

Monthly Online Magazine

Canada Iran Business Association

December 2023 - Number Thirty-six

ISSN 2564-1069



دولت فدرال همیشه خلیج فارس را به
رسمیت می شناسد

نشست هم اندیشی انجمن بازرگانی
ایران و کانادا پاییز ۲۰۲۳ در تورنتو
برگزار شد

سال ۲۰۲۳ در سایه جنگ های اقتصادی،
سیاسی و بحران انسانیت هم به پایان
رسید، اما تمام یکسال گذشته فقط
خبرهای بد نبود

ماهنامه انجمن بازرگانی

ایران و کانادا

شماره سی و شش - دسامبر ۲۰۲۳



امکان تامین منابع مالی برای حمایت از کسب و کارها

اگر فکر می کنید 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

استفاده از کمک های دولتی
استفاده از طرح های شتاب دهنده
وام های کم بهره

مشاوره جهت:
طراحی استراتژی افزایش
درآمد



Monthly Online Magazine
Canada Iran Business Association
December 2023 - Number Thirty-six
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
- دولت فدرال همیشه خلیج فارس را به رسمیت می شناسد ۶
- نشست هم اندیشی انجمن بازرگانی ایران و کانادا پاییز ۲۰۲۳
در تورنتو برگزار شد ۹
- سال ۲۰۲۳ در سایه جنگ های اقتصادی، سیاسی و بحران
انسانیت هم به پایان رسید، اما تمام یکسال گذشته فقط
خبرهای بد نبود ۱۳
- درسهای ژاپنی برای صادر کنندگان کالا و خدمات ایرانی ۱۸
- گلوبال لینک: حامی و همراه شما برای تسخیر بازارهای
جهانی ورود به عرصه بین المللی ۲۶
- ۸ روش علمی برای افزایش تمرکز ۳۲
- رکود اقتصادی چه ارتباطی با فروش رژ لب دارد؟ ۳۹
- انواع پیام رسانی SWI FT ۴۵

با وجود بروز رکود تورمی در سطح جهان و تأثیرات بازار داخلی از پس اثرات پساکووید در سال گذشته، افتخار داریم که در انجمن موفق به گام‌های مهمی بیش از انتظار خود پیش برویم. به عنوان مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا، ابتدا از همه همکاران در دفاتر کانادا و تهران تشکر و قدردانی می‌کنم. هماهنگی و هنر یک گروه حرفه‌ای، ثمره‌ای است که از داشتن آن افتخار می‌بریم و به هر موجودیتی ارزش افزوده می‌دهد.

پس از این همکاران عزیز، دوستان و اعضای گرامی انجمن که با اعتماد به این مجموعه، ما را قادر ساختند تا توانمندی‌های خود را ارتقا دهیم و این انرژی را به شجاعتی پایدار تبدیل کنیم، سپاسگزارم.

در سال گذشته، توانستیم ۱۳۳ شرکت را در آمریکای شمالی راه اندازی کنیم و انواع صادرات کالا و سرویس را از ایران به بهترین شکل ممکن به آمریکای شمالی ارائه دهیم. ثبت ۳۲ برند به همراه زیرشاخه‌های محصولاتشان در آمریکای شمالی، افتخاری بزرگ برای ماست. افتتاح غرفه‌های ایران در پنج نمایشگاه بین‌المللی آمریکای شمالی نیز از دیگر دستاوردهای ارزشمند ماست.

**سال ۲۰۲۳ را
با خوشحالی
و سفیدی در
انجمن به اتمام
می‌رسانیم، ابتدا
به همه همکاران
عزیزم و سپس
به اعضای گرامی
انجمن تبریک
عرض می‌نمایم...**

همچنین، با برگزاری ۷ وبینار آموزشی با بیش از سه ساعت مدت، پنج سمینار در مونترال، سه سمینار در تورنتو و دو سمینار در ونکوور، تلاش کردیم تا به اعضای گرامی انجمن امکان یادگیری و به‌روزرسانی مهارت‌های خود را فراهم کنیم.

در طول این دوره، با مواجهه با چالش‌های بیمه، لاجستیک، و گواهی مبدا صادراتی از کانادا به ایران، توانستیم به بهترین شکل ممکن به حل این مسائل پردازیم. همچنین، ایجاد شرکت‌های تابعه‌ای مانند گلوبال لینک در آمریکای شمالی، نشان از تلاش‌های ما در جهت حمایت از اعضا و تسهیل امور آن‌ها دارد.

این تحولات فقط نمونه‌ای از اقدامات موفق انجمن در سال گذشته بوده‌اند که به دلیل ماهیت فعالیت‌هایمان و توجه به نیازهای اعضای عزیز، از گزارش دقیق آن‌ها محروم می‌مانیم. امیدوارم که در سال جدید نیز بتوانیم این مسیر را با همکاری و تعامل بیشتر ادامه دهیم و به دستاوردهای جدیدی دست یابیم.

با مهر

محمد وحیدی راد

مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا



دولت فدرال همیشه خلیج فارس را به

رسمیت می‌شناسد ...

به نقل از رسانه هدهد کانادا، وزارت امور خارجه کانادا در ماه ژانویه سال ۲۰۲۲ در طی یک رشته توثیت برای ارجاع به نام خلیج

فارس، از عبارت خلیج عربی استفاده کرد. چندی بعد خبرگزاری دولت ایران به این توثیت واکنش نشان داد و آن را اقدامی جعلی و تعمدی خواند. آقای «محمد وحیدی راد»، مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا نیز با ایجاد یک پرونده حقوقی از خانم «ملانی جولی»، وزیر امور خارجه کانادا شکایت کرد.



اصطلاحات بین‌المللی شناخته‌شده پیروی می‌کند. به همین ترتیب هم این سازمان در مواردی مانند وبسایت‌های رسمی، اسناد رسمی و گزارشات نهایی خود از کلمه خلیج فارس استفاده می‌کند.

با این حال، استفاده از کلمه خلیج عربی در توثیت وزارت امور خارجه کانادا در تاریخ ۲۴ ژانویه ۲۰۲۲ در واقع به قلمرو فیزیکی کشورهای عربی اشاره دارد. ضمن اینکه وزارت امور خارجه کانادا برای اشاره به حملات، حوادث یا تهدیدات در مناطق آبی این محدوده هم از خلیج فارس استفاده می‌کند، اما این کلمه درباره خشکی فیزیکی کشورهای عربی صدق نمی‌کند.

گفتنی است که آقای محمد وحیدی راد، مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا، هم در آخر افزودند که این انجمن به هیچ عنوان فعالیت سیاسی نداشته و نخواهد داشت. این مجموعه یک مجموعه اقتصادی است، اما به باور اعضای آن برخی مسائل به هویت تمام ایرانیان مربوط است و از مسائل سیاسی فراتر می‌رود.

گفتنی است که این شکایت از طریق یکی از سناتورهای که تاکنون از این انجمن حمایت‌های گوناگونی انجام داده است، صورت گرفت. آقای «فرانسیس اسکالرپالجیا»، نماینده کهنه‌کار پارلمان فدرال کانادا، در نهایت با ثبت این پرونده حقوقی توانست شکایت انجمن بازرگانی ایران و کانادا را از وزارت امور خارجه کانادا به صورت رسمی به ثبت برساند.

جالب است بدانید که بعد از یک سال، وزیر امور خارجه کانادا، خانم «ملانی جولی»، در یک نامه رسمی ضمن اذعان به نام همیشگی خلیج فارس، اقدام سال گذشته‌اش را به نوعی به یک مرز سیاسی تشبیه کرد و تاکید داشت که دولت فدرال نیز تا به حال این منطقه را با عنوان خلیج فارس به رسمیت می‌شناخته و از این پس هم با همین عنوان به آن اشاره خواهد کرد.

در این نامه آمده است: «وزارت امور خارجه کانادا هنگام اشاره به مجموعه آبی که معمولاً به عنوان خلیج فارس شناخته می‌شود از

Minister
of Foreign Affairs



Ministre
des Affaires étrangères

Ottawa, Canada K1A 0G2

November 10, 2023

Mr. Francis Scarpaleggia, M.P.
House of Commons
Francis.Scarpaleggia@parl.gc.ca

Dear Mr. Scarpaleggia:

Thank you for your correspondence regarding the context in which Global Affairs Canada uses the term “Persian Gulf” versus “Arabian Gulf.”

Global Affairs Canada adheres to internationally recognized terminology when referring to the body of water commonly known as the Persian Gulf. Examples of where Global Affairs Canada uses the term “Persian Gulf” includes official websites like Canada’s report on [China’s Economic-Steering Initiatives](#), and in official documents like trade commissioner reports, as well as in the final [Factual Analysis Report](#) by the Forensic Examination and Assessment Unit, which investigated the downing of Ukraine International Airways Flight 752 by Iran.

With respect to the use of the term “Arabian Gulf”, Global Affairs Canada used it on January 24, 2022, in a tweet that refers to the physical territory (i.e. not the body of water known as Persian Gulf) of Arabian countries that are in the Gulf. Global Affairs Canada issued the tweet in relation to incidents of attacks against those Arab countries in the Gulf by Houthi fighters.

For further clarity, when Global Affairs Canada references attacks, incidents or threats in the body of water, it uses the term “Persian Gulf,” but the term does not apply to the physical landmass of Arab countries.

Thank you for writing.

Sincerely,

The Honourable Mélanie Joly, P.C., M.P.

Canada

معرفی اعضا

کیهان کروندیان. از موسسین شرکت تولیدی کارما آزما اندیش. متخصص میکروبیولوژی پزشکی. مسئول فنی تولید. دارای ۲۸ سال سابقه کار آزمایشگاهی و تولیدی در حوزه IVD.

شرکت کارما آزما اندیش در سال ۱۳۸۶ تاسیس شد. حوزه فعالیت شرکت تولید کیت ها و تجهیزات آزمایشگاهی تشخیص طبی است. محصولات تولیدی مختلف با نوآوری در بخش باکتری شناسی تشخیصی تجاری سازی شده است. شرکت دارای متخصصین میکروبیولوژی، نانو تکنولوژی و حفاظت داده می باشد. بخش عمده محصولات دانش بنیان بوده و دارای پروانه وزارت بهداشت است. هدف اصلی شرکت نوآوری در تولیدات مورد نیاز آزمایشگاهی است. دورنمای شرکت تبدیل شدن به قطب تامین کیت های مورد استفاده بخصوص در میکروبیولوژی تشخیصی و گسترش صادرات است.

