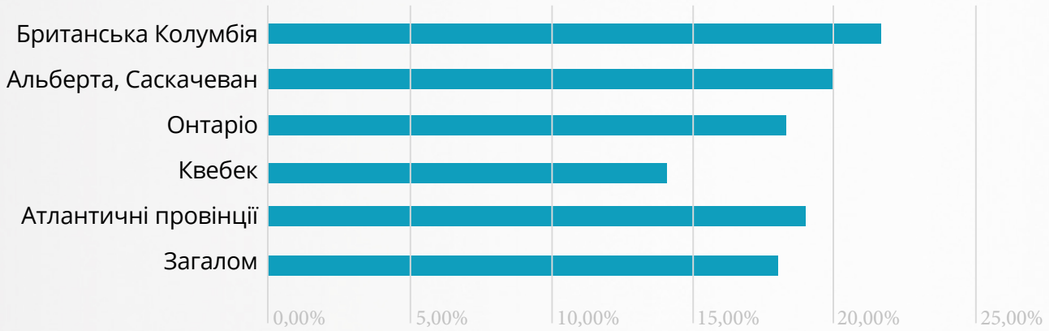
ТОРГОВІ ДОМИ

Як правило, торгові доми діють у багатьох різних секторах, найчастіше в харчовій та основних галузях промисловості. Їхніми клієнтами часто є виробники, які, у свою чергу, могли б використовувати вашу продукцію для виготовлення інших виробів з доданою вартістю. Вони можуть бути покупцями, продавцями або одночасно і покупцями, і продавцями, та спеціалізуватися зазвичай на певних групах країн або конкретних галузях промисловості.[71]

ОПЕРАТОРИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Існує ще один варіант, який передбачає здійснення продажів безпосередньо роздрібному операторові без жодних посередників (таких, як агенти чи дистриб'ютори). Хоча такий підхід може спочатку видаватися привабливим і вигідним з огляду на потенційну маржу прибутку, прямі продажі роздрібним операторам пов'язані з певними викликами, особливо для малих і середніх підприємств, які не мають статусу резидента в Канаді. Для того, щоб імпортувати напряму, роздрібні оператори повинні замовляти достатньо великі обсяги товарів, інакше прямий імпорт себе не виправдає. Іншими словами, вони повинні мати достатньо магазинів та мати достатні обсяги продажів, щоб повністю перейти до прямих закупівель вашої продукції.

Частки збуту під власною маркою у Канаді



Джерело: Nielsen Market Track, 2014, на основі даних реалізації розфасованої продукції
* Атлантичні провінції – це Нова Шотландія, Острів Принца Едварда, Ньюфаундленд і Лабрадор, Нью Брансвік.

Слід пам'ятати, що імпорт — це затратна діяльність, пов'язана з великою кількістю супутніх завдань і витрат. Тому серед роздрібних операторів, які імпортують напряму в основному мережі з реалізації продуктів харчування (мережі супермаркетів), одягу, подарунків та інструментів, а також універмаги. Вони шукають постачальників із-за кордону з тієї ж причини: намагаючись уникнути залучення посередника в мережі постачання. Проте для того, щоб налагодити співпрацю з постачальником (або продавцем), роздрібний оператор повинен враховувати не лише фінансові аспекти, але й номенклатуру товарів.

Установлення зв'язків з новим постачальником передбачає взяття на себе істотних зобов'язань як роздрібним оператором, так і вами як постачальником. Крім того, роздрібний оператор висуне багато вимог, часом досить жорстких, які буде дуже складно виконати, особливо не маючи присутності на канадському ринку.

Наприклад, у харчовій галузі група компаній Loblaw розмістила на своєму веб-сайті кілька цікавих документів, пов'язаних з вимогами до виробників або постачальників продукції, кодексами поведінки, етичними аспектами вибору постачальників тощо.[72]

Такі роздрібні оператори, як *Loblaws, Sobeys* та *Metro*, мають вимоги до виробників та постачальників стосовно виробничих стандартів, яких ті мають дотримуватися. При цьому, ці вимоги конфіденційні й відрізняються в різних компаніях. Однак загалом вони стосуватимуться сфер, пов'язаних із питаннями персоналу, безпеки, управління, дій у надзвичайних випадках, обладнання та детальної інформації про продукцію.

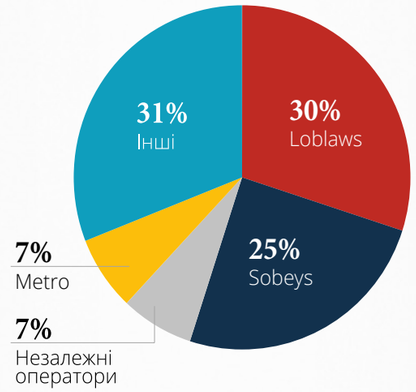
Міжнародні та великі канадські роздрібні торгівельні компанії купують товари безпосередньо в експортерів в одних секторах, тоді як агенти/посередники зазвичай діють в інших. Різні великі групи замовників (такі, як *United Grocers Inc. ma Distribution Canada Inc.* у секторі сільськогосподарської продовольчої продукції) дозволяють великим і дрібним роздрібним операторам об'єднуватися в групи для здійснення закупівель.

Сфера роздрібної торгівлі в Канаді надзвичайно конкурентна й представлена багатьма гравцями. Нижче міститься огляд найбільших роздрібних операторів, які діють у Канаді.[73]

МАГАЗИНИ МАСОВОЇ ТОРГІВЛІ УНІВЕРМАГИ (DEPARTMENT STORES)

Нещодавно в Канаді також відкрила своє представництво американська мережа Nordstrom. Компанія Hudson's Bay Co (HBC) придбала американську мережу Saks Fifth Avenue і вивела цей бренд на ринок Канади.

Супермаркети та продовольчі магазини
Обсяг ринку — 80 млрд. доларів (2014)



Джерело: IBISWorld Industry Report 44511CA, Лютий 2015

НАЙБІЛЬШІ СУПЕРМАРКЕТИ В КАНАДІ

Бренди: Loblaws, No Frills, Extra Foods, Loblaws City Market, Real Canadian Superstores, Bloor Street Market, Fortinos, Independent, Valu-Mart, Zehrs, Maxi/Maxi Cie, Provigo, Save Easy, Atlantic Superstores, Dominion, Shoppers Drug Mart, T&T Supermarket.

НЕЗАЛЕЖНІ РОЗДРІБНІ ОПЕРАТОРИ

Канадська федерація незалежних роздрібних операторів *(Canadian Federation of Independent Grocers)*[74] представляє інтереси понад 4 тисяч незалежних роздрібних торгівців бакалійно-гастрономічними товарами з усієї Канади. На незалежних роздрібних операторів припадає 7% ринку, або приблизно така ж частка, як і в Metro.

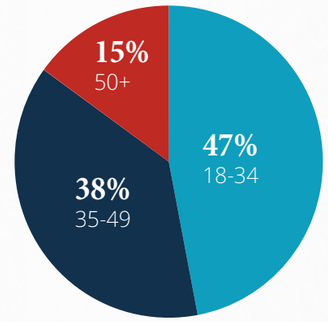
Одним з найбільших серед незалежних роздрібних операторів є Overwaitea Food Group із заходу Канади, що діє під брендами Save-On-Foods, Urban Fare, Cooper's Foods, PriceSmart Foods та Bulkley Valley Wholesale.

B2C

Варто згадати ще одну модель — B2C («бізнес споживачу»), яка діє або через засоби електронної торгівлі, або на підставі спеціальних контрактів, за якими ви зазвичай створюєте продукт для кінцевого споживача. Багато канадців купують в режимі онлайн через інтернет-магазини у США. Проте онлайн-купівля в Канаді все ще набагато менш поширена, ніж у США.

Серед інших найбільших спеціалізованих роздрібних продуктових торгівельних компаній — Longo Brothers Fruit Markets (Торонто), Pete's Fine Foods (Нова Шотландія), Fresh St. Market (Ванкувер), та Farm Boy (захід/центр Онтаріо).

Скільки споживачів готові купувати онлайн залежно від віку, %



Джерело: Звіт «Майбутнє продуктів харчування: Чи готові виробники до потреб покоління двохтисячних» (Report, The Future of Food: Are You Ready for Millennials?), https://www.slideshare.net/marumatchbox/the-future-of-food-are-you-ready-for-the-millennials

AMAZON

— один із провідних роздрібних операторів у Канаді, що діє у сфері електронної торгівлі. Імовірно, для вас не матиме сенсу доставляти товар безпосередньо зі свого складу, оскільки для цього потрібні відповідні можливості для подолання відстані та покриття транзакційних, експлуатаційних і транспортних витрат. Проте це може спрацювати, якщо ви будете доставляти товари відразу до складу Amazon, який надалі доставлятиме товар кінцевому споживачеві.[75]

Створений та розташований у Канаді справжній гігант Shopify, [76] імовірно, прискорить зростання обсягів торгівлі онлайн у Канаді, оскільки продовжує розробляти програмне забезпечення для інтернет-магазинів та систем касових терміналів. Якщо ви хочете дослідити цей сегмент ринку, *E-Market Services Online Company* публікує довідник світових ринків електронної торгівлі з розбивкою на регіони, країни та галузі. Цей ресурс також пропонує інструменти для оцінки цих ринків.[77]

> **NB!** За результатами 2014 року канадські компанії продали товарів та послуг через Інтернет на суму понад CAN$136 млрд. Приблизно кожна п'ята компанія в Канаді крім веб-сайту має також його мобільну версію. Компанії, які мають таку можливість, здійснюють майже чверть своїх продажів у режимі онлайн.[78]

ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ (B2G)

Як і більшість урядів, федеральний уряд Канади та уряди провінцій оголошують тендери на придбання багатьох товарів та послуг. У Канаді федеральний уряд є, фактично, одним з найбільших покупців товарів та послуг, оскільки закуповує їх щороку приблизно на 16,5 млрд. канадських доларів.[79] Агенція публічних робіт та державних послуг Канади *(Public Works and Government Services Canada, PWGSC)* відіграє при цьому ключову роль, допомагаючи федеральним міністерствам та агенціям у визначенні їхніх вимог або обсягів робіт при закупівлях та отриманні того, що їм потрібно, за найкращу можливу ціну. Агенція публічних робіт та державних послуг Канади купує понад 15 тисяч видів товарів та послуг у компаній приватного сектору.[80] Канадський уряд має власний перелік правил та вимог до контрактів на закупівлі, з якими можна ознайомитися на веб-сайті Міністерства юстиції Канади.[81]

Процедура закупівель може бути конкурентною або неконкурентною.

У межах конкурентної процедури Агенція публічних робіт та державних послуг Канади купує товари та послуги через:

- Контракти;
- Фіксовані пропозиції (Standing Offers) та домовленості про постачання (Supply Arrangements).

До того ж, у Канаді розрізняють два види процесу закупівель на основі контракту:[82]

ТИП ЗАКУПІВЛІ	ОПИС
Закупівлі на суму до 25 тисяч канадських доларів	Недорогі закупівлі, які можуть (але не обов'язково) супроводжуватися конкурсними торгами. Постачальників часто обирають через Інформаційну систему реєстрації постачальників *(Supplier Registration Information system, SRI)*, коли оголошуються фіксовані пропозиції та домовленості про постачання.
Закупівлі на суму понад 25 тисяч канадських доларів	Тендерні пропозиції зазвичай публікуються на веб-сайті «Тендери» (Tenders). [83] Існують три основні типи конкурсних торгів: 1) Подання електронної тендерної заявки (наприклад, через ресурс buyandsell.gc.ca); 2) Традиційні конкурсні торги; 3) Повідомлення про попереднє укладання контракту (ACAN).[84]

Фіксовані пропозиції та домовленості про постачання не є юридичними зобов'язанням між органом федерального уряду та потенційним постачальником відповідних товарів та послуг.[85]

ФІКСОВАНА ПРОПОЗИЦІЯ [86]

ДОМОВЛЕНІСТЬ ПРО ПОСТАЧАННЯ [87]

ПОДІБНІСТЬ

- Містять основні попередньо визначені умови, які застосовуватимуться до майбутніх тендерів.
- Не є юридично обов'язковим контрактом між органом федерального уряду та постачальником.

ВІДМІННІСТЬ

- Фіксована пропозиція — це пропозиція від потенційного постачальника про надання товарів та/або послуг за попередньо узгодженими цінами на встановлених умовах, коли і як це потрібно.
- При наданні згоди зі сторони органу, що здійснює закупівлі, фіксована пропозиція перетворюється на контракт.
- Домовленість про постачання допомагає встановити групу потенційних постачальників.
- Усі вимоги не визначаються заздалегідь.
- Договірні зобов'язання виникають при укладанні контракту.

Неконкурентна процедура закупівель дозволена у виняткових випадках, наприклад:[88]

- Надзвичайна ситуація;

- Лише одна особа може виконати роботу;

- Розголошення тендерної пропозиції не відповідає суспільним інтересам (наприклад, у проектах з національної безпеки або оборони).

Щоб побачити список чинних оголошених тендерів, вам потрібно зайти на веб-сайт: buyandsell.gc.ca/tenders. [89]

Доступ вільний і не вимагає жодної реєстрації. Для того, щоб узяти участь у тендері, необхідно зареєструватися в Інформаційній системі реєстрації постачальників (SRI).[90] Зареєструвавшись у системі, ви отримаєте Закупівельний Бізнес Номер *(Procurement Business Number, PBN),* що є обов'язковою вимогою для участі у публічних закупівлях. [91]

Зверніть увагу, що перед тим, як зареєструватися в Інформаційній системі реєстрації постачальників (SRI), вам потрібно мати Бізнес Номер *(Business Number)*. Нерезиденти можуть отримати його, заповнивши форму RC1 — заявку на отримання бізнес-номера, і відправивши її факсом або поштою до відповідного офісу обслуговування платників податків — нерезидентів (для України — це Офіс послуг з оподаткування провінції Нова Шотландія).[92]

Слід зауважити, що попри те, що офіс, який обслуговує заявки з України, розташовано в Галіфаксі, Нова Шотландія, він також відповідає за заявки по всій Канаді.

Якщо ви зателефонуєте за вказаним номером до офісу в Новій Шотландії, то під час очікування відповіді на ваш телефонний дзвінок автовідповідач повідомить, що коли ви бажаєте зареєструвати бізнес як нерезидент, ви маєте надрукувати у вікні пошуку («Search») на веб-сайті Канадського податкового агентства *(Canada Revenue Agency)*[93] фразу «RC1». Далі, за інструкціями, ви отримаєте форму заявки на отримання Бізнес Номера.[94]

Насамкінець, зверніть увагу на те, що тендерні заявки щодо деяких послуг та будівельних робіт не публікуються на веб-сайті «Тендери». Інформацію про них можна знайти в таких базах даних онлайн, як ProServices[95] та SELECT. На ресурсах ProServices та SELECT[96] можна зареєструватися після того, як ви зареєструєтеся в Інформаційній системі реєстрації постачальників (SRI).

ОФІС З ПИТАНЬ ОПОДАТКУВАННЯ, НОВА ШОТЛАНДІЯ :

Post Office Box 638, Station Central
Halifax NS B3J 2T5

Телефон: 902-426-5150
Факс: 902-450-8558

Час роботи: 8:30 — 16:30,
з понеділка по п'ятницю.

3.2. ТОРГОВІ ВИСТАВКИ В КАНАДІ

Якщо ви маєте можливість особисто приїхати до Канади, вам варто спланувати відвідання, або ще краще — участь у канадській торговій виставці. Це було б одним з найкращих способів познайомитися з потенційними покупцями та оцінити ринок, провівши певні ринкові дослідження того, які товари або послуги пропонуються на ринку, і як можна позиціонувати вашу продукцію в умовах конкуренції.

ТОРГОВІ ВИСТАВКИ

— один з найкращих способів встановлення галузевих контактів і пошуку покупців.

Загалом Канада не вважається популярним місцем проведення торгових виставок міжнародного рівня, особливо якщо порівняти з подібними, наприклад, у Німеччині чи США. Однак Канада відома у світі завдяки своїй виставці Асоціації геологорозвідників та девелоперів *(Prospectors & Developers Association of Canada)* у сфері розвідки родовищ корисних копалин, яка проходить, зазвичай, у березні кожного року в Торонто.[97] Є ще кілька менших, але все ж важливих виставок, які відбуваються щороку. Наприклад, основними виставками у секторі продуктів харчування та напоїв є такі:

Salon international de l'alimentation (SIAL)[98]
(виробництво/переробка харчових продуктів та спеціалізоване обладнання);

Виставка Асоціації маркетингу канадської продукції
(Canadian Produce Marketing Association, CPMA)[99]
(свіжі продукти харчування);

Продовольчі інновації Канади
(Grocery Innovations Canada)[100]
(свіжі продукти харчування та переробка);

Виставка Канадської асоціації здорової їжі
(Canadian Health Food Association, або CHFA)[101] (делікатеси, продукти для здорового харчування);

Канадська виставка кави та чаю
(Canadian Coffee and Tea Show).[102]

Більш повну інформацію про торгові виставки, ви можете зайти за посиланнями нижче:

Events in America —
www.eventsinamerica.com
(включаючи Канаду);

EventsEye —
www.eventseye.com (світ);

Trade Show News Network —
www.tsnn.com
(світ, найповніший перелік).

Нижче коротко про найбільші торгові виставки у Канаді.

ХАРЧОВА ПРОДУКЦІЯ ТА НАПОЇ

Salon international de l'alimentation
www.sialcanada.com
Спеціалізація на продуктах переробки сільськогосподарської та харчової промисловості та напоях

Асоціація маркетингу канадської продукції
www.convention.cpma.ca
Спеціалізація на свіжих продуктах

Продовольчі інновації Канади
www.cfig.ca/grocery

Канадська асоціація здорової їжі
www.chfa.ca
Натуральна та органічна продукція
Три виставки: CHFA Захід, CHFA Схід та CHFA Квебек

Канадська виставка кави та чаю
www.coffeeteashow.ca

Продовольчі товари та делікатеси, Захід
www.cfig.ca/grocery

ПОДАРУНКОВА ПРОДУКЦІЯ, ТОВАРИ ДЛЯ ДОМУ ТА МЕБЛІ

Три виставки: Ярмарок подарунків у Торонто, Ярмарок подарунків у Квебеку та Ярмарок подарунків у Альберті
www.cangift.org
Товари для дому, вироби ручної роботи, домашній декор

www.canadianfurnitureshow.com
Меблі

www.interiordesignshow.com
Облаштування, кріплення, аксесуари

Канадська національна виставка та конференція дизайну та архітектури
www.iidexcanada.com

Виставка дизайну в Монреалі
www.sidim.com

МОДА ТА ЮВЕЛІРНІ ВИРОБИ

www.torontoshoeshow.com
Взуття, сумки, аксесуари

www.modeaccessories.com
Аксесуари для жінок, повсякденний одяг та модні речі

www.llha.ca
Багаж, шкіряні вироби, жіночі сумки та аксесуари (LLHA)

БУДІВНИЦТВО, КОНСТРУКЦІЇ, КВІТНИЦТВО/САДІВНИЦТВО

www.thebuildingsshow.com
Дизайн, будівництво, нерухомість

www.buildexvancouver.com
Будівництво, ремонт, архітектура, дизайн інтер'єру

www.canadablooms.com
Квіти та садівництво

Для виробників сільськогосподарської продукції цікавим також буде список торгових виставок у різних провінціях Канади — http://www.agr.gc.ca/eng/industry-markets-and-trade/agriculture-and-food-trade-show-service/canada/?id=1410072148326

Як відомо, торгові виставки загалом вважаються дорогими заходами через вартість обладнання, облаштування та технічні вимоги. Не відкладайте прийняття рішень, оскільки ваші витрати можуть суттєво збільшитися. Для прикладу, порівняйте ціни за оренду виставкового майданчика на виставці SIAL 2017 у Торонто.[103] Місце площею 10x10 футів [100 квадратних футів] коштувало від 2 975 канадських доларів до листопада 2016 року, та вже до 3 400 канадських доларів після листопада 2016 року.

Майданчик у 100 квадратних футів — найменший за розміром, що пропонується окремим компаніям-учасникам.

Слід мати на увазі, що в разі, якщо ви бажаєте відправити на виставку харчову або рослинну продукцію, вона має відповідати регуляторним вимогам Канади, оскільки імпорт їжі та продуктів садівництва до Канади підлягає суворому контролю. Ознайомтесь з більш детальною інформацією про ці вимоги на сайті Агентства з контролю за продуктами харчування (CFIA).[104] Також скористайтеся Автоматизованою довідковою системою з питань імпорту *(Automatic Import Reference System, AIRS)*,[105] щоб ознайомитися з вимогами стосовно вашої продукції (серед варіантів цільового призначення («End Use») оберіть «Show or Exhibition»).

3.3. ВІДКРИТТЯ БІЗНЕСУ В КАНАДІ

Після того, як ви встановили міцні ділові стосунки з бізнес-партнером, вам може спасти на думку ідея про відкриття бізнесу в Канаді. Якщо ви бажаєте заснувати компанію, спочатку потрібно вирішити, на якому рівні ви будете відкривати свій бізнес — федеральному чи провінційному:[106]

ФЕДЕРАЛЬНИЙ РІВЕНЬ

Якщо ви реєструєте компанію на федеральному рівні, ви зможете вести свою діяльність у межах будь-якої провінції або території за умови, що ви зареєструєте свою компанію у кожній з провінцій та територій, у яких ви будете вести свою діяльність.[107]

Проте реєстрація на федеральному рівні забезпечує для вас кращий захист комерційної назви (ви зможете використовувати свою комерційну назву, навіть якщо інша компанія в якійсь провінції чи території використовує таку ж назву).

Заснування на федеральному рівні потребуватиме щороку більшого обсягу паперової роботи.

Реєстраційний збір складає приблизно 200 канадських доларів — за подання онлайн-заявки через Канадський центр подання онлайн-заявок на реєстрацію корпорацій *(Corporations Canada's online Filing Centre)* (250 канадських доларів, якщо подавати заявку в інший спосіб).[108]

Додаткові збори сплачуються за підготовку звіту про результати пошуку комерційної назви в системі NUANS[109] (близько 75 канадських доларів) та збори за реєстрацію компанії у відповідних провінціях.

РІВЕНЬ ПРОВІНЦІЙ

Якщо ви вирішили заснувати бізнес на рівні провінції, ви зможете вести діяльність тільки в межах цієї конкретної провінції.

Вартість відкриття бізнесу в різних провінціях різна. Зареєструвати компанію

в Онтаріо коштує **360** канадських доларів;

у Квебеку — **326**;

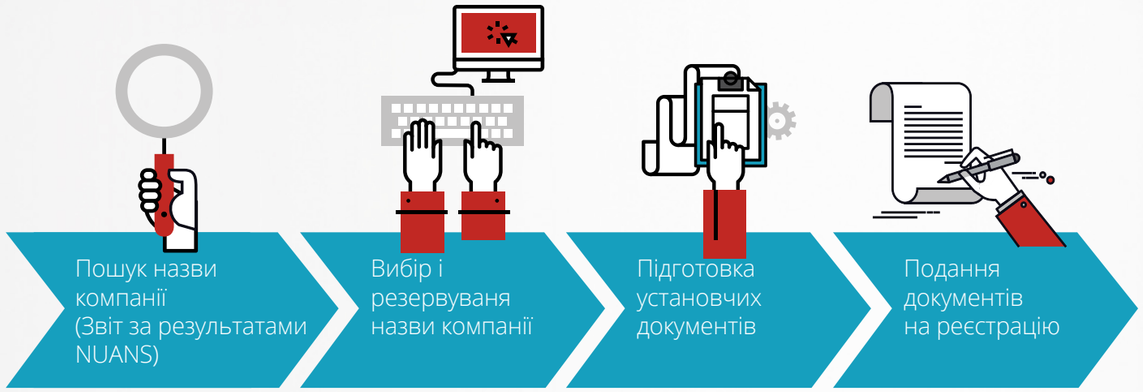
у Новій Шотландії — **336,40** плюс **118,35** реєстраційний збір (і щорічне продовження — 118,35 канадських доларів).[110]

у Британській Колумбії — **350**;

Ви також маєте замовити пошук назви компанії на рівні провінції, при цьому ціни будуть коливатися залежно від провінції.

В Онтаріо вартість пошуку назви в системі NUANS складає приблизно 75 канадських доларів; у Квебеку 22 (збір за пошук назви); у Британській Колумбії — 75 (затвердження назви); в Новій Шотландії — 61,05 плюс HST (податок).[111]

Деякі провінції мають двосторонні договори про взаємне визнання реєстрації.[112]



У Канаді діяльність корпорацій регулюється Законом про комерційні корпорації Канади *(Canada Business Corporations Act)*. Його текст можна знайти на веб-сайті Міністерства юстиції Канади *(Department of Justice Canada)*.[113] На сайті уряду Канади доступна інформація про переваги заснування бізнесу в Канаді, а також переліки корисних ресурсів.[114] Уряди провінцій теж мають подібні веб-сайти. Нижче подано посилання на веб-сайти найбільших провінцій Канади:

ПРОВІНЦІЯ	ВЕБ-САЙТ
Онтаріо	https://www.ontario.ca/page/start-dissolve-and-change-corporation
Квебек	http://www.registreentreprises.gouv.qc.ca/en/demarrer/constituer-cie.aspx
Британська Колумбія	http://www2.gov.bc.ca/assets/gov/employment-business-and-economic-development/business-management/permits-licences-and-registration/corporations/companies/info-packages/reg50_steps_to_incorporating_a_company_in_bc.pdf
Альберта	http://www.servicealberta.ca/712.cfm

У Канаді є кілька консалтингових фірм, які допоможуть вам відкрити бізнес. Ви можете пошукати їх в інтернеті або звернутися до Канадської асоціації консультантів з питань управління *(Canadian Association of Management Consultants)*.[115] Тоді як отримання допомоги консультанта буде корисним, послуги юридичного радника є просто необхідними. Кілька юридичних асоціацій мають довідкові служби, через які ви зможете зв'язатися з юридичною фірмою в Канаді, наприклад:

АСОЦІАЦІЯ	ВЕБ-САЙТ
Спілка юристів Верхньої Канади (Онтаріо)	http://www.lsuc.on.ca/find-a-lawyer-or-paralegal/
Barreau du Québec (Квебек)	http://www.barreau.qc.ca/en/public/trouver/avocat/index.html
Спілка юристів Британської Колумбії	https://www.lawsociety.bc.ca/page.cfm?cid=8
Спілка юристів Альберти	http://www.lawsociety.ab.ca/

ВОНИ ЕКСПОРТУЮТЬ ДО КАНАДИ -ІСТОРІЯ УСПІХУ №2

«САДИ ПРИКАРПАТТЯ» – УКРАЇНСЬКІ ОРГАНІЧНІ СОКИ НА ШЛЯХУ ДО МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ

НАЗАР РОМАНІВ, СПІВВЛАСНИК «САДІВ ПРИКАРПАТТЯ»:

«Сади Прикарпаття» – український виробник органічного соку преміум-сегменту з Івано-Франківщини. Компанія розпочала свою діяльність понад 5 років тому як невеликий сімейний бізнес з вирощування яблук та виготовлення соків прямого відтискання. Наразі «Сади Прикарпаття» працевлаштовують 14 постійних робітників (до 120 сезонних) та виробляють близько 150 тис. літрів соку на рік.

Зацікавившись у потенціалі канадського ринку для свого товару, компанія долучилася до торгової місії на Canadian-Ukrainian Trade Show в Торонто на початку квітня 2017 року, організованої проектом CUTIS. Разом з делегацією представників української харчової галузі «Сади Прикарпаття» отримали змогу продемонструвати свою продукцію канадським покупцям, а також поспілкуватися з потенційними партнерами в Канаді. Комунікація з представниками канадських супермаркетів дала компанії зрозуміти, що вона ще не має достатніх обсягів, щоб задовільнити попит великих мереж. Проте перспективною нішею «Сади Прикарпаття» бачать невеликі етнічні магазини, з рядом яких вже йдуть перемовини про експорт. Вільна торгівля між Україною та Канадою сприятиме виходу «Садів Прикарпаття» на канадський ринок, адже дозволить експортувати соки до Канади без сплати ввізних мит.

