

Monthly Online Magazine
Canada Iran Business Association
March 2025 – Issue 51
ISSN 2564-1069



ماهنامه انجمن بازرگانی

ایران و کانادا

شماره پنجاه و یکم – مارچ ۲۰۲۵



محمد وحیدی راد بنیان‌گذار انجمن بازرگانی ایران و کانادا در گفت و گو با «اعتماد»

آیا «جنبش خرید محصولات کانادایی» ممکن است؟

وزیر تجارت کانادا: مردم کانادا باید آماده فداکاری در قبال تعرفه‌های ترامپ باشند...

تأثیرات تعرفه‌های ترامپ و نشست بانک مرکزی کانادا بر اقتصاد

فراهم سازی بستر املاک توسط انجمن بازرگانی ایران و کانادا



توجه: مسئولیت نهایی هرگونه معامله بر عهده مالک است. نقش انجمن، صرفاً تسهیل و هماهنگی برای معرفی و نمایش ملک شما خواهد بود.

با توجه به درخواست‌های مکرر عزیزانی که در کانادا سکونت دارند و همزمان در ایران املاکی برای فروش دارند، انجمن تصمیم گرفته است بستری مطمئن و حرفه‌ای برای تسهیل این فرآیند فراهم آورد.

اگر شما نیز ملکی در ایران دارید و به دلیل بعد مسافت یا محدودیت‌های زمانی، امکان مدیریت مستقیم فروش آن را ندارید، انجمن در کنار شماست. با بهره‌گیری از تیم حقوقی مجرب در ایران و همکاری با متخصصان محلی، تلاش می‌کنیم روند فروش را برای شما آسان‌تر کنیم.

در صورت تمایل، مشخصات کامل ملک خود را به دفتر تهران انجمن ارسال فرمایید. با ما همراه باشید تا تجربه‌ای مطمئن و شفاف در فروش املاک خود داشته باشید.

ارتباط با ما: contact@canirn.com

- سخن مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا ۴
- محمد وحیدی راد بنیان‌گذار انجمن بازرگانی ایران و کانادا در
گفت و گو با «اعتماد» ۶
- معرفی اعضا ۱۵
- آیا «جنبش خرید محصولات کانادایی» ممکن است؟ ۱۷
- وزیر تجارت کانادا: مردم کانادا باید آماده فداکاری در قبال تعرفه
های ترامپ باشند ۲۲
- تاثیرات تعرفه‌های ترامپ و نشست بانک مرکزی کانادا بر اقتصاد؛
کاهش نرخ بهره و پیامدهای افزایش نقدینگی ۲۸
- دیجیتال مارکتینگ برای نوروز:
جذب مشتریان کانادایی ۳۱
- مدیریت مالی در فصل بهار: بودجه‌بندی برای رشد کسب‌وکار ۳۸
- تأمین زنجیره پایدار: درس‌هایی از تجارت ایران و کانادا ۴۴

نوروز به گلشن آید و گل ها
سکفت

باد بهار سر وزید و عالم به
عشرت گرفت

جهان که به نول بر بلبل و آهنگ
آب رولا

چو دیده بهشتی که به جنت
بکشتافت

با درود و شادباش به همه شما، فرا رسیدن نوروز باستانی را که نماد تازگی، امید و همبستگی است، صمیمانه تبریک می‌گوییم. نوروز، این میراث کهن ایرانی، فرصتی است تا با نگاهی نو به آینده، دست در دست هم، گام‌هایی استوارتر برای توسعه روابط اقتصادی و فرهنگی میان دو ملت بزرگ ایران و کانادا برداریم.

سال گذشته، با تلاش و همت جمعی شما عزیزان، شاهد پیشرفت‌های چشمگیری در راستای اهداف انجمن بودیم. از تقویت پیوندهای تجاری گرفته تا ایجاد فرصت‌های جدید برای تبادل دانش و تجربه، هر یک از این دستاوردها نشان‌دهنده عزم راسخ ما برای ساختن آینده‌ای روشن‌تر است. اکنون که در آستانه بهاری نو ایستاده‌ایم، بیایید این انرژی مثبت را به انگیزه‌ای برای شروعی دوباره تبدیل کنیم؛ شروعی که در آن ایده‌های خلاقانه، همکاری‌های پایدار و موفقیت‌های مشترک، بیش از پیش شکوفا شوند.

انجمن بازرگانی ایران و کانادا نه تنها یک نهاد اقتصادی، بلکه پلی است برای دوستی و تفاهم میان دو کشوری که هر یک به نوبه خود، گنجینه‌ای از فرهنگ، نوآوری و توانمندی را در خود جای داده‌اند. در سال پیش رو، با تکیه بر این پتانسیل عظیم، مصمم هستیم تا با برنامه‌ریزی‌های هدفمند و مشارکت فعال شما، فصل جدیدی از رشد و شکوفایی را رقم بزنیم.

در پایان، بار دیگر نوروز را به شما و خانواده‌های گرامی‌تان تبریک می‌گوییم و آرزو می‌کنم سال جدید، سالی سرشار از سلامتی، شادکامی و موفقیت‌های بی‌پایان برای همه ما باشد. باشد که با همدلی و همراهی، به قله‌های بلندتری از پیشرفت دست یابیم.

با احترام و آرزوی بهروزی،

محمد وحیدی راد

مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا



**محمد وحیدی راد بنیان‌گذار انجمن بازرگانی ایران و
کانادا در گفت‌وگو با «اعتماد»:**

توسعه تجارت از مسیر «کانادا»

«محمد وحیدی راد» نویسنده و مؤلف پنج کتاب در زمینه تجارت با آمریکای شمالی و بنیان‌گذار انجمن بازرگانی ایران و کانادا در گفت‌وگو با «اعتماد» از روند فعالیت این انجمن و نقشی که در توسعه روابط تجاری و اقتصادی بین دو کشور دارد، می‌گوید. انجمن بازرگانی ایران و کانادا وارد دهمین سال فعالیت خود شده است؛ این انجمن در شهرهای «مونترال، تورنتو و تهران» دارای شعبه رسمی است و تاکنون توانسته بیش از ۷۰۰ عضو حقیقی و حقوقی را جذب کند. فعالیت‌های انجمن در ایران به عنوان شعبه‌ای از یک نهاد خارجی در ایران تلقی شده و با دریافت مجوزهای لازم از وزارت امور خارجه کانادا و ایران، به منظور تشویق و گسترش روابط اقتصادی بخش خصوصی تأسیس شده است. این انجمن در طول یک‌دهه فعالیت خود، به برگزاری کارگاه‌های آموزشی، همایش‌های تجاری و برنامه‌های توسعه شبکه‌سازی پرداخته و به موفقیت‌های خوبی در زمینه ایجاد ارتباطات موثر بین فعالان اقتصادی و کمک به توسعه صادرات و واردات بین دو کشور دست یافته است. مشروح این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید:

و عمدتاً تمام فعالیت‌های خود را در این عرصه خلاصه کرده‌اند. اما تعداد آن‌ها به حدی کم است و یا اکثراً در دهه ۷۰ به بالای زندگی هستند که نمی‌توانند در تصمیم‌سازی‌های مهم کانادا تأثیرگذار باشند.

با روایتی دیگر، به طور میانگین در هفته ۹ پرواز از مجموع شهرهای مونترال، تورنتو و ونکوور به سمت یکی از مقاصد ترانزیتی سفر به ایران انجام می‌شود که عمده جمعیت این پروازها را ایرانیان تشکیل می‌دهند. با اینکه فاصله جغرافیایی زیادی بین ایران و کانادا وجود دارد، اما می‌خواهم بگویم که ما از یکدیگر دور نیستیم، بلکه نزدیک‌تر از چیزی هستیم که در حال حاضر تصور می‌شود.

■ **مبادلات تجاری ایران و کانادا** با توجه به روند بازارهای جهانی و شرایط سیاسی فراز و نشیب‌های بسیاری را پشت سر گذاشته است؛ آمارها نشان می‌دهند، در بهترین حالت سهم ایران از صادرات به کانادا حدود ۱۱ هزارم درصد در یک دهه گذشته بوده؛ چرا؟

در پاسخ به این سؤالتان باید این موضوع مهم را در نظر داشت که عمدتاً به دلیل خط مسیر کشتیرانی، کالاهای ایرانی از طریق جبل‌العلی (کراسف) تخلیه می‌شوند و یا از طریق بندر مرسین ترکیه ارسال می‌گردند. این مسیرهای کشتیرانی باعث می‌شوند که کالاهای ایرانی به طور مستقیم به کانادا نرسند. برای مثال، بر اساس آمار گمرک کانادا در سال ۲۰۲۴، حدود ۴۰۵ هزار دلار زعفران وارد کانادا شده است که از این میزان، بیش از ۴۰ درصد آن به

■ **با توجه به اینکه ایرانیان تمایل زیادی به مهاجرت به کشور کانادا دارند، این یک مزیت است یا تهدید؟** در حال حاضر، بر اساس آمارها و منابع مختلف کانادایی، بیش از ۷۰۰ هزار نفر در خانه‌های خود به زبان فارسی صحبت می‌کنند که درصد زیادی از آن‌ها می‌تواند شامل ایرانیان باشد و بخشی نیز مربوط به دیگر کشورهای فارسی‌زبان است. بنابراین، اگر صادقانه بخواهیم صحبت کنیم، ما تعداد زیادی مهاجر ایرانی در کشور کانادا داریم. بر اساس آمار دیگری که در کانادا منتشر شده است، از هر پنج ایرانی که بالای ۳۵ سال سن دارند و به کانادا مهاجرت می‌کنند، سه نفر از آن‌ها در پنج سال اول زندگی خود، کسب‌وکار خود را ایجاد می‌کنند. به عبارت دیگر، این پتانسیل جامعه ایرانی-کانادایی را نمی‌توان نادیده گرفت. ایرانی بودن در کشوری مثل کانادا می‌تواند یک مزیت باشد.

از طرف دیگر، کانادا یک کشور چندملیتی است که افراد از تمامی ملیت‌ها به آن مهاجرت کرده‌اند. به همین دلیل، کسب‌وکارهای اندکی وجود دارند که بتوانند با همه جوامع کار کنند و عمدتاً هر ملیت ترجیح می‌دهد با هم‌ملیت‌های خود وارد تجارت شود. در این میان، اقلیت بسیار کوچکی نیز وجود دارند که خود را جزو مخالفین حاکمیت ایران می‌دانند





روغن موتور خودرو است. این روغن موتور در یک فرایند استانداردسازی در کانادا، تمامی استانداردهای لازم را به نام یک شرکت کانادایی که مالکیت آن نیز به نام طرف ایرانی است، طی می‌کند. همچنین، برند کانادایی نیز روی آن قرار می‌گیرد و این کالا در کانادا با برند کانادایی و عبارت «Made in Canada» عرضه می‌شود. در این حالت، ما از اعتبار کشور کانادا بهره برده‌ایم و حتی می‌توانیم این محصول را به دیگر کشورها مانند آفریقا نیز صادر کنیم. یا تصور کنید این کالاها به ایالات متحده ارسال می‌شوند. شخصاً معتقدم که در شرایط فعلی آمار را باید تا حدودی کنار بزنیم و باید به شکل عملیاتی این مسائل را باز کنیم؛ مباحثی که شاید قابل طرح در روزنامه نباشد.

به عبارت دیگر، امروزه دنیا به سمت مدل‌های تجاری مانند OEM و ODM رفته است. در این مدل، شرکت کانادایی می‌تواند تولید خود را به یک شرکت ایرانی در داخل ایران برون‌سپاری کند. این شرکت ایرانی مطابق با نیاز بازار کانادا و استانداردهای آن تولید می‌کند و محصول نهایی با برند کانادایی عرضه می‌شود. این روش نه تنها هزینه‌های تولید را کاهش می‌دهد، بلکه به شرکت ایرانی اجازه می‌دهد تا از اعتبار و دسترسی به بازارهای جهانی بهره‌مند شود.

تنهایی از امارات صادر شده و ۳۵ درصد آن نیز از اسپانیا ارسال شده است. افرادی که در زمینه تجارت فعالیت می‌کنند، به خوبی متوجه می‌شوند که وقتی آماری به نام امارات یا زعفران اسپانیایی ثبت می‌شود، منظور چیست.