-Antibiotic Tablets for Antibiogram:

- * Each pills contains pure antibiotics per µg equivalent.
- * Has a distribution and homogeneous release feature in the MHA medium.
- * Contains abbreviations and concentrations on both sides of the CLSI-compatible tablets.
- * According to groups A, B, C, U in the CLSI reference.
- * Qualitative control with standard strain based on CLSI M100.
- * 30 antibiotics tablets per tube.
- * Grouping of tubes in eight different colors based on the main classes of antibiotics.
- * One year's shelf life.



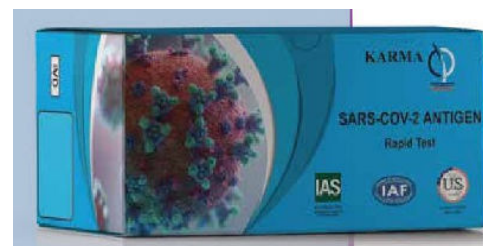
-ANTIBIOGRAPH Device & Software:

- * Carry out automated antibiogram test.
- * Test documentation.
- * Conforms to CLSI-M100-2019 changes(Updateable)
- * Full analysis of antibiogram plate



-Rapid Tests:

- * Sars CoV 2 Antigen Rapid tests.
- * Drug Rapid Tests (multi & strip) (MOP, AMP, metAMP, TML, MTD, THC...)



-Biochemical Identification Kit:

- * 10 strips per Kit
- * Each stripe contains 13 main biochemical tests
- * With all the necessary solutions and indicators (ready to use)
- * For Enterobacteriaceae identification



-Rectangular Plate:



-Inoculating Loops (10 µlit):





نشست هم‌اندیشی انجمن بازرگانی ایران و کانادا پاییز ۲۰۲۳ در تورنتو برگزار شد...

جمعه ۲۷ اکتبر ۲۰۲۳، نشست پاییزی انجمن بازرگانی ایران و کانادا با حضور مدیران، اعضای انجمن، و تعداد زیادی کارآفرین در هتل شرایتون ریچموند هیل تورنتو برگزار شد. در این نشست موضوعات مهمی در زمینه تجارت بین‌الملل، توسعه، هم‌افزایی، و برقراری ارتباطات مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

محمد وحیدی راد، مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا، در این نشست به معرفی خدمات و فعالیت‌های انجمن پرداخت و سپس تمامی شرکت‌کنندگان فرصتی داشتند تا در مورد کسب‌وکارهای خود، تمایزات و چالش‌ها و اهداف خود توضیح دهند.

میان مسائل مطرح شده در این نشست، مسائلی نظیر افزایش نرخ بهره، رکود تورمی، و مشکلات محدودیت‌های مربوط به فروش در کانادا در سال ۲۰۲۴ جزو دغدغه‌های اصلی کارآفرینان بود.



نشست هم‌اندیشی انجمن بازرگانی ایران و کانادا پاییز ۲۰۲۳ در تورنتو برگزار شد



در همین راستا، مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا با توجه به دانش و تجربیات خود پیشنهادهای جهت بهبود شرایط و تمرکز بر بخش اجرایی در کانادا ارائه دادند. همچنین اشاره فرمودند که بیش از یک سال است هلدینگ "گلوبال لینک" به عنوان بازوی اجرایی انجمن جهت تجاری سازی ایده های خلاق و با پتانسیل راه اندازی شده و این مجموعه امکان استفاده از خدمات این هلدینگ را برای اعضای انجمن بازرگانی تسهیل کرده است.

در ادامه، مجید قلم شاهی به عنوان یکی از مدیران برجسته هلدینگ گلوبال لینک، و رییس بخش تکنولوژی جزئیات بیشتری را در مورد اهداف و چشم‌انداز این هلدینگ ارائه داد. او تأکید کرد که این هلدینگ توانسته است نقش مهمی در پیشبرد اهداف کسب‌وکارها ایفا کند.

سپس حبیب موسوی بعنوان مدیر بخش تجارت هلدینگ گلوبال لینک درباره اهمیت و نقش این هلدینگ در پیشبرد اهداف کسب و کارها سخنانی را بیان داشت.

در پایان جلسه، مدیر انجمن بازرگانی از تمامی صاحبین مشاغل درخواست کرد تا از امکاناتی که انجمن فراهم می‌کند، نهایت استفاده و همکاری را در ارتقاء و توسعه کسب‌وکارها بعمل آورند.





این نشست که از ساعت ۶ بعد از ظهر آغاز شده بود، تا ساعت ۹:۳۰ شب بانت ورکینگ بین شرکت کنندگان با یکدیگر و مدیران انجمن و گلوبال لینک ادامه یافت.

تصاویری از نشست هم‌اندیشی مدیران انجمن بازرگانی ایران و کانادا



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



تاریخ: 20123/08/15
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 هواپیمایی کشوری در سال 1375
- اخذ دوره‌های کشتیرانی از سازمان بنادر و دریانوردی 1380
- اولین شرکت خدمات پستی 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 لنگه بصورت هفتگی
- هماهنگ کننده و فورواردی نماینده 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 نفتی 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

نماینده های فعال در دیگر کشورها: امارات - هند - چین - سریلانکا - 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 شهرهای استانها 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 ارایه 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 قهرس (کالاها قابل رهگیری از طرف فرستنده کالا می باشد)
- ترخیص نمونه کالاهای مجاز در گمرک فرودگاه امام (هزینه حقوق گمرکی کالا طبق اعلام گمرک با کارمزد ترخیص طبق اعلام دفتر نمایندگی این شرکت در ایران می باشد).
- 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 قهرس این شرکت می باشد لذا مشتری بدون هرگونه نگرانی میتواند هزینه را بصورت ارزی به حساب این شرکت واریز نماید. همچنین طبق توافق میتوانیم بخشی از هزینه هارا در ایران بصورت ریالی پرداخت نماییم و الباقی را بصورت ارز یورو به حساب این شرکت واریز کنند.

سال ۲۰۲۳ در سایه جنگ‌های اقتصادی، سیاسی و بحران انسانیت هم به پایان رسید، اما تمام یکسال گذشته فقط خبرهای بد نبود...



چشم‌انداز اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۴ موضوع مهمی است که از سوی صاحب‌نظران و کارشناسان ارشد اقتصادی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است، آن هم در حالی که در سال ۲۰۲۳، عوامل متعددی همچون جنگ اوکراین و تقابل چین و غرب که فعلاً در سطوحی اقتصادی در جریان است و بحران انسانی فلسطین، زمینه رکود نسبی اقتصاد جهان را ایجاد کرده است.

* اخبار امیدوارکننده سال ۲۰۲۴

گلدمن ساکس گزارش تازه خود از سال ۲۰۲۴ را منتشر کرد. گلدمن ساکس یک شرکت چندملیتی شناخته‌شده مستقر در آمریکا می‌باشد که در حوزه مدیریت دارایی و مدیریت سرمایه‌گذاری و سایر فعالیت‌های مالی فعال است. گزارش گلدمن ساکس انتظار دارد که اقتصاد جهانی، درست مانند سال ۲۰۲۳، در سال ۲۰۲۴ نیز از انتظارات بهتر عمل می‌کند. این چشم‌انداز بر پیش‌بینی اقتصاددانان گلدمن ساکس از رشد قابل توجه درآمد (در سایه کاهش تورم و بازار کار قوی) مبتنی است و از انتظار آنها مبنی بر احیای تولید با توقف و معکوس شدن سیاست‌های انقباضی نشأت می‌گیرد. احیای تولید در فضایی رنگ و بوی جدی‌تر به خود می‌گیرد که در صورت بروز نشانه‌هایی از افت رشد اقتصادی، بانک‌های مرکزی ممکن است به سیاست‌های تسهیل‌گرانه نیز متوسل شوند. به گفته کارشناسان، آنچه مسلم است عبور جهان از بخش سخت ماجراست و این بیمه اقتصاد جهان در مقابل وقوع رکود است.

* رشد به کجا می‌رسد؟

پیش‌بینی می‌شود تولید ناخالص داخلی جهان در سال آینده به‌طور متوسط سالانه ۲/۶ درصد افزایش یابد؛ در حالی که پیش‌بینی قبلی مورد اجماع اقتصاددانان که از سوی بلومبرگ منتشر شده بود، عدد ۲/۱ درصد را نشان می‌داد. درواقع، پیش‌بینی‌های موسسه تحقیقاتی گلدمن

ساکس برای رشد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۴ خوش‌بینانه‌تر از برآوردهای دیگر است. البته باید توجه داشت که اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۳ نیز بهتر از آن چیزی بود که بسیاری از اقتصاددانان انتظار داشتند. پیش‌تر برآورد گلدمن ساکس نیز نسبت به اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۳ خوش‌بینانه بود؛ اما عملکرد سال ۲۰۲۳ حتی از این پیش‌بینی‌های خوش‌بینانه نیز بهتر عمل کرد. در حال حاضر نرخ بیکاری در تمام اقتصادهای مورد بررسی گزارش گلدمن ساکس حدود نیم واحد درصد کمتر از دوره پیش از کرونا است. نکته مهم این است که این بهبود حتی در برخی از اقتصادهای کلیدی که رشد تولید ناخالص داخلی واقعی بسیار پایینی داشته‌اند، مانند منطقه یورو، قابل مشاهده است.



* تورم در مدار افت

نکته قابل توجه در میان اقتصادهایی که در سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ تورم نسبتاً زیادی را تجربه کرده‌اند این است که نرخ رشد اقتصادی و اشتغال آن به طرز عجیبی بالا بوده است. با این حال اکنون می‌توان دید که تورم در این کشورها روند نزولی به خود گرفته است. طبق گزارش گلدمن ساکس، با متعادل شدن عرضه و تقاضا، می‌توان فروکش کردن تورم در کالاهای اساسی را مشاهده کرد و برآورد می‌شود در سال ۲۰۲۴ تورم مسکن افت چشمگیری را تجربه کند. مهم‌تر از عرضه و تقاضا در بازار کالا، وضعیت بازار کار است که نشانه‌های امیدوارکننده‌ای در آن به چشم می‌خورد. شاخص گلدمن ساکس برای بررسی شکاف میان نیروی کار و فرصت‌های شغلی که به‌صورت فرصت‌های شغلی منهای کارگران بیکار اندازه‌گیری می‌شود، در همه مناطق مورد بررسی در حال کاهش است و خوشبختانه فرصت‌های شغلی بدون افزایش بیکاری کاهش یافته است.