НАШЕ ПІДПРИЄМСТВО ЗНАХОДИТЬСЯ В ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТІЙ ЗОНІ НА ПРИКАРПАТТІ Й НАЙБЛИЖЧЕ ШКІДЛИВЕ ВИРОБНИЦТВО ЗНАХОДИТЬСЯ ВІД НЬОГО НА ВІДСТАНІ 200-300 КМ. В НАС ОСОБЛИВИЙ МІКРОКЛІМАТ ТА ЧИСТОТА.

Усе почалося із народженням наших дітей. Я зрозумів, що своїм дітям нічого не можу дати з полиці магазину. Тож спочатку ми не мали якоїсь бізнес-мети, робили це для себе. Поступово стали просувати свою продукцію й зараз вже маємо лінійку з п'яти соків.

Ми обираємо ринки, де нашу продукцію зможуть купляти. Ми робимо сік не з води, а з натуральних фруктів, тому й ціна в нас відповідна.

Достатні обсяги товару, гарна якість та хоча б мінімальна сертифікація – головні передумови виходу на міжнародні ринки. Без цього немає чого й дивитися в сторону експорту.

Дуже велика є ностальгія в Канаді за українським смаком. На ярмарці в мене за перші дві години вже всі пляшки були порожні!

У нас в Україні не було великого маркетингового бюджету. Як то кажуть «брехня по селу пішла», сусід сусіду розповів. В Канаді таку роль «сарафанного радіо» може відіграти діаспора. Це може значно підняти продажі.

Наш пріоритет – заполонити канадські етнічні магазини якісним товаром. Девіз нашої компанії – «Ми за здорову націю». Ми хочемо піклуватися й про наших українців там, в Канаді.

УСТАНОВЛЕННЯ НАДІЙНИХ ДІЛОВИХ ВІДНОСИН З КАНАДСЬКИМИ ПАРТНЕРАМИ

Коли ви будете вести переговори із потенційними партнерами в Канаді, вам необхідно враховувати певні загальні відмінності у веденні бізнесу з Канадою (і, зрештою, зі США) порівняно, наприклад, з Європою.

4

Загалом кажучи, північні американці не так формально підходять до питань дрес-коду та протоколу, як їхні європейські та азійські партнери. Часто на офіційних зустрічах чоловіки не вдягають краваток. Стиль одягу зазвичай більш вільний. Однак, якщо ви збираєтесь вперше зустрітися зі своїми партнерами, мабуть, краще вдягтися більш формально.

Порівняно з мешканцями США, канадці загалом не люблять ризикувати й менш агресивні в бізнесі. Звичайно, це узагальнення, але воно часто виявляється вірним. Канадці люблять почуватися комфортно, коли укладають ділові угоди, особливо на самому початку або коли розпочинають співпрацю з новим партнером. Відповідно, коли ви даєте своє слово, вони сприймають це серйозно. Це означає, що зробити треба саме так, як ви обіцяли. І це стосується будь-якого компоненту ділових стосунків: від початкової підготовки до переговорів, виготовлення та надсилання зразків і, нарешті, до відправлення замовленої партії товару.

Ще один цікавий факт: попри те, що канадський ринок невеликий порівняно з американським (менший приблизно в 10 разів), канадські імпортери надзвичайно чутливі до цін. Нерідко, особливо в секторі одягу, імпортери орієнтовані на такі ж низькі ціни, як і американські, хоча обсяги імпорту до Канади набагато менші. Імовірно, це пояснюється тим, що в Канаді, як і в США, домінують поставки з Азії (Китай, Бангладеш, В'єтнам та інші країни з низькою собівартістю виробництва).

Ще однією характеристикою канадців є пунктуальність. Вони зазвичай приходять вчасно на ділові зустрічі. Це стосується не тільки переговорів, але й всіх елементів ділових стосунків. Якщо ви пообіцяли «надіслати цінову пропозицію до п'ятниці», ви маєте обов'язково зробити це до п'ятниці.

ОСОБЛИВОСТІ КАНАДЦІВ

- Менш формально ставляться до дрес-коду та протоколу.
- Не люблять ризикувати й менш агресивні в бізнесі.
- Люблять почуватися комфортно, коли укладають ділові угоди.
- Ціна товару відіграє важливе значення.
- Пунктуальні.

За винятком згаданих вище моментів, діловий етикет у Канаді по суті такий самий, як і в багатьох інших країнах. Ось деякі особливості, які часто можна зустріти в Канаді:

Ділові зустрічі переважно проводяться для ухвалення рішень, а не просто для обміну інформацією. В ухваленні рішень зазвичай беруть участь усі учасники зустрічі, а не лише один чи два представники вищого керівництва.

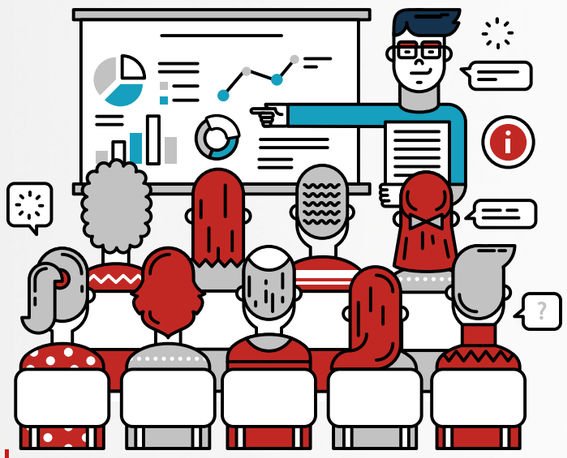
Ставлення до чоловіків і жінок у Канаді однакове, і вони рівною мірою залучені до процесу прийняття рішень.

У ділових стосунках завжди бажано залишати особисті або родинні теми за межами обговорення, принаймні на початку. По мірі того, як стосунки стануть більш тісними, може бути прийнятним ділитися більш приватною інформацією.

Освіта та звання в Канаді можуть не мати такого значення, як в Україні. Канадці більше цінують внесок працівника в загальний успіх, аніж, скажімо, рівень його освіти.

Міністерство міжнародних справ Канади надає цікавий огляд цих та інших культурних відмінностей між Україною та Канадою, з яким буде корисно ознайомитися за посиланням:

https://www.international.gc.ca/cil-cai/country_insights-apercus_pays/ci-ic_ua.aspx?lang=eng#cn-4 .



ПОРАДИ ДЛЯ УСПІШНОГО ПРОВЕДЕННЯ ЗУСТРІЧІ

1. Робіть «домашню роботу» і вивчайте матеріали — готуйтеся!
2. Візьміть усі матеріали з собою (в тому числі дані ваших досліджень, щоб у разі потреби мати допоміжну інформацію).
3. Щирий і міцний потиск руки та посмішка завжди створюють позитивний імідж на початку спілкування.
4. Не забудьте запропонувати свою візитівку і попросіть співрозмовника про те саме.
5. Ніколи не показуйте на когось вказівним пальцем.
6. Рекомендується дивитися співрозмовнику в очі, але не зловживати цим.
7. Якщо ви робите презентацію і підготували роздаткові матеріали, краще роздати їх в кінці зустрічі, а не в процесі презентації. Так ви будете краще утримувати увагу аудиторії під час виступу.
8. Якщо ви робите презентацію, потрібно добре знати матеріал, і бажано провести репетиції заздалегідь.
9. Якщо ви ведете зустріч, слідкуйте за регламентом і не затягуйте час.
10. Уникайте частого повторення тієї самої інформації або висловів, оскільки основний меседж видаватиметься розмитим.
11. Після зустрічі надішліть повідомлення з подякою організаторові заходу та переліком питань і запропонованих дій щодо них.

ПОРАДИ ДЛЯ УСПІШНОГО ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ

1. Висловлюйтеся абсолютно чітко під час переговорів.
2. Якщо ви спілкуєтеся через Skype, пізніше підтвердіть моменти, які були обговорені.
3. Попросіть надіслати вам підтвердження у відповіді на електронне повідомлення стосовно обговорених питань. Робіть це професійно й неагресивно, оскільки деяких людей агресивна манера може легко відштовхнути.
4. Будьте чемними, ввічливими й професійними. Ваш тон і в усній, і в письмовій мові має сприяти співпраці.
5. Реагуйте швидко, не робіть довгих затримок у відповідях на запити вашого потенційного партнера. У такий спосіб ви не дасте згаснути інтересу, що виник, коли ви зустрічалися або спілкувалися з партнером.
   NB! Канадські імпортери звикли до активного спілкування і своєчасних відповідей на запити.
6. Поверніться до обговорених питань і не забудьте повідомити покупця про внесені зміни, щодо яких ви домовилися. Якщо виявиться, що такі зміни потребуватимуть часу, повідомте, як довго доведеться чекати. Вкажіть часові межі з певним запасом, щоб не запізнитися з відповіддю.

ДЕСЯТЬ ПОРАД ДЛЯ ВДАЛИХ ПЕРЕГОВОРІВ:

1. Підготуйтеся до переговорів
2. Розгляньте ситуацію з усіх кутів зору
3. Чітко визначте свої цілі
4. Оберіть найбільш вдалий час для обговорення
5. Завжди залишайтеся спокійними та уникайте зайвої емоційності
6. Слухайте, слухайте й ще раз слухайте
7. Просіть те, чого ви дійсно хочете
8. Уникайте пошуку винних
9. Пам'ятайте, що завтра настане новий день

УКЛАДАННЯ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОГО КОНТРАКТУ ТА ЗДІЙСНЕННЯ МІЖНАРОДНИХ РОЗРАХУНКІВ

5

Перш ніж встановлювати бізнес-контакти з потенційним партнером, важливо переконатися, що він є надійним, а головне — що його компанія дійсно зареєстрована у Канаді.

Найперше, ви можете провести пошук за базами даних канадського уряду й перевірити, чи дійсно ваш потенційний партнер є зареєстрованою в Канаді компанією. Така перевірка можлива за умови, що компанія зареєстрована на федеральному рівні. Федеральний департамент корпорацій Канади *(Federal Department of Corporations Canada)* веде базу даних, користування якою безкоштовне.[116] За цією базою даних можна отримати інформацію про діяльність юридичної особи, подані нею податкові декларації та іншу інформацію, що дозволяє визначити, чи дійсно ваш потенційний партнер законно існує.

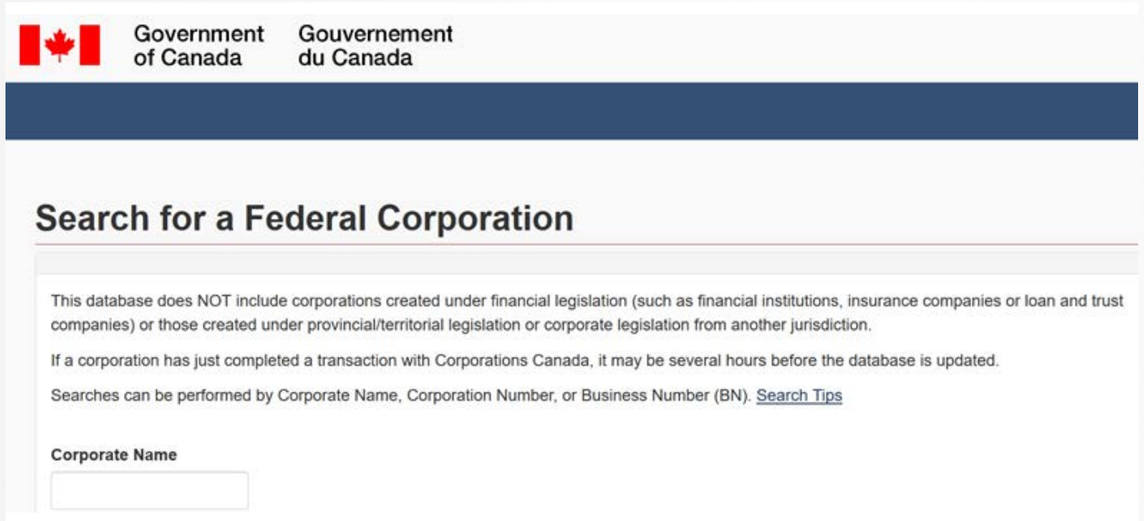
Також буде логічно перевірити основну інформацію про кредитну історію або стан відносин з кредиторами та постачальниками вашого потенційного партнера. У Канаді є певні надійні та перевірені на міжнародному рівні компанії, які можуть допомогти вам в отриманні такої інформації. Одна з них — це американська компанія

Dun & Bradstreet, яка спеціалізується на пошуку та аналізі інформації про суб'єктів підприємницької діяльності та складанні кредитних рейтингів. Компанія пропонує численні ресурси, що дають вам можливість добре вивчити свого потенційного партнера за різними аспектами: оцінити його кредитні відносини, стан виконання платіжних зобов'язань, одержати загальну інформацію про ведення бізнесу та фінансову інформацію. Плата за ці послуги становить від 50 до 200 канадських доларів, залежно від глибини інформації, яку ви бажаєте отримати. І хоча на перший погляд ціна інформації здається дещо високою, вона є невеликою у порівнянні із ризиками, а тому буде корисною та розумною інвестицією, якщо ви хочете уникнути неприємних сюрпризів.

Ще одна міжнародна компанія — бюро кредитних історій *Equifax Canada;* вона також надає кредитні звіти про компанії, засновані в Канаді.

Після того, як ви переконались у надійності вашого партнера, наступним етапом є укладання зовнішньоекономічного договору (контракту). Ваш експортний договір (контракт) має бути укладений у письмовій формі; це вимога українського законодавства та найзручніша для вас форма фіксації договірних відносин. При підготовці експортного контракту вам слід звернути увагу на такі нормативно-правові акти: Цивільний кодекс України[117]; Закон України «Про міжнародне приватне право»[118]; Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів).[119]

При укладенні експортного контракту ви з канадським партнером повинні домовитися про предмет, ціну та строк дії контракту. Це важливі умови, без яких ваш контракт вважатиметься недійсним. Отже, ми наполегливо радимо вам залучити до підготовки договору юриста, який розробить документ належної форми та допоможе вам на етапі обговорення основних умов.



Зазвичай експортний контракт містить такі положення:

Частина договору (контракту)	Опис
Назва та номер (№) договору (контракту), місце та дата його укладення	Назва: «Договір», «Зовнішньоекономічний договір (контракт)» тощо; Дата: наприклад, «29 липня 2017 року»; Місце: наприклад, «Київ, Україна».
Преамбула (вступна частина)	Повні офіційні назви сторін; Місце реєстрації кожної з компаній; Скорочені назви сторін (наприклад, «Продавець» та «Покупець» тощо); Повні імена представників сторін, посада кожного з них у відповідній компанії; Правові документи, на підставі яких діє кожна з цих осіб (наприклад, Статут компанії).
Предмет договору	Товари, послуги, роботи; Вимоги щодо кількості та якості.
Умови поставки	Умови за Інкотермс 2010 (наприклад DAP / FCA / CIP / CPT / EXW).[120] **NB!** умови Інкотермс, які найчастіше використовують покупці в Канаді: EXW, FOB та CIF.
Ціна та сукупна вартість договору	Сукупна вартість договору (контракту), ціна за тонну/одиницю; Валюта договору (контракту) та платежів; Вартість упаковки / пакувальних матеріалів та маркування /етикетування (чи включено її в ціну); Специфікації, рахунки-фактури.[121]
Умови здійснення розрахунків	Умови здійснення платежів (наприклад, авансовий платіж тощо); Умови оплати рахунків; Зазначення того, хто зі сторін («Продавець», «Покупець») оплачує банківські послуги з переказу коштів.
Умови прийняття та поставки	Будь-які особливі умови поставки; Документи, які необхідно надавати при поставці товару.
Упаковка, пакувальні матеріали та маркування	Як здійснюється пакування товарів для перевезення; Як упаковуються товари для роздрібної торгівлі; Умови транспортування; Маркування та пакування товарів; За якими стандартами здійснюється пакування товарів; Вимоги до упаковки / пакувальних матеріалів та маркування.

Частина договору (контракту)	Опис
Форс-мажорні обставини	Форс-мажорні обставини (обставини непереборної сили); Дії сторін при виникненні форс-мажорних обставин; Форма підтвердження форс-мажорних обставин; Вимоги щодо надання повідомлень про виникнення форс-мажорних обставин.
Штрафні санкції	Штрафи, ставки штрафів за невиконання зобов'язань за договором (контрактом);
Положення про врегулювання спорів	Умови стягнення збитків. Положення про врегулювання спорів шляхом переговорів; Врегулювання спорів: суд, арбітраж; Для арбітражу — обрана установа (наприклад Міжнародний комерційний арбітражний суд при Торгово-промисловій палаті України[122]), регламент, мова арбітражу тощо.[123] Як альтернатива, в Канаді існують некомерційні галузеві організації, до яких компанії відповідних галузей можуть звернутися для врегулювання спорів. Наприклад, канадські компанії, що вирощують фрукти та овочі, звертаються для вирішення спорів до Корпорації врегулювання спорів між виробниками фруктів та овочів *(Fruit and Vegetables Dispute Resolution Corporation).*[124]
Строк дії договору	Строк дії та чинності; Умови припинення та/або продовження строку дії договору (контракту).
Інші положення	У разі укладення договору (контракту) двома мовами, яка мова матиме перевагу; Право, що застосовується (застосовне право) (право України, іншої країни або відповідної провінції Канади **NB!** врахуйте, що такого поняття, як «право Канади», не існує, є право окремих провінцій); Положення про захист прав інтелектуальної власності; Внесення змін та доповнень до договору (контракту); Статус додатків, рахунків, специфікацій.
Адреси, банківські реквізити сторін	Місце розташування, адреси для кореспонденції; Банківські реквізити тощо.

Для початку ви можете звернутися до низки модальних договорів (контрактів), розроблених Міжнародним торговим центром *(International Trade Centre, ITC)*, призначених для підприємств малого бізнесу *(Modal Contracts for Small Firms)*.[125] Проте ці типові документи можна використовувати тільки як приклад та у навчальних цілях.

Як експортер ви хочете під час експорту гарантовано отримувати оплату за свій товар у найкоротші строки. На відміну від вас, ваш канадський бізнес-партнер прагне сплачувати якомога пізніше. Ви бажаєте мати впевненість, що отримаєте оплату, а ваш партнер хоче до проведення оплати переконатися в тому, що товар безпечно перелетів/переплив океан. На схемі нижче представлені в узагальненій формі можливі варіанти здійснення оплати з точки зору привабливості для експортера та імпортера.

Валютою розрахунків для канадських імпортерів був та залишається американський долар. Інколи як валюту розрахунків використовують і канадський долар, але все ж таки американський долар — частіше. Деякі покупці використовують для розрахунків євро, але це не є загальною практикою. При визначенні валюти платежу слід разом з партнером проаналізувати найкращий для вас обох варіант. Часто кожна сторона проводить власний аналіз для визначення найбільш вигідного методу, щоб не витрачати зайвих грошей на конвертації.

Не забувайте також про правила валютного контролю в Україні: строк розрахунків за операціями з експорту та імпорту становить до 180 днів;[126] експортер зобов'язаний продати 50% надходжень від експорту, одержаних у іноземній валюті.[127] Через порушення цих правил на вас та вашого партнера можуть бути накладені спеціальні санкції відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (стаття 37) у формі штрафу, індивідуального режиму ліцензування та тимчасового зупинення зовнішньоекономічної діяльності.

Ви можете перевіряти курс валют на сайті банків Канади, наприклад:

БАНК	ВЕБ-САЙТ
Королівський банк Канади (Royal Bank of Canada)	www.rbcroyalbank.com/travel
Канада Траст (TD Canada Trust)	www.tdcanadatrust.com/Exchange-Rates
Канадський імперський комерційний банк (CIBC)	www.cibc.com/CIBC/ForeignExchange
Банк Нової Шотландії (Scotiabank)	www.scotiabank.com/ca/en/0,,1118,00.html

ЕКСПОРТ ТОВАРІВ З УКРАЇНИ

6

Після підписання зовнішньоекономічного договору (контракту) ваш товар розпочне свою подорож до Канади і його першою зупинкою буде українська митниця. Для успішного митного оформлення товару на експорт наполегливо рекомендуємо звернутися до ліцензованого митного брокера (особливо, якщо це ваша перша партія товару на експорт) і скласти перелік необхідних документів саме для вашого товару.

Нижче наведений приблизний перелік необхідних документів для митного оформлення товарів при експорті з України.[128]

Назва документу	Опис
Документи щодо акредитації на митниці	Митна акредитація та отримання персонального облікового номера — це перший крок до здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Процедуру митної акредитації детально роз'яснено в Наказі Міністерства фінансів України №552 від 15 червня 2015 року.[129] Процедура акредитації займає не більше 2 днів, здійснюється безкоштовно та вимагається лише один раз (наданий обліковий номер діє на всій території України).
Експортний контракт з усіма додатками	Експортний контракт — обов'язковий документ для експортних продажів.[130] Врахуйте, що при митному оформленні митний орган звертає особливу увагу на такі умови експортного контракту: умови поставки згідно з Інкотермс 2010, валюта платежу та умови оплати, предмет контракту, ціна та загальна вартість, супровідні документи та строк дії.
Специфікація	Специфікація — це супровідний документ до контракту (зазвичай у формі додатку), що містить детальну інформацію стосовно конкретної партії товарів. Зазвичай специфікація містить інформацію про обсяг товару, одиниці вимірювання, ціну за одиницю та вартість усієї партії.
Рахунок-фактура	Рахунок-фактура — вид платіжного документу, що містить інформацію про продавця, покупця, товар та його ціну, умови продажу, доставки, містить посилання на експортний контракт тощо. Зверніть увагу, що в рахунку-фактурі та специфікації має бути наведений детальний опис товару. Якщо ви направляєте зразки, то використовується рахунок-проформа, де вказується, що вантаж не має комерційної цінності.
Пакувальний лист	Якихось жорстких законодавчих вимог стосовно форми та змісту пакувального листа немає. Зазвичай пакувальні листи містять інформацію про вагу (нетто та брутто на кожний товар) та кількісні характеристики товару, включно з інформацією про пакувальний матеріал, кількість контейнерів. Слід пам'ятати, що інформація про пакування необхідна також для заповнення митної декларації.
Транспортні документи	Залежно від обраного способу транспортування це може бути коносамент (B/L), авіанакладна (AWB), автонакладна (CMR).

Назва документу	Опис
Будь-які інші сертифікати або дозволи на експорт, залежно від товару[131]	Існує декілька джерел інформації, з яких ви можете дізнатися про тарифні та нетарифні вимоги, застосовні до ваших товарів, призначених на експорт (наприклад, MD office,[132] QD Professional).[133]

СЛІД ПАМ'ЯТАТИ, ЩО ЗАЛЕЖНО ВІД ТОВАРІВ МОЖУТЬ ЗАСТОСОВУВАТИСЯ ТАКІ ТИПИ МИТНОГО КОНТРОЛЮ[134]:

1. Екологічний контроль;
2. Радіологічний контроль;
3. Санітарно-епідеміологічний контроль;
4. Фітосанітарний контроль;
5. Ветеринарно-санітарний контроль.

Радіологічний контроль товарів, що перетинають український кордон, проводиться для груп 1—97 УКТЗЕД. Коли товари проходять митний контроль, у митній декларації ставиться відповідна відмітка.

По завершенню процедури митного оформлення товари мають залишити територію України через пункт пропуску, вказаний у митній декларації. Також не забувайте про інтерактивну мапу України, розроблену Державною прикордонною службою України, за допомогою якої можна перевірити стан завантаженості пунктів перетину кордону.[137]

Ознайомтеся з переліком товарів та застосовних видів митного контролю в Постанові Кабінету міністрів України №1031 від 05 жовтня 2011 р.[135] Наприклад:

Товарний код[136]	Опис	Санітарно-епідеміологічний контроль	Ветеринарно-санітарний контроль	Фітосанітарний контроль	Екологічний контроль
0106	Тварини, живі (крім диких)	-	Так	-	Так
0409 00 00 00	Мед натуральний	-	Так	-	-
0602	Живі рослини (включно з їхнім корінням), живці та підщепи;	-	-	Так	Так
1512	Олія соняшникова та її фракції, рафінована або нерафінована, але без зміни їх хімічного складу	Так	-	-	-

ТРАНСПОРТУВАННЯ ТОВАРІВ ДО КАНАДИ

У даний час немає судноплавних ліній, які напряму поєднували б Україну з Канадою. Більшість транспортних компаній, що працюють в Україні, користуються перевалочними пунктами. Наприклад, судна компанії Mediterranean Shipping Lines (MSC) з Одеси спочатку прямують до свого вузлового порту в Південній Італії (Джоя-Тауро, Італія), потім до Галіфаксу (Нова Шотландія) або Монреаля (Квебек). Конкретні перевалочні пункти залежатимуть від обраної судноплавної лінії.

7

Те саме стосується відправлення товарів повітряним шляхом. Вантажних рейсів напряму з України до Канади немає, тому вантаж летітиме через один з повітряних вузлів, найімовірніше в Європі.

МОРСЬКІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ

Якщо ви відправляєте свої товари морським транспортом, пунктами призначення, ймовірно, будуть такі порти, як Галіфакс, Монреаль або Ванкувер. Оскільки в Торонто немає великого морського порту, товари зазвичай доставляють спочатку до Галіфаксу або Монреаля, а потім залізничним транспортом перевозять від цих портів до Торонто. І в Галіфаксі, і в Монреалі є контейнерно-трейлерні термінали, тобто контейнери можуть бути вивантажені з судна і відразу в порту розміщені на залізничних платформах. Торонто — кінцевий пункт призначення та головне місце комплектації більшості відправлень до Канади. Деякі імпортери мають власні автотранспортні підприємства й тому відправляють товари вантажівками, скажімо, до Торонто з Монреаля після того, як їх вивантажено з судна. Насправді це залежить від того, яку мережу має ваш партнер на цій логістичній ділянці каналу збуту.

Нижче показано розрахунки тривалості транспортування від портів Ванкувера та Галіфакса вантажним автотранспортом:

Порт	Пункт призначення Калгарі або Едмонтон	Пункт призначення Торонто або Монреаль
Ванкувер	Звичайне відправлення: 3—4 дні Збірне відправлення: 5—7 днів	Звичайне відправлення: 7—8 днів* Збірне відправлення: 9—11 днів
Галіфакс	Рідко	Звичайне відправлення: 2—3 дні* Збірне відправлення: 4—6 днів

*Залізницею довше.

Інколи вантажі відправляють через порти США, такі як Нью-Йорк або Філадельфія, а потім перевозять вантажівками, зазвичай без розмитнення (опломбованими), на північ до Канади (Торонто та/або Монреаля). Проте імпортери найчастіше уникають такого транспортування через територію США, щоб не мати можливих додаткових складнощів з митними органами в США, попри те, що товари перевозяться без розмитнення. Крім того, таке транспортування через США зазвичай обходиться дорожче за доставку до канадського порту через європейський або середземноморський перевалочний пункт.

Серед трьох маршрутів через канадські порти, Галіфакс і Монреаль, мабуть, є найбільш економічно вигідними на шляху до Торонто. Відправлення через Ванкувер коштуватиме дорожче і забере більше часу, оскільки маршрут пролягатиме від європейського перевалочного пункту через Панамський канал на північ Тихоокеанського узбережжя до Ванкувера. Якщо ваш імпортер знаходиться у Ванкувері, він, тим не менше, може отримати відправлення в Галіфаксі або Монреалі (а не спрямовувати судно безпосередньо до Ванкувера), а потім відправляти вантаж залізницею на Західне узбережжя Канади до Ванкувера, або автотранспортом до свого складу в Торонто, залежно від обставин.

З очевидних причин відправлення вантажу з України до Канади морським транспортом — економічно більш вигідний спосіб для більшо-

сті видів товарів. Однак, бувають випадки, коли доводиться відправляти товар повітряним транспортом. За великим рахунком, якщо ваш товар швидкопсувний, наприклад, свіжі харчові продукти, ви не матимете іншого вибору, окрім як скористатися літаком, оскільки товар навряд чи витримає подорож через океан тривалістю 30—45 днів.

