

Monthly Online Magazine

Canada Iran Business Association

October 2023 - Number Thirty - four

ISSN 2564-1069



تئوری مزایای نسبی - کلید  
موفقیت تجاری

شنیدن ناگفته‌ها:  
تکنیک‌ها و راهکارهای کلیدی  
برای موفقیت در کسب و کار

سیستم کانبان؛ نحوه کار، ابعاد و  
مزایای این شیوه مدیریت ژاپنی

ماهنامه انجمن بازرگانی

ایران و کانادا

شماره سی و چهار - اکتبر ۲۰۲۳





Canada Iran Business Association  
انجمن بازرگانی ایران و کانادا



مشاوره امور تجاری



خدمات حقوقی



شبکه‌های اعضای انجمن



تامین منابع مالی



کمیسیون‌های تخصصی



گسترش کسب و کار شما

تهران - پاسداران خیابان شهید کلاهدوز  
بعد از چهار راه کاوه پلاک ۳۱۵ - واحد ۱۴  
طبقه پنجم



4388 Saint Denis St  
Suite 200 #100,  
Montreal,  
Quebec H2J 2L1

ثبت شده در استان کبک کانادا

ثبت شده در سطح فدرال کانادا

ثبت شده در کشور ایران

مورد تایید وزارت امور خارجه فدرال  
کانادا و ایران

Monthly Online Magazine  
Canada Iran Business Association  
October 2023 - Number Thirty-four  
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



سخن مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا ..... ۴

معرفی اعضا ..... ۶

شنیدن ناگفته‌ها: تکنیک‌ها و راهکارهای کلیدی برای  
موفقیت در کسب و کار ..... ۱۰

روندها و پیش‌بینی‌های تجارت جهانی در سال ۲۰۲۴ ..... ۱۸

تئوری بازاریابی و کاربردهای آن برای بازرگانان و تاجران  
کانادا ..... ۲۴

اهمیت صادرات از کانادا به کشورهایمانند امارات، ترکیه و  
پاکستان:  
راهنمای مجوز صادرات برای اعضای انجمن بازرگانی ایران و  
کانادا ..... ۲۶

نقش برجسته انجمن بازرگانی ایران و کانادا در مشاوره‌های  
مالیاتی و بهینه‌سازی ساختار مالیاتی ..... ۳۰

MT 760 رمز گشایی شد ..... ۳۴

سیستم کانبان؛ نحوه کار، ابعاد و مزایای این شیوه مدیریت  
ژاپنی ..... ۴۰



# تئوری مزایای نسبی کلید موفقیت تجاری



می‌خواهم با شما درباره یکی از تئوری‌های اساسی اقتصادی صحبت کنم که کمک شایانی می‌کند. این تئوری، تئوری مزایای نسبی است که به سادگی و با عمقی خاص به تصمیم‌گیری‌های تجاری ما را هدایت می‌کند.

یک سازنده خوب از محصولات کشاورزی باشد و کانادا تخمیناً تخصص داشته باشد در تولید ماشین‌آلات کشاورزی. حالا، اگر شما به عنوان تاجران ایرانی، کالاهای کشاورزی خود را به کانادا صادر کنید و در عوض، ماشین‌آلات کشاورزی کانادایی را وارد کنید، می‌توانید از مزایای نسبی بهره‌برداری کنید.

## \* چرا مزایای نسبی اهمیت دارد؟

از آنجایی که مزایای نسبی می‌تواند به ما کمک کند تا به بهترین نحو از توانمندی‌های خود بهره‌بری کنیم، این تئوری برای تجارت بین‌المللی بسیار اهمیت دارد. از آنجایی که انجمن بازرگانی ایران و کانادا این اصول اقتصادی را ترویج می‌کند و منابعی برای مشاوره در این زمینه فراهم می‌آورد، شما به عنوان اعضای این انجمن می‌توانید از تجربیات و دانش اشتراکی استفاده کنید.

فرض کنید که شما تاجری باشید که در ایران کالاهایی تولید می‌کنید و قصد دارید آنها را به کانادا صادر کنید. حالا، چگونه می‌توانید به بهترین نحو از این فرصت بهره‌برداری کنید؟ پاسخ اینجاست: با استفاده از تئوری مزایای نسبی.

## \* تفکر درجا و تفکر درست

گاهی اوقات ممکن است در تصمیم‌گیری‌های تجاری خود در تفکر درجا گیر کنیم و از توانایی‌ها و منابع محدود خود بهره‌برداری نکنیم. اما تئوری مزایای نسبی به ما آموزش می‌دهد که هیچ چیز در دنیای تجارت تصادفی نیست و همه چیز بر اساس مزیت‌ها و توانایی‌های نسبی ما و دیگران شکل می‌گیرد.

## \* چگونه مزایای نسبی کار می‌کند؟

برای درک بهتر، فرض کنید که ایران تخمیناً

تجارب، ایده‌ها، و اطلاعات مالیاتی، می‌توانیم به همدیگر کمک کنیم تا به بهترین نحو از فرصت‌های تجاری استفاده کنیم.

### \* چگونه می‌توانیم ارتباطات خود را بهبود دهیم؟

شرکت در رویدادها و جلسات انجمن: شرکت فعال در جلسات انجمن و رویدادهای تجاری می‌تواند به شما این فرصت را بدهد که تاجران و کارآفرینان دیگری را ملاقات کنید و ارتباطات جدیدی بسازید.

### استفاده از منابع آموزشی انجمن:

انجمن بازرگانی ایران و کانادا منابع آموزشی بسیاری ارائه می‌دهد. از آنها بهره‌برداری کنید تا مهارت‌های خود را ارتقاء دهید.

### اشتراک گذاری اطلاعات:

با دیگر اعضای انجمن اطلاعات مفید و تجربیات خود را به اشتراک بگذارید. این می‌تواند به همه ما کمک کند.

با مهر

محمد وحیدی راد

مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا

تئوری مزایای نسبی یک اصل بسیار قدرتمند در دسته‌بندی و بهره‌برداری از مزیت‌های نسبی ما و دیگران است. این تئوری به ما در تصمیم‌گیری‌های تجاری و همچنین به توسعه تجارت بین‌المللی و افزایش سودآوری کمک می‌کند. به امید استفاده بهتر از این تئوری و تحقق موفقیت‌های بیشتر در تجارت خود.

### \* شبکه ارتباطی: مهمتر از هر چیزی

در دنیای امروز، تجارت و بازرگانی به سرعت در حال تغییر و تحول است. اما یک چیز ثابت باقی می‌ماند: ارتباطات. شبکه ارتباطی که می‌سازیم و حفظ می‌کنیم، دارای اهمیتی بی‌نظیر در موفقیت تجاری ماست.

## شبکه ارتباطی و انجمن بازرگانی ایران و کانادا

انجمن بازرگانی ایران و کانادا به عنوان یک انجمن حرفه‌ای تجاری، یک پل ارتباطی قدرتمند برای تاجران و کارآفرینان ایرانی و کانادایی فعال در زمینه‌های مختلف است. این انجمن نه تنها یک مجموعه از تاجران است، بلکه یک خانواده است که با هدف توسعه تجارت و ایجاد فرصت‌های جدید برای همدیگر ایجاد شده است.

### \* ارتباطات در دنیای امروز

در دنیای امروز، تکنولوژی و ارتباطات دستها را به طور شگفت‌آوری باز کرده‌اند. ما توانایی برقراری ارتباط با همدیگر را به سرعت و با هزینه کم داریم. اما اینکه چگونه از این ارتباطات بهترین استفاده را ببریم، به علم و استفاده مناسب نیاز دارد.

### \* اهمیت ایجاد شبکه ارتباطی قوی

شبکه ارتباطی قوی می‌تواند ما را به عنوان تاجران و بازرگانان به نقاط بسیار دورتر و بازارهای جدیدی برساند. از طریق اشتراک



## مسعود هوشیار

کارشناس مدیریت صنعتی - کارشناس  
ارشد مدیریت بازرگانی گرایش  
بازاریابی - دانش آموخته DBA دانشگاه  
فردوسی مشهد



بخشی از سوابق تحقیقاتی و پروژه ها

طراحی سیستم هوشمند تحقیقات محصول  
طراحی سامانه جامع معاملات املاک و  
مستغلات

طراحی مارکت پلیس خصوصی عرضه  
محصولات لوکس

طراحی سیستم های ترکیبی فروش، CRM و  
کنترل فازی شبکه فروش

طراحی سیستم سمپلینگ هوشمند برای  
معرفی محصولات مصرفی و خوراکی

طراحی و آموزش سیستم مرچندایزینگ فازی  
برای هایپرمارکتها

طراحی و اجرای فرایند فروش بر اساس اصول  
نورومارکتینگ برای فروشگاهها

طراحی و ساخت خطوط تولید عایق رطوبتی،  
رنگ، چسب و رزین در شهرهای مختلف

طراحی و ساخت پالایشگاه خصوصی قیر در  
مشهد و زاهدان

## سوابق کاری و اجرایی

مدیر کانون بازاریابی و تبلیغات راه روشن  
مدیر اجرایی گروه کارخانجات ایزوگام  
شرق

مدیر عامل شرکت عایق سازان شرق  
عضو هیات مدیره شرکت بازرگانی مشهد  
- خجند تاجیکستان

مدیر عامل شرکت پشم شیشه نوین

عضو هیات مدیره شرکت اطلس بام شرق

مدیر عامل شرکت دریچه تدبیر شرق  
واقع در پارک علم و فن آوری خراسان  
صاحب امتیاز و مدیر مسئول نشریه  
تخصصی مدیریت ماتریس

مدیر طرح و برنامه شرکت صنایع غذایی  
مشهد بهروز



[www.rah-roshan.com](http://www.rah-roshan.com)

مشاور بازاریابی، تبلیغات و سیستم فروش در صنعت رستوران و گردشگری

تدوین استاندارد آموزشی و تدریس در سازمان آموزش فنی حرفه ای

مشاور صادر کنندگان فرش دستباف

مشاور فروش و بازاریابی برندهای پوشاک

اجرای سیستم job rotation و طرح جایگزینی منابع انسانی

مشاور تبلیغات و تولید محتوای فضای مجازی

طراح و مجری طرح کارآفرینی تولید قطعات رزینی برای NGO های حمایتی

طراحی سیستم کنترل دیجیتال گزارش دهی و تحلیل تولید، توقفات، مغایرت برنامه و کنترل ضایعات برای کارخانجات صنایع غذایی

ثبت اختراع عایق رطوبتی پیش ساخته خودچسب بخشی از سوابق در حوزه مشاوره و آموزش:

مشاور طراحی سیستم های فروش و آموزش فروشندگان

مشاور راه اندازی کسب و کارهای نوپا

کاربرد تکنیک های نورومارکتینگ در بازاریابی، تبلیغات و فروش

مشاور بازاریابی و فروش محصولات لوکس

مشاور استانداردسازی رفتار سازمانی فروشگاه های زنجیره ای

# بیزینس هاب ساختمانی ایران و کانادا

اولین مرکز و نمایشگاه  
دائمی محصولات دائمی  
ایران در زمینه ساختمان  
در شهر مونترال



## بیزینس هاب مونترال

ایجاد یک نمایشگاه دائمی محصولات ساختمانی در شهر مونترال می‌تواند فرصت‌های بسیاری را برای تجارت و صنعت مصالح ساختمانی به ارمغان آورد. در ادامه، مواردی را که به عنوان توجیه برای ایجاد این نمایشگاه می‌توان مطرح کرد، بیان می‌کنم:

بافت ساختمانی منطقه: شهر مونترال برای بیشترین تعداد خانه‌های ویلایی در منطقه مشهور است. این بافت ساختمانی به معنای وجود بازار بزرگی برای محصولات ساختمانی است. ایجاد نمایشگاه دائمی در این شهر، به تولیدکنندگان ایرانی فرصتی عالی برای نمایش و فروش محصولات خود در یک بازار پتانسیل‌دار را می‌دهد.