گلدمن ساکس پیش‌بینی می‌کند تورم در سال ۲۰۲۴ بر مدار افت باقی بماند و در کشورهای گروه جی ۱۰ به غیر از ژاپن، تورم هسته از سطح ۳ درصدی فعلی به ۲ تا ۲/۵ کاهش می‌یابد. در واقع این روند با اهداف بانک‌های مرکزی کشورهای توسعه‌یافته منطبق است. با این حال نکته قابل توجه اینجاست که بسیاری از اقتصادهای بزرگ در سال ۲۰۲۴ از رکود اقتصادی اجتناب خواهند کرد. گزارش سال گذشته این خوش‌بینی را داشت که اقتصادهای بزرگ می‌توانند به ورطه رکود نیفتند و امروز احتمال ورود اقتصاد آمریکا به رکود در روزهای باقی‌مانده از سال ۲۰۲۳ بین ۱۰ تا ۱۵ درصد برآورد می‌شود که کمتر از سطح پیش‌بینی شده است.



سال ۲۰۲۳ در سایه جنگ‌های اقتصادی، سیاسی و بحران انسانیت هم به پایان رسید، اما تمام یکسال گذشته فقط خبرهای بد نبود

* دلایل امید به سال آینده

پیش‌بینی‌های مثبت گلدمن ساکس به این خاطر است که همگام با افزایش درآمد قابل تصرف واقعی شهروندان، تورم هسته پایین‌تر از سطوح پیش‌بینی شده است و بازار کار با قدرت به کار خود ادامه می‌دهد. در این مدت میزان رشد درآمد واقعی شهروندان آمریکایی کندتر از سال جاری خواهد بود؛ اما در سایه تخلیه فشار شوک گازی جنگ اوکراین، این متغیر در بریتانیا و منطقه یورو شتاب خواهد گرفت. از سوی دیگر پیش‌بینی می‌شود تا با تضعیف موانع تولید، شاهد رشد تولید صنعتی در سطح جهان خواهیم بود. با این حال مهم‌ترین دلیلی که برای خوش‌بینی به سال آینده ذکر می‌شود این است که بانک‌های مرکزی برای کاهش تورم نیازی به افزایش شدید نرخ بهره و ایجاد رکود ندارند و قادرند بدون فرود سخت مأموریت کنترل تورم را به انجام برسانند.



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 contact@canirn.com در ارتباط باشید.



آیا علاقه‌مند به یک تجارت پر سود هستید؟

با بهترین شرایط می‌توانید صاحب یکی از پر سودترین کسب و کارها در کانادا شوید

می‌توانید بدون سرمایه گذاری صاحب نمایندگی یکی از بهترین فرانچایز های کانادا شوید که در آینده‌ای نزدیک حق امتیاز آن رشد چشمگیری دارد...

آموزش برنامه نویسی و کدینگ زیر نظر دانشگاه ام آی تی آمریکا ویژه کودکان ۵ تا ۱۶ ساله

آموزش رباتیک ویژه کودکان ۱۰ ساله به بالا

دارای مجوز ارائه فرانچایز از انجمن فرانچایز های کانادا
دارای تأییدیه موقعیت سود آور توسط بانک
توسعه مشاغل کانادا جهت دریافت وام بانکی



WWW.01learning.ca

درسهای ژاپنی برای صادر کنندگان کالا و خدمات ایرانی



هدف بنیانگذاران کمپانی سونی در دهه ۱۹۵۰ یعنی حدوداً هفتاد سال پیش بیانگر تلاش بی وقفه آنها برای تغییر ذهنیت عموم نسبت به کیفیت پایین محصولات ژاپنی در آن زمان بود. برآستی چه اتفاقی افتاد که ظرف کمتر از ۳۰ سال ژاپنی ها سردمدار کیفیت، تمایز و از همه مهمتر تداوم بهبود در تولید و مشتری مداری شدند؟ در این مقاله کوتاه، تلاش خواهیم کرد تا استفاده از مدل های موفق ژاپنی مانند مدل کانو، کایزن و فلسفه ”جاست این تایم“ (Just-In-Time) که بر پایه بهبود مداوم، توجه به نیازهای مشتری و کارایی بالا بنا شده اند را در تولید و صادرات کالا و خدمات ایرانی توضیح دهیم. یقیناً شما شیفته کارآیی های متنوع این مدل ها شده و بیشتر در باره شان تحقیق خواهید نمود.



برخی طعم‌ها یا بسته‌بندی‌ها در بازار خاصی جذاب‌تر باشند. برای نمونه تولیدی حلوا شکری عقاب در تولید و نوع آوری کرم کنجد خود، بر مبنای همین اصل، همواره کوشیده است تا طعم‌های مختلف همچون قهوه، کاکائو و ... را به تولیدات با کیفیت خود بیافزاید. بنابراین نه تنها در داخل ایران بلکه در کشور کانادا هم توانسته مشتریان با سلاقی مختلف را جذب نماید.

۲. سفارشی‌سازی محصول بر اساس نیازهای محلی: ارتقاء یا تغییر محصولات بر اساس بازخوردها و ترجیحات مشتریان در بازارهای صادراتی. نمونه بارز آن طعم و ماهیت متفاوت محصولات مک دونالد در چین و یا کشورهای مسلمان می باشد.

* مدل کانو

توضیح: مدل کانو برای تحلیل رضایت مشتریان استفاده می‌شود و به شناسایی ویژگی‌های محصول یا خدمات که می‌تواند رضایت مشتری را به طور قابل توجهی افزایش دهد، می‌پردازد.

مثال: وقتی در یک هتل سه ستاره سرویس رایگان چایی یا قهوه عصرانه و یا در عینک سازی خود، سرویس رایگان تحویل را ارائه دهید، در واقع مطابق مدل کانو، فراتر از انتظارات مشتریان عمل نموده و غافلگیرشان کرده اید. هر چند از این بعد همه این سرویس‌ها تبدیل به وظایف شما خواهند شد ولی تا رقبا بجنبند، شما گوی سبقت را با سرعت زیاد پیموده اید.

کاربرد در جهانی‌سازی: برای فهم بهتر نیازها و انتظارات مشتریان در بازارهای بین‌المللی، استفاده از مدل کانو می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا محصولات یا خدمات خود را به گونه‌ای ارتقا دهند که از رقبا متمایز شوند.

کاربرد کانو در صادرات کالا:

۱. شناسایی عوامل جذابیت کالا برای بازارهای هدف: تعیین ویژگی‌هایی از محصول که می‌تواند مشتریان را در بازارهای هدف جذب کند. مثلاً، اگر در حال صادرات محصولات غذایی هستید، ممکن است

کایزن (Kaizen)

توضیح: کایزن یک فلسفه ژاپنی است که بر بهبود مستمر در تمام جنبه‌های زندگی تأکید دارد، که در کسب‌وکار به معنای بهبود مداوم فرآیندها و فعالیت‌ها است.

مثال: در تویوتا، کایزن به معنای تشویق کارکنان در تمام سطوح سازمان به فکر کردن به راه‌هایی برای بهبود فرآیندها و حل مسائل است.





چگونگی پیاده‌سازی کایزن در تویوتا:

۱. **تشویق کارکنان به ارائه پیشنهادات:** تویوتا یک سیستم پیشنهادات کارکنان را ایجاد کرده است، که به هر فرد اجازه می‌دهد ایده‌های خود را برای بهبود فرآیندها ارائه دهد.

۲. **جلسات بهبود مستمر:** برگزاری جلسات منظم کایزن، جایی که تیم‌ها می‌توانند چالش‌ها را مورد بررسی قرار دهند و راه‌حل‌های بهبود را پیشنهاد کنند.

۳. **فرهنگ یادگیری و آزمایش:** تویوتا یک فرهنگ سازمانی ایجاد کرده که در آن خطاها به عنوان فرصت‌هایی برای یادگیری دیده می‌شوند و آزمایش و خطا تشویق می‌شود.

۴. **استانداردسازی و بهینه‌سازی فرآیندها:** پس از شناسایی روش‌های بهتر برای انجام کارها، تویوتا این روش‌های جدید را استانداردسازی و در تمام سازمان پیاده‌سازی می‌کند.

از طریق پیاده‌سازی کایزن، تویوتا توانسته است به یکی از کارآمدترین و موفق‌ترین شرکت‌های خودروسازی در جهان تبدیل شود. کایزن به تویوتا کمک کرده است تا در زمینه‌هایی مانند کیفیت محصول، رضایت مشتری، کارایی تولید و نوآوری پیش‌تاز باشد.

کاربرد در جهانی‌سازی: این فلسفه می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا به طور مستمر فرآیندها و محصولات خود را بهینه‌سازی نموده و بدین ترتیب می‌توانند با کیفیت بالاتر و بازدهی بهتر در بازارهای جهانی رقابت کنند.

کاربرد کایزن در صادرات:

۱. بهبود مداوم فرآیندهای صادرات: ارزیابی و بهینه‌سازی مستمر فرآیندهای مرتبط با صادرات، از تولید تا تحویل محصول، برای افزایش کیفیت و کارایی.

۲. تمرکز بر کیفیت و پایداری: تأکید بر کیفیت محصول و اطمینان از اینکه محصولات صادراتی مطابق با استانداردهای بین‌المللی و انتظارات مشتریان هستند.

برای مثال شرکت فناوری و آموزشی Applyboard که توسط برادران ایرانی بصیری در کانادا تاسیس شده و به دانشگاه‌ها و دانشجویان بین‌المللی برای پذیرش در بهترین حالت و کوتاه‌ترین زمان ممکن کمک می‌کند، بطور مداوم در بهبود فرآیندهای تکنولوژیکی، پاسخگویی به بازخورد ها و توسعه و نوع آوری محصول، اهتمام ورزیده است. اگر از اهداف آینده این شرکت نوپا بدانید، دلیل ارزش بالای سه میلیارد دلاری فعلی آن، شما را تعجب زده نخواهد کرد.

جاست این تایم (Just-In-Time)

توضیح: Just-In-Time یک استراتژی تولید است که در آن مواد اولیه و قطعات دقیقاً زمانی به خط تولید می‌رسند که مورد نیاز هستند. **مثال:** بازهم مثال از تویوتا که برای اولین بار چنین کانسپتی را در عالم تولید ابداع نمود. هدف تویوتا این بود که هزینه های سرسام آور انبار داری و نگهداری قطعات مورد نیاز تولید را به حداقل ممکن برساند، بنابراین اتوبانهای ژاپن را به انبارهای متحرک خود تبدیل کرد و از قطعه سازها تعهد گرفت که هر روز صبح، ساعتی قبل از شروع به کار و استفاده از قطعات در خط تولید، کامیون های آنها پشت درب کارخانه باشند. ای کاش ایران خودرو، سایپا و ... هم از تویوتا لاقبل در اینمورد خاص یادگرفته بودند.

کاربرد در جهانی سازی: با استفاده از این استراتژی، شرکت ها می توانند هزینه های انبارداری را کاهش دهند و سرعت پاسخ گویی به تغییرات تقاضای بازار را افزایش دهند. این امر برای فعالیت در بازارهای جهانی که سرعت و انعطاف پذیری حیاتی است، بسیار مفید خواهد بود.