Ще однією послугою, що пропонують експедиторські компанії, є збірні відправлення. Часто при цьому пропонуються варіанти повного — *Full Container Loading (FCL)* і неповного завантаження контейнера — *Less Container Loading (LCL)*, коли надається послуга з комплектування товарів на складі перед їх завантаженнями до контейнера для відправки.

АВІАПЕРЕВЕЗЕННЯ

Якщо ви відправляєте свої товари до Канади літаком, у Канаді їх можна отримати в багатьох пунктах призначення. Найбільшими аеропортами з огляду на пасажиропотік та рух вантажів є, в порядку важливості, Торонто, далі Ванкувер на Західному узбережжі країни, Монреаль і Калгарі.[138]

Відправлення вантажів авіатранспортом, в принципі, не відрізняється від транспортування морем з точки зору перевалочних пунктів, вимог до документації та пакування. Єдиною принциповою відмінністю є те, що авіаперевезення займають менше часу, а, відповідно, коштують істотно більше. Одна з компаній[139] повідомила, що вартість доставки товарів з України до Канади літаком складе від 2,00 до 3,00 доларів США за кілограм, не враховуючи витрати на завантаження та вивантаження.

> **NB!** Ці цифри слід сприймати лише як приблизні.

Продукти, що не псуються швидко, відправляють авіаційним транспортом лише в разі потреби, як, наприклад, у випадку замовлень, зроблених в останній момент, або якщо час доставки є критичним, і вартість транспортування не є пріоритетом.

З огляду на всю цю інформацію стосовно логістичного компоненту відправлення ваших товарів до Канади, потрібно пам'ятати, що ваш партнер у Канаді, найімовірніше, вже має певний досвід ввезення товарів до Канади. Тому, яким би складним не здавався вам вибір, він скористається найбільш ефективним і найменш затратним способом відправлення ваших товарів з України, і разом з вами буде зацікавлений обрати найбільш прийнятний варіант їхньої доставки до Канади.

У таблиці нижче узагальнено доступні для вас варіанти транспортування товарів до Канади.

Змінні чинники	Морські перевезення	Повітряні перевезення
Перевалка вантажів з України до Канади	Майже завжди, залежно від судноплавної лінії (найімовірніше через Європу (Гамбург, Роттердам, Південну Італію) або Північну Африку)	Майже завжди через Європу, фактичні пункти перевалки залежно від перевізника
Маршрут: Кінцевий пункт призначення: схід Канади (Монреаль, Торонто)	Транспортування морем до Галіфаксу або Монреаля, потім залізницею або вантажівкою до Торонто 35 —60 днів, залежно від графіку перевезень — довше до Торонто, ніж до Галіфаксу або Монреаля. Приблизна тривалість відправлень з Одеси:[140] — до Галіфаксу: 35—37 днів —до Монреаля: 41—50 днів — до Торонто: 55—60 днів Приблизна тривалість відправлень з Гамбургу:[141] — до Монреаля: 14 днів — до Торонто: 22 дні	Схід або захід Канади: від 3 до 5 днів (може бути більше, залежно від типу обраної послуги (звичайне чи термінове відправлення)
захід Канади (Ванкувер):	Через Атлантичний океан: транспортування морем до Галіфаксу або Монреаля, потім залізницею до Ванкувера; або через Тихий океан: морем до Ванкувера через Панамський канал (45—65 днів) Приблизна тривалість транспортування з Одеси:[142] —до Ванкувера: 60—65 днів.	
Посередники	Судноплавні лінії,[143] такі як MSC, Maersk, Hapag Lloyd, Zim, CMA CGM Group; або Експедиторські фірми в Україні, які домовлятимуться з судноплавними лініями, наприклад: Kuehne & Nagel (KNFreight), Zammler Group, Logistics Center. Примітка: Міжнародні поштові служби, такі як DHL (DHL Global Forwarding) та FedEx теж надають експедиторські послуги.	Авіакомпанії або міжнародні поштові служби: Авіалінії: LOT Polish Airlines; UIA Cargo,[144] British Airways, Icelandair або Міжнародні поштові служби: Укрпошта, Нова пошта, DHL, UPS, FedEx. Примітка: Міжнародні поштові служби, такі як DHL та FedEx теж надають експедиторські послуги.
Характеристики відправлень	Великі вантажі; товари, що не псуються	Швидкопсувні товари (свіжі продукти), зразки або дрібні партії товарів (загалом до 100 кг).
Додаткова інформація	Страхові витрати: приблизно 0,5% фактурної вартості[145] (несправність, псування).	Може коливатися від 2 до 3 доларів США за кг[146] (без урахування завантаження/розвантаження).

NB! Нагадуємо, що вказані вище цифри надаються лише для інформації. Зверніться до надавачів послуг в Україні, щоб отримати фактичні цінові пропозиції на підставі реальних параметрів відправлень.

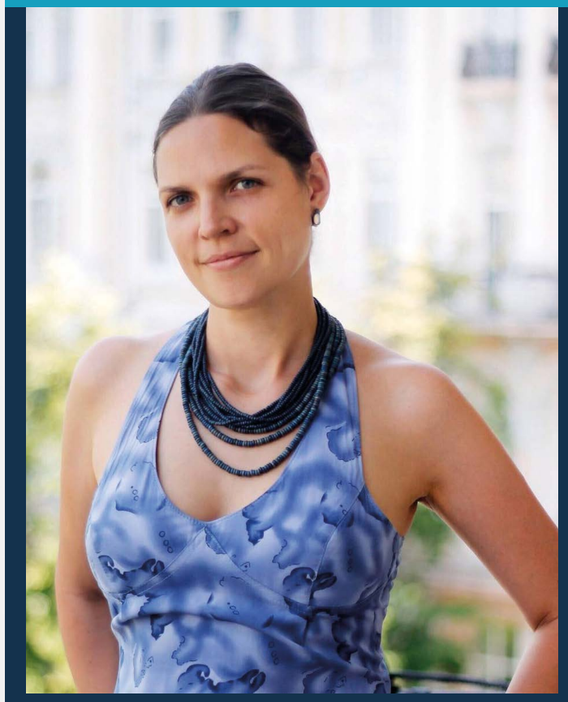
Якщо вам треба надіслати зразки продукції потенційному партнерові, вам краще скористатись послугами міжнародних поштових та кур'єрських служб (таких як DHL, FedEx, UPS, Укрпошта).

Коли ви вирішите відправляти товари до Канади як поштове відправлення (через Укрпошту), майте на увазі, що заборонено пересилати предмети, які вважаються небезпечними, наприклад, парфуми, швидкопсувні продукти, вогнепальну зброю, контрольовані речовини, легкозаймисті рідини або будь-які інші товари на кшталт боєприпасів. З повним переліком заборонених вантажів можна ознайомитися на сайті Національної поштової компанії Канади *(Canada Post)*.[147] Радимо також переглянути вимоги до поштових відправлень на сайті Агентства прикордонної служби Канади (CBSA) — http://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/postal-postale/menu-eng.html

ДЛЯ НОТАТОК

ВОНИ ЕКСПОРТУЮТЬ ДО КАНАДИ -ІСТОРІЯ УСПІХУ №3

«THREE SNAILS» – УКРАЇНСЬКІ КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ВРАЖАЮТЬ КАНАДУ



ОЛЕНА ВЕЧКАНОВА, ВЛАСНИЦЯ THREE SNAILS:

Three Snails – компанія, яка займається продажем хендмейд виробів від українських майстрів: предметів інтер'єру, одягу, прикрас, аксесуарів, дитячого асортименту на міжнародних ринках. Бізнес працює з 2014 року в форматі онлайн-майданчика з численними офлайн-активностями.

Своєю діяльністю Three Snails прагне розкрити світу та сприяти розвитку української рукотворної культури шляхом розширення бізнес можливостей для місцевих майстрів.

Three Snails – приклад соціально відповідального бізнесу, який допомагає виходити на міжнародні ринки майстрам та майстриням з віддалених куточків України, де проблеми зі стабільним працевлаштуванням постають особливо гостро.

Восени 2016 року Three Snails відвідали виставку в Торонто та налагодили контакти з канадськими партнерами. Зараз компанія продовжує розширювати географію своїх продажів в Канаді через інтернет та спеціалізовані ярмарки й виставки.

Вже найближчим часом Three Snails планують організувати road show українського хенд-мейду в Канаді та США, на яке будуть запрошені найкращі-майстри з усієї України.

ПІСЛЯ РЕВОЛЮЦІЇ ГІДНОСТІ Я ЗРОЗУМІЛА, ЩО ПРИЙШОВ ЧАС СКОНЦЕНТРУВАТИСЯ Й ЗРОБИТИ ДЛЯ УКРАЇНИ ЩОСЬ КОРИСНЕ. МИ ЗРОЗУМІЛИ, ЩО У ВСЬОМУ СВІТІ ПОПУЛЯРНИЙ ТРЕНД HAND-MADE, ВИРОБІВ РУЧНОЇ РОБОТИ, ПОПИТ НА ЯКІ СТАБІЛЬНО ЗРОСТАЄ, А ПРОПОЗИЦІЯ ЛИШАЄТЬСЯ НЕДОСТАТНЬОЮ.

Ми подорожуємо різними регіонами України, заїжджаємо в найменші села, збираємо там аутентичні ремесла й знаходимо просто шедевральні речі. Ми даємо майстрам віру в себе та можливість заробляти на тому, що вони класно роблять.

Оскільки ми новачки на світовому ринку, ми дуже сильно сподівалися на підтримку української спільноти в Канаді. Ми підтримували свій вихід на канадський ринок офлайн-активностями, брали участь в українських фестивалях в Канаді, де й познайомилися з чудовими представниками української діаспори.

Наша амбітна мета – не просто продавати. Ми хочемо просувати Україну як країну майстрів і творчих талановитих людей.

Вихід на канадський ринок нічим не відрізняється від виходу на американський чи французький ринок. Особливих бар'єрів немає. Це такий самий ринок, він чітко структурований, на ньому існують чіткі правила гри. Якщо ви їх правильно-вивчите, проблем у вас не буде.

Для іноземних клієнтів важливо, щоб при виготовленні товару не страждала природа. Вони запитують нас про долю вівці, шерсть якої була використана, або про походження дерева, з якого був зроблений той чи інший виріб. Наші товари дружні до природи, це дає нам перевагу на ринку Канади.

ІМПОРТ ДО КАНАДИ

Зазвичай експортери-новачки недостатньо обізнані щодо нормативних вимог, застосовуваних у Канаді, процедур перевірки на державному кордоні та випуску товарів у вільний обіг. Однак слід пам'ятати, що відповідальність за дотримання всіх митних формальностей та процедур несе канадський імпортер. Проте вам слід пам'ятати, що для переміщення через митний кордон Канади товар, який ви експортуєте, повинен відповідати законодавчим вимогам Канади, а отже це має бути товар високої якості та безпечний для канадського споживача.

8

8.1. ПРОЦЕДУРА МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ В КАНАДІ ТА НЕОБХІДНІ ДОКУМЕНТИ

АГЕНТСТВО ПРИКОРДОННОЇ СЛУЖБИ КАНАДИ (CBSA)

Агентство прикордонної служби Канади (CBSA) здійснює контроль за міжнародними перевезеннями пасажирів та переміщенням товарів через канадський кордон.

Агентство прикордонної служби Канади (CBSA) має сім регіональних офісів та понад 1 200 пропускних пунктів, у тому числі наземні пропускні пункти, центри обробки міжнародних відправлень, аеропорти, склади зберігання товарів до сплати ввізного мита (sufferance warehouses) та численні пункти обслуговування.

> **NB!** Частота перевірок на кордоні залежить від повноти документів, що надаються імпортером, та документації інших осіб або організацій, залучених до перевезення товарів, та/або типу товарів, які ввозяться.

Так, Агентство прикордонної служби Канади (CBSA):

- Перевіряє документи на товари, які ввозяться в Канаду;
- Надає дозвіл на випуск імпортованих товарів у вільний обіг;
- Має право відмовити у наданні допуску товарам у Канаду, провести обшук або вилучити товари, що ввозяться, та вимагати надання додаткової інформації;
- Має право інспектувати вантаж для перевірки відповідності вимогам канадського законодавства або брати зразки для перевірки наданої інформації та реального складу товару;
- Має право стягувати штрафи з імпортерів за новою системою під назвою «Система адміністративних штрафів» *(Administrative Monetary Penalty System, або AMPS).*[148]

МИТНИЙ БРОКЕР[150]

Митний брокер обов'язково повинен мати ліцензію, видану Агентством прикордонної служби Канади (CBSA). Для одержання ліцензії брокери проходять перевірку та повинні щороку поновлювати одержану ліцензію. Крім того, ліцензовані митні брокери зобов'язані сплачувати Агентству прикордонної служби Канади (CBSA) гарантійний внесок.[151]

Митні брокери здійснюють від імені імпортерів такі дії:

- Готують та подають інформацію та документи, необхідні для випуску товару у вільний обіг;
- Сплачують ввізне мито та податки встановленого розміру й стягують з імпортерів суму сплаченого мита та податків;
- Ведуть документацію для імпортерів;
- Відповідають на питання та запити Агентства прикордонної служби Канади (CBSA).

Список ліцензованих у Канаді митних брокерів можна знайти на сайті Агентства прикордонної служби Канади (CBSA) — http://www.cbsa-asfc.gc.ca/services/cb-cd/cb-cd-eng.html.

Також радимо звернути увагу на сайт Асоціації митних брокерів Канади *(Canadian Society of Customs Brokers)* — https://cscb.ca/.

ІМПОРТЕР

Імпортер може співпрацювати з Агентством прикордонної служби Канади (CBSA) напряму або через митного брокера, що є широко застосовуваною практикою. Оскільки канадський імпортер відповідає за здійснення митних формальностей, він має здійснити ряд дій, описаних нижче. Зі сторони українського експортера може знадобитися допомога імпортеру в наданні додаткової інформації до або після випуску товарів у вільний обіг.[149] Отже, імпортер у Канаді повинен:

- Отримати Бізнес Номер (Business Number) від Канадського податкового агентства *(Canada Revenue Agency (CRA))* за телефоном агентства 1-800-959-5525 або через сторінку реєстрації *(Business Registration On-line (BRO))*;
- Визначити, товари якого типу імпортер планує ввозити в Канаду;
- Визначити, чи користуватися послугами митного брокера;
- Визначити країну походження товарів, що імпортуються (наприклад, відповідно до Глави 3 CUFTA);
- Перевірити, чи Агентство прикордонної служби Канади (CBSA) або інший державний орган або агентство здійснює контроль за цими товарами, регламентує або забороняє їх ввезення;
- Забезпечити маркування товару відповідно до законодавчих вимог Канади;
- Визначити код товару на рівні 10 знаків та відповідну ставку ввізного мита для кожного товару за Митним тарифом Канади (перевірити, чи звільняються товари від сплати ввізних мит в рамках CUFTA);
- Визначити, чи стягуються з товарів інші збори (наприклад, акцизний збір) та податки, у тому числі податок з товарів та послуг *(Goods and Services Tax (GST));*
- Отримати рахунок-фактуру, декларацію про походження та інші необхідні документи;
- Обрати спосіб перевезення та додатково дізнатись у транспортної компанії про вимоги, що стосуються переміщення товару через канадський кордон;
- Дочекатися повідомлення про прибуття вантажу в один з пунктів пропуску на митниці;

> **NB!** Врахуйте, що представники державної влади Канади мають право перевіряти вантаж. При цьому плату за послуги з розвантаження та перевантаження, яку стягує за свої послуги уповноважена на це фірма з надання таких послуг, оплачує імпортер.

- Надати документи, які вимагає Агентство прикордонної служби Канади (CBSA), та сплатити ввізне мито й податки для випуску товарів у вільний обіг.

ІНФОРМАЦІЯ ТА ДОКУМЕНТАЦІЯ

Для митного оформлення товарів у Канаді імпортер або митний брокер мають надати повний пакет документів. Нижче наведений ілюстративний перелік необхідних документів для вашої інформації.

Тип документа	Особа, що видає документ
Форма B3. «Форма митного кодування товарів» (Form B3. Canada Customs Coding Form)[152]	Імпортер / Митний брокер
Копія рахунку-фактури або канадського митного рахунку (Canada Customs Invoice)[153]	Експортер
Транспортні документи (для визначення країни походження та безпосередньо пункту доставки)	Експортер / Транспортна компанія
Товаросупровідна документація	Експортер
Пакувальний лист (Packing list)	Транспортна компанія / Експортер
Інформація про склад виробу (Product Composition Information)	Експортер
Форма B3B, додаткова відомість на вантаж для проходження митного контролю у Канаді (Form B3B. Canada customs cargo control continuation sheet)[154]	Транспортна компанія
Форма B6D для декларування доставлених судових запасів (Form B6D for ships' stores delivery declaration)[155]	Транспортна компанія
Всі необхідні дозволи на ввезення та дозвільні документи	Імпортер / Митний брокер
Декларація про походження	Експортер
Документ митного контролю за вантажем (Customs Cargo Control Document (CCD))	Транспортна компанія

> **NB! Форма B3.**
> **«Форма митного кодування товарів»** *(Form B3 «Canada Customs Coding Form»).* Варто пам'ятати, що на поштові відправлення або товари, що доставляються кур'єрською службою, вартістю до 2 500 канадських доларів Форма B3 для обліку ввезених товарів не вимагається.

> **NB! Рахунок-фактура (Invoice) або канадський митний рахунок *(Canada Customs Invoice).*** У рамках програми «Малоцінний вантаж» ***(Low-Value Shipments, LVS)*** на комерційні товари вартістю до 2 500 канадських доларів імпортер може надати рахунок-фактуру *(Invoice)* або митний рахунок-фактуру *(Customs Commercial Invoice, CCI)*. По суті, два документи містять однакову інформацію, але у 99% випадків до Форми B3 додається рахунок-фактура.
> Детальніша інформація з цього питання наведена в Меморандумі D1-4-1 «Вимоги до оформлення канадських митних рахунків» *(Canada Customs Invoice Requirements).*[156]

> **NB! Транспортні документи**
> Коносамент або авіанакладна — це два транспортних документи, які застосовуються в міжнародній торгівлі при перевезенні вантажу. Коносамент — це транспортний документ, що використовується у морських перевезеннях, а авіанакладна — в авіаперевезеннях.[157]

Коносамент (bill of lading)	Авіанакладна (airway bill)
Оформляється при морських перевезеннях	Оформляється при авіаперевезеннях
Є правовстановлюючим документом	Не є правовстановлюючим документом
Всі Інкотермс 2010	Не може видаватися для FAS, FOB, CRF, CIF за Інкотермс 2010

NB! Документ митного контролю за вантажем
(Customs Cargo Control Document (CCD))[158]
Це документ, який транспортна компанія використовує для звітування Агентству прикордонної служби Канади (CBSA) при прибутті вантажу. Копія також надсилається імпортеру.
Детальніша інформація з цього питання наведена у Меморандумі D3-1-1 «Правила імпортування, транспортування та експортування товарів» *(Regulations Respecting the Importation, Transportation and Exportation of Goods).*[159]

NB! Дозвільні документи
Ввезення деяких товарів в Канаду вимагає отримання спеціальних дозволів. Відповідні урядові відомства Канади розробляють нормативні вимоги, що визначають умови ввезення певних товарів. Агентство прикордонної служби Канади (CBSA) допомагає іншим відомствам у запровадженні та здійсненні контролю за виконанням вимог відповідного законодавства на кордоні.[160]

Товари	Урядове відомство/ агентство	Веб-адреса, телефон
Деякі товари, які не дозволяється пересилати поштою, наприклад, парфуми, вироби, що швидко псуються, легкозаймисті рідини, точні копії боєприпасів або інертні боєприпаси.	Національна поштова компанія Канади *(Canada Post)*	www.canadapost.ca 1-866-607-6301
Продукти харчування, рослини, тварини (наземні та морські) та пов'язані з ними товари; Маркування продуктів харчування та відкликання харчової продукції; Дерев'яна тара; Міжнародні відходи та використана техніка/обладнання.	Агентство з контролю за продуктами харчування *(Canadian Food Inspection Agency)*	www.inspection.gc.ca 1-800-442-2342
Маркування одягу; Маркування цінних металів; Упаковка та маркування нехарчових товарів.	Бюро Канади з питань конкуренції *(Competition Bureau)*	www.competitionbureau.gc.ca 1-800-348-5358

Товари	Урядове відомство/ агентство	Веб-адреса, телефон
Рослини та тварини, що зникають або перебувають під загрозою зникнення; Небезпечні відходи та небезпечні вторинні ресурси; Речовини, що руйнують озоновий шар (ODS) та товари, що їх містять; Торгівля дикими тваринами та рослинами.	Міністерство захисту довкілля та з питань зміни клімату Канади *(Environment and Climate Change Canada)*	www.ec.gc.ca 1-800-668-6767
Сільськогосподарські товари, вогнепальна зброя, товари, щодо яких встановлено ембарго, сталь, текстиль та одяг.	Міністерство міжнародних відносин Канади *(Global Affairs Canada)*	www.international.gc.ca 343-203-6820
Споживчі товари, ліки, харчові продукти, медичне обладнання, товари медичного призначення, пестициди, лікарські препарати, радіаційне обладнання, токсичні речовини, вітаміни.	Міністерство охорони здоров'я Канади *(Health Canada)*	www.hc-sc.gc.ca 1-866-225-0709
Радіозв'язок; Телекомунікаційне обладнання.	Міністерство інновацій, науки та економічного розвитку Канади *(Innovation, Science and Economic Development Canada)*	www.ic.gc.ca 1-800-328-6189
Бутан, етан, електроенергія, газ, нафта, пропан.	Національне енергетичне управління *(National Energy Board)*	www.neb.gc.ca 1-800-899-1265
Перевезення небезпечних вантажів; Транспортні засоби та шини.	Міністерство транспорту Канади *(Transport Canada)*	www.tc.gc.ca 1-866-995-9737
Контрольовані товари, що споживають енергію.	Міністерство природних ресурсів Канади *(Natural Resources Canada)*	www.nrcan.gc.ca 343-292-6096

Слід звернути увагу на те, що нагляд за дотриманням вимог до ввезення певних товарів може здійснювати більше ніж одне міністерство або відомство. Тому для мінімізації ризиків рекомендується з'ясувати вимоги усіх державних органів Канади, які можуть контролювати імпорт вашого товару.[161]

Детальна інформація викладена в Меморандумі серії D19 «Акти та положення інших державних відомств» *(Acts and Regulations of Other Government Departments).*[162]

NB! Інші документи

Не виключено, що від імпортера можуть вимагати надання наступних документів:[163]
- Замовлення на придбання товару (заявка або підтвердження);
- Відомості про оплату товару;
- Матеріали листування між продавцем та імпортером;
- Каталоги або документи з описом товару;
- Інші договори (наприклад, ліцензійний договір);
- Складські розписки;
- Звіти про результати інспекції;
- Страхові документи;
- Документацію перевізника.

8.2. ВИЗНАЧЕННЯ КРАЇНИ ПОХОДЖЕННЯ ТОВАРУ

Для одержання преференційного доступу на ринок Канади в рамках CUFTA необхідно, щоб ваш товар мав українське походження, тобто відповідав правилам походження, що містяться у Главі 3 Угоди.

Правила походження – це правила, що визначають країну, в якій товар був повністю отриманий (вироблений) або підданий достатній переробці (обробці) відповідно до критеріїв походження, та інших вимог щодо походження, визначеним у Главі 3 Угоди «Правила та процедури визначення походження».[164] Іншими словами, правила походження необхідні для того, щоб «відфільтровувати» товари на канадському кордоні та визначити, яким з них надавати преференційний режим ввезення у зв'язку з існуванням угоди про вільну торгівлю (на кшталт CUFTA), а яким дозволити ввезення на загальних умовах, тобто із застосуванням ввізного мита в режимі найбільшого сприяння (відповідного до Митного тарифу Канади).

Відповідно до CUFTA товар вважається таким, що походить з України, у трьох випадках, а саме, якщо він:

1) Повністю одержаний в Україні (стаття 3.4. CUFTA); або

2) Вироблений виключно з матеріалів, що походять з відповідної Сторони [Україна, Канада], у тому числі товарів зазначених у статті 3.5.2. CUFTA [достатня обробка/переробка]; або

3) Підданий достатній обробці/переробці у розумінні статті 3.5. CUFTA.[165]

ТИПОВІ ПОМИЛКИ ЕКСПОРТЕРІВ:

- «Я придбав свій товар в Україні; отже, він має українське походження»;
- «Я сплатив ввізне мито при ввезенні свого товару в Україну; отже, він «націоналізувався» і став українським»;
- «Мій товар відповідає правилам походження згідно з Глибокою та всеосяжною угодою про вільну торгівлю з ЄС (DCFTA); отже, він має статус походження відповідно до CUFTA».

Правило визначення походження	Опис
Повністю одержані в Україні	Товари вважатимуться «повністю одержаними» в Україні, якщо вони видобуті, одержані, вирощені або зібрані в Україні, як, наприклад, корисні копалини, овочі, живі тварини (велика рогата худоба або м'ясна худоба, народжена та вирощена в Україні тощо) та продукція, одержана від живих тварин або забитих тварин, народжених і вирощених на території України, а також риба, морські рослини та організми, видобуті в Україні, промислові відходи, зібрані на території України тощо. Повний перелік таких товарів наданий у статті 3.4. CUFTA.
Вироблений виключно з матеріалів, що походять з відповідної Сторони [Україна, Канада], у тому числі товарів зазначених у статті 3.5.2 CUFTA	Товари вироблені в Україні з товарів, отриманих за результатом достатньої переробки матеріалів, походженням з третіх країн, вважаються таким, що походять з України.[166]
Підданий достатній обробці/переробці у розумінні статті 3.5 CUFTA	Товари, що не повністю одержані в Україні, вважаються такими, що піддані достатній обробці/переробці, якщо вони задовольняють умови, зазначені у Додатку 3-А CUFTA. 1) Вимога зміни тарифної класифікації Якщо правило визначення походження вимагає зміни тарифної класифікації, це означає, що до переробки матеріали походженням з третіх країн класифікувалися, наприклад, за одним класифікаційним кодом, а після завершення переробки в України — за іншим класифікаційним кодом. Специфічні правила визначення походження товарів чітко визначають, як повинна бути змінена тарифна класифікація, щоб товар вважався таким, що походить з України. **Приклад із Додатку 3-А:** Група 2, м'ясо та їстівні субпродукти: 02.08 — Зміна з будь-якої іншої групи. 2) Співвідношення вартості іноземних матеріалів та вартості транзакції При визначенні співвідношення іноземних матеріалів до вартості транзакції, вартість матеріалів іноземного (неукраїнського) походження обчислюється у відсотковому співвідношенні до вартості транзакції. Суть цього методу полягає у тому, що вартість матеріалів іншого походження може обчислюватися як відсоток від ціни за накладною; зазвичай це ціна, що фактично сплачена чи може бути сплачена виробнику товару за місцем здійснення останньої операції з переробки. Вона повинна також включати вартість усіх матеріалів. 3) Співвідношення вартості іноземних матеріалів та ціни товару на умовах франко-завод

Суть цього правила полягає у тому, що вартість матеріалів іншого походження може обчислюватися як відсоток від ціни на умовах франко-завод. Ціна товару на умовах франко-завод означає обчислення вартості виробництва товару за місцем, у якому виконувалася остання операція з переробки товару, і включає вартість усіх матеріалів, використаних у виробництві товару, який планується експортувати.

Приклад із Додатку 3-А: Група 64, взуття, гетри та аналогічні вироби; їх частини: 64.01-64.05 — Зміна з товарної позиції 64.06, незалежно від того, чи відбувається також зміна з будь-якої іншої позиції, за умови, що вартість матеріалів іншого походження товарної позиції 64.06 не перевищує 50 відсотків вартості транзакції або ціни товару на умовах франко-завод.

