ماهنامه انجمن بازرگانی ایران و کانادا

شماره دوازدهم دسامبر ۲۰۲۱

آموزش صحیح و اصولی و استوار بر اصل صداقت و مشتری محـــور

نتایج یک مطالعه نشان داد: فناوری اطلاعات بهترین روش برای جبران کمبود نیروی کار است

ساختن یک کسب و کار موفق با پی‌ریزی قوی آغاز می‌شود.

مهندسی اجتماعی چیست؟

Monthly Online Magazine
Canada Iran Business Association
December 2021, Number of Twelve
ISSN 2564-1069

IBA
Canada Iran Business Association
انجمن بازرگـــانی ایـــران و کانـــادا

امکان تامین منابع مالی برای حمایت از کسب و کارها

اگر فکر می‌کنید نیاز به منابع مالی برای کسب و کار خود دارید با انجمن بازرگانی ایران و کانادا در ارتباط باشید

شبکه انجمن این امکان را دارد که با تهیه طرح تجاری مشخص و برنامه ریزی شما را به اهداف خود برساند

مشاوره جهت:

طراحی استراتژی افزایش درآمد
استفاده از کمک‌های دولتی
استفاده از طرح‌های شتاب دهنده
وام های کم بهره

توجه: این طرح ویژه اعضای انجمن است، چنانچه شما عضو انجمن نیستید می‌توانید با تکمیل فرم عضویت در تارنمای **CanadaIran.ca** جزو شبکه اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا شوید.

فهرست مطالب

سخن مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا ۴

نگاهی به شبکه اختصاصی انجمن بازرگانی ایران و کانادا ۷

آموزش صحیح و اصولی و استوار بر اصل صداقت و مشتری محـــور ۸

شبکه های نتورک مارکتینگ: آموزش محور یا کلاه بردار ۲۲

نتایج یک مطالعه نشان داد: فناوری اطلاعات بهترین روش برای جبران کمبود نیروی کار است ۲۳

سیستم قضایی کانادا با مردم بومی همچون جنایتکاران بالفطره رفتار می کند، به همین دلیل است که من قصد دارم وکیل شوم ۲۵

ساختن یک کسب و کار موفق با پی ریزی قوی آغاز می شود ۲۷

مهندسی اجتماعی چیست؟ ۳۰

آنچه که در جریان است: تغییراتی برای رسیدن به کانادایی بهتر ۳۳

Monthly Online Magazine
Canada Iran Business Association
November 2021 - Number of Eleven
To contact the editors:
contact@canirn.com

Publisher: Canada Iran Business Association
www.CanadaIran.ca
4388 Saint Denis St Suite 100# 200
Montreal, QC Canada H2J 2L1

Published language: Persian
Signatures is published Monthly, online

ISSN 2564-1069

CIBA
Canada Iran Business Association
انجمن بازرگـــانی ایـــران و کانـــادا

نـــگاهی به شبکه اختصاصی انجمن بازرگانی ایران و کانادا

ماه دسامبر مانند آخرین تیر بر پیکر جریان‌های فکری‌مان است!

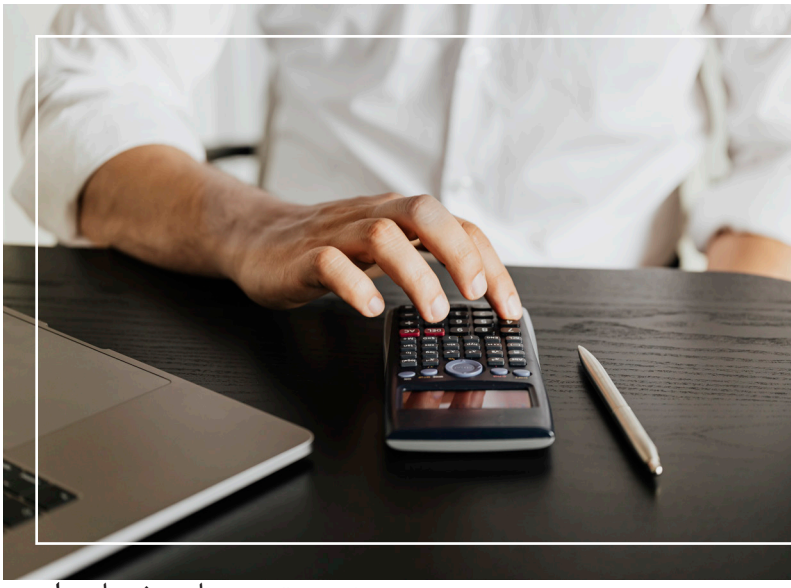
بیـراه نیسـت اگـر عـده‌ای از مـا بگوییـم در ایـن دوره عالم‌گیـری ویـروس کرونـا، تحریم‌هـا و اقتصـاد متزلـزل چـه در عرصـه جهانـی و چـه داخلـی و تـورم جهانـی، بقاء در حکـم پیشـرفت را دارد، حـال کـه اکثرمـان در دوران پیشـا کرونـا، محـض بقاء خـود را مسـتلزم ایجـاد تغییراتی بعضـا شـگرف دیده‌ایـم؛ حـالا کـه «بحـران اقتصـادی» خفیف‌تریـن عبـارت نزدیـک بـه واقعیـتِ وضـع موجـود اسـت کـه هـر چنـد جنبـه‌ای از واقعیـت اقتصـادی را بازگـو می‌کنـد؛ امـا همان‌گونـه کـه شـرح داده خواهـد شـد از توصیـف تمام‌قـد حقیقـت عاجـز اسـت.

پیکـر رنجـور اقتصـاد ایـران در بیمارسـتانی کـه اطبـا آن اقتصاددانـان، سیاسـیون و فعـالان بـازار هسـتند؛ بسـتری اسـت. هـر روز نسـخه‌ای جدیـد بـرای ایـن بیمـار نوشـته می‌شـود ولـی بهبـودی حاصـل نمی‌شـود و همـه ایـن پزشـکان فکـر می‌کننـد بـرای برون‌رفـت از مشـکل یـا بایـد داروهـا را عـوض کننـد یـا جراحـی جدیـدی انجـام دهنـد.

حـالا در ایـن شـرایط بیاییـم کمـی بـه خودمـان فکـر کنیم ، بـه فـراز و نشـیب‌هایی که در یـازده مـاه گذشـته یعنـی بازه زمانـی ژانویـه تـا پایـان نوامبر ۲۰۲۱ طـی شـده فکـر کنیـم. هرچنـد کـه بایـد بپذیریـم ایـن حجـم از ناپایـداری در اقتصـاد کلان جهانـی و در بـازه‌ای بـه ایـن کوتاهـی قطعاً «بحـران» اقتصـادی محسـوب می‌شـود ولـی توجـه بـه ایـن نکتـه ضـروری اسـت کـه ریشـه ایـن بحـران اقتصـادی، صرفـا در مسـائل اقتصـادی نیسـت و تقلیـل اقتصـاد بـه اقتصـاد، نوعـی آدرس غلـط دادن محسـوب می‌شـود، پـس نمی‌توانـم دلیـل تمامـی

نتایج نامطلوب خودمان را به گردن بحران و وضع موجود بیندازیم!
با این مقدمه نسبتا تلخ باید مروری داشت به ماه‌های طی شده، هرسال در نیمه دسامبر به مدت یک هفته با خود خلوت نموده و شاید صدها صفحه کاغذ را خط خطی می‌کنم تا در نهایت برای سال بعد برنامه‌ای را پیاده کنم. نقشه راه! اما امسال با خود فکر می‌کنم که مشکل از برنامه نبوده بلکه مشکل از جریان‌های فکری ما و درک صحیح ما نسبت به محیط پیرامون خودمان بوده که موجب خلق چنین برنامه‌هایی می‌شود. چند درصد از برنامه ریزی از پیش مشخص شده شما در سال ۲۰۲۱ که ناشی از جریان فکری‌تان بوده تحقق پیدا کرده است!؟
آیا در برنامه‌هایتان سرمایه اجتماعی و گسترش آن را دیده‌اید، سرمایه‌ای خاموش و غیر مادی که در زمان بحران برایمان مانند گنجی گران بها عمل می‌کند.
فکر می‌کنم در ماه دسامبر به جای برنامه ریزی باید جریان فکری را تغییر دهیم و به سمت سرمایه اجتماعی پیش برویم .
در شرایط بحران کنونی سرمایه اجتماعی تنها راه‌حل اقتصادی برای همه گان حتی دولت و این پیکر رنجوربستری در بیمارستان خواهد بود!

سرمایه اجتماعی نوعی «سرمایه» غیرمادی تلقی می‌شود که هرچند به‌طور مستقیم ایجاد ثروت مادی نمی‌کند ولی برای یک جامعه یا کسب و کار ارزش‌آفرین است و می‌تواند به‌طور غیرمستقیم ظرفیت‌های سرمایه مادی و فرهنگی را بسط دهد. برای مثال اگر اعتمادی بین فروشنده و خریدار نباشد و هر دو به صداقت یکدیگر مشکوک باشند، عدم کارکرد مناسب سرمایه اجتماعی این دو طرف، باعث می‌شود یا معامله‌ای صورت نگیرد و یا هزینه‌های جانبی معامله (مانند نوشتن قرارداد، اخذ تضمین، تحقیقات بازار و...) افزایش یابد و با کند شدن چرخه اقتصادی در ابعاد بزرگ، از سرمایه مادی جامعه بکاهد.



پیر بوردیو مشهورترین جامعه‌شناس این حوزه، سرمایه را به سه دسته سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دسته‌بندی می‌کند.

بوردیو سرمایه اجتماعی را شکلی از سرمایه می‌دانست که به ارتباطات و مشارکت اعضای یک سازمان توجه دارد و می‌تواند همراه با سرمایه فرهنگی، ابزاری برای رسیدن به سرمایه‌های اقتصادی باشد. در واقع سرمایه اجتماعی یک ظرفیت، جوهر اجتماعی یا هنجاری غیررسمی است که همکاری میان افراد و نهادهای یک جامعه را ارتقا می‌بخشد. هر شبکه اجتماعی، برای دستیابی به اهداف خود، علاوه بر افراد آگاه و باتجربه و امکانات و ابزار مادی، به عواملی مانند: اعتماد، تعهد و مسئولیت‌پذیری و ... هم نیاز دارد که این عوامل، همان سرمایه‌های اجتماعی هستند. حتی برای موفقیت دسته‌جمعی در امور غیرقانونی هم، وجود سرمایه اجتماعی شرط است. به عنوان مثال یک گروه از خلاف‌کاران (مثل گروهی دزد یا قاچاقچی) برای موفقیت در کار خود به سرمایه اجتماعی و هنجارهایی مانند: رفتارهای اخلاقی، قانون‌مداری، خطرپذیری و اعتماد متقابل در بین اعضای گروه، نیاز دارند.

دانشمندان و نظریه‌پردازان دیگری نظیر جمیز کلمن، گلن لوری، فرانسیس فوکویاما و ... نیز از زوایای دیگری به سرمایه اجتماعی نگریسته‌اند ولی وجه مشترک هرکدام بررسی کارکردهای سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی را از دو منظر می‌توان دید. اول حاصل جمع سرمایه غیرمادی و معنوی که به‌صورت مشارکت، اعتماد، همکاری و... در جامعه و یا هر کسب و کاری وجود دارد و دوم میزانی از سرمایه اجتماعی که هر فرد از سرمایه اجتماعی کل جامعه یا سازمان مربوطه برخوردار است. بنابراین ما با سرمایه اجتماعی جامعه و سرمایه اجتماعی هر فرد، نهاد، سازمان و... مواجه هستیم.

***پاسخ یک‌میلیونی دلاری**

ترمیم و بهبود سرمایه اجتماعی چگونه حاصل می‌شود؟

پاسخ کاربردی به سؤال «**چگونه می‌توان سرمایه اجتماعی را ترمیم کرد؟**» جواب ساده‌ای نیست و به قول این طرفی‌ها یک پاسخ یک‌میلیونی دلاری است. البته بسیاری از سازمان‌ها ممکن است هزاران دلار برای جلب اعتماد عمومی هزینه کنند ولی درنهایت چیزی جز باد درو نکنند زیرا سرمایه اجتماعی با سرمایه مادی ایجاد

نمی‌شود.
ترمیم سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی نیاز به زمان دارد. اصولاً اصلاح روندهای اجتماعی بسیار زمان‌بر هستند؛ راهکار سر راستی ندارند و با دیگر حوزه‌ها گره می‌خورند.
اگر شما هم تصمیم دارید تا در نیمه دسامبر نسبت به جریان فکری‌تان برنامه‌ای را برای سال ۲۰۲۲ ترسیم کنید، حتما وقت و انرژی زیادی را برای ترمیم و بهبود سرمایه اجتماعی خودتان و سازمان‌تان اختصاص دهید.
شخصا فکر می‌کنم آنقدر که به عملکرد حرفه‌ای و عملگرا بودن بها داده‌ام به سرمایه اجتماعی و خودم کمتر اهمیت داده‌ام و رمز پیشرفت در سال جدید را گسترش و ترمیم سرمایه اجتماعی هدفمند می‌دانم. شما چطور!؟

با مهر
محمد وحیدی‌راد

نگاهی به شبکه اختصاصی انجمن بازرگانی ایران و کانادا

همانطوریکه مطلع هستید تارنمای اصلی انجمن به آدرس CanadaIran.ca می‌باشد.
با هدف توسعه ارتباطات حرفه‌ای میان اعضای محترم و شکل گیری کمیسیون‌های تخصصی انجمن بازرگانی ایران و کانادا، پایگاه خصوصی شبکه ارتباطی میان اعضای خود را ایجاد نمود.
اگر شما عضو انجمن هستید و هنوز پروفایل خود را در شبکه اعضای انجمن تکمیل نکرده‌اید، با مراجعه به تارنمای CanadaIran.info و هماهنگی با دفتر تهران می‌توانید نسبت به تکمیل پروفایل خود اقدام نمایید.

آموزش صحیح و اصولی و استوار بر اصل صداقت و مشتری محـــور

اگـر بخواهیـد دسـت بـه هـر کاری بزنیـد، موفقیـت و شکسـت هـر دو، انتظارتـان را می‌کشـند. چـه بخواهیـد آشـپزی یـاد بگیریـد، چـه دانشـگاه قبـول شـوید و چـه کسـب و کاری راه بیندازیـد، اوضـاع بـر همیـن منـوال اسـت. بازاریابـی و تبلیـغ یـک کسـب و کار هـم بخشـی از امـور جـاری یـک صاحـب شـغل اسـت کـه موفقیـت و ناکامـی پایـه و اسـاس نتایج آن هسـتند. بازاریابـی هم فنـون خـاص خـودش را دارد و نـکات ظریفـی در لابـه‌لای ایـن فنـون نهفته‌انـد کـه می‌تواننـد امـکان موفقیـت یـا شکسـت یـک طـرح بازاریابـی را رقـم بزننـد.

مـــعمولا بازاریابان اشـتباهات رایجی را مرتکب می‌شـوند کـه در میـان همـه آنهـا مشـترک هسـتند و چنـدان بـه نـوع کسـب و کار ارتباطی ندارنـد. بـه عـلاوه راهکارهـای عمومـی پیشـبرد موفقیت‌آمیـز بازاریابـی هـم وجـود دارنـد کـه در کل بـرای همـه بازاریابـان مفیـد واقـع شـده بـه دردشـان خواهنـد خـورد. در ضمـن توصیه‌هـای بهتـری هـم هسـتند کـه قـدرت و کارایـی و بازدهـی یـک پـروژه بازاریابـی را افزایـش خواهنـد داد. توجـه بـه همـه ایـن توصیه‌هـا، نـکات ظریـف و فـوت کوزه‌گـری امـکان موفقیـت یـک بازاریـاب و افزایـش عایـدات کسـب وکارش را بیشتر خواهنـد نمـود. در زیـر سـعی می‌کنیـم تـا جـای ممکـن ایـن مطالـب ارزشـمند را بـرای شـما توضیـح دهیـم.

*** ابتدا به دیدگاه‌های نادرست و خطاهای رایج متصدیان بازاریابی اشاره می‌نماییم:**

یک: عده کثیری از بازاریابان وقتی که اوضاع مالی رو به راه نیست و درآمدشان کاهش یافته، برای این که مخارج کسب و کارشان را پایین بیاورند، فعالیت‌های بازاریابی را محدود می‌کنند یا اصلا متوقف می‌سازند و معمولا ساده‌ترین چیزهایی که به نظرشان هزینه برمی‌آید ایمیل‌های مستقیم، تبلیغات در اینترنت و دیگر روش‌هاییست که چندان هم پر خرج نیستند ولی قطع کردنشان آسان‌تر از همه است. این اقدامات ساده همان‌هایی هستند که می‌توانند کسب و کار ضعیفتان را رونق دهند و اگر از ادامه آنها دست بکشید، نه تنها کمکی به بقای کارتان نمی‌کنید بلکه شانس شکست را هم بالا می‌برید. این بازاریابان در چنین اوقاتی مدت زیادی را برای بررسی و تحلیل نتایج کارهای قبلی بازاریابیشان صرف می‌کنند و در همین مدت طولانیست که با متوقف شدن فرستادن ایمیل، پیام‌های فروش، حضور در موتورهای جستجو و تبلیغات و بندهای اینترنتی، شانس پیشرفت و رشد کسب و کارشان را از دست می‌دهند.