کاربرد Just-In-Time در صادرات:

۱. کنترل دقیق موجودی و تولید: تنظیم فرآیندهای تولید و مدیریت موجودی به گونه ای که محصولات دقیقاً در زمان نیاز به بازارهای صادراتی ارسال شوند، تا از هدررفت منابع و هزینه های ذخیره سازی اضافی جلوگیری شود.

۲. ارتباط نزدیک با تأمین کنندگان و خریداران: هماهنگی دقیق با زنجیره تأمین و مشتریان برای اطمینان از تحویل به موقع و کاهش دوره های انتظار.

مثال: اگر نمونه بهتری از فروشگاه آمازون می شناسید، بمن هم بگویید.

و اما اگر خواستار تغییر اوضاع و شرایط بیرونی هستید، ابتدا باید تغییر را از درون شرکت و سازمان خود آغاز نمایید: چگونه؟

۱. فرهنگ سازمانی خود را تغییر دهید: برای موفقیت در این مدل ها، لازم است که فرهنگ سازمانی بر پایه یادگیری مداوم، بهبود و تطبیق پذیری باشد.

۲. به تحلیل دقیق و مستمر نیازهای مشتریان اهمیت دهید: مدل کانو بر اساس درک دقیق نیازهای مشتریان و ارائه راه حل های خلاقانه بنا شده است.



۳. سیستم‌های کارآمد تولید و توزیع ایجاد کنید: به‌کارگیری روش‌های Just-In-Time نیازمند سیستم‌های کارآمد و انعطاف‌پذیر است تا بتوان به تغییرات سریع بازار پاسخ داد.

۴. رویکردی جامع و همه‌جانبه اتخاذ کنید: کایزن نیازمند تعهد به بهبود مستمر در تمامی جوانب کسب‌وکار است، از فرآیندهای داخلی گرفته تا روابط با مشتریان و شرکای تجاری.

۵. آموزش و توسعه پرسنل را جدی بگیرید: برای اجرای موفقیت‌آمیز این مدل‌ها، کارکنان باید آموزش‌های لازم را دریافت کنند تا بتوانند به‌طور مؤثر در فرآیندهای بهبود مشارکت نمایند.

و اما وقتی صحبت از صادرات به میان می‌آید، علاوه بر موارد فوق، شما نیازمند رعایت دو اصل دیگر نیز هستید:

تحلیل و تطبیق بازار: مطالعه دقیق بازارهای هدف برای فهم بهتر نیازها و انتظارات مشتریان.

همکاری و شراکت‌های بین‌المللی: ایجاد روابط مستحکم با شرکای تجاری در بازارهای هدف برای فهم بهتر بازار و دستیابی به فرصت‌های جدید.

با به‌کارگیری این رویکردها، می‌توانید موفقیت و کارایی بیشتری در صادرات کالا به دست آورید. این رویکردها به شما کمک می‌کنند تا در فرآیند صادرات:

- انعطاف‌پذیری بیشتری داشته باشید: تطبیق پذیری با نیازها و شرایط متغیر





بازارهای هدف برای پاسخگویی به ترجیحات و تقاضای مشتریان.

- هزینه‌ها را کاهش دهید: کاهش هزینه‌های غیرضروری در فرآیندهای تولید و توزیع و بهینه‌سازی زنجیره تأمین.

- کیفیت و رضایت مشتری را افزایش دهید: ارتقاء مستمر کیفیت محصولات و خدمات و همچنین پاسخگویی بهتر به نیازهای مشتریان.

- بازارهای جدیدی را کشف کنید: باز شدن فرصت‌های جدید در بازارهای بین‌المللی از طریق شناخت بهتر نیازها و ایجاد ارتباطات مؤثر تجاری. و در نهایت، این رویکردها به شما امکان می‌دهند تا با سازگاری با نیازهای متغیر بازارهای جهانی، رقابت‌پذیری خود را حفظ کرده و موفقیت‌های بلندمدتی را در عرصه صادرات تجربه کنید.

انشاءالله.

تا مبحثی دیگر، خدا نگهدار.

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



بیزینس هاب ساختمانی ایران و کانادا

اولین مرکز و نمایشگاه
دائمی محصولات
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 تبلیغات 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.



گروه سرمایه گذاری کپیتال هلدینگ کانادا

- با ده سال سابقه فعالیت مستمر در آمریکای شمالی
- سرمایه پذیری دلاری همراه با تضمین بانکی برای اصل و سود سرمایه
- سپرده ۳ ساله همراه با سود سالانه ۵٪
- سپرده ۵ ساله همراه با سود سالانه ۷.۵٪

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

سرویس ویژه برای اعضای
انجمن بازرگانی ایران کانادا



GLOBALLINK

گلوبال لینک: حامی و همراه شما برای تسخیر بازارهای جهانی ورود به عرصه بین‌المللی





در دنیای کسب و کار امروز، جهانی شدن نه تنها یک انتخاب، بلکه یک ضرورت است. اما چگونه می توان این مسیر را با کمترین مشکلات و بیشترین بهره‌وری طی کرد؟ پاسخ در سه کلیدواژه نهفته است:

دسترسی سریعتر، گسترده‌تر و مقرون به صرفه‌تر.

اهمیت این سه کلیدواژه به اندازه‌ای می باشد که تفاوت‌های بین شرکت‌ها را صرف‌نظر از میدان بازی رقم می‌زند.

است. . با تکیه بر فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی و بیگ دیتا، می توان تحلیل‌های دقیق و سریع بازار را ارائه داد. گلوبال لینک با استفاده از رویکردهای نوآورانه و بهینه‌سازی فرآیندها، از تحقیق گرفته تا خدمات پس از فروش ، به شما کمک می‌کند تا در کوتاه‌ترین زمان ممکن، پا به بازارهای بین‌المللی بگذارید.

دسترسی گسترده‌تر: بنا به دلایل مختلف غالب صادرکنندگان ایرانی ، یا بازار کشورهای اطراف مثل عراق را ترجیح می‌دهند و یا حتی در صورت ورود به بازار کانادا خود را محدود به کامیونیتی ایرانیان مقیم کانادا می نمایند. چنین محدودیتی خود سرچشمه چالش‌های بزرگتر و نهایتاً از دست دادن فرصت‌های بی شماریست. در حالی که دسترسی داشتن به بازارهای متعدد و متنوع، امکان شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید را فراهم می‌آورد. گلوبال لینک با بهره‌مندی از شبکه ارتباطی با طیف وسیعی از کامیونیتی‌های غیر ایرانی و همچنین ارائه دیدگاه‌های جامع و خدمات سفارشی، به شما این امکان را می‌دهد که در بازارهای مختلف جهانی گام بردارید و محصولات و خدمات خود را به شیوه‌ای موثر ارائه دهید.



دسترسی سریعتر: It's Not the Big That Eat the Small...It's the Fast That Eat the Slow. " برای موفقیت در رقابت ، ضرورتاً نیاز به بزرگ‌تر بودن نیست. باید فرزتر (سریعتر) باشی ". در عرصه جهانی، زمان برابر با پول است. ورود سریع به بازارهای جدید، به معنای بهره‌برداری زود هنگام از فرصت‌های نوین و کسب برتری نسبت به رقبای



دسترسی مقرون به صرفه تر: هزینه‌های سنگین جهانی‌سازی می‌تواند برای بسیاری از کسب‌وکارها چالش‌برانگیز باشد. بخصوص بازارهای ناشناخته و هزینه‌های سرسام‌آور دلاری برای بازار یابی، انبارداری، توزیع و مشتری‌مداری. گلوبال لینک با ارائه راهکارهای اقتصادی و کارآمد، به شما کمک می‌کند تا با صرف هزینه‌های بهینه، بهترین نتایج را کسب کنید. ما با بهینه‌سازی فرآیندها و استفاده از تکنیک‌های نوین مدیریتی، هزینه‌ها را کاهش می‌دهیم. برای نمونه، با استفاده از رویکرد اقتصاد مشارکتی در تأمین منابع و خدمات، به یک شرکت خرده‌فروشی کمک کردیم تا هزینه‌های ورود به بازار کانادا را تا ۳۰٪ کاهش دهد.

در گلوبال لینک، ما بیش از یک سازمان تجاری هستیم؛ ما شریکی هستیم در مسیر رشد و موفقیت شما. با ارائه خدمات متنوع و تخصصی، هدف ما توانمندسازی کسب‌وکار شما برای رقابت در عرصه جهانی و دستیابی به موفقیت‌های پایدار است. همراه با گلوبال لینک، آماده شوید برای تسخیر بازارهای جهانی به شیوه‌ای نوین و موثر.

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
بخشید.

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
info@globallinktradehub.com