■ جز این مورد، دلایل دیگر پایین بودن میزان مبادلات تجاری میان دو کشور چیست؟

پاسخ خیلی ساده است: ما از ظرفیت‌های خودمان استفاده نمی‌کنیم. ظرفیت آموزش‌های صادراتی خود را تقویت نمی‌کنیم و توقع داریم دنیا به همان شیوه سنتی، ما را همچنان قبول کند و بپذیرد. در جاهای دیگر هم وضعیت بهتر نیست. ایرانیان یا به سمت خام‌فروشی رفته‌اند و یا ماده اولیه صنایع تبدیلی را به کشورهای دیگر ارسال می‌کنند. کم پیش می‌آید که ما بتوانیم محصول نهایی (فینیشینگ پروداکت) را به شکل صحیح صادر کنیم. شاید اختلافات سیاسی وجود داشته باشد، اما بیا بپذیریم که ما هم از ظرفیت‌های خودمان به شکل صحیح و درست استفاده نمی‌کنیم.

در مثال دیگری بیا تصور کنیم یک شرکت ایرانی در داخل ایران تولید کننده

کانادا شوند. فرایندهای استانداردسازی و دریافت گواهی‌های لازم برای محصولات ایرانی زمان‌بر و پرهزینه است. هرچند در این زمینه فعالیت‌های زیادی انجام شده و دست‌آوردهای قابل قبولی نیز به دست آمده است، اما هنوز جای کار بیشتری وجود دارد. کانادا به دلیل نزدیکی جغرافیایی و روابط سیاسی قوی، بیشترین حجم تجارت خود را با ایالات متحده انجام می‌دهد. همچنین، کشورهایمانند چین، مکزیک و ژاپن به دلیل حجم بالای تولیدات و قیمت‌های رقابتی، جایگاه مهمی در تجارت کانادا دارند. این در حالی است که ایران به دلیل تحریم‌ها و مشکلات داخلی، نتوانسته است جایگاه خود را در بازارهای جهانی بهبود بخشد. محصولات ایرانی اغلب فاقد برندسازی قوی و بازاریابی موثر در بازارهای جهانی هستند. این موضوع باعث می‌شود که حتی محصولات با کیفیت نیز نتوانند به خوبی در بازار کانادا معرفی شوند.

■ راهکاران برای توسعه روابط فی مابین ایران و کانادا چیست؟

ایران به دلیل تحریم‌ها، روابط سیاسی محدود، فاصله جغرافیایی و ضعف در استانداردسازی، نتوانسته است جایگاه

■ همانطور که می‌دانید ۱۰ شریک اول تجاری کانادا عبارتند از «آمریکا، چین، ژاپن، بریتانیا، مکزیک، هلند، آلمان، کره، هند و هنگ کنگ» عبارتی بهتر ما جزو شرکای تجاری این کشور نیستیم؛ چرا؟ از چه طریقی میتوانیم تعاملات تجاری خود را با کانادا پیش ببریم؟

کانادا با بسیاری از کشورها قرارداد تجارت آزاد دارد و به شدت به تعاملات خود با ایالات متحده وابسته است. جمعیت ۴۰ میلیونی کانادا در مقایسه با ۳۳۰ میلیون نفری ایالات متحده، نشان‌دهنده این است که کانادا برای رشد اقتصادی خود نیازمند بازارهای بزرگ و پایدار است. در این میان، ایران به دلایل مختلف نتوانسته است جایگاه خود را به عنوان یکی از شرکای اصلی تجاری کانادا تثبیت کند. عدم وجود خطوط مستقیم کشتیرانی و هوایی بین دو کشور نیز باعث افزایش هزینه‌ها و کاهش رقابت‌پذیری محصولات ایرانی در بازار کانادا شده است.

از سوی دیگر، محصولات ایرانی اغلب با استانداردهای بین‌المللی مطابقت ندارند، که این موضوع باعث می‌شود نتوانند به راحتی وارد بازار



و استفاده از فناوری‌های دیجیتال می‌تواند به شرکت‌های ایرانی کمک کند تا به بازار کانادا دسترسی پیدا کنند.

■ **انجمن‌های تجاری یا صنعتی برای توسعه روابط چه نقشی دارند یا بهتر بگوییم تا چه اندازه می‌توانند اثرگذار باشند؟**

انجمن‌های تجاری و صنعتی می‌توانند نقش کلیدی در بهبود تعاملات تجاری بین ایران و کانادا ایفا کنند. «برگزاری دوره‌های آموزشی برای صادرکنندگان ایرانی در زمینه استانداردهای بین‌المللی، بازاریابی و لجستیک. ایجاد کمیسیون‌های تخصصی مشاوره‌ای برای کمک به شرکت‌ها در فرایندهای صادراتی، استفاده از مدل‌های تجاری نوین مانند OEM و ODM، تشویق شرکت‌های ایرانی به همکاری با شرکت‌های خارجی برای تولید محصولات با برند جهانی، تسهیل فرایندهای قانونی و استانداردهای برای این نوع همکاری‌ها. کاهش وابستگی به مسیرهای غیرمستقیم مانند جبل‌العلی و بندر مرسین، بهینه

خود را در بین شرکای اصلی تجاری کانادا بهبود بخشد. اما با استفاده از مدل‌های تجاری نوین، تقویت روابط، بهینه‌سازی مسیرهای تجاری و استفاده از پتانسیل جامعه ایرانی-کانادایی، می‌توان تعاملات تجاری با کانادا را بهبود بخشید. همچنین، ارتقای کیفیت محصولات و توسعه صادرات با ارزش افزوده بالا می‌تواند به ایران کمک کند تا جایگاه خود را در بازارهای جهانی ارتقا دهد. انجمن‌های تجاری و صنعتی مانند انجمن ما می‌توانند با برگزاری دوره‌های آموزشی، ایجاد شبکه‌های تجاری و تسهیل فرایندهای استانداردسازی، نقش مهمی در این زمینه ایفا کنند. با همکاری همه‌جانبه و استفاده از ظرفیت‌های موجود، می‌توان چالش‌های فعلی را به فرصت‌هایی برای رشد و توسعه تبدیل کرد. در همین حال، به جای صادرات مواد خام، ایران می‌تواند بر صادرات محصولات با ارزش افزوده بالا مانند محصولات غذایی فرآوری‌شده، صنایع دستی و فناوری اطلاعات تمرکز کند. از سوی دیگر، توسعه پلتفرم‌های تجارت الکترونیک





بازبینی توافق‌نامه‌های تجاری و اجرای کنترل‌های مرزی سخت‌گیرانه‌تر برای تقویت امنیت ملی و منافع اقتصادی می‌شود. البته اینکه در آینده چه اتفاقی خواهد افتاد و آیا توافقی صورت بگیرد یا خیر، هیچ چیز مشخص نیست. اما احتمال یک توافق یکجانبه به نفع ترامپ به دلیل موقعیت ضعف ترودو وجود دارد. با این حال این زنگ خطری است که در کانادا به صدا درآمده و به سادگی نمی‌توان از آن عبور کرد. به طوریکه در سال ۲۰۱۷ ترامپ قرارداد نفتا را پاره کرد و در نهایت پس از یکسال قرارداد جایگزینی بین کانادا، مکزیک و ایالات متحده امریکا منعقد شد. در آن زمان نیز ترودو قرارداد تجارت آزاد کانادا با اروپا را تقویت کرد. در چنین شرایطی، فرصتی استثنایی پیش روی کسب‌وکارهای ایرانی قرار دارد تا محصولات خود را به‌طور کامل به بازار کانادا معرفی کند. ما نیز به اعضای خود اعلام آمادگی کردیم تا آماده ارائه هرگونه تسهیلات لازم جهت تحقق اهداف تجاری برای کسب و کارهای ایرانی هستیم. به هر حال ما همیشه و در همه حال دنبال فرصت هستیم و امیدوارم بتوانیم از این فرصت‌ها استفاده کنیم.

کردن شرایط خطوط کشتیرانی، شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی در کانادا و برگزاری رویدادهای مشترک» می‌تواند به معرفی محصولات ایرانی و ایجاد ارتباط با شرکتهای کانادایی کمک کند.

■ با آمدن دونالد ترامپ، رئیس‌جمهوری آمریکا و رفتن جاستین ترودو، نخست‌وزیر مستعفی کانادا این امید به وجود آمده که ایران بتواند همکاری‌ها اقتصادی خود را با کانادا بهبود ببخشد و سهم ناچیز خود را تا حدودی افزایش دهد. آیا تغییرات پس از رفتن ترودو میتواند زمینه‌ساز فرصتی برای ایران باشد تا با استفاده از نیازهای جدید کانادا، روابط تجاری خود را تقویت کند؟

رئیس‌جمهور دونالد ترامپ اعلام کرده بود که از تاریخ اول فوریه، تعرفه ۲۵ درصدی بر کلیه کالاهای وارداتی از کانادا و مکزیک اعمال خواهد کرد اما بعد به مدت یکماه آن را عقب انداخت.

اعمال این تعرفه‌ها می‌تواند روابط تجاری و پویایی‌های اقتصادی بین ایالات متحده و همسایگان شمالی‌اش را مختل کند، هزینه‌ها را برای مصرف‌کنندگان و کسب‌وکارها افزایش دهد. دولت ترامپ همچنین اظهار داشته است که این تدبیر بخشی از تلاش‌های گسترده‌تر برای بازنگری در سیاست‌های تجاری ایالات متحده است که شامل



■ کانادا به دلایل مختلف در سال‌های اخیر یکی از مقاصد اصلی مهاجرت و سرمایه‌های ایرانیان بوده و اکنون این روند تشدید هم شده است. میزان خروج سرمایه توسط تجار و صنعتگران ایرانی به کانادا چقدر است؟ (آمار در این زمینه دارید؟) میتوان از این سرمایه‌ها برای تقویت تجارت با کانادا بهره برد؟ اجازه دهید، بدون ارائه آمار صحبت کنم؛ چراکه میزان خروج سرمایه کمی ناراحت‌کننده است. با این حال، این سرمایه عمدتاً توسط تجار و صنعتگران خارج نمی‌شود. حداقل گروهی که با ما همکاری می‌کنند، این شرایط را یک فرصت می‌بینند. شما در هیچ کجای دنیا کارگری با حقوق ماهیانه ۲۵۰ دلار یا برق نسبتاً مجانی پیدا نمی‌کنید. ایران سرزمین مواد اولیه و فرصت‌هاست، و در حال حاضر ما نیز در تلاش هستیم تا با همکاری وزارت اقتصاد و سازمان سرمایه‌گذاری، برخی از تولیدات را از کانادا خارج کرده و به صورت برون‌سپاری به ایران منتقل کنیم. در این صورت، قطعاً تکنولوژی، ماشین‌آلات و استانداردهای بالا به همراه برندهای مطرح نیز به ایران منتقل خواهد شد.