دو: خطای دیگر اینست

درخواست گروپاژ

مبداء: بندر شهید رجائی

مقصد: بندر ونکوور

که بازاریابان مرتب نتایج کارشان را بررسی نکرده منتظر می‌مانند تا پاسخ دلخواه را دریافت نمایند و پس از آن آمار و ارقام کارهایشان را تحلیل ومطالعه کنند. مراقب باشید که شما این اشتباه را مرتکب نشوید. اگر به طور منظم و با رویه‌ای زمان‌بندی شده حاصل هر فعالیت و اقدام بازاریابیتان را بررسی کنید، می‌توانید دریابید که کدامیک سودمند هستند و کدام‌ها فایده‌ای ندارند و یا کدامشان تاثیری منفی داشته است. در واقع با درک این اثرات قادر خواهید بود که در فعالیت‌ها تجدیدنظر نموده آنهایی که تاثیر مثبت دارند را تقویت کنید و تضعیف کننده‌ها را حذف نمایید.

به علاوه اگر کمی بیشتر دقت کنید و حوصله به خرج دهید، می‌توانید بعضی از روش‌ها را با بعضی دیگر ترکیب نمایید و در یک بسته بازاریابی قرار دهید. برای درک تاثیر هر کدام از آنها، از مشتریان سوال کنید و نظرشان را درباره کارتان جویا شوید و پیگیر ایده‌ها و نظرات مخاطبان کسب و کارتان باشید. به خاطر بسپرید که مشتریان احتمالی و مشتریان کنونی مهمترین منابع پیشرفت یک کسب و کارند.

سه: هرگز تمام بودجه بازاریابی خود را به یک نوع فعالیت متمرکز نکنید. این هم از اشتباهات شایع بازاریابان است که فقط به یک فعالیت می‌پردازند و تمامی بودجه‌شان را برای آن خرج می‌کنند. مثلا فقط در مطبوعات یا فقط در تلویزیون آگهی می‌دهند یا تنها به بازاریابی اینترنتی می‌پردازند. اگر دامنه حضورتان را گسترش داده از روش‌های متنوعی استفاده کنید، مخاطبان بیشتری خواهید یافت که شانس موفقیت کارتان را بیشتر می‌کنند. با یک نمایش متنوع و با روش‌های گوناگون، مشتریان احتمالی نامتان را به خاطر می‌سپرند و زمانی که بخواهند نیازشان را برطرف کنند، شرکت شما و نام و نشان تجاری آن در دایره انتخاب‌هایشان قرار خواهد گرفت.

گاهی وقت‌ها صاحب یک کسب و کار مدت زیادی با یک منبع اطلاع‌رسانی همکاری می‌کند و تمامی نیروی بازاریابی خود را مثلا در یک ایستگاه رادیویی، روزنامه یا مجله متمرکز می‌نماید. در واقع او

می‌ترسد که این مجرا را از دست بدهد و با رها کردن آن، میدان را برای رقبایش که در همان گستره، حضور دارند خالی کند. نگرانی دیگر این بازاریاب اینست که نمایندگان فروش و شرکایش را هم از دست بدهد. به همین جهت همچنان در عرصه قبلی به بازاریابی ادامه می‌دهد و این در حالیست که ممکن است آن مجرا چندان برای او مفید و موفقیت‌آمیز نباشد. شما هم دقت کنید. هرگز اجازه ندهید این قبیل نگرانی‌ها و ملاحظات، گستره‌های دیگرحضور را از شما بگیرند. بررسی و سنجش نتایج فعالیت‌های بازاریابی در این مورد اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. اگر در طی استفاده از یک رسانه، سایت، موتور جستجو، روزنامه یا مجله درآمد حاصل از این اقدامات را برآورد کنید و آن‌ها را با مخارج این نوع بازاریابی مقایسه نمایید، موثر بودن یا بیهودگی حضور در این عرصه را در خواهید یافت. تحلیل داده ها و کسب نتایج معتبر و قابل اعتماد کار ساده‌ای نیست واگر دیدید که خودتان از عهده‌اش بر نمی‌آیید از یک کارشناس آمار کمک بخواهید. حقوقی که به این کارشناس می‌دهید در مقابل ضررهای احتمالی، مقرون به صرفه است. نکته مهم دیگری هست که شاید بسیاری از بازاریابان از اهمیت آن آگاه نباشند. این که

اعطای نمایندگی

دعوت به همکاری

تامین فرش ماشینی ابریشم با بهترین کیفیت و نازلترین قیمت در شهرهای ونکوور، تورنتو، مونترال کانادا

فروش از شما

به دنبال نمایندگان انحصاری یک برند شناخته شده فرش ماشینی ایرانی در سه شهر کانادا

بدون نیاز به سرمایه گذاری همین امروز در یک پروژه سود آور شریک شوید.

مشتریان احتمالی مهم هستند ولی از مشتریان کنونی غافل نشوید. آن‌ها از شما خرید کرده به کالاها یا خدماتتان علاقه دارند. اگر به آن‌ها توجه نکنید و پیام‌های فروش و تقدیر ونظرخواهی را برایشان نفرستید، ناامید خواهند شد و علاقه‌شان را از دست خواهند داد. دقت کنید که ارائه خدمات و کالاهای بهتر به این گروه باعث می‌شود که رضایتمندی خود را به گوش دوستان و همکارانشان نیز برسانند و همین گفته‌های تحسین‌آمیز دهان به دهان می‌گردد وموثرترین ابزار تبلیغاتی هر کسب و کار هستند. یادتان باشد که فرستادن پیام‌های فروش به تنهایی کافی نیست. حداقل شش بار در یک سال کارت پستال‌هایی برایشان بفرستید. می‌توانید مناسبت خاصی را تبریک بگویید، امکانات جدیدتان را معرفی کنید یا به دلیل خریدهای مستمرشان تسهیلات و تخفیف‌هایی که برای آنها قائل شده‌اید را به اطلاعشان برسانید. همان‌طور که گفتم مشتریان راضی و خوشحال کنونی به راحتی می‌توانند مشتریان و مخاطبان احتمالی شما را به دایره مشتریان کنونی بیفزایند.

چهار: عاقلانه رفتار کنید و به جای این که برآوردن آرزوها و تمایلات شخصی خودتان را در اولویت نخست قرار دهید، به فکر رونق و توسعه فرایند بازاریابی و کسب و کارتان باشید. اگر قصد دارید در مجله یا روزنامه تبلیغ کنید، مواظب باشید، که به جای چاپ تصاویر و توضیحات مختصر و مفید، عکس بزرگ و رنگی خودتان را چاپ نکنید! این جور کارهای ابلهانه می‌توانند پروسه بازاریابی را با شکست مواجه نموده کسب و کارتان را در سراشیبی سقوط قرار دهند.

پنج: بعضی از صاحبان کسب و کار می‌خواهند همه کارها را خودشان انجام دهند و طراحی و اجرای فرایند بازاریابی را هم بر عهده بگیرند. شاید این روند در ابتدا پاسخگو باشد ولی زمانیکه سرتان شلوغ شود، دیگر نمی‌توانید این گونه ادامه دهید. پس بهتر است کارمندی استخدام کنید تا امور ساده‌تر را انجام دهد و بارکاری شما را سبک کند. با این کار شما به

عنوان مدیر یک کسب و کار قادر خواهید بود با دقت و آرامش خاطر بیشتری به بازاریابی و معرفی کالاها یا خدماتتان بپردازید. از یک کارشناس هم می‌توانید کمک بخواهید تا در طی این فرایند راهنماییتان کند. تا این‌جا اشتباهات معمول و دیدگاه‌های نادرست بازاریابان را توضیح دادیم.

*** در ادامه تعدادی از نکات مهم در موفقیت بازاریابی‌ها را می آوریم:**

۱- کالاها یا خدماتتان را فقط به یک نوع محدود نکنید بلکه هر کدام از آنها را در چند نوع عرضه کنید و برای هر یک محصولات و خدمات جانبی تهیه نمایید.

علاوه بر این همواره استراتژی‌های چند گانه‌ای برای بازاریابی در پیش گیرید. این توصیه‌ها از آن جهت است که اگر یک کالا یا یک نوع خدمات با استقبال کمی مواجه شده کمتر فروش رفت، تنها بخش کوچکی از کسب و کارتان تحت تاثیر قرار می‌گیرد و خیلی ضرر نخواهید کرد. ولی اگر فقط یک محصول یا خدمات را عرضه کنید، با افت فروش آن خطر شکست

تبلیغات حرفه‌ای و بازاریابی در شهرهای مختلف آمریکای شمالی مانند تورنتو، نیویورک و مونترال

قرارداد مدیریت زنجیره حمل و نقل جهت تحویل به موقع به مصرف کننده

توسط تیم حرفه‌ای ما با سال‌ها تجربه فعالیت

تهیه و تولید با شما

سرویس VIP انجمن بازرگانی ایران و کانادا ویژه اعضاء داخل ایران یا کانادا

ثبت برند شما | اخذ تمامی استانداردها (در صورت نیاز)

گمرک | انبار گردانی | حمل و نقل | فروش (همراه با فاکتور رسمی و مالیات)

دریافت وجه از خریداران با انواع کارت‌های اعتباری | تبدیل وجه دریافتی و واریز به حساب شما (دلاری یا ریالی)

جهت اطلاعات بیشتر مربوط به این آگهی با ایمیل contact@canirn.com در ارتباط باشید.

کسب و کارتان زیاد خواهد بود. این نکته درباره راهبردهای بازاریابی نیز به همین شکل است. اگر زمانی با بروز تغییر و تحولات بازار، یک استراتژی دیگر پاسخگو نباشد، راهبردهای دیگری در دست دارید که از آنها سود ببرید یا توسعه‌شان دهید. ولی اگر فقط و فقط از یک روش استفاده کنید، در چنین مواقعی به واقع مضطرب و نگران خواهید شد و به دردسر خواهید افتاد.

۲- مشتریان کنونی، مشتریان احتمالی نیز هستند. همان‌طور که در لیست اشتباهات گفتم، هرگز از این منابع ارزنده بازاریابی و فروش غفلت نکنید. زمانی که محصول یا خدمات تازه‌ای را به دایره فعالیت‌هایتان اضافه می‌نمایید، با آنها تماس بگیرید و این تغییرات و تسهیلات و خدمات جدید را به گوششان برسانید. شما راحت‌تر می‌توانید به کسی که از شرکتتان خرید کرده و در حال حاضر هم از شما راضیست، جنس بفروشید. راضی

نمودن یک مشتری احتمالی که اصلا کالا یا خدمات کسب وکارتان را تجربه نکرده، به سادگی میسر نخواهد شد.

۳- هرگز درباه کارتان و کالاها یاخدمات، میزان فروش یا نتایج نظرسنجی از مشتریان اغراق نکنید. اعداد و ارقام باورنکردنی و عجیب و غریب هم ارائه ننمایید؛ حتی اگر واقعا کسب و کارتان اینقدر موفق و سودده باشد. مردم این طور اطلاعات را واقعی نمی‌دانند و این تصور در ذهنشان شکل می‌گیرد که صاحب این کسب و کار فقط می‌خواهد بازارگرمی کند. پس در این باره با دقت عمل نمایید.

۴- هر وقت که می‌خواهید آمار و ارقامی درباره موفقیت کالاها یا خدمات شرکتتان منتشر کنید، اعداد اعشاری و درصدهایی که جزء اعشاری دارند به کار ببرید. مثلا اگر می‌خواهید درباره تعداد زبان‌آموزان ۱۵ تا ۲۵ ساله‌ای که از دوره خودآموز شما استفاده کرده‌اند و در شهر خودتان زندگی می‌کنند، آمار بدهید، بهتر است بگویید: «۵۲/۶ درصد زبان‌آموزان ... از دوره خودآموز ما استفاده کرده آن را بسیار خوب ارزیابی نموده‌اند.» عدد ۶۰ درصد حتی اگر واقعی هم باشد، چندان قابل باور نیست.

۵- زمانیکه می‌خواهید کالا یا خدماتی را به مشتری بالقوه‌ای عرضه کنید، برای بالا بردن امکان فروش، تخفیف ویژه‌ای قایل شوید و چند امتیاز رایگان را هم با محصول فروشی همراه کنید.

۶- همواره چند امکان و چند گزینه پیش روی مشتریان احتمالی قرار دهید. زمانی که او به شما مراجعه کرد یا از وب سایتتان بازدید نمود، به او بگویید که چند فرصت خوب و استثنایی برای خرید دارد که هر کدام تا مدت معینی مهلت دارد. وقتی که مهلت یکی به پایان رسید- چه مشتری از آن استفاده کرده باشد چه نکرده باشد- امکان ویژه بعدی را عرضه کنید. این کار باعث می‌شود که مشتری بالقوه و مشتری کنونی بتوانند انتخاب کنند و به طرفداران شما تبدیل گردند.

۷- اگر بازار هدفی انتخاب کرده‌اید که مخاطبان بسیاری برای کسب و کارتان دارد ولی این مشتریان بالقوه پول کافی برای خرید ندارند، باید بازار هدف را تغییر دهید. مخاطبان شما باید به کالاها و خدماتتان نیازمند باشند و شما هم بتوانید راضیشان کنید ولی مهم‌تر از آن باید پول کافی داشته باشند تا خرید کنند.

۸ - زمانی که دارید پیام‌های

یک شرکت تولید کننده پاستیل‌های خوراکی نیاز به همکار جهت پخش و فروش محصولات خود در کشور کانادا دارد.

بدون نیاز به سرمایه گذاری صاحب یکی از مشاغل پرسود شوید.

جهت اطلاعات بیشتر با انجمن در ارتباط باشید

فروش را می‌نویسید، به جای این که همواره یک الگوی رسمی و کلیشه‌ای را تکرار کنید، قدری دوستانه بنویسید و نام آن شخص را در ابتدا و لابه‌لای نوشته بگنجانید این روش ساده باعث می‌شود که مشتری احساس کند، شما به او اهمیت می‌دهید و از خریدش متشکرید.

جوری بنویسید که خواننده حس کند با شخصی که رو به رویش نشسته حرف می‌زند.

خب این هم از بعضی استراتژی‌های مفید بازاریابی. حالا به سراغ نکاتی می‌رویم که می‌توانند تاثیر این راهبردها را بیشتر کنند. به کارگیری استراتژی‌های فوق به راستی مفید و موثر هستند ولی عنصری که تاثیر آنها را بیشتر می‌کند خلاقیت و نوآوریست. اگر فقط به همین جملات اکتفا کنید و هیچ تغییراتی در آنها ندهید، پاسخ مناسبی دریافت نخواهید کرد. این روزها اشخاصی که بیش از دیگران خلاقیت و ابتکار به خرج می‌دهند برنده میدان رقابت بازار هستند. موفقیت در بازاریابی و کسب وکار اصول کلی و مشخصی دارد ولی آنهایی که تنها به ظاهر این قواعد بسنده نمی‌کنند، سرآمد و برتر خواهند شد. برای اعمال روش‌ها و تکنیک‌های جدید راه‌های مختلفی وجود دارند که باز هم اصول کلی هستند.

من در پایان گفته‌هایم تعدادی از این خطوط راهنما را ذکر می‌کنم. ممکن است بعضی از آنها به نظر شما جذابتر از بعضی دیگر باشند. در این خصوص هر کس عقیده متفاوتی دارد. من پیشنهاد می‌کنم که همگی آنها را امتحان کنید. ممکن است حتی آنهایی که به نظرتان جالب نیایند،

***کلید گشودن درهایی باشند که با هیچ کلید دیگری باز نشده‌اند. این نکات در هر صورت به کارتان می‌آیند و فرقی ندارد که کالاهای گوناگون بفروشید یا خدمات عرضه کنید.**

۱- هرگز به یک ایده و راه‌حل اکتفا نکنید. وقتی که خودتان درباره مشکلی به نتیجه‌ای می‌رسید و راه حلی پیدا می‌کنید، قانع نشوید به دنبال راه حل دوم، ایده پنجم، ابتکار دوازدهم و خلاقیت پنجاهم باشید.

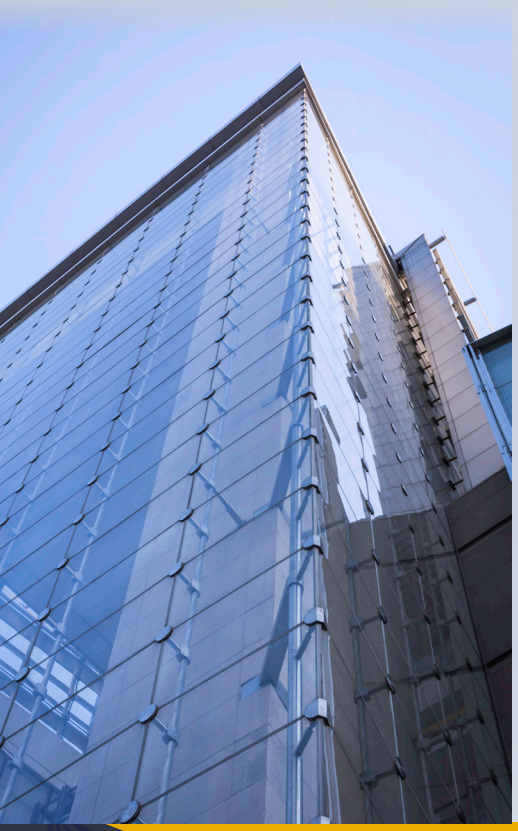
هر قدر که ایده‌ها و گزینه‌های پیش رویتان

بیشتر باشند، بهتر می‌توانید تصمیم بگیرید و در همین جستجوهای تودرتوی ذهنی است که ایده‌های ناب و یگانه متولد می‌شوند. حتما حکایت مشهور توماس ادیسون را شنیده‌اید. او صدها راه پیدا کرد که لامپ با آنها ساخته نمی‌شود. بله حتی اگر ایده‌های گوشه و کنار مغزتان مفید و به درد بخور هم نباشند، ناامید نشوید چون که همین بن بست‌ها شما را در مسیر صحیح قرار می‌دهند. فقط باید بتوانید آن سوی دیوار بن‌بست را هم ببینید تا راه‌های جدید و مطمئن را مشاهده کنید.

۲- صورت مسئله را تغییر دهید.