4) Виконання визначеного переліку виробничих (технологічних) операцій

Умови цього правила вимагають виконання визначеного переліку виробничих (технологічних) операцій, які в результаті переробки товару не ведуть до зміни його класифікаційного коду згідно з УКТЗЕД або вартості згідно з правилом співвідношення вартості іноземних матеріалів та ціни товару на умовах франко-завод, але з дотриманням певних умов вважаються достатніми для визнання товару походженням із України.

Приклад із Додатку 3-А: Група 28, продукти неорганічної хімії: неорганічні або органічні сполуки дорогоцінних металів, рідкісноземельних металів, радіоактивних елементів або ізотопів —

Товар цієї групи є таким, що походить з відповідної Сторони, якщо він є результатом будь-чого з нижчезазначеного:

a) відповідної зміни в тарифній класифікації, зазначеної в правилах визначення походження товарів цієї групи;

b) хімічної реакції, як описано в Примітці 2 нижче.

Примітка 2: Хімічна реакція

Товар цієї групи вважається таким, що походить з відповідної Сторони, якщо він є результатом хімічної реакції. Для цілей цієї групи «хімічна реакція» – це процес (в тому числі біохімічний процес), що призводить до виникнення молекули з новою структурою шляхом розриву внутрішньомолекулярних зв'язків і шляхом формування нових внутрішньомолекулярних зв'язків або шляхом зміни просторового розташування атомів в молекулі. Наведене нижче не вважається хімічною реакцією для цілей визначення походження товару:

a) розчинення у воді або в іншому розчиннику;

b) усунення розчинників, у тому числі води-розчинника; або

c) додавання або видалення кристалізаційної води.

Зверніть також увагу, що відповідно до положення про двосторонню кумуляцію (стаття 3.3. CUFTA) у випадку, якщо при виробництві в Україні кінцевого товару використовуються товари (матеріали) канадського походження, тоді може вважатися, що їх виробництво здійснюється тільки в Україні, а кінцевий товар матиме українське походження.

Пам'ятайте, що товари українського походження втрачають такий статус, якщо до них було застосовано додаткову обробку чи інші операції з переробки за межами України - «за винятком розвантаження, перевантаження чи будь-якої іншої операції, необхідної для збереження його у доброму стані або для транспортування» (стаття 3.13. CUFTA).

Документом для підтвердження походження товару є декларація про походження.

Шаблон декларації про походження ви можете знайти у Додатку 3-В до CUFTA.

Декларація про походження повинна містити таку інформацію:

- Чи стосується вона однієї партії товару або кількох партій аналогічних товарів (за один рік);
- Опис у товарно-транспортній накладній товару, який відповідає правилам визначення походження CUFTA та відповідній товарній підпозиції (на рівні 6 знаків);
- Найменування експортера;
- Дата та місце оформлення;
- Підпис особи, яка володіє інформацією про походження товару, що експортується.

Крім того, експортерам необхідно зберігати копію декларації про походження та супровідні документи не менше трьох років.[167]

Пропонуємо вам невеликий список контрольних питань для визначення того, чи відповідає ваш товар правилам походження в рамках CUFTA.

NB! Слід пам'ятати про наступне:

Декларація про походження не вимагається для імпорту в Канаду, але вимагається для отримання права імпортувати товар на преференційних умовах за Угодою про вільну торгівлю між Україною та Канадою.

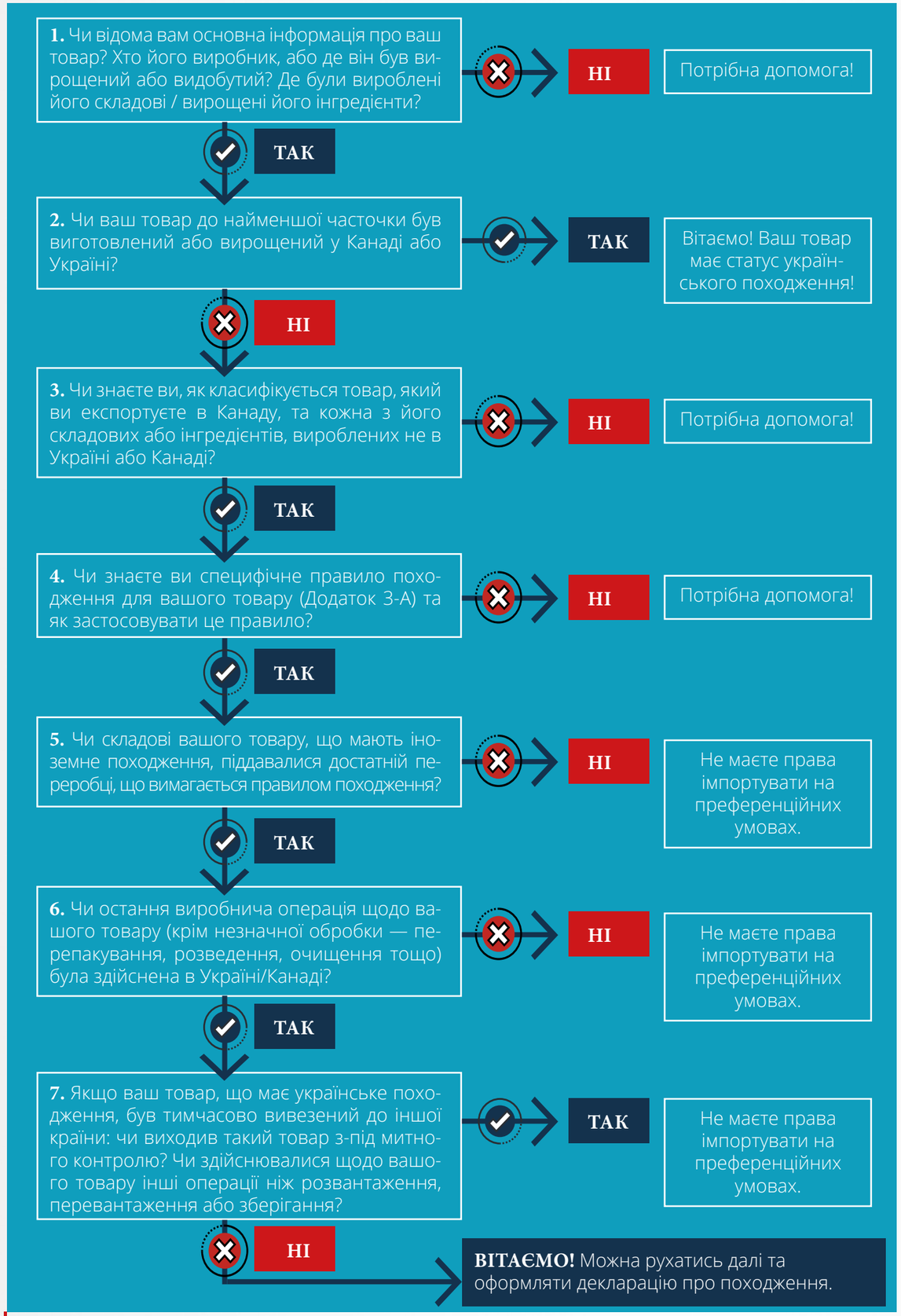
Декларація про походження подається тільки якщо ви впевнені (і можете довести), що ваш товар дійсно має українське походження.

Придбання товару в Україні не означає автоматичного надання йому преференцій, передбачених Угодою про вільну торгівлю.

Товари можуть бути позначені «Вироблено в Україні» і все одно не мати права на безмитне ввезення за Угодою про вільну торгівлю.

Декларація про походження може бути заповнена експортером під час експортування або після експортування товару, до якого вона відноситься, за умови, що вона буде надана в Канаді упродовж двох років після імпортування товару, на який вона оформлена.

У разі подання неповної (або з помилками) декларації про походження чи неподання підтверджувальних документів у наданні тарифних преференцій за Угодою про вільну торгівлю буде відмовлено.



З огляду на складність визначення походження імпортерам, експортерам або виробникам дозволяється звертатися до Агентства прикордонної служби Канади (CBSA)[168] із запитами про винесення попередніх рішень щодо визначення походження. Обов'язково слід враховувати, що за винесенням попереднього рішення можна звертатися тільки щодо майбутніх поставок товару до Канади. Заява про винесення попереднього рішення має бути надана не менше ніж за 120 днів до ввезення товару. Крім того, існують певні обмеження щодо кількості товарів, стосовно яких подається заява: зазвичай Агентство прикордонної служби Канади (CBSA) прийматиме водночас заяви не більше ніж щодо п'яти окремих товарів одного виробника.

8.3. ВВІЗНЕ МИТО ПРИ ІМПОРТІ В КАНАДУ. ТАРИФНІ КВОТИ ТА ЇХ АДМІНІСТРУВАННЯ

Ми вже говорили, що імпортеру або його митному брокеру треба з'ясувати, який режим застосовуватиметься щодо товару при ввезенні, і, зокрема, чи треба сплачувати ввізне мито. Загальна інформація про розмір ввізного мита міститься у Митному тарифі Канади (Canada Customs Tariff).[169]

РЕЖИМ НАЙБІЛЬШОГО СПРИЯННЯ (РНС)

Ставки ввізного мита для членів СОТ

ПРЕФЕРЕНЦІЙНИЙ РЕЖИМ ВІДПОВІДНО ДО CUFTA

Україна: безмитне ввезення в рамках CUFTA для товарів українського походження

У рамках CUFTA Канада негайно скасувала ввізні мита майже на всі українські товари (98%), за винятком деяких автомобілів, ввізне мито на які буде скасоване упродовж 8 років (перехідний період «7»).

При цьому в Тарифному графіку Канади *(Tariff Schedule of Canada)* зазначені наступні перехідні періоди: (1) «7», що означає поступову лібералізацію мита, та (2) «E», що означає виключення з-під дії CUFTA. Проте серед товарів із перехідним періодом «E» ви побачите багато таких, які підпадають під дію глобальних тарифних квот Канади. При імпорті таких товарів ввізне мито не стягується, якщо вони ввозяться в рамках встановленої тарифної квоти, а при ввезенні понад квоту - стягується в режимі найбільшого сприяння (відповідно до Митного тарифу Канади).[170] До речі, щоб подивитись, яка ставка ввізного мита застосовується до вашого товару після вступу CUFTA у силу, у Митному тарифі Канади у колонці «Applicable Preferential Tariffs» зверніть увагу на абревіатуру «UAT» *(Ukraine Tariff)*[171], яка визначає, на яких умовах ввозиться товар в рамках CUFTA (у більшості випадків ви побачите «free» - тобто ввезення без сплати ввізних мит).

У Канаді за розподіл тарифних квот та надання дозволів на ввезення сільськогосподарських товарів відповідає Міністерство міжнародних справ Канади *(Global Affairs Canada, GAC).* З сільськогосподарських товарів, до яких застосовуються тарифні квоти, складено Перелік контрольованого імпорту *(Import Control List).*[172]

Нижче у таблиці наведено перелік тих категорій сільськогосподарських товарів, які імпортуються в Канаду в межах глобальних тарифних квот:[173]

Опис товару	Розмір тарифної квоти
Вершки	394 тонн
Сироватка суха	3 198 тонн
Масло	3 274 тонн
Пшениця	226 883 тонн
Ячмінь	399 000 тонн
Вироби з пшениці	123 557 тонн
Вироби з ячменю	19 131 тонн
Яйця інкубаторські для бройлерів	еквівалент 7 949 000 десятків яєць
Кури живі, м'ясо та вироби з них	39 843,7 тонн
Індики живі, м'ясо та вироби з них	5 588 тонн
Яловичина та телятина	76 409 тонн
Молоко питне	64 500 тонн
Молоко згущене / вершки згущені	11,7 тонн
Йогурт	332 тонн
Маслянка суха	908 тонн
Інші товари з вмістом молока	4 345 тонн
Сири	20 411,886 тонн
Інші молочні вироби	70 тонн
Морозиво	484 тонн
Яйця та товари з них	еквівалент 21 370 000 десятків
Маргарин	7 558 тонн
Речовини з вмістом молочного білку	10 000 тонн

NB! Експортерам слід завжди перевіряти інформацію на сайті Міністерства міжнародних справ Канади, оскільки розмір тарифних квот може змінюватись.
Існує два методи розподілу тарифних квот (в обох випадках квоту отримує канадський імпортер): [174]

На сайті Міністерства міжнародних справ Канади можна знайти списки компаній, що отримали тарифні квоти у поточному році *(Quota Holders Lists):*
http://www.international.gc.ca/controls-controles/prod/index.aspx?lang=eng

Метод розподілу квот	Опис
Попередній розподіл тарифних квот Міністерством міжнародних справ Канади на основі заявок	Імпортер одержує від Міністерства міжнародних справ Канади тарифну квоту та пов'язаний з нею чинний дозвіл на імпорт, виданий Міністерством міжнародних справ Канади.
За чергою надходження заяв на виділення тарифних квот за принципом «першим прийшов — першим отримав»; контроль за дотриманням цього принципу здійснює Агентство прикордонної служби Канади (CBSA)	Квоти на пшеницю, ячмінь, готові продукти з пшениці, готові продукти з ячменю, готові продукти з молока, включені в тарифні підкатегорії 1901.90.33 та 1901.90.34, надаються за чергою надходження заяв (за принципом «першим прийшов — першим отримав»). Виділення цих тарифних квот не залежить від попереднього розміру отриманих квот та спеціальних дозволів на імпорт; вони виділяються за результатами торговельного року (1 серпня — 31 липня). Контроль за квотами здійснюється на підставі двох загальних дозволів на імпорт (GIP): GIP №20 для імпорту в межах тарифних квот та GIP №100 для імпорту поза тарифною квотою. Наразі застосовуються такі річні квоти (1 серпня 2017 р. — 31 липня 2018 р.): пшениця — 226 883 тонн; ячмінь — 399 000 тонн; продукти з пшениці — 123 557 тонн (в перерахунку на зерно); продукти з ячменю — 19 131 тонн (в перерахунку на зерно).[175]

8.4. ВНУТРІШНІ ПОДАТКИ ТА ІНШІ ОБОВ'ЯЗКОВІ ПЛАТЕЖІ

Ще одна важлива тема — це внутрішні податки, що сплачуються в Канаді. Давайте з'ясуємо, за якими ставками сплачується податок на товари та послуги у Канаді та її провінціях, а також розглянемо акцизні збори та податки.

СПОЖИВЧІ ПОДАТКИ

Майже з усіх споживчих товарів, що продаються в Канаді, незалежно від того, вироблені вони в Канаді чи імпортовані, стягуються податки за ставкою від 13% до 15%. Ці податки включають федеральний податок з товарів та послуг *(Goods and Services Tax, GST)* за ставкою 5% та податок з продажу, що стягується у провінціях *(Provincial Sales Tax, PST)*; кожна провінція встановлює для цього податку свою ставку. По суті, федеральний податок з товарів та послуг — це податок на додану вартість (ПДВ), непрямий податок, що дає найбільші надходження до державного бюджету Канади.[176]

У більшості провінцій федеральний податок з товарів та послуг та податок з продажу об'єднуються в один податок з продажу *(Harmonized Sales Tax, HST),* що зазвичай має однакову податкову базу з федеральним податком з товарів та послуг і містить складову у формі податку, встановленого в провінції. Але в багатьох випадках провінційна складова об'єднаного податку не застосовується до імпортованих комерційних товарів. Більш того, в провінції Альберта, на Північно-Західних територіях, у провінціях Нунавут та Юкон не існує податку з продажу.[177]

Звільняються від оподаткування лише товари першої необхідності, тобто більшість харчових продуктів, що продаються у продовольчих магазинах, а також медичні та стоматологічні послуги.

Федеральний податок з товарів та послуг (GST) / об'єднаний податок з продажу (HST) обчислюються за визначеною у канадських доларах вартістю товарів, разом із ввізним митом та акцизним податком, і стягується на кордоні водночас з ними. Імпортер відповідає за сплату податків з імпортованих товарів. Детальнішу інформацію про GST/HST та їх застосування щодо імпортованих товарів можна одержати в Канадському податковому агентстві *(Canadian Revenue Agency).*[178]

GST: федеральний податок з товарів та послуг;

HST: об'єднаний податок з продажу (поєднання податків з продажу, що стягуються на федеральному рівні та на рівні провінцій);

PST: податок з продажу, що стягується у провінції

КОМБІНОВАНА СТАВКА: включає ставку GST та ставку, застосовувану у провінції;

N/A: не застосовується;

NIL: PST не застосовується.

Ставки федерального податку з товарів та послуг / об'єднаного податку з продажу та податку з продажу, що стягується в провінціях[179]

Провінція/територія	Ставка податку з продажу, що стягується у провінції (PST)	Ставка GST/HST	GST, включений в податкову базу для PST	Комбінована ставка
Британська Колумбія	7,00%	5,00%	N/A	12,00%
Альберта	Nil	5,00%	N/A	5,00%
Саскачеван	5,00%	5,00%	Ні	10,00%
Манітоба	8,00%	5,00%	Ні	13,00%
Онтаріо	N/A	13,00%	N/A	13,00%
Квебек	9,975%	5,00%	N/A	14,975%
Нью-Брансвік	N/A	13,00%	N/A	13,00%
Нова Шотландія	N/A	15,00%	N/A	15,00%
Ньюфаундленд і Лабрадор	N/A	13,00%	N/A	13,00%
Острів Принца Едварда	9,00%	5,00%	Так	14,00%
Північно-Західні території	Nil	5,00%	N/A	5,00%
Юкон	Nil	5,00%	N/A	5,00%
Нунавут	Nil	5,00%	N/A	5,00%

АКЦИЗНІ ПОДАТКИ ТА ЗБОРИ[180]

Акцизні збори стягуються за Законом про акциз *(Excise Act)* зі спиртних напоїв, вина та тютюнової продукції, що виробляється або продається в Канаді; відповідає за виконання Закону про акциз Канадське податкове агентство *(Canada Revenue Agency)*. Слід звернути увагу на те, що акцизні податки стягуються також з автомобільних кондиціонерів для деяких типів транспортних засобів, призначених для перевезення пасажирів, та з деяких видів палива.

Щодо деяких товарів, наприклад, тютюнових та алкогольних виробів, імпортер відповідає за сплату додаткового мита на момент звітування про ввезені товари. Нижче в таблиці подано ставки акцизного податку на тютюнові вироби та вино.

СПЕЦІАЛЬНИЙ АКЦИЗНИЙ ЗБІР

Канадським Законом про акциз *(Excise Act)* встановлено спеціальний акцизний збір у розмірі 12 відсотків з кожного літру абсолютного етилового спирту (літр чистого спирту; англ. LPA). Цей збір стягується за Законом про акциз *(Excise Act)* при імпорті спиртних напоїв ліцензованим користувачем (UL).[182] Імпортер повинен застосовувати номенклатурний номер 0099.99.99.99 для статистичних цілей, щоб уряд міг звітувати про сукупну кількість етилового спирту, ввезеного за певний період, та за суму стягнутого при цьому акцизного збору.

Тютюнові вироби: ставки акцизного податку (Закон про акциз, 2001 р.)[181]

Товар	Акцизний податок	Додатковий збір
Сигарети	0,52575 доларів за п'ять штук або за кожні п'ять штук у пачці	Не застосовується
Тютюнові палички (стіки)	0,10515 доларів за стік	Не застосовується
Тютюн промислового виробництва (інший)	6,57188 доларів за 50 грам або за кожні 50 грам у пачці	Не застосовується
Тютюн сирий у листі	1,572 доларів за кілограм	Не застосовується
Сигари	22,88559 доларів за 1 000 сигар	0,08226 доларів за сигару або 82%, залежно від того, що вище*

* 82% від продажної ціни, встановленої канадським виробником, або від вартості сплаченого мита для імпортованої продукції.

Вино: ставки акцизного податку (Закон про акциз, 2001 р.)

Товар	Акцизний податок
Для вин з концентрацією спирту не більше 1,2 об. %	0,0205 доларів за літр
Для вин з концентрацією спирту понад 1,2 об. % та не більше 7 об. %	0,295 доларів за літр
Для вин з концентрацією спирту понад 7 об. %	0,62 доларів за літр

ІНШІ ПОДАТКИ

У провінціях можуть також стягуватися інші податки. Так, наприклад, урядом провінції Острів Принца Едварда встановлено екологічний податок на шини:[183]

4,00 канадських долари з кожної пневматичної (заповненої повітрям) шини для колісних дисків розміром до 43,18 сантиметри; або

11,25 канадських доларів з кожної пневматичної (заповненої повітрям) шини для колісних дисків розміром понад 43,18 сантиметри.

Так само податок на шини існує й у провінцій Квебек: спеціальний збір у розмірі 3,00 канадських долари з усіх операцій з роздрібного продажу нових шин.[184] У деяких провінціях стягуються додаткові податки з таких товарів, як тютюн, пальне та алкогольні напої. [185]

НЕТАРИФНІ ЗАХОДИ ПРИ ІМПОРТІ ДО КАНАДИ

9

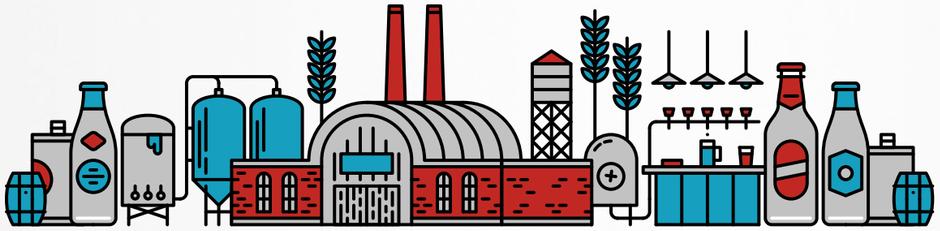
Більшість законодавчих актів Канади, що встановлюють регуляторні вимоги до національних та імпортованих товарів, ухвалюють на федеральному рівні. Проте у деяких випадках певні нормативно-правові акти ухвалюють на рівні провінцій або муніципалітетів. Наприклад, положення, що стосуються алкогольних напоїв, належить до рівня провінцій, а щодо переробки упаковки — до рівня муніципалітетів.

Перш ніж розглядати, які нормативно-правові акти застосовуються у Канаді до конкретної групи товарів, слід звернути увагу на один важливий момент: канадський імпортер — ваш контрагент або бізнес-партнер у Канаді — відповідає за забезпечення відповідності імпортованого товару вимогам нормативно-правових актів Канади. І хоча вам варто ознайомитися з цими нормативно-правовими актами в цілому, ваш канадський партнер має проінформувати вас про вимоги до імпорту вашого товару більш детально.

Нормативно-правовий акт	Орган, який адмініструє відповідний акт	Опис нормативно-правового акту. Додаткові документи
Закон про дозволи на експорт та імпорт (Export and Import Permits Act)	Міністерство міжнародних справ Канади	Адмініструє «Перелік контрольованого імпорту» *(Import Control List)* та регламентує видачу дозволів на імпорт товарів, включених у цей Перелік, а також встановлює тарифні квоти. За одержання цих дозволів та тарифних квот відповідає канадський імпортер. Меморандум D19-10-2 www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d19/d19-10-2-eng.html GAC: Контроль за імпортом *(GAC Import Controls)* www.international.gc.ca/controls-controles/about-a_propos/impor/importing-importation.aspx?lang=eng
Закон про товари, ввезення яких заборонено (Prohibited Goods)	Агентство прикордонної служби Канади	Визначає товари, ввезення яких заборонене або обмежене; зокрема, до їх числа належать контрафактні товари, певні сільськогосподарські товари, холодна зброя, порнографія, література, що пропагує ненависть, різні біологічні види, що перебувають на рівні зникання, та товари, на які поширюються міжнародні санкції. Меморандум D9: Товари, ввезення яких заборонено www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d9-eng.html
Закон про захист конкуренції (Competition Act)	Бюро Канади з питань конкуренції	Забезпечує та сприяє конкуренції у Канаді шляхом регламентування операцій зі злиття (концентрації), недопущення кримінальних порушень у сфері бізнесу. http://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/h_00148.html
Закон Канади про боротьбу з контрафактною продукцією (Combating Counterfeit Products Act)	Бюро Канади з питань конкуренції / Агентство прикордонної служби Канади	Надає Агентству прикордонної служби Канади *(CBSA)* нові повноваження та визначає засоби недопущення торгівлі контрафактними товарами у Канаді, зокрема, затримання підозрілої продукції при переміщенні через кордон та притягнення до кримінальної відповідальності у таких випадках. http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/annualstatutes/2014_32/page-1.html
Закон про безпеку споживчих товарів (Consumer Product Safety Act)	Міністерство охорони здоров'я Канади	З метою захисту канадських споживачів містить вимоги до безпеки споживчих товарів. Закон не застосовується до деяких товарів, що регламентуються іншими нормативно-правовими актами: до вибухових речовин, косметичних виробів, лікарських засобів, медичних приладів, боєприпасів, лікарських засобів природного походження. Закон про безпеку споживчих товарів: стислий довідник *(Canada Consumer Product Safety Act Quick Reference Guide)* www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/pubs/indust/ccpsa_ref-lcspc/index-eng.php
Закон та положення про контроль за небезпечними продуктами (Hazardous Products Act and Regulations)	Міністерство охорони здоров'я Канади	Регламентує продаж та імпорт контрольованих товарів (наприклад, хімічних речовин), які вважаються небезпечними та призначені для використання при виконанні певних робіт. Включає вимоги до маркування небезпечних речовин (стосується статті 3.1.3). Підготований Агентством Британської Колумбії з питань безпеки на робочих місцях *(Work Safe B.C.)* Огляд основних положень Закону про контроль за небезпечними продуктами *(Summary of Hazardous Products Act)* www2.worksafebc.com/Publications/OHSRegulation/HazardousProductsAct.asp
Закон про маркування текстильної продукції (Textile Labelling Act)	Бюро Канади з питань конкуренції	Описує додаткові вимоги до маркування з метою захисту споживачів від спотворення інформації на етикетках текстильних виробів (стосується одягу та тканин). Довідник щодо Положень про етикетування та рекламу текстильної продукції *(Guide to the Textile Labelling and Advertising Regulations)* www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/01249.html Положення про маркування та рекламу текстильної продукції (Textile Labelling and Advertising Regulations) http://lois-laws.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.,_c._1551/
Закон та положення про продукти харчування та медикаменти (Food and Drugs Act and Regulations)	Міністерство охорони здоров'я Канади (виконання забезпечується Агентством з контролю за продуктами харчування)	Основний нормативно-правовий акт, що стосується всіх харчових продуктів та напоїв, лікарських засобів (фармацевтичних препаратів), косметичних виробів та лікувальної апаратури. Містить вимоги до безпеки харчових продуктів, маркування, вмісту алергенів тощо. Додаткові документи Агентства з контролю за продуктами харчування Канади, які стосуються продуктів харчування: *(CFIA Food Guidance Document Repository)* www.inspection.gc.ca/guidance-document-repository/food-documents/eng/1374178718703/1374508433359

Нормативно-правовий акт	Орган, який адмініструє відповідний акт	Опис нормативно-правового акту. Додаткові документи
		Інструкція щодо ввезення продуктів харчування для комерційних цілей *(Guide to Importing Food Products Commercially)* http://www.inspection.gc.ca/food/imports/commercial-importers/importing-food-products/eng/1376515896184/1376515983781
Закон Канади про сільськогоспо-дарські товари (Canada Agricultural Products Act)	Міністерство охорони здоров'я Канади (виконання забезпечується Агентством з контролю за продуктами харчування)	Регламентує імпорт, експорт та торгівлю сільськогосподарськими товарами між провінціями. Містить положення щодо, поміж іншого, молочних виробів, яєць, свіжих фруктів, овочів, меду та тварин. Вимоги щодо імпорту свіжих фруктів та овочів *(Import Requirements for Fresh Fruit and Vegetables)* www.inspection.gc.ca/food/fresh-fruits-and-vegetables/imports-and-interprovincial-trade/overview/eng/1361145453562/1361146543611 Вимоги щодо імпорту продуктів харчування, що піддавалися технологічній переробці *(Import Requirements for Processed Foods)*.
Закон про перевірку риби (Fish Inspection Act)	Міністерство охорони здоров'я Канади (виконання забезпечується Агентством з контролю за продуктами харчування)	Регламентує питання перевірки риби та морських рослин. Встановлює правила щодо різних типів риби та супутніх товарів, які можуть ввозитися до Канади. Політика щодо програм імпорту риби *(Fish Import Program Policy)* www.inspection.gc.ca/food/fish-and-seafood/imports/documents/fish-import-program-policy/eng/1360859473208/1360859694298
Закон про перевірку м'яса (Meat Inspection Act)	Міністерство охорони здоров'я Канади (виконання забезпечується Агентством з контролю за продуктами харчування)	Регламентує питання імпорту, експорту та торгівлі м'ясом та м'ясними виробами між провінціями. Встановлює правила перевірки м'яса та м'ясних виробів і закладів, що їх виробляють. Інструкції щодо гігієни обробки м'яса: Глава 10. Імпорт *(Meat Hygiene Manual of Procedures: Chapter 10. Imports)* http://www.inspection.gc.ca/food/meat-and-poultry-products/manual-of-procedures/chapter-10/eng/1336189502007/1336258079585 Іноземні компанії, що мають право експортувати м'ясо до Канади *(Foreign Companies Eligible to Export Meat to Canada)* http://inspection.gc.ca/active/netapp/meatforeign-viandeetranger/forliste.aspx
Положення про органічну продукцію (Organic Products Regulations)	Агентство з контролю за продуктами харчування	Продукти, позначені як органічні, повинні відповідати обов'язковим канадським стандартам та в установленому порядку пройти сертифікацію для того, щоб отримати право використовувати логотип «органічна продукція Канади» *(Canada Organic Logo).* Агентство з контролю за продуктами харчування Канади. Органічні продукти *(CFIA Organic Products)* http://www.inspection.gc.ca/food/organic-products/eng/1300139461200/1300140373901 Канадські виробники органічних продуктів *(Canadian Organic Growers)* www.cog.ca/index.php?page=organic-regulations
Закон про безпечні продукти харчування для канадців (Safe Food for Canadians Act)[186]	Агентство з контролю за продуктами харчування	Цей новий Закон об'єднає норми трьох інспекцій Агентства з контролю за продуктами харчування Канади (інспекцій з контролю за сільськогосподарськими товарами, рибою та м'ясом) в єдиний набір правил, які застосовуватимуться до всіх харчових продуктів, що імпортуються, експортуються або готуються для торгівлі між провінціями Канади. Закон покладатиме на імпортерів більшу відповідальність за забезпечення безпеки продуктів, які вони імпортують до Канади. http://inspection.gc.ca/about-the-cfia/acts-and-regulations/regulatory-initiatives/sfca/consultation/eng/1426531180176/1426531265317
Закон про захист рослин (Plant Protection Act)	Міністерство захисту довкілля та з питань зміни клімату	Регламентує питання ввезення рослин для запобігання поширенню шкідників, що можуть становити загрозу рослинам, сільському та лісовому господарству Канади. Додаткові документи Агентства з контролю за продуктами харчування Канади, які стосуються рослин *(CFIA Plant Guidance Document Repository)* www.inspection.gc.ca/guidance-document-repository/food-documents/plant-documents/eng/1374176314492/1375801799463 Процедури захисту при імпорті рослин *(Plant Protection Import Procedures)* www.inspection.gc.ca/plants/plant-pests-invasive-species/imports/eng/1324569244509/1324569331710

Нормативно-правовий акт	Орган, який адмініструє відповідний акт	Опис нормативно-правового акту. Додаткові документи
Закон про споживчу упаковку та маркування (Consumer Packaging and Labelling Act)	Бюро Канади з питань конкуренції	Встановлює вимоги щодо обов'язкової інформації на етикетках та заяв щодо товару, а також дизайну упаковки, рівнів заповнення та стандартних розмірів. Довідник щодо законів та положень про споживчу упаковку та маркування *(Guide to the Consumer Packaging and Labelling Act and Regulations)* www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/01248.html



9.1. ЯК ДІЗНАТИСЯ ПРО ВИМОГИ ДО ТОВАРІВ, ЩО ІМПОРТУЮТЬСЯ?