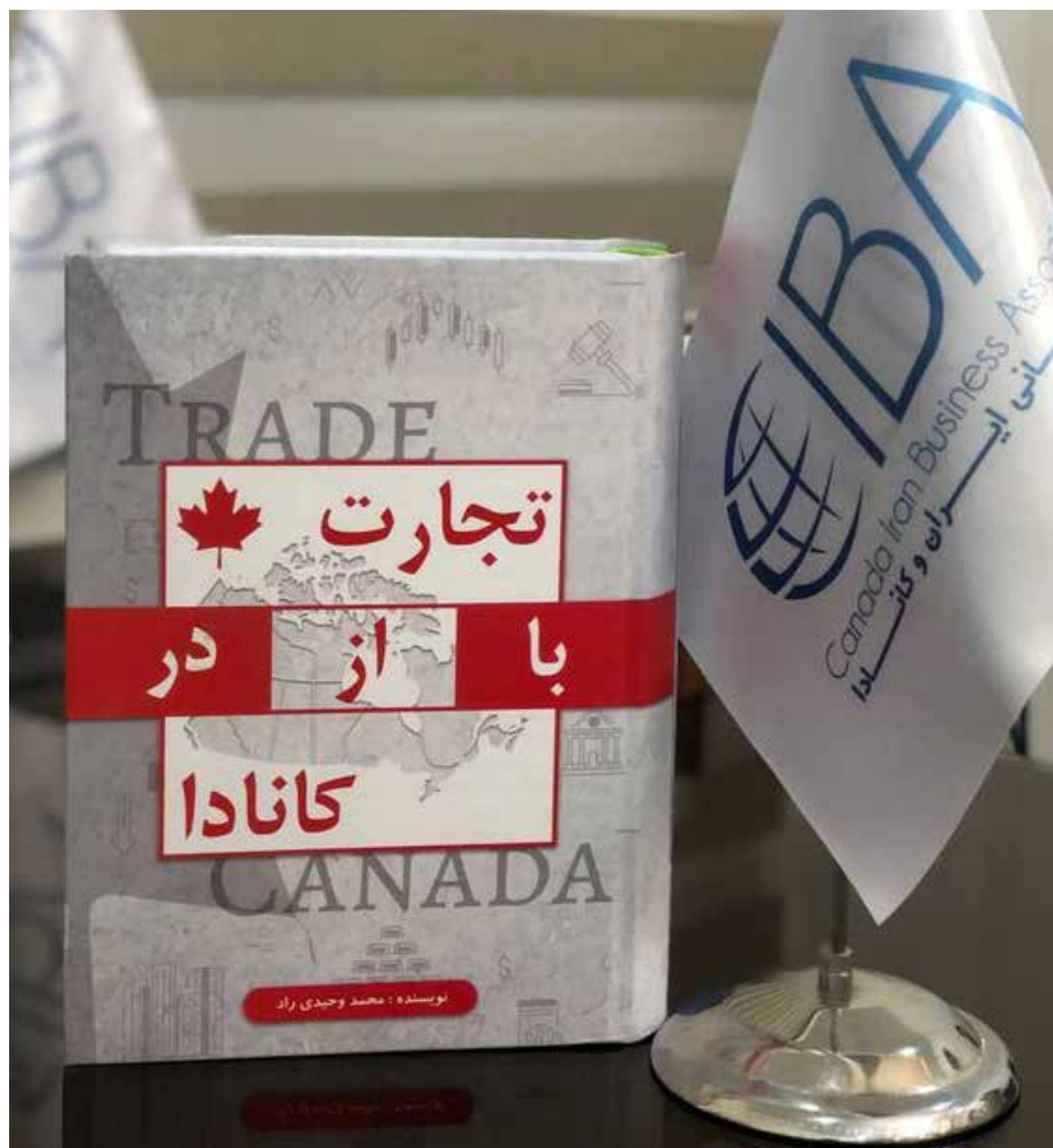
■ در این زمینه همکاری لازم صورت می‌گیرد؟ البته از روندهای طولانی و بروکراسی اداری در ایران گلایه مندیم. به عنوان مثال، یک برند کانادایی را سه ماه است که در نوبت کارشناسی قرار داده‌ایم تا تأیید و در ایران ثبت شود. این در حالی است که این برند در کمتر از ۲۰ روز در کانادا ثبت و حدود سه هفته هم در وزارت امور خارجه تهران تأیید شد. اما با وجود تمام این سختی‌ها و مشکلات، همچنان یک فرصت است. با وجود چالش‌هایی مانند بروکراسی اداری و روندهای طولانی، ایران همچنان فرصت‌های زیادی برای جذب سرمایه و توسعه تولیدات دارد. تقویت بخش آموزش و استفاده از ظرفیت‌های موجود می‌تواند به بهبود شرایط کمک کند. همچنین، همکاری با نهادهای بین‌المللی و تسهیل فرایندهای اداری می‌تواند نقش مهمی در جذب سرمایه‌گذاری و انتقال تکنولوژی ایفا کند.

■ مرادفات مالی با کانادا به چه شکل است؛ آیا محدودیتی در این زمینه وجود دارد؟

فینترک (FINTRAC) نهادی است که در کانادا برای مبارزه با پول‌شویی ایجاد شده و بر عملکرد صرافی‌ها نیز نظارت دارد. در کانادا نزدیک به ۴۰۰ مجوز صرافی ایرانی وجود دارد که از این تعداد، حدوداً ۲۰ درصد آن‌ها فعال هستند. اگر هر صرافی به طور میانگین ماهیانه ۱۰۰ هزار دلار پول انتقال دهد، و این عدد را در سال در نظر بگیریم، به اعداد غیررسمی دست پیدا می‌کنیم که به دلیل شیوه کار، قابل رهگیری نیستند. به عبارت دیگر، اگر بخواهم پول به کانادا منتقل کنم، به صرافی مراجعه می‌کنم، صرافی با من بر سر مبلغی توافق می‌کند و به من تعدادی شماره حساب ریالی در ایران می‌دهد. من به آن حساب‌ها پول واریز می‌کنم و در کانادا معادل آن را به دلار دریافت می‌کنم. این آمار توسط بانک مرکزی ایران نیز قابل پیگیری نخواهد بود.

■ چرا با همه محدودیت‌هایی که بین دو کشور وجود دارد، اقدام به راه‌اندازی انجمن بازرگانی کردید؟

بعنوان فردی که سالهاست بیرون ایران زندگی می‌کنم طی ۵ و ۶ سال گذشته با مسائلی در ساختار دولتی ایران مواجه شدم، که در خواب هم نمی‌دیدم. بنده نه از رانتهی برخوردار بودم و نه هیچ‌گونه ارتباط دولتی داشتم؛ صرفاً به دلیل علاقه‌ایی که به ایران داشتم و دارم، قدم در این راه سخت و پرهزینه گذاشتم و امروز ۱۰ سال از آن تصمیم می‌گذرد. شاید هر فرد دیگری جای من بود از همان ابتدا اقدام به تاسیس یک شرکت بازرگانی می‌کرد، اما من این کار و نکردم. خوشبختانه نهادهای بالادستی کشور پای کار هستند و پاسخ درخواست‌های ما را می‌دهند و به جد مسائل را تعقیب می‌کنند. البته جا دارد از همکاری خوب سازمان سرمایه‌گذاری ایران، وزارت امور خارجه و وزارت اقتصاد برای تعامل دوسویه تشکر کنم. البته بنده به صورت مستند و علمی، حاضرم، نتیجه ۱۰ سال تحقیق تیم تحقیق و توسعه انجمن بازرگانی ایران و کانادا را در اختیار عموم قرار دهم تا بدانند که ایران در بسیاری از بخش‌ها و صنایع، یک‌دهه از کانادا و آمریکا جلوتر است.



می‌کنیم، متوجه می‌شویم که این اخبار لزوماً واقعیت کامل را نشان نمی‌دهند.

سخن آخر...

در پایان باید بگویم که برخی رسانه‌ها روزانه تلاش می‌کنند برای جذب مخاطب، فقط روی نقاط منفی تمرکز کنند؛ وقتی روزانه در معرض بمباران اخبار منفی قرار می‌گیری، به نوعی دچار سوگ اجتماعی ناشی از این اخبار می‌شوی و اعتماد به نفس خود را از دست می‌دهی. اگر فقط به اخبار منفی و گذشته خیره شویم، مانند رانندگی رو به جلو هستیم در حالی که تنها به آینه عقب نگاه می‌کنیم. این کار نه تنها ما را از حرکت رو به جلو بازمی‌دارد، بلکه ممکن است باعث تصادف یا اشتباه در مسیر شود. بنابراین توصیه من به خوانندگان محترم و مردم ایران این است، به جای این‌که در گذشته بمانیم، با نگاهی رو به جلو، از فرصت‌هایی که داریم، به بهترین شکل استفاده کنیم. آینده‌ای روشن برای ایران و ایرانیان بسازیم، آینده‌ایی که در آن امید و پیشرفت حرف اول را می‌زند.

درست است که این کشورها برندینگ بهتری در حوزه تجارت، تولید و خدمات خود دارند، اما ایران کیفیت و ساختار مطلوب‌تری دارد. توصیه بنده حتی به اعضای انجمن است که مستند و بر اساس قوانین صحبت کنید، نه بر اساس گمانه‌زنی یا حدسیات. مثلاً، اگر درباره یک نماینده مجلس دولت فدرال کانادا صحبت می‌کنید، هر حرف یا توییتی که از سوی او منتشر می‌شود، لزوماً به معنای قانون یا تصمیم نهایی نیست. بنابراین، نباید هر خبری را بیش از حد جدی گرفت. بلکه باید بر اساس قوانین و واقعیت‌های موجود حرکت کرد. فرانسوی‌زبانان کانادا مثلی دارند با این مضمون: «برج ایفل بلند است، اما نه وقتی از کانادا به آن نگاه می‌کنی.» این مثال به خوبی نشان می‌دهد که برج ایفل برای خودش بلند و باشکوه است، اما از فاصله دور (مثلاً از کانادا) این عظمت و جزئیاتش دیده نمی‌شود. بنابراین اخبار منفی و تحریم‌ها نیز مانند این بمباران‌های خبری منفی، برای خودشان بزرگ و پررنگ هستند، اما وقتی اصولی، حرفه‌ای و بر اساس قانون صحبت می‌کنیم و به جلو حرکت



Introduction to Fereshteh Brush Magic Corporation

We are proud to introduce *Fereshteh Brush Magic Corporation, a forward-thinking company dedicated to art and cultural services with a focus on sustainability. This innovative venture was founded by **Ms. Fereshteh Shabani*, a distinguished artist with over a decade of experience in mural painting and managing artistic projects.

Ms. Shabani holds a *Bachelor's degree in Visual Arts* and an *Associate's degree in Archaeology, combining her academic background with hands-on expertise to bring a unique perspective to her work. Throughout her career, she has led numerous high-profile projects, including **mural designs for the Wonderland Family Entertainment Center* and *BOOF Fast Food Chain branches*, where her creativity and vision have been widely acclaimed.

Fereshteh Brush Magic Corporation is more than an art company—it's a bridge between creativity and sustainability, committed to inspiring communities through impactful designs and innovative approaches.

We invite all members to explore and support this remarkable initiative that continues to transform spaces into masterpieces

WEBSITE: <https://brushmagicco.ca>

Portfolio: www.fereshteshabani.com



Global.Clinic
Your Health Partner. Anytime. Anywhere.

سمینار رونمایی از بلندپروازانه‌ترین پروژه سلامت و درمان!

گلوبال کلینیک، تحولی نوین
در دنیای پزشکی و سلامت آنلاین!

هر آنچه نیاز دارید در رابطه با استارت‌آپ
حوزه سلامت و درمان بدانید...

سخنران:

دکتر محمد وحیدی راد



زمان برگزاری جمعه ۷م مارچ - ۱۷ اسفند

۱۱:۳۰ صبح (مونترال، تورنتو) ۸:۳۰ صبح (ونکوور) ۸ شب (تهران)



آیا «جنبش خرید محصولات کانادایی» ممکن است؟ چالش‌ها و فرصت‌ها

در حالی که تهدید تعرفه‌های آمریکا همچنان بر بازارهای کانادا سایه انداخته است، بسیاری از مصرف‌کنندگان به سمت خرید محصولات داخلی گرایش پیدا کرده‌اند. اما کارشناسان هشدار می‌دهند که جنبش خرید محصولات کانادایی به این سادگی‌ها نیست و زنجیره‌های تأمین پیچیده‌ای در پشت این محصولات وجود دارد.

دنیل ناراین، بنیان‌گذار فروشگاه «City Cottage Market» در تورنتو، یکی از نمونه‌های موفق در این زمینه است. او با هدف حمایت از تولیدکنندگان محلی در سال ۲۰۲۱ این فروشگاه را افتتاح کرد. به گفته «ناراین»، بیش از ۹۰ درصد محصولات موجود در فروشگاه او کانادایی هستند. همچنین مصرف‌کنندگان محلی با استقبال از جنبش خرید محصولات کانادایی، به تقویت کسب‌وکارهای کوچک کمک کرده‌اند.

به گفته «ناراین»، مصرف‌کنندگان به دنبال حمایت از اقتصاد داخلی هستند و با خرید محصولات محلی، به توسعه جامعه محلی کمک می‌کنند. اما کارشناسان مانند «رون لومر»، رئیس انجمن بازاریابی محصولات کشاورزی کانادا، تأکید می‌کنند که حمایت از جنبش خرید محصولات کانادایی آن‌طور که تصور می‌شود ساده نیست.