زمانی که ما به یک تصویر سه بعدی نگاه می‌کنیم، در نگاه اول یک تصویر مقابل چشمانمان ظاهر می‌شود و همین که زاویه نگاهمان را تغییر می‌دهیم یا تصویر را کمی جابه‌جا می‌کنیم، عکس دیگری را خواهیم دید.

این مثال در ابعادی دیگر در مورد مسائل و مشکلات یک کسب و کار وجود دارد. فرض کنید می‌خواهید طرح بازاریابی خود را تدوین نمایید و به طور طبیعی به سوالات زیادی برخورده‌اید. در نگاه اول هر سوال یک یا چند جواب دارد و اگر بخواهید نکته قبلی را رعایت کنید می‌توانید ده‌ها پاسخ دیگر هم بیابید. یک راه دیگر هم برای خلاقیت وجود دارد و آن این که صورت مسئله را تغییر دهید. این درست مثل همان جا به جا کردن تصویر سه بعدی است. مثلا شما از خود می‌پرسید: « چه کار کنم که بیشتر فروش داشته باشم؟» این پرسش به خودی خود مفید است ولی می‌توانید این طور بپرسید که: (چه کار کنم که بیشتر پول دربیاورم؟) جواب‌های این دو سوال با هم فرق دارند. راه‌های بیشتر پول درآوردن با بیشتر فروختن تفاوت دارند. یکی



از ایده‌های پول درآوردن بیشتر می‌تواند کم کردن هزینه‌های غیرضروری یا حذف آنها باشد یا شاید هم بخواهید قیمت اجناس یا خدماتتان را گران کنید. به هر حال وقتی که صورت مسئله را تغییر دهید، راه‌های جدیدی پیش رویتان گشوده می‌شود که هر کدام می‌تواند ابتکاری نوین را شکل دهند. در واقع این «دیگر گونه دیدن» راه‌ها و انشعابات آن راه قدیمی و خسته‌کننده را به شما نشان می‌دهند.

۳- از کالا یا خدماتتان سوال کنید. شاید فکر کنید دارم شوخی می‌کنم ولی شوخی و لطیفه نیست. در واقع این‌ها منابع الهام ذهنی و یاری‌کننده قوای تخیل خلاقانه شما هستند. حالا چطور باید این دوستان را به حرف آورد؟ ابتدا چند دقیقه تمرکز کنید، چند نفس عمیق بکشید و به بدنتان آرامش دهید. سپس تصور کنید که کالا یا خدمات شما پیش رویتان نشسته است. از او بپرسید، دوست داری چه کسانی تو را بخرند؟ دوست داری چطور تو را بفروشند؟ چه نقاط قوتی داری؟ چه ضعف‌هایی در خودت احساس می‌کنی؟ فکر می‌کنی چه کسانی به تو نیاز دارند؟ چرا می‌خواهی به آنها کمک کنی؟ شما می‌توانید پاسخ این سوالات را روی کاغذ بیاورید. خواهید دید که وقتی مصاحبه شونده ببیند که به حرف‌هایش توجه کرده آنها را می‌نویسید، مشتاق شده بهتر با شما همکاری می‌کند. این روش را ساده نگیرید، بسیار مفید است.

۴- اگر دیدید که هر چه تلاش می‌کنید به جایی نمی‌رسید و نمی‌توانید مشکلتان را حل کنید، دست بکشید و رهایش کنید. برخیزید و آبی به سر و صورتتان بزنید. قدری استراحت کنید یا قدم بزنید.

به هر کاری که دوست دارید و فکر می‌کنید به شما آرامش خواهد داد بپردازید. فقط درباره کار فکر نکنید. به یاد داشته باشید که اگر به خودتان فرصت ندهید و یکسره از او کار بکشید، نه تنها خسته و فرسوده خواهید شد بلکه ذهن خلاقتان نیرویش را از دست داده از حرکت باز می‌ماند. در این مواقع به ناخودآگاهتان اجازه دهید آن همه فکر و ایده و سوال و جواب را فرو دهد و هضم کند. ذهن نیمه هشیار موجود قدرتمندی است که می‌تواند بسیار به شما کمک کند. فقط باید به او فرصت دهید. در ورودی این ذهن باریک است و نمی‌تواند همه نظرات، سوال و جواب‌ها، ایده‌های خوب و ضعیف و دانسته‌هایتان را به یکباره بپذیرد. اگر به ذهن نیمه هشیار فرصت ندهید، نمی‌تواند آن‌طور که می‌خواهد کار کند و به همین علت به همه مطالب و دانسته‌ها اجازه ورود نمی‌دهد. از این جهت است که وقتی روزها بدون استراحت و پشت سر هم کار می‌کنید، دیگر قادر نیستید همه آن چیزهایی که می‌خواهید و لازم دارید را به خاطر بیاورید. ایده‌ها و طرح‌های گوناگونی در ذهن دارید ولی نمی‌توانید آن‌ها را کنار هم بگذارید و سروسامان دهید. این‌ها مطالب و نظرات مبتکرانه‌ای هستند که پشت در

آیا میدانستید اگر شما صاحب یک کسب و کار فعال شوید و از ابتدا ساختار مالی و مالیاتی آن به شکل حرفه‌ای و صحیحی ایجاد شده باشد پس از گذشت حداقل سه سال می‌توانید کسب و کار خود را با قیمت و شرایطی فوق العاده به فروش برسانید و خریدارانی که وقت و زمان کافی برای ایجاد یک کسب و کار حرفه‌ای به ویژه فرنچایزهای اثبات شده را ندارند بعنوان متقاضی خرید کسب و کار شما از این فرصت استفاده می‌کنند. برای درک بهتر کافی است عبارت Business for sale in Canada را در موتور جستجوگر گوگل امتحان کنید.

* سرویس ویژه برای اعضای فعال در انجمن بازرگانی ایران و کانادا
* مشاوره جهت سرمایه گذاری و دایر کردن فرنچایزهای معتبر جهانی همراه با وام بانکی
* ثبت شرکت * قرارداد حقوقی فرنچایز *تامین نیروی کار حرفه‌ای و ارزان
* نگهداری از کسب و کار شما * از نخستین مرحله تا انتها
* توسط تیم حرفه‌ای ما با سال‌ها تجربه فعالیت
*شروع قیمت فرنچایزها از پانزده هزار دلار کانادا
*قابلیت دریافت تسهیلات تجاری حداکثر تا سقف یکصد هزار دلار همراه با شش ماه تنفس
جهت دریافت مشاوره در این زمینه با ایمیل contact@canirn.com در ارتباط باشید.

مانده‌اند پس وقتی که دیگر نمی‌توانید پس از تلاش زیاد هم مشکلات کسب و کار و طرح بازاریابی را حل کنید، بدانید که ترافیک پشت در ورودی ذهن نیمه هشیار سنگین شده است. یکی از ساده‌ترین و مفیدترین روش‌ها اینست که بخوابید. زمانی که به خواب رفته‌اید، هم بدن خسته و عضلات منقبض شما استراحت می‌کنند و هم ذهنتان آرامش می‌یابد. ذهن نیمه هشیار در خواب فعالتر است و افکار و ایده‌هایی که به ذهن هشیار و خودآگاهتان رسیده است را یکی یکی فرو می‌دهد و هضم و جذب می‌کند. زمانی که شما خسته از این همه کار بر روی طرح کسب و کار و بازاریابی به خواب رفته‌اید، این بخش از ذهن به کمکتان می‌آید. او ایده‌های گوناگون و حتی وقایعی را که در رابطه با کسب و کارتان بوده دسته‌بندی می‌کند و به ترتیب اهمیت روی هم می‌چیند. وقتی که از خواب برخیزید و سرحال و با آرامش سر کارتان بروید، در می‌یابید که تصویر روشن‌تر و دقیقتری از این ایده‌ها و ارتباطات آنها با هم دارید. جالب است که بدانید این چیدمان ذهن نیمه هشیار باعث می‌شود که فکر اصلی و گره‌گشای مسائل بازاریابی شما، به تدریج و یا حتی ناگهانی خودش را نشان دهد. استراحت‌های کوتاه طی روز، قدم زدن، دوش گرفتن یا شنیدن یک موسیقی آرام یا حتی خوردن یک شکلات مورد علاقه، دوباره ذهن شما را انرژی می‌دهند و اضطراب و نگرانی را دور می‌کنند. نگران نباشید؛ زمانی که خوابیده‌اید یا به بازاریابی و کسب و کار و تبلیغات و درآمد و فروش

بیشتر فکر نمی‌کنید، ذهن نیمه هشیار با تمام وجود به آن فکر می‌کند و کارهایتان را سروسامان می‌دهد.

در آخر باید بگویم که قبل از شروع کار، کاملا مطمئن شوید که به این کار علاقه دارید و از صمیم قلب در پی تحقق آرزوی موفقیت و کامیابی هستید.

خلاقیت را دوست بدارید و سعی کنید پشت هر دیواری را هم ببینید. گاهی اوقات راه مستقیمی پیش رویتان است که امن و مطمئن به نظر می‌آید و به واقع هم اینچنین است. هرگز فقط به جلو نگاه نکنید. گاهی وقت‌ها جوانب و راه‌های فرعی مفیدتر و کارآمدتر از آب درمی‌آیند. ذهن خلاقتان را به کار بیندازید و از زوایای گوناگون به نمای یک مسئله نگاه کنید و شکلش را هم دگرگون نمایید. پاسخ سوالاتی را که پیدا می‌کنید روی کاغذ بیاورید و راه‌های اشتباه را هم در جای خودشان محفوظ بدارید.

حفظ بقای یک کسب و کار و رشد و توسعه آن امری مهم است و هرگز نباید از آن غافل شوید ولی آن چه که از آن مهم‌تر است و در هیچ حالتی نباید در حاشیه قرار گیرد، سلامتی ذهن و بدن شماست.

ذهن خلاق به بدنی سالم احتیاج دارد تا زنده و پویا بماند و بخش توانمند آن، ذهن نیمه هشیار به فرصت و استراحت محتاج است. پس هرگز بااضطراب و نگرانی و بیخوابی کار نکنید. «نیمه هشیار» برای پردازش ایده‌های خوب و بد کسب و کار شما و کمک به صاحبش، به آرامش نیاز دارد. این حق اوست. آرامش و استراحت جسم و روان را از این بازوی قدرتمند، دریغ نکنید. اجازه دهید جسم و روانتان در راه موفقیت همراهیتان کنند. پیروزی در کسب و کار حق شماست. خود را از آن محروم نسازید.

منبع:

By:Debbie Allen

مترجم:

آذین صحابی

اعطای نمایندگی فروش

هر روزه با پیشرفت روز افزون بشر و استفاده کمتر از مواد خوراکی اورگانیک کیفیت زندگی کمتر و اختلالات جنسی بیشتر از گذشته می‌شود.

یک کارخانه با پانزده سال سابقه در تولید انواع قرص‌های ویتامینی و تقویت قوای جنسی در کشور کانادا آماده اعطای نمایندگی فروش محصولات خود در کشورهای حاشیه خلیج فارس و آسیا می‌باشد.

برندی شناخته شده همراه با تاییدیه‌ها و استانداردهای آژانس سلامت کانادا

دارای استانداردهای وزارت بهداشت ایالات متحده آمریکا

جهت اطلاعات بیشتر مربوط به این آگهی با ایمیل contact@canirn.com در ارتباط باشید.

شبکه‌های نتورک مارکتینگ: آموزش محور یا کلاه بردار

بی تردید آموزش را باید حلقه گمشده بازاریابی شبکه‌ای در بین ایرانیان دانست.

بررسی اجمالی انبوهی از سایتها وبلاگها و حتی جزوات پرزنت شبکه‌های مختلف نشان می‌دهد که انتظار یافتن مطلبی تازه و علمی انتظاری بیهوده است؛ چراکه رشد بی رویه و غیر قابل توجیه نتورک‌های جور واجور طبیعتا احتمال اینکه مدیران و گردانندگان این شبکه ها فرصت، همت و البته انگیزه ای برای حرکات عمقی برای گسترش فرهنگ اقتصاد شبکه ای و بازاریابی الکترونیک داشته باشند قریب به صفر است.

در حال حاضر قصد نداریم که به انگیزه های پیداش و رشد این شبکه ها بپردازیم بلکه آنچه از این رفتارها حاصل میشود گسترش شبکه هایی بدون پشتوانه علمی است که شکست آنها هم که به طور منطقی پیامد همین فقر علمی است علاوه بر زیان مالی جمعی از اعضای این شبکه ها، بدگمانی و بی اعتمادی این افراد را به اصول علمی بازاریابی شبکه ای به دنبال دارد.

شاید شما هم از برخی افرادی که قصد پرزنت کردنتان را برای همین قبیل شبکه ها داشته اند شنیده باشید که « نتورک یک موج است که نهایتا یکی دو سال سود دارد اگر در این مدت درآمدی کسب کردی، بردی در غیر این صورت بازنده ای».

وجود چنین دیدگاههایی نسبت به بازاریابی شبکه ای بیش از هرچیز نشانگر فقدان آگاهی

های عمیق نسبت به این مقوله است که به صورت طبیعی انگیزه های سودجویانه را در کوتاه مدت تقویت می کند.

بنا بر همین وضعیت است که می بایست شبکه ها با بذل توجه ویژه نسبت به مقوله آموزش سعی کنند تا با افزایش غنای علمی و آموزشی اعضای خود پایداری،انسجام و رشد شبکه خود را افزایش دهند.

به نظر می رسد مدیران این شبکه ها می بایست نیازهای اصلی و اساسی کاربران خود را تشخیص داده و با متمرکز کردن آموزشهای خود بر تصحیح نگرش نسبت به حقیقت تفکر شبکه ای سعی کنند این نوع نگاه را به تمامی شئون زندگی اعضای خود تسری دهند.

نویسنده میهمان: دکتر عباس خدایی

نتایج یک مطالعه نشان داد: فناوری اطلاعات بهترین روش برای جبران کمبود نیروی کار است

نتایج مطالعه بانک توسعه تجارت کانادا (BDC) که روز چهارشنبه منتشر شد نشان می‌دهد کمبود نیروی کار برای بسیاری از کارآفرینان مشکل ایجاد کرده‌است.

پیر کلرو، اقتصاددان ارشد BDC در رابطه با رفع این مشکل گفت: در این شرایط یکی از اولین کارهایی که صاحبان مشاغل انجام می‌دهند افزایش حقوق است در حالی که راه حل این مشکل سرمایه‌گذاری بسیار ناچیز در حوزه فناوری اطلاعات است.

این اقتصاددان معتقد است یافته‌های این مطالعه با عنوان "چگونه با کمبود نیروی کار سازگار شویم؟ " می‌تواند در مقابله با مشکلات به کارآفرینان کمک کند که پیش‌بینی‌هایی داشته باشند که خودشان برای کسب آن‌ها باید حداقل یک دهه زمان صرف کنند.

کلرو سرمایه گذاری‌های تکنولوژیکی و اتوماسیون را موجب بهره‌وری بیشتر کسب و کارهای کوچک خواند و تصریح کرد: با این فناوری‌ها کارآفرینان نه تنها می‌توانند کارکنان مورد نیازشان را جذب کنند بلکه با علم روز تجهیز می‌شوند. همچنین کارآفرینانی

که از این روش استفاده می‌کنند استخدام کارکنانشان دو برابر نسبت به دیگران تسهیل می‌شود.

وی با بیان اینکه بسیاری از کارکنان می‌خواهند در یک محیط کاری" پویا " فعالیت کنند اظهار داشت: کار در شرکتی که از فناوری استفاده می‌کند برای کارکنان جذاب‌تر است زیرا معمولی‌ترین کارها با فناوری اطلاعات یا روبات‌ها انجام می‌شود و این

نمایندگی یا سرمایه پذیری

اگر عضو انجمن هستید
در داخل کانادا و یا ایران هستید...
و به دنبال موقعیت های مناسب برای اخذ نمایندگی و فعالیت‌های پرسود تجاری می‌باشید.
با انجمن از طریق ایمیل در ارتباط باشید و قرار مشاوره بگذارید.

انجمن بازرگانی ایران و کانادا دارای اعضای فعالی است که آماده اعطای نمایندگی ،گسترش کسب و کار و یا سرمایه گذاری در داخل و یا خارج کانادا هستند.

موضوع کار را جالب‌تر می‌کند. با این وجود، از هر چهار شرکت (در کانادا) تنها یک شرکت تمام عملکردهای تجاری خود را به طور کامل خودکار (اتوماسیون) کرده که دلیل اصلی ۴۳ درصد از آنها نیاز به صرف هزینه اولیه بالا است.

یک مشکل عمومی

اما نتایج یک نظرسنجی نیز نشان می‌دهد که کمبود نیروی کار در کانادا یک مشکل عمومی است بطوری‌که پنجاه و پنج درصد از مشاغل درحال حاضر توان جذب نیروی انسانی مورد نیازشان را ندارند و ۲۶ درصد آنان سعی می‌کنند همان تعداد نیرویی که دارند را حفظ کنند.

کمبود نیروی انسانی توسعه کار و جذب نیروی لازم برای شصت و چهار درصد از کارفرمایان را با مشکل مواجه کرده و چهل و چهار درصد آنها نیز برای پاسخگویی به مشتریان باید برخی از آن‌ها را قبول نکنند.

در این بین ۴۹ درصد از شرکت‌ها با افزایش دستمزد و مزایا سعی در جذب نیروی لازم‌شان داشته‌اند که بر اساس این مطالعه بیشترین تأثیر را بر حفظ کارکنان داشته است.

کلرو تصریح کرد: جای تعجب نیست که بسیاری از مشاغل مجبورند مشتریان خود را رها کنند زیرا آنها نیروی انسانی لازم برای ارائه خدمات ندارند.