عرضه محصولات در این نمایشگاه بصورت انحصاری: تنها یک تولیدکننده در هر حوزه محصولات ساختمانی مجاز به نمایش و فروش محصولات خود در این نمایشگاه می‌باشد. این مسئله باعث می‌شود که نمایشگاه دائمی به عنوان یک مرجع اصلی برای تامین محصولات ساختمانی کشور ایران در کلان شهر مونترال شناخته شود. تولیدکنندگان ایرانی می‌توانند با شرکت در این نمایشگاه، محصولات خود را به خریدارانی که به دنبال انتخاب گزینه‌های متنوع و با کیفیت هستند، معرفی کنند.

کاهش هزینه‌های تبلیغاتی: با تشکیل یک نمایشگاه دائمی، هزینه‌های تبلیغاتی برای تولیدکنندگان به طور قابل توجهی

کاهش می‌یابد. زیرا هر تولیدکننده تنها نیاز به تبلیغات برای حضور در نمایشگاه خواهد داشت و این هزینه بین تمامی شرکت کنندگان تقسیم خواهد شد.

کاهش هزینه اجاره: تشکیل یک نمایشگاه دائمی به ایجاد امکان مذاکره قویتر با صاحبان مکان‌ها و کاهش هزینه اجاره منجر خواهد شد. چراکه هزینه اجاره مکان نمایشگاه نیز بین تمامی شرکت کنندگان تقسیم می‌شود.

تقویت جامعه تجاری: ایجاد یک نمایشگاه دائمی محصولات ساختمانی، می‌تواند ارتباطات و شبکه‌سازی بین تولیدکنندگان، پیمانکاران، و مشتریان را تقویت کند. این فرصت به شرکت‌های ایرانی امکان همکاری و برقراری ارتباط با افراد و شرکت‌های متعددی را در داخل و خارج از شهر مونترال فراهم می‌کند.

بنابراین، ایجاد یک نمایشگاه دائمی محصولات ساختمانی در شهر مونترال می‌تواند فرصت‌های بسیاری را برای تولیدکنندگان ایرانی در بازار ساختمانی این شهر ایجاد کند و باعث توسعه تجارت و افزایش تقاضا برای محصولات ساختمانی از ایران شود.

این طرح زیر نظر انجمن بازرگانی ایران و کانادا انجام خواهد شد.





LOREMIPSUM



LOREMIPSUM



LOREMIPSUM



**THE  
BUILDINGS  
SHOW**

CONSTRUCT  
CANADA®

PM  
EXPO

HOMEBUILDER  
& RENOVATOR  
EXPO

WORLD OF  
CONCRETE  
TORONTO PAVILION

**NOV 29 - DEC 1 2023**  
METRO TORONTO CONVENTION CENTRE  
**CELEBRATE 35 YEARS!**

## نوامبر و دسامبر ۲۰۲۳

انجمن بازرگانی ایران و کانادا مانند سال‌های گذشته امکان عرضه غرفه اشتراکی با هزینه‌های پایین‌تر از خود نمایشگاه و همچنین به نمایندگی از شرکت شما حضور و معرفی محصولات شما را دارد.

این سرویس تنها ویژه اعضای محترم انجمن است  
لذا خواهشمند است در صورت تمایل یک نامه اعلام آمادگی به انجمن ارسال کنید.

باتشکر

# شنیدن ناگفته‌ها: تکنیک‌ها و راهکارهای کلیدی برای موفقیت در کسب و کار



شنیدن ناگفته‌ها یکی از مهارت‌های بسیار مهم در موفقیت در کسب و کار است. این مهارت به مدیران و کارکنان کمک می‌کند تا به موفقیت‌های بزرگتری دست یابند، مشکلات را بهبود ببخشند و روابط خود با مشتریان و تیم‌های داخلی را تقویت کنند.

\* در زیر به مثال‌هایی از چالش‌های مرتبط با موضوع می‌پردازیم:

**مثال ۱:** چالش در فهم نیازهای مشتریان: یک شرکت فناوری به تازگی محصول جدیدی عرضه کرده است. مشتریان از طریق بازخوردها نشان می‌دهند که مشکلاتی دارند، اما اکثر این مشکلات به صورت غیر کلامی و با تحلیل علائمی ناگفته مطرح می‌شوند. اگر تیم مدیریتی این شرکت به دقت به این ناگفته‌ها توجه نکند، ممکن است به اشتباه تغییرات نادرستی انجام دهد و مشتریان را از دست بدهد.

در دنیای پرسرعت امروزی کسب و کارها، روابط انسانی و ارتباطات با مشتریان و تیم‌های داخلی بسیار حیاتی و پیچیده شده‌اند. پیترو دراکر، یکی از مدیران برجسته و تأثیرگذار در حوزه مدیریت، با جمله‌ای بسیار معروف تاکید می‌کند که مهم‌ترین عنصر در ارتباطات، شنیدن ناگفته‌هاست. در این مقاله، به تجزیه و تحلیل این جمله و اهمیت شنیدن ناگفته‌ها در موفقیت کسب و کارها می‌پردازیم.





باز به مشتری فرصت می‌دهد تا جزئیات بیشتری را به اشتراک بگذارد و ممکن است نقاط ضعف یا نیازهای غیرکلامی را نیز اشاره کند.

**مثال ۳:** در جلسات استراتژیک مدیریت: در جلسات استراتژیک مدیریت، سؤالات باز می‌توانند به مدیران کمک کنند تا چالش‌ها و فرصت‌های مهم را بهتر درک کنند. به جای سؤالات بسته که به پاسخ‌های محدودی منجر می‌شوند، می‌توان از سؤالاتی مانند «چه مواردی می‌بایست در استراتژی ما در نظر گرفته شود؟» یا «چه تغییراتی در صنعت ما رخ داده است که ممکن است تاثیر بگذارد؟» استفاده کرد. این سؤالات باز به افراد فرصت می‌دهند تا نظرات و تحلیل‌های خود را به اشتراک بگذارند و به تصمیم‌گیری‌های بهتری دست یابند.

از این مثال‌ها مشخص می‌شود که سؤالات باز می‌توانند در مواقع مختلف در کسب و کار مفید واقع شوند و به شما کمک کنند تا ناگفته‌ها را کشف کرده

تیم استفاده کنید. به جای اینکه سؤالات بسته و منطقی پرسیده و پاسخ‌های کوتاهی دریافت کنید، از سؤالاتی مانند «چگونه می‌توانیم باعث بهبودی در این پروژه شویم؟» یا «چه ایده‌هایی برای حل این چالش‌ها دارید؟» استفاده کنید. این سؤالات باز اعضای تیم را ترغیب می‌کنند تا نظرات خود را به اشتراک بگذارند و به مسائل مهمی اشاره کنند که ممکن است در جلسات سؤالات بسته مطرح نشوند.

**مثال ۲:** در مصاحبه‌های مشتریان: در مصاحبه‌های با مشتریان، سؤالات باز می‌توانند به شما کمک کنند تا نیازها و تجربیات مشتریان را به دقت درک کنید. به عنوان مثال، به جای پرسیدن «آیا محصول مورد نظرتان به موقع تحویل داده شد؟»، می‌توانید سؤالی مانند «لطفاً در مورد تجربه خود از فرآیند تحویل محصول توضیح دهید.» پرسید. این سؤال



و به مسائل مهم تر توجه کنید. این تکنیک می تواند در بهبود تصمیم گیری ها، حل مشکلات و تعاملات موثر در محیط کسب و کار کمک کند.

**تکنیک ۳:** تمرین در مهارت های مرتبط با مدیریت تنش: در مواقعی که افراد تنش دارند، اغلب ناگفته ها به شکل نادرست بیرون میزنند. آموختن مهارت های مدیریت تنش و تشخیص ناگفته های ممکن در این مواقع می تواند به تقویت شنیدن ناگفته ها کمک کند.

**مثال ۱:** مدیریت تنش در جلسات تصمیم گیری: هنگامی که در جلسات تصمیم گیری تنش ها و اختلاف های نظر بروز می کند، مدیران می توانند از تکنیک تمرین در مهارت های مدیریت تنش استفاده کنند. این تکنیک شامل آموزش مدیریت تنش ها، تسکین افراد و تشخیص ناگفته های ممکن در پشت تنش ها می شود. به عنوان مثال، اگر در جلسه تصمیم گیری یک تنش بروز کند، مدیر می تواند به طور فعال به افراد گوش دهد و سعی کند تا به دقت متوجه دلایل تنش شود. این ممکن است به افراد فرصت دهد تا ناگفته ها یا مسائلی را که تاکنون مطرح نشده بودند، اعلام کنند.

**مثال ۲:** مدیریت تنش در ارتباط با مشتریان: در برخورد با مشتریان ناخشنود یا تنش دار، تکنیک تمرین در مهارت های مدیریت تنش می تواند به شما کمک کند تا به بهترین شکل با آنها ارتباط برقرار کنید. به عنوان مثال، اگر یک مشتری از خدمات شما ناراضی باشد و اظهار نارضایتی کند، می توانید با تمرین در مهارت های مدیریت تنش، سعی کنید تا به دقت علت نارضایتی و نیازهای مشتری را درک کنید. این می تواند به شما کمک کند تا به مشکلات مشتری پاسخ دهید و از او برای بهبود خدماتتان بازخورد بگیرید.

**مثال ۳:** مدیریت تنش در تیم های کاری: در تیم های

ممکن است پشت تنش‌ها نهفته باشند کمک می‌کند و به مدیران و کارکنان کمک می‌کند تا به موفقیت‌های بیشتری دست یابند.

**تکنیک ۴:** تشویق به تیم‌های متنوع: تشویق به تشکیل تیم‌های متنوع از نظر فرهنگی و تجربیات می‌تواند به شنیدن ناگفته‌ها در محیط کسب و کار کمک کند. افراد با زمینه‌های مختلف ممکن است نکات مختلفی را به اشتراک بگذارند که باعث بهبود تصمیم‌گیری‌ها می‌شود.

#### مثال ۱:

تشکیل تیم‌های توسعه محصول: در توسعه محصولات جدید، می‌توانید تیم‌های متنوعی از افراد با تخصص‌های مختلف ایجاد کنید. به عنوان مثال، یک تیم تشکیل دهید که از مهندسان، طراحان، بازاریابان و متخصصان مالی تشکیل شده است. این تیم‌های متنوع می‌توانند به بهبود تصمیم‌گیری‌ها و ایجاد محصولات بازارپسند کمک کنند. از طریق این تیم‌ها، می‌توان نقاط ضعف و قوت‌های مختلف را در مراحل مختلف توسعه محصول شناسایی کرد.

#### مثال ۲:

تشکیل تیم‌های مدیریتی چندفرهنگی: در شرکت‌های

کاری، تنش‌ها و اختلاف‌های نظر ممکن است به وقوع بپیوندند. با استفاده از تکنیک تمرین در مهارت‌های مدیریت تنش، مدیران می‌توانند سعی کنند تا افراد را در مواجهه با تنش‌ها آماده کنند و به آنها نشان دهند که چگونه می‌توانند به بهترین شکل با اختلاف‌ها برخورد کنند. به عنوان مثال، می‌توان به افراد آموزش داد که چگونه در مواجهه با نظرات متفاوت احترام بگذارند و به بهبود تیم کاری خود پردازند.