Враховуючи доволі велику кількість вимог у Канаді, ключове питання експортера: як знайти вимоги до мого товару та розібратись у різноманітті технічних регламентів та санітарно-фітосанітарних норм? Існують певні ресурси, що можуть допомогти вам у визначенні таких обов'язкових вимог до вашого товару.

Щодо вимог до промислових товарів, можна звернутися до головної сторінки на веб-сайті Агентства прикордонної служби Канади (CBSA),[187] на якій міститься повний та вичерпний перелік відповідних нормативно-правових актів, що регламентують ввезення товарів до Канади.[188] Наприклад, всі електротовари, які ввозяться до Канади, повинні бути сертифіковані відповідно до Електротехнічних норм та правил Канади *(Canadian Electrical Code).*[189]

Якщо ви експортуєте сільськогосподарські товари, вам легше знайти точний перелік застосовуваних до них нормативно-правових актів. На веб-сайті Агентства з контролю за продуктами харчування Канади (CFIA) є посилання на «Автоматизовану систему довідок стосовно імпорту» *(Automated Import Reference System (AIRS))*,[190] яка вчасно надає точну інформацію про вимоги до імпортованих товарів. Це найкращий ресурс для визначення вимог щодо вашого товару.

У системі використовується формат «питання-відповідь», за допомогою яких користувачі надають інформацію про коди товарів, призначення, кінцевого користувача та інші численні уточнення, що дають змогу системі згенерувати якомога точніший перелік регуляторних вимог.

Слід пам'ятати, що для деяких товарів, наприклад, рослинного походження, вимагається отримання фітосанітарного сертифікату,[191] який засвідчує, що рослини або продукти рослинного походження, на які видається сертифікат, пройшли перевірку у встановленому порядку та вважаються такими, що не містять шкідників. Це офіційний документ, який видає Державна служба України з питань безпечності продуктів харчування та захисту споживачів.[192] У свою чергу, продукція тваринництва має супроводжуватися ветеринарним сертифікатом. Слід мати на увазі, що не існує єдиного переліку товарів, на які вимагаються ветеринарні сертифікати. Проте експортерам допоможе база даних AIRS. Вимоги для одержання сертифікату постійно змінюються, тому важливо користуватися базою даних AIRS для впевненості у точності інформації.

Якщо у вас виникли запитання, для спілкування експортерів з представниками Агентства з контролю за продуктами харчування Канади (CFIA) у країні існує спеціалізована структура — Національний центр обслуговування операцій з імпорту *(National Import Service Centre)*[193], який діє як «єдине вікно» для вирішення питань, пов'язаних з імпортом товарів. Канадські імпортери та українські експортери можуть зателефонувати за номерами, вказаними на веб-сайті. Додаткову інформацію про ввезення сільськогосподарських товарів до Канади можна також отримати на веб-сайті Агентства прикордонної служби Канади (CBSA).[194]

НАЦІОНАЛЬНИЙ ЦЕНТР ОБСЛУГОВУВАННЯ ОПЕРАЦІЙ З ІМПОРТУ (National Import Service Centre)

Режим роботи: 7:00 — 15:00
(східноєвропейський час)
Телефон та EDI: 1-800-835-4486
(для дзвінків з Канади та США)
1-289-247-4099
(для місцевих дзвінків та дзвінків з інших країн)
Факс: 1-613-773-9999

9.2. МІЖНАРОДНІ ТА КАНАДСЬКІ СТАНДАРТИ

Окрім обов'язкових вимог, до широкого асортименту товарів, які ви плануєте продавати у Канаді, застосовуються стандарти. Для забезпечення високої якості товарів Канада запроваджує деякі стандарти як державні, які розробляє Канадська рада зі стандартизації *(Standards Council of Canada).*

Канадська рада зі стандартизації — це орган, який відповідає за забезпечення ефективної діяльності з добровільної стандартизації на національному рівні. Такі стандарти розробляються різними канадськими організаціями зі стандартизації (найважливішою з них є Канадська організація зі стандартизації *(Canadian Standards Association)).* Перелік всіх опублікованих стандартів можна отримати на веб-сайті Канадської ради зі стандартизації.[195]

Міжнародні стандарти — це стандарти, розроблені такими організаціями як, наприклад, Міжнародна організація зі стандартизації (ISO). Канадська рада зі стандартизації затвердила стандарти ISO 9000, ISO 9001 та ISO 14001 як державні стандарти Канади (*National Standards of Canada)*.[196] Стандарти ISO 9000 та ISO 9001 допомагають підприємствам всіх розмірів підвищувати свою ефективність та забезпечувати відповідність своїх товарів та послуг вимогам споживачів. Стандарт ISO 14001 сприяє підприємствам у виконанні своїх зобов'язань екологічного характеру.[197]

У Канаді є офіційно акредитовані організації, які розробляють стандарти через відповідні профільні комітети. Ці організації можуть пропонувати Канадській раді зі стандартизації нові стандарти, які будуть визнані державними стандартами Канади. Це такі організації:

- Канадська організація зі стандартизації *(the Canadian Standards Association);*
- Комітет Канади зі стандартизації *(the Canadian General Standards Board);*
- Лабораторії андеррайтерів Канади *(the Underwriters Laboratories of Canada);*
- Управління провінції Квебек з питань стандартизації *(Bureau de Normalisation du Québec).*

NB! Деякі стандарти, розроблені Комітетом Канади зі стандартизації, набули характеру обов'язкових, оскільки вони зазначаються у вимогах державних органів Канади або застосовуються у публічних закупівлях. Стандарт стає обов'язковим, якщо на нього посилається законодавство федерального уряду, уряду провінції або муніципалітету.

9.3. ПРОЦЕДУРИ ОЦІНКИ ВІДПОВІДНОСТІ

Слід пам'ятати, що вам необхідно довести відповідність вашого товару або послуг певним регуляторним вимогам чи стандартам. Цей процес називають процедурою оцінки відповідності. Він допомагає довести, що ваш товар готовий до продажу, оскільки він відповідає вимогам щодо якості та безпечності в країні імпорту.[198]

Для забезпечення доступу до канадського ринку вам допоможуть такі дії:

- Виробництво товару згідно з вимогами до якості та безпеки, що застосовуються у Канаді;
- Добровільне застосування стандартів для забезпечення ефективності системи управління на підприємстві;
- Тестування та сертифікація вашого товару в органах, акредитованих у Канадській раді зі стандартизації.

Тестування та сертифікація є основними формами оцінки відповідності. Якщо ваш товар пройшов сертифікацію через відповідні канали оцінки відповідності, такі як органи, акредитовані в Канадській раді зі стандартизації, споживачі будуть впевнені в надійності вашого товару.

Послуги із сертифікації у Канаді надають національні сертифікаційні органи, такі як CSA Group.[199] Наявність оцінки CSA означає, що товар пройшов тестування та відповідає діючим у Канаді стандартам безпеки та/або ефективності. Зазвичай оцінка CSA супроводжується присвоєнням певного класу та/або номеру справи, які можна знайти у базі даних CSA та на їх основі одержати детальнішу інформацію про товар, що пройшов перевірку.[200]

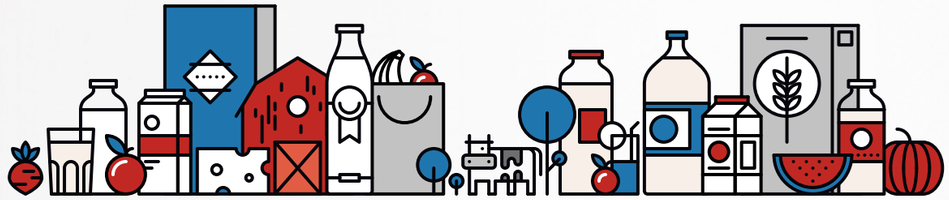
Канадська рада зі стандартизації крім того, що має власну програму з акредитації у багатьох сферах, формує перелік акредитаційних органів, які на даний момент визнані в Канаді.[201] Канадська рада зі стандартизації пропонує акредитацію органам із сертифікації товарів, процесів та послуг у багатьох сферах, наприклад, щодо будівельних матеріалів, електротоварів (наприклад, ENERGY STAR®), безпеки харчових продуктів (наприклад, CanadaGAP) тощо.

Станом на 2014 рік у Канаді існувало 37 сертифікаційних органів (у тому числі американських), понад 350 організацій з проведення тестувань та 27 організацій, що сертифікують системи управління, які були акредитовані Канадською радою зі стандартизації.[202] На веб-сайті Канадської ради зі стандартизації можна ознайомитися також із переліком акредитованих лабораторій. [203]

Процедури забезпечення відповідності технічним регламентам визначаються головним чином у самих технічних регламентах Канади. Але вони значною мірою залежать від характеристик відповідних товарів. Більшість регуляторних органів Канади покладаються на органи оцінки відповідності, які акредитовані в Канадській раді зі стандартизації.[204]

Але перш ніж адаптувати свій товар до законодавчих вимог Канади, вам треба визначити вашого потенційного партнера, який допомагатиме вам у цьому напрямку, оскільки він відповідає за забезпечення абсолютної прийнятності вашого товару на канадському ринку до моменту ввезення товару в Канаду.

NB! Якщо для імпорту вашого товару до Канади потрібно пройти сертифікацію, вам треба зайнятися вивченням цього питання заздалегідь, до фактичного початку експорту!

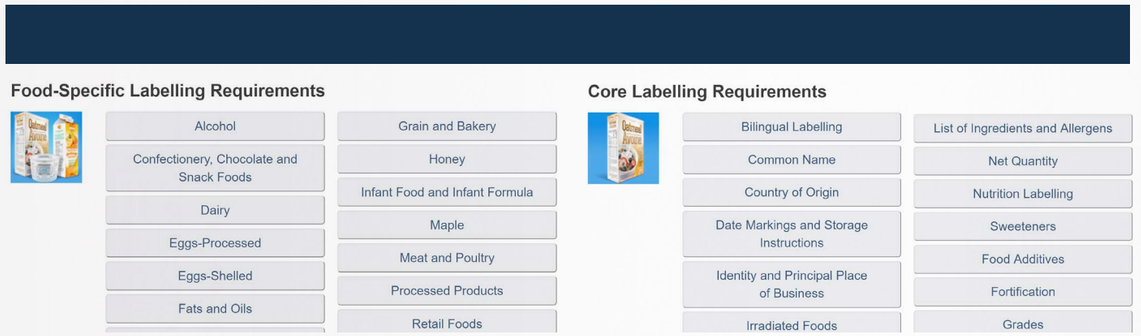


9.4. ВИМОГИ ДО МАРКУВАННЯ ТОВАРІВ У КАНАДІ

На офіційному веб-сайті Міністерства охорони здоров'я Канади *(Health Canada)* доступні Галузеві довідники *(Industry Guides)*, що стосуються відповідних споживчих товарів і можуть допомогти вам зрозуміти вимоги канадського законодавства до них (у тому числі щодо маркування).[205]

Наприклад, якщо ви експортуєте текстильну продукцію, вам необхідно ознайомитися із Законом про маркування текстильної продукції *(Textile Labelling Act)* та Положенням про маркування та рекламу текстильної продукції *(Textile Labelling and Advertising Regulations).* Додаткову інформацію про вимоги щодо маркування одягу та текстилю можна дізнатися на веб-сайті Бюро з питань конкуренції Канади *(Competition Bureau).*[206]

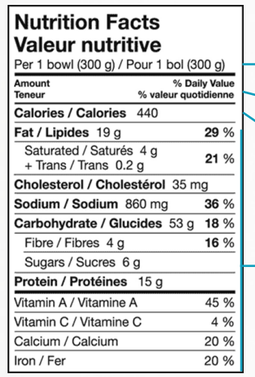
Маркування продуктів харчування — це вже питання іншої складності. На веб-сайті Агентства з контролю за продуктами харчування (CFIA)[207] можна отримати інформацію про всі вимоги до складу харчових продуктів, їх харчової цінності та загальну інформацію щодо маркування продуктів харчування тощо.



Система маркування харчових продуктів у Канаді істотно відрізняється від маркування в інших країнах, оскільки канадський уряд вимагає, щоб етикетки на упаковці та на товарі були оформлені обома офіційними мовами Канади: французькою та англійською, і під тексти обома мовами виділяється однакова площа. Додаткову інформацію можна отримати на веб-сайті Агентства з контролю за продуктами харчування Канади (CFIA).[208]

Крім того, Агентство з контролю за продуктами харчування (CFIA) пропонує корисний ресурс, що стосується маркування харчових продуктів залежно від галузі виробництва *(Industry Labelling Tool).*[209] Цей ресурс призначений головним чином для вашого канадського імпортера, але він також є цінним дороговказом для вас. За його допомогою можна ознайомитися з технічними вимогами з різних питань. Як ілюстрація, нижче в таблиці наведено кілька прикладів.

Вимога до етикетування	Опис
ЗАГАЛЬНА НАЗВА	Закон про продукти харчування та медикаменти та Закон про споживчу упаковку та маркування вимагають зазначати на основній частині етикетки продуктів харчування загальну назву виробу.[210] **Загальна назва продуктів харчування може мати наступні види:**[211] ■ назва, надрукована жирним шрифтом, згідно з вимогами Положення про продукти харчування та медикаменти (наприклад «апельсиновий сік з концентрату», «молочний шоколад», «майонез»); ■ назва згідно з приписами будь-яких інших федеральних законодавчих актів (наприклад «овочева суміш»); ■ якщо законом не встановлено певну назву — назва, за якою продукт харчування є загальновідомим (наприклад «апельсиновий напій»). http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/common-name/eng/1354906212164/1354906290936?chap=3#aa
ЧИСТИЙ КІЛЬКІСНИЙ ПОКАЗНИК	Вимагається зазначати загальну назву на основній частині етикетки французькою та англійською мовами. Вимагається зазначати чисту кількість:[212] ■ для рідини — об'єм: у мілілітрах (при об'ємі понад 1000 мілілітрів — у літрах); ■ для продуктів у твердій формі — вагу: у грамах (при вазі понад 1000 грамів — у кілограмах); ■ для певних видів продуктів (наприклад, для яблук) — кількість.
ТЕРМІН ПРИДАТНОСТІ	 Формат зазначення дати залежить від того, чи товар упакований на підприємстві роздрібної торгівлі.[213] Формат для харчових продуктів, упакованих не на підприємстві роздрібної торгівлі: Best before (використати до) 12 JN 28 Meilleur avant Формат для харчових продуктів, упакованих на підприємстві роздрібної торгівлі: Packaged on (Упаковано)/Empaqueté le June 28 juin Best before (використати до)/meilleur avant July 3 juillet **Для зазначення місяця у даті кінцевої придатності застосовуються такі двомовні символи:** JA — січень FE — лютий MR — березень AL — квітень MA — травень JN — червень JL — липень AU — серпень SE — вересень OC — жовтень NO — листопад DE — грудень

Вимога до етикетування	Опис
ПЕРЕЛІК ІНГРЕДІЄНТІВ	Вимагається зазначати інгредієнти за їх загальною назвою у порядку зменшення їхньої ваги у складі розфасованого товару.[214] **NB!** Переконайтеся, що ваші інгредієнти дозволено використовувати в Канаді! Радимо звернутись до списку дозволених харчових додатків (List of Permitted Food Additives): http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/securit/addit/list/index-eng.php Зверніть особливу увагу на наявність алергенів у вашому товарі: http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/securit/allerg/fa-aa/index-eng.php через особливі вимоги до маркування: http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/label-etiquet/allergen/index-eng.php На сайті Агентства з контролю за продуктами харчування (CFIA) є спеціальний перевірочний список щодо наявності алергенів (Allergen Check List for Food Suppliers and Manufacturers): http://www.inspection.gc.ca/food/non-federally-registered/safe-food-production/allergen-risks/eng/1357659722449/1357665699917 Також у Канаді діють вимоги щодо допустимих залишків пестицидів (maximum residue limits (MRLs)): http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/securit/addit/list/index-eng.php Окремі вимоги також діють щодо вітамінізації (fortification): http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/fortification/eng/1468504433692/1468504697186
ІНФОРМАЦІЯ ПРО ЕНЕРГЕТИЧНУ ЦІННІСТЬ	 **Nutrition Facts** **Valeur nutritive** Per 1 bowl (300 g) / Pour 1 bol (300 g) Amount / Teneur — % Daily Value / % valeur quotidienne Calories / Calories 440 Fat / Lipides 19 g — 29 % Saturated / Saturés 4 g + Trans / Trans 0.2 g — 21 % Cholesterol / Cholestérol 35 mg Sodium / Sodium 860 mg — 36 % Carbohydrate / Glucides 53 g — 18 % Fibre / Fibres 4 g — 16 % Sugars / Sucres 6 g Protein / Protéines 15 g Vitamin A / Vitamine A — 45 % Vitamin C / Vitamine C — 4 % Calcium / Calcium — 20 % Iron / Fer — 20 % Інформація про кількість, у якій продається товар Кількість показана у форматі «% від денної норми» Харчова цінність Перелік харчових інгредієнтів Більш детальну інформацію можна знайти на сайті Міністерства охорони здоров'я Канади (Health Canada): http://www.hc-sc.gc.ca/fn-an/label-etiquet/nutrition/index-eng.php Існують також товари, на які не поширюються вимоги щодо зазначення енергетичної цінності (labelling exemptions): http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/nutrition-labelling/exemptions/eng/1389198015395/1389198098450?chap=2
НАЗВА ТА АДРЕСА КОМПАНІЇ	Етикетка повинна містити найменування та розташування особи, яка виробляє продукт харчування для продажу.[215]

Вимога до етикетування	Опис
КРАЇНА ПОХОДЖЕННЯ	У деяких випадках імпортери можуть за власним рішенням зазначати на етикетці країну походження товару або вказувати тільки «Вироблено в [...]» та назву канадської компанії-імпортера.

Більш детальну інформацію про правильне зазначення інформації про харчову цінність можна знайти у посібнику, підготовленому Міністерством охорони здоров'я Канади *(Directory of Nutrition Facts Table Formats).*[216]
Контактна інформація:

Щодо загальних питань

CFIA, National Headquarters
1400 Merivale Road
Ottawa, Ontario, K1A 0Y9
Toll-free: 1-800-442-2342
Local: 613-773-2342
TTY: 1-800-465-7735
08:00 to 20:00 (східноєвропейський час)
з понеділка по п'ятницю.

Щодо питань харчових додатків

Food Research Division Bureau of Chemical Safety
Health Products and Food Branch
Health Canada
Sir Frederick Banting Research Centre
Postal Locator 2203C
Ottawa, Ontario K1A 0L2
E-mail: bcs-bipc@hc-sc.gc.ca
Telephone: 613-957-0944
Facsimile: 613-941-4775

Щодо питань допустимих залишків пестицидів

Pest Management Regulatory Agency
Health Canada
2720 Riverside Drive
Ottawa, Ontario
Address Locator: 6606D2
K1A 0K9
E-mail: pmra.infoserv@hc-sc.gc.ca
Telephone: 613-736-3799

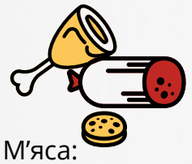
З питань вітамінізації

Bureau of Nutritional Sciences
Food Directorate, Health Canada
251 Sir Frederick Banting Driveway
Postal Locator 2203E
Tunney's Pasture
Ottawa, Ontario, K1A 0K9
E-mail: bns-bsn@hc-sc.gc.ca
Telephone: 613-957-4546
Facsimilie: 613-948-8470

Зверніть також особливу увагу на вимоги до заяв, пов'язаних з товаром: чи ви позиціонуєте свій товар як «корисний для здоров'я», чи пов'язуєте певні інгредієнти товару із позитивним впливом на здоров'я. У Канаді для таких заяв діють жорсткі вимоги. Наприклад, м'ясо чи риба не можуть позиціонуватись як «природні» (natural), оскільки зміст такого терміну до кінця не зрозумілий і може ввести споживача в оману.[217] Так само будь-які декларації щодо позитивного впливу на здоров'я мають бути науково доведеними (Міністерство охорони здоров'я Канади *(Health Canada)* може вимагати такі докази). Ознайомтесь із вимогами на сайті Агентства з контролю за продуктами харчування:
http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/health-claims/eng/1392834838383/1392834887794?chap=6.

Слід пам'ятати, що останнє слово щодо затвердження етикетки на товар до її запуску в друк залишається за вашим бізнес-партнером, тому вам необхідно співпрацювати з ним при розробці етикетки і переконатися, що виконані всі вимоги до її оформлення. За допомогою ресурсу *Canadian Company Capabilities* ви можете знайти компанії, що здатні вам (і вашому імпортеру) допомогти із правильним маркуванням вашого товару (для цього проведіть пошук за ключовими словами «Packaging and Labelling Services»).[218]

На додаток до вищезазначених, існують особливі вимоги до маркування конкретних груп товарів, наприклад:



М'яса:
http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/meat-and-poultry-products/eng/1393979114983/1393979162475

Молочних продуктів:
http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/dairy-products/eng/1393082289862/1393082368941

Меду:
http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/honey-products/eng/1392907854578/1392907941975

Жирів та олій:
http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/fats-and-oils/eng/1392751693435/1392751782638

ВОНИ ЕКСПОРТУЮТЬ ДО КАНАДИ -ІСТОРІЯ УСПІХУ №4

N-IX – ПЕРШОКЛАСНІ УКРАЇНСЬКІ ІТ-ПОСЛУГИ ДЛЯ КАНАДСЬКОГО РИНКУ

ВІРА БИЙ – МЕНЕДЖЕР З ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ КОМПАНІЇ NIX:

N-iX – українська IT-компанія, що надає послуги розробки програмного забезпечення з використанням сучасних мов програмування та досвідом застосування таких передових технологій як data science, machine learning, blockchain, virtual reality, тощо.

Компанія на глобальному ринку вже 15 років, в її портфоліо клієнти з понад 35 країн світу. Компанія N-iX вже мала позитивний досвід співпраці з канадськими клієнтами, такими як компанія Think Research, яка займається менеджментом клінічних даних у сфері охорони здоров'я чи компанія OpenText, котра є однією з найбільших світових розробників систем управління корпоративною інформацією. Позитивний досвід співпраці заохотив компанію й надалі розвивати клієнтську базу в Канаді.

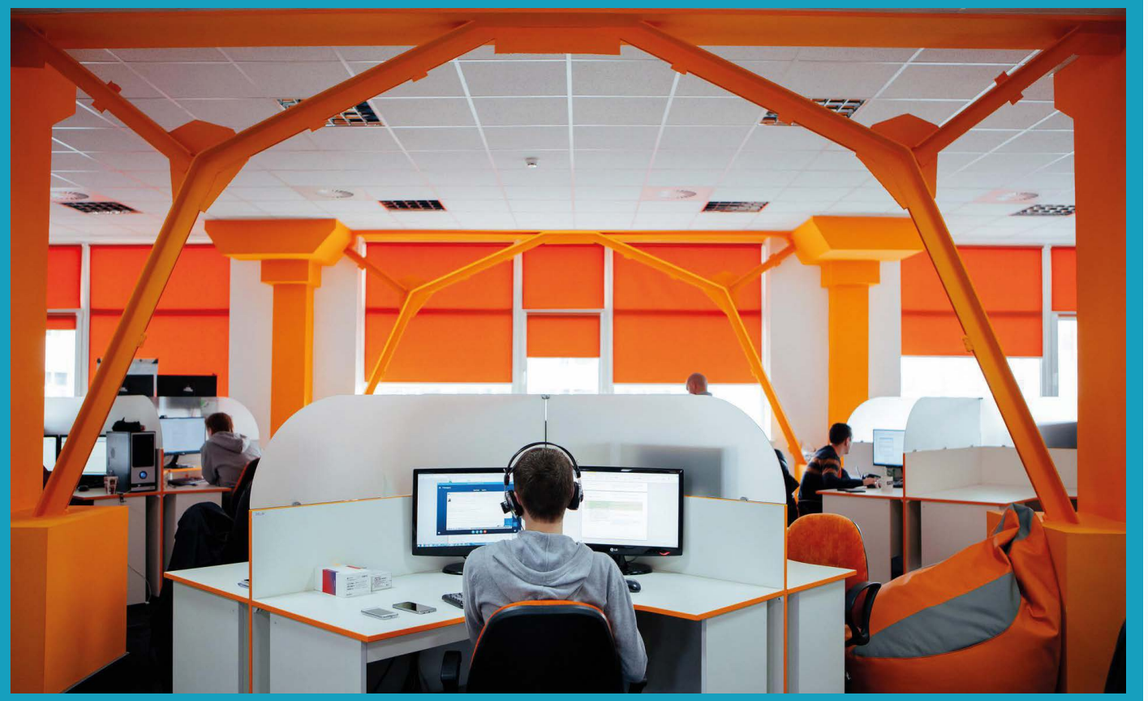
У травні 2017 року N-iX долучилися до першої української IT-місії до Канади, організованої Офісом з просування експорту в партнерстві з проектом CUTIS.