بر اساس قوانین فدرال، تنها محصولاتی که حداقل ۹۸ درصد هزینه‌های تولیدشان در کانادا انجام شده باشد، به‌عنوان «محصول کانادا» شناخته می‌شوند. در مقابل، محصولاتی که تنها ۵۱ درصد محتوای آنها در کانادا تولید شده باشد، می‌توانند برچسب «ساخت کانادا» دریافت کنند. این تفاوت در تعریف‌ها نشان می‌دهد که حتی کالاهایی با برچسب کانادایی نیز می‌توانند به مواد اولیه خارجی وابسته باشند.

به علاوه، آب و هوای کانادا محدودیت‌های بسیاری برای تولید محصولات مختلف ایجاد می‌کند. طبق گفته «لومر»، این کشور نمی‌تواند محصولاتی مانند مرکبات را تولید کند و برای تأمین نیازهای داخلی به واردات از کشورهای مانند آمریکا، مکزیک و اسپانیا متکی است.

■ افزایش قیمت محصولات؛ چالشی اجتناب‌ناپذیر

در حالی که مصرف‌کنندگان به سمت جنبش خرید محصولات کانادایی سوق پیدا کرده‌اند، افزایش قیمت محصولات



■ پیچیدگی زنجیره‌های تأمین محصولات کانادایی

به گفته «لومر»، زنجیره‌های تأمین مواد غذایی در کانادا به دلیل وابستگی به مواد اولیه خارجی و تأثیر عوامل جغرافیایی بسیار پیچیده‌اند. او توضیح می‌دهد که بسیاری از محصولات کشاورزی و غذایی چندین بار از مرزهای بین‌المللی عبور می‌کنند تا به شکل نهایی خود برسند.





■ وابستگی به همکاری‌های تجاری با آمریکا به گفته «لومر»، حدود ۸۵ درصد از محصولات گلخانه‌ای انتاریو به آمریکا صادر می‌شود. اگر این محصولات به دلیل تعرفه‌های آمریکا نتوانند به بازارهای این کشور راه پیدا کنند، کشاورزان با ضررهای مالی قابل توجهی مواجه خواهند شد. از این رو، لزوم همکاری تجاری پایدار بین کانادا و آمریکا بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود.

به طور کلی، این شرایط نشان‌دهنده شکنندگی زنجیره تأمین مواد غذایی در آمریکای شمالی است. کارشناسان بر این باورند که حتی اگر تعرفه‌های آمریکا به تعویق بیفتند، این چالش‌ها می‌تواند در آینده نیز ادامه یابد و برنامه‌ریزی دقیق‌تری برای مدیریت زنجیره تأمین ضروری خواهد بود.

یکی از چالش‌های اصلی این فرآیند به شمار می‌رود. به گفته «ناراین»، برخی از محصولات محلی به دلیل تولید در مقیاس محدود، هزینه بالاتری دارند.

با این حال، او تأکید می‌کند که هیچ محصولی در فروشگاه او هدر نمی‌رود و کالاهای نزدیک به تاریخ انقضا به بانک‌های غذایی محلی اهدا می‌شوند.

■ از سوی دیگر، «لومر» هشدار می‌دهد که اگر تعرفه‌های آمریکا از تاریخ ۴ مارس اجرایی شوند، قیمت محصولاتمانند سبزیجات برگ‌دار به سرعت افزایش می‌یابد. این محصولات به شدت به زنجیره تأمین خارجی وابسته‌اند. در نتیجه هرگونه اختلال در این زنجیره می‌تواند به افزایش قابل توجه قیمت‌ها منجر شود.

■ راهکارهای پیش روی کانادا

به نظر می‌رسد که کانادا باید به دنبال توسعه ظرفیت‌های داخلی و کاهش وابستگی به واردات باشد. همچنین، تقویت همکاری‌های منطقه‌ای و ایجاد برنامه‌های پایدار برای تأمین مواد غذایی می‌تواند از پیامدهای منفی احتمالی تعرفه‌های آمریکا جلوگیری کند.

در نتیجه، سرمایه‌گذاری در تولید داخلی و ایجاد زیرساخت‌های جدید می‌تواند به تقویت اقتصاد و پایداری زنجیره تأمین مواد غذایی کمک کند.



Veendel Accounting

PRECISION IN TAX, EXCELLENCE IN ACCOUNTING

*Veendel
Accounting*



گروه حسابداری Veendel

با بیش از یازده سال تجربه در خدمت
مشاغل کوچک و متوسط کانادا

خدمات ما شامل:

ثبت و مدیریت مالیات شرکتی

آماده‌سازی مدارک مالیاتی جهت

دریافت وام های تجاری

تهیه صورت‌های مالی برای بانکها و

سرمایه‌گذاران

حسابرسی معاملات روزانه

ثبت الکترونیکی مالیات فروش

مدیریت حقوق و دستمزد کارمندان

با مدیریت ناهید نصیری

با **Veendel**
دقیق و حرفه‌ای
باشید!

تلفن تماس از سراسر کانادا:

 18884848449

 www.veendel.ca

وزیر تجارت کانادا:
مردم کانادا باید آماده فداکاری
در قبال تعرفه های ترامپ
باشند...

**مردم کانادا
باید آماده
فداکاری باشند**



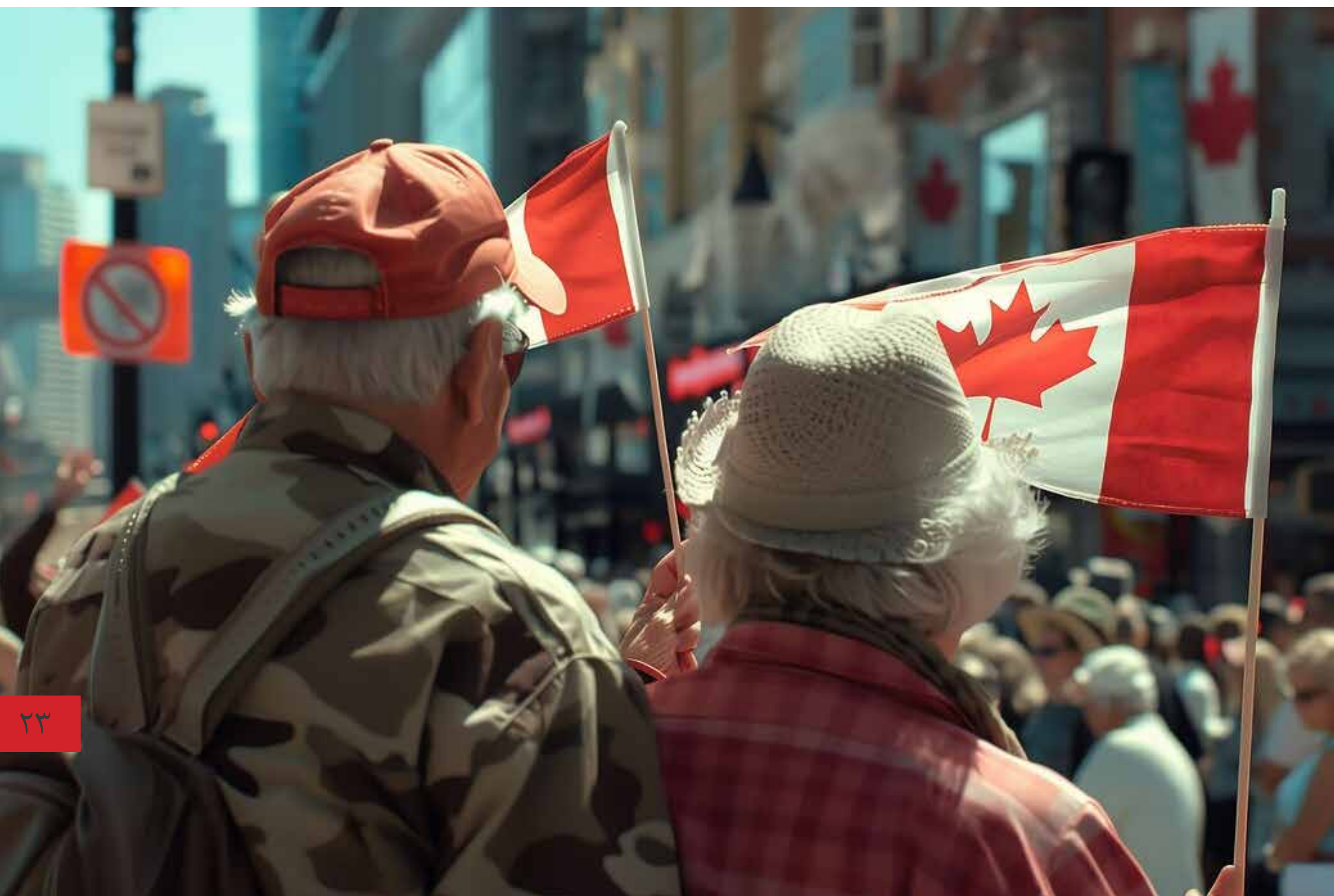


در برهه کنونی که سایه‌ای از تعرفه‌های ۲۵ درصدی پیشنهادی دونالد ترامپ بر اقتصاد جهانی افکنده شده، کانادا با چالش‌های عظیمی مواجه است. آنیتا آناند، وزیر حمل‌ونقل و تجارت بین‌الملل کانادا، با اشاره به این که مقابله با این تهدیدها نباید به یک استان خاص محدود شود، خواستار همکاری همه‌جانبه شده است. این در حالی است که تعرفه‌ها به‌عنوان مالیاتی بر تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان عمل می‌کنند و می‌توانند به افزایش هزینه‌های زندگی منجر شوند.

اساسی را نیز محدود می‌سازد. این موضوع در دوره‌ای که تورم به‌طور گسترده‌ای حضور دارد، می‌تواند بر خانواده‌ها فشار بیشتری وارد آورد.

در این میان، برخی از نخست‌وزیران استانی نظیر دنیل اسمیت از آلبرتا، با اقدامات تلافی‌جویانه دولت فدرال مخالفت کرده‌اند. آن‌ها تأکید دارند که هر گونه اقدام تلافی‌جویانه باید با رضایت استان‌های تحت تأثیر همراه باشد.

رونو بُرسار، معاون ارتباطات مؤسسه اقتصادی مونترال، نیز به پیامدهای منفی جنگ تجاری اشاره کرده و هشدار داده است که اقدامات تلافی‌جویانه نه تنها ممکن است به افزایش قیمت‌ها بینجامد بلکه دسترسی به کالاهای



وزیر تجارت کانادا:
مردم کانادا باید آماده فداکاری در قبال تعرفه های ترامپ باشند...

در این بین، ضرورت تنوع بخشی به بازارهای تجاری و استفاده از منابع طبیعی فراوان کانادا مطرح است. این استراتژی می تواند به کانادا کمک کند تا از ظرفیت های داخلی خود بهره برداری بیشتری نماید و از اتکا به بازارهای محدود دوری کند.

در چنین شرایطی، فرصتی استثنایی پیش روی کسب و کارهای ایرانی قرار دارد تا محصولات خود را به طور کامل به بازار کانادا معرفی نمایند. انجمن بازرگانی ایران و کانادا با آمادگی کامل، اعلام داشته است که آماده ارائه هرگونه تسهیلات لازم جهت تحقق اهداف تجاری است و می تواند به عنوان پلی میان بازرگانان و بازارهای هدف عمل نماید. این انجمن در نظر دارد از طریق همکاری های استراتژیک و برنامه ریزی های دقیق، مسیر تجارت بین دو کشور را هموار سازد و به تقویت روابط اقتصادی کمک کند.



انجمن بازرگانی ایران و کانادا
Canada Iran Business Association



برپهره‌ی گل نسیم نوروز خوش است
در صحن چمن روی دل افروز خوش است

فرستی بی نظیر برای حضور در
بزرگترین جشنواره نوروزی کانادا!

محل: هتل شرایتون، تورنتو
تاریخ: نوروز ۱۴۰۴

انجمن بازرگانی ایران و کانادا چندین
غرفه ویژه در پایون ورودی این رویداد
بزرگ برای اعضای خود در نظر گرفته است.