در مواقعی که تنش‌ها و اختلاف‌های نظر وجود دارد، تمرین در مهارت‌های مدیریت تنش می‌تواند به بهبود ارتباطات و حل مسائل موثر کمک کند. این تکنیک به تشخیص ناگفته‌ها و مسائلی که



مهارت‌های مختلف تشکیل شوند و در مسابقات جذابی به رقابت پردازند. این فرصت به اعضای تیم می‌دهد تا نقاط قوت و ضعف خود را بهتر درک و با همکاران خود همکاری کنند.

تشویق به تشکیل تیم‌های متنوع می‌تواند به تولید ایده‌های جدید، حل مشکلات بهتر، و بهبود تصمیم‌گیری‌ها کمک کند. این تکنیک به مدیران و سازمان‌ها کمک می‌کند تا به ناگفته‌ها و نقاط ضعف و قدرت‌های مختلف دست پیدا کنند و به بهبود کارایی و موفقیت کسب و کار منجر شوند. بد نیست دو نمونه عینی از بکارگیری تکنیک‌های فوق را بررسی کنیم:

### **مثال ۱: آمازون و توجه به بازخورد مشتریان:**

شرکت آمازون به شنیدن ناگفته‌ها از طریق تحلیل بازخورد مشتریان به دقت توجه می‌کند. از طریق طراحی الگوریتم‌های رتبه بندی محصولات و پیشنهاد محصولات مشابه بر اساس خریدهای گذشته مشتریان، آمازون به بهبود تجربه خرید آنلاین مشتریان پرداخته است. این تکنیک به شما نشان

بزرگ چندملیتی، تشکیل تیم‌های مدیریتی چندفرهنگی می‌تواند به بهبود تصمیم‌گیری‌ها و راهبری کسب و کار کمک کند. این تیم‌ها ممکن است از افرادی با زبان‌ها، فرهنگ‌ها، و تجربیات مختلف تشکیل شوند. این تنوع می‌تواند به شرکت کمک کند تا بهبود درک از بازارهای مختلف و مدیریت ریسک‌های مرتبط با تنوع فرهنگی داشته باشد.

**مثال ۳:** تیم‌های مشاوره خلاقانه: در صنایع خلاقانه مانند تولید موسیقی یا سینما، می‌توانید تیم‌های مشاوره ایجاد کنید که از هنرمندان، تهیه‌کنندگان، نویسندگان، و تخصص‌های دیگر تشکیل شده‌اند. این تیم‌ها می‌توانند به پیدا کردن ایده‌های خلاقانه و پروژه‌های جدید کمک کنند. با تنوع در تجربیات و دانش‌ها، می‌توان از ناگفته‌ها و نقاط قوت هر عضو در تیم بهره‌برداری کرد.

**مثال ۴: تشکیل تیم‌های مسابقه‌ای:** در برخی موارد، می‌توان تیم‌های مسابقه‌ای بازی‌های اداری یا چالش‌های خلاقانه تشکیل داد. این تیم‌ها ممکن است از افراد با تخصص‌ها و



## شنیدن ناگفته‌ها: تکنیک‌ها و راهکارهای کلیدی برای موفقیت در کسب و کار

می‌دهد که حتی در یک شرکت بزرگ مانند آمازون، توجه به جزئیات و ناگفته‌ها می‌تواند به موفقیت کمک کند.

**مثال ۲:** توپوتا و ارتقاء فرآیندهای تولید: شرکت توپوتا به شنیدن ناگفته‌ها از طریق تشویق کارکنان خود به ارائه پیشنهاداتی برای بهبود فرآیندهای تولید توجه می‌کند. این پیشنهادات ناگفته‌هایی هستند که بهبودهای بزرگ در کارخانه‌های توپوتا را ممکن می‌کنند. از این مثال مشهود می‌شود که در محیط تولیدی هم توجه به ناگفته‌ها می‌تواند به بهبود کارایی و کیفیت منجر شود.

### چگونه شنیدن ناگفته‌ها را تقویت کنیم؟ برای

تقویت مهارت شنیدن ناگفته‌ها در کسب و کارها، می‌توان از راهکارهای زیر استفاده کرد:

**۱. پرورش مهارت گوش دادن:** آموزش مهارت‌های گوش دادن به کارکنان و مدیران می‌تواند به بهبود توانایی‌های شنیدن ناگفته‌ها کمک کند. این آموزش‌ها معمولاً شامل تمرینات عملی برای بهبود توجه به جزئیات می‌شوند.

**۲. تشویق به بازخورد:** تشویق به ارائه بازخورد و نظرات صریح توسط کارکنان و مشتریان می‌تواند به شنیدن ناگفته‌ها کمک کند. برای این منظور،

باید یک فرهنگ بازخورد مثبت در سازمان ایجاد کرد.

**۳. مدیریت تنش:** توانایی مدیریت تنش‌ها و تشخیص ناگفته‌های ممکن در مواقعی که افراد تنش دارند، می‌تواند به تقویت شنیدن ناگفته‌ها کمک کند. در این مواقع، کارکنان ممکن است اطلاعات مهمی را نادیده بگیرند.

**۴. تشکیل تیم‌های متنوع:** تشویق به تشکیل تیم‌های متنوع از نظر فرهنگی، تجربیات و دانش می‌تواند به شنیدن ناگفته‌ها در محیط کسب و کار کمک کند. این تیم‌ها می‌توانند نظرات متفاوتی را ارائه دهند که به بهبود تصمیم‌گیری‌ها کمک می‌کند.

**نتیجه‌گیری:** شنیدن ناگفته‌ها به عنوان یک مهارت کلیدی در کسب و کارها بسیار مهم است و می‌تواند به موفقیت‌های بزرگتر، حل مشکلات مزمن و روابط بهتر با مشتریان و تیم‌های داخلی منجر شود. با استفاده از تکنیک‌هایی مانند گوش دادن فعال، سؤالات باز، تمرین در مهارت‌های مدیریت تنش و تشویق به تشکیل تیم‌های متنوع، می‌توان به مهارت شنیدن ناگفته‌ها دست یافت و سازمان‌ها را به مسیر موفقیت هدایت کرد. از طریق تمرین مداوم در این مهارت‌ها و ایجاد فرهنگی که به نیازها و نیازهای غیرکلامی توجه کند، می‌توان کسب و کارها را به سمت توسعه و رشد هدایت کرد.

با تقدیم احترام

حبیب موسوی

habib@bcacademy.ca

001-647-896-7612

www.bcacademy.ca

کارآفرین، مشاور بیزینس، لایف کوچ (از جک کنفیلد)،  
موسس کمپانی‌های مختلف در ایران، کره جنوبی، امارات  
و کانادا در زمینه تجارت بین‌المللی  
(از سال ۱۹۹۵ تا کنون)، تحصیل کرده دانشکده مدیریت  
شریف، ای ام بی ای از دانشگاه ایالتی واشنگتن





قرار گرفتن نام

# انجمن بازرگانی ایران و کانادا

در لیست حرفه‌ای ترین انجمن‌های فعال در کانادا  
توسط دانشکده مدیریت و تجارت بریتیش کلمبیا



Canada Iran Business Association  
انجمن بازرگانی ایران و کانادا



WWW.CANADAIRAN.CA

قرار گرفتن نام انجمن بازرگانی ایران و کانادا در لیست حرفه‌ای ترین انجمن‌های  
فعال در کانادا توسط دانشکده مدیریت و تجارت بریتیش کلمبیا  
این نخستین بار است که یک انجمن با ماهیت ایرانی توانسته است در کشور کانادا  
در لیست انجمن‌های حرفه‌ای قرار بگیرد.  
این مهم را خدمت تمامی اعضای محترم تبریک عرض میکنیم

## روندها و پیش‌بینی‌های تجارت جهانی در سال ۲۰۲۴

سال ۲۰۲۴ در حال نزدیک شدن است و به همراه آن تغییرات جدیدی در صنعت تجارت جهانی پیش‌بینی می‌شود. در این مقاله، به برخی از مهم‌ترین روندها و پیش‌بینی‌های تجارت جهانی در سال ۲۰۲۴ خواهیم پرداخت.

### ۱. تکنولوژی در تجارت جهانی

تکنولوژی و دیجیتالی‌شدن فرآیندهای تجارت جهانی در سال‌های اخیر به شدت رشد کرده‌اند و این روند در سال ۲۰۲۴ نیز ادامه خواهد داشت. استفاده از بلاکچین برای تضمین امنیت تراکنش‌ها، هوش مصنوعی برای بهینه‌سازی حمل‌ونقل کالاها، و اینترنت اشیا برای نظارت بهتر بر زنجیره تأمین از جمله مسائلی هستند که در تجارت جهانی معمول شده‌اند.

#### مثال:

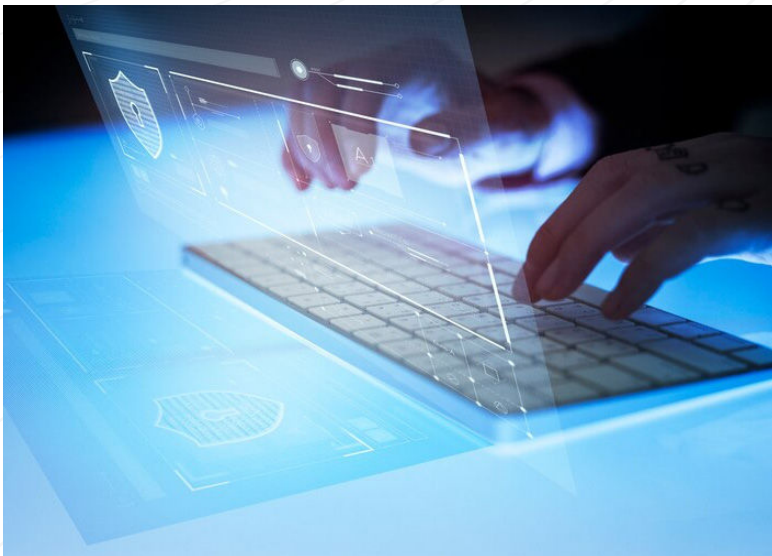
تکنولوژی به کسب و کارها ابزارهای قدرتمندی ارائه داده است. به عنوان مثال، شرکت‌های معتبری مانند «وال‌مارت» از فناوری بلاکچین برای پیگیری مسیر محصولات غذایی استفاده می‌کنند تا اطمینان حاصل کنند که محصولات ایمن و تازه به دست مشتریان می‌رسند. «آمازون» از هوش مصنوعی برای بهینه‌سازی مسیرهای تحویل کالا به مشتریان خود استفاده می‌کند. شرکت‌های بزرگ تولیدی مانند «جنرال الکتریک» از سنسورهای اینترنت اشیا (IoT) برای نظارت بهتر بر تجهیزات بهره می‌برند و در نتیجه، عملکرد تولیدی خود را بهبود می‌بخشند.

### ۲. پایداری و حفاظت از محیط زیست

# گلوبال لینک؛ دروازه‌ای به جهانی شدن تجارت شما



GLOBALLINK



مصرف‌کنندگان محیط‌زیستی را نیز جذب کرد.

#### ۴. تقویت زنجیره تأمین جهانی

زنجیره تأمین جهانی در دوران کووید-۱۹ آسیب پذیری‌های خود را نشان داده است. در سال ۲۰۲۴، تقویت زنجیره تأمین جهانی و ایجاد انعطاف پذیری در مواجهه با مشکلات ناشی از اختلالات این چینی و امکان تأمین کالا از منابع مختلف به جای وابسته بودن محض به یک مرجع مشخص، برای کسب‌وکارها بسیار حیاتی می باشد.