Під час місії 17 українських IT-компаній взяли участь у запуску Branham300 – мережевої зустрічі, на якій щороку збираються лідери канадського IT-ринку. Окрім того, N-iX долучилися до серії B2B-зустрічей та змогли налагодити первинні контакти з новими потенційними партнерами в Канаді.

МИ ДАВНО МАЛИ НАМІРИ РОЗШИРИТИ НАШУ БАЗУ КЛІЄНТІВ З КАНАДИ, ОСКІЛЬКИ КОМПАНІЯ N-IX УЖЕ МАЛА УСПІШНИЙ ДОСВІД НА РИНКУ КАНАДИ. ЦЕ ОДИН З НАШИХ КЛЮЧОВИХ РИНКІВ, АДЖЕ У ПІВНІЧНІЙ АМЕРИЦІ МОЖНА ОТРИМАТИ АДЕКВАТНУ ВИНАГОРОДУ ЗА ЯКІСНІ ПОСЛУГИ.

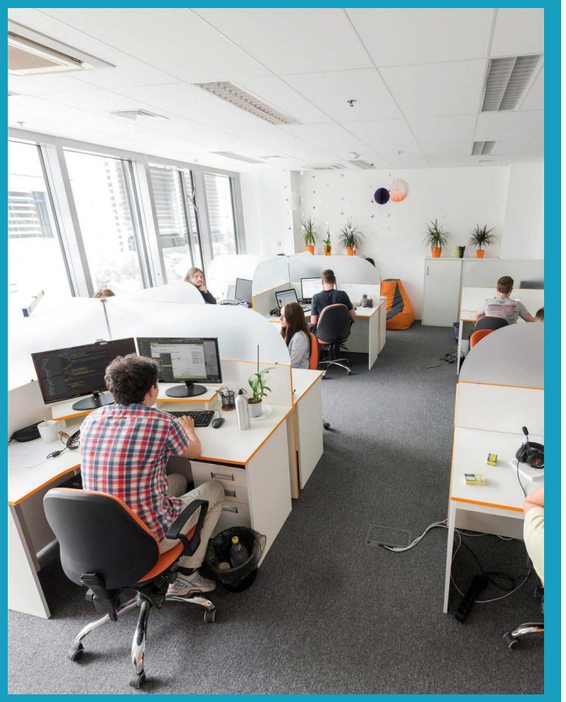
Зараз основна комбінація, яку шукають багато канадських компаній – це якісні послуги з інноваційною складовою за виважену ціну. Зокрема йдеться і про IT, адже якісно створені інноваційні технологічні продукти чи рішення можуть принести значну додану вартість цим компаніям. Тому серйозні канадські бізнеси не завжди мотивують свій вибір IT-партнера лише дешевизною послуг, яку часто пропонують азійські компанії. Їх більше цікавлять глибокий інженерний досвід, який допоможе покрити їхні бізнес потреби і це вони знаходять тут в Україні, зокрема і в N-iX

Канадські клієнти шукають висококласних експертів-розробників з досвідом у найновітніших технологіях, таких як data science, machine learning, blockchain та інші. У Канаді бракує таких людських ресурсів на ринку, а в Україні часто ці ресурси є доступні. Тому варто інвестувати у поглиблення експертизи у новітніх техногологіях та розвивати інноваційне бізнес- мислення, щоб успішно продавати свої послуги на канадському ринку



Канадські клієнти люблять прозорість у ділових стосунках, вони не сприймають багатозначності та нечіткості: те, що ви обіцяєте, ви маєте потім виконати. Що дуже цінується канадськими клієнтами – це проактивність. Лояльність наших клієнтів поглибилася, коли ми почали проактивно аналізувати та пропонувати розв'язок, щоб покращити ефективніст їхніх рішення чи вирішити нетривіальну чи проблематичну ситуацію.

Українським компаніям варто бути цілеспрямованими, щоб заангажувати канадських клієнтів. Деколи потрібно бути дуже завзятим, адже щоб просто зав'язати першу розмову з представниками серйозних компаній треба інколи докласти неабияких зусиль і терпеливості. Головне, правильно визначити ваших потенційних клієнтів і не боятися зробити перший крок до них.



ЗАХИСТ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ПРИ ЕКСПОРТІ ДО КАНАДИ

Пам’ятайте, що при експорті до Канади ви маєте бути впевнені, що ваш товар не порушує прав інтелектуальної власності канадських виробників. Регулювання прав інтелектуальної власності в Канаді здійснює Офіс з питань інтелектуальної власності Канади (Canadian Intellectual Property Office, CIPO)[219] з метою забезпечення прав власників та авторів на їхні оригінальні твори, розробки або винаходи. Сайт Офісу з питань інтелектуальної власності Канади (CIPO) дає експортерам можливість пошуку за базами даних торгових марок, патентів, авторських прав і промислових зразків, вже зареєстрованих у Канаді. Крім того, Офіс з питань інтелектуальної власності Канади (CIPO) надає рекомендації щодо застосування цих форм захисту прав інтелектуальної власності на ваші товари у Канаді.

10

ВИДИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ[220]:

ТОРГОВІ МАРКИ

Марка або інший знак, що позначає товари або послуги компанії;

Власники зареєстрованих у Канаді торгових марок мають виключні права упродовж 15 років (з можливістю поновлення);

Незареєстровані торгові марки теж можуть користуватися захистом за загальним правом (common law).

ПАТЕНТИ

Ексклюзивне право, надане щодо винаходу - продукту або процесу;

Канадські патенти діють упродовж 20 років з дати подання заявки на патент;

Мають захист і реєструються лише на національному рівні (охоплюють лише Канаду).

АВТОРСЬКЕ ПРАВО

Захист літературного, художнього, драматичного або музичного твору;

Авторське право виникає автоматично, але рекомендовано його реструвати;

Авторське право діє упродовж всього життя автора та ще 50 років після його смерті.

ПРОМИСЛОВІ ЗРАЗКИ

Захист оригінальних візуально відтворених властивостей виробу;

У Канаді зареєстровані промислові зразки охороняються упродовж 10 років;

Ви вправі продати належні вам права на промисловий зразок або надати іншій особі ліцензію на його використання та продаж.

Зверніть увагу, що в Канаді діє Закон про боротьбу з контрафактними товарами *(Combating Counterfeit Products Act)*, який вступив у силу 1 січня 2015 року. Метою цього закону є зменшення масштабів торгівлі контрафактними та піратськими товарами, що ввозяться на територію Канади або вивозяться з неї, шляхом надання працівникам Агентства прикордонної служби Канади (CBSA) додаткових прав та засобів забезпечення його дотримання. Це дозволяє працівникам Агентства прикордонної служби Канади (CBSA) тимчасово затримувати контрафактний товар на кордоні, а власникам прав на об’єкти інтелектуальної власності звертатися до відповідних органів за наданням правового захисту. Після затримки підозрілої партії товару Агентство прикордонної служби Канади (CBSA) звертається до осіб, чиї права інтелектуальної власності порушені, та інформує їх про всі заходи, необхідні з їхнього боку для відкриття справи у зв’язку з порушенням авторських прав. Слід мати на увазі, що правовласник, який подає заяву за цією програмою, несе відповідальність перед урядом Канади за сплату витрат на зберігання, переробку або знищення затриманого товару з наступного дня після відправки їм повідомлення про затримку відповідного вантажу.

ДОДАТОК І.
ТЕСТ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ГОТОВНОСТІ ДО ЕКСПОРТУ

Чи готові ви експортувати до Канади?
Для перевірки своєї готовності до експорту дайте відповіді на нижчезазначені питання та перевірте, скільки балів ви набрали:

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

1. Чи ваш товар або послуга вже існує?
A. Наразі виробляється
B. Перебуває на стадії розробки та випробування
C. Існує лише як задум

2. Чи ваш товар або послуга вже продається в Україні?
A. Наразі продається, частка на ринку зростає
B. Наразі продається, але його/її частка на ринку мала
C. Наразі продається, але обсяги продажів незначні

3. Чи має ваша компанія додаткові виробничі потужності або спеціалістів для задоволення збільшеного попиту при експорті?
Так Ні

4. Чи має ваша компанія необхідні фінансові ресурси для адаптування свого товару або послуги до вимог та потреб цільового ринку та просування на ньому?
A. Фінансування забезпечене
B. Фінансування організується
C. Фінансування відсутнє

ІНФОРМАЦІЯ ПРО КОМПАНІЮ

5. Чи налаштоване керівництво вашої компанії готуватись до експорту і докладати для цього зусиль?
Так Ні

6. Чи ваша компанія зарекомендувала себе як така, що дотримується встановлених строків?
Так Ні

7. Чи має керівництво вашої компанії досвід роботи на закордонних ринках?
Так Ні

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ТОВАР АБО ПОСЛУГУ

8. Чи має товар або послуга вашої компанії очевидні конкурентні переваги (якість, ціна, унікальність, інноваційність) перед товарами/послугами конкурентів?
Так Ні

9. Чи адаптувала ваша компанія упаковку, маркування та/або рекламні матеріали для потреб канадського ринку?
Так Ні

10. Чи має ваша компанія можливості та ресурси для забезпечення післяпродажної підтримки та обслуговування в Канаді?
Так Ні

11. Чи має ваша компанія прайс-лист на свій товар на умовах «франко-борт» (FOB) або «вартість, страхування і фрахт» (CIF) або перелік ставок за свої послуги?
Так Ні

12. Чи провела ваша компанія дослідження канадського ринку?
A. Проведено первинне та вторинне дослідження ринку, у тому числі здійснено візит до Канади
B. Проведено деяке первинне та вторинне дослідження ринку
C. Дослідження не проводилося

13. Чи підготовлені інформаційно-маркетингові матеріали вашої компанії французькою та/або англійською мовою (бізнес-картки, брошури та веб-сайт)?
Так Ні

14. Чи почала ваша компанія просувати свій товар або послугу в Канаді?
Так Ні

15. Чи користується ваша компанія послугами торгового представника/дистриб'ютора/посередника або агента?
Так Ні

16. Чи найняла ваша компанія експедиторську компанію та митного брокера?
Так Ні

ТЛУМАЧЕННЯ ОТРИМАНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Кількість отриманих балів?

Якщо ви відповіли «так» чи обрали варіант (А) більше ніж на **12** питань

МОЛОДЕЦЬ!
Ви розумієте, що нарощування експортного потенціалу — це інвестиція в себе. Ви маєте надійну основу для успішного здійснення експорту в Канаду, оскільки ви розумієте, які зобов'язання, ресурси та стратегії необхідні для цього.

Якщо ви відповіли «так» чи обрали варіант (А) на **7—11** питань

НІХТО НЕ ДОСКОНАЛИЙ!
Ви майже готові почати експортувати в Канаду. Але рівень вашої підготовки має деякі недоліки. Вам варто перевірити себе, знайти ці недоліки та виправити їх. Вам також було б доцільно проконсультуватися в консультантів з експорту, юристів або установ, що надають допомогу в експорті, щоб одержати підтримку в підготовці надійного бізнес-плану для вдосконалення вашого експортного потенціалу.

Якщо ви відповіли «так» чи обрали варіант (А) менше ніж на **7** питань

НЕМАЄ НІЧОГО НЕМОЖЛИВОГО!
Не відмовляйтесь від своїх мрій та ніколи не складайте руки. Вам лише треба добре виконати «домашні завдання» з підготовки до експорту та більше інвестувати в себе. Допомогою для вас на першому етапі може стати цей посібник, підготовлений в рамках проекту CUTIS.

ДОДАТОК ІІ.
КОРИСНІ РЕСУРСИ ТА КОНТАКТИ

Інформація про канадський ринок, допомога з питань експорту	Офіс з просування експорту при Міністерстві економічного розвитку та торгівлі України (Export Promotion Office) http://fsr.org.ua/en/page/export-promotion-office https://www.facebook.com/exportpromotionoffice/?fref=ts
Допомога з питань експорту та інформація з питань вимог до експорту	Міністерство економічного розвитку і торгівлі України http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA
Встановлення та підтримання зв'язків	Посольство України в Канаді http://canada.mfa.gov.ua/en
Встановлення та підтримання зв'язків, пошук покупців	Канадсько-українська торгова палата (CUCC) http://cucc.ca/?lang=uk
Інформація про канадський ринок, допомога з питань експорту	Канадсько-український проект підтримки торгівлі та інвестицій (CUTIS) https://cutisproject.org/

ДОДАТОК II.
КОРИСНІ РЕСУРСИ ТА КОНТАКТИ

Зв'язки з канадськими асоціаціями, дослідження ринку	Канадська торгова палата (Canadian Chamber of Commerce) www.chamber.ca
Дослідження ринку, допомога з питань експорту	Канадська Служба сприяння розвитку торгівлі (Trade Facilitation Office Canada) www.tfocanada.ca Trade Data Online http://www.ic.gc.ca/eic/site/tdo-dcd.nsf/eng/Home Міністерство статистики Канади (Statistics Canada) http://statcan.gc.ca СОТ — Огляд торгової політики Канади (2015) https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s314_e.pdf Підприємницька мережа Канади (Canada Business Network) http://canadabusiness.ca/F-S1/
Інформація про уподобання канадських споживачів	Звіт «Майбутнє продуктів харчування: Чи готові виробники до потреб покоління двохтисячних» (Report, The Future of Food: Are You Ready for Millennials?) https://www.slideshare.net/marumatchbox/the-future-of-food-are-you-ready-for-the-millennials Канадські продавці харчових продуктів http://www.canadiangrocer.com/ Результати дослідження Банку Канади з розвитку бізнесу «Визначення майбутнього росту за матрицею: П'ять тенденцій змін уподобань споживачів» (BDC Study, Mapping your future growth, Five game-changing consumer trends) https://www.bdc.ca/Resources%20Manager/study_2013/consumer_trends_BDC_report.pdf?ref=shorturl-consumertrends
Контакти, що стосуються експорту	Модальні контракти для малих підприємств ITC http://www.intracen.org/model-contracts-for-small-firms/ Міжнародна торгівля — онлайн ресурс http://www.foreign-trade.com/reference/incoterms.htm
Пошук канадських імпортерів	База даних канадських імпортерів (Canadian Importers Database) https://www.ic.gc.ca/eic/site/cid-dic.nsf/eng/home
Пошук канадських оптових торгівців вашого товару	Довідник канадських компаній (Canadian Companies Capabilities) http://www.ic.gc.ca/eic/site/ccc-rec.nsf/eng/00040.html Канадська рада з питань роздрібної торгівлі (Retail Council of Canada) http://www.retailcouncil.org/publications/retailerguides
Пошук посередника або брокера у Канаді	Продукти харчування: Agent and Broker Directory — Central Canada (Food) https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Agent%20and%20Broker%20Directory%20-%20Central%20Canada_Ottawa_Canada_5-2-2011.pdf

ДОДАТОК II.
КОРИСНІ РЕСУРСИ ТА КОНТАКТИ

Перелік сайтів з інформацією про електронну комерцію	Послуги з електронної комерції http://www.emarketservices.com/start/eMarket-Directory/index.html
Перелік канадських експедиторських фірм	Асоціація міжнародних експедиторських фірм Канади http://www.ciffa.com/
Перелік канадських митних брокерів	Агентство прикордонної служби Канади (CBSA): перелік ліцензованих митних брокерів http://www.cbsa-asfc.gc.ca/services/cb-cd/cb-cd-eng.html Асоціація митних брокерів Канади (Canadian Society of Customs Brokers) http://cscb.ca/customs-broker-search
Публічні закупівлі в Канаді	Агенція публічних робіт та державних послуг Канади (Public Works and Government Services Canada) https://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/comm/index-eng.html Тендери https://buyandsell.gc.ca/procurement-data/tenders
Створення компаній у Канаді	Онлайн ресурс The Balance https://www.thebalance.com/ Асоціація юристів Верхньої Канади http://www.lsuc.on.ca/find-a-lawyer-or-paralegal/ Асоціація юристів провінції Квебек http://www.barreau.qc.ca/en/public/trouver/avocat/index.html Асоціація юристів провінції Британська Колумбія https://www.lawsociety.bc.ca/page.cfm?cid=8 Асоціація юристів провінції Альберта http://www.lawsociety.ab.ca/
Митне оформлення в Канаді	Агентство прикордонної служби Канади (CBSA) http://www.cbsa-asfc.gc.ca/menu-eng.html Митний тариф 2017 http://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2017/menu-eng.html Агентство з контролю за продуктами харчування Канади (CFIA) http://www.inspection.gc.ca/eng/1297964599443/1297965645317
Стандартизація, оцінка відповідності	Канадська рада зі стандартизації (Standards Council of Canada) https://www.scc.ca/ CSA Group http://www.csagroup.org/
Права інтелектуальної власності	Офіс з питань інтелектуальної власності Канади (CIPO) http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/Home
Органічна продукція	Органічні продукти Канади та для Канади (Think Canada Organic) http://thinkcanadaorganic.ca/numbers/

ДОДАТОК II.
КОРИСНІ РЕСУРСИ ТА КОНТАКТИ

Добровільна сертифікація	Сертифікація GFSI http://www.mygfsi.com/about-gfsi/gfsi-recognised-schemes.html Сертифікація ISO https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html Сертифікація за системою даних добровільних стандартів ITC Standards Map http://www.standardsmap.org/identify#sthash.4Dnd01v9.dpuf Сертифікація GLOBALG.A.P. http://www.globalgap.org/uk_en/ Сертифікація CANADAGAP http://www.canadagap.ca Сертифікація за системою справедливої торгівлі Fairtrade International https://www.fairtrade.net/ Лісова сертифікація (FSC) https://ua.fsc.org/ua-ua Сертифікація за Стандартом 100 міжнародної системи тестування та сертифікації виробів з текстильних матеріалів OEKO-TEX® https://www.oeko-tex.com/en/business/certifications_and_services/ots_100/ots_100_start.xhtml
Інформація про канадську культуру	Центр міжкультурної освіти http://www.intercultures.ca/cil-cai/ci-ic-eng.asp?iso=ca
Соціальна відповідальність	Глобальний договір ООН (UN Global Compact) https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles
Міжнародні стандарти праці	Конвенції та рекомендації Міжнародної організації праці http://www.ilo.org/global/standards/subjects-covered-by-international-labour-standards/lang--en/index.htm
Соціальна відповідальність — права жінок	Принципи розширення можливостей для жінок (Women's Empowerment Principles) http://www.weprinciples.org/ Довідник компаній під керівництвом жінок SheTrades https://shetrades.com/index.php?option=com_shetrades&view=businessinfos&Itemid=513 Організація жінок, які займаються міжнародною торгівлею (Organization for Women in Trade) http://www.owit.org/ Міжнародна організація жінок-підприємців (Women's Business Initiative International) http://www.womensbusinessinitiative.net/ Група з питань гендерної рівності та інші ініціативи при Всесвітньому світовому форумі https://www.weforum.org/system-initiatives/education-gender-and-work/ Рада канадських підприємств, що належать жінкам (Women Business Enterprises Canada Council) http://www.wbecanada.org/ Онлайн ресурс для жінок-підприємців та керівників малих підприємств при Європейській Комісії (European Commission, Entrepreneurship and SMEs) https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women/support-networks_en

КОРИСНІ ПУБЛІКАЦІЇ

ОДЯГ, ТЕКСТИЛЬНІ ВИРОБИ

Щомісячний інформаційний бюлетень маркетингової фірми Trendex North America Inc.
http://www.trendexna.com

Аналітика ринку одягу (Apparel Insights)
http://www.trendexna.com/pdfs/Apparel_Insights_2014.pdf

Інформаційні бюлетені Федерації канадських виробників одягу
http://www.apparel.ca/newsletters.html

БУДІВЕЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

Інформаційний ресурс для спеціалістів з облаштуванні осель Hardlines
http://www.hardlines.ca

Інформаційний ресурс з деревообробки та облаштування оселі Woodworking Magazine
https://www.canadianwoodworking.com

Інформаційний ресурс Асоціації роздрібної торгівлі металовиробами Hardware Retailing
http://www.hardwareretailing.com

КИЛИМИ ТА ДОРІЖКИ

Онлайн-журнал дизайну та архітектури Azure
http://www.azuremagazine.com/

Онлайн-журнал дизайну інтер'єрів Canadian Interiors
https://www.canadianinteriors.com

Онлайн-ресурс з інформацією про кахлі та покриття з каменю Coverings
http://www.coverings.com

КОСМЕТИКА

Інтернет-журнал «Косметика» (Cosmetics Magazine)
http://cosmeticsmag.com

Інтернет-журнал «Спа Канада» (Spa Canada Magazine)
http://spacanada.ca

НАТУРАЛЬНА ПРОДУКЦІЯ

Інтернет-журнал для роздрібних торгівців натуральною продукцією для здоров'я Canadian Natural Health Retailers
http://www.cnhr.ca

Довідник канадських натуральних продуктів для здоров'я Natural Health Products Canada
http://www.contactcanada.com/guides/health/

Онлайн ресурс з питань натуральної продукції та здорового способу життя Wholife
http://www.wholife.com

МЕБЛІ

Інтернет-журнал «Інтер'єр» (Magazine Intérieurs)
http://www.magazineinterieurs.com/en/

Довідник з питань меблів FurnitureLink
http://www.furniturelinkca.com

Якісні меблі Канади (Quality Canadian Furniture)
http://www.qualitycanadianfurniture.ca/en/

ЮВЕЛІРНІ ВИРОБИ

Інтернет-журнал «Валізи, шкіряні вироби та аксесуари» (Luggage, Leathergoods and Accessories Magazine)
http://www.llanda.com

Журнал «Канадські ювелірні вироби» (Canadian Jewellers Magazine)
http://www.canadianjeweller.com/

Онлайн ресурс Complex
http://ca.complex.com

ДОМАШНІЙ ДЕКОР

Інтернет-журнал «Канадський спосіб життя» (Canadian Living)
http://www.canadianliving.com

КОРИСНІ ПУБЛІКАЦІЇ

САДІВНИЦТВО

Інтернет-журнал «Канадське садівництво» (Canadian Gardening)
http://www.canadiangardening.com
Інтернет-журнал «Канадський флорист» (Canadian Florist Magazine)
https://canadianfloristmag.com
Інформаційний бюлетень для роздрібних торгівців квітами «Квіти Канади» (Flowers Canada Retail Newsletter)
http://flowerscanada.org/page?s=36&lang=en-CA
Онлайн-ресурс «Теплиці Канади» (Greenhouse Canada)
http://www.greenhousecanada.com

ВЗУТТЯ

Інтернет-журнал «Взуття» (Footwear Journal)
http://www.myvirtualpaper.com/doc/shoe-trades-publications/rbg2015-opt/2015022301/#0

Довідник Retail Byuers Guide 2016
https://danmaitland.myshopify.com/products/retail-buyers-guide-2010

ХАРЧОВІ ПРОДУКТИ, НАПОЇ

Онлайн-ресурс для продуктових ритейлерів Canadian Grocer
http://www.canadiangrocer.com

Довідник для канадських покупців морепродуктів Canadian Seafood Buyer's Guide
http://www.canadiangrocer.com

Онлайн-ресурс «Харчові продукти та напої Канади» (Food and Beverage Canada)
http://www.foodandbeveragecanada.com

Інтернет-журнал «Харчові продукти Канади» (Food in Canada)
http://www.foodincanada.com

Інтернет-журнал «Продуктовий бізнес Канади» (Grocery Business Canada)
http://www.grocerybusinessmedia.ca/default.php

Інтернет-журнал «Новини про органічну продукцію та здоров'я» (Organic & Wellness News)
http://organicwellnessnews.com/en/

БІЗНЕС АСОЦІАЦІЇ КАНАДИ

ОДЯГ І ТЕКСТИЛЬ

Федерація канадських виробників одягу (Canadian Apparel Federation)
http://www.apparel.ca

Асоціація канадських представників оптових торгівців одягом (Canadian Association of Wholesale Sales Representatives (Apparel Sales Agents))
http://caws.ca/about-caws/

КИЛИМИ ТА ДОРІЖКИ

Канадський інститут килимів (Canadian Carpet Institute)
http://www.carpet-rug.org

Канадський альянс виробників та торгівців товарами для умеблювання та оздоблення (Canadian Home Furnishings Alliance)
http://www.chfaweb.ca/i-about.html

ВЗУТТЯ

Асоціація виробників взуття Західної Канади (Western Canada Show Association)
http://wcsa.ca

Асоціація канадських виробників взуття (Shoe Manufactures Association of Canada)
http://www.worldfootwear.com/organizations.asp?id=338

Асоціація торгівців взуттям провінції Онтаріо (Ontario Shoe Travellers' Association)
http://www.ontarioshoetravellers.com

КВІТНИКАРСТВО

Канадська ландшафтна асоціація (Canadian Nursery Landscape Association)
http://www.canadanursery.com

Об'єднання господарств з вирощування квітів (United Flower Growers)
http://www.ufgca.com

БІЗНЕС АСОЦІАЦІЇ КАНАДИ

НАПОЇ

Алкогольні напої
Асоціація канадських виробників алкогольних напоїв (Association of Canadian Distillers)
http://www.acd.ca

Об'єднання канадських виробників пива (Beer Canada)
http://www.beercanada.com

Канадська асоціація органів контролю за виробництвом та продажем міцних алкогольних напоїв (Canadian Association of Liquor Jurisdictions)
http://www.calj.org

Канадська асоціація виноробів (Canadian Vintners Association)
http://www.canadianvintners.com

Напої (інші)
Асоціація канадських виробників напоїв (Canadian Beverage Association)
http://www.canadianbeverage.ca

Асоціація канадських виробників бутильованих напоїв (Canadian Bottled Water Association)
http://www.cbwa.ca

Асоціація канадських торгівців кавою (Canadian Coffee Association)
http://www.coffeeassoc.com

Асоціація канадської індустрії чаю (Tea Association of Canada)
http://www.tea.ca

БУДІВЕЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

Асоціація канадських домобудівельних підприємств (Canadian Homebuilders Association)
http://www.chba.ca

Асоціація виробників та торгівців пиломатеріалами та будівельними матеріалами провінції Онтаріо (Lumber and Building Materials Association of Ontario)
http://www.lbmao.on.ca

Північно-американська асоціація роздрібних торгівців металовиробами (North American Retail Hardware Association Canada)
http://www.nrha.org

ХАРЧОВІ ПРОДУКТИ

Канадська асоціація незалежних торгівців продуктами (Canadian Federation of Independent Grocers)
https://cfig.ca

Канадська асоціація торгівців органічною продукцією (Canada Organic Trade Association)
http://www.ota.com/canada-ota

Канадська асоціація господарств плодоовочевого сектора (Canadian Produce Management Association)
http://www.cpma.ca

Канадська асоціація виробників сухих сніданків та закусок (Canadian Snack Food Association)
http://canadiansnack.com

Канадська асоціація виробників та торгівців спеціями (Canadian Spice Association)
http://www.canadianspiceassociation.com

Північно-американська робоча група з питань перевезень свіжої плодоовочевої продукції (North American Produce Transportation Working Group)
http://www.naptwg.org

ДОМАШНІЙ ДЕКОР

Асоціація канадських виробників та торгівців подарунками (Canadian Gift Association)
https://www.cangift.org/en/home/

Канадська федерація ремесел (Canadian Crafts Federation)
http://canadiancraftsfederation.typepad.com/canadian-crafts-federatn/

Асоціація ремесл та хоббі (Craft and Hobby Association)
https://www.craftandhobby.org/eweb/startpage.aspx?site=cha