راهنمای کامل لیبلینگ محصولات در کانادا

منتشر شده توسط
انجمن بازرگانی ایران و کانادا
ژوئن (ژوئن) ۲۰۲۳





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

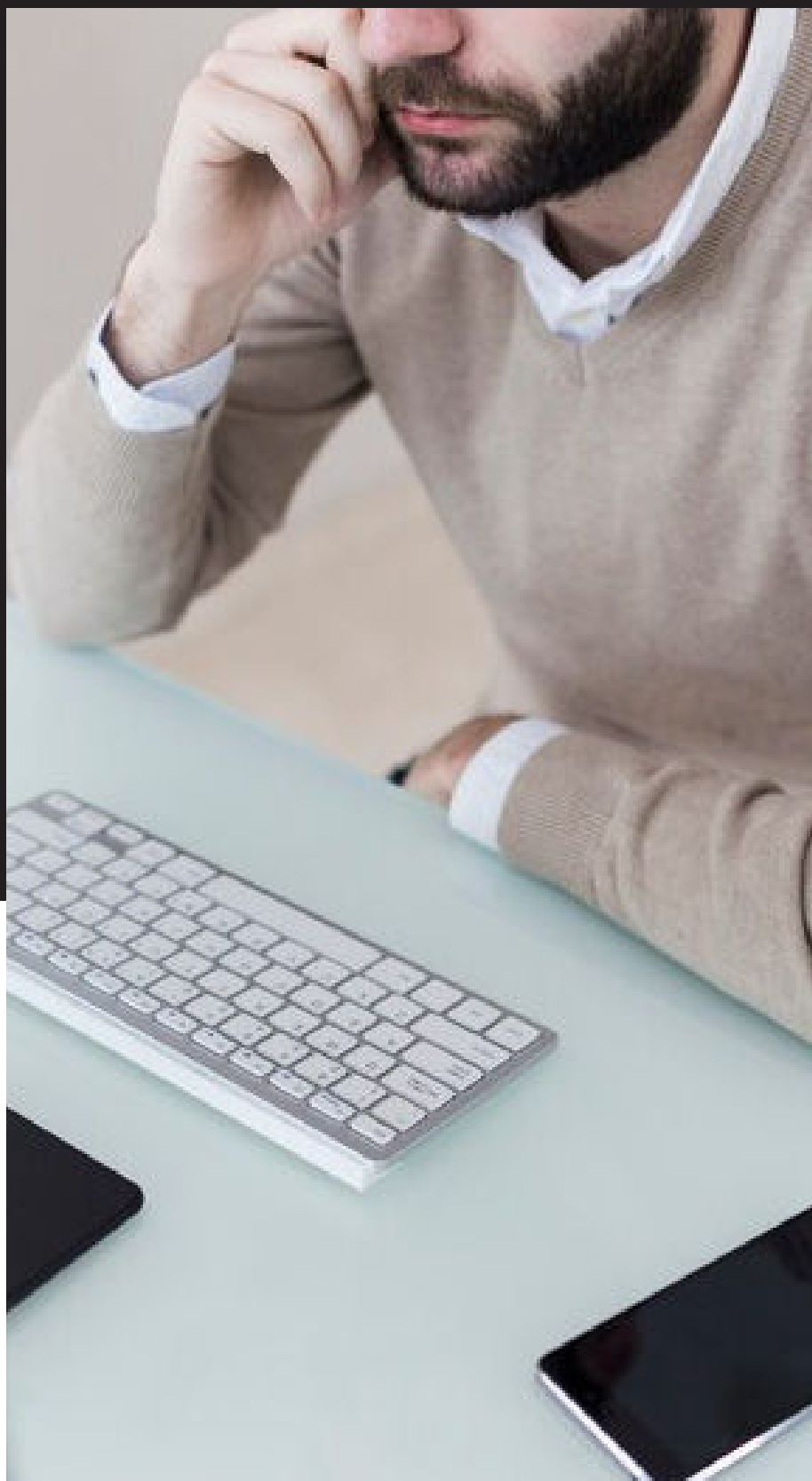
چاپ انتشارات آذر فر

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



۸ روش علمی برای افزایش تمرکز

توضیح متا: تمرکز یک تمرین ذهنی است که باعث افزایش بهره‌وری و موفقیت افراد مختلف می‌شود. با این حال، حضور پررنگ رسانه‌های اجتماعی در زندگی روزمره افراد این روزها باعث شده تا تمرکز یکی از سخت‌ترین کارهای دنیا به نظر برسد. رسانه‌ها در ادامه این مقاله به ۸ روش علمی برای افزایش تمرکز خواهد پرداخت تا بتواند به شما در مسیر موفقیت کمک کند.

البته عواملی مانند کم خوابی یا حتی سنگین بودن برنامه روزانه هم از جمله مواردی هستند که در این فرآیند تاثیرات خاص خودشان را دارند. با این حال، در نهایت باید توجه داشته باشیم که ذات افراد مختلف با یکدیگر متفاوت است و برخی از اشخاص به طور طبیعی در مقایسه با دیگران بیشتر در معرض مشکلات مربوط به تمرکز قرار می گیرند. به علاوه، جالب است بدانید که عملکرد مغز در ۲۰ سالگی به اوج خود می رسد و سپس با گذشت زمان به آرامی و به تدریج کاهش پیدا می کند و همین امر تمرکز کردن را تا حدی دشوار می کند.

با در نظر گرفتن تمام این موارد، ما در این مقاله قرار است به شما کمک کنیم تا در هر سنی که هستید، تمرکز خود را افزایش دهید.

۸ روش علمی برای افزایش تمرکز

* از مولتی تسکینگ خودداری کنید

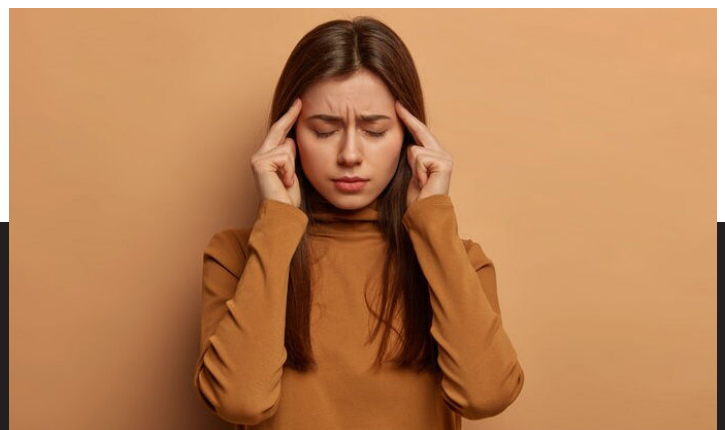
با اینکه از نظر بسیاری از افراد مولتی تسکینگ ممکن است مهارت خوبی به نظر برسد، اما این کار در واقع ممکن است تمرکز و عملکرد کلی شما را تحت تاثیر قرار دهد و آنها را دچار آسیب کند. بر اساس تحقیقات اخیر که این کار را مورد بررسی قرار داده اند، افرادی که از مولتی تسکینگ استفاده می کنند، بیشتر مستعد پرت

بسیاری از افراد در دنیای امروزی با وجود اعلان ها و پیام هایی که مکررا در تلفن همراه، ساعت های هوشمند و رایانه های خود می بینند تقریبا تمرکز کردن را غیرممکن می دانند. احتمالا شما هم با یک نگاه کلی متوجه می شوید که این موارد تنها بخشی از چندین حواس پرتی است که روزانه ما را مکررا درگیر خود می کنند. از صحبت با همکاران، کار خانه، مراقبت از حیوان خانگی تا توجه به شریک زندگی و بچه ها، اینها همه مواردی هستند که بخش زیادی از افکار و نگرانی های ما را به سمت خودشان جلب می کنند و تمرکز کردن را برای ما غیرممکن می سازند. به همین دلیل هم می توان گفت که یادگیری نحوه تمرکز در دنیای مدرن از اهمیت زیادی برخوردار است.

ما در این مقاله با «ساشا حمدانی»، روانپزشک و نویسنده کتاب خودمراقبتی برای افراد مبتلا به ADHD صحبت کردیم تا به ۸ روش علمی برای افزایش تمرکز بپردازیم. پس تا آخر این مقاله با ما همراه باشید تا بتوانید با نهایت بهره وری از تمرکز و زمانتان به درستی استفاده کنید.

* چرا تمرکز کردن این روزها اینقدر سخت به نظر می رسد؟

یکی از عوامل اصلی حواس پرتی همه ی ما این روزها اطلاعات فراوانی است که از طریق شبکه های اجتماعی و دستگاه های الکترونیکی دریافت می کنیم.



شدن حواس هستند. بنابراین، اگر فکر می‌کنید که با مولتی تسکینگ قرار است با یک تیر دو نشان بزنید، سخت در اشتباهید. بهتر است به جای انجام این کار تمرکز خود را در بازه‌های زمانی مختلف بر یک کار اختصاص دهید.

* استراحت کنید

استراحت کردن یا داشتن زنگ تفریح ممکن است در حین انجام کار غیرمنطقی به نظر برسد، اما اگر از کاری که به آن مشغول هستید فقط برای مدت کوتاهی فاصله بگیرید، متوجه می‌شوید که تمرکزتان افزایش پیدا خواهد کرد. ذهن شما با تمرکز بیش از حد بر یک کار یا هدف ممکن است سرگردان شود و تمرکز خود را از دست بدهد. طبق گزارشات تحقیقات مجله معتبر Cognition، داشتن یک زنگ تفریح کوچک ذهن شما را وادار می‌کند که به محض شروع دوباره کارتان تمرکز خود را مجدداً به دست بیاورید و میزان آن را افزایش دهید.

* از تکنیک پومودورو استفاده کنید

اگر نمی‌توانید برای فعالیت‌های روزمره‌تان برنامه‌ریزی درستی داشته باشید، از تکنیک پومودورو استفاده کنید. تکنیک پومودورو در واقع تعریف بسیار ساده‌ای دارد. شما با استفاده از این تکنیک در فواصل زمانی کارتان استراحت می‌کنید. بعد از هر ۲۵ دقیقه کار، ۵ دقیقه استراحت می‌کنید و هر ۱۰۰ دقیقه یک بار برای مدت بیشتری استراحت می‌کنید. تکنیک پومودورو در واقع بیان می‌کند که اگر در فواصل زمانی کاری خود استراحت کنید و برای بازیابی انرژی ذهن به خودتان زمان دهید، بازدهی بیشتری خواهید داشت. جالب است بدانید که به گفته «فرانچسکو سیریلو»، کارآفرین و پدیدآورنده تکنیک پومودورو، هدف اصلی این تکنیک افزایش تمرکز و در عین حال آغاز کردن کارهای عقب افتاده است.

”یکی از عوامل اصلی مواس‌پرتی همه‌ی ما این (روزها) اطلاعات فراوانی است که از طریق شبکه‌های اجتماعی و دستگاه‌های الکترونیکی دریافت می‌کنیم...”



می‌تواند سبک زندگی شما را به طور کلی تغییر دهد و به شما در حفظ توجه و کاهش حواس‌پرتی کمک می‌کند. مدیتیشن منظم در نهایت منجر به بهبود حافظه و افزایش دامنه توجه می‌شود.»

* بیشتر بخوابید

همه‌ی ما می‌دانیم که خواب در بسیاری از عملکردهای بدن مانند عملکرد شناختی، تمرکز و توجه نقش بسیار مهمی دارد. دکتر حمدانی در این باره افزود: «تحقیقات نشان داده است که کمبود خواب می‌تواند توجه، هوشیاری و توانایی تمرکز شما را دچار اختلال کند.» جالب است بدانید که یکی از مطالعات مجله Sleep Science هم نشان داد که حتی یک شب کم خوابی هم می‌تواند باعث کاهش توجه و عملکرد شناختی شما شود. به همین دلیل هم ما در نهایت توصیه می‌کنیم که سعی کنید هفت تا نه ساعت خواب شبانه باکیفیت خود را هر طور که شده حفظ کنید. با این حال، اگر به هر دلیلی نتوانستید خواب

* عوامل حواس‌پرتی را کاهش دهید

یکی از رازهای نه چندان محرمانه برای افزایش تمرکز، کاهش حواس‌پرتی‌های خارجی است. البته همه ما می‌دانیم زمانی که صحبت از کنار گذاشتن گوشی و قطع ارتباط با شبکه‌های اجتماعی به میان می‌آید، گفتن این کار آسان‌تر از انجام آن است. با این حال، شما می‌توانید این کار را با استفاده از گزینه Do not disturb گوشی‌هایتان شروع کنید. اما اگر کافی نیست، سعی کنید تلفن خود را در کشوی میز یا طرف دیگر اتاق‌تان نگه دارید تا بدون توجه به آن کارتان را انجام دهید.