#### مثال:

یکی از درس‌هایی که از پاندمی کووید-۱۹ آموختیم، آسیب‌پذیری بیش از حد به تأمین کالاها از مناطق مشخص بود. به عنوان مثال، شرکت «پل» در اواخر ۲۰۲۲ با تأخیر در تأمین قطعات برای آیفون‌های خود روبه‌رو شد زیرا بسیاری از این قطعات از مناطقی که تحت تأثیر ویروس کووید-۱۹ بودند، تأمین می‌شدند. به منظور پیشگیری از اینگونه مشکلات در آینده، شرکت‌ها می‌توانند در نظر داشته

یکی از تغییرات مهم در تجارت جهانی در سال‌های اخیر تأکید بر پایداری و حفاظت از محیط زیست بوده است. در سال ۲۰۲۴، ادامه این روند پیش‌بینی می‌شود. کسب‌وکارهایی که به شیوه‌های پایداری در عملیات خود اهمیت می‌دهند و تعهد به کاهش اثرات زیست محیطی دارند، می‌توانند مزیت رقابتی بزرگی داشته باشند.

#### مثال:

شرکت‌های پیشرو مانند «آدیداس» از مواد پلاستیکی جمع‌آوری‌شده از دریاچه‌ها برای تولید کفش‌ها ورزشی استفاده می‌کنند. این کار به توجه به حفظ محیط زیست و جلب مصرف‌کنندگانی که به مسائل زیست محیطی حساس هستند، منجر به افزایش فروش آنان شده است. شرکت «پل» نیز به تأمین مواد معدنی به صورت پایدار اهمیت می‌دهد تا از تأمین منابعی که تداوم تعارض و کودک کار را حمایت می‌کنند، خودداری کند.

#### ۳. تغییرات در سیاست‌های تجاری بین‌المللی

تغییرات در سیاست‌ها و توافق‌های تجاری بین‌المللی در سطح جهانی تأثیرات گسترده‌ای در تجارت دارند. کسب‌وکارها باید توجه ویژه‌ای به تغییرات در قوانین تجاری و مقررات مربوط به صادرات و واردات داشته باشند تا بتوانند به موفقیت در تجارت جهانی دست یابند.

#### مثال:

در سال ۲۰۲۳، اتحادیه اروپا مقررات جدید محیطی را برای واردات محصولات ارائه کرد که به ترویج محصولات دوستدار محیط‌زیست می‌پرداخت. شرکت «پل» به این تغییرات آگاهی داشت و با نمایش تعهد خود به پایداری، برنامه‌های بازیافت محصولات و استفاده از مواد پایدار در محصولات خود، اقدام به تطبیق با این مقررات کرد. این اقدام نه تنها با مقررات سازگار بود بلکه



باشند که قطعات مهم را از منابع متنوعی تأمین کنند یا انبار موجودی رزرو کنند.

#### ۵. تغییرات در عادات مصرفی مشتریان

عادات مصرفی مشتریان به شدت در حال تغییر هستند، به ویژه در زمینه خرید آنلاین. در سال ۲۰۲۴، کسب و کارها باید به تغییرات در نیازها و ترجیحات مشتریان پاسخ دهند و تجربه خرید آنلاین را بهبود بخشند.

#### مثال:

در سال ۲۰۲۰، بر اثر شیوع کووید-۱۹، تقاضای مردم به خرید آنلاین بسیار افزایش یافت. شرکت «آمازون» با توجه به این رشد ناگهانی در تقاضا، سیستم تحویل خود را بهبود بخشید و تنوع محصولات خود را افزایش داد. این اقدامات منجر به افزایش چشمگیر فروش آن‌ها شد.

#### ۶. مانیتورینگ تغییرات جغرافیایی و سیاسی

تجارت جهانی همیشه تحت تأثیر وقوع رویدادهای جهانی قرار دارد. به عنوان مثال، افزایش تنش‌های سیاسی میان ایالات متحده و چین در سال ۲۰۱۹ منجر به شروع جنگ تجاری شد و سبب افزایش نرخ گمرکی برای بسیاری از کالاها گردید. شرکت‌هایی که آنتایم از خبرهای این تنش‌ها آگاه بودند، توانستند تأمین‌کنندگان خود را تغییر دهند یا قیمت‌ها را تنظیم کنند. از این رو برای صاحب هر کسب و کار، مانیتور کردن تغییرات جغرافیایی و سیاسی جهانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

#### ۷. شکار فرصت‌های اختصاصی بازارهای جدید

بازارهای نوظهور، به ویژه در مناطقی مانند آسیا، آفریقا و آمریکای لاتین، از فرصت‌های بزرگی برخوردار هستند. تنظیم استراتژی‌های بازاریابی و عرضه محصولات با توجه به سلیقه‌ها و شرایط محلی می‌تواند راهی برای گسترش کسب و کارها به بازارهای جدید باشد.

#### مثال:

به عنوان مثال، وقتی شرکت چندملیتی «مک‌دونالدز» به بازار هند، یک کشور با سلیقه‌ها و محدودیت‌های مخصوص خود، وارد شد، منوی خود را با توجه به این شرایط تنظیم کرد. آن‌ها غذاهای گیاهی و مناسب سلیقه‌های هندی را به منوی خود اضافه کردند. به همین سبب برگر جدیدی از نوع گیاهی و بر مبنای سیب زمینی با عنوان «تی کی مک آلو» را معرفی نمود که یکی از محبوب‌ترین و پرفروش‌ترین‌ها شد. این تطبیق به مک‌دونالدز اجازه داد در بازار هند موفقیت‌آمیز عمل کند و محصولات خود را به خوبی بازاریابی کند.

#### نتیجه‌گیری

سال ۲۰۲۴ با چالش‌ها و فرصت‌های جدیدی برای تجارت جهانی همراه خواهد بود. موفقیت از آن کسب و کارهایی خواهد بود که به طور هوشمندانه با این تغییرات برخورد می‌کنند. در دنیای پر تغییر تجارت بین‌المللی، آماده بودن به معنای واقعی کلید موفقیت است.



سرویس ویژه انجمن بازرگانی ایران و کانادا

## taxation team

اگر صاحب کسب و کار و یا ایده تجاری هستید در کوتاه ترین زمان ممکن و با برنامه تامین منابع مالی و سیستم بازاریابی انجمن توسط نیروهای متخصص کسب و کار خود را رونقی دوباره ببخشید.

دارای تیم مالی حرفه‌ای با تخصص  
taxation

عضو CPA

تیم تخصصی E-commerce

تیم حقوقی عضو کانون وکلای کبک  
و فدرال



# GLOBALLINK

### Tehran Office:

315 Kolahdooz St , Tehran.  
+98 (21)91035695

### Toronto Office:

88 Doncaster Ave. Thornhill, ON.  
+1 (647)8967612 , +1 (416) 856 7705.

### Montreal Office:

2020 Trans Canada Route Suite # 107,  
Pointe-Claire, Quebec.  
+1 (438) 995 7819  
[www.Globallinktradehub.com](http://www.Globallinktradehub.com)  
[info@globallinktradehub.com](mailto:info@globallinktradehub.com)

# حمل و نقل ایران به کانادا از همیشه ارزان تر و راحت تر است



تاریخ: 2023/08/15  
شماره: UN-23/456

به نام خدا

انجمن ایران و کانادا

مدیریت محترم جناب آقای دکتر راد

با سلام

احتراماً، پیرو مذاکرات تلفنی با جناب عالی مورخ 2023/8/14 به استحضار می‌رساند اینجانب محمد رضا عاقل مدیر عامل شرکت کشتیرانی و خدمات UNICOMFORT FREIGHT به شماره رجیستری HE 368196 ثبت شده در سال 2017 می‌باشد. از سوابق اینجانب در مدت 28 سال فعالیت میتوانم موارد زیر را به حضور اعلام کنم:

- اخذ مدرک IATA از هوایمایی کشوری در سال 1375
- اخذ دوره‌های کشتیرانی از سازمان بنادر و دریانوردی 1380
- اولین شرکت خدمات پس‌انداز ایرانی در سال 1388 به عنوان شرکت NAVEX CARGO ثبت شده در کشور بریتانیا
- ترانشیپ و ایجاد خط کانتینری به مدت دو سال از بندرعباس به بندر نیگه بصورت هفتگی
- هماهنگ کننده و فورواردی نمایندگی‌ها های کیش به مدت 14 سال از 1380 تا 1394
- اولین شرکت حمل نقل بین المللی و نمایندگی هوایی در منطقه آزاد کیش (مدیرعامل شرکت ناوکیش)
- چارترینگ و خدمات پرسنلی و نماینده شرکت های نقلی ایرانی و خارجی در جزیره کیش جهت سرویس دهی به سکوهای نفتی در سالهای 1382 تا 1387
- حمل دریایی بیش از 1200 دستگاه کانتینر در سال به جزیره کیش

نمایندگی های فعال در دیگر کشورها: امارات - هند - چین - سرلانکا - ژاپن - استرالیا - نیوزلند - آفریقای جنوبی - تمامی کشورهای اروپایی - کانادا و آمریکا مرکزی - مکزیک و آرژانتین

خدمات ما:

- خدمات دریایی - و تشریفات گمرکی
- انجام تشریفات گمرکی در ایران (صادرات - واردات و ترانزیت) دارای کارت حق العملکاری هوایی و دریایی در تهران و بنادر عباس و خرمشهر و فرودگاه امام خمینی
- حمل کالا از تهران و دیگر شهرستانها به مقصد بندرعباس بصورت زمینی



- حمل دریایی از بندرعباس به مقصد بندر جبل علی (کانتینر 20 و 40 فوت معمولی و یخچالی)
- کراس استاف و ترانشیپ کانتینر در جبل علی
- حمل کانتینر به مقصد بنادر کانادا
- تخلیه کانتینر و ارائه ترخیص D/O به مشتری
- اظهار کالاهای مواد غذایی در بنادر کانادا و تحویل کالا به مشتری در صورت ارائه شماره CBSA
- حمل کالا از بنادر کانادا تا محل تخلیه صاحب کالا DOOR TO DOOR SERVICES

**نکته:** کلیه موارد فوق برای بارهای صادراتی از کانادا به مقصد ایران نیز قابل انجام می‌باشد.

توجه: مدارک کالا از ایران بایستی کامل و بدون هرگونه مغایرت با نوع کالای بارگیری شده در کانتینر باشد. هرگونه مغایرت در اسناد و کالا طبق قانون کشور امارات با جریمه 50 هزار درهمی بوده و این مبلغ بایستی به شرکت با 10 درصد مازاد بر جریمه پرداخت شود. (لذا از کلیه مشتریان تقاضا می‌شود در هنگام صدور مدارک حتما مورد فوق را در نظر داشته باشند).

• خدمات هوایی و تشریفات گمرکی

- انجام تشریفات گمرکی هوایی در فرودگاه امام و اخذ مدارک صادراتی
- حمل کالا از تهران به مقصد فرودگاههای کشور کانادا طبق درخواست مشتری
- خدمات بار پستی بین المللی (این سرویس پس از اتمام موارد سخت افزاری با نرخ ها اعلام خواهد شد)
- حمل نمونه از تمامی نقاط کانادا به مقصد ایران از طریق قیرس (کالاها قابل رهگیری از طرف فرستنده کالا می‌باشد)
- ترخیص نمونه کالاها از مجاز در گمرک فرودگاه امام (هزینه حقوق گمرکی کالا طبق اعلام گمرک با کارمزد ترخیص طبق اعلام دفتر نمایندگی این شرکت در ایران می‌باشد.)
- تحویل کالا در تهران و دیگر شهرستان ها
- خدمات مالی و پرداخت صورت حساب:

پرداخت طبق صورت حساب شرکت و قابل پرداخت در حساب بانکی قیرس این شرکت می‌باشد لذا مشتری بدون هرگونه نگرانی میتواند هزینه را بصورت ارزی به حساب این شرکت واریز نماید. همچنین طبق توافق میتوانی بخشی از هزینه‌ها را در ایران بصورت ریالی پرداخت نمایند و الباقی را بصورت ارز یورو به حساب این شرکت واریز کنند.