اگر عضو انجمن هستید و می‌خواهید غرفه‌ای
برای معرفی محصولات یا خدمات خود داشته
باشید، همین حالا اقدام کنید.

کسب و کارهای داخل ایران نیز می‌توانند با
ارسال محصولات خود در این نمایشگاه
شرکت کنند.

برای ثبت نام و اطلاعات
بیشتر با ما تماس بگیرید.

+1(647)968-7168

نوروز را در قلب کانادا جهانی کنید!

نوروز ۱۴۰۴ را در بزرگ‌ترین بازار نوروزی ایرانیان کانادا جشن بگیرید!

انجمن بازرگانی ایران و کانادا افتخار دارد که در بزرگ‌ترین مراسم نوروزی ایرانیان کانادا در هتل شرایتون تورنتو، پاریون بخش ورودی این هتل را به صورت انحصاری برای اعضای خود رزرو کرده است. این بازار نوروزی که در چهار شبانه‌روز برگزار می‌شود، میزبان هزاران بازدیدکننده است که بارها و بارها از محل غرفه‌های انجمن عبور خواهند کرد.

ویژگی‌های منحصر به فرد این فرصت استثنایی:

● غرفه‌های انحصاری فقط برای اعضای انجمن:

حتی اگر در شهرهای دیگر کانادا یا ایران هستید، ما تمامی مدیریت غرفه شما را بر عهده می‌گیریم. هزینه غرفه‌ها حتی پایین‌تر از قیمت ارائه شده توسط برگزارکنندگان اصلی این رویداد است.

● بخش لاجستیک نوروزی:

ارسال کالاها و محصولات از ایران با هزینه کمتر و برنامه‌ریزی دقیق‌تر توسط انجمن انجام می‌شود. این بخش به صورت اختصاصی برای اعضای انجمن طراحی شده است تا محصولات شما در بهترین شرایط ممکن به نمایش گذاشته شوند.



● **نمایش لوگو و برند شرکت شما:**

انجمن با طراحی و اجرای هفت‌سین بزرگ ایرانیان تورنتو، فضایی را فراهم کرده تا لوگو و اطلاعات کسب‌وکارهای عضو پشت این هفت‌سین به نمایش گذاشته شود. این فرصت ویژه، برند شما را در مرکز توجه قرار خواهد داد.

● **چرا این فرصت استثنایی را از دست ندهید؟**

● **دیده شدن در یک رویداد بی‌نظیر:**

غرفه‌های شما در محلی قرار می‌گیرند که تمامی بازدیدکنندگان این مراسم چندین بار از آن عبور خواهند کرد.

● **پشتیبانی کامل از سوی انجمن:**

از مدیریت غرفه‌ها تا ارسال کالاها و طراحی دکوراسیون، همه چیز توسط تیم حرفه‌ای انجمن انجام می‌شود.

● **فرصتی برای رشد و گسترش کسب‌وکار:**

این بازار نوروزی فرصتی طلایی برای ارتباط با مشتریان جدید، نمایش محصولات شما، و گسترش شبکه ارتباطی‌تان در کانادا است.

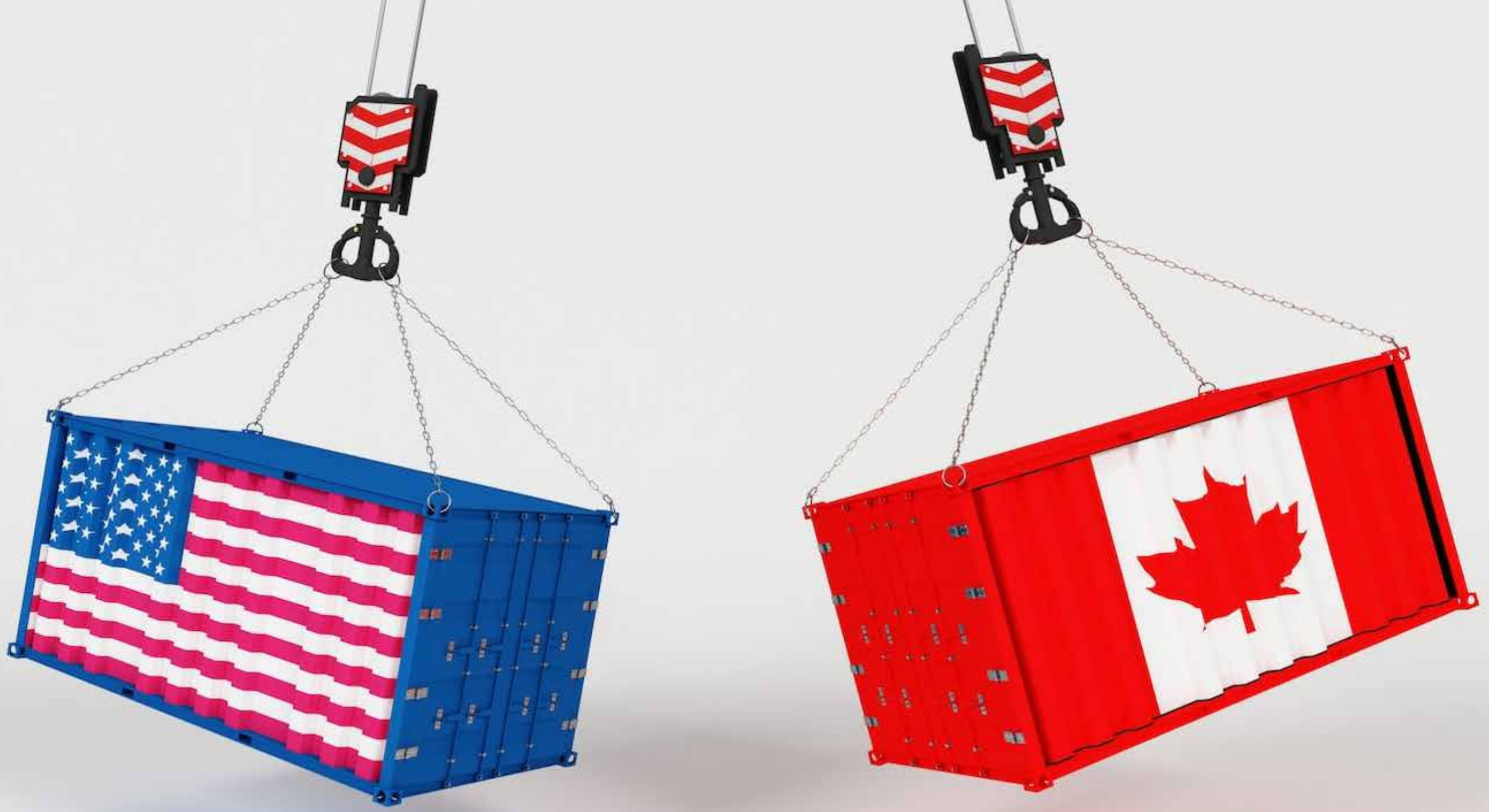
برای اطلاعات بیشتر و رزرو غرفه:

همین حالا با شماره زیر تماس بگیرید:

+1(647)968-7168

فرصت محدود است، همین حالا اقدام کنید!
باتشکر، انجمن بازرگانی ایران و کانادا





تأثیرات تعرفه‌های ترامپ و نشست بانک مرکزی کانادا بر اقتصاد؛ کاهش نرخ بهره و پیامدهای افزایش نقدینگی

در آستانه نخستین نشست سالانه بانک مرکزی کانادا، تحلیلگران و اقتصاددانان با دقت تمام تغییرات احتمالی در سیاست‌های پولی این کشور را زیر نظر دارند. این نشست در شرایطی برگزار می‌شود که تهدیدات اخیر دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور پیشین ایالات متحده، مبنی بر اعمال تعرفه‌های ۲۵ درصدی بر کالاهای کانادایی، اقتصاد کانادا را تحت فشار قرار داده است.

وزیر تجارت کانادا:

تحلیل و پیش‌بینی نرخ بهره: اقتصاددانان مختلفی نظرات متفاوتی ارائه داده‌اند. از یک سو، Douglas Porter از بانک مونترال بیان کرده است که تهدیدات تجاری می‌توانند به شکل قابل توجهی بر تصمیمات بانک مرکزی تأثیر بگذارند. او

پیش‌بینی می‌کند که بانک مرکزی ممکن است برای مقابله با ریسک‌های اقتصادی نرخ بهره را کاهش دهد. این اقدام می‌تواند به افزایش نقدینگی و کاهش هزینه‌های وام دهی منجر شود، که از یک سو می‌تواند به رونق بازار مسکن و افزایش قیمت‌ها بینجامد.

این در حالی است که تعرفه‌های احتمالی می‌توانند هزینه‌های واردات را افزایش دهند و به تورم دامن بزنند.

تصمیم نهایی بانک مرکزی کانادا در نشست آینده، علاوه بر اینکه تحت تاثیر شرایط اقتصادی داخلی و خارجی قرار دارد، می‌تواند سرنوشت بازارهای مختلف از جمله مسکن را تعیین کند. پیش‌بینی‌های متفاوت نشان می‌دهند که تحلیل‌های اقتصادی و استراتژی‌های مختلف می‌توانند در کوتاه مدت و بلند مدت تاثیرات متفاوتی بر اقتصاد کانادا داشته باشند.

از سوی دیگر، Derek Holt از بانک اسکوشیا، نظری متفاوت ارائه داده است. او بر این باور است که با توجه به سطح بالای تورم، بانک مرکزی باید در کاهش بیشتر نرخ بهره تردید داشته باشد، زیرا تعرفه‌های آمریکا می‌تواند فشارهای تورمی را تشدید کند.

پیامدهای اقتصادی احتمالی: کاهش نرخ بهره در شرایط کنونی می‌تواند دو عامل مهم را تحت تاثیر قرار دهد: افزایش نقدینگی و تورم. با کاهش نرخ بهره، امکان دسترسی آسان‌تر به منابع مالی فراهم می‌آید، که این امر به نوبه خود می‌تواند تقاضا برای خرید مسکن را افزایش دهد و منجر به بالا رفتن قیمت‌ها شود.



اشتراک ویژه ماهنامه‌های تخصصی انجمن بازرگانی ایران و کانادا به صورت چاپ شده

فرصتی بی نظیر برای فعالان اقتصادی و تجاری!

ماهنامه‌های تخصصی انجمن بازرگانی ایران و کانادا، منبعی ارزشمند برای تحلیل‌های اقتصادی، معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری و راهکارهای توسعه کسب‌وکار در ایران و کانادا را به صورت چاپ شده دریافت کنید...

ویژگی‌های اشتراک

۱۲ شماره ماهنامه در یک سال

دسترسی به تحلیل‌های اقتصادی به‌روز

شناسایی فرصت‌های همکاری تجاری

ارتباط مستقیم با شبکه‌های بین‌المللی

هزینه اشتراک سالانه

فقط ۸۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال

هزینه سالانه: ۸/۵۰۰/۰۰۰ تومان

برای ثبت‌نام و اطلاعات بیشتر

☎ 021-22 76 46 72

☎ 0912-194-13 66

🌐 canadairan.ca





نوروز، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین جشن‌های فرهنگی ایرانیان، نه تنها فرصتی برای شادی و نو شدن است، بلکه بستری بی‌نظیر برای کسب‌وکارها فراهم می‌کند تا با استفاده از ابزارهای دیجیتال مارکتینگ، محصولات و خدمات خود را به بازار گسترده‌تری معرفی کنند. در کانادا، کشوری با جامعه‌ای چندفرهنگی و علاقه‌مند به تجربه‌های جدید، نوروز می‌تواند بهانه‌ای عالی برای جذب مشتریان کانادایی چه ایرانی‌تبار و چه غیرایرانی باشد. در این مقاله، راهکارهای کاربردی دیجیتال مارکتینگ برای تبلیغ محصولات و خدمات مرتبط با نوروز را بررسی می‌کنیم و به شما نشان می‌دهیم چگونه می‌توانید فروش فصلی خود را در مارچ ۲۰۲۵ به حداکثر برسانید.