* مدیتیشن کنید

جالب است بدانید که مطالعات علمی همواره نشان داده‌اند که مدیتیشن بدون شک باعث افزایش تمرکز و دامنه توجه شما می‌شود. دکتر حمدانی در این باره می‌گوید: «مدیتیشن باعث می‌شود که شما تمام تمرکزتان را در زمان حال صرف خودتان کنید. البته در نظر داشته باشید که انجام این کار همچنین



جدید می‌شود.»

* قهوه بخورید

اگر برای مصرف قهوه صبحگاهی بهانه‌ی دیگری ندارید، ما اینجا هستیم تا به شما بگوییم که مصرف یک فنجان قهوه در واقع زمان واکنش و عملکرد حافظه شما را افزایش می‌دهد. با این حال، در نظر داشته باشید که مصرف دوزهای بالای قهوه می‌تواند تأثیرات منفی زیادی داشته باشد و با افزایش استرس و اضطراب، تمرکز را برای شما سخت می‌کند.

دکتر حمدانی در نهایت ضمن تأکید بر هشت روش بالا به مواردی مانند رژیم غذایی متعادل، مصرف آب کافی و مدیریت استرس اشاره کرد و گفت که تمام اینها می‌توانند در افزایش تمرکز نقش مهمی داشته باشند.



شبهانه خوبی داشته باشید و احساس خستگی می‌کنید و تمرکز کردن برایتان دشوار است، به جای مقاومت یک چرت کوتاه بزنید تا بتوانید تمرکز خود را افزایش دهید. طبق مطالعات مجله‌ی Progress in Brain Research، چرت زدن نه تنها خواب آلودگی را کاهش می‌دهد، بلکه عملکرد شناختی را هم افزایش خواهد داد.

* هر روز ورزش کنید

جالب است بدانید که فعالیت بدنی منظم و روزانه عملکرد شناختی، تمرکز و توجه شما را مستقیماً تحت تأثیر قرار می‌دهد. دکتر حمدانی در این باره گفت: «ورزش باعث افزایش جریان خون در مغز، ترشح مواد شیمیایی عصبی مانند دوپامین، سروتونین و تحریک رشد نورون‌های

چاپ کارت عضویت اعضای محترم انجمن بازرگانی ایران و کانادا



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



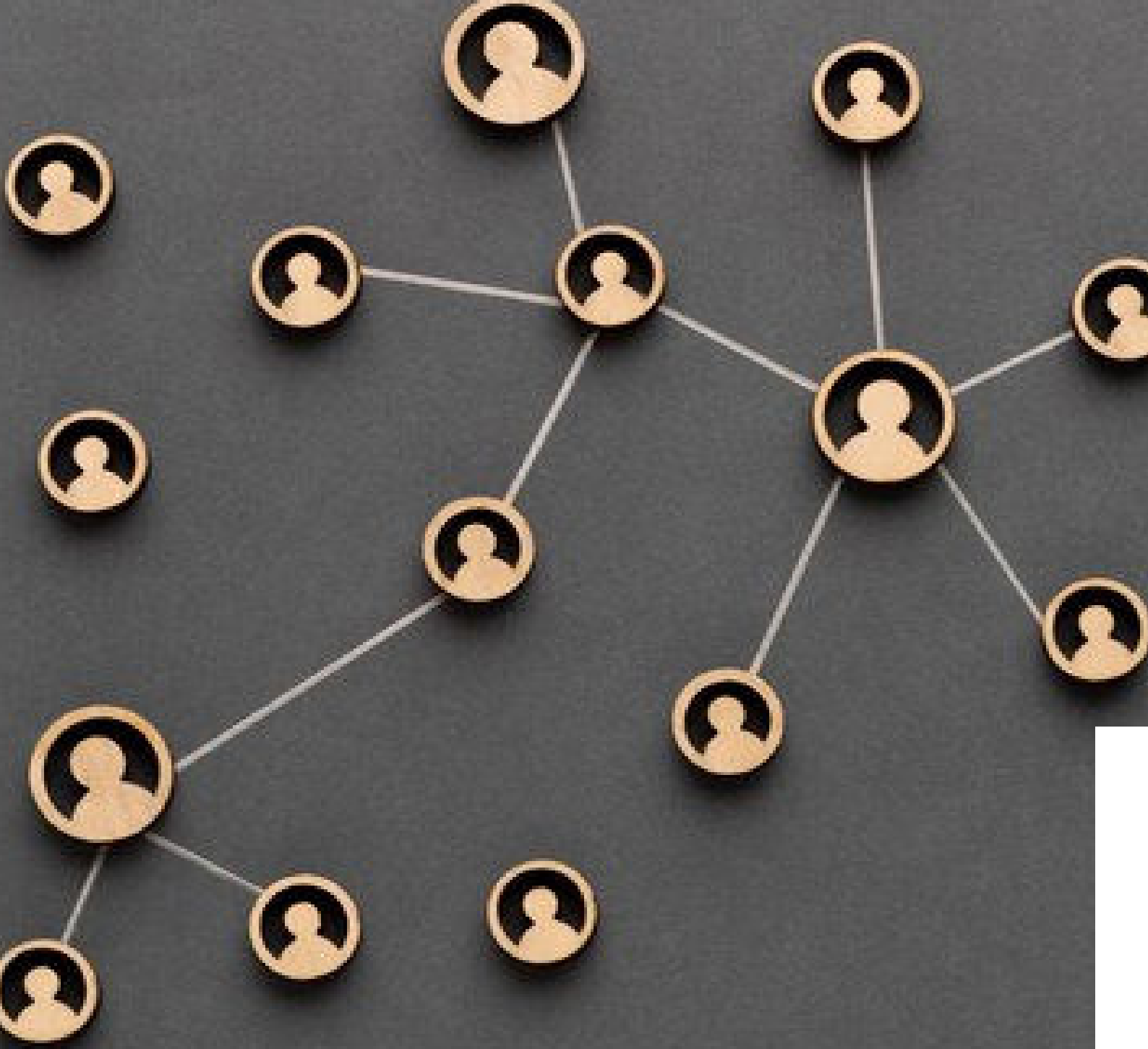
پذیرش نماینده فعال فروش در شهرهای مختلف
کانادا، آمریکا و خاورمیانه

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





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



رکود اقتصادی چه ارتباطی با فروش رژ لب دارد؟

توضیح متا: افراد مختلف در بحران‌های اقتصادی خریدهای غیرضروری خود را به تعویق می‌اندازند. رژ لب یکی از همین اقلام است که شرایط اقتصادی مستقیماً آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ به طوری که باعث ایجاد مفهومی به نام اثر رژ لب در علم اقتصاد شده است. رسانه هدهد در ادامه این مقاله به بررسی این مفهوم خواهد پرداخت. با ما همراه باشید.

۱۹۲۹، در دهه ۱۹۹۰، در زمان سقوط بازار مسکن که باعث رکود اقتصادی سال ۲۰۰۸ شد و حتی در زمان همه‌گیری کووید هم دیده شده. بله درست است، برندهای رژ لب حتی در طول همه‌گیری کووید که مردم در آن دائماً ماسک می‌زدند هم شاهد افزایش فروش محصولات خود بودند. در حال حاضر، چندین مقاله خبری و مفسر تجاری از روندهای مشابهی در افزایش فروش رژ لب خبر می‌دهند. البته برخی از این نوشته‌ها و افراد حتی به افزایش کلی خرید در بخش زیبایی و مراقبت از خود در این رویدادها هم اشاره کرده‌اند. اما چه چیزی باعث می‌شود که مصرف‌کنندگان در اوج بحران به خرید چنین محصولاتی روی بیاورند؟

همه‌ی ما ممکن است فکر کنیم که رژ لب از آن دسته اقلامیست که همزمان با بروز بحران اقتصادی فروش خود را از دست می‌دهد و اغلب مردم از خرید آن صرف نظر می‌کنند. اما جالب است بدانید تحقیقات نشان داده که فروش رژ لب در بحران‌های اقتصادی بر خلاف باور عموم، افزایش پیدا می‌کند. در نظر داشته باشید که طبق یافته این تحقیقات، رد پای افزایش فروش رژ لب در واقع در تمام طول تاریخ خود را نشان داده است. به بیان دیگر، رد پای افزایش فروش رژ لب در زمان رکود بزرگ سال



* رکود اقتصادی و شاخص رژ لب

از نظر فنی، رکود اقتصادی در واقع زمانی رخ می‌دهد که تولید ناخالص داخلی واقعی یک اقتصاد به طور متوالی در سه فصل مالی کاهش پیدا کند. در نظر داشته باشید که شدت رکود هم با دنبال کردن فعالیت‌های اقتصادی یک کشور اندازه‌گیری می‌شود و به میزان کاهش تولید ناخالص داخلی واقعی و انتشار آن در بخش‌های مختلف اقتصاد بستگی دارد. البته باید اضافه کنیم که مدت زمان گستردگی رکود و کاهش میزان تولید ناخالص داخلی واقعی هم در این روند بی‌تاثیر نیست و در واقع دوره‌ای را نشان می‌دهد که اقتصاد در آن سطح دچار رکود می‌شود.

گفتنی است که تمام این ارزش‌ها تنها با در

نظر گرفتن تولید ناخالص داخلی واقعی به دست

نمی‌آیند و فروش عمده و جزئی، درآمد واقعی، اشتغال

و تولید صنعتی هم در این فرآیند تاثیرات چشمگیری

دارند. با این حال، «استی لادر»، رئیس بازنشسته

شرکت The Estée Lauder Companies Inc در این بین

به افزایش فروش رژ لب در طول رکود اقتصادی ناشی

از حملات ۱۱ سپتامبر اشاره کرد. او همچنین دوباره در

سال ۲۰۰۸ متوجه این روند صعودی شد و در نهایت

همین باعث شد تا اصطلاح شاخص رژ لب را ابداع

کند. این اصطلاح بعدها برای اولین بار در کتاب The

Overspent American توسط «جولیت شور»، اقتصاددان

و پروفسور جامعه‌شناس، تحت عنوان اثر رژ لب استفاده

شد.