# راهنمای کامل لیبلینگ محصولات در کانادا

آخرین نشریه انجمن بازرگانی  
ایران و کانادا به صورت رایگان  
برای شما تهیه شده است  
ویژه اعضای انجمن



# تئوری بازاریابی و کاربردهای آن برای بازرگانان و تاجران

تئوری‌های اقتصادی ابزارهای قدرتمندی هستند که در تصمیم‌گیری‌ها و استراتژی‌های تجاری به کار می‌روند. یکی از تئوری‌های حیاتی برای بازرگانان و تاجران، تئوری بازاریابی است. این تئوری به شما کمک می‌کند تا توزیع، تبلیغات، و فروش کالاها و خدمات خود را به بهترین شکل ممکن مدیریت کنید. در این مقاله، به بررسی اصول تئوری بازاریابی و کاربردهای آن برای بازرگانان و تاجران پرداخته و نشان داده خواهد شد که چگونه این تئوری می‌تواند به توسعه کسب و کار و افزایش سهم بازار کمک کند.





با توجه به تئوری بازاریابی، شما می‌توانید قیمت مناسبی برای محصولات و خدمات خود تعیین کنید که هم با توجه به هزینه‌ها مناسب باشد و هم با توجه به ارزش ارائه شده به مشتریان. مدیریت قیمت به شما امکان می‌دهد رقابتی ماندگار باشید و همچنین سودآوری را افزایش دهید.

### **بخش پنجم: مدیریت توزیع**

تئوری بازاریابی به شما کمک می‌کند تا مدیریت توزیع محصولاتتان را به بهترین شکل ممکن انجام دهید. با تحلیل نیازهای مشتریان و موقعیت جغرافیایی بازار، می‌توانید بهینه‌سازی زنجیره تامین و توزیع محصولات را انجام دهید تا به مشتریان بیشتری دسترسی داشته باشید.

### **بخش ششم: مشارکت در بازارهای بین‌المللی**

در نهایت، اگر تاجران به بازارهای بین‌المللی وارد شوند، تئوری بازاریابی نیز به آنها کمک می‌کند تا استراتژی‌های تبلیغاتی و توزیع مناسبی را برای بازارهای جهانی انتخاب کنند. شناخت بازارهای بین‌المللی، فرهنگ‌ها، و ترجیحات مشتریان در این بازارها از اهمیت بالایی برخوردار است.

تئوری بازاریابی ابزار قدرتمندی است که به بازرگانان و تاجران کمک می‌کند تا محصولات و خدمات خود را به بهترین شکل ممکن به مشتریان عرضه کنند و در بازار به موفقیت دست پیدا کنند. با استفاده از اصول تئوری بازاریابی می‌توانید نیازهای مشتریان را درک کنید، رقبا را تحلیل کنید، استراتژی‌های تبلیغاتی مناسبی تعیین کنید، قیمت‌ها را مدیریت کنید، توزیع را بهینه کنید، و در بازارهای جهانی شرکت کنید. این تئوری به شما کمک می‌کند تا به عنوان یک تاجر یا بازرگان موفق در دنیای اقتصادی پیشرفت کنید.

## **بخش اول: تعیین نیازهای مشتریان**

یکی از اصول اساسی تئوری بازاریابی، درک نیازها و ترجیحات مشتریان است. بازرگانان و تاجران موفق نه تنها محصولات و خدمات با کیفیت ارائه می‌دهند، بلکه همچنین نیازها و ترجیحات مشتریان را به دقت می‌شناسند و محصولات خود را به تائید این نیازها و ترجیحات تطابق می‌دهند. به کمک تئوری بازاریابی، می‌توانید با تحلیل بازار و مشتریان، به بهترین شکل ممکن به نیازهای آنها پاسخ دهید و از طریق ارائه محصولات متناسب با نیازها، بازار خود را تقویت کنید.

## **بخش دوم: تحلیل بازار و رقبا**

تحلیل بازار و شناخت رقبا نقش مهمی در موفقیت بازرگانان و تاجران ایفا می‌کند. تئوری بازاریابی به شما کمک می‌کند تا بازار خود و رقبا را به دقت بررسی کنید و به تعیین استراتژی‌های مناسب برای رقابت در بازار بپردازید. این تحلیل شامل شناسایی نقاط قوت و ضعف رقبا، تعیین نقاط قوت و ضعف خود و مشتریان می‌شود که از اهمیت بسیاری برخوردار است.

## **بخش سوم: استراتژی تبلیغاتی**

تئوری بازاریابی به بازرگانان و تاجران کمک می‌کند تا استراتژی‌های تبلیغاتی موثری را تعیین کنند. تبلیغات به عنوان یکی از عوامل اصلی در جذب مشتریان و افزایش شناخت برند اهمیت زیادی دارد. با استفاده از تئوری بازاریابی، می‌توانید به تعیین پیام‌ها، کانال‌ها و زمان‌بندی مناسب برای تبلیغاتتان بپردازید و به بهبود شناخت برند و افزایش فروش برسید.

## **بخش چهارم: مدیریت قیمت**

مدیریت قیمت نیز از موارد حیاتی در تجارت است.



## اهمیت صادرات از کانادا به کشورهایمانند امارات، ترکیه و پاکستان: راهنمای مجوز صادرات برای اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا

اهمیت صادرات از کانادا به کشورهایمانند امارات، ترکیه و پاکستان:  
راهنمای مجوز صادرات برای اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا

بخش اول: اهمیت صادرات به بازارهای هدف

### صادرات به امارات:

امارات متحده عربی به عنوان یکی از پرترفدارترین بازارهای خاورمیانه برای تاجران جهانی شناخته می‌شود. با وجود تنوع درخواست‌های مشتریان، فرصت‌های بی‌پایانی برای صادرات به این بازار وجود دارد، به ویژه در زمینه‌های نفت و گاز، صنعت ساختمانی و گردشگری.

### صادرات به ترکیه:

ترکیه یک بازار مهم در منطقه خاورمیانه و اروپا است و دارای جمعیت زیادی است. صنایع تولیدی متنوع و بازار مصرف گسترده‌ای دارد. تاجران می‌توانند به طور خاص در زمینه‌های مانند خودروسازی، مواد غذایی، و ماشین‌آلات تجاری به این بازار وارد شوند.

### صادرات به پاکستان:

پاکستان یک بازار بزرگ با جمعیت قدرتمند است که برای تاجران اقتصادی بسیار جذاب است. صنایع مختلفی از جمله پوشاک، مواد غذایی و نساجی از اهمیت بالایی برخوردارند. توسعه تجارت با پاکستان می‌تواند به تاجران ارتقاء ورود به بازارهای جهانی را فراهم کند.





## بخش دوم: مجوز صادرات و مراحل آن

تعیین کالا و بازار مقصد: ابتدا تاجر باید کالای مورد نظر خود را تعیین و بازار مقصد را انتخاب کند. برای این منظور، تحقیقات بازاری و تجزیه و تحلیل رقبا و مشتریان ضروری است.

### تعیین مسائل مرتبط با تعرفه‌ها و مقررات صادرات:

تاجر باید با تعرفه‌ها و مقررات مرتبط با صادرات به بازار مقصد آشنا شود. این شامل مسائلی مانند گمرک و مالیات صادرات می‌شود.

ثبت در دولت و انجام معاملات قانونی: برخی از کشورها ممکن است نیاز به ثبت در دولت داشته باشند و معاملات قانونی مشخصی را انجام دهند.

### درخواست مجوز صادرات:

تاجر باید به دولت مربوطه درخواست مجوز صادرات خود را ارائه دهد. این مجوزها ممکن است به شکل الکترونیکی یا درخواست‌های کاغذی انجام شود.

پیگیری و اجرای معاملات: پس از دریافت مجوز صادرات، تاجر باید معاملات خود را اجرا و کالاهای خود را به مقصد ارسال کند.

### پشتیبانی پس از صادرات:

پس از ارسال کالاها، تاجر باید پشتیبانی لازم را برای مشتریان در مقصد انجام دهد و مشکلاتی که ممکن است پیش بیاید را حل کند.

صادرات به کشورهایی همچون امارات، ترکیه و پاکستان به عنوان یکی از راه‌های اصلی توسعه تجارت و افزایش درآمد برای اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا می‌تواند بسیار مهم باشد. برای تاجرانی که به این بازارها علاقه دارند، مجوز صادرات یک مرحله حیاتی است که باید با دقت و توجه به مقررات مربوطه انجام شود. با انجام تحقیقات مناسب و انجام مراحل صحیح، تاجران می‌توانند از این فرصت‌های تجاری بزرگ بهره‌برداری کرده و توسعه تجارت خود را تا حد بالایی افزایش دهند.

# DONYA

## STUDIO.

طراح گرافیک

GRAPHIC Designer

Industrial

PHOTOGRAPHER

عکاس صنعتی

دنیا محمدی هستم، کارشناس طراحی گرافیک و عکاس تخصصی تبلیغاتی، با بیش از ۲۳ سال تجربه کار در زمینه گرافیک اکنون مدیر مجموعه دنیا استودیو هستم.

طراحی خدمات مربوط مانند طراحی لوگو، اوراق اداری، طراحی کاتالوگ و بروشور... و همچنین عکاسی تخصصی از صنایع غذایی و سایر محصولات تولیدی کارخانجات و صنعتی...

Contact Me:



[www.donyamohammadi.com](mailto:gph@donyamohammadi.com)

[gph@donyamohammadi.com](mailto:gph@donyamohammadi.com)

+98 915 502 0662

+98 915 502 0662

+98 915 502 0662

[donya.studio.graphic](https://www.instagram.com/donya.studio.graphic)

[donya.studio.photo](https://www.facebook.com/donya.studio.photo)

[www.linkedin.com/in/donya-mohammadi](https://www.linkedin.com/in/donya-mohammadi)





Canada Iran Business Association

آخرین آمارهای اقتصادی و تجاری

کشور کانادا

بر اساس اداره آمار کانادا تا پایان سال ۲۰۲۲



ترجمه و گردآوری:  
انجمن بازرگانی ایران و کانادا



# کتاب آخرین آمارهای اقتصادی کانادا

ترجمه و گردآوری: انجمن بازرگانی ایران و کانادا

چاپ انتشارات آذرفر

قیمت برای خرید: ۲۴۰ هزار تومان

آخرین آمارهای اقتصادی و تجاری کشور کانادا

بر اساس اداره آمار کانادا تا پایان سال ۲۰۲۲

تعداد صفحات: ۴۴۶ صفحه

## نقش برجسته انجمن بازرگانی ایران و کانادا

# در مشاوره‌های مالیاتی و

# بهینه‌سازی ساختار مالیاتی

سیاست‌گذاری مالیاتی و ساختار مالیاتی یکی از امور بسیار حیاتی برای شرکت‌ها و افراد در هر کشور است. تصمیم‌گیری در زمینه مالیات و تلاش برای بهینه‌سازی ساختار مالیاتی می‌تواند به شدت تأثیرگذار بر روی سودآوری و رشد تجارت باشد. در این مقاله، ما به بررسی نقش انجمن بازرگانی ایران و کانادا در مشاوره‌های مالیاتی و بهینه‌سازی ساختار مالیاتی می‌پردازیم و توضیح می‌دهیم که چرا این انجمن می‌تواند برای شرکت‌ها و تاجران تبدیل به منبعی ارزشمند در کاهش هزینه‌های مالیاتی و بهبود ساختار مالیاتی شود.