БІЗНЕС АСОЦІАЦІЇ КАНАДИ

КОСМЕТИКА

Об'єднана асоціація індустрії краси
(Allied Beauty Association)
http://www.abacanada.com

Асоціація канадських виробників та торгівців парфумерно-косметичною продукцією та товарами особистої гігієни
(Canadian Cosmetics, Toiletry, and Fragrance Association) http://www.cctfa.ca/site/cctfa/

Асоціація освіти та інформації про парфумерну продукцію (Scented Products Education and Information Association of Canada)
http://www.cctfa.ca/scented/

Товариство хіміків-косметологів
(відділення в Онтаріо)
(Society of Cosmetics Chemists
(Ontario Chapter))
http://www.ontarioscc.org

МЕБЛІ

Асоціація виробників меблів провінції Квебек
(Quebec Furniture Manufacturers' Association)
http://www.afmq.com/en

Асоціація зареєстрованих дизайнерів інтер'єру
(Association of Registered Interior Designers)
http://www.arido.ca

Асоціація канадських дизайнерів інтер'єру
(Interior Designers of Canada)
http://www.idcanada.org

ОРГАНІЧНА ПРОДУКЦІЯ

Асоціація канадських виробників органічної продукції (Canadian Organic Growers)
http://www.cog.ca

Центр органічної сільськогосподарської продукції Канади
(Organic Agriculture Centre of Canada)
http://www.dal.ca/faculty/agriculture/oacc/en-home.html

Асоціація торгівців органічною продукцією
(Organic Trade Association)
http://www.ota.com/Canada-ota

ЮВЕЛІРНІ ВИРОБИ

Канадська асоціація ювелірів
(Canadian Jewellers Association)
https://canadianjewellers.com

Асоціація з контролю та попередження порушень у ювелірній індустрії (Jewellers Vigilance)
http://www.jewellersvigilance.ca

Канадська асоціація торгівців валізами, шкіряними виробами, сумками та аксесуарами (Luggage, Leathergoods, Handbags and Accessories Association of Canada)
http://www.llha.ca/index.php

ІНШЕ

Організація жінок-учасниць міжнародної торгівлі (Organization for Women in International Trade (OWIT))
http://www.owit-ottawa.ca

НАТУРАЛЬНА ПРОДУКЦІЯ

Канадська асоціація виробників та торгівців здоровими продуктами харчування
(Canadian Health Food Association)
https://chfa.ca/en/index.html

Канадська асоціація виробників та торгівців гомеопатичними препаратами (Canadian Homeopathic Pharmaceutical Association)
http://www.chpa-aphc.ca/home.html

Канадська асоціація виробників безрецептурних препаратів та натуральних лікувальних засобів (Consumer Health Products Canada)
http://www.chpcanada.ca/en

Канадська асоціація установ охорони здоров'я (HealthCare Canada)
http://www.healthcarecan.ca

БІЗНЕС АСОЦІАЦІЇ КАНАДИ

ФАРМАЦЕВТИЧНА ПРОДУКЦІЯ

Канадська асоціація з контролю за продажами фармацевтичних препаратів (Canadian Association for Pharmacy Distribution Management)
http://www.capdm.ca

Канадська асоціація виробників непатентованих лікарських засобів (Canadian Generic Pharmaceutical Association)
http://www.canadiangenerics.ca/en/index.asp

Асоціація канадських розробників інноваційних фармацевтичних засобів (Canada's Researched Based Pharmaceuticals Association)
http://innovativemedicines.ca

ДОДАТОК III.
ШАБЛОН-МАТРИЦЯ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ

Питання дослідження	Зібрана інформація та посилання	Наслідки/Висновки
Інформація про товар		
Тарифна класифікація (6- або 10-значний код товару)		
Опис		
Походження товару		
Митне оформлення для експорту		
Застосовувані заборони, обмеження, експортне мито (у разі його застосування)		
Застосовувані види контролю на кордоні (радіологічний, екологічний, санітарно-епідеміологічний, фітосанітарний, ветеринарно-санітарний)		
Перелік документів, необхідних для митного оформлення		
Вимоги для виходу на ринок		
Вимоги щодо якості, безпеки та інші вимоги до товару для його виходу на канадський ринок		
Нормативно-правові вимоги в Канаді: ■ Ввізне мито (у разі застосування) ■ Обмеження на імпорт (у разі застосування) ■ Кількісні обмеження (квоти) ■ Тарифні квоти ■ Антидемпінгові, компенсаційні та спеціальні захисні заходи[221] ■ Внутрішні податки		
Канадські вимоги до маркування та пакування		
Практика здійснення господарської діяльності в Канаді: ■ Обмеження щодо імпорту на канадський ринок (а саме: мінімальний/максимальний розмір вантажу) ■ Спільний(і) посередник(и) між постачальником та продавцем ■ Вимоги сезонного характеру		
Аналіз вимог канадського ринку		
Останні тенденції на ринку: ■ Внутрішній попит у Канаді ■ Очікуваний приріст ринку (а саме: позитивний чи негативний) ■ Нові зміни на ринку (а саме: істотна зміна поведінки/смаків споживачів)		
Аналіз профілю споживача: ■ Розташування (провінції, території Канади) ■ Вікова група ■ Стать ■ Рівень доходів[222] ■ Мотивація покупця		
Товари-замінники та товари-доповнення (еластичність попиту)[223]		
Вплив цінової зміни на товар-замінник та товар-доповнення		

ДОДАТОК III.
ШАБЛОН-МАТРИЦЯ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ

Питання дослідження	Зібрана інформація та посилання	Наслідки/Висновки
Аналіз пропозиції та кон'юнктури ринку		
Обсяг та вартість імпорту, останні тенденції (принаймні за три останніх роки)		
Конкуруючі товари/країни — профіль імпорту		
Промислові асоціації у Канаді		
Конкуренти на канадському ринку		
Товари конкурентів: - Опис; - Якість; - Пакування; - Маркування		
Країни походження постачальників/конкурентів		
Цінові пропозиції основних конкурентів		
Інструменти, використовувані конкурентами для реклами та просування товарів		
Виробничі потужності конкурентів		
Основні маркетингові стратегії: ■ B2B; ■ B2C; ■ B2G; ■ Інші _____		
Превалююча форма B2B: ■ Імпортери/дистриб'ютори ■ Агенти ■ Підприємства роздрібної торгівлі ■ Торгові доми ■ Франчайзинг ■ Інші _____		
Варіанти перевезень товарів Витрати логістичного характеру (витрати на перевезення) та їх вплив на ціну: ■ Авіаперевезення (термінові, регулярні, експрес-доставка) ■ Морські перевезення (повний контейнерний вантаж, збірний вантаж) Варіанти та вартість пакування (наприклад, у ящиках, пластиковій тарі, у великих мішках, на піддонах, у бочках, у мішках, у рулонах, у гнучкій упаковці). Спеціальні вимоги до транспортування (наприклад, у контейнерах-холодильниках).		
Митне оформлення для імпорту		
Застосовувані види контролю на кордоні Канади		
Документи, необхідні для митного оформлення товару		
Фактори середньострокової та довгострокової перспективи		
Як можуть с часом змінитися уподобання вашого споживача?		
Як попит на ваш товар залежить від рівня доходів?		
Які смаки та очікування вашої цільової аудиторії?		

ДОДАТОК IV.
ШАБЛОН ДЛЯ РОЗРОБКИ ЕКСПОРТНОЇ СТРАТЕГІЇ

I. ЦІЛІ ЩОДО КАНАДСЬКОГО РИНКУ

Мета	Необхідні заходи	Терміни виконання	Показники виконання
Організаційні цілі			
На короткотермінову перспективу (з даного моменту до 1 року)			
На середньотермінову перспективу (2 —3 роки)			
На довготермінову перспективу (3—5 років)			
Цілі виходу на ринок Канади			
На короткотермінову перспективу (з даного моменту до 1 року)			
На середньотермінову перспективу (2—3 роки)			
На довготермінову перспективу (3—5 років)			

II. КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ[224]

	2014	2015	2016	2017
Кількість працівників				
Виробництво (за обсягом та за вартістю)				
Виробничі потужності				
Використання виробничих потужностей (%)				
Продаж на внутрішньому ринку (обсяг та вартість)				
Продаж на експорт (обсяг та вартість)				
Доходи від продажу на внутрішньому ринку				
Доходи від продажу на експорт				
Операційний прибуток				
Чистий прибуток				
Інвестиції				
Прибуток до відрахування процентів, податків, зносу та амортизації (EBITDA)				

III. ТОВАРИ, ПРИЗНАЧЕНІ ДЛЯ ЕКСПОРТУ В КАНАДУ

Назва та опис товару: _____

Тарифна класифікація: [225] _____

Ключові показники діяльності компанії, пов'язані з товаром: [226] _____

	2014	2015	2016	2017
Виробництво (за обсягом та за вартістю)				
Виробничі потужності				
Використання виробничих потужностей (%)				
Продажі на внутрішньому ринку (обсяг та вартість)				
Середня ціна продажу на внутрішньому ринку (у гривні, у доларах)				
Середня ціна продажу на експорт (у гривні, у доларах)				
Продажі на експорт (обсяг та вартість)				
Доходи від продажу на внутрішньому ринку				
Доходи від продажу на експорт				
Собівартість реалізації [227]				

Відповідність вимогам щодо виходу на канадський ринок:

Вимоги у Канаді [228]	Характеристики товару	Результати порівняння
Вимоги до якості/безпеки		
Вимоги до упаковки		
Вимоги до маркування		
Екологічні вимоги		
Сертифікація товару (обов'язкова та добровільна)		

Необхідні зміни товару: _____

Необхідні процедури сертифікації та/або підтвердження відповідності: _____

Застосовувані ввізне мито (у разі його застосування), тарифні квоти та податки: _____

IV. ЦІЛЬОВА ГРУПА СПОЖИВАЧІВ

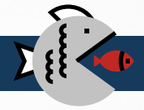
Цільова група споживачів у Канаді: [229] _____

Розташування цільової групи споживачів у Канаді: [230] _____

Визначені уподобання щодо товару: _____

Необхідні зміни/удосконалення товару: _____

V. ОСНОВНІ КОНКУРЕНТИ НА КАНАДСЬКОМУ РИНКУ



Визначені конкуренти, що продають подібний/ідентичний товар: _____

Аналіз конкурентів: _____

Назва компанії	
Характеристики подібного/аналогічного товару	
Ціна подібного/аналогічного товару	
Канал реалізації	
Модель продажу	
Переваги порівняно з вашим товаром	
Недоліки порівняно з вашим товаром	
Охоплена територія продажів	

VI. ЦІНА ТОВАРУ

Ціна, необхідна для покриття змінних витрат виробництва:
Ціна, необхідна для покриття середньої загальної вартості виробництва:
Ціна за одиницю:
Очікувана маржа прибутку:
Еластичність попиту:
Можлива знижка, у відсотках:
Можливі варіанти ціни за одиницю, залежно від способу перевезення:

Спосіб перевезення[231]	**Вартість**	**Вплив на ціну**
Авіаперевезення (в терміновому або швидкому режимі)		
Авіаперевезення (у звичайному режимі)		
Морські перевезення (повний контейнер — 20/40 футів)		
Морські перевезення (консолідований вантаж)		

Можливі варіанти ціни за одиницю, залежно від каналу реалізації:

Канал реалізації[232]	**Маржа прибутку / надбавка**	**Вплив на ціну**
Імпортери/дистриб'ютори		
Посередники/брокери		
Торгові доми		
Роздрібна торгівля		
Електронна торгівля		
Публічні закупівлі		
Інші		

Варіанти та вартість упаковки (наприклад, ящики, пластикова тара, великі мішки, піддони, бочки, мішки, рулони, гнучка упаковка), їх вплив на ціну:

VII. КАДРОВІ РЕСУРСИ

Кількість працівників:
Кількість експертів з міжнародної торгівлі:
Кількість експертів з маркетингу:
Кількість працівників, яким необхідно пройти підготовку:
Кількість працівників, яких треба найняти:

VIII. ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ

Інвестиції, необхідні для змін/удосконалень товару (які зазначені в частинах III та IV):
Витрати на проходження процедур оцінки відповідності (які зазначені в частині III):
Витрати на тренінги для персоналу та наймання нових працівників (які зазначені в частині VII):Бюджет на маркетингові заходи:
Інше:

IX. ПЛАН ВИХОДУ НА РИНОК

Бізнес-моделі продажу на експорт:

Терміни	Модель продажу на експорт	Партнери з продажу / канали продажу	Місце у Канаді
На короткотермінову перспективу (з даного моменту до 1 року)			
На середньотермінову перспективу (2—3 роки)			
На довготермінову перспективу (3—5 років)			

X. МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН

Інструменти для просування товару у Канаді:

XI. ПЛАН ЗАХОДІВ

№	Завдання	Необхідні заходи	Терміни виконання	Відповідальний	Очікуваний результат
На короткотермінову перспективу (з даного моменту до 1 року)					
На середньотермінову перспективу (2—3 роки)					
На довготермінову перспективу (3—5 років)					

ДОДАТОК V.
ІНКОТЕРМС 2010

Правила, що застосовуються до перевезень всіма видами транспорту (морським/авіа/автомобільним)

Інкотермс	Коли варто застосовувати[233]	Опис
EXW	Покупець та продавець впевнені у тому, що можна без проблем організувати оформлення експорту і покупець готовий взяти це на себе; При початковому зазначенні цін з метою відокремлення витрат на логістику; Переваги логістичного характеру для покупця за місцем походження товару.	**Ex Works - Франко завод (+ визначене місце доставки)** Ви як продавець надаєте товар у розпорядження покупця (як правило, на своєму підприємстві або складі). Покупець приймає на себе відповідальність за всі інші питання, пов'язані з доставкою товарів з вашого підприємства/складу на свій склад у Канаді, у тому числі за транспортування товарів у порт або аеропорт, завантаження на судно/літак, перевезення авіа- або морським транспортом, оформлення експорту в Україні, страхування товарів з метою мінімізації ризику пошкодження або втрати, митне оформлення товарів у Канаді та транспортування до свого складу. На умовах EXW ви як продавець маєте мінімальні обов'язки. Отже, жодні витрати, що виникають відразу після виходу товару з вашого складу, не враховуватимуться у встановленій вами ціні (EXW). У своєму прайс-листі ви зазначатиме таку ціну як «ціна франко-завод Київ».
FCA	При використанні змішаних типів доставки	**Free Carrier - Франко-перевізник (+ назва місця доставки)** Цей термін в основному має таке ж значення як EXW, за тим винятком, що ви зобов'язані здійснити в Україні митне оформлення товарів. Цей варіант використовується головним чином при контейнерних перевезеннях, коли доставка здійснюватиметься у визначений термінал або до місця складування в аеропорту для відправки, та аналогічно при автоперевезеннях. У такому випадку ваш партнер приймає на себе відповідальність за товар з моменту відправки вами оформленого на експорт вантажу у визначений пункт доставки.
CPT	Покупець є новачком у міжнародній торгівлі і не може організувати ефективне митне оформлення та перевезення.	**Carriage Paid To - Фрахт/перевезення оплачені до (+ назва місця призначення)** Ви доставляєте товар перевізнику (або іншій призначеній вами особі) та несете відповідальність за витрати на транспортування до, скажімо, Монреаля. Іншими словами, ви доставляєте товари обраному вами перевізнику і при цьому несете витрати на перевезення до пункту призначення, узгодженого та зазначеного в контракті. На умовах CPT ваш партнер несе всі ризики та додаткові витрати, що можуть виникати після доставки товарів до першого перевізника, оскільки перехід ризиків та відповідальності стається у різних місцях.
CIP	Покупець є новачком у міжнародній торгівлі і не може організувати ефективне митне оформлення та перевезення.	**Carriage and Insurance Paid To - Фрахт/перевезення та страхування оплачені до (+ назва місця призначення)** Як тільки ваші товари готові (і пройшли митне оформлення) для експорту, ви доставляєте їх перевізнику для перевезення в Монреаль. Товари завантажуються на судно або на літак за ваш рахунок. На умовах CIP ви відповідаєте за оплату перевезення до узгодженого у договорі пункту призначення. У цьому випадку ви зобов'язані застрахувати товар від пошкодження та втрати, хоча б на мінімальну суму. Якщо ваш партнер бажає застрахувати товар на більшу суму, він може це зробити на свій розсуд через вас або самостійно.
DAT	Покупець є новачком у міжнародній торгівлі і не може організувати ефективне митне оформлення та перевезення.	**Delivered at Terminal - Постачання на терміналі (+ назва терміналу у порту розвантаження / місці призначення)** Ви доставляєте товари до узгодженого терміналу за свій рахунок та надаєте необхідні експортні документи. Вам не треба організовувати страхування для доставки товару.

ДОДАТОК V.
ІНКОТЕРМС 2010

Інкотермс	Коли варто застосовувати	Опис
		Ці витрати несе покупець. Ви як продавець несете витрати на розвантаження, а ваш партнер — за сплату мита (у разі його застосування) та внутрішніх податків у Канаді. Витрати, пов'язані з доставкою товарів до свого складу після їх оформлення оплачує ваш партнер.
DAP	Покупець є новачком у міжнародній торгівлі і не може організувати ефективне митне оформлення та перевезення.	**Delivery at Place - Постачання в пункті (+визначений порт)** Ви доставляєте товари в Канаду без розвантаження. Витрати на розвантаження та всі витрати, пов'язані з товаром після розвантаження, несе ваш партнер.
DDP	Покупець є новачком у міжнародній торгівлі і не може організувати ефективне митне оформлення та перевезення. Майже не застосовується у Канаді.	**Delivered Duty Paid - Постачання з оплатою мита (+ визначене місце призначення)** Умови DDP означають, що на вас лягає максимум зобов'язань щодо доставки товару вашому партнеру, у тому числі щодо завантаження, транспортування, страхування ризиків, розвантаження та транспортування до складу вашого партнера.
Правила, що застосовуються тільки для перевезень морським транспортом / водним транспортом внутрішнього сполучення		
FAS	Зазвичай при перевезенні важких або насипних вантажів; Судно має бути у порту до доставки вантажу продавцем на територію порту.	**Free Alongside Ship - Франко вздовж борту судна (+ назва порту відвантаження)** Ви розміщуєте товари уздовж борту судна для завантаження (наприклад в Одесі) після їх митного оформлення в режимі експорту. Ваш партнер у Канаді несе витрати на розвантаження, перевезення та страхування ризиків плюс усі інші витрати з моменту перетину вантажем канадського кордону.
FOB	Обидві сторони зобов'язані контролювати процес завантаження.	**Free on Board - Франко-борт (+ назва порту відвантаження)** Умови FOB застосовуються у Канаді, мабуть, найчастіше за інші. По суті, ви лише оформлюєте експорт, доставляєте товари у порт та завантажуєте товари на судно. З цього моменту вартість транспортування, страхування, розвантаження та всі подальші витрати несе ваш партнер.
CFR	Покупець є новачком у міжнародній торгівлі і не може організувати ефективне митне оформлення експорту та перевезення.	**Cost and Freight - Вартість і фрахт (+ визначений порт призначення)** Ви оплачуєте витрати на транспортування (у тому числі доставку товару на судно) до порту призначення. Ризик (страхування) оплачує ваш партнер з моменту завантаження товару на судно [як CPT].
CIF	Покупець є новачком у міжнародній торгівлі і не може організувати ефективне митне оформлення експорту та перевезення.	**Cost, Insurance and Freight - Вартість, страхування і фрахт (+ визначений порт призначення)** Ви відповідаєте за оплату вартості страхування та фрахту до порту доставки (наприклад, до Монреаля). Далі всі витрати на доставку товару до свого складу несе покупець [як CIP].

Використані джерела:

1. Митний тариф Канади 2017, http://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2017/01-99/ch64-2017-eng.pdf

2. Огляд торговельної політики (Канада), стор. 92, https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s314_e.pdf

3. P. Sivaraj, Government Procurement in Canada, вебінар, 5 квітня 2017 р.

4. СПЗ означає «Спеціальні права запозичення».

5. Мовні версії (українська, англійська, французька) тексту декларації про походження розміщено на офіційному веб-порталі Державної Фіскальної Служби (ДФС) України («Головна > Банер > Митне оформлення > Суб'єктам ЗЕД > Вільна торгівля > Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою > «Декларація про походження»): http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/subektam-zed/vilna-torgivlya/kanada/deklaratsiya-pro-pohodjennya/

6. Ключові моменти, що стосуються молочної промисловості (Key points about the dairy manufacturing industry): http://www.dairyinfo.gc.ca/index_e.php?s1=dff-fcil&s2=proc-trans&s3=kp-pc#icp-pcg

7. Там само.

8. Джерело: http://www.statcan.gc.ca/tables-tableaux/sum-som/l01/cst01/demo10a-eng.htm

9. Канадська служба сприяння розвитку торгівлі: Довідник з експортування у Канаду (TFO Canada's Access Canada: A Guide on Exporting to Canada), с. 11-12.

10. Аманда Бальтазар, «Прощавайте, сухі шкільні сніданки» (Amanda Baltazar, «Bye, brown bag lunches»), журнал Canadian Grocer (21 серпня 2015 р.), http://www.canadiangrocer.com/top-stories/bye-brown-bag-lunches-56903

11. Центр для малюків, Ключові моменти звіту для матусь двохтисячних (Baby Centre, Millennial mom report highlights), 2014 р., http://www.threedeepmarketing.com/wp-content/uploads/2010/02/babycenter_21stcenturymom.pdf

12. Канал новин, Результати щорічного дослідження покупців, агентство дослідження ринку BrandSpark (Newswire, Summary of BrandSpark's annual Canadian shopper study), 1 січня 2014 р.: http://www.newswire.ca/news-releases/the-shopping-habits-of-more-than-100000-canadians-are-revealed-with-brandsparks-annual-canadian-shopper-study-513549621.html

13. Меріон Чен, «Хто тепер купує продукти» (Marion Chan, «Look who's buying groceries now»), журнал Canadian Grocer (8 липня 2015 р): http://www.canadiangrocer.com/blog/look-who%E2%80%99s-buying-groceries-now-55466

14. Біргіт Блейн, «Тенденції закупів продуктів у Канаді» (Birgit Blain, «Canadian food shopping trends»), журнал Food in Canada (18 листопада 2014 р.), http://www.foodincanada.com/food-in-canada/canadian-food-shopping-trends-129870/

15. Агентство дослідження ринку BrandSpark, Результати вивчення канадських покупців (BrandSparks, Canadian shopper survey), 2015 р.: http://www.brandspark.ca/brandspark-knows-what-canadians-look-for-in-every-day-products-65000-surveyed-in-annual-brandspark-canadian-shopper-study#.WONUd_nyg2x

16. Там само.

17. Меган Кешті, «Адаптація під індивідуальні потреби — це ключовий момент, кажуть експерти» (Meagan Kashty, «Customization is key, say industry experts»), журнал Canadian Grocer (29 вересня 2014 р.): http://www.canadiangrocer.com/top-stories/customization-is-key-say-industry-experts-44987

18. Звіт «Майбутнє продуктів харчування: Чи готові виробники до потреб покоління двохтисячних» (Report, The Future of Food: Are You Ready for Millennials?), https://www.slideshare.net/marumatchbox/the-future-of-food-are-you-ready-for-the-millennials

19. Уряд Альберти, Куточок споживача, Канадські бебі-бумери: Основні факти про вікову групу, їхні продукти харчування, споживацькі звички та ставлення (Government of Alberta, Consumer Corner, Canadian Baby Boomers: Profile of Boomers, their food, consumption habits and attitudes), 2010 р.: http://www1.agric.gov.ab.ca/$department/deptdocs.nsf/all/sis13539

20. Звіти інформагенції IBISWorld про канадський ринок.

21. Міністерство статистики Канади; Прогнози щодо населення, 2013-2063 р.р. (Statistics Canada, Population projections, 2013 to 2063): http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/140917/dq140917a-eng.htm

22. Джерело: http://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/as-sa/99-010-x/99-010-x2011001-eng.cfm#a6

23. http://www.statcan.gc.ca/pub/11-627-m/11-627-m2017003-eng.pdf

24. 2015, Household spending in Canada, http://www.statcan.gc.ca/pub/11-627-m/11-627-m2017002-eng.htm

25. Світовий банк, Торгівля товарами (% від ВВП) http://data.worldbank.org/indicator/TG.VAL.TOTL.GD.ZS?end=2015&locations=CA&start=2015&view=bar

26. Джерело: http://www.statcan.gc.ca/eng/start

27. СОТ, Огляд торгової політики Канади (WTO Trade Policy Review of Canada) (2015 р.): https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s314_e.pdf

28. Економіка Канади: http://www.canadabusiness.ca/business-planning/market-research-and-statistics/canadian-economy/

29. 10 найважливіший статей канадського імпорту (Canada's Top 10 Imports): http://www.worldstopexports.com/canadas-top-10-imports/ (2015). http://www.worldsrichestcountries.com/top-canada-imports.html (2016).

30. Як використовують результати вивчення ринку для аналізу попиту: http://smallbusiness.chron.com/market-research-used-analyze-demand-1506.html

Довідник щодо дослідження та аналізу ринку: http://www.canadabusiness.ca/business-planning/market-research-and-statistics/conducting-market-research/guide-to-market-research-and-analysis/

31. Банк Канади з розвитку бізнесу, «Визначення майбутнього росту за матрицею: П'ять тенденцій змін ставлення споживачів» (BDC Study, Mapping your future growth, Five game-changing consumer trends):

https://www.bdc.ca/Resources%20Manager/study_2013/consumer_trends_BDC_report.pdf?ref=shorturl-consumertrends

32. Там само, сс. 6—13.

33. Там само, сс. 14—18.

34. Там само, сс. 26—29.

35. Там же, сс. 30—33.

36. Дослідження BDC, Проектування вашого майбутнього зростання, П'ять тенденцій споживання, що змінюють правила гри, https://www.bdc.ca/Resources%20Manager/study_2013/consumer_trends_BDC_report.pdf?ref=shorturl-consumertrends

37. Ipsos Reid, Дев'ять з десяти (89%, до 21 балів) опитаних висловлюють бажання платити більше за товари з гарантованою відсутністю використання дитячої праці — інформація в ЗМІ про результати опитування за фінансування World Vision (10 червня 2013 р.), http://www.ipsos-na.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=6142

38. Дедалі більше канадських споживачів намагаються купувати зелені товари та послуги в умовах сучасної економіки. York Green Business Survey (2014), http://www.newswire.ca/news-releases/more-canadian-consumers-seeking-green-products-and-services-in-current-economy-515057131.html

39. Звіт «Майбутнє продуктів харчування: Чи готові виробники до потреб покоління двохтисячних» (Report, The Future of Food: Are You Ready for Millennials?), https://www.slideshare.net/marumatchbox/the-future-of-food-are-you-ready-for-the-millennials

40. http://csr-ukraine.org/

41. Мапа стандартів ІТС, http://www.standardsmap.org/identify#sthash.4Dnd01v9.dpuf

42. http://www.standardsmap.org/identify

43. Положення Канади про органічну продукцію (Organic Product Regulations), 2009 р: http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/SOR%2D2009%2D176/

44. http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ongc-cgsb/programme-program/normes-standards/internet/bio-org/pgng-gpms-eng.html

45. http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ongc-cgsb/programme-program/normes-standards/internet/bio-org/lsp-psl-eng.html

46. Відомості про Сертифікаційні органи, які надають послуги з сертифікації органічної продукції відповідно до Режиму органічної продукції Канади: http://www.inspection.gc.ca/food/organic-products/certification-and-verification/certification-bodies/eng/1327860541218/1327860730201

47. http://www.suoloesalute.it/

48. United States — Canada Organic Equivalence Arrangement (USCOEA), http://www.inspection.gc.ca/food/organic-products/equivalence-arrangements/uscoea-overview/eng/1328068925158/1328069012553

49. Certifier locator, Міністерство сільського господарства США, https://organic.ams.usda.gov/integrity/CertifiersCertifiersLocationsSearchPage.aspx

50. Імміграція та етнокультурне розмаїття у Канада (Immigration and Ethnocultural Diversity in Canada): http://www12.statcan.gc.ca/nhs-enm/2011/as-sa/99-010-x/99-010-x2011001-eng.cfm

51. Новини Служби сприяння розвитку торгівлі (TFO Newsletter), вересень 2016 http://www.tfocanada.ca/global/File/Export-to-Canada-Newsletter_JULY-SEPT-2016_EN.pdf

53. Там само.