به خاطر داشته باشید که پیش از این هم گفتیم که خرید رژ لب توسط مصرف‌کنندگان، آن هم درست در بحبوحه رکود اقتصادی اصلاً از لحاظ منطقی عاقلانه به نظر نمی‌رسد و به همین دلیل این نظریه ممکن است حتی از منظر اقتصاد هم به عنوان یک رفتار غیرمنطقی تلقی شود. اما آیا واقعاً فکر می‌کنید که تمام مصرف‌کنندگان در طول این سال‌ها عقل خودشان را از دست داده‌اند و دیوانه شده‌اند، یا این پدیده باید یک توجیه منطقی داشته باشد؟

* رکود اقتصادی چه ارتباطی با فروش رژ لب دارد؟

محصولات آرایشی را در نظر بگیرید، متوجه می‌شوید که رژ لب بر خلاف آنها به زمان و تلاش زیادی نیاز ندارد. البته اینکه آیا این کالا بخشی از روال روزمره افراد به شمار می‌رود یا اینکه آیا مصرف‌کنندگان آن را جایگزین کالاهای گران‌قیمت کرده‌اند، هنوز برای بسیاری از محققان یک سوال چالش‌برانگیز است.

با این حال، اقتصاددانان برای پاسخ به این سوال کالاهای را در دو عنوان جایگزین یا مکمل دسته‌بندی می‌کنند. به بیان دیگر، هنگامی که قیمت یک کالا افزایش می‌یابد از کالاهای جایگزین استفاده می‌شود و کالاهای مکمل هم با هدف برآورده کردن نیازهای مصرف‌کننده تولید می‌شوند. بر همین اساس، رژ لب نه تنها یکی از اقلام خود مراقبتی به شمار می‌آید، بلکه می‌تواند با چیزهایی مانند ماشین، سفر یا حتی مبلمان هم جایگزین شود. علت این مسئله هم این است که مردم در زمان رکود اقتصادی توانایی

گفتنی است که دیدگاه افراد مختلف نسبت به مفهوم اثر رژ لب تا کنون بسیار ضد و نقیض بوده و تحقیقاتی که آن را مورد بررسی قرار داده‌اند هم بر اساس حجم نمونه، جغرافیا و انتخاب محصول در بخش مراقبت‌های زیبایی به نتایج متفاوتی رسیده‌اند.

یکی از مطالعات نسبتاً محافظه‌کارانه و تا حدودی زن‌ستیز که توسط اساتید دانشگاه -Texas Chris tian University انجام شد نشان می‌دهد که علت فروش رژ لب در رکود اقتصادی این است که زنان تمایل دارند در طول مصاحبه‌های شغلی یا جست‌وجوی همسران احتمالی خود خوب به نظر برسند. مطالعه دیگری استدلال کرد که این پدیده در روانشناسی جفت‌گیری زنان ریشه دارد. به همین ترتیب، زنان برای فرار از سختی‌ها و مشکلات ناشی از رکود اقتصادی خودشان را با چنین چیزهایی آرام کنند. با این حال، در نظر داشته باشید که تمام اینها دیدگاه‌های جامعه‌شناختی و روانشناختی مربوط به یک شرایط خاص هستند و از کشوری به کشور دیگر متفاوت هستند.

اما بیایید منطقی باشیم. رژ لب محصول معجزه‌آسایی است که فقط با یک حرکت چهره شما را کاملاً متحول می‌کند. اگر سایر

برخی از تحقیقات به این نتیجه رسیده‌اند که مصرف‌کنندگان در صورت بروز چنین وقایعی ممکن است هر چیزی که برایشان لذت‌بخش باشد را ترجیح دهند و به همین دلیل هم رژ لب تنها ملاکی نیست که باید مورد بررسی قرار بگیرد.

* نتیجه‌گیری

در نهایت، اثر رژ لب مفهومی است که تا کنون توسط روانشناسان، جامعه‌شناسان و اقتصاددانان مورد بررسی قرار گرفته است. با این حال، علیرغم اینکه این محصول ممکن است با سایر کالاهای لوکس جایگزین شود، اما محبوبیت آن کاملاً موقت است و احتمالاً در آینده با چیزهای دیگر جایگزین خواهد شد.

پرداخت هزینه برای چنین چیزهایی را ندارند. اما رژ لب قرار نیست چیزی از آنها کم کند. جالب است بدانید که با این حال، اثر رژ لب این روزها به تمام محصولات مراقبت شخصی گسترش پیدا کرده است و مردم اقلامی مانند بالم لب، عطر و ناخن مصنوعی را جزئی از روزمره خود می‌دانند.

* تاثیرات اقتصادی اثر رژ لب

همانطور که گفتیم، اثر رژ لب با گذشت زمان حالا به سایر محصولات آرایشی و بهداشتی هم نفوذ کرده و بیشتر آنها را در بر می‌گیرد. با این حال، فروش این محصولات در نهایت نمی‌تواند به عنوان یک شاخص قابل اعتماد مورد استفاده قرار بگیرد. علت این مسئله هم این است که



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

gph@donyamohammadi.com

+98 915 502 0662

+98 915 502 0662

+98 915 502 0662

donyastudio.graphic

donyastudio.photo

www.linkedin.com/in/donya-mohammadi



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

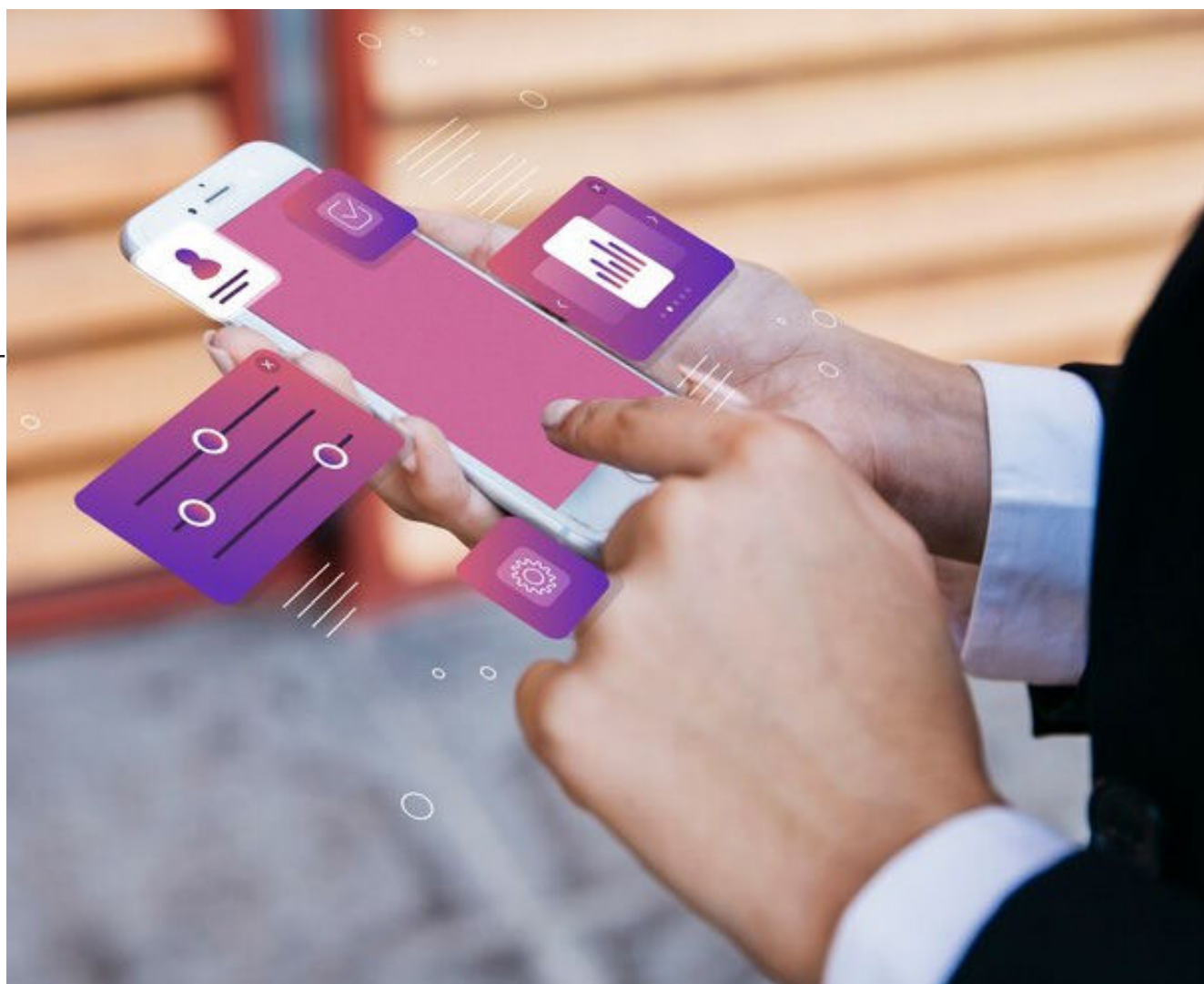
☎ +۹۸ (۲۱) ۹۱۰۳۵۶۹۵

🌐 WWW.CANADAIRAN.CA



انواع پیام رسانی SWIFT

داده های ساختار یافته و فرمت های استاندارد برای تبادل اطلاعات در مورد ضمانت نامه های بانکی و اعتبار اسنادی (letter of credit)، کلیدی برای دیجیتال سازی تأمین مالی در تجارت هستند. پیام رسانی بین بانکی و پیام رسانی از بانک به شرکت همچنان یک چالش است و در حالی که صنعت از حرکت به سوی داده های ساختار یافته و انواع پیام رسانی جدید SWIFT استقبال می کند اما هنوز چالش هایی در این زمینه وجود دارد. TFG از Olli Jääsaari، کارشناس Standardized Trust و مدیر محصول و تجارت مالی Nordea و WCM، شنیده است.



* انواع پیام رسانی SWIFT -

مقدمه

:Deepesh Patel (DP)

به چه دلیل داده های ساختاریافته در تامین مالی تجارت مهم تلقی شده و دیدگاه Nordea نسبت به تجارت دیجیتال چیست؟

:Olli Jääsaari (OJ)

فرمت های استاندارد برای مبادله ی ضمانت نامه های بانکی و اعتبارنامه انتظاری (standby letter of credit) بین بانک ها، ساختار یافته تر می شود. در حالی که تغییرات پیشنهاد شده از سوی SWIFT - جامعه جهانی ارتباطات مالی بین بانکی - مزایای زیادی به همراه دارد اما با مشکلات خاصی نیز همراه است.

به عنوان مدیر محصول برای ضمانت ها و اعتبارنامه های انتظاری در شرکت Nordea که یک گروه خدمات مالی پیشرو در منطقه ی شمال اروپا و یکی از بزرگترین بانک ها در اروپا است، برایم فرصتی عالی برای بررسی فرمت های پیام و استفاده از آنها به وجود آمد. این دیدگاه ها در بحث با اعضای Standardized Trust، که جامعه ای است که با اعضای نه تنها از بانک ها، بلکه از شرکت ها، فین تک ها (فناوری های مالی) و فروشندگان نرم افزار همکاری نموده و به دیجیتالی سازی در تجارت جهانی کمک می کند، تقویت و غنی گشته است.