مالیاتی این انجمن بهره‌مند شود، ممکن است با توجه به بهترین رویکردهای مالیاتی، تا ۲۵ هزار دلار در پرداخت مالیات صرفه‌جویی کند. این تخفیف مالیاتی به شرکت این امکان را می‌دهد تا منابع خود را به بهبود سایر جنبه‌های تجارت و توسعه کسب و کار اختصاص دهد.

مشاوره مالیاتی و بهینه‌سازی ساختار مالیاتی برای شرکت‌ها و تاجران در تصمیم‌گیری‌های مالی بسیار اهمیت دارد. انجمن بازرگانی ایران و کانادا به عنوان یک منبع ارزشمند، از مشاوره‌های مالیاتی و اطلاعات مالیاتی برای اعضای خود ارائه می‌دهد و می‌تواند در بهبود ساختار مالیاتی و صرفه‌جویی در هزینه‌های مالیاتی به شدت موثر باشد. تاجران و شرکت‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از این منابع و مشاوره‌ها به بهینه‌سازی مالیاتی و توسعه کسب و کار خود روی بیاورند.

**نویسنده: ناهید نصیری**

## **بخش اول: نقش کلان انجمن بازرگانی ایران و کانادا**

انجمن بازرگانی ایران و کانادا یک سازمان معتبر و برجسته است که به توسعه تجارت و ارتقاء روابط تجاری بین ایران و کانادا می‌پردازد. این انجمن برای کسب و کارهای دو کشور، منابع مهمی از اطلاعات، مشاوره‌های تجاری، و فرصت‌های شبکه‌سازی فراهم می‌کند. انجمن بازرگانی ایران و کانادا با تجربه و تخصص در زمینه تجارت بین‌المللی و مسائل مالیاتی به عنوان یک منبع مهم برای مشاوره مالیاتی شناخته می‌شود.

## **بخش دوم: بهینه‌سازی ساختار مالیاتی**

یکی از خدمات مهمی که انجمن بازرگانی ایران و کانادا به شرکت‌ها و تاجران ارائه می‌دهد، مشاوره در زمینه بهینه‌سازی ساختار مالیاتی است. ساختار مالیاتی یک شرکت یا تاجر می‌تواند تأثیر بزرگی بر روی سودآوری و شرکت داشته باشد. با توجه به قوانین مالیاتی پیچیده و تغییرات مکرر در این زمینه، مشاوره

از تخصصی‌ترین موارد برای بهبود ساختار مالیاتی است. انجمن بازرگانی ایران و کانادا با تعامل با کارشناسان مالیاتی ماهر و مجرب، به شرکت‌ها و تاجران این امکان را می‌دهد تا بهینه‌ترین ساختار مالیاتی را انتخاب کرده و هزینه‌های مالیاتی را به حداقل برسانند.

## **بخش سوم: مشاوره‌های مالیاتی**

### **در عمل**

برای توجه به اهمیت مشاوره‌های مالیاتی در عمل، به مثالی ساده می‌پردازیم. فرض کنید یک شرکت در کانادا فعالیت دارد و سالانه می‌بایست ۶۰ هزار دلار مالیات پرداخت کند. اگر این شرکت عضو انجمن بازرگانی ایران و کانادا باشد و از مشاوره‌های

**ناهید نصیری**  
کارشناس حسابداری

با بیش از ده سال تجربه حسابداری شرکت‌های تجاری در شهر مونترال

- مالیات شرکتی برای مشاغل کوچک و متوسط
- آماده‌سازی سوابق مالیاتی جهت دریافت وام‌های دولتی تجاری
- تهیه صورت‌های مالی و گزارشات
- حسابرسی مدیریت معاملات روزانه
- ثبت آنلاین GST/QST
- حقوق و دستمزد کارمندان و DAS

**994-2887-438 (438)**



Canada Iran Business Association  
انجمن بازرگانی ایران و کانادا

## فقط ویژه اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا

کسب و کار خودتان را به رایگان در  
هفته نامه و ماهنامه انجمن بازرگانی  
ایران و کانادا تبلیغ کنید



## صادرات به کانادا آسان‌تر از همیشه است

- ◆ امکانی ویژه برای اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا
- ◆ برای اولین بار در تاریخ حمل و نقل بین ایران و آمریکای شمالی
- ◆ گروپاژ خصوصی از طریق حمل دریایی
- ◆ کالای خود را در داخل ایران تحویل دهید و در هر یک از شهرهای کانادا که می‌خواهید بصورت ترخیص شده تحویل بگیرید.
- ◆ فقط ویژه کالاهای صادراتی از مبداء ایران به مقصد کانادا و ایالات متحده امریکا
- ◆ دارای انبار خصوصی جهت تجمع کالا در حومه تهران
- ◆ دارای بارانداز اختصاصی در حومه شهر تورنتو
- ◆ حداقل بار مجاز یک پنجم کانتینر چهل فوتی

توجه: بار شما حتما می‌بایست بصورت پالت لیفتراک باشد

### جهت اطلاعات بیشتر با انجمن بازرگانی ایران و کانادا در ارتباط باشید

📍 4388 St Denis, Suite 200 #100, Montreal  
QC H2J 2L1  
☎ +1 (514) 812-1744

📍 1370 Don Mills Rd, Toronto, ON M3B 3N7  
☎ +1 (647) 619-0868

📍 تهران - پاسداران خیابان شهید کلاهدوز بعد  
از چهار راه کاوه پلاک ۳۱۵ واحد ۱۴ طبقه پنجم  
☎ +۹۸ (۹۱۲) ۱۹۴-۱۳۶۶

☎ +۹۸ (۲۱) ۹۱۰۳۵۶۹۵

🌐 [WWW.CANADAIRAN.CA](http://WWW.CANADAIRAN.CA)





# MT 760

## رمز گشایی شد...

MT 760 متعلق به دسته ای از انواع SWIFT Message برای ضمانت letters of credit (اعتبار اسنادی) است. SWIFT سرواژه ای از کلمات Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications بوده و به معنای «جامعه ی جهانی ارتباطات مالی بین بانکی» است. اساساً، از این نوع پیام به منظور انتقال ایمن اطلاعات و دستورالعمل ها از طریق سیستمی از کدها استفاده می شود.

### \*کد SWIFT چیست؟\*

این کار به این شکل انجام می شود که SWIFT کد خاصی را به هر سازمان اختصاص می دهد که به آن کد شناسه ی بانکی (BIC) / کد SWIFT می گویند.

چنانچه در کسب و کارتان با ضمانت نامه های بانکی، اعتبارنامه ها و یا (Letters of Credit (LCs سر و کار دارید، اصطلاح «MT 760» ممکن است مورد استفاده قرار گرفته باشد.

### \*چه کسانی به SWIFT نیاز دارند؟\*

در ابتدا، بنیانگذاران SWIFT در نظر داشتند که شبکه ای را برای ایجاد ارتباطات خزانه داری تشکیل دهند و با این حال محبوبیت (معروفیت) آن افزایش یافت و همین رشد منجر به تشکیل پایگاه مشتریان SWIFT شد.

- بانک ها
- صرافی ها
- شرکت های مدیریت دارایی
- کارگزاری ها / شرکت های بازرگانی
- کسب و کارهای عادی
- بازار خزانه (Treasury market)

\* شکل (فرمت) پیام، امکان ایجاد گسترش زیادی را فراهم کرد و همچنین به SWIFT این اجازه را داد تا اکنون خدماتی را به موارد زیر ارائه دهد:

◀ نمونه ای از فرمت یک MT 760:

Explanation	Format
Sender	NWBKGB2L
Message Type	760
Receiver	SBCOUS66
Message Text	
New Sequence	:15A:
Sequence of Total	:27:1/1
Purpose of Message	:22R:ISSU
Sender to Receiver Information	:72E:Please acknowledge receipt and confirm to us that you have forwarded our guarantee to the beneficiary by courier service.
New Sequence	:15B:
Undertaking Number	:20:PG8761234
Applicable Rules	:40C:NONE
Date of Issue	:30:140202
Form of Undertaking	:22D:DGAR
Expiry Type	:23B:FIXD
Date of Expiry	:31B:160531

\* پیش از ایجاد SWIFT چه اتفاقی افتاد؟  
پیش از اینکه از SWIFT به منظور تضمین letters of credit (اعتبار اسنادی) و ارسال اطلاعات استفاده شود، سیستمی به نام Telex به کار گرفته می شد. اما متأسفانه این سیستم با سرعت کم، نگرانی های امنیتی متعدد و همچنین عدم وجود سیستم کد گذاری روبه رو بود - یعنی فرستنده ها باید ابتدا تراکنش ها را توصیف می کردند و سپس این تراکنش ها توسط گیرنده تفسیر می شدند.

\* یک نمونه از پیام MT 760 می تواند شامل موارد زیر باشد:  
- بیانیه ای روایی که بافتار را توضیح می دهد (برای نمونه، شرکت XX قراردادی را با شرکت YY به منظور تهیه تجهیزات امضا کرده است).  
- این بیانیه ی روایی بیانگر جزئیات معامله است ( بر اساس فرمت های بالا).  
- پیش از ارائه ی اطلاعات لازم، پیام SWIFT، فرستنده، نوع پیام (760)، گیرنده و شماره توالی را شامل می شود.

شود. MT 760 های اضافی نیازمند MT 761 ها هستند و به منظور ارزیابی اطلاعات مربوط به SBLC (اعتبار اسنادی ضمانتی) یا ضمانت نامه، می توان تا ۸ عدد از آنها را در بالای MT 760 اصلی ارسال نمود. باید مطمئن شد که محتوای تکراری به MT 761 های تکمیلی اضافه نشده باشد (برای مثال مبلغ تعهد) و اینکه اطلاعات مغایرتی با MT 760 نداشته باشد.

توالی C (اطلاعات اختیاری) فقط زمانی می تواند مورد استفاده قرار بگیرد که توالی B برای تعهد متقابل در ضمانت نامه یا letter of credit (اعتبار اسنادی) به کار رود.

#### \* معیار های MT 760

MT 760 بر خلاف MT 799، نیازمند اطلاعات بیشتری از معامله است. این اطلاعات می تواند شامل موارد زیر باشد:

- طرفین دخیل (صادرکننده، ذینفع، متقاضی، متعهد، بانک ابلاغ کننده)
- جزییات معامله
- جزییات حمل و نقل، ارزیه کالا
- تاریخ ها و زمانبندی ها

#### \* مشکلات بالقوه / پیشرفت های SWIFT

در اواخر سال 2017، SWIFT روی یک اثبات مفهومی با شش بانک بزرگ کار کرد که هدف آن کشف این

#### \* چرا MT 760 در تجارت کاربرد دارد؟

MT 760 یا می تواند توسط طرف صادر کننده ی ضمانت یا LOC برای شخص ذینفع مورد استفاده قرار گیرد و یا توسط طرفی استفاده می شود که تعهد متقابل به ذینفع را صادر می کند.

MT 760 نوع دیگری از پیام SWIFT است که از بانک صادر کننده اعتبار به بانک ابلاغ کننده ارسال می شود که همراه با جزئیات مربوط به SBLC (اعتبار اسنادی ضمانتی یا Standby Letter of Credit) و یا ضمانت نامه بانکی است. عموماً، MT 760 تابع قوانین زیر است:

- URDG (مقررات متحد الشكل ضمانت نامه های عند المطالبه)
- ICC UCP 600 (مقررات متحد الشكل اعتبار اسنادی اتاق بازرگانی بین المللی)
- ISP (مقررات بین المللی اعتبارات اسنادی ضمانتی)

#### \* مقررات حاکم بر MT 760 چیست؟

اغلب، MT 760 ها به حداکثر محدودیت میزان خود می رسند. بنابراین برای افزایش این میزان، یک یا چند مورد از آنها استفاده می





موضوع بود که آیا فناوری بلاک چین می تواند به آنها کمک کند تا حساب های نوسترو (NOSTRO) خود را در زمان واقعی تطبیق دهند.