خسارت ۱۸ میلیارد دلاری در کبک

مطالعه BDC درست بعد از نظرسنجی (Manufacturiers et exportateurs du Québec (MEQ در کبک انجام شد که نشان می‌دهد بخش تولید طی دو سال اخیر بدلیل کمبود نیروی کار ۱۸ میلیارد دلار خسارت دیده است.

ورونیک پرولکس، رئیس و مدیرعامل MEQ در این رابطه گفت: در همه جای کبک، بدلیل نبود نیروی کافی ، دستمزدها افزایش یافته با این وجود بسیاری از شرکت‌ها هنوز موفق به پیدا کردن نیروی مورد نیازشان نشده‌اند چراکه اساساً، مشکل این است که نیروی انسانی موجود پاسخگوی نیاز کسب و کارها نیست.

سیستم قضایی کانادا با مردم بومی همچون جنایتکاران بالفطره رفتار می‌کند، به همین دلیل است که من قصد دارم وکیل شوم.

آندره بیر، دانشجوی رشته حقوق، پس از تبرئه شدن کشاورز جرالد استنلی در پرونده تیراندازی کولتن بوشی در ۹ فوریه ۲۰۱۸، تصمیم گرفت تا وکیل شود.

این مطلب بر اساس نظرات آندره بیر، دانشجوی رشته حقوق، نماینده سابق جوانانِ فدراسیون جوامع بومی مستقل و رئیس مشترک شورای ملی جوانان کشورهای جهان اول است:

اولین خاطرات من از نحوه اجرای قوانین، به مرگ نیل استونچایلد برمی‌گردد.

استونچایلد یک مرد بومی جوان بود که گفته می‌شود پلیس در حومه شهر ساسکاتون در شرایطی رهایش کرده بود که از شدت سرما با مرگ فاصله‌ای نداشته است.

این اتفاق، همراه با حوادث مشابهی که با عنوان «سیاحت در زیر نور ستارگان» شناخته می‌شدند، نگرانی‌هایی را در ارتباط با رفتارهای نژادپرستانه مداوم مجریان قانونِ کانادا برانگیخت.

یک تحقیق صورت گرفته نشان

نمایندگی یا سرمایه پذیری

یک کارخانه تولید کننده مصالح ساختمانی از مواد ترموپلاستیک آماده اعطای نمایندگی فروش و نصب fence wall تولیدی خود در شهرهای مختلف کانادا می‌باشد.

جهت اطلاعات بیشتر مربوط به این آگهی با ایمیل contact@canirn.com در ارتباط باشید.

سیستم قضایی کانادا با مردم بومی همچون جنایتکاران بالفطره رفتار می‌کند، به همین دلیل است که من قصد دارم وکیل شوم.

این تصویر در دانشکده حقوق پردیس دانشگاه ساسکاچوان از بیر گرفته شده است. (لیام ریچاردز/خبرگزاری کانادا)

داد که استونچایلد در پشت یک ماشینِ پلیس ساسکاچوان دیده شده است اما ماموران حاضر در خودرو این موضوع را تکذیب کردند. در آن پرونده هیچ کس به خاطر مرگ وی متهم نشد.

اینگونه بود که من با سیستم حقوقی کانادا آشنا شدم.

اغلب اوقات، مادرم به من هشدار می‌داد که برای یک جوان بومی مواجهه با پلیس کانادا می‌تواند خطرآفرین باشد. من با این باور بزرگ شده بودم که این سیستم برای محافظت از افرادی که شبیه من هستند ساخته نشده است.

*یک روایت منطقی و قانع کننده

شاید تعجب کنید که من بر چه اساسی رشته حقوق را به عنوان مسیر شغلی‌ام انتخاب کردم. من در خانواده‌ای بزرگ شدم که هیچ کس در آن وارد حوزه وکالت نشده بود و هیچ راهنمایی در این زمینه نداشتم. من معلم یک دبیرستان بودم اما به دلیل ناامیدی‌ام از سیستم حقوقی کانادا، تصمیم گرفتم که شغلم

شرکت فروشنده کالا در آمریکای شمالی، نوع کالا و میزان درخواستی خود را برای ما مشخص کنید و کالای خود را در ایران تحویل بگیرید.

گروه بازرگانی C.I.H با بیش از ده سال تجربه خرید، حمل و تحویل کالا مشغول به فعالیت است.

را رها کرده و به دانشکده حقوق بروم.

این احساس زمانی در وجودم بیشتر تقویت شد که در تمام پروسه‌ی محاکمه جرالد استنلی، که از جرم قتل درجه دوم در پرونده مرگ کولتن بوشی تبرئه شده بود در صحن دادگاه حضور یافتم. من با وکلایی مواجه شدم که اعضای هیئت منصفه احتمالی که به نظر بومی می‌رسیدند را از جایگاهشان حذف کردند.

کشاورز جرالد استنلی در پرونده قتل درجه دوم بوشی بی گناه شناخته شد. آندره بیر در کل دادگاه وی شرکت کرد و مشاهداتش، انگیزه وکیل شدن را در او ایجاد کرد. (خبرگزاری کانادا)

علیرغم اینکه افکار عمومی و رسانه‌ها قتل بوشی را به عنوان پرونده‌ای در مورد ورود بی اجازه و دفاع از اموال جلوه دادند، اما پس از گوش دادن به شهادت شاهدان متوجه شدم که کولتن لحظات قبل از شلیک گلوله در خواب بوده است.

بدترین قسمت ماجرا این است که مطمئنم حتی اگر مردم می‌دانستند که بوشی لحظات قبل از

این عکس بدون تاریخِ منتشر شده مربوط به کولتن بوشی می‌باشد. کشاورز جرالد استنلی در پرونده قتل درجه دوم بوشی بی‌گناه شناخته شد. آندره بیر در کل دادگاه وی شرکت کرد و مشاهداتش، انگیزه وکیل شدن را در او ایجاد کرد. (خبرگزاری کانادا)

آماده واگذاری یک فرنچایز سود آور در زمینه آموزشی در شهرهای مختلف کانادا

با حداقل فضای ۶۰۰ اسکوآرفیت و سرمایه پانزده هزار دلاری همین امروز کسب و کار خود را در یکی از سودآور ترین فرنچایزهای کانادا آغاز کنید.

جهت اطلاعات بیشتر مربوط به این آگهی با ایمیل contact@canirn.com در ارتباط باشید.

سیستم قضایی کانادا با مردم بومی همچون جنایتکاران بالفطره رفتار می‌کند، به همین دلیل است که من قصد دارم وکیل شوم.

شلیک گلوله را در خواب بوده است، به احتمال زیاد باز هم به این موضوع اهمیتی نمی‌دادند.
استفاده از ادعای دفاع از خانواده یا دارایی خود در برابر ماشینی با سرنشینان بومی مست، یک روایت کاملا منطقی و قانع کننده به نظر می‌رسد. این داستان به احتمال زیاد هیئت منصفه کاملاً سفیدپوست را متقاعد کرده است که استنلی را به خاطر حفاظت از دارایی‌اش در مقابل وقوع یک حادثه آتش سوزی تبرئه کنند.
این روایت بسیار نادر است و من هرگز نشنیده‌ام که از آن به عنوان دفاعیه‌ای در برابر قتل استفاده شود.
من به یاد دارم که در آن دادگاه نشسته بودم و یک دادستان سفیدپوست، یک وکیل مدافع سفیدپوست و یک قاضی سفیدپوست را تماشا می‌کردم که چطور یک تجربه دردناک را برای یک خانواده بومی مجددا زنده می‌کنند و چگونه تمام مردم بومی ساکن سراسر کشور را در شوک فرو می‌برند. تا به آن زمان هیچ چیز در زندگی‌ام باعث نشده بود که تا این حد احساس کوچک و بی ارزش بودن کنم.

*** در سیستم حقوقی کانادا یک جای کار به شدت می‌لنگد**

همه به یاد دارند که در همان لحظه‌ای که جرالد استنلی تبرئه شد کجا بودند. اگر از یک فرد بومی بپرسید، می‌گوید که توضیح دادن حس ترس و ناامیدی عمیقش در خصوص این موضوع بسیار دشوار است.
چندی بعد مرد جوانی به نام جردن لافوند در پی یک تعقیب و گریز ماشینی و تصادف شدید در شهر ساسکاچوان کشته شد. در دادگاه، من و مادرش فیلم‌هایی را تماشا کردیم که نشان می‌داد یک افسر

پلیس با زانویش بر سر او فشار وارد کرده است. جردن بر اثر ضربه شدید وارده به سرش جان باخته بود. یک پاتولوژیست شهادت داد که به احتمال زیاد ضربه حاصل از تصادف یک عامل تاثیر گذار بر مرگ وی بوده و منشأ دقیق این ضربه مغزی مرگبار را نمی‌توان تأیید کرد. در پرونده قتل وی نیز هیچ پلیسی مقصر شناخته نشد.
چند ماه پس از آن من در جلسات رسیدگی به پرونده آستین ایگلچیف، مادر وی را همراهی کردم و در جریان تحقیقات انجام

شده قرار گرفتم و مجددا ویدیوی تعقیب و گریز پلیسی که منجر به کشته شدن یک جوان بومی دیگر می‌شد را تماشا کردم. در خصوص این پرونده نیز هیچ کس تحت تعقیب قرار نگرفت.

در سیستم حقوقی کانادا یک جای کار به شدت می‌لنگد. هرچه بیشتر با مردم بومی طوری رفتار کنیم که گویی آنها ذاتاً جنایتکار به دنیا آمده‌اند، این سیستم بیشتر و بیشتر ما را از طریق زندانی کردن بیش از حد از پا در می‌آورد.

من به عنوان یک دانشجوی رشته حقوق معتقدم که تنها راهی که مردم بومی می‌توانند به واسطه آن به عدالت برسند این است که ما نظام حقوقی خود را از طریق حق ذاتی تعیین سرنوشتمان، ایجاد کنیم.

این به آن معنی است که صلاحیت خود را برای وضع قوانین و اجرایی کردن آنها در سرزمین‌های هم پیمان خود اعلام کنیم. این قوانین و نحوه اجرای آنها باید به گونه‌ای باشد که بتواند به طور مسالمت‌آمیز با قوانین کانادا همزیستی داشته باشد.

این هدف اولیه ما و هم پیمانانمان در این معاهده بوده است. تا زمانی که به این قوانین احترام گذاشته نشود، شاهد سرکوب خانواده‌های بومی بیشتری توسط سیستم حقوقی کانادا خواهیم بود.

این همان انتظاری است که از زمانی که تصمیم گرفتم به دانشکده حقوق بیایم به دنبال تحققش بوده‌ام.

من به زودی وکیل خواهم شد. می‌خواهم کانادایی‌ها بدانند که من نیز می‌توانستم سرنوشتی مشابه با یکی از مردان جوانی که در اینجا نامشان را ذکر کردم داشته باشم و ممکن بود مادر من نیز در یکی از آن دادگاه‌ها اشک بریزد و برای اجرای عدالت دعا کند.

نکات مطرح شده در این مقاله، نظرات و دیدگاه های شخصی نویسنده در مطلب اصلی بوده که به زبان فارسی برگردانده شده و الزاماً عقاید هیئت تحریریه را بازتاب نمی‌دهد.

به زودی با محصولاتی در سراسر آمریکای شمالی
خودتان بازسازی منزلتان را انجام می دهید
GGC
Global Green Construction

مهندسی اجتماعی چیست؟

مهندسی اجتماعی از غریزه طبیعی ما به اعتماد استفاده می‌کند. در این متن، درباره‌ی چهره‌های متعددی که این نوع کلاهبرداری می‌تواند داشته باشد اطلاعات بیشتری کسب خواهید کرد.

مهندسی اجتماعی نوعی کلاهبرداری است که از تمایل ما برای ایجاد شک و تردید در دیگران استفاده می‌کند. این دزدی شامل سرقت اطلاعات شخصی یا شرکتی است که می‌تواند برای انجام جنایات سایبری دیگری مورد استفاده قرار گیرد.

این نوع دزدی می‌تواند چندین شکل داشته باشد، از ایمیل گرفته تا پیامک و یا تماس تلفنی. در این پروسه کلاهبردار وانمود می‌کند که همکار یا دوست شماست و یا از طرف شرکتی است که شما می‌شناسید. این افراد اغلب با ضروری نشان دادن شرایط سعی می‌کنند تا شما را متقاعد به واکنش سریع کنند؛ بدون اینکه شما وقت داشته باشید تا درباره آن فکر کنید.

اینکه ما بخواهیم از خودمان در برابر مهندسی اجتماعی محافظت کنیم کار دشواری به نظر می‌رسد؛ چرا که ما معمولا در شرایط دشوار واکنش‌های متفاوتی از خود نشان می‌دهیم. مجرمان سایبری "خوب" زمانی که فکرش را هم نمی‌کنید، شما را به دام می‌اندازند.

دامی که برای یک کار خطرناک، بسیار ساده به نظر می‌رسد
هر کسی می‌تواند گول یکی از این طرح‌ها را بخورد. حتی اگر بدانید که باید نسبت به پیام‌هایی که وعده‌های دروغین می‌دهند یا می‌گویند که ممکن است به زندان بروید شکاک باشید، گاهی اوقات این پیام‌ها تا حدودی معتبر به نظر می‌رسند.
علاوه بر این، از آنجایی که شما بنا به دلایل زیادی از جمله مشغله زیاد، حواس پرتی لحظه‌ای، اعتماد به نفس بیش از حد و یا تصور خوش‌شانس بودن، می‌توانید گارد خود را پایین بیاورید، ممکن است بیش از یک دفعه مورد حمله‌ی این نوع کلاهبرداری (مهندسی اجتماعی) واقع شوید.
هک کردن انسان‌ها بسیار راحت‌تر از هک کردن شبکه‌های کامپیوتری است

* اعضای این کلاهبرداری

متاسفانه خانواده‌ی مهندسی اجتماعی یک خانواده‌ی بزرگ به حساب می‌آید. و مانند هر خانواده‌ی دیگری، هر یک از اعضای آن با دیگری کمی تفاوت دارد:

* فیشینگ

تاکتیکی است که در آن کلاهبردار سایبری از ایمیل ها، وب سایت ها یا پیامک‌های نام آشنا استفاده می‌کند تا شما را وادار به افشای اطلاعات محرمانه کند.

* فیشینگ نیزه‌ای

یک حمله هدفمند علیه افراد یا شرکت‌های خاص است. در این حمله، کلاهبردار از استراتژی‌های هوشمندانه‌ای برای جمع‌آوری اطلاعات شخصی از اهداف این اشخاص یا شرکت‌ها استفاده می‌کند و سپس به آنها ایمیل‌هایی می‌فرستد که آشنا و قابل اعتماد به نظر برسند.
طعمه:
وعده پاداش در ازای انجام یک عمل خاص را می‌دهد. به طور مثال، اگر یو اس بی را به دستگاه متصل کنید یا فایل پیوست شده را دانلود کنید، پولتان را پس خواهید گرفت؛که البته بعد از این مرحله اطلاعات شما مورد سرقت قرار می‌گیرد.

* چاله آبیاری

یا حمله "چاله آبیاری" با شناسایی وب‌سایتی که اغلب توسط گروه خاصی از کاربران مورد بازدید واقع می‌شود کار می‌کند. فرد کلاهبردار سایت را هک می‌کند و بدافزارهایی را نصب می کند تا دفعه بعد که کاربران از سایت بازدید می‌کنند، آنها را به دام بیندازد. تشخیص چاله آبیاری بسیار دشوار است.

* ویشینگ

از پیغام صوتی استفاده می کند تا به شما بگوید اگر فوراً اقدام نکنید، خطر جدی‌ای در انتظارتان خواهد بود. به عنوان مثال، یک پیغام صوتی ممکن است از شما بخواهد که گذرواژه بانکی خود را فورا عوض کنید چون حسابتان هک شده است.

* پری تکست(بازی کردن نقش دیگران)

از هویت جعلی و آگاهی نسبت به رفتارهای گذشته شما برای به خطر انداختن اطلاعاتتان استفاده می‌کند. به طور مثال، فرد کلاهبردار متوجه می‌شود که شما یک محصول را از یک فروشگاه خاص خریده‌اید. در مرحله‌ی بعد به شما ایمیل می‌زنند و وانمود می‌کنند که نماینده خدمات مشتری هستند و از شما می‌خواهند تا اطلاعات کارت اعتباری خود را تأیید کنید.

* حملات Quid pro quo جبران لطف

خدماتی را به ازای انجام کار دیگری ارائه می‌دهد. یک ترفند کلاسیک که شامل یک کارمند جعلی IT و افرادی است که درخواست پشتیبانی فنی کرده‌اند. این فرد قول می‌دهد در صورت غیرفعال کردن نرم افزار آنتی ویروس‌تان یا ارائه اطلاعات ورود به سیستم، مشکل آنها را به سرعت حل کند.

* حرکت سایه به سایه Tailgating:

به شخص غیرمجاز اجازه می دهد تا با حرکت همراه جمعیت یا تظاهر به فراموش کردن کارت کلید خود، به ساختمان یا منطقه امن دسترسی پیدا کند.

تهیه و تنظیم: سمیه میریوسفی کارشناس بیمه وسرمایه گذاری – جهت هرگونه پرسش و یا دریافت مشاوره رایگان با تلفن ۴۳۸۹۹۰۱۸۰۸ در ارتباط باشید.

آنچه که در جریان است: تغییراتی برای رسیدن به کانادایی بهتر

در این مطلب گزارش کامل وزیر محترم نوآوری، علم و توسعه اقتصادی و وزیر محترم علوم و ورزش دولت فدرال کانادا را مطالعه می‌کنید.

