

ماهنامه انجمن بازرگانی

ایران و کانادا

ماهنامه سال ششم - شماره شصت و یکم - ژانویه ۲۰۲۶

شماره استاندارد بین‌المللی (ISSN): ۱۰۶۹-۲۵۶۴

ثبت در کتابخانه و آرشیو ملی کانادا

این ماهنامه غیرقابل فروش بوده و به صورت داخلی ویژه اعضای محترم

انجمن بازرگانی ایران و کانادا منتشر می‌شود.

۲۰۲۶: سال تصمیم‌های جسورانه، بازآفرینی مسیرها و ورود به یازدهمین سال فعالیت انجمن

در جهانی که تغییر مداوم است، خطرناک‌ترین تصمیم، تصمیم نگرفتن است!

جنگ ارزی چین و آمریکا: چگونه سفره جهانی کوچک و بزرگ می‌شود؟

درباره ما:

انجمن بازرگانی ایران و کانادا

— اهداف و مأموریت

انجمن بازرگانی ایران و کانادا به‌عنوان یک نهاد غیرانتفاعی، با استناد به قوانین تجاری ایران و کانادا، با هدف ایجاد بستری مناسب برای همکاری‌های متقابل در حوزه‌های تجارت، بازرگانی، صنایع، کشاورزی و گردشگری تأسیس شده است. ما متعهد به تسهیل ارتباطات تجاری، تبادل سرمایه‌گذاری و گسترش کسب‌وکارها بین ایران و کانادا هستیم. این انجمن به‌عنوان پلی ارتباطی، از طریق ارائه خدمات مشاوره‌ای و تخصصی، به بازرگانان و شرکت‌های تجاری کمک می‌کند تا در بازارهای بین‌المللی به موفقیت دست یابند.

— ساختار و عضویت

ساختار انجمن به‌صورت عضومحور طراحی شده است و اشخاص حقیقی و حقوقی از سراسر جهان می‌توانند به عضویت آن درآیند. اعضای انجمن از خدمات متنوعی از جمله مشاوره‌های تخصصی، دسترسی به شبکه‌های تجاری، فرصت‌های سرمایه‌گذاری و برنامه‌های آموزشی بهره‌مند می‌شوند. برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد خدمات و مزایای عضویت، می‌توانید کد QR موجود در این متن را اسکن کنید.

— دستاوردها و افتخارات

انجمن بازرگانی ایران و کانادا در سال ۲۰۲۴ به انتخاب دانشگاه بریتیش کلمبیا به‌عنوان یکی از ۱۰۰ انجمن برتر در ارائه خدمات حرفه‌ای و تخصصی شناخته شد. همچنین، این انجمن در کانادا به‌عنوان یک Designated Organization و شتاب‌دهنده (Accelerator) برای حمایت از راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارها به رسمیت شناخته شده است.

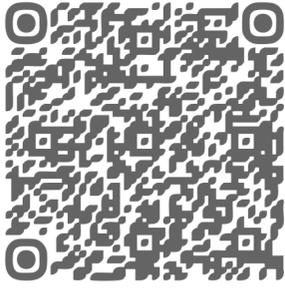
انجمن بازرگانی ایران و کانادا در سال ۲۰۱۵ با هدف ایجاد بستری تخصصی برای تقویت و گسترش روابط تجاری بین دو کشور ایران و کانادا تأسیس شد. شعار ما، توانمندسازی تجارت؛ پیوندی به گستره فرهنگ‌ها، نمایانگر تعهدمان به ایجاد ارتباطی پایدار و پویا میان کارآفرینان، بازرگانان و سرمایه‌گذاران دو کشور است.

— تاریخچه و ثبت قانونی

این انجمن، نهادی کاملاً خصوصی، غیرانتفاعی و مستقل است که ابتدا در سال ۲۰۱۵ در استان کبک کانادا تحت شماره ثبت ۱۱۷۲۴۷۸۷۵۳ به ثبت رسید و سپس در سطح فدرال کانادا با شماره ۱۰۷۸۹۰۶۲ به‌عنوان یک نهاد حقوقی معتبر شناخته شد. پس از اخذ تأییدیه از وزارت امور خارجه کانادا، این انجمن در ایران نیز با تأیید وزارت امور خارجه به‌عنوان شعبه خارجی با شماره ثبت ۳۳۰۶ فعالیت خود را آغاز کرد. در حال حاضر، انجمن بازرگانی ایران و کانادا با سه دفتر فعال در شهرهای تهران، مونترال و تورنتو به ارائه خدمات تخصصی می‌پردازد. در تهران، علاوه بر دفتر مرکزی، دفتری دیگر در خانه نوآوری و فناوری ایران (iHiT) واقع در نمایشگاه بین‌المللی تهران فعال است.

در سال ۲۰۲۵، با توافق دولت کانادا، نام Canada Iran Business Council به‌عنوان دومین نام رسمی انجمن به تصویب رسید. این نام جدید، بازتاب‌دهنده گسترش فعالیت‌ها و تعهد انجمن به ایفای نقش پیشرو در تضمین منافع تجاری و اقتصادی برای بازرگانان دو کشور است. واژه «شورا» در این نام، بر نمایندگی مؤثر و ایجاد پل‌های ارتباطی بین کارگروه‌های تجاری و سازمان‌های مرتبط تأکید دارد.





برای کسب اطلاعات بیشتر درباره خدمات و نحوه عضویت، کد QR زیر را اسکن کنید یا با ما از طریق تارنمای رسمی تماس بگیرید.

آدرس تارنما: <https://saina.international>

شبکه‌ها و تارنماهای رسمی

تارنمای رسمی انجمن: canadairan.ca

این وبسایت اطلاعات جامعی درباره فعالیت‌ها، خدمات و رویدادهای انجمن ارائه می‌دهد.

شبکه اختصاصی اعضا: canadairan.info

این تارنما به صورت اختصاصی برای اعضای انجمن طراحی شده و امکان مشاهده پروفایل و توانمندی‌های سایر اعضا را فراهم می‌کند. دسترسی به این شبکه صرفاً برای اعضای رسمی انجمن امکان‌پذیر است.

تارنمای یک مدیر: 1modir.ca

این تارنما برای معرفی دست‌اندرکاران و مدیران انجمن طراحی شده است تا از هرگونه سوءتفاهم یا مذاکره با افراد غیرمسئول جلوگیری شود.

ایمیل‌های رسمی: تمامی مکاتبات رسمی انجمن از طریق دامنه canirn.com ارسال می‌شود.

فعالیت‌های بین‌المللی

خانواده انجمن بازرگانی ایران و کانادا اکنون نیازهای متنوعی را در حوزه تجارت بین‌المللی پاسخ می‌دهد. از راه‌اندازی کسب‌وکارها در کانادا گرفته تا توسعه تجارت بین کانادا و سایر کشورهای جهان، انجمن توانسته است حجم مبادلات تجاری اعضای خود را با کشورهایمانند کشورهای حاشیه خلیج فارس و آفریقا به سطح چشمگیری برساند.

چرا ما؟

انجمن بازرگانی ایران و کانادا با تکیه بر شبکه گسترده، تجربه یک دهه فعالیت و تعهد به ارائه خدمات تخصصی، به‌عنوان یکی از پیشروترین نهادهای تجاری در روابط ایران و کانادا شناخته می‌شود. ما نه تنها به اعضا کمک می‌کنیم تا در بازارهای بین‌المللی موفق شوند، بلکه با ایجاد ارتباطات فرهنگی و اقتصادی، به تقویت پیوندهای دوجانبه کمک می‌کنیم.

انجمن بازرگانی ایران و کانادا:
همراه شما در مسیر موفقیت تجاری.

گسترش فعالیت‌ها در سال

۲۰۲۵

پس از یک دهه فعالیت مستمر و موفق، انجمن در ابتدای سال ۲۰۲۵ با اخذ مجوز از دولت فدرال کانادا، دو نهاد جدید را تأسیس کرد:

۱. شورای تجارت و اقتصاد ایران و کانادا (Canada Iran Trade & Economic Council):

این شورا با هدف تقویت روابط اقتصادی و تجاری بین دو کشور و ایجاد بستری برای همکاری‌های استراتژیک فعالیت می‌کند.

۲. صندوق سرمایه‌گذاری استراتژیک

ایران و کانادا

(Canada Iran Strategic

Investment Fund - CISIF):

این صندوق برای حمایت مالی از پروژه‌های نوآورانه و سرمایه‌گذاری‌های مشترک بین ایران و کانادا تأسیس شده است. هر دو نهاد پس از دریافت تأییدیه‌های لازم از وزارت امور خارجه کانادا، در ایران نیز با تأیید وزارت امور خارجه به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

شرکت اتحاد بین‌المللی تجارت

ساینا

با توجه به نیازهای رو به رشد اعضای انجمن، در سال‌های گذشته شرکت اتحاد بین‌المللی تجارت ساینا (Saina International Trade Union) با شماره ثبت ۶۳۳۹۳۸ بعنوان یک شرکت سهامی خاص در ایران تأسیس شد. شعبه تورنتو این شرکت تحت عنوان Saina International نیز به ثبت رسیده و به صورت مستقل به ارائه خدمات تخصصی تجاری می‌پردازد. این شرکت به اعضای انجمن کمک می‌کند تا پروژه‌های تجاری خود را با سرعت و دقت بیشتری پیش ببرند. منجمله آنکه این شرکت با اخذ مجوز از مرکز آموزش وزارت صنعت، معدن و تجارت در ایران هدف توسعه رشد و جایگاه تجارت ایران را از طریق آموزش دارد و در تلاش برای ایجاد یک مدرسه صادرات در ایران است.

ما را در صفحات اجتماعی دنبال کنید:



www.canadairan.ca



contact@canirn.com



[canada.iran.business.assoc](https://www.instagram.com/canada.iran.business.assoc)



[CanadalranCA](#)



[ciba-association](#)



[Canadalran_ca](#)



[Canadalran.ca](#)



[canadairanbusinessassociat3177](#)



با ما تماس بگیرید

2026

- ۶: سال تصمیم‌های جسورانه، بازآفرینی مسیرها و ورود به یازدهمین سال فعالیت انجمن
- ۱۰: در جهانی که تغییر مداوم است، خطرناک‌ترین تصمیم، تصمیم نگرفتن است!
- ۱۶: جنگ ارزی چین و آمریکا: چگونه سفره جهانی کوچک و بزرگ می‌شود؟
- ۱۹: فتح بازار GCC: فرهنگی که پیش از محصول پذیرفته می‌شود
- ۲۰: چرا مدیران دولتی باید عذرخواهی کنند و استعفا دهند؟
- ۲۲: صادرات ایران در ۲۰۲۶: سقوط یا بازآفرینی هوشمند؟
- ۲۵: تحول استراتژیک صنعت لبنیات ایران از تولید حجمی به خلق ارزش صادراتی پایدار در سال ۲۰۲۶
- ۳۳: روش نوین برای شفاف‌سازی هزینه‌ها و کشف صرفه‌جویی‌های پنهان
- فرصت‌های بازار حلال کانادا در سال ۲۰۲۶: استراتژی برندینگ و پردازش کانادایی برای صادرات پایدار محصولات غذایی و کشاورزی ایرانی
- ۳۸

Year 5, Issue No. 60 – December 2025

Canada Iran Business Association

International Standard Serial Number (ISSN): 1069-2564

Registered with Library and Archives Canada

This monthly magazine is not for sale and is published internally exclusively for the esteemed members of the Canada Iran Business Association.

ماهنامه انجمن بازرگانی ایران و کانادا - شماره شصتم - دسامبر ۲۰۲۵

شماره استاندارد بین‌المللی (ISSN): ۱۰۶۹-۲۵۶۴

ثبت در کتابخانه و آرشیو ملی کانادا

این ماهنامه غیرقابل فروش بوده و به صورت داخلی ویژه اعضای

محترم انجمن بازرگانی ایران و کانادا منتشر می‌شود.

2026

سال تصمیم‌های جسورانه، بازآفرینی مسیرها و ورود به یازدهمین سال فعالیت انجمن

اعضای ارجمند انجمن، شرکای تجاری گرانقدر، همکاران عزیز
و تمامی دوستان همراه در مسیر تجارت ایران و کانادا،

با ورود به سال نو میلادی ۲۰۲۶، از صمیم قلب و با تمام وجود، سالی پر از برکت، سلامتی جسمانی و آرامش روحی، موفقیت‌های پایدار و رونق روزافزون در کسب‌وکارها را برای یکایک شما، خانواده‌های محترم‌تان و تمامی فعالان اقتصادی آرزومندم. امیدوارم این سال نو، نه تنها نقطه‌ای برای تحقق آرزوهای شخصی، بلکه فصلی نوین برای رشد تجارت، تقویت شراکت‌ها و خلق دستاوردهایی باشد که مرزهای جغرافیایی و چالش‌های جهانی را پشت سر بگذارد و به یاد ماندنی شود.



همه‌گیری کرونا که زنجیره‌های تأمین را مختل کرد، تا تحولات ژئوپلیتیکی اخیر در خاورمیانه و جهان که قواعد تجارت را دگرگون ساخت. اما آنچه انجمن را استوار و پویا نگه داشت، تعهد بی‌وقفه شما اعضای عزیز، اعتماد شرکای ایرانی و کانادایی، و پایبندی ما به شعار همیشگی‌مان بود: توانمندسازی تجارت؛ پیوندی به گستره فرهنگ‌ها. این شعار، نه یک عبارت تبلیغاتی، بلکه فلسفه وجودی ماست که در هر رویداد، هر مذاکره و هر پروژه‌ای، خود را نشان داده است.

امروز، در آغاز یازدهمین سال، انجمن دیگر صرفاً یک شبکه ارتباطی نیست؛ ما به یک همراه هوشمند، تحلیل‌گر واقع‌بین و جهت‌ده حرفه‌ای برای تصمیم‌گیری‌های تجاری شما تبدیل شده‌ایم. نقش ما تحلیل روندهای جهانی، هشدار نسبت به ریسک‌ها، و ارائه راهکارهای عملی برای عبور هوشمندانه از چالش‌هاست.

چشم‌انداز جهان تجارت در سال ۲۰