حساب NOSTRO به یک حساب بانکی اشاره دارد که یک بانک انگلیسی نزد یک بانک خارجی دارد و معمولاً به واحد پول آن کشور است. مسیری که بلاک چین در آن به طور مداوم دفترچه ثبت وقایع متعلق به هر عضو زنجیره را به روز رسانی می کند، شفافیتی را فراهم می کند که ممکن است SWIFT به دنبال به کار گیری آن به منظور افزایش کارایی در فرآیند پیام رسانی باشد.

این مشکلی است که SWIFT دارد. از آنجایی که حجم معاملات بسیاری از مشتریان نجومی است، همراهی با آنها کاری است بس دشوار. اگر چه قابلیت آنها به مراتب بهتر از Telex است اما نیاز به اتوماسیون در ایجاد و پردازش پیام ها بر هیچ کسی پوشیده نیست.

## چاپ کارت عضویت اعضای محترم انجمن بازرگانی ایران و کانادا



پیش از این کارت های عضویت انجمن بصورت دیجیتالی بود که بعد از این بصورت کاملا هوشمند هم چاپی است و هم با اسکن کد مربوطه قابلیت بررسی در سایت را نیز دارد.



Capital Code Technology

## شرکت کاریابی Capital Code Technology

با ریال زندگی کنید و با دلار کسب در آمد داشته باشید  
◆ استخدام انواع نیروهای دورکار ساکن در خارج از آمریکای شمالی  
برای شرکت‌های داخل کانادا و امریکا  
◆ حتی اگر در داخل ایران ساکن هستید، شرط لازم فعالیت شما  
دسترسی به اینترنت مناسب است

ویژه اعضای Service provider and commercial  
انجمن بازرگانی ایران و کانادا

همچنین این شرکت آمادگی کامل دارد تا در زمینه

تبلیغات

بازاریابی

انبارداری

نگهداری شرکت شما در کانادا خدمات خود را ارائه دهد



Capital Code Technology

Find Your way Fast

 Learning

آیا علاقمند به  
ورود در یک تجارت  
سود آور  
هستید؟

[www.01Learning.ca](http://www.01Learning.ca)

با بهترین شرایط می توانید صاحب یکی از پرسودترین کسب و کارهای کانادا شوید

- ◆ می توانید بدون سرمایه گذاری صاحب نمایندگی یکی از بهترین فرانچایزهای کانادا شوید که در آینده ای نزدیک حق امتیاز آن رشد چشمگیری خواهد داشت
- ◆ آموزش برنامه نویسی و کدینگ زیر نظر دانشگاه ام آی تی آمریکا ویژه کودکان 5 تا 16 ساله
- ◆ آموزش رباتیک ویژه کودکان ده سال به بالا
- دارای مجوز ارائه فرانچایز از انجمن فرانچایزهای کانادا
- دارای تاییدیه موقعیت سودآور توسط بانک توسعه مشاغل کانادا جهت دریافت وام بانکی

# سیستم کانبان؛ نحوه کار، ابعاد و مزایای این شیوه مدیریت ژاپنی

روش کانبان یکی از اصول مدیریت ژاپنی است که برای تعریف، مدیریت و بهبود خدمات دانش محور به کار می‌رود. با استفاده از این روش می‌توانید مراحل کار را تصویری کنید، کارایی را افزایش دهید و پیشرفت مستمر داشته باشید. سیستم کانبان به شما کمک می‌کند تا حتی پیچیده‌ترین پروژه‌ها را یکجا مدیریت کنید. این روش مدیریت پروژه در ابتدا در کارخانه‌های تولیدی به کار گرفته می‌شد، اما بعدها کم‌کم به خدمت تیم‌های توسعه نرم‌افزار چابک (Agile) و بسیاری از کسب‌وکارهای موفق جهان درآمد. در این مقاله، هر آنچه را باید درباره روش کانبان بدانید توضیح می‌دهیم.

الگوی مصرف مشتریان هماهنگ بود، در زمان‌های معین موجودی اضافه انبار را ثابت نگه می‌داشتند تا موجودی مؤثر مدیریت شود. در این شرایط، صاحب سوپرمارکت مطمئن می‌شد که محصول موردنیاز مشتری همیشه در انبار موجود است.

تویوتا از سیستم کانبان استفاده کرد تا

## \* روش کانبان چیست؟

کانبان در زبان ژاپنی به معنای «تخته دیدنی» یا «تابلو» به کار می‌رود. در روش کانبان برای مدیریت پروژه آن را به بخش‌های کوچک قابل مشاهده تقسیم می‌کنند. از این طریق کارکنان پروژه می‌توانند فرایند انجام شدن کارها را شفاف ببینند و هرکس می‌داند که در چه زمانی باید چه کاری انجام بدهد.

## \* تاریخچه کانبان

قدمت این روش به اواخر دهه ۱۹۴۰ میلادی و کارخانه ژاپنی تویوتا می‌رسد. تویوتا در بهینه‌سازی فرایندهای مهندسی خود از روشی استفاده کرد که در آن زمان برای مرتب کردن قفسه‌های انبار

سوپرمارکت‌های ژاپنی به کار می‌رفت. صاحبان این سوپرمارکت‌ها برای پاسخگویی به نیازهای مشتریان از روش کانبان کمک می‌گرفتند. از آنجایی که فهرست موجودی انبار آنها با







برخلاف روش‌های رایج آن زمان، میزان تولید انبوه خود را با الگوی مصرف هماهنگ کند. این روش بعدها در سال ۲۰۰۷، توسط دیوید اندرسون توسعه یافت تا به شکل امروزی درآید و یکی از ابزارهای مدیریت چابک باشد. در حقیقت در آغاز قرن بیست و یکم، بازیگران اصلی صنعت نرم‌افزار به سرعت متوجه کارایی روش کانبان برای ارائه بهتر محصولات و خدمات خود شدند. مزایای این روش در ابتدا در صنعت خودروسازی خود را نشان داد و بعدها در سایر بخش‌های تجاری پیچیده مانند فناوری اطلاعات، توسعه نرم‌افزار و تحقیق و توسعه به کار رفت.

\* سیستم کانبان چگونه کار می‌کند؟

ساده‌ترین سیستم کانبان از ۳ تخته یا برد اصلی

تشکیل می‌شود:

وظایف درخواست شده؛

کارهای در حال انجام؛

وظایف تکمیل شده.

باین حال گردش کار در برد کانبان ممکن است بر اساس

اندازه، ساختار و اهداف تیم کاری کمی متفاوت باشد. بردهای کانبان به صورت تخته‌های واقعی یا بردهای مجازی هستند.

## قابل توجه شرکتهای محترم عضو انجمن بازرگانی ایران و کانادا

امکان خرید گندم کانادا و تحویل در دبی توسط یکی از شرکتهای عضو انجمن مهیا شد...

از علاقمندان خواهشمندیم که با انجمن بازرگانی ایران و کانادا در تماس باشند ...



۳. اقدامات مدیریتی را در تمام سطوح ترویج کنید  
روش کانبان تنها به کارفرما یا مدیران تیم‌ها اختصاص ندارد، بلکه تمام افراد درگیر در پروژه می‌توانند از آن کمک بگیرند. هر کسی می‌تواند هدایت امور را در دست داشته باشد و بر اساس مشاهدات خود پیشنهادهایی برای پیشرفت ارائه دهد.

۴. بر نیازها و انتظارات مشتری تمرکز کنید  
کانبان روشی برای درک بهتر نیازها و انتظارات مشتریان شماست. در این روش، از توقعات مشتری برای ارتقای کیفیت خدمات و افزایش ارزش افزوده استفاده می‌شود.

۵. به جای مدیریت کارکنان، کار را مدیریت کنید  
سیستم کانبان به نقش‌ها و مسئولیت‌های موجود میان اعضای تیم توجه دارد و افراد را برای سازمان‌دهی وظایف خود توانمند می‌سازد.

۶. شبکه خدمات را منظم بازبینی کنید  
کانبان روشی برای ترویج همکاری است و اعضای تیم را ترغیب می‌کند تا مشاهدات، ایده‌ها و بازخوردهای خود برای پیشرفت کار را از طریق بازبینی‌ها و نظرات انتقادی دوره‌ای به اشتراک بگذارند.

در هر برد کارت‌های مختلفی وجود دارد که به اعضای تیم این امکان را می‌دهد تا پیشرفت کارها را دیداری دنبال کنند. کارت‌های کانبان حاوی اطلاعات مهم و ضروری درباره هر موضوع هستند و تمام اعضای تیم می‌توانند از طریق آنها متوجه چنین مسائلی شوند:

چه کسی مسئول انجام‌دادن چه کاری شده است؛  
توضیح مختصری درباره کاری که در حال انجام‌شدن است؛

\*مدت‌زمان تقریبی برای انجام‌دادن آن کار.

### اصول اجرای کانبان

۱. با کاری که اکنون انجام می‌دهید شروع کنید  
هدف اصلی به‌کاربردن روش کانبان پیشرفت مستمر است، اما با درک فرایندها و گردش کارهای فعلی شروع می‌شود. بنابراین باید ابتدا کاری را مشخص کنید که در حال حاضر انجام می‌دهید.

۲. تغییرات را تدریجی و تکاملی دنبال کنید  
در سیستم کانبان خبری از تغییرات بزرگ و یکباره نیست. این روش راهی برای دنبال کردن تغییرات کوچک تدریجی است.

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 فوق‌العاده به فروش برسانید و خریدارانی که وقت و زمان کافی برای ایجاد یک کسب و کار حرفه‌ای به ویژه فرنیچرهای 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.

\*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](mailto:contact@canirn.com) در ارتباط باشید.



\* ثبت شرکت \* قرارداد حقوقی فرنیچر \* 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



### \* سیستم کانبان چه کار می‌کند؟

#### ۱. دیداری کردن گردش کار

اولین و مهم‌ترین روش کانبان این است که تمام وظایف و امور مربوط به پروژه را دیداری می‌کند. این کار به شناسایی تنگناهای موجود، تجسم جریان کار و شفاف‌تر شدن امور مربوط به پروژه کمک می‌کند.

#### ۲. محدود کردن کارهای در حال انجام

محدود کردن کارهای در حال انجام باعث جلوگیری از چندکاره شدن کارکنان و افزایش تمرکز بر انجام هر کار در زمانی مشخص می‌شود. در نتیجه، کارکنان بهره‌وری بیشتری دارند و مدیر پروژه زمان کمتری را به هدایت تیم اختصاص می‌دهد.

#### ۳. مدیریت جریان کار

هدف از روش کانبان این است که جریان کار بهبود یابد. این امر با نظارت بر شاخصه‌ها، شناسایی و رسیدگی به تنگناهای موجود و بهبود مستمر جریان کار ممکن می‌شود.

#### ۴. مشخص کردن خط‌مشی‌های مربوط به مراحل کار

تعریف و ابلاغ شفاف فرایندها و مراحل کار خیال کارفرما یا مدیر تیم را راحت می‌کند که همه می‌دانند کار باید چگونه انجام شود. در نتیجه سوء تفاهم‌ها کاهش می‌یابند و انسجام تیم بیشتر می‌شود.

## گروه بازرگانی

## C.I.H

### با بیش از ده سال تجربه خرید

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.