منبع: بخش نوآوری علم و توسعه اقتصادی کانادا

* پیامی از طرف وزرا

در ساده‌ترین حالت ممکن، استفاده از روش‌های نوآورانه برای بهبود اوضاع به نفع همه تمام خواهد شد. نوآوری همواره مبتنی بر فناوری نیست. هر ایده خلاقانه‌ای را می‌توان به راه‌حلی ساده برای تولید محصولات یا خدمات جدید تبدیل کرد. نوآوری‌ها می‌توانند باعث ایجاد مشاغل، بازارها و صنایع کاملاً جدیدی که پیش از این وجود نداشته است، شوند. همچنین می‌توانند با ایجاد بهره‌وری و کارآمدی بیشتر به صنایع فعلی جانی تازه ببخشند. نوآوری می‌تواند زندگی ما را نجات دهد و آن را بهبود بخشد. انسولین، این طرح

taxation team

اگر صاحب کسب و کار و یا ایده تجاری هستید
در کوتاه‌ترین زمان ممکن و با برنامه تامین منابع مالی و سیستم بازاریابی
انجمن توسط نیروهای متخصص کسب و کار خود را رونق دوباره ببخشید.
دارای تیم مالی حرفه‌ای با تخصص taxation
عضو CPA
تیم تخصصی E-commerce
تیم حقوقی عضو کانون وکلای کبک و فدرال

سرویس ویژه انجمن بازرگانی ایران و کانادا

جهت اطلاعات بیشتر مربوط به این آگهی با ایمیل contact@canirn.com در ارتباط باشید.

نوآورانه کانادایی، نه تنها جان میلیون‌ها نفر از افراد مبتلا به دیابت را در سراسر جهان نجات داده ، بلکه به اکثریت قریب به اتفاق افراد مبتلا به دیابت اجازه داده است تا از کیفیت زندگی بهتر و طول عمر بیشتری برخوردار شوند.

نوآوری با خلاقیت و نبوغِ افراد آغاز می‌شود. این افراد کسانی هستند که می‌توانند قدرت ذهنی خود را برای جستجوی راهکار های جدید به کار گیرند. این موضوع، پایه و اساس اقتصاد نوآورانه است که ما در سایه آن زندگی می‌کنیم. در طی دهه‌های گذشته، پیشرفتی که از این طریق حاصل شده، سطح زندگی خانواده‌های طبقه متوسط جامعه را ارتقاء داده است. وضعیت سلامتی مطلوب تر، شغل مناسب‌تر و فرصت‌های بهتر برای فرزندانشان می‌تواند بخشی از این پیشرفت‌ها باشد.

اما کانادا در حال حاضر، در یک موقعیت حساس و تعیین کننده قرار گرفته است. در زمانی که سایر کشورها در تلاشند تا با سرعت و تلاش بیشتر به سمت استفاده از نوآوری‌های جدید قدم بردارند، ما نیازمند رویکردی جامع برای ایجاد شغل و سرمایه‌گذاری در حوزه خدماتی هستیم که بتواند کیفیت زندگی ما را بهتر کند.

اجازه دهید تا شما را در خصوص آنچه که در معرض خطر است روشن کنیم: کانادا در حوزه نوآوری در یک رقابت جهانی قرار گرفته است. ما در داشتن با استعدادترین افراد، جدیدترین فناوری‌ها و سریع ترین شرکت‌های در حال رشد، در حال رقابت با سایر کشورهای جهان هستیم. موقعیت‌های شغلی و رفاه بیشتر نصیب کشورهایی خواهد شد که در این سه زمینه موفق عمل کنند.

ما از ماه ژوئن به طور مداوم درباره این سه معیار اصلی شنیده ایم و از همان زمان مشورت با جوامع کانادایی در خصوص چگونگی تقویت این نوآوری‌ها برای رسیدن به کانادایی بهتر را شروع کردیم. در طول شش ماه گذشته، ما این سعادت را داشتیم تا با قشرهای مختلفی از کانادایی‌ها صحبت کنیم. همانطور که به انتظارات و ایده‌های شما گوش می‌سپردیم، در مورد نگرانی‌های شما نیز شنیده‌ایم. در مورد اینکه فکر می‌کنید روزهای طلایی کشور به سر رسیده است یا اینکه فکر می‌کنید پس از دهه‌ها تلاش برای ارتقاء سطح زندگی خود، دیگر آنقدر نسبت به آینده خود احساس امنیت ندارید تا جایی که باور کنید می‌توانید دستاوردهایی را که تا اینجا به دست آورده‌اید، به فرزندان و نوه‌های خود واگذار کنید. این احساسات در واقع ریشه دار هستند. آنها نشان می‌دهند خانوارها رشد اقتصادی کندی که در کشورهای پیشرفته جهان اتفاق می‌افتد را احساس می‌کنند. این افراد با مثلث هزینه‌های بیشتر، پس انداز کمتر و بدهی بیشتر روبرو می‌شوند. در نسل‌های گذشته خانواده‌های طبقه متوسط جامعه برای حفظ استانداردهای زندگی تلاش زیادی کرده‌اند و همین

Learning

برندی جهانی؛ به زودی در ایران و کانادا...

باعث شده است که شهروندان سایر کشورها به کانادا نگاه کنند و بگویند: «من می‌خواهم مانند آنها زندگی کنم.»

می‌گویند که کانادایی‌ها خوش بین و مقاوم هستند. ما این رشد اقتصادی کند را به عنوان سرنوشت کشور خود نخواهیم پذیرفت. بسیاری از شما در گفتگوهایمان، ایده‌هایتان در خصوص تدوین یک برنامه جامع و بلند مدت برای پیشبرد رشد اقتصادی از طریق خلاقیت و نوآوری را با ما به اشتراک گذاشتید.

شما به ما گفتید که این برنامه باید به کانادایی‌ها کمک کند تا راهبردهایشان را طوری تنظیم کنند که در طول یک دوره مشخص از طریق رشد آرام و تغییرات سریع به پیشرفت‌های خوبی برسند.

شما به ما گفتید این طرح‌ها باید به شما اطمینان دهد که همه کانادایی‌ها،و نه فقط تعداد کمی از آنها، از این اقتصاد رو به رشد سود خواهند برد. شما به ما گفتید که این سه حوزه از اولویت خاصی برخوردارند و ما به طور ویژه باید بر آنها تمرکز کنیم:

مردم

راه‌کارهایی را پیشنهاد دهیم که به کمک آن تعداد بیشتری از شهروندان کانادایی بتوانند مهارت و تجربه لازم را برای ورود به بازار اقتصاد دیجیتال و جهانی کسب کنند.

تکنولوژی

راه‌حل‌هایی را پیشنهاد دهیم که کانادا بتواند از فن‌آوری های نوظهور برای ایجاد مشاغل و صنایعی که قبلاً وجود نداشته استفاده کند و در عین حال صنایع فعلی را مجددا احیا کند. شما همچنین از دولت کانادا خواسته‌اید که بر توسعه فناوری‌هایی که موج بزرگ نوآوری‌های بعدی را به دنبال خواهد داشت، تمرکز کند.

شرکت‌ها

راه‌کارهایی را پیشنهاد کنیم تا کانادایی‌های بیشتری را ترغیب کنیم که شرکت‌هایی را راه اندازی یا گسترش دهند که توانایی رقابت در بازار جهانی را داشته باشند، زیرا اگر ما می‌خواهیم برای کارمندان بیشتری شغل

ایجاد کنیم، ابتدا باید بر افزایش تعداد کارفرمایانی که توانایی رقابت جهانی را دارا هستند تمرکز کنیم.

این اولویت‌ها به توسعه برنامه دولت کانادا، که به دستورکار نوآورانه معروف است، کمک می‌کند. به عنوان بخشی از این طرح، ما قبلاً نیز گام‌های جسورانه‌ای را برداشته‌ایم تا کشور را به سمت اقتصاد مبتنی بر نوآوری سوق دهیم.

برای مثال در بودجه سال ۲۰۱۶ ، همانطور که متعهد شدیم:

- ۲ میلیارد دلار بودجه به احیا و توسعه زیرساختِ پردیس‌های دانشگاه‌ها و کالج‌های سراسر کشور تخصیص یافت. این طرح شرایطی را فراهم می‌کرد تا دانشجویان، اساتید و محققان بتوانند برای تبدیل کردن نتایج تحقیقات و اکتشافات خود به محصولات و خدمات، به طور مستقیم با شرکای خود در ارتباط باشند و همچنین کیفیت پژوهش‌های انجام شده خود را نیز ارتقاء دهند. آنها در این فرآیند، برای مشاغل با کیفیت و طبقه متوسطِ آینده آموزش می‌دیدند.
- بیش از ۱ میلیارد دلار بودجه به حمایت از توسعه «فناوری‌های پاک» که منجر به آلودگی کمتر و بهره‌وری

بهترین سرویس تبلیغاتی

تبلیغات موثر در جامعه فارسی زبان کانادا

سرویس نگهداری و تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی بصورت ویدیو، پوستر و نوشته به زبانهای انگلیسی و فرانسوی

- ایجاد فروشگاه آنلاین و فروش آنلاین محصولات شما
- ۳۰ درصد تخفیف ویژه برای اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا

بیشتر از انرژی می‌شود، اختصاص دادیم.
در طی این چهار سال ۸۰۰ میلیون دلار برای تقویت شبکه‌ها و دسته‌های نوآورانه هزینه شده است. این سرمایه‌گذاری‌ها برای تحریک پویایی بخش خصوصی، گردآوری جمعیت بزرگی از سهامداران و تزریق ایده‌های آنها به بازار در نظر گرفته شده است.
کشور ما دارای منابع طبیعی فراوانی است. اما دیگر نمی‌توانیم تنها به کمک بازدهی و تولیدات حاصل از منابع طبیعی خودمان، به پیشرفت برسیم. ما باید به کمک انرژی و نبوغ، استعداد و مهارت مردم جامعه، به رونق و شکوفایی برسیم. تنها در این صورت است که اقتصاد کانادا می‌تواند از اقتصاد سایر کشورهای جهان پیشی بگیرد.
در ماه‌های آتی، همانطور که ما ایده‌های شما را عملی می‌سازیم، بیایید تا دست به دست هم دهیم و برای رسیدن به کانادایی بهتر، طرح‌های نوآورانه را تقویت کنیم.

سرکار خانم بردیش چیگر
سرپرست دولت در مجلس عوام

سرکار خانم کرستی دانکن
وزیر محترم علوم و ورزش

جناب ناودیپ بینز
وزیر نوآوری، علم و توسعه اقتصادی

---

* تشریح چالش‌ها و موقعیت فعلی کانادا

کانادا در طی نیم قرن گذشته به پیشرفت‌های زیادی دست یافته است. اما اگر در مسیر فعلی باقی بمانیم، کشورمان به خودی خود نخواهد توانست که این روند پیشرفت را حفظ کند. این پیشبینی به این دلیل است که کانادا و دیگر اقتصادهای پیشرفته دنیا با فشارهای جدیدی روبرو هستند.
در آینده کانادا با چهار چالش عمده مواجه میشود چرا که کشور ما پذیرای بازارهای جهانی خواهد بود و با سایر کشورها به هم بستگی خواهد رسید. از طرف دیگر این چالش‌ها فرصت‌هایی را ایجاد می‌کند که استفاده از نوآوری را برای ایجاد و تضمین مشاغل با کیفیت خوب برای کانادایی‌ها ضروری می‌کند.

۱. رشد اقتصادی کند

اقتصاد جهانی رشد کندی دارد. در گذشته

کانادا در دوره‌هایی که رشد اقتصادی کند می‌شد، برای ارتقاء روند رشد خود، بر افزایش میزان تجارت و قیمت کالاهای خود تکیه می‌کرد. ما همچنین به افراد بیشتری، برای پیوستن به نیروی کار اعتماد کردیم. در دهه گذشته کانادا و سایر اقتصادهای پیشرفته دنیا، در روند تلاش طولانی مدت خود برای احیای رشد اقتصادی، نرخ بهره و نرخ مالیات را کاهش داده‌اند. اما این سیاست‌گذاری‌ها برای تضمین ثبات اقتصادی طبقه متوسط کافی نبوده است. علاه بر آن، با افزایش سن جمعیت کشور، تعداد شهروندان کانادایی که در سن کار قرار دارند کاهش یافته و در نتیجه، پتانسیل رشد کشور کمتر خواهد شد.

۲. تکنولوژی

جهان وارد عصر صنعتی جدیدی شده است. پیشرفت تکنولوژی در حال دیجیتالی و خودکار ساختن جنبه‌های مختلف زندگی ما است و این روند بسیار سریعتر از آنچه که تصور می‌شد در حال اتفاق افتادن است. پیشرفت تکنولوژی، هر صنعت و هر نیروی کاری را به چالش می‌کشد. مشاغل و شرکت‌های جدیدی که قبلاً وجود نداشته‌اند در حال شکل‌گیری هستند و کسب و کارهای سابق به تدریج از عرصه صنعت حذف می‌شوند. اینترنت و سایر فناوری‌های ایجاد شده باعث می‌شود که مردم هر گوشه از جهان، برای برقراری ارتباطات روشی فوری، پایدار و مقرون به صرفه را در اختیار داشته باشند و به

کارگروه تخصصی
انجمن بازرگانی ایران و کانادا
در زمینه امور
کمک‌های دولتی و تامین منابع مالی

کارگروه تخصصی انجمن در حال تکمیل شدن است. اعضای انجمن در این کارگروه تخصصی همراه با کوچ حرفه‌ای تجاری به خوبی می‌آموزند که چگونه کمک‌های دولتی را می‌توانند بدست آورند.

اگر شما صاحب ایده و یا کسب و کاری کوچک هستید و برای گسترش فعالیت خود نیازمند کوچ مالی بیزینس هستید، عضویت در انجمن مناسب‌ترین گزینه برای شماست!

این ترتیب مزایای رقابتی کانادایی‌ها و شهروندان سایر اقتصادهای پیشرفته دنیا کاهش یابد. این پیشرفت تکنولوژی، شهروندان کشورهای با اقتصادهای نوظهور را توانمندتر می‌سازد. کانادایی‌ها برای پاسخگوئی در برابر سرعت تغییرات حاصل از تکنولوژیکی، باید تا آنجا که ممکن است پذیرا و انعطاف پذیر باشند. ما باید از تکنولوژی‌های جدید استفاده کنیم و مهارت‌های لازم جهت آمادگی برای مشاغل آینده را بیاموزیم.

۳. جهانی شدن

فشارهای رقابتی حاصل از اقتصادهای نوآورانه جهانی، شدیدتر از همیشه است. اقتصادهای توسعه یافته و در حال توسعه به طور یکسان استراتژی‌های تهاجمی و جسورانه‌ای را در نظر گرفته‌اند تا موقعیت اقتصادی خود را در دستیابی به مزیت‌های رقابتی در زمینه توسعه فناوری‌ها، محصولات و خدمات سرنوشت ساز آینده، تضمین کنند.

۴. تغییرات آب و هوایی

این موضوع که نسل ما را بسیار تحت تاثیر قرار می‌دهد، در حال نشان دادن این است که کشورهای مختلف جهان چگونه نیازهای مربوط به انرژی خود را برآورده می‌کنند و در این زمینه چگونه به رشد و ترقی دست می‌یابند. در جهانی که با افزایش میزان مصرف انرژی و افزایش مخاطرات اقلیمی روبروست، تغییرات آب و هوایی بر نحوه مدیریت منابع طبیعی کانادا و سایر کشورها تاثیر خواهد گذاشت. در حال حاضر کشورهایی که بر ارتقاء رشد انرژی‌های پاک متمرکز شده‌اند، هدایت موج نوآوری تاثیر گذار بعدی را در دست خواهند داشت. بسیاری از کشورها به کمک فناوری‌های پاک، در حال گذار به سمت اقتصاد مبتنی بر کربن کمتر هستند و همین امر باعث افزایش بهره‌وری از انرژی، کاهش آلودگی‌ها و ایجاد هوا و آب‌های تمیز می شود. این تغییرات صورت گرفته در خصوص حرکت به سمت رشد پاک، پتانسیل ایجاد اشتغال و بازارهای جدید را داراست.