در حالی که اتفاق نظر عمومی نسبت به داده های ساختار یافته بسیار مثبت است، اما ما شاهد مسائل اصلی زیر هستیم:

- شکاف آتی میان ضمانت های عندالمطالبه و پیام های تعهدات وابسته، به رسیدگی و مدیریت ویژه در فرآیندها نیاز دارد.

- عدم تطابق بین فرمت های پیام بین بانک ها و بانک به شرکت در تعهدات وابسته منجر به موقعیت های دردسرساز می شود.

هر دو مشکل را می توان با اجازه استفاده از فرمت های ساختار یافته برای تعهدات وابسته نیز حل نمود.

*انواع پیام رسانی SWIFT برای

ضمانت نامه ها و موارد استفاده آن

DP: در حال حاضر انواع پیام رسانی در مورد ضمانت های بانکی چه کاربرد هایی دارد؟ SWIFT MT 760، 767 و 798 چیست؟ OJ: هر کسی که با ضمانت نامه های بانکی که بین بانک ها تبادل شده است کار کرده باشد، از فرمت های فعلی صدور ضمانت نامه MT 760 و اصلاحیه ی ضمانت نامه MT 767 به خوبی آگاه است: چند فیلد برای قوانین قابل اجرا و تاریخ وجود دارد اما محتوای اصلی پیام به تنهایی در یک فیلد روایی با فرمتی آزاد است. صرف نظر از اینکه چه کسی هزینه ها را پرداخت می نماید، متن ضمانت چیست، یا کدام مقررات و قانون اعمال می شود، همگی در فیلد " 77C: جزییات ضمانت نامه" قرار دارد.

البته که استفاده از فیلد فرمت آزاد بسیار



راحت است. هر سناریویی، از درخواست ساده برای ابلاغ ضمانت نامه صادر شده، درخواست ابلاغ و تایید اعتبار اسنادی انتظاری گرفته تا زنجیره ای از چندین ضمانت متقابل که منجر به صدور محلی تعهد می شود، با استفاده از MT 760 یا MT 767 به راحتی قابل ارسال است.

نقطه ضعف (عیب) انعطاف پذیری فرمت آزاد این است که اتوماسیون امری دشوار می باشد. انتخاب طرفین یک معامله، تعهد تضمین شده و یا حتی مبلغ ضمانت نامه یا تاریخ انقضای آن مستلزم این است که اطلاعات در یک سلسله ی مراحل (روایی) تجزیه شوند.

با این حال، کانال بانک به شرکتی که مورد استفاده قرار می گیرد، با به کارگیری MT 798، این مشکل را با استفاده از یک پیام نمایه با فرمتی ساختار یافته در جریان پیام رسانی بین شرکت و بانک مدیریت و حل می کند. ولی، این موضوع همیشه با سلسله مراحل (روایت) بدون ساختار همراه است.

پیاده سازی استانداردهای جدید پیام رسانی SWIFT

DP: تغییرات پیشنهادی برای استانداردهای پیام رسانی (MT 760 و MT 767) SWIFT چیست و این تغییر چه زمانی ایجاد می شود؟

OJ: استانداردهای آینده ی پیام رسانی SWIFT، که قرار است در نوامبر ۲۰۲۱ فعال شوند، تلاش بر این دارند تا با استفاده از فیلدهای ساختار یافته در پیام های بانک به بانک MT 760 و MT 767، مشکلات فعلی را حل و فصل نمایند. چنین فیلدهایی مبلغ تضمین، تاریخ انقضا (سررسید)، طرفین معامله و همچنین موارد دیگر را شامل می شود.

در آینده، MT 760 و MT 767 فقط می توانند برای ضمانت نامه های عندالمطالبه و انتظاری به کار گرفته شوند. همه تضمین ها، ضمانت های جانبی و سایر





منظور درخواست پرداخت وجه و پاسخ های اصلاحی معرفی می شوند.

* مزایای فرمت های جدید MT 760 و MT 767

DP: آیا پیام های ساختار یافته مزایایی در زمینه اتوماسیون در تجارت به ارمغان می آورند؟

OJ: توسعه فرمت های جدید MT 760 و MT 767 مورد قدردانی قرار گرفته است چرا که آنها فرآیند اتوماسیون راحت تری در بسیاری از زمینه ها همچون رعایت غربالگری، یا مرتب سازی پیام های دریافتی به روش های مختلف بسته به اینکه آیا عندالمطالبه

تعهدات وابسته باید در پیام های تجاری فرعی MT 759 ارسال شوند که همچنان استفاده از یک فیلد روایی بزرگ را ادامه می دهد. نظر من این است که این شکاف بیشتر به جای اینکه مفید باشد، مضر است آن هم به خصوص زمانی که با استاندارد های پیشنهادی MT 798 ترکیب شود. اما بعدا به این موضوع نیز خواهیم پرداخت.

افزون بر این، برخی از پیام ها به صورت جزئی تغییر می کنند که تأثیر زیادی بر نحوه به کار گیری ندارند و برخی از انواع پیام های جدید به

ارتباطات میان شرکت ها و بانک ها چندان بزرگ به شمار نمی آید. متأسفانه تعهدات وابسته خود موضوعی جداگانه دارد.

اول از همه، پیام درخواست ضمانت و پاسخ به آن، افزون بر اینکه سندی تحت عنوان MT 759 صادر شده است، باید حاوی پیامی باشد که ساختاری مانند MT 760 دارد. این بدین معنا است که شرکت باید در مورد نحوه عملکرد بانک خود در فیلد های مختلف درخواست نماید و بانک نیز باید به دقت آنچه را که مشتری می خواهد بررسی نموده تا مطمئن شود که محتوای صحیح در فیلد روایی MT 759 گنجانده شده است. آنگاه پس از ارسال MT 759، بانک باید مشتری را از ضمانت نامه صادره مطلع سازد. معمولاً شخص این کار را با ارسال یک کپی از پیام صادر شده انجام می دهد اما بنا به دلالی استاندارد پیام، تبدیل پیام 759 را به فرمت 760 الزامی می شمارد. همچنین توجه داشته باشید که این همان فرمتی است که صراحتاً تعهدات وابسته در ارتباطات میان بانک ها (بانک به بانک) را رد می کند.

چنانچه فقط کد **DEPU** - برای تعهدات وابسته - در فرمت های MT 760 و 767 بانک به بانک مجاز بود، از عدم تطابق اجتناب می شد. فرمت های جدید پیام رسانی

هستند تا بدون هیچ خطری ابلاغ شوند، یا درخواست های صدور تعهد محلی در برابر ضمانت متقابل را به ارمغان می آورند. با این حال، ایجاد مدیریت جداگانه برای تعهدات وابسته در MT 759 یک هزینه اضافی تلقی می شود. چنانچه فقط کد **DEPU** - برای تعهدات وابسته - در فرمت های MT 760 و 767 مجاز بود، همان روش مدیریت قابل استفاده بود.

DP: این تغییرات برای شرکت ها به چه معنا است و شرکت ها درخواست کننده کدام نوع از متن ضمانت نامه ها هستند؟ **OJ:** همانطور که قبلاً گفته شد، استاندارد های کنونی پیام رسانی برای پیام های MT 798 بین شرکت ها و بانک ها بخش بزرگی از این داده ها را در فرمت ساختار یافته شامل می شود و جزئیات داده هایی را که در فیلد روایی متن آزاد پیام های فعلی ضمانت نامه ها نیز گنجانده شده است به همراه دارد.

این بدان معنی است که تا زمانی که ما فقط ضمانت های عندالمطالبه و انتظاری را در نظر بگیریم، چنین تغییری برای





- در فرمت های MT 760 و 767 در ارتباطات بانک به بانک مجاز بود، دیگر مساله ای وجود نداشت که درباره ی آن بحث کرد.

انواع پیام رسانی جدید SWIFT و فرمت های ساختاریافته - روزنه امید در تجارت دیجیتال؟ فرمت های پیام ساختار یافته مزایای روشنی را برای بانک ها به ارمغان می آورد و امکان مکانیزه شدن (اتوماسیون) گسترده تر فرآیندها را نیز فراهم می کند. با این حال، باید شکاف میان تعهدات های وابسته در MT 759 فرمت آزاد و ضمانت های عندالمطالبه در MT 760 ساختار یافته از بین برود. ارسال تعهدات و ضمانت های جانبی توسط MT 760 از رویه کنونی بازار پیروی می کند و عملکرد را در ایجاد رسیدگی موازی در بانک ها کاهش داده و همچنین عدم تطابق بین پیام های SWIFT بانک به بانک و بانک به بانک را برطرف می نماید.

از آنجایی که تغییرات پیام رده ۷ به نوامبر ۲۰۲۱ موکول شده است اما هنوز زمان وجود دارد تا بینیم که آیا پشتیبانی برای انجام تغییر در فرمت ها وجود دارد یا خیر. در هر صورت، بحث و گفت و گو در Standardized Trust بیانگر ارزش همکاری نه تنها در میان بانک ها بلکه در مشارکت شرکت ها، همراه با فروشندگان نرم افزار برای بانک ها و شرکت ها است.

SWIFT - مسایلی برای بانک های ابلاغ کننده DP: به نظر شما، مسایل اصلی بانک های ابلاغ کننده چیست؟

OJ: هنگامی که از بانک درخواست می شود که بدون ریسک کردن به یک شرکت تعهدی را ابلاغ نماید، دقیقاً با همین مسئله روبرو می شود. در حالت ایده آل، بانک ابلاغ کننده متن ضمانت نامه دریافتی را بدون هیچگونه تغییری به شرکت ارسال می نماید. پیام دریافتی یک MT 759 خواهد بود، بنابراین بانک دو گزینه پیش روی خود دارد:

MT 759 را به عنوان پیامی با فرمت آزاد به شرکت ارسال کند. بانک راضی است اما شرکت اینگونه نیست چرا که نمی تواند فرآیند خود را مکانیزه نماید.

MT 759 را به فرمت ساختار یافته ی MT 760 تبدیل کند که همچنان تعهدات را در ارتباطات بانک به بانک مجاز نمی داند (رد می کند). شرکت راضی است اما پیام ضمانت نامه ارسال شده حاوی اطلاعات زیادی است که بانک مجبور شده تا آن ها را از فیلد روایی فرمت آزاد تجزیه و تحلیل نماید که این سوال را در مورد مسئولیت در صورت عدم تطابق داده ها میان فیلد ها، یا میان پیام ابلاغ و MT 759 دریافتی مطرح می کند.

چنانچه فقط کد DEPU - برای تعهدات وابسته



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





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



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

December 2023 - Number Thirty-six

To contact the editors:
contact@canirn.com