54. Там само.

54. Дослідження мусульманського населення Канади (Survey of Muslims in Canada), 2016 р., с. 13: http://www.environicsinstitute.org/uploads/institute-projects/survey%20of%20muslims%20in%20canada%202016%20-%20final%20report.pdf

55. Див. відомості Міністерства статистики Канади: http://www.statcan.gc.ca/eng/start

56. Гармонізована система (ГС) регулюється Міжнародною конвенцією про Гармонізовану систему опису та кодування товарів — http://www.wcoomd.org/en/topics/nomenclature/instrument-and-tools/hs_convention.aspx

Наприклад, Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД) базується на Гармонізованій системі опису та кодування товарів. У Канаді ця система так само використана як основа для Митного тарифу (Canada Customs Tariff). УКТЗЕД є товарною номенклатурою Митного тарифу України, затвердженого Законом України «Про Митний тариф України» — http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/584-18

Зверніть увагу, що 3 квітня 2017 року був опублікований проект Закону України «Про Митний тариф України» з метою приведення діючого митного тарифу України до нової версії УКТ ЗЕД, що побудована на основі ГС 2017 року.

Зверніть увагу, що в Україні структура десятизначного коду товару за УКТЗЕД має наступний вигляд: Група (перші 2 знаки), Товарна позиція (4 знаки), Товарна підпозиція (6 знаків), Товарна категорія (8 знаків), Товарна підкатегорія (10 знаків).

57. Шаблон-зразок підготовки стратегії експорту (Sample Export Market Plan Template): http://www.tfrec.wsu.edu/pdfs/P2348.pdf

Стратегія експорту: https://www.austrade.gov.au/Australian/Export/Guide-to-exporting/Export-strategy

58. База даних канадських імпортерів (Canadian Importers Database): https://www.ic.gc.ca/eic/site/cid-dic.nsf/eng/home

59. Можливості канадських компаній (Canadian Company Capabilities): http://www.ic.gc.ca/eic/site/ccc-rec.nsf/eng/home

60. Офіційний веб-сайт Канадської служби сприяння розвитку торгівлі (TFO Canada): www.tfocanada.ca

61. http://canada.mfa.gov.ua/ua

62. Канадсько-українська торгова палата: http://www.cucc.ca/

63. https://www.facebook.com/exportpromotionoffice/

64. Канадська служба сприяння розвитку торгівлі: Довідник з експортування у Канаду (TFO Canada's Access Canada: A Guide on Exporting to Canada), с. 35.

65. Більше про Інкотермс у Додатку V.

66. http://www.retailcouncil.org/publications/retailerguides

67. Канадська служба сприяння розвитку торгівлі: Довідник з експортування у Канаду (TFO Canada's Access Canada: A Guide on Exporting to Canada), Розділ 8: Шлях до ринку.

68. https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Agent%20and%20Broker%20Directory%20-%20Central%20Canada_Ottawa_Canada_5-2-2011.pdf

69. IFA, www.franchise.org/

70. Посібник з ведення бізнесу в Канаді: Закон про франчайзинг, https://gowlingwlg.com/en/canada/insights-resources/guide-to-doing-business-in-canada-franchise-law#pt6

71. Наприклад, http://www.canadiantradehouse.com/services.html

72. Веб-сайт Loblaw, www.loblaw.ca/en/

73. Канадська служба сприяння розвитку торгівлі: Довідник з експортування у Канаду (TFO Canada's Access Canada: A Guide on Exporting to Canada), с. 36.

74. Overwaitea Food Group, https://www.owfg.com/

75. Ви можете ознайомитись із послугами Fulfilment by Amazon (FBA) за посиланням: https://services.amazon.com/fulfillment-by-amazon/benefits.htm

76. Spotify, www.shopify.com/

77. Послуги ринку електронної торгівлі, http://www.emarketservices.com/start/eMarket-Directory/index.html

78. Продажі через Інтернет досягли 136 млрд. у Канаді, http://www.cbc.ca/news/business/online-sales-by-businesses-rise-to-136b-in-canada-1.2671935

79. Процес закупівель, https://buyandsell.gc.ca/for-businesses/selling-to-the-government-of-canada/the-procurement-process

80. Що купує уряд, https://buyandsell.gc.ca/for-businesses/selling-to-the-government-of-canada/the-procurement-process/what-the-government-buys

81. Закон про фінансову адміністрацію, http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/SOR-87-402/index.html

82. Огляд торгової політики Канади, WT/TPR/S/314, 27 квітня 2015 р. (TRP Canada), с. 95, https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s314_e.pdf

83. Тендери, https://buyandsell.gc.ca/procurement-data/tenders

84. Процедура ACAN може застосовуватися, коли замовник вважає, що виконати умови контракту здатен лише один постачальник. Огляд торгівельної політики, стор. 95, https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s314_e.pdf

Публічне повідомлення за процедурою ACAN публікується на веб-сайті «Тендери» мінімум за 15 днів із зазначенням імені попередньо визначеного постачальника. Якщо жоден інший постачальник не відповідає заявленим вимогам, контракт може бути укладено з попередньо визначеним постачальником.

85. Постійні пропозиції та домовленості про постачання, https://buyandsell.gc.ca/procurement-data/standing-offers-and-supply-arrangements

86. Фіксовані пропозиції, https://buyandsell.gc.ca/for-businesses/selling-to-the-government-of-canada/the-procurement-process/standing-offers

87. Домовленості про постачання, https://buyandsell.gc.ca/for-businesses/selling-to-the-government-of-canada/the-procurement-process/supply-arrangements

88. Процес закупівель, https://buyandsell.gc.ca/for-businesses/selling-to-the-government-of-canada/the-procurement-process

89. Відкрийте можливості з Buyandsell.gc.ca/tenders, https://buyandsell.gc.ca/

90. Інформаційна система реєстрації постачальників, https://srisupplier.contractscanada.gc.ca/index-eng.cfm?af=ZnVzZWFjdGlvbj1yZWdpc3Rlci5pbnRybyZpZD03

91. Зареєструйтеся як постачальник, https://buyandsell.gc.ca/for-businesses/selling-to-the-government-of-canada/register-as-a-supplier#100

92. Офіс послуг з оподаткування, Нова Шотландія, http://www.cra-arc.gc.ca/cntct/gsthstnnrs/ns-eng.html

93. http://www.cra-arc.gc.ca/menu-eng.html.

94. Заявка на отримання бізнес-номера RC1, http://www.cra-arc.gc.ca/E/pbg/tf/rc1/README.html

95. ProServices, http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/app-acq/sp-ps/index-eng.html

96. SELECT, https://select.pwgsc-tpsgc.gc.ca/index-eng.cfm?af=ZnVzZWFjdGlvbj1sb2dpbi5mYV9kc3BfaW50cm8maWQ9MQ==&lang=eng

97. PDAC, http://www.pdac.ca/convention

98. SIAL, http://www.sialcanada.com/

99. CPMA, http://www.cpma.ca/

100. CFIG, https://cfig.ca/grocery-innovations-canada/

101. CHFA, https://chfa.ca/

102. Канадська виставка кави та чаю, http://coffeeteashow.ca/

103. SIAL, www.sialcanada.com

104. Ввезення харчової та рослинної продукції для участі в ярмарках та виставках у Канаді http://www.inspection.gc.ca/plants/imports/commercial-importers/trade-shows-and-exhibitions/eng/1376454237591/1376454238669

105. http://www.inspection.gc.ca/plants/imports/airs/eng/1300127512994/1300127627409

106. Заснування бізнесу в Канаді — федеральний чи провінційний статус, https://www.thebalance.com/provincial-versus-federal-2948230

107. Як відкрити свій бізнес у Канаді, https://www.thebalance.com/how-to-incorporate-your-business-in-canada-2948225

108. Скільки коштує відкрити бізнес у Канаді, https://www.thebalance.com/how-much-does-it-cost-to-incorporate-in-canada-2948228

109. Майте на увазі, що при реєстрації компанії ви не можете обрати назву, яка вже використовується. Щоб уникнути дублювання, необхідно провести пошук назви компанії в системі NUANS і замовити звіт за результатами пошуку, який міститиме перелік корпоративних / комерційних назв і торгових марок, що вже використовуються. NUANS, https://www.ic.gc.ca/eic/site/075.nsf/eng/home

110. Скільки коштує відкрити бізнес у Канаді, https://www.thebalance.com/how-much-does-it-cost-to-incorporate-in-canada-2948228

111. Там само.

112. Якщо ви заснували компанію в одній провінції, чи можна вести бізнес в інших?, https://www.thebalance.com/extra-provincial-registration-2948229

113. Закон про комерційні корпорації Канади, http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/C-44/index.html

114. Заснування бізнесу на федеральному рівні, https://www.ic.gc.ca/eic/site/cd-dgc.nsf/eng/cs06939.html

115. CMC Canada, http://www.cmc-canada.ca/home

116. Пошук федеральних корпорацій Канади, https://www.ic.gc.ca/app/scr/cc/CorporationsCanada/fdrlCrpSrch.html?locale=en_CA

117. Цивільний кодекс України, http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/435-15

118. Закон України «Про міжнародне приватне право», http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2709-15

119. Затверджене наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України № 201 від 06.09.2001, http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0833-01

120. Врахуйте, що іноді сторони не зазначають конкретні умови Інкотермс 2010 у самому контракті, а роблять це у рахунках-фактрах та специфікаціях.

121. Зазвичай сторони зазначають, що специфікації та рахунки-фактурі є невід'ємною частиною договору (контракту).

122. Міжнародний комерційний арбітражний суд при торгово-промисловій палаті України, http://arb.ucci.org.ua/icac/en/icac.html

123. Закон України «Про міжнародний комерційний арбітраж» від 24.02.1994 р., http://www.ucci.org.ua/en/legalbase/zua944002.html

124. Міжнародна корпорація з урегулювання спорів Fruit and Vegetables Dispute Resolution Corporation, http://www.fvdrc.com/en/home/about.aspx

125. Модальні контракти для підприємств малого бізнесу (Modal Contracts for Small Firms), http://www.intracen.org/model-contracts-for-small-firms/

126. Постанова Правління НБУ № 41 від 25 травня 2017 року «Про внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України», https://bank.gov.ua/document/download?docId=49232414

127. Постанова Правління Національного банку України № 30 від 4 квітня 2017 року, https://bank.gov.ua/document/download?docId=46507795

128. Звертаємо вашу увагу на те, що цей перелік є приблизним, оскільки він залежатиме від типу товарів та юридичного статусу експортера.

129. Наказ Міністерства фінансів України № 552 від 15 червня 2015 р., http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0807-15

130. Стаття 6 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність».

131. Див. Постанову Кабінету міністрів України № 436 від 21 травня 2012 р., Постанову № 1009 від 28 грудня 2016 р.

132. MD office, http://www.mdoffice.com.ua/pls/MDOffice/amain.html

133. QD Professional, http://www.qdpro.com.ua/

134. Стаття 319 Митного Кодексу України.

135. Постанова Кабінету міністрів України №1031 від 05 жовтня 2011 р., http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1031-2011-%D0%BF/page

136. Відповідний код за Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД).

137. Сайт Державної прикордонної служби України, http://dpsu.gov.ua/en/map/

138. Джерело: http://www.worldatlas.com/articles/which-are-the-busiest-airports-in-canada-by-passenger-traffic.html

139. Інформацію люб'язно надано Logistics Center, Україна, 31 січня 2017 року.

140. Розрахунки тривалості транспортування люб'язно надані Zammler Ukraine, 3 лютого 2017 р., http://www.zammler.com.ua/?lang=ru

141. Розрахунки тривалості транспортування люб'язно надані Logistics Center, 31 січня 2017 р., http://logistic-center.com.ua/

142. Розрахунки тривалості транспортування люб'язно надані Zammler Ukraine, 3 лютого 2017 р., http://www.zammler.com.ua/?lang=ru

143. NB! Ці судноплавні компанії мають офіси як в Україні, так і в Канаді.

144. NB! МАУ співпрацює з Укрпоштою в наданні міжнародних поштових послуг.

145. Інформацію люб'язно надано Logistics Center, Україна, 31 січня 2017 р., http://logistic-center.com.ua/

146. Інформацію люб'язно надано Logistics Center, Україна, 31 січня 2017 р., http://logistic-center.com.ua/

147. Предмети, заборонені до пересилки, https://www.canadapost.ca/tools/pg/manual/PGnonmail-e.asp

148. Програма з назвою «Система грошових адміністративних штрафів» (AMPS) стосується штрафів за недотримання митного законодавства та нормативно-правових вимог, http://www.cbsa-asfc.gc.ca/do-rb/menu-eng.html

149. Сайт Агентства прикордонної служби Канади, http://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/checklist-controle-eng.html

150. Ліцензований митний брокер, відповідно до статті 9 Закону Канади «Про митницю» (Customs Act).

151. Для оформлення випуску товару від імені імпортера брокер зобов'язаний внести заставу (сплатити гарантійний внесок). У разі несплати імпортером або брокером встановленого ввізного мита та податків держава відраховує належну суму з такого гарантійного внеску.

152. Зразок доступний на веб-сторінці http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/b3-3-eng.html.

153. Зразок доступний на веб-сторінці http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/ci1-eng.html.

154. Зразок доступний на веб-сторінці http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/b3b-eng.html.

155. Зразок доступний на веб-сторінці http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/b6d-eng.html.

156. Агентство прикордонної служби Канади, Меморандум D1-4-1 «Вимоги до рахунку-фактури» (CBSA Invoice Requirements), http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d1/d1-4-1-eng.html?pedisable=true

157. Яка різниця між коносаментом та авіанакладною?, http://www.advancedontrade.com/2015/02/what-are-differences-between-air-waybill-and-bill-of-lading.html

158. Агентство прикордонної служби Канади, Митне оформлення товарів, http://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/acc-resp-eng.html

159. Агентство прикордонної служби Канади, Меморандум D3-1-1 «Політика щодо імпортування та транспортування товарів» (Policy Respecting the Importation and Transportation of Goods),

http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d3/d3-1-1-eng.html

160. Агентство прикордонної служби Канади, Перелік урядових відомств,
http://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/reflist-listeref-eng.html

161. Агентство прикордонної служби Канади, Покроковий посібник щодо імпорту в Канаду,
http://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/guide-eng.html

162. Агентство прикордонної служби Канади, Меморандум D1 «Акти та положення інших державних відомств» (Acts and Regulations of Other Government Departments),
http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d19-eng.html

163. Ці документи на належать до числа первісної документації, що вимагається для випуску товарів. Але вони можуть бути запитані після ввезення товару в разі перевірки митними органами.

164. Додаткова інформація: Правила визначення походження (Rules of Origin Handbook),
http://www.wcoomd.org/en/topics/origin/overview/~/media/D6C8E98EE67B472FA02B06BD2209DC99.ashx

165. CUFTA, Стаття 3.2.

166. Матеріал іншого походження піддається достатній переробці, а одержаний з нього товар вважається таким, що походить з відповідної Сторони [Україна, Канада], і матеріали іншого походження у складі такого товару не враховуються, за умови, що надалі такий товар використовується у виробництві іншого товару. Приклад: Додаток 3-А: для підпозицій 4104.11 – 4104.19 зазначено: зміна з будь-якої іншої товарної позиції. Компанія «А» імпортує шкури необроблені великої рогатої худоби (товарна позиція 41.01) в Україну з Польщі та переробляє їх на дублену (вичинену) шкіру (товарна позиція 41.04). Дублену (вичинену) шкіру закуповує в Україні Компанія «В» для виробництва футлярів для сонцезахисних окулярів з лицьовою поверхнею з натуральної шкіри (підпозиція 4202.31). Дублену (вичинену) шкіру вважають такою, що походить з України, оскільки вона відповідає критеріям зміни з однієї товарної позиції на іншу (41.01 -> 41.04). Якщо припустити, що товар «футляр для сонцезахисних окулярів» не містить товарів іншого (неукраїнського) походження, його вважають таким, що походить з України, оскільки повністю вироблений з матеріалу (дубленої (вичиненої) шкіри), виготовленої в Україні.

167. Якщо національним законодавством не передбачені інші умови - стаття 3.23. CUFTA.

168. Агентство прикордонної служби Канади, Меморандум D11-4-16 «Рішення про походження стосовно визначення походження товарів за договорами про вільну торгівлю» (Origin Rulings for Origin Under Free Trade Agreements), http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d11/d11-4-16-eng.html

169. Митний тариф Канади 2017,
http://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2017/html/tblmod-4-eng.html Для пошуку

170. Агентство прикордонної служби Канади, Меморандум D10-18-1 «Тарифні квоти», http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d10/d10-18-1-eng.html

171. Агентство прикордонної служби Канади, Повідомлення 17-23, http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/cn-ad/cn17-23-eng.html

172. Закон про дозволи на експорт та імпорт, «Перелік контрольованого імпорту» (Export and Import Permits Act, "Import Control List"), http://lois-laws.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C., c. 604/page-1.html

173. Огляд торгової політики Канади, WT/TPR/S/314, 27 квітня 2015 р. (TRP Canada), с. 110,
https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s314_e.pdf

Рівень доступу до ринку Канади на певний рік встановлюється на рівні зобов'язань у рамках СОТ або за Північноамериканською угодою про вільну торгівлю (НАФТА),
http://www.agr.gc.ca/eng/industry-markets-and-trade/statistics-and-market-information/by-product-sector/poultry-and-eggs/poultry-and-egg-market-information/imports-and-exports/canada-s-poultry-import-regime/?id=1384971854404

174. Агентство прикордонної служби Канади, Меморандум D10-18-1 «Тарифні квоти»,
http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d10/d10-18-1-eng.html

175. Міністерство міжнародних справ Канади, Обсяг тарифних квот для пшениці, ячменю та продуктів з них,
http://www.international.gc.ca/controls-controles/prod/agri/wheat-ble/tariff_rate_quotas_2017_2018-contingents_tarifaires.aspx?lang=eng

176. Огляд торгової політики Канади, WT/TPR/S/314, 27 квітня 2015 р. (TRP Canada), с. 58,
https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s314_e.pdf

177. Там само.

178. Податкове агентство Канади,
http://www.cra-arc.gc.ca/bsnsss/menu-eng.html

179. Зверніть увагу, що ставки податків можуть змінюватись, тому для отримання більш точної інформації звертайтесь до ресурсів Податкового агентства Канади,
http://www.cra-arc.gc.ca/bsnsss/menu-eng.html

180. Закон про акцизний податок, частина III, додаток VI; Закон про акцизний податок —(Зведення переглянутих законів Канади (R.S.C.), 1985 р., ч. E-15),
http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/E-15/.

Слід звернути увагу на те, що розмір акцизного податку періодично змінюється. Слід перевіряти інформацію на сайті Канадського податкового агентства,
http://www.cra-arc.gc.ca/E/pub/em/edm1-1-2/edm1-1-2-e.html, http://www.cra-arc.gc.ca/E/pub/et/x3-1/x3-1-e.pdf

181. Агентство прикордонної служби Канади, Меморандум D18-3-1 «Звітування та облік акцизних податків на імпортований тютюн, тютюнові вироби, вино, алкогольні вироби, та випуск цих товарів» (Reporting and Accounting of Excise Duties on Imported Tobacco, Tobacco Products, Wine and Spirits, and Release of Those Goods),
http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d18/d18-3-1-eng.html

182. Закон про акцизний податок, стаття 133 Закону про акциз, 2001 р.

183. Провінція Острів Принца Едварда, Екологічний податок,
http://www.taxandland.pe.ca/index.php3?number=78502&lang=E>.

184. Провінція Квебек, Податок на нові шини,
http://www.revenuquebec.ca/en/entreprises/taxes/pneusneufs/perceptionetnonperception.aspx

185. Огляд торгової політики Канади, WT/TPR/S/314, 27 квітня 2015 р. (TRP Canada), с. 58,
https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s314_e.pdf

186. NB! Новий закон перебуває на стадії обговорення; очікується, що він набуде чинності у 2019—2020 роках.

187. Агентство прикордонної служби Канади,
http://www.cbsa-asfc.gc.ca/

188. Агентство прикордонної служби Канади, Список актів та регуляторних вимог,
http://www.cbsa-asfc.gc.ca/agency-agence/actreg-loireg/legislation-eng.html#_s1

189. CSA Group, Електротехнічні норми та правила Канади,
http://www.csagroup.org/services/codes-and-standards/installation-codes/canadian-electrical-code/

190. Автоматизована система довідок стосовно імпорту,
http://www.inspection.gc.ca/plants/imports/airs/eng/1300127512994/1300127627409

191. Зразки фітосанітарного сертифікату,
http://www.consumer.gov.ua/ContentPages/Zrazki_Fitosanitarnikh_Sertifikativ/118/

192. http://www.consumer.gov.ua/

Для офіційного зв'язку з Державною службою України з питань безпечності продуктів харчування та захисту споживачів: https://www.ippc.int/en/countries/ukraine/

193. National Import Service Centre,
http://www.inspection.gc.ca/food/imports/commercial-importers/nisc/eng/1364059150360/1364059265637

194. Агентство прикордонної служби Канади, Меморандум 10-18-4, Імпорт деяких сільськогосподарських товарів та Перелік контрольованого імпорту (Importation of Certain Agricultural Products and the Import Control List (ICL)),
http://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d10/d10-18-4-eng.html

195. Канадська організація зі стандартизації, пошук стандартів,
https://www.scc.ca/en/search/standardsdb/?f[0]=source_e%3ACanadian%20Standards&f[1]=status_code_e%3AStandard&f[2]=sdo_code_e%3ACSA

196. Державний стандарт Канади,
https://www.scc.ca/en/agl-nsc

197. Поширені стандарти ISO прийняті як державні стандарти,
https://www.scc.ca/en/news-events/news/2016/popular-iso-standards-adopted-national-standards-canada

198. Канадська організація зі стандартизації, оцінка відповідності вимогам щодо безпечності товарів,
https://www.scc.ca/en/stakeholder-participation/orientation-modules/consumer-product-safety-in-canada/chapter-3-conformity-assessment-for-consumer-product-safety

199. CSA Group, http://www.csagroup.org/

200. Тлумачення сертифікації CSA та UL,
http://www.sprecherschuh.com/library/techdocs/posts/2015/03/ul-csa-marks.html

201. Перелік акредитаційних органів,
https://www.scc.ca/en/accreditation/product-process-and-service-certification/directory-of-accredited-clients

202. Огляд торгової політики Канади, WT/TPR/S/314, 27 квітня 2015 р. (TRP Canada), с. 69,
https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s314_e.pdf

203. Канадська організація зі стандартизації, пошук лабораторій, https://www.scc.ca/en/search/palcan

204. Огляд торгової політики Канади, WT/TPR/S/314, 27 квітня 2015 р. (TRP Canada), с. 71,
https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s314_e.pdf

205. Міністерство охорони здоров'я Канади, Галузеві довідники, http://www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/pubs/indust/index-eng.php#a3

206. Бюро з питань конкуренції, питання маркування,
http://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/h_01436.html

Наприклад, Guide to the Textile Labelling and Advertising Regulations: http://www.competitionbureau.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/eng/01249.html

207. Агентство з контролю за продуктами харчування,
www.inspection.gc.ca

208. Примітка: у наведеному прикладі на малюнку інформація про харчові властивості наведена виключно для освітніх цілей. Для одержання останньої інформації про ці вимоги слід користуватися веб-сайтом Агентства з контролю за продуктами харчування Канади, зокрема з огляду на те, що наразі Агентство уточнює свої вимоги до маркування щодо харчової та енергетичної цінності товарів.

209. Агентство з контролю за продуктами харчування, маркування продуктів харчування,
http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/eng/1383607266489/1383607344939

210. Агентство з контролю за продуктами харчування, вимоги до загальної назви,
http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/common-name/eng/1354906212164/1354906290936?chap=1#s1c1

211. Агентство з контролю за продуктами харчування, вибір загальної назви,
http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/common-name/eng/1354906212164/1354906290936?chap=3

212. Агентство з контролю за продуктами харчування, зазначення кількісних показників, http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/net-quantity/eng/1389724204704/1389724328971?chap=2#s4c2

213. Агентство з контролю за продуктами харчування, зазначення терміну придатності,
http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/date-markings-and-storage-instructions/eng/1328032988308/1328034259857?chap=2

214. Агентство з контролю за продуктами харчування, загальні назви для інгредієнтів та компонентів,
http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/list-of-ingredients-and-allergens/eng/1383612857522/1383612932341?chap=2#s6c2

215. Агентство з контролю за продуктами харчування, вимоги до маркування, http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/place-of-business/eng/1387803744425/1387804951384?chap=1#s1c1

216. http://www.healthycanadians.gc.ca/eating-nutrition/label-etiquetage/regulatory-guidance-directives-reglementaires/directory-nutrition-facts-repertoire-valeur-nutritive/alt/guide-eng.pdf

217. Більше деталей за посиланням: http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/method-of-production-claims/eng/1389379565794/1389380926083?chap=2

218. Список результатів пошуку:
http://www.ic.gc.ca/app/ccc/sld/cmpny.do?lang=eng&profileId=1921&naics=56191

219. Офіс інтелектуальної власності Канади,
http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/Home

220. Джерело інформації:
http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/Home

222. Для одержання загальної інформації про рівень доходів канадців див. відомості, опубліковані урядом Канади: http://www.statcan.gc.ca/tables-tableaux/sum-som/l01/cst01/famil105a-eng.htm

223. Цінова еластичність попиту — міра співвідношення того, як кількість товару, на яку існує попит, відповідає зміні ціни на цей товар. Два товари вважаються субститутами, якщо збільшення ціни на один з них призводить до збільшення попиту на інший. Два товари вважаються комплементами, якщо збільшення ціни на один з них призводить до зменшення попиту на інший. Н. Грегорі Манків та Марк П. Тейлор, Економіка (N. Gregory Mankiw and Mark P. Taylor, Economics), опублікована видавництвом South-Western, підрозділом Cengage Learning, Inc., 2011 р.

224. Ці показники наведені лише як ілюстрація.

225. За Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД).

226. Ці показники наведені лише як ілюстрація.

227. А саме: вартість сировини, електроенергії, витрати на оплату праці, знос та амортизація, витрати на ремонт та утримання та інші витрати.

228. Технічні регламенти, стандарти, санітарні та фітосанітарні вимоги, що застосовуються до будь-якого товару у Канаді.

229. А саме: уподобання за віком, статтю та іншими параметрами.

230. Східна, Центральна або Західна Канада? Міська або сільська частина? Конкретна провінція або місто?

231. Ці показники наведені лише як ілюстрація.

232. Ці показники наведені лише як ілюстрація.

233. Канадська служба сприяння розвитку торгівлі: Довідник з експортування у Канаду (TFO Canada's Access Canada: A Guide on Exporting to Canada), с. 64.

Canada

Ця публікація підготовлена та надрукована коштом Канадсько-українського проекту з підтримки торгівлі та інвестицій (CUTIS). Погляди та думки, висловлені в межах цього документу, належать його авторам та не відображають офіційну позицію Уряду Канади, Міністерства міжнародних справ Канади чи проекту CUTIS.

CUTIS - проект технічної допомоги (2016 – 2020 рр.), що фінансується Урядом Канади через Міністерство міжнародних справ Канади. Проект реалізується Конференційною радою Канади спільно з Канадсько-українською торговою палатою. Метою проекту CUTIS є зменшення рівня бідності в Україні та підвищення сталого економічного розвитку шляхом збільшення українського експорту до Канади та залучення інвестицій з Канади до України. CUTIS підтримує малі та середні підприємства, зокрема, підприємства власницями та керівницями яких є жінки.

CUTIS Canada-Ukraine Trade & Investment Support project

Цей посібник був розроблений експертами Канадсько-українського проекту з підтримки торгівлі та інвестицій (CUTIS).