■ چرا دیجیتال مارکتینگ برای نوروز مهم است؟

در دنیایی که بیش از ۸۰٪ کانادایی‌ها به‌طور منظم از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند (بر اساس آمار Statista

۲۰۲۴)، حضور آنلاین دیگر یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت است. نوروز فرصتی است تا با ارائه محصولات سنتی (مثل شیرینی‌های نوروزی، آجیل، صنایع‌دستی) یا خدمات مرتبط (مثل رویدادهای

فرهنگی، رستوران‌ها یا سفر)، توجه مخاطبان را جلب کنید. اما چگونه؟ پاسخ در استراتژی‌های هوشمند دیجیتال مارکتینگ نهفته است.

۱. تبلیغات هدفمند در شبکه‌های اجتماعی
شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، فیس‌بوک و تیک‌تاک، ابزارهای قدرتمندی برای دسترسی به مشتریان کانادایی هستند.

راهکار: از قابلیت تبلیغات هدفمند (Targeted Ads) استفاده کنید. مخاطبان خود را بر اساس مکان (مثلاً تورنتو، ونکوور)، علاقه‌مندی‌ها (فرهنگ خاورمیانه، غذا، هنر) و گروه سنی (جوانان یا خانواده‌ها) فیلتر کنید.



ایده کمپین: یک ویدئوی کوتاه از آماده‌سازی سفره هفت‌سین یا پخت سمنو منتشر کنید و در توضیحات، محصول خود (مثلاً آجیل نوروزی) را معرفی کنید.

ابزار پیشنهادی: Canva (رایگان) برای طراحی پست‌های جذاب و Meta Business Suite برای مدیریت تبلیغات فیس‌بوک و اینستاگرام. مثال موفق: یک شیرینی‌پزی ایرانی در تورنتو در نوروز ۲۰۲۴ با انتشار ویدیویی از پخت باقلوا و تبلیغ تخفیف ۲۰٪، فروش خود را در عرض دو هفته ۳۵٪ افزایش داد.





نکته عملی: بودجه روزانه ۱۰ تا ۲۰ دلار برای تبلیغات در اینستاگرام کافی است تا حداقل ۵۰۰ نفر در هفته محصول شما را ببینند. روی Call-to-Action مثل «همین حالا سفارش دهید» تمرکز کنید.

۲. ایمیل مارکتینگ: ارتباط مستقیم با مشتری ایمیل هنوز یکی از مؤثرترین روش‌ها برای تبدیل مخاطب به مشتری است، به‌ویژه برای کمپین‌های فصلی.

ابزار پیشنهادی: Mailchimp (نسخه رایگان تا ۵۰۰ مخاطب) برای طراحی و ارسال ایمیل. مثال موفق: یک فروشگاه آنلاین صنایع دستی ایرانی در ونکوور با ارسال ایمیل نوروزی در سال گذشته، ۲۵٪ نرخ کلیک و ۱۵٪ افزایش فروش ثبت کرد.

نکته عملی:

موضوع ایمیل را کوتاه و جذاب نگه دارید، مثلاً «نوروز مبارک: تخفیف ویژه شما منتظر است!»

راهکار: یک کمپین ایمیلی با موضوع «نوروزتان را با ما جشن بگیرید» طراحی کنید. در ایمیل، پیشنهاد ویژه نوروزی (مثلاً تخفیف یا ارسال رایگان) و داستان کوتاهی از اهمیت نوروز بگنجانید تا حس کنجکاوی کانادایی‌ها را برانگیزید.

مراحل اجرا: لیست ایمیل مشتریان قبلی یا علاقه‌مندان را جمع‌آوری کنید (از طریق وبسایت یا رویدادها). یک ایمیل خوش‌آمدگویی با تخفیف ۱۰٪ برای اولین خرید بفرستید. یک هفته قبل از نوروز، ایمیل یادآوری با پیشنهاد محدود (مثلاً «فقط تا ۲۰ مارچ») ارسال کنید.

۳. محتوای تعاملی: مخاطب را درگیر کنید

ایجاد محتوایی که مخاطب را به مشارکت دعوت کند، کلید موفقیت در دیجیتال مارکتینگ است.

راهکار: یک مسابقه نوروزی در شبکه‌های اجتماعی برگزار کنید. مثلاً از مخاطبان بخواهید عکس سفره هفت‌سین خود را با هشتگ اختصاصی (مثلاً #NowruzWithUs) به اشتراک بگذارند و به برنده یک سبد نوروزی یا کوپن تخفیف هدیه دهید.

ایده دیگر: یک پست آموزشی کوتاه درباره «هفت‌سین چیست؟» منتشر کنید و در انتها، محصولی مرتبط (مثلاً ظرف سنتی) را تبلیغ کنید. ابزار پیشنهادی: Google Forms (رایگان) برای جمع‌آوری پاسخ‌ها و Hootsuite برای زمان‌بندی پست‌ها.

مثال موفق: یک رستوران ایرانی در مونترال با برگزاری مسابقه «بهترین عکس نوروزی» در اینستاگرام، فالوئرهایش را ۲۰٪ افزایش داد و رزروهایش دو برابر شد.

نکته عملی: به مشارکت‌کنندگان سریع پاسخ دهید و از آن‌ها تشکر کنید تا حس ارزشمندی ایجاد شود.

۴. بهینه‌سازی وبسایت برای نوروز

وبسایت شما ویتترین دیجیتال کسب‌وکارتان است و باید برای نوروز آماده شود.

راهکار: یک صفحه فرود (Landing Page) ویژه نوروز بسازید که محصولات یا خدمات فصلی را نمایش دهد. از کلمات کلیدی مثل «Nowruz Gifts Canada» یا «Persian New Year Deals» استفاده کنید تا در جست‌وجوهای گوگل دیده شوید.



اقدامات پیشنهادی:

بنر نوروزی با پیام «سال نو، تخفیف نو» اضافه کنید.

گزینه پرداخت سریع و ارسال فوری را فعال کنید.

ابزار پیشنهادی: Wix یا WordPress (رایگان با افزونه‌های ساده) برای طراحی صفحه.

مثال موفق: یک فروشگاه آنلاین خشکبار در کلگری با بهینه‌سازی وبسایتش برای نوروز ۲۰۲۴، ترافیک سایتش را ۴۰٪ افزایش داد.

نکته عملی:

سرعت بارگذاری سایت را بررسی کنید؛ اگر بیش از ۳ ثانیه طول بکشد، ممکن است مشتری را از دست بدهید.

۵. همکاری با اینفلوئنسرهای محلی

اینفلوئنسرها می‌توانند صدای برند شما را به گوش مخاطبان جدید برسانند.

راهکار: با اینفلوئنسرهای کانادایی (ترجیحاً در حوزه غذا، فرهنگ یا سبک زندگی) همکاری کنید تا محصولات نوروزی شما را معرفی کنند. مثلاً یک اینفلوئنسر می‌تواند تجربه تست شیرینی نوروزی شما را در استوری اینستاگرامش به اشتراک بگذارد. چگونه پیدا کنیم؟ در اینستاگرام یا یوتیوب، عباراتی مثل «Toronto Lifestyle Blogger» جست‌وجو کنید و افراد با ۵ تا ۲۰ هزار فالوئر را هدف قرار دهید.



کانادا. با ترکیب تبلیغات هدفمند، ایمیل مارکتینگ، محتوای تعاملی، وبسایت بهینه‌شده و همکاری با اینفلوئنسرها، می‌توانید مشتریان جدیدی جذب کنید و فروش فصلی خود را به اوج برسانید. همین امروز یکی از این راهکارها را انتخاب کنید و اولین قدم را بردارید، سال نو، موفقیت‌های نو منتظر شماست!

پیشنهاد نهایی: نتایج کمپین نوروزی خود را با انجمن به اشتراک بگذارید تا در شماره بعدی ماهنامه، داستان موفقیت شما را روایت کنیم.

**نوروزتان مبارک و کسب‌وکارتان
پروونق!**

ابزار پیشنهادی: BuzzSumo (نسخه آزمایشی رایگان) برای یافتن اینفلوئنسرها.

مثال موفق: یک برند زعفران ایرانی با همکاری یک بلاگر کانادایی در سال ۲۰۲۳، فروش آنلاینش را ۳۰٪ بالا برد.

نکته عملی:

به جای پرداخت نقدی، محصول رایگان یا تخفیف پیشنهاد دهید تا هزینه‌ها را کم کنید.

جمع‌بندی: شروع کنید و بدرخشید

نوروز فقط یک جشن نیست؛ فرصتی است برای رشد کسب‌وکار شما در بازار



فرصتی استثنایی برای اعضای محترم انجمن بازرگانی ایران و کانادا

با توجه به برگزاری جام جهانی فوتبال ۲۰۲۶ به صورت مشترک در کشورهای عضو نفتا (کانادا، ایالات متحده و مکزیک)، انجمن بازرگانی ایران و کانادا در نظر دارد کارگروه تخصصی‌ای تشکیل دهد تا در نمایشگاه‌ها و فستیوال‌های مرتبط در این کشورها شرکت کرده و محصولات اعضای خود را به نمایش بگذارد.

در همین راستا، انجمن موفق به رزرو چهار غرفه اختصاصی در فستیوال **Host City ۲۰۲۶ Vancouver FIFA World Cup** شده است. این فستیوال فرصتی بی‌نظیر برای معرفی محصولات و خدمات شما به بازاری جهانی و متنوع فراهم می‌کند.

از اعضای علاقمند دعوت می‌شود تا آمادگی خود را برای عضویت در این کارگروه تخصصی از طریق ایمیل زیر اعلام نمایند:

contact@canirn.com

مهلت ثبت‌نام محدود است؛ فرصت را از دست ندهید!

با تشکر، انجمن بازرگانی ایران و کانادا



مدیریت مالی در فصل بهار: بودجه‌بندی برای رشد کسب‌وکار

راهنمای جامع برای افزایش سودآوری در بهار ۲۰۲۵
بهار، فصلی پر از تازگی و فرصت‌های نو، نه تنها در طبیعت بلکه در دنیای کسب‌وکار نیز زمان بازنگری و رشد است. برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، به‌ویژه آن‌هایی که در بازار بین‌المللی مانند ایران و کانادا فعالیت می‌کنند، مدیریت مالی مؤثر در این فصل می‌تواند تفاوت میان سودآوری و رکود را رقم بزند. در این مقاله، اصول بودجه‌بندی فصلی را با تمرکز بر افزایش سودآوری در بهار بررسی می‌کنیم و ابزارها و نکاتی کاربردی ارائه می‌دهیم تا کسب‌وکار شما در مارچ ۲۰۲۵ شکوفا شود.



بیشتر از حد انتظار بوده و تصمیم گرفت در بهار تأمین‌کننده ارزان‌تری پیدا کند.

■ **ابزار پیشنهادی: Google Sheets** (رایگان) برای ثبت سریع داده‌ها یا QuickBooks (نسخه آزمایشی رایگان) برای تحلیل دقیق‌تر.

نکته عملی:

دسته‌بندی هزینه‌ها (ثابت مثل اجاره، متغیر مثل تبلیغات) را جدا کنید تا الگوهای خرج‌کردن را بهتر بشناسید.

۲. **پیش‌بینی درآمدها و هزینه‌های بهاری** بهار با تغییراتی مثل افزایش تقاضای نوروزی یا هزینه‌های فصلی همراه است.

راهکار:

۱. **درآمدها:** با توجه به تجربه سال قبل، پیش‌بینی کنید کدام محصولات یا خدمات در بهار فروش بیشتری دارند (مثلاً آجیل نوروزی یا بلیت رویدادها).

■ چرا بودجه‌بندی فصلی مهم است؟

بهار اغلب با افزایش تقاضا برای برخی محصولات (مثل کالاهای نوروزی، خدمات گردشگری یا مواد غذایی فصلی) و همچنین هزینه‌های جدید (مثل مالیات سالانه در کانادا) همراه است. بدون یک برنامه مالی مشخص، ممکن است منابع شما هدر برود یا فرصت‌های رشد را از دست بدهید. بودجه‌بندی فصلی به شما کمک می‌کند تا جریان نقدی را مدیریت کنید، هزینه‌ها را کاهش دهید و برای سرمایه‌گذاری‌های هوشمند آماده شوید.