*نیروهای جهانی زمینه‌های جدیدی را شکل می‌دهند و تغییرات را تسریع می‌کنند

رشد جهانی آهسته و نوسانات بالا

بهبود جهانی همچنان ادامه دارد اما بی‌ثباتی همچنان حکمفرما است

رشد جهانی نسبت به اکتبر ۲۰۱۵ کاهش یافته است:

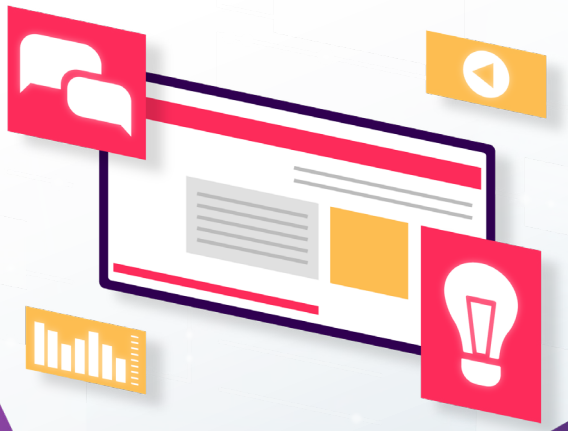
سال ۲۰۱۶: ٪ ۳,۱ از ٪۳,۶
سال ۲۰۱۷: ٪۳,۴ از ٪۳,۸

کاهش بهره‌وری، رشد اندک میزان سرمایه‌گذاری و تجارت

بازارهای نوظهورِ منابع رشد و طبقه متوسط جد ید

بازارهای نوظهور تقریباً نیمی از میزان رشد جهانی را تا سال ۲۰۲۵ تامین خواهند کرد.
تا سال ۲۰۳۰،تعداد ۲,۲ میلیارد مصرف کننده طبقه متوسط جدید به وجود خواهد آمد و شهرهای آسیایی، به ویژه چین، میزبان بزرگترین بازارها خواهند بود.
تعهد به اقتصاد مبتنی بر استفاده از کربن کمتر
تمرکز بر همکاری‌های بین المللی، چارچوب‌های داخلی و سرمایه‌گذاری‌های جدید در زمینه انرژی و فناوری‌های پاک
تغییرات جهانی در خصوص جمعیت در حال انجام است
مهاجرت‌های گسترده، پیری جمعیت‌ها، آسیب پذیری‌های اقلیت‌ها و نابرابری‌های موجود در حوزه درآمدها
پیشرفت‌های موجود در حوزه تکنولوژی، عصر صنعتی جدیدی را ایجاد خواهند کرد
فناوری‌های جدید، نحوه کار کردن و زندگی

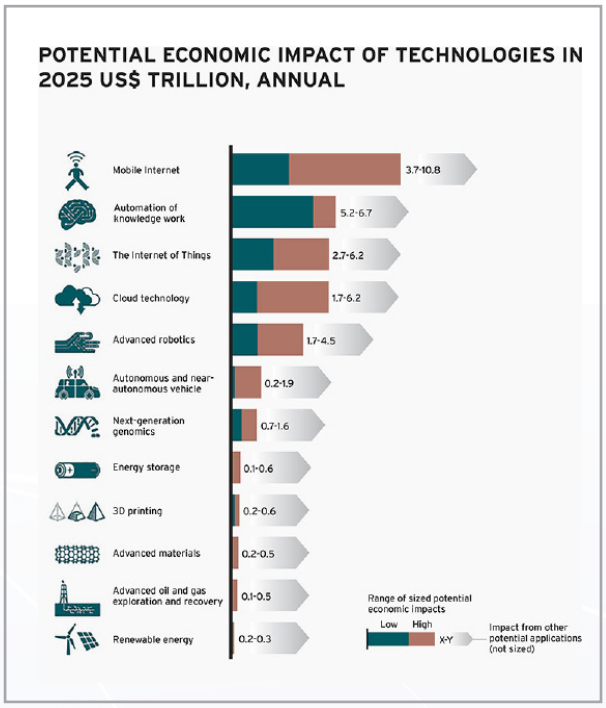
عادی مردم، خطوط تجاری و کل سیستم‌های تولیدی را تغییر خواهد داد.
انقلاب صنعتی چهارم (به عنوان مثال:



شما می‌توانید تمامی دوره‌ها و وبینارهای انجمن بازرگانی ایران و کانادا را که پیش از این برگزار شده بصورت آنلاین مشاهده کنید.

برای این منظور با ورود به تارنمای Canadalran.ca بخش وبینار و دوره را مشاهده کنید.

تولیدات دیجیتالی)
رشد تصاعدی دستگاه‌های متصل به یکدیگر
در جهانی با ۸ میلیارد نفر جمعیت، تا سال ۲۰۲۵ بیش از ۵۰ میلیارد دستگاه و وسیله ارتباطی متصل به هم وجود خواهد داشت.
امروزه ۳ میلیارد نفر به اینترنت متصل هستند و تا سال ۲۰۲۵، تعداد آنها به ۵ میلیارد نفر خواهد رسید.
عدم وجود «بخش‌های قدیمی و سنتی»، تحولات تکنولوژیکی همه‌ی بخش‌ها را تحت تاثیر قرار خواهد داد: همچون تولید، منابع طبیعی، خدمات پلتفرم تلفن همراه و ترکیب آن با فناوری‌های دیجیتالی، هوش مصنوعی (A.I)، نرم افزارها، مواد مصرفی پیشرفته، بهره‌وری بالاتر سوخت، بخش تولیدی و منابع موجود
رقابت جهانی در حوزه نوآوری برای پیشروی در زمینه فناوری‌های جدید، صنایع پیشرفته و ظرفیت‌ها
نوآوری رشد اقتصادی - ایالات متحده، آلمان، استرالیا
هدف قرار دادن حوزه‌های مختلف فناوری - انگلستان
اولویت بندی صنعت و فناوری ارزش افزوده - ساخته شده توسط کشور چین تا سال ۲۰۲۵
ساده سازی حمایت از نوآوری - فنلاند،



اسرائیل
این روزها، یکپارچگی، جهانی شدن و فناوری به این معنی است که شرکت‌ها می توانند نیروهای مستعد، کالاها و خدمات خود را از هر کجای جهان تهیه کنند. علاوه بر آن زمانی که شرکت‌ها به دنبال گزینه‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری هستند، همیشه به دنبال حوزه‌های کم هزینه‌تر نخواهند بود. در عوض، بسیاری از شرکت‌ها به دنبال نوآورانه ترین اقتصادها و خلاق ترین و کارآفرین ترین افراد می‌گردند چرا که با بهره‌گیری از آنها می‌توانند ایده‌ها را به راه‌حل تبدیل کنند.
به همین دلیل است که کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، برای رشد اقتصادی حاصله از طرح‌های نوآورانه، بر توسعه مهارت‌های شهروندان خود سرمایه‌گذاری

می کننـــد.

بـه همیـن دلیـل اسـت کـه مـا در حـال حاضـر، بیـش از هـر زمـان دیگـری، نیـاز داریـم کـه کانـادا در بهتریـن وضعیـت ممکـن قـرار گیـرد. اکنـون زمـان آن فـرا رسـیده اسـت کـه بیـش از هـر چیـزی دیگـری بـر روی مـردم خـود سـرمایه‌گذاری کنیـم و نقـاط قـوت خـود را بـرای عملـی کـردن ایده‌هـا بـه کار گیریـم.

*** نقـاط قـوت و شـاخص‌های برجسـته‌ی کانادا**

زیرساخت‌های استوار

- بنیان اقتصادی قوی
- اقتصاد باز و پیشرو
- محیط تجاری پذیرا
- تحقیقات و دانشگاه‌های درجه یک
- نیروی کار با تحصیلات بالا
- چنـد فرهنگـی، مراقبت‌هـای بهداشـتی جهانی، شـهرهای تمیـز مـدرن، کیفیت زندگـی بالا

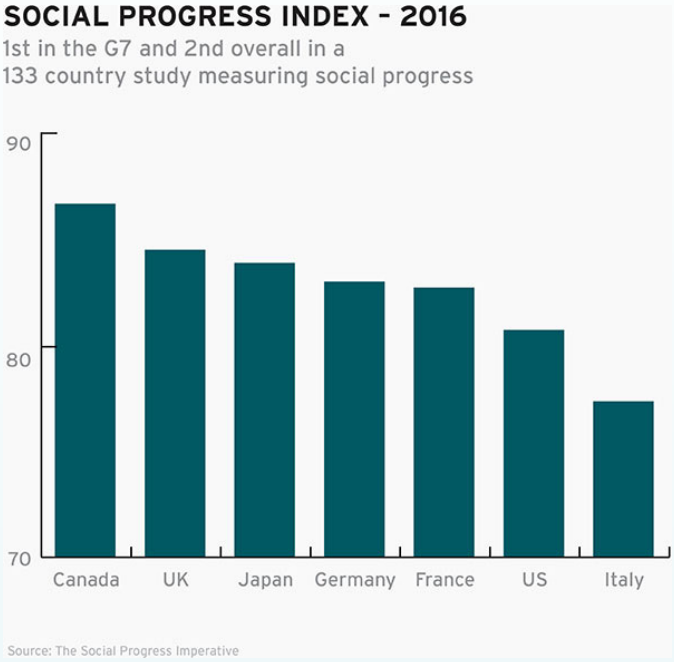
نقاط قوت

- نرخ پایین تورم، بهره و کسری بودجه
- رهبـری گـروه G۷ در برنامـه رشـد اقتصـادی سـال‌های ۲۰۰۵-۲۰۱۴ (بانـک جهانـی)
- رتبـه دوم پذیراتریـن بـازار جهانـی در حـوزه تجـارت و سـرمایه‌گذاری در بیـن کشـورهای عضـو گـروه G۷
- دسترسـی گسـترده بـه بازارهـای NAFTA و CETA
- بهتریـن کشـور عضـو گـروه G۲۰ بـرای انجـام بیزینـس و تجـارت - (فوربـز و بلومبـرگ)
- کمتریـن هزینـه مالیـات بـر مشـاغل در بیـن کشـورهای عضـو گـروه G7 ،46% کمتـر از ایـالات متحـده (KPMG)
- کمتریـن هزینه‌هـای تجـاری لازم بـرای بخش‌هـای متمرکـز تحقیـق و توسـعه در بیـن کشـورهای عضـو گـروه G7
- قوی‌تریـن سیسـتم بانکـی جهـان (WEF)
- بیشـترین نیـروی کار بـا تحصیـلات بـالا در میـان کشـورهای عضـو سـازمان همـکاری اقتصـادی و توسـعه OECD
- رتبـه اول رضایـت از زندگـی در بیـن شـهروندان کشـورهای عضـو گـروه 7G OECD
- پیشـرو در میزبانـی از مهاجـران بیـن المللـی - رتبـه ۷ (سـازمان ملـل)

اسـتفاده از برنامه‌هـای نوآورانـه طرحـی بـرای تشـویق فعالیت‌هایـی اسـت کـه منجـر بـه ایجـاد مشـاغل بهتـر بـرای قشـر طبقـه متوسـط و کسـانی کـه بـرای پیوسـتن بـه ایـن قشـر سـخت در تـلاش هسـتند، می‌باشـد. ایـن طـرح برنامـه‌ای بـرای بهبـود وضعیـت آینـده کانادایی‌هـا از طریـق توسـعه آمـوزش مهارت‌هـا، تحقیقـات، فرصت‌هـا و اسـتانداردهای زندگـی بهتـر اسـت.

کشـورهای جهـان اهمیـت اسـتفاده از نـوآوری را در بـه کارگیـری پتانسـیل‌های پنهـان بـرای رشـد اقتصـادی خـود، بـه رسـمیت شـناخته‌اند. عملکـرد آنهـا سـریع بـوده و سـرمایه‌گذاری‌های قابـل توجهـی را بـرای حمایـت از نوآوری‌هـای

موجود انجام می‌دهند. کانادا در یک رقابت جهانی در حوزه نوآوری قرار گرفته است. ما باید بزرگ فکر کنیم، اهداف بزرگ داشته باشیم و تا دستیابی به مقام اول این مسابقه، عملکرد جسورانه‌ای داشته باشیم.



صحبت با کانادایی‌ها: رهبران مشاغل

در طول شش ماه و در روند رایزنی‌ها و همفکری‌های عمومی ، بیش از ۱۰۰۰۰۰ کانادایی دیدگاه خود را در خصوص چگونگی تقویت اقتصاد نوآورانه کانادا به اشتراک گذاشته‌اند. کانادایی‌های ساکن سرتاسر کشور از طریق شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر، Reddit و Quora بیش از ۱۵۰۰ ایده را به اشتراک گذاشته‌اند.

وزرای نام برده یعنی بینز دانکن و چیگر میزگردهایی را با شهروندان کانادایی تشکیل دادند. همچنین وزیران تعیین شده، ۱۰ رهبر محترم که همگی به نوبه خود بسیار مبتکر بودند را انتخاب کردند تا با قشرهای مختلفی از کانادایی‌ها ارتباط برقرار کنند. این رهبران به کمک یکدیگر توانستند بین ماه‌های جولای تا سپتامبر ۲۰۱۶ میزبان ۲۸ مناظره و گفتگو در سراسر کشور باشند .

رهبران با حجم گسترده‌ای از افراد جامعه ارتباط برقرار کردند. از جمله اقشاری که این رهبران با آنها مشورت کردند می‌توان به نمایندگان بخش خصوصی، فعالین حوزه دانشگاه‌ها و کالج‌ها، افراد مشغول در سازمان‌های غیر انتفاعی، رهبران بومی و کارکنان و مسئولین شرکت‌های اجتماعی اشاره کرد. در این گفتگوها، نمایندگانی از استان‌ها و مناطق مختلف کشور نیز حضور داشتند.

- ۱۱۹،۰۴۷ مشارکت
- ۱،۷۵۲ ایده
- ۱۰ رهبر
- ۲۸ میزگرد
- ۴۰۰ شرکت کننده

مشارکت کانادایی‌ها در شش حوزه مرتبط

این رهبران مناظرات و گفتگوهای خود را بر اساس شش موضوع زیر تنظیم

کردنـــد:

بســیج کــردن کانادایی‌هــا بــرای مشــارکت در دســتیابی بــه یــک برنامــه نوآورانــه فراگیــر

۱) جامعه کارآفرین و خلاق

پــرورش فرهنــگ نــوآوری و کارآفرینــی، ایجــاد مهارت‌هــای لازم بــرای پذیــرا بــودن در برابــر تغییــرات جهانــی، اســتفاده از اقشــار مختلــف کانــادا و جــذب اســتعدادهای برتــر جهانــی

۲) برتری علمی جهانی

پشــتیبانی از ایــن برتــری تحقیقاتــی در ســطح جهانــی در حوزه‌هایــی ماننــد علــوم بنیــادی و کاربــردی

۳) شاخه‌ها و مشارکت‌های پیشرو در جهان

ایجــاد دســته‌های بســیار عالــی در حــوزه نــوآوری در تجــارت و دسترســی‌های جهانــی، از ارزش آفرینــی گرفتــه تــا تولیــد ایده‌هــا

۴) رشد شرکت‌ها و همچنین رشد پاک

مقیاس‌گــذاری نوآوری‌هــای کوچــک، توســعه شــرکت‌های اســتارت‌آپی، شــرکت‌های

کوچــک، متوســط و بــزرگِ تأثیرگــذار و رشــد شــرکت‌های اشــتغال زای جهانــی نســل بعدی

۵) رقابت در دنیای دیجیتال

اســتفاده از اقتصــاد دیجیتالــی در بخش‌هــای مختلفــی همچــون زیرســاخت‌ها، پهنــای بانــد، فناوری اطلاعــات و ارتباطــات (ICT)، داده‌های کلان و بــاز، بــرای ایجــاد انگیــزه بــه تطابــق بــا دنیــای دیجیتال

۶) سهولت انجام کسب و کارها

ارتقــاء مقــررات و اســتانداردهای هوشــمندانه بــازار و هماهنگــی بــا آنهــا، فراهــم کــردن

به زودی در خاور میانه....

Canadian
Lifestyle

زمینه‌های لازم برای مشاغل کانادایی در جهت دسترسی آنها به بازارهای جهانی

بیوگرافی رهبران این مشارکت‌ها

* **جانی بیکه** معاون ارشدِ بخش منابع طبیعی، صنایع و کالاهای مصرفی شرکت Fonds de solidarité FTQ و مهره‌ی اصلی حوزه سرمایه‌گذاری بزرگترین اتحادیه کارگری کبک است. او یکی از اعضای هیئت مدیره انجمن سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر بخش سرمایه خصوصی کانادا است و همچنین عضو کمیته مشورتی انجمن سرمایه گذاران Autorité des marsés و بخش تنظیم کننده بازارهای مالی کبک در خصوص تامین مالی مشاغل کوچک و متوسط می‌باشد.

«برای بسیاری از مردم، نوآوری به معنای ابداع یک فناوری پیشرفته در یک گاراژ یا یافتن درمانی برای یک بیماری است، اما برای تعداد دیگری، از جمله خود من، نوآوری به معنای بهتر، سریعتر، هوشمندتر و یا کارآمدتر کردن کارها و شرایط است. هیچ شکی در این نیست که نوآوری می‌تواند محصولات یا خدمات جدیدی را برای بهبود زندگی مردم ایجاد کند، اما در بسیاری از موارد استفاده از نوآوری باعث بهبود فرایندهای مربوط به انجام کارها، بهبود تحویل محصول به مشتریان، نحوه عملکرد شرکت‌ها و یا کاهش و بازیافت زباله‌ها و موارد دیگر می‌شود. به عنوان مثال، کارکنان ما در خصوص نحوه بهبود امور، از بهترین دانش و آگاهی برخوردارند. برای استفاده از نوآوری‌ها ملزم به دعوت از دیگران برای انجام این طرح‌ها هستیم و برای تحقق هر چه بهتر آنها باید همکاری لازم بین همه افراد صورت گیرد.»

* **دکتر الیزابت کانن** رئیس و معاون دانشگاه کلگری است.او به عنوان دبیر کل اتحادیه دانشگاه‌های کانادا به فعالیت می‌پردازد. او نماینده ۹۷ دانشگاه کشور و یکی از اعضای گروه U15 بوده و در مواقع لازم از حقوق دانشگاه‌های تحقیقاتی کشور دفاع می‌کند. او همچنین رئیس شبکه دانش پژوهشی کانادا است، این شبکه بستری را برای مشارکت دانشگاه‌های کانادایی در جهت گسترش محتوای دیجیتالی اختصاص داده شده به تحقیقات دانشگاهی فراهم

می‌کند. علاوه بر آن، او عضو شورای علوم، فناوری و نوآوری نیز می‌باشد، این شورا یک هیئت مستقل است که به دولت کانادا در خصوص سیاست‌گذاری‌هایش مشاوره می‌دهد.

«دانشگاه‌های تحقیقاتی نقش کاتالیزور و یا رابطهای وصل‌کننده را ایفا می‌کنند و با دولت، مشاغل مختلف، سازمان‌های غیردولتی و مردم نهاد و سایر موسسات، برای تشکیل تیم‌های مشارکتی که هموار کننده مسیر رهبری این طرح‌های نوآورانه است، همکاری می‌کنند. با ایجاد ظرفیت‌های لازم از طریق توسعه استعدادها، امکانات و مشارکت برای مقابله با چالش‌ها و گسترش ایده‌های جدید، دانشگاه‌های تحقیقاتی می‌توانند به نوآوری‌های مد نظر برای آینده کمک کنند.»