شناسایی و حل مشکلات، بهبود مستمر و تکامل مراحل و فرایندهای خود تأکید می‌کند تا در نهایت نیازهای مشتریان به بهترین شکل ممکن برآورده شوند.

### \*مزایای روش کانبان چیست؟

کانبان یکی از محبوب‌ترین روش‌های مدیریتی است که امروزه همچون ابزاری برای مدیریت چابک پروژه‌ها به کار می‌رود. شکل ساده‌تر این روش را می‌توانید در برنامه‌ها و سایت‌های مختلف مدیریت پروژه از قبیل «کلیکاپ» و «آسانا» ببینید. محبوبیت این روش به دلیل ۶ مزیت مهم آن روزبه‌روز افزایش می‌یابد.

#### ۱. شفافیت جریان کار

اجرای روش کانبان به این معناست که هر وظیفه به شکل یک کارت درمی‌آید تا همه آن را ببینند. به این ترتیب برد کانبان به یک مرکز اطلاعاتی دیداری برای همه تبدیل می‌شود و تمام وظایف کوچک و بزرگ را می‌توان در آن مشاهده کرد. در این حالت، هیچ وظیفه‌ای



#### ۵. اجرای چرخه‌های بازخورد

در روش کانبان، بازخورد مشتریان، ذی‌نفعان پروژه و اعضای تیم اهمیت دارد. این سیستم مدیریت ژاپنی از این بازخوردها استفاده می‌کند تا مدام مشکلات موجود و راه‌های پیشرفت را شناسایی و اجرا کند.

#### ۶. همکاری برای پیشرفت

کانبان روشی برای بهبود مستمر پروژه‌های بزرگ و پیچیده است. این روش بر همکاری و آزمایش با هدف

## تحویل کالا با بهترین کیفیت در ونکوور، تورنتو و مونترال از ما

قابلیت نصب برند شما بر روی بسته بندی

دارای کد تایید آمازون و کانادا  
(چنانچه در آمازون قصد فروش دارید)





متوجه مراحل می شوند که زمان بیشتری می خواهند؛  
تنگناهای موجود را به راحتی شناسایی کنند.  
در نتیجه کارها سریع تر انجام می شوند و تیم برای  
مقابله با چالش ها و بهبود گردش کار فرصت کافی  
دارد.

**۳. هماهنگی میان اهداف تجاری و اجرای پروژه**  
کانبان با شفاف کردن مراحل انجام پروژه و تشویق  
بازخورددهی و برگزاری جلسات منظم بازبینی سبب  
می شود تا اهداف استراتژیک شرکت با کار روزانه  
تیم ها همسو شوند. این همسویی میان تجارت و اجرا  
به مدیریت چابک پروژه ها کمک می کند. به علاوه،  
تیم ها اولویت ها را بر اساس تغییرات بازار یا نیازهای

فراموش نمی شود و جریان کلی کار شفاف است. هر یک  
از اعضای تیم می تواند هر زمان که بخواهد وضعیت  
وظایف یا پروژه های مختلف را سریع به روزرسانی کند.  
**۲. سرعت گرفتن امور**

مدیران پروژه از طریق کانبان می توانند به روش های  
مختلف بر امور نظارت کنند یا تحلیل های آگاهانه ای  
از روند کار داشته باشند. در واقع سیستم کانبان به  
مدیران این امکان را می دهد که:  
به کارهایی که در مدت زمانی مشخص انجام شده اند  
دید جامع و شفافی داشته باشند؛

## 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.



صرفاً بر کارهایی تمرکز کنید که در حال حاضر لازمند و وقت و منابع کمتری تلف شوند. علاوه بر این، با استفاده از تکنیک‌های دیداری و تعیین بازه زمانی برای انجام کارها مطمئن می‌شوید که نتیجه نهایی به‌موقع و مطابق با انتظارات مشتری است.

#### ۶. کاهش موانع و چالش‌ها

انجام دادن هم‌زمان چند کار سبب می‌شود که کارایی تیم از بین برود. هرچه تعداد کارهایی که باید در زمان معینی انجام شوند بیشتر شود، احتمال بروز چالش افزایش می‌یابد. به همین دلیل کانبان کارهای در حال انجام را محدود می‌کند. محدودیت کارهای در حال انجام سبب افزایش پیشرفت، کاهش موانع و استفاده بهینه از مهارت‌های اعضای تیم می‌شود. مثلاً یک تیم نرم‌افزاری عادی ممکن است در کانبان ۴ برد داشته باشد:

**کارهایی که باید انجام شوند؛**

**کارهای در حال انجام؛**

**بررسی کدها؛**

**کارهای انجام شده.**

محدودیت کارها و تقسیم‌بندی آنها به بازه‌های زمانی کوتاه‌تر باعث می‌شود تیم سریع‌تر وظایف خود را انجام بدهد و بررسی کدها به مانعی برای پیشرفت تیم تبدیل نشود.

#### \* تفاوت اسکرام و کانبان

کانبان و اسکرام در برخی از مفاهیم مشترکند، اما روش‌های بسیار متفاوتی دارند. به همین دلیل نباید این دو را با هم اشتباه بگیرید.



مشتری تغییر می‌دهند و دوباره سازمان‌دهی می‌کنند. در نتیجه همه‌چیز طبق اهداف مهم تجاری شرکت پیش می‌رود.

#### ۴. پیش‌بینی بهتر امور

با ایجاد یک برد کانبان و قراردادن کارت‌های وظایف بر آن، می‌توانید فرایند انجام کارها را با معیارهای مشخص شده (وظایف موجود، کارهای در حال انجام و کارهای انجام‌شده) متوجه شوید. تجزیه و تحلیل مدت‌زمان صرف‌شده برای انجام هر کار به شما کمک می‌کند تا درباره کارهای آتی و زمان موردنیاز آنها پیش‌بینی درست و دقیقی داشته باشید.

#### ۵. افزایش رضایت مشتری

اساس سیستم کانبان بر عرضه محصول یا خدمت هنگام وجود تقاضاست. به عبارت دیگر، کانبان به شما کمک می‌کند تا



اولین تفاوتی که کانبان با اسکرام دارد این است که اولی از روشی مدیریتی و دومی از یک چارچوب صحبت می‌کند. تفاوت مهم دیگر این دو به رویکردهایشان مربوط می‌شود. کانبان روش‌ها را متناسب با نیازها و انتظارات مشتری تنظیم می‌کند، در حالی که اسکرام بر قوانین از پیش تعیین شده متکی است.

### \* شما بگویید

روش کانبان یکی از روش‌های مدیریتی ژاپنی‌هاست که پروژه‌های پیچیده و بزرگ را به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم می‌کند تا هم همه چیز سریع‌تر اتفاق بیفتد و هم دقت انجام‌دادن کارها افزایش یابد. این روش هم در تجارت کاربرد دارد و هم می‌تواند منبع الهام‌بخشی برای اداره زندگی شخصی شما باشد. به هر حال تقسیم‌بندی کارهای روزانه به بخش‌های مختلف نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح است. این‌طور فکر نمی‌کنید؟

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

با حداقل فضای ۶۰۰ اسکوآر فیت و سرمایه پانزده هزار دلاری همین امروز کسب و کار خود را در یکی از سودآورترین فرنچایزهای کانادا آغاز کنید.

جهت اطلاعات بیشتر مربوط به این آگهی با ایمیل  
در ارتباط باشید. [contact@canirn.com](mailto:contact@canirn.com)





## 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!



# مستندسازان موفقیت در آمریکای شمالی

کتابی الهام‌بخش برای سفر به دنیای پیشرفت و سودآوری تجاری







لیشام فقط یک برند معمولی نیست

LishAAM یعنی سالها تجربه کار صادرات از ایران به آمریکای شمالی

- ۱ پخش، بسته بندی و فروش انواع مواد غذایی وارداتی از ایران به آمریکای شمالی
- ۲ ترخیص مواد خوراکی و غذایی از گمرک کانادا در تخصص ماست
- ۳ ارائه برنامه PCP محصول به همراه مجوزات CFIA و SFCR
- ۴ ارتباط مستقیم با صدها فروشگاه زنجیره‌ای

لیشام نماینده فعال فروش در سراسر آمریکای شمالی می‌پذیرد

ویژه اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا

[www.Lishaam.ca](http://www.Lishaam.ca)





# گروه سرمایه گذاری کپیتال آیده آل هلدینگ کانادا

## گروه سرمایه گذاری کپیتال آیده آل هلدینگ کانادا

- ◆ با ده سال سابقه فعالیت مستمر تجاری در آمریکای شمالی
- ◆ سرمایه پذیری دلاری همراه با تضمین بانکی برای اصل و سود سرمایه
- ◆ سپرده 3 ساله، با سود سالانه 5%
- ◆ سپرده 5 ساله، با سود سالانه 7.5%

خرید بیزینس و اداره بیزینس  
شما همراه با وام بانکی جهت  
سهولت در پرداخت

سرویس ویژه برای اعضای  
انجمن بازرگانی ایران و کانادا

Capital Ideal Holdings





Canadian  
Lifestyle



پذیرش نماینده فعال فروش در شهرهای مختلف  
کانادا، آمریکا و خاورمیانه

دارای استانداردهای بهداشت کانادا و سازمان غذا و داروی ایالات متحده آمریکا

تولید کننده انواع قرص‌های ویتامینی و تقویت قوای جنسی در شهر مونترال کانادا

لیست محصولات ما را در سایت زیر مشاهده کنید  
[www.canadian-l.ca](http://www.canadian-l.ca)



همراهان گرامی انجمن بازرگانی ایران و کانادا جهت اطمینان از صحت عضویت افرادی که برای انجام معاملات تجاری و بازرگانی، خود را از اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا معرفی مینمایند میتوانند روش‌های زیر را مد نظر داشته باشید:

در صورتیکه انجمن بازرگانی ایران و کانادا آگاهی کاملی از نحوه تعاملات شما با اعضایمان نداشته باشد متعاقباً مسئولیتی نیز در این خصوص متوجه انجمن نخواهد بود. موفقیت روز افزون شما را آرزومندیم

\* لوگو و برند شرکتهای عضو انجمن در وبسایت قابل مشاهده است و مدام به روز رسانی میشود.

\* تمامی اعضای انجمن در وبسایت

[CANADAIRAN.INFO](http://CANADAIRAN.INFO) پروفایل دارند.

\* این وبسایت برای معاملات درون گروهی اعضا فراهم شده و امکان بازدید از آن برای افراد غیر عضو امکان پذیر نیست.

\* کارت عضویت دیجیتال به همراه QR code مخصوص به هر عضو

در آخر چنانچه مایل بودید با یکی از شرکتهای عضو انجمن بازرگانی ایران و کانادا وارد فعالیت شوید، توصیه میکنیم حتما از دفتر انجمن در مورد صحت عضویت افراد استعلام بگیرید تا مورد سو استفاده افراد سودجو واقع نشوید.

WWW.CANADAIRAN.INFO

اگر شما هم عضو انجمن  
هستید و هنوز ایمیلی  
دریافت نکرده‌اید،  
اطلاع دهید...

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

## 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

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

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  
وام‌های کم بهره



## انجمن بازرگانی ایران و کانادا

انجمن بازرگانی ایران و کانادا موسسه‌ای غیر دولتی و غیر انتفاعی 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 سرمایه گذاری 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 - پاسداران خیابان شهید کلاهدوز - بعد از چهار راه کاوه- پلاک ۳۱۵ واحد ۱۴ - طبقه پنجم

 +1(514)812-1744

 +1(647)619-0868

 +98(912)194-1366

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

Monthly Online Magazine

Canada Iran Business Association  
October 2023, Number Thirty-four  
To contact the editors:  
contact@canirn.com