۱. ارزیابی وضعیت مالی فعلی

اولین قدم در بودجه‌بندی، دانستن نقطه شروع است.

راهکار: درآمدها، هزینه‌ها و سود خالص سه ماه گذشته (دسامبر ۲۰۲۴ تا فوریه ۲۰۲۵) را بررسی کنید. این کار به شما نشان می‌دهد چه بخش‌هایی نیاز به بهبود دارند.

مثال: یک رستوران ایرانی در تورنتو متوجه شد که هزینه مواد اولیه در زمستان ۲۰٪



۲. هزینه‌ها: هزینه‌های احتمالی مثل تبلیغات نوروزی، مالیات فصلی کانادا (آوریل ۲۰۲۵) یا استخدام نیروی موقت را برآورد کنید.

مثال: یک فروشگاه صنایع‌دستی در ونکوور پیش‌بینی کرد که فروش ظروف هفت‌سین در مارچ ۳۰٪ افزایش یابد و بودجه‌ای برای موجودی اضافی کنار گذاشت.

ابزار پیشنهادی: Excel با قالب‌های آماده بودجه‌بندی (رایگان در وبسایت مایکروسافت).

نکته عملی:

حداقل ۱۰٪ حاشیه خطا برای پیش‌بینی‌ها در نظر بگیرید تا از غافلگیری جلوگیری شوید.

۳. کاهش هزینه‌ها بدون افت کیفیت
کاهش هزینه‌ها می‌تواند سود شما را افزایش دهد، اما باید هوشمندانه باشد.

راهکار:

■ مذاکره با تأمین‌کنندگان: برای خرید عمده در بهار تخفیف بخواهید.

■ بهینه‌سازی تبلیغات: به جای هزینه‌های سنگین، از روش‌های کم‌هزینه مثل شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید.

■ بررسی اشتراک‌ها: اشتراک‌های بلااستفاده (مثلاً نرم‌افزارهای غیرضروری) را لغو کنید.

مثال: یک کافه ایرانی در کلگری با تغییر تأمین‌کننده قهوه، ماهانه ۲۰۰ دلار صرفه‌جویی کرد و این مبلغ را به تبلیغات نوروزی اختصاص داد.

ابزار پیشنهادی: Trim (رایگان برای تحلیل اولیه) برای شناسایی هزینه‌های غیرضروری.



نکته عملی:

هر ماه یک هزینه کوچک را حذف کنید؛ در پایان سال، تأثیر بزرگی خواهید دید.

۴. تخصیص بودجه برای رشد

بهار زمان سرمایه‌گذاری در فرصت‌های جدید است.

راهکار: بخشی از بودجه (مثلاً ۱۵-۲۰٪ سود پیش‌بینی‌شده) را به رشد اختصاص دهید.

■ تبلیغات فصلی: کمپین نوروزی برای جذب مشتریان کانادایی.

■ محصول جدید: عرضه محصولی مرتبط با بهار (مثلاً دمنوش گیاهی).

■ آموزش کارکنان: مهارت‌های جدید برای افزایش بهره‌وری.

مثال: یک شرکت بازرگانی در تورنتو ۵۰۰ دلار برای یک وبینار آموزشی هزینه کرد و در نتیجه، فروش آنلاینش ۲۵٪ رشد کرد.

ابزار پیشنهادی: Trello (رایگان) برای برنامه‌ریزی پروژه‌های رشد.

نکته عملی:

قبل از سرمایه‌گذاری، بازده مورد انتظار (ROI) را محاسبه کنید؛ مثلاً اگر ۱۰۰ دلار خرج کنید، چقدر سود می‌کنید؟

۵. مدیریت جریان نقدی و پس‌انداز

اضطراری

جریان نقدی سالم، قلب کسب‌وکار شماست.

راهکار:

زمان‌بندی پرداخت‌ها: فاکتورهای مشتریان را زودتر وصول کنید و پرداخت به تأمین‌کنندگان را به تعویق بیندازید (با توافق).

■ پس‌انداز اضطراری: حداقل ۱۰٪ درآمد بهاری را برای هزینه‌های غیرمنتظره کنار بگذارید.

■ مثال: یک فروشگاه کوچک در مونترال با تسریع در وصول مطالبات، توانست موجودی نوروزی‌اش را بدون قرض افزایش دهد.



- ابزار پیشنهادی: Wave (رایگان) برای مدیریت صورت‌حساب‌ها و جریان نقدی.
- متفرقه (۵۰۰ دلار) = ۶,۰۰۰ دلار.
- سود پیش‌بینی‌شده: ۴,۰۰۰ دلار.

برنامه بهار:

- نکته عملی: هر هفته جریان نقدی را بررسی کنید تا از مشکلات احتمالی زود باخبر شوید.
- ۱,۰۰۰ دلار برای تبلیغات نوروزی.
- ۵۰۰ دلار برای موجودی اضافی شیرینی.
- ۵۰۰ دلار پس‌انداز اضطراری.
- ۲,۰۰۰ دلار برای سود خالص یا سرمایه‌گذاری بعدی.
- نمونه بودجه‌بندی: یک کسب‌وکار کوچک فرض کنید یک شیرینی‌پزی ایرانی در کانادا با درآمد ماهانه ۱۰,۰۰۰ دلار دارید.
- هزینه‌ها: اجاره (۲,۰۰۰ دلار)، مواد اولیه (۳,۰۰۰ دلار)، تبلیغات (۵۰۰ دلار).

نتیجه: با این بودجه، هم فروش افزایش می‌یابد و هم ریسک مالی کاهش می‌یابد.

جمع‌بندی:

بهار، فصل شکوفایی مالی

مدیریت مالی در بهار فقط درباره صرفه‌جویی نیست، بلکه برنامه‌ریزی برای رشد و استفاده از فرصت‌هاست. با ارزیابی وضعیت فعلی، پیش‌بینی دقیق، کاهش هزینه‌ها، سرمایه‌گذاری هوشمند و مدیریت جریان نقدی، می‌توانید کسب‌وکار خود را به سطح جدیدی برسانید. ابزارهای ساده‌ای مثل Google Sheets یا Wave در کنار این اصول، شما را یاری خواهند کرد. بهار ۲۰۲۵ را با یک بودجه‌بندی حرفه‌ای آغاز کنید و شاهد شکوفایی مالی کسب‌وکارتان باشید!

پیشنهادات نهایی:

تجربیات بودجه‌بندی خود را با انجمن به اشتراک بگذارید تا در شماره بعدی، از موفقیت‌های شما بنویسیم.
سال نو مبارک و جیب‌هایتان پر پول!

قدر یک مشاور خوب را باید دونست!



- ◀ گسترش کسب و کار و راه اندازی کسب و کار شما در آمریکای شمالی به ویژه کانادا در تخصص ماست
- ◀ ویژه تازه مهاجرین به کشور کانادا با بیش از ده سال تجربه کاری

ورک پرمیت به پی آر تنها یک اتفاق نیست
بلکه حاصل یک پراپند دراز مدت خواهد بود

انجمن آمادگی کامل خود را در حوزه راه اندازی، استارت آپ و دیگر راه حل های موجود برای کمک به شما در جهت تبدیل وضعیت اقامتی خود را دارد، مسئولیت تبدیل ورک پرمیت به پی آر شما با ماست.

برای دریافت این سرویس، لطفاً با ایمیل contact@canirn.com تماس بگیرید.

STARTUP PLAN





تأمین زنجیره پایدار: درس‌هایی از تجارت ایران و کانادا

راهنمای جامع برای مدیریت زنجیره تأمین در تجارت بین‌المللی در دنیای تجارت بین‌المللی، زنجیره تأمین پایدار نه تنها یک مزیت رقابتی، بلکه یک ضرورت برای بقا و رشد است. برای کسب‌وکارهای ایرانی که با کانادا همکاری می‌کنند، مدیریت مؤثر زنجیره تأمین از تأمین مواد اولیه تا تحویل محصول به مشتری می‌تواند هزینه‌ها را کاهش داده، زمان‌بندی را بهبود بخشد و رضایت مشتریان را افزایش دهد.

در این مقاله، اصول مدیریت زنجیره تأمین پایدار را با نگاهی به تجارت ایران و کانادا بررسی می‌کنیم و راهکارهای عملی برای کاهش ریسک‌های لجستیکی و بهینه‌سازی حمل‌ونقل ارائه می‌دهیم.



چرا زنجیره تأمین پایدار حیاتی است؟

کانادا، با اقتصاد متنوع و قوانین سخت‌گیرانه زیست‌محیطی، و ایران، با منابع غنی و موقعیت استراتژیک، فرصت‌های بی‌نظیری برای تجارت دارند. اما چالش‌هایی مثل فاصله جغرافیایی، تحریم‌ها، نوسانات ارزی و مشکلات لجستیکی می‌توانند این همکاری را تهدید کنند. یک زنجیره تأمین پایدار، با تمرکز بر انعطاف‌پذیری و کارایی، کلید موفقیت در این مسیر است.

۱. شناخت زنجیره تأمین خود

اولین قدم برای پایداری، درک کامل زنجیره تأمین است.

راهکار: تمام مراحل از تأمین‌کنندگان اولیه (مثلاً تولیدکنندگان زعفران در ایران) تا حمل‌ونقل و توزیع در کانادا را نقشه‌برداری کنید. نقاط ضعف (مثل تأخیر در گمرک) و قوت (مثل کیفیت بالای محصول) را شناسایی کنید.

مثال: یک شرکت صادراتی فرش در ایران متوجه شد که تأخیر در بندر ونکوور به دلیل مدارک ناقص، ماهانه ۱۰ روز به زمان تحویل اضافه می‌کند. با اصلاح فرآیند، این زمان به ۳ روز کاهش یافت.

ابزار پیشنهادی: Lucidchart (نسخه رایگان) برای ترسیم نقشه زنجیره تأمین.

نکته عملی:

هر سه ماه یک‌بار نقشه خود را بازبینی کنید تا با تغییرات بازار هماهنگ بمانید.

۲. همکاری استراتژیک با شرکت‌های کانادایی

همکاری با شرکای محلی در کانادا می‌تواند زنجیره تأمین را تقویت کند.

راهکار:

■ انتخاب شریک: شرکتهای کانادایی با تجربه در لجستیک بین‌المللی (مثل DHL Canada یا Canada Post) را هدف قرار دهید.

■ توافق‌نامه‌ها: قراردادهایی با بندهای مشخص برای زمان تحویل، هزینه‌ها و جبران خسارت تنظیم کنید.

■ شبکه‌سازی: از رویدادهای انجمن بازرگانی ایران و کانادا برای یافتن شرکای قابل اعتماد استفاده کنید.

■ مثال: یک صادرکننده خشکبار ایرانی با همکاری یک توزیع‌کننده در تورنتو، هزینه حمل داخلی را ۱۵٪ کاهش داد و زمان تحویل را از ۲ هفته به ۵ روز رساند.

■ ابزار پیشنهادی: LinkedIn (رایگان) برای ارتباط با شرکتهای کانادایی.

نکته عملی:

قبل از همکاری، گواهینامه‌ها و سوابق شریک کانادایی را بررسی کنید تا از اعتبار آن مطمئن شوید.

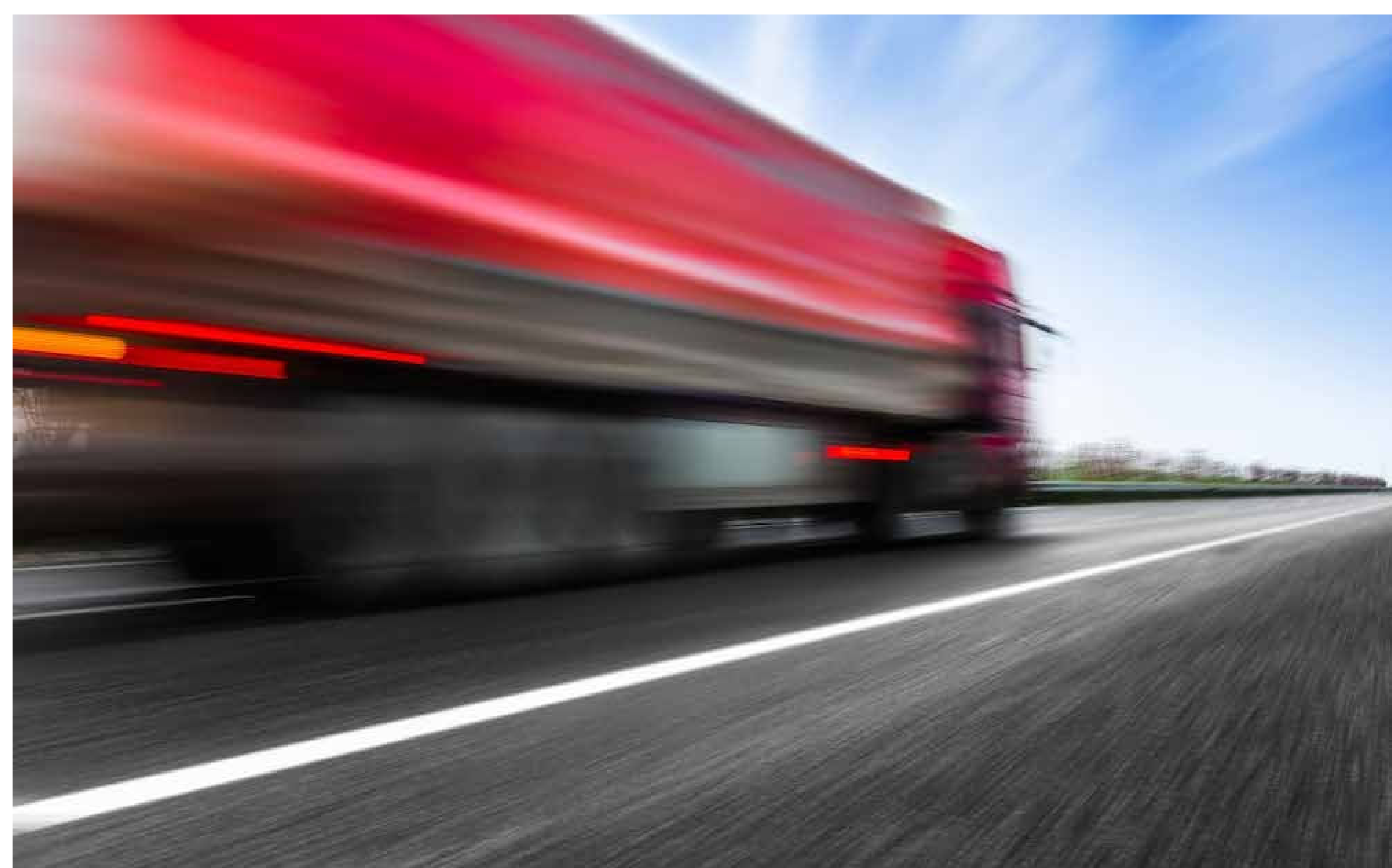
۳. بهینه‌سازی حمل‌ونقل بین‌المللی

حمل‌ونقل یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های تجارت ایران و کانادا است.

راهکار:

■ انتخاب مسیر: مسیرهای کم‌هزینه‌تر (مثلاً حمل دریایی از بندرعباس به هلیفکس) را با زمان تحویل متعادل کنید.

■ ترکیب روش‌ها: از حمل ترکیبی (دریایی + ریلی) برای کاهش هزینه و افزایش سرعت استفاده کنید.





■ بیمه بار: محموله‌ها را بیمه کنید تا ریسک خسارت (مثلاً در اثر شرایط جوی) کم شود.

مثال: یک شرکت صنایع دستی با تغییر از حمل هوایی به دریایی برای ظروف چوبی، هزینه حمل را ۳۰٪ کاهش داد و سود خود را بالا برد.

ابزار پیشنهادی:

Freightos (رایگان برای مقایسه نرخ حمل) برای انتخاب بهترین گزینه.

نکته عملی:

حداقل دو مسیر جایگزین برای هر محموله در نظر بگیرید تا در صورت اختلال، انعطاف داشته باشید.

۴. کاهش ریسک‌های لجستیکی

ریسک‌هایی مثل تأخیر، آسیب به کالا یا مشکلات قانونی می‌توانند زنجیره را مختل کنند.

راهکار:

■ پیش‌بینی: از داده‌های گذشته (مثلاً زمان گمرک در سال قبل) برای پیش‌بینی تأخیرها استفاده کنید.

■ موجودی اضطراری: مقداری موجودی در انبارهای کانادا نگه دارید تا در صورت قطعی تأمین، تقاضا را پوشش دهید.

■ رعایت قوانین: با مقررات گمرکی کانادا (مثلاً CBSA) و تحریم‌های احتمالی کاملاً آشنا شوید.

مثال: یک صادرکننده پسته با ذخیره ۵۰۰ کیلوگرم در انبار مونترال، توانست سفارشات نوروزی را به‌موقع تحویل دهد، حتی وقتی کشتی‌اش دو هفته تأخیر داشت.

ابزار پیشنهادی: Trello (رایگان) برای مدیریت وظایف لجستیکی.

نکته عملی:

یک چک‌لیست گمرکی تهیه کنید و قبل از هر ارسال، آن را مرور کنید.

۵. پایداری زیست‌محیطی در زنجیره تأمین کانادا به مسائل زیست‌محیطی اهمیت زیادی می‌دهد و این می‌تواند مزیت رقابتی شما باشد.

راهکار:

■ **بسته‌بندی سبز:** از مواد قابل بازیافت (مثلاً کارتن به جای پلاستیک) استفاده کنید.

■ **حمل کم‌کربن:** شرکت‌هایی با تعهد به کاهش گازهای گلخانه‌ای را انتخاب کنید.

■ **شفافیت:** پایداری زنجیره خود را در تبلیغاتتان برجسته کنید.

مثال: یک تولیدکننده زعفران با استفاده از بسته‌بندی قابل Compost در کانادا، توجه مشتریان حساس به محیط‌زیست را جلب کرد و فروشش ۲۰٪ رشد کرد.

ابزار پیشنهادی: EcoChain (نسخه آزمایشی رایگان) برای ارزیابی اثرات زیست‌محیطی.

نکته عملی:

گواهینامه‌های سبز (مثلاً ISO 14001) را بررسی کنید تا اعتبار پایداری‌تان تقویت شود.



تأمین زنجیره پایدار در تجارت ایران و کانادا نیازمند شناخت دقیق، همکاری هوشمندانه، بهینه‌سازی حمل‌ونقل، کاهش ریسک و توجه به پایداری است. با اجرای این اصول، نه تنها کارایی عملیاتی خود را افزایش می‌دهید، بلکه اعتماد شرکا و مشتریان را نیز جلب می‌کنید. از ابزارهای ساده‌ای مثل Lucidchart و Freightos شروع کنید و گام‌به‌گام زنجیره خود را تقویت کنید. بهار ۲۰۲۵ می‌تواند آغاز یک تجارت پایدار و پررونق باشد!

پیشنهاد نهایی: تجربیات لجستیکی خود را با انجمن به اشتراک بگذارید تا در شماره بعدی، در س‌های شما را مشترک کنیم. موفقیت‌تان پایدار!

نمونه عملی: زنجیره تأمین یک کسب‌وکار فرض کنید یک شرکت صادراتی پسته دارید:

■ حمل: دریایی به تورنتو (۱ دلار/کیلو، ۲۰ روز).

■ توزیع: همکاری با یک شرکت کانادایی (۰.۵ دلار/کیلو).

■ فروش: ۱۰ دلار/کیلو در بازار نروژی.

■ نتیجه: سود ۳.۵ دلار/کیلو با تحویل به‌موقع و ریسک کم. با بهینه‌سازی (مثلاً کاهش ۵ روز حمل)، سود به ۴ دلار/کیلو می‌رسد.

■ جمع‌بندی: زنجیره‌ای قوی برای آینده‌ای پایدار



WALL ST

WALL ST



از هم اکنون تمام سرویس ها و خدمات خود را به آمریکای شمالی صادر کنید...

با افتخار به اطلاع می‌رسانیم که انجمن بازرگانی ایران و کانادا با سرویس جدید خود برای همه اعضای محترم، امکاناتی را فراهم آورده است که امیدواریم برای شما مفید باشد.

حالا شما می‌توانید خط تلفن خود را با پیش شماره مورد نظرتان برای شهرهای تورنتو، مونترال و ونکوور در سرتاسر ایران داشته باشید و به راحتی شماره تلفن خود را انتخاب کنید.

با این سرویس، شما می‌توانید:

۱. تماس‌های دریافتی در ایران (بدون هزینه اضافی) را دریافت کنید.
۲. به رایگان از ایران با کانادا تماس بگیرید.
۳. با هر تلفنی در ایران با کانادا تماس بگیرید، اما شماره کانادایی شما بر روی تلفن گیرنده نمایش داده می‌شود.
۴. قابلیت دریافت و ارسال پیامک، راه‌اندازی واتساپ و تلگرام را داشته باشید.
۵. تعریف تلفن گویا و سانترال، همراه با پیغام‌گیر و سرویس کال ریکوردینگ را داشته باشید.

همچنین، با این سرویس امکانات زیر را نیز دارید:

پشتیبانی دائم ۲۴ ساعته به زبان فارسی.
قابلیت استفاده حتی برای افرادی که هنوز به کانادا سفر نکرده‌اند.
کار با اینترنت، بنابراین تلفن شما در ایران باید دسترسی به اینترنت داشته باشد.
هزینه این سرویس برای افراد غیرعضو ماهیانه یک میلیون و هفتصد هزار تومان و برای اعضای عزیز انجمن بازرگانی ایران و کانادا ماهیانه هفتصد هزار تومان می‌باشد.

برای دریافت این سرویس، لطفاً با ایمیل contact@canirn.com تماس بگیرید.
این سرویس از کانادا به هیچ وجه با خط کانادایی شما ارتباط ندارد، حتی اگر شما در ایران هستید و تا به حال به کانادا سفر نکرده‌اید.
این سرویس با استفاده از اینترنت کار می‌کند، بنابراین گوشی شما در ایران باید دسترسی به اینترنت داشته باشد.

در صورت داشتن هرگونه سؤال یا ابهام، لطفاً با ما تماس بگیرید.

با این سرویس، می‌توانید حتی بخش کاستمر سرویس شرکت کانادایی خودتان را در ایران مستقر نموده و تجارت خود را اداره کنید. تیم بازاریابی تلفنی شما می‌تواند در ایران مستقر شده و شما می‌توانید از داخل ایران با کانادا تماس بگیرید. همچنین می‌توانید شماره کانادایی خود را بر روی وبسایت خود قرار دهید تا تماس‌گیرنده با یک شماره کانادایی تماس گرفته و حضور شما در کشور دیگری را متوجه نشود. بنابراین اکنون صادرات انواع خدمات به آمریکای شمالی نیز با کمک انجمن میسر شد.



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

معرفی پنج کتاب منتشر شده در انجمن بازرگانی ایران و کانادا



کتاب پنجم (کتاب راهنمای توسعه کسب و کارهای کانادایی در ایالات متحده آمریکا) در حقیقت تکمیل کننده کتاب های قبلی در آمریکای شمالی است که بعنوان هدیه نوروزی انجمن بازرگانی ایران و کانادا در اختیار همه قرار گرفت.

کتاب اول

کتاب تجارت با / از / در کانادا حاوی تعداد حدودی ۱۴۰۰ صفحه، انتشارات جاجرمی



کتاب دوم

آخرین آمارهای اقتصادی و تجاری کشور کانادا براساس اداره آمار کانادا تا پایان سال ۲۰۲۲ انتشارات آذرفر، ۴۴۶ صفحه



کتاب سوم

راهنمای کامل لیبلینگ در کانادا

نحوه انتشار: آنلاین



کتاب چهارم

استراتژی و تئوری های فروش در آمریکای شمالی تعداد صفحات ۳۲۶ انتشارات آذرفر



کتاب پنجم:

کتاب راهنمای توسعه کسب و کارهای کانادایی در ایالات متحده آمریکا نحوه انتشار: آنلاین



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
March 2025 – Issue 51

To contact the editors:
contact@canirn.com