«این طرح‌های نوآورانه فرصتی را برای دانشگاه‌های تحقیقاتی فراهم می‌سازند تا آنها از ظرفیت‌های موجود استفاده کرده و بر ارائه راه‌حل‌ها متمرکز شوند. دانشگاه‌های تحقیقاتی به طور فعال به دنبال پیدا کردن فرصت‌ها و چالش‌هایی هستند که ظرفیت‌های تحقیقاتی ما امکان برطرف‌سازی و حل و فصل آنها را دارند. این فعالیت‌ها برای حفظ و رشد رفاه اقتصادی و کیفیت زندگی کانادایی‌ها ضروری است. »

***والری فاکس** مشاور ارشد بخش نوآوری در شرکت The Pivotal Point است. این شرکت مشاوره در حوزه کارآفرینی به موسسات دانشگاهی، دولت و مشاغل کوچک و متوسط مشاوره می‌دهد. او یکی از بنیانگذاران و مدیر اجرایی سابق مرکز Digital Media Zone بوده است، این مرکز یک انکوباتور تجاری در دانشگاه

آیا آماده واردات انواع مواد غذایی به کشور کانادا هستید

با توجه افزایش جهانی قیمت مواد غذایی اکنون زمان آن است که شما با بهترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان مواد غذایی در ایران ارتباط داشته باشید.

امکان مشاوره استاندارد و گمرک

امکان تامین منابع مالی برای شرکت واردکننده

رایرسون تورنتو می‌باشد.
«نوآوری به معنای ارائه وعده‌هایی برای رسیدن به چیزهای بهتر است، و این بهتر بودن با تلاش مستمر و همکاری با یکدیگر به دست می‌آید.»

***دکتر آروینـد گوپتا** یک استاد مدعو برجسته در دانشگاه تورنتو است. وی رئیس سابق و معاون رئیس دانشگاه بریتیش کلمبیا و مدیرعامل سابق سازمان Mitacs Canada بوده است. این سازمان غیر انتفاعی، در خصوص طراحی و ارائه برنامه‌های آموزشی مبتنی بر تحقیقات، با دانشگاه‌ها و صنایع مختلف همکاری می‌کند. از سال ۲۰۱۲، دکتر گوپتا عضو شورای علوم، فناوری و نوآوری بوده است، این شورا یک هیئت مستقل می‌باشد که به دولت کانادا در خصوص سیاست‌گذاری‌هایش مشاوره می‌دهد.

***آستین هیل** یکی از بنیانگذاران و مدیرعامل شرکت Blockstream است. این شرکت فعال در حوزه ارز دیجیتال، ارائه دهنده بیت کوین و فناوری بلاک چین می‌باشد. او یکی از شرکای سرمایه‌گذار در استارتاپ مونترال بوده و در مراحل اولیه، به راه اندازی شرکت Real Ventures کمک کرده است. این شرکت که در حوزه سرمایه‌گذاری خطرپذیر به فعالیت می‌پردازد، تمام تمرکز خود را به تأمین مالی شرکت‌های تازه تاسیس شده معطوف کرده است. او بنیانگذار شرکت Zero-Knowledge Systems نیز می‌باشد. این شرکت در جهت حفظ حریم خصوصی، ناشناس بودن و ایجاد پول نقد الکترونیکی، بر روی فناوری‌های cypherpunk تمرکز کرده است.

***دکتر سارا لوبیک** مدیر کارآفرینی دانشگاه سیمون فریزرِ بریتیش کلمبیا است. نقش وی توسعه، هماهنگ سازی و تسریع اکوسیستم نوآورانه دانشگاه است و فعالیت‌های وی شامل ارائه آموزش‌های لازم حوزه کارآفرینی به دانشجویان همه رشته‌ها، توسعه اولیه شرکت‌های استارت‌آپی و تجاری‌سازی تحقیقات مبتنی بر دانشگاه است. او همچنین یک استاد معتبر در حوزه بیزینس و تجارت بوده و بنیانگذار و مدیر شرکت Lungfish Dive Systems نیز می‌باشد، این شرکت استارت‌آپی بر روی سیستم‌های تنفس در زیر آبِ مخصوص غواصان تمرکز کرده است. «نوآوری به معنای تطبیق ایده‌ها و فناوری‌های جدید با طرح‌ها و برنامه‌های کاربردی است؛ گام بعدی آن تلاش برای کارآفرینی است. کارآفرینی به معنای یافتن الگوهایی مناسب برای ایجاد ارزش اقتصادی و اجتماعی پایدار از این نوآوری‌ها و همچنین داشتن طرز فکری بلندپروازانه و کمیاب برای انجام این

کارهاست.»

***دکتر موریس مولونی** مدیر اجرایی و مدیر عامل یک موسسه جهانی در حوزه امنیت غذایی است. دکتر مولونی علاوه بر آن عضو شورای تحقیقاتی علوم طبیعی و مهندسی کانادا و همچنین استاد تحقیقات صنعتی شرکت Dow AgroSciences در دانشگاه کلگری است. او یک شرکت فعال در حوزه بیوتکنولوژی کشاورزی به نام SemBioSys Genetics Inc را تاسیس کرده است و بین سال‌های ۱۹۹۴ تا ۲۰۱۰ در جایگاه رئیس و سپس مدیر ارشد علمی این شرکت مشغول به خدمت بوده است.

شما نیز به جمع نویسندگان ماهنامه انجمن بازرگانی ایران و کانادا بپیوندید

اگر در زمینه‌های مالی، حقوقی، تجارت بین الملل و... مشغول به فعالیت هستید دست شما را به گرمی می‌فشاریم.

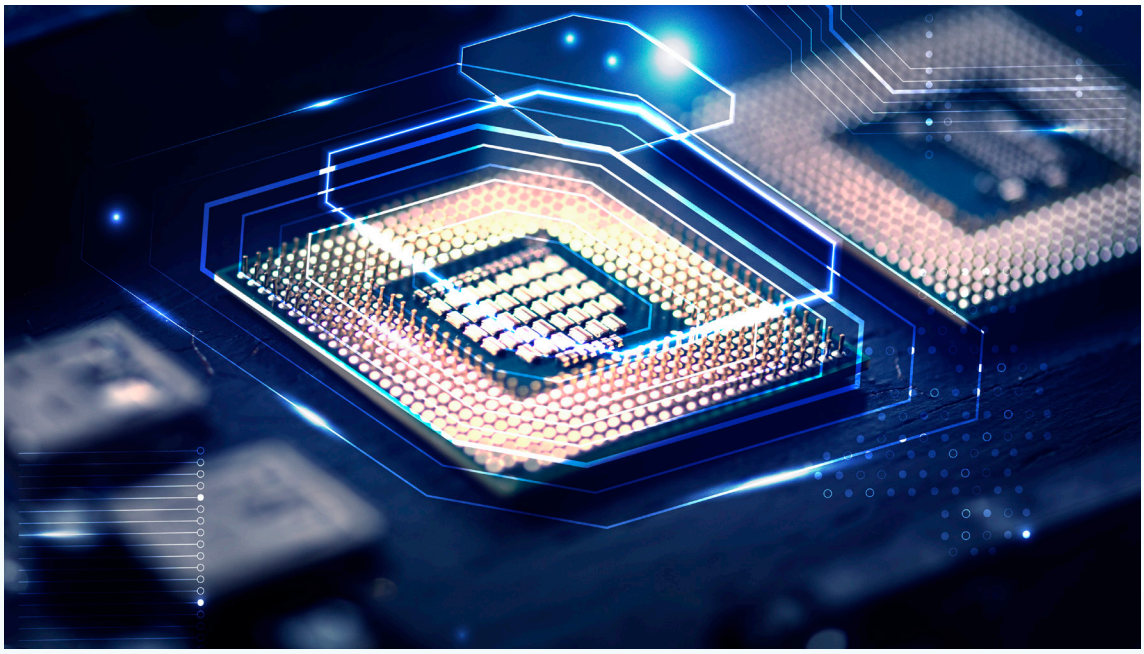
جهت اطلاعات بیشتر با ایمیل contact@canirn.com **در ارتباط باشید.**

***مارک پودلاسلی** بنیانگذار گروه مدیریتی Brookmere می‌باشد. این گروه به جوامع بومی و محلی کمک می‌کند تا فرصت‌های اقتصادی، اجتماعی و آموزشی را شناسایی کرده و آنها را توسعه دهند. پودلاسلی یکی از بنیانگذاران و مدیرعامل شرکت North Pacific Energy Ltd نیز می‌باشد، این شرکت کانادایی در حوزه زیست توده‌های چوبی به فعالیت می‌پردازد. آقای پودلاسلی متولی صندوق دارایی Tribal Sovereign Wealth، استاد ارشدِ دانشگاه هاروارد، عضو گروه Action Canada و همچنین عضو انجمن Nlaka›pamux می‌باشد.

***دکتر ایلز ترورنیخت**

مدیر عامل شرکت MaRS Discovery District که یک مرکز نوآوری برجسته در شهر تورنتو است، می‌باشد. او عضو شورای علوم، فناوری و نوآوری نیز می‌باشد، این شورا یک هیئت مستقل است که به دولت کانادا در خصوص سیاست‌گذاری‌هایش مشاوره می‌دهد. او پیش از این رئیس و مدیرعامل شرکت Primaxis Technology Ventures بوده است، این شرکت یک صندوق سرمایه‌گذاری خطرپذیر بوده که عمده فعالیتش بر شرکت‌های استارت‌آپی متمرکز است.

*** تایلر ویش یکی از بنیانگذاران شرکت** Sequence Bio می‌باشد که در نیوفاندلند و لابرادور مستقر است. این شرکت بر روی ابداع روش‌هایی برای تشخیص و درمان بیماری‌ها بر اساس مشخصات ژنتیکی افراد تمرکز می‌کند. قبل از تاسیس شرکت Sequence، آقای ویش بنیانگذار و رئیس شرکت Research Avenue بوده است. این کمپانی، یک شرکت تحقیقاتی قراردادی است که خدمات مربوط به توسعه برون سپاری را به ارائه دهندگان خدمات بهداشتی و شرکت‌های فعال در حوزه علوم زیستی ارائه می‌دهد.



*سه حوزه اولویت دار

در طی این مذاکرات و گفتگوها، شهروندان کانادایی به ما گفتند که کدام اقدامات از نظرشان برای تحریک طرح‌های نوآورانه، از اهمیت بیشتری برخوردارند.

برآیند این گفتگوها رسیدن به سه موضوع تاییده شده مشترک بود: مردم، تکنولوژی و شرکت‌ها.

کانادایی‌ها به ۳ موضوع تقویت کننده مشترک اشاره کرده بودند:

۱)مردم

- پشتیبانی از حوزه‌های علوم، فناوری، مهندسی و ریاضی (STEM) و مهارت‌های دیجیتالی
- تنوع در بین قشرهای مختلف نیروی کار
- آماده‌سازی کانادایی‌ها برای مشاغل کاربردیِ آینده
- جذب استعدادهای جهانی

۲)تکنولوژی

- توسعه شبکه‌ها و شاخه‌های نوآوری
- ایجاد ارتباط و تعامل بین موسسات تحقیقاتی و فرصت‌های موجود
- توسعه تکنولوژی پاک، تطبیق با دنیای دیجیتال
- استفاده از فناوری‌های دیجیتال

۳) شرکت‌ها

- سرمایه، مشاوره و راهنمایی
- دولت به عنوان مشتری، فراهم کردن تدارکات
- پربازده کردن طرح‌ها و برنامه‌های دولت
- تسهیل مقررات انعطاف‌پذیر و هوشمند

آنچه که کانادایی‌ها گفته‌اند

کانادایی‌ها سه حوزه در اولویت که به نظرشان کشور باید در آن بخش‌ها سرمایه گذاری کند را مشخص کردند. به عقیده آنها با انجام این سرمایه گذاری‌ها، می‌توان در دوره‌ی کند بودن رشد اقتصادی، به ارتقاء اقتصاد نوآورانه کمک کرد:

۱) مردم

راه حل‌هایی را پیشنهاد دهیم که به کمک آن تعداد بیشتری از شهروندان کانادایی بتوانند مهارت و تجربه لازم را برای ورود به بازار اقتصاد دیجیتال و جهانی کسب کنند.

نوآوری با خلاقیت و نبوغِ افرادی آغاز می‌شود که می‌توانند قدرت ذهنی خود را برای جستجوی راه حل‌های جدید به کار گیرند.

اما چرا اینگونه است؟ به دلیل آن که فناوری‌ها به کالاهایی تبدیل شده‌اند که به طور گسترده برای همه مردم قابل دسترس هستند و تنها مزیت رقابتی کشورها و مشاغل گوناگون، استعداد و خلاقیت متمایز مردم آنها است.

***توسعه مهارت‌ها**

کانادا به افراد بیشتری که در زمینه‌های علوم، فناوری، مهندسی و ریاضی (STEM) فعال باشند، نیاز دارد. این نیاز به این دلیل ایجاد شده است که تعداد کسب وکارهایی که در حوزه اقتصادی به فعالین در این رشته‌ها نیاز دارند همچنان در حال افزایش است. هیچ حوزه صنعتی را نمی‌توان یافت که به متخصصین رشته‌های نام برده نیاز نداشته باشد.

کانادا باید برای همگام سازی موفقیت‌ها و پیشبرد رشد اقتصادی دیجیتال، تقاضای لازم برای به کارگیری افرادی که دارای مهارت‌های موردِ

نیاز نوآورانه هستند را به گوش همگان برساند.

این موضوع شامل تشویق بیشتر زنان و اعضای گروه‌های اقلیتی و کم نماینده جامعه در جهت آمادگی برای فعالیت در حوزه های علوم، فناوری، مهندسی و ریاضی می‌باشد.

*** آموزش‌های تلفیق شده با الزامات بازار کار**

کانادایی‌ها اشاره کردند که این کشور باید در حوزه آماده سازی افراد برای اشتغال در بازار کاری که به سرعت در حال تغییر است، عملکرد بهتری داشته باشند. ارائه این آموزش‌ها باید از سنین اولیه جوانان کانادایی شروع شود و در مراحل مختلف زندگی آنها به تدریج تکمیل شده و ادامه یابد.

به طور ویژه، دانشجویان دانشگاه‌ها و کالج ها باید به آموزش‌هایی که با الزامات بازار کار تلفیق شده دسترسی بیشتری داشته باشند. برنامه‌هایی مانند دوره‌های کارآموزی، کارورزی و آموزش‌های مشارکتی و تعاونی باید در سراسر کشور گسترش یابد. این برنامه‌ها به دانش آموزان کمک می‌کند تا بتوانند پس از فارغ التحصیلی هرچه سریعتر جذب بازار کار شوند.

*** دسترسی به استعدادهای جهانی**

کانادایی‌ها کمبود مجموعه‌ای از مهارت‌های به خصوص را در بازار کار خود شناسایی کرده‌اند و این خلا موجود می‌تواند مانع ارائه طرح‌های نوآورانه و رشد شرکت‌ها شده و همچنین ایجاد اشتغال را دچار محدودیت کند. به همین دلیل است که باید تمهیداتی صورت گیرد تا کانادا به مقصد انتخابی بهترین و باهوش‌ترین افرادِ سراسر جهان

تبدیل شود.

اغلب اوقات، سرمایه‌گذاران بالقوه به دلیل فرآیندهای کند و غیرقابل پیش‌بینی مهاجرت که باعث عدم اطمینان و ریسک‌های تجاری می‌شود، از سرمایه گذاری در شرکت‌های کانادایی دلسرد می‌شوند.

نمایندگان جوامع تجاری به صراحت اعلام کرده‌اند که جذب استعدادهای برتر از سراسر جهان منجر به ایجاد مشاغل بیشتر برای کانادایی‌ها خواهد شد. می‌توانید به واسطه استخدام یک شخص کلیدی، توجه بسیاری دیگر از استعدادهای جهانی را نیز جلب کنید. این گروه مهم و حیاتی استعدادها، راه‌اندازی شرکت‌های جدید و گسترش شرکت‌های موجود را امکان‌پذیر می‌سازد و به طبع مشاغل بیشتری نیز برای کانادایی‌ها ایجاد خواهد شد.

در بیانیه اقتصادی پاییز، دولت کانادا از تصمیم خود برای استفاده از یک استراتژی جدید برای جذب مهارت‌ها و استعدادهای جهانی، رونمایی کرد. این امر استخدام افراد آموزش دیده و دارای مهارت‌های مورد نیاز برای کار در شرکت‌های کانادایی را آسان تر می‌سازد.

اصول این استراتژی عبارتند از:

* روند سریعتر صدور مجوزهای کار و ویزا. برای نیروهای کار با مهارت بالا و کم خطر که ظرف دو هفته انجام خواهد شد.
* حذف الزام دریافت مجوز کار برای افرادی که برای انجام کاری ظرف مدت ۳۰ روز یا کمتر به کانادا می‌آیند.
* ایجاد یک کانال اختصاصی برای ارائه خدمات به شرکت‌های جهانی که قصد سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی را در جهت ایجاد اشتغال در کانادا دارند.
* ارائه خدمات اختصاصی به شرکت‌های

با رشد بالا، در جهت دسترسی به استعدادهای جهانی از طریق برنامه نیروی کار خارجی موقت.

بهبود سیستم مهاجرت به شرکت‌های کانادایی این امکان را می‌دهد تا استعدادهای جهانی را راحت تر جذب کنند و باعث ایجاد اشتغال بیشتر برای کانادایی‌ها و ترغیب افراد و شرکت‌ها برای سرمایه گذاری بیشتر در حوزه اقتصاد کانادا نیز می‌شود.

اتاوا باید برای بهبود امور و همکاری با موسسات آموزش عالی برای حمایت از طرح‌های نوآورانه مختص حوزه دیجیتال و آموزش مهارت‌ها، گام‌های مشخصی را بردارد. یکی از این اقدامات اساسی، می‌تواند دسترسی به منابع مالی بیشتر باشد.

تمرکز مستمر بر توسعه مهارت‌ها در سطح داخلی و جذب استعدادها در سطح جهانی از اقدامات ضروری است. علاوه بر آن سرمایه‌گذاری بیشتر در طرح‌های مربوط به ارائه آموزش‌های لازم در دبیرستان‌ها و مقاطع آموزش عالی نیز مورد نیاز است. این طرح‌ها می‌توانند آموزش‌های لازم را به دانش‌آموزان ارائه دهد و آنها را برای تحصیل در حوزه‌های مرتبط با علوم، فناوری، مهندسی و ریاضی و یادگیری مهارت‌های ترکیبی تشویق کند. همچنین کانادا برای جذب و حفظ استعدادهای برتر، نیاز به بهبود برنامه‌های مهاجرتی خود نیز دارد.

۲) تکنولوژی

راه حل‌هایی را پیشنهاد دهیم که به کمک آن بتوان از تکنولوژی‌های نوظهور برای ایجاد مشاغل و صنایعی که قبلا وجود نداشته بهره ببریم و در عین حال نیز صنایع مستقر را مجددا تقویت کنیم.

کانادایی‌ها متوجه شده‌اند که تکنولوژی‌های جدید همچنان به تغییر همه جنبه‌های مختلف زندگی ما ادامه خواهند داد. آن‌ها می‌خواهند که کانادا در رویکردی که برای استفاده از تکنولوژی‌های نوظهور اتخاذ کرده‌اند، بلندپرواز باشد. به این ترتیب کشور

می‌توانـد چـه از نظـر اجتماعـی و چـه از نظـر اقتصـادی، بـه سـمت اهـداف بزرگـی کـه بـه نفـع همـه کانادایی‌هـا اسـت، حرکـت کنـد. ایـن واقعیـت روز بـه روز بیشـتر نمایـان می‌شـود کـه همـه بخش‌هـا، پتانسـیل اسـتفاده از تکنولوژی‌هـای پیشـرفته را دارا هسـتند. واقعیـت امـر ایـن اسـت کـه فناوری‌هایـی ماننـد هـوش مصنوعـی، تولیـد مـواد افزودنـی، محاسـبات کوانتومـی و دسـتگاه‌ها، حسـگرهای پیشـرفته و مـواد جدیـد، از حـوزه کشـاورزی و معـدن گرفتـه تـا دسـتگاه‌های پزشـکی و تجهیـزات محاسـباتی، همـه چیـز را دسـتخوش تغییـر خواهنـد کـرد.

کانادایی‌هـا بـه صراحـت اعـلام کردنـد کـه ایـن کشـور بایـد بـر توسـعه حوزه‌هـای نوظهـور کـه پتانسـیل هدایـت طرح‌هـای نوآورانـه را در تمـام بخش‌هـای اقتصـاد دارا هسـتند، تمرکـز کنـد. حـوزه تکنولـوژی، ایـن پتانسـیل را دارد تـا نسـل بعـدی شـرکت‌هایی کـه قـادر بـه رقابـت در بازارهـای جهانـی هسـتند را ایجـاد کـرده و مشـاغل بـا کیفیـت مربـوط بـه آینـده را فراهـم سـازد.

❋ گروه‌های پیشرو در جهان

۸۰۰ میلیـون دلار از بودجـه سـال ۲۰۱۶، در طی چهـار سـال بـه تقویـت شـبکه‌ها و گروه‌هـای نوآورانـه اختصـاص یافـت. ایـن سـرمایه‌گذاری قابـل توجـه جهـت ایجـاد پتانسـیل‌هایی بـرای تسـریع بخش‌های تخصصـی متمرکز بـر صنعت، دانشـگاه و دولـت و همچنیـن اسـتفاده حداکثری

از سرمایه‌ها و امتیازات موجودِ در سرتاسر مناطق و بخش‌های کشور انجام شده است. با حمایت از گروه‌های برتر کانادا، ما این فرصت را داریم که سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری‌های جدید و استفاده از آن‌ها را تسریع کرده و بین شرکت‌هایی با مقیاس بزرگ و کوچک روابط جدید و قوی‌تری را ایجاد کنیم؛ همین امر مشاغل با کیفیت تری را نیز ایجاد خواهد کرد.

رویکرد منتخب بسیاری از کانادایی‌ها برای تقویت شبکه‌ها و گروه‌های نوآورانه، این است که دولت سرمایه‌گذاری‌های هدفمند و با ارزش را در مناطقی که بازدهی آن محتمل تر خواهد بود، انجام دهد. سرمایه گذاری‌ها باید بر اساس تخصص‌های منطقه‌ای، تکنولوژیکی و بخش محور باشد.

همچنین شنیده‌ها حاکی از آن است که اگر کانادا قصد دارد که گروه‌های نوآورانه پیشرو در سطح جهانی را ایجاد کند، باید در جهت تبدیل توانایی‌های علمی و تکنولوژیکی ما به کارکردهای تجاری، عملکرد بهتری داشته باشد. از اقدامات اساسی در این خصوص می‌توان به ایجاد مشارکت‌های مستحکم و هماهنگ‌تر بین محققان دانشگاهی، صنعت و دولت اشاره کرد.

❊ تحقیقات ماموریت محور

کانادایی‌ها تأکید کردند که دولت می‌تواند با تعیین اهداف بلندپروازانه، انجام سرمایه گذاری‌های استراتژیک و هدف قرار دادن منابع و ذخایر موجود در مناطقی خاص، برای انجام ماموریت‌هایی در خصوص تقویت طرح‌های نوآورانه نقش فعالی را ایفا کند.

در نسل‌های قبل، انگیزه ایالات متحده این بود که انسانی را به روی کره ماه برساند. این ماموریت

دستاوردها و اختراعاتی را به فضا پرتاب کرد، که فراتر از برنامه‌های فضایی پیش بینی شده بود و همین امر در طول دهه‌ها به تمرکز بر طرح‌های نوآورانه مبتنی بر علم و فناوری دامن زد.

کانادایی‌ها مشتاق رویارویی با دیدگاه‌ها و رویکردهای رهبری مشابه هستند. بسیاری از شهروندان از دولت خواسته‌اند تا در حمایت مالی از پروژه « moon shots» نقش فعالی را ایفا کند چرا که این موضوع کانادا را در خط مقدم علم و فناوری نگه میدارد.

«گروه‌های کانادایی که از قبل موفق بوده‌اند، باید بتوانند با استفاده از کمک‌های دوره‌ای و سنجیده شده دولت، و چشم‌اندازهای علمی و تکنولوژیکی اجرایی شده، رشد اقتصادی را تسریع بخشند».

«به نظر می رسد که مراکز نوآوری بسیار متراکم، بیشترین اثرگذاری ملی را به دنبال خواهند داشت. برای کانادا، این به معنای سرمایه گذاری هنگفت در یک گروه نوآورانه مستحکم است. با توجه مقیاس طرح‌ها و نام‌های تجاری استفاده شده برای جذب و حفظ سرمایه و استعدادهای جهانی پویا، این برنامه‌ها تأثیر مناسبی بر اقتصاد ملی ما نخواهد گذاشت.»

۳) شرکت‌ها

راه حل‌هایی را پیشنهاد دهیم که به کمک آن بتوان کانادایی‌ها را ترغیب به راه‌اندازی شرکت کرد و علاوه بر آن آنها را به سمت رقابت در بازارهای جهانی سوق داد.

اگر کانادایی‌ها خواستار موقعیت‌های شغلی بیشتری هستند، پس لازم است که کارفرمایان بیشتری نیز در بازار کار به فعالیت بپردازند. این پیامی بود که با صدای بلند و واضح در جریان رایزنی‌های عمومی منتشر شد. کانادایی‌ها به طور ویژه، اذعان داشتند که برای حمایت از کارآفرینانی که شرکت‌های جدیدی را راه‌اندازی کرده اما با چالش‌های قابل‌توجهی روبرو می‌شوند، باید اقدامات بیشتری صورت گیرد، به این ترتیب می‌توان آنها را به شرکت‌هایی تبدیل کرد که توان رقابت در بازارهای جهانی را دارا هستند.

*** دسترسی به مشتریان**

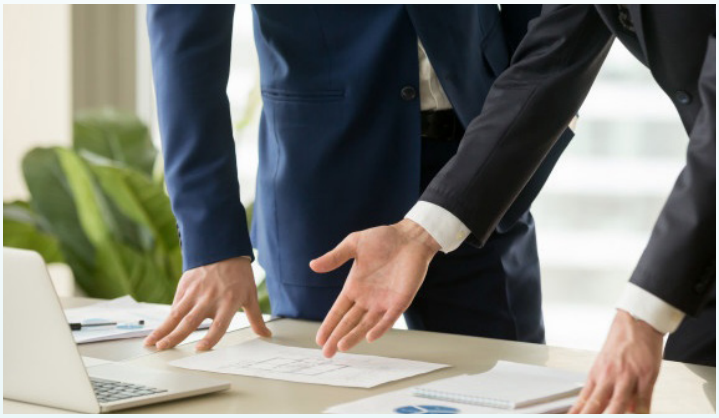
کارآفرینان به رویکرد دولت‌های کشورهای دیگر به عنوان نمونه‌های عینی اشاره می‌کنند. این کشورها از قدرت خرید خود برای کمک به رشد شرکت‌های استارت آپی کانادایی استفاده می‌کنند. آنها می‌گویند که دولت کانادا، به عنوان بزرگترین خریدار خدمات کالا در کشور، می‌تواند فرصت‌هایی را برای شرکت‌های استارت آپی فراهم کند تا آنها قادر شوند راه حل‌های پیشنهادی خود را توسعه داده و طرح‌های نوآورانه خود را سریعتر به بازار عرضه کنند.

دولت کانادا به طور ویژه، این فرصت را در اختیار خواهد داشت که اولین اتخاذ کننده و اولین خریدار راه‌کارهای امیدوارکننده شرکت‌ها باشد. در واقع، بسیاری از کارآفرینان بر این مزیت تاکید کرده‌اند که با وجود این که برای پیدا کردن مشتریان جدید به خارج از مرزهای کشور مراجعه می‌کنند، در عین حال می‌توانند دولت کانادا را مشتری اصلی خود تلقی کنند. بسیاری از کارآفرینان به نقشی که دولت ایالات متحده در استفاده از طرح‌های نوآورانه به عنوان خریدار کالا و خدمات ایفا می‌کند، اشاره کرده‌اند. شرکت‌های استارت آپی تحت عنوان برنامه‌های تحقیقاتی نوآورانه در حوزه کسب و کارهای کوچک (SBIR)، می‌توانند این فرصت را به دست آورند که قراردادهایی

را با دولت ایالات متحده منعقد سازند؛ این قراردادها آن‌ها را قادر می‌سازد تا خلاقانه ترین راه‌حل‌های پیشنهادی شان را توسعه داده و آنها را مورد آزمایش قرار دهند.
نمایندگان مشاغل مختلف خاطرنشان کردند که نسخه کانادایی برنامه تحقیقاتی SBIR می‌تواند نیاز شرکت‌هایی که در مراحل اولیه راه اندازی کسب و کار خود بوده و برای سرعت بخشیدن به فرآیند توسعه محصولات خود نیازمند دسترسی به سرمایه گذاری اولیه هستند را برطرف سازد.

❊ دسترسی به سرمایه

کانادایی‌ها شاهد آن بوده‌اند که افزایش میزان سرمایه رشدِ در دسترسِ شرکت‌های کانادایی، در افزایش مقیاس شرکت‌ها، میزان صادرات و ایجاد اشتغال نقشی کلیدی دارد.
کانادایی‌ها به ما گفته‌اند که باید در خصوص حمایت از شرکت‌ها در جهت تبدیل یک ایده اولیه به یک کارکرد یا فعالیت تجاری، عملکرد بهتری داشته باشیم. این عملکردها به طور ویژه برای شرکت‌هایی که رشد و توسعه شان به زمانی نامعلوم در آینده مربوط می‌شود، کاربردی خواهد بود. این شرکت‌ها اگر نتوانند در خاک کانادا به سرمایه مورد نیاز خود دسترسی پیدا کنند، برای جذب سرمایه مورد نظر، به سرمایه گذاران خارجی متوسل خواهند شد و به همین



ترتیب موقعیت‌های شغلی که به واسطه آنها ایجاد می‌شود ممکن است توسط نیروی کار غیر کانادایی پر شود.
کانادایی‌ها می‌گویند که در خصوص تشویق مکانیسم‌ها و سازوکارهای تامین مالی مناسب که در واقع حمایت کننده شرکت‌هایی هستند که ایده‌های خود را به بازار عرضه می‌کنند، باید اقدامات بیشتری صورت گیرد. باید برای در دسترس قرار دادن هر چه بیشترِ سرمایه بلند مدت و انجام اقداماتَ بیشتر برای رفع نیازهای شرکت‌ها در

مراحل ثانویه رشد ،به طور ویژه تلاش کرد.

فرآیندهای تدارکاتی ایجاد شده توسط دولت استانی و فدرال، منجر به حمایت از شرکت‌های فناوری داخلی و راه‌حل‌هایی در خصوص تلاش برای حفظ و بقای شرکت‌ها و کارآفرینان با استعداد خواهد شد.

شکاف سرمایه‌گذاری نوظهور در حال رشدِ کانادا قابل حل است. اَولا، بهبود فرآیند عرضه سرمایه به شرکت‌هایی که در مرحله رشدشان فاقد بودجه کافی هستند، می‌تواند با تسریع رشد و کوتاه کردن بازه زمانی خروج از مرحله کمبود بودجه، تأثیر فوری بر روند موجود داشته باشد. دوما، تأمین مالی کافی شرکت‌ها در طول چرخه عمرشان، نه تنها در مراحل اولیه بلکه در نسل‌های بعدی آن، می‌تواند آنها را قادر سازد تا به عنوان رهبران بازار تلقی شده و فراوانی نتایجِ موجود در مقیاس بزرگ را افزایش دهند.

*** نتیجه گیری**

کانادایی‌ها تمایل خود را در خصوص انجام اقدامات جسورانه و اهداف بلندپروازانه‌ای که از طریق طرح‌های نوآورانه منجر به رشد اقتصادی می‌شود را به وضوح ابراز

کرده‌اند.

آنها خواهان دسترسی به آموزش‌های بهتر برای ارتقاء مهارت‌های خود، موقعیت‌های شغلی بهتر و فرصت‌های بهتری که منجر به ارتقاء استانداردهای زندگی همه کانادایی‌ها می‌شود، می‌باشند.

این افراد خواهان یک رویکرد جامع برای ایجاد اشتغال هستند، این رویکرد باید بر دو موضوع خاص تمرکز کند:

۱) چگونگی ترغیب افراد بیشتر به راه‌اندازی شرکت‌ها

۲) چگونگی تجهیز کردن کانادایی‌ها با مهارت‌هایی که لازمه مشاغل قرن بیست و یکم است.

در بسیاری از کشورهایی که رشد خود را مدیون طرح‌های نوآورانه هستند، دولت نقش فعالی را در پرورش این موفقیت‌ها ایفا می‌کند. دولت کانادا متعهد شده است که بزرگ فکر کند، اهدافی بلند بالا و عملکردی جسورانه داشته باشد. اما اقدامات دولت به تنهایی نمی‌تواند نتایج هدفمندِ مورد انتظار کانادایی‌ها را برآورده سازد.

موفقیت کانادا به این بستگی دارد که تمام اقشار جامعه کانادا در توسعه طیف گسترده‌ای از مشارکت‌ها نقش داشته باشند. کسب و کارها، دانشگاه‌ها و کالج‌ها و همچنین شهروندان باید با همه بخش‌های دولتی همکاری کنند. تنها در این صورت است که کشور می‌تواند مشاغل باکیفیتی که باعث تقویت طبقه متوسط می‌شود را ایجاد کرده و استانداردهای زندگی همه کانادایی‌ها را ارتقاء بخشد.

WWW.CANADAIRAN.INFO

شبکه اختصاصی اعضای محترم انجمن بازرگانی ایران و کانادا تحت محیط وب راه اندازی شده است

اگر شما جزو اعضای انجمن هستید و هنوز ایمیلی دریافت نکرده‌اید لطفا اطلاع دهید

اعطای نمایندگی فروش و اجاره در تمام ایالت های آمریکا

محصول تولیدی کارخانه مونترال

دارای استاندارد های ایمنی

انجمن بازرگانی ایران و کانادا

انجمن بازرگانی ایران و کانادا موسسه‌ای غیردولتی و غیرانتفاعی است که با استناد به قوانین بازرگانی کانادا و ایران، به ویژه در حوزه‌های تجاری، بازرگانی، صنایع، کشاورزی و گردشگری با هدف ایجاد و گسترش بستری مناسب برای همکاری متقابل بازرگانان و شرکت‌های تجاری ایران و کانادا و همچنین تبادل سرمایه‌گذاری در سال ۲۰۱۶ تاسیس شده است.

ارتباط با ما

Montreal: 4388 St Denis, Suite 200 #100, Montreal, QC H2J 2L1

Toronto: 1370 Don Mills Rd, Toronto, ON M3B 3N7

تهران، میدان آرژانتین، خیابان زاگرس، نبش کوچه ۲۹، پلاک ۱۳ واحد ۹

+1(514)812-1744

+1(647)619-0868

+98(912)194-1366

Monthly Online Magazine
Canada Iran Business Association
December 2021, Number of Twelve

To contact the editors:

contact@canirn.com

Publisher: Canada Iran Business Association

www.CanadaIran.ca

4388 Saint Denis St Suite 200 #100

Montreal, QC Canada H2J 2L1

Published language: Persian

Signatures is published Monthly, online

ISSN 2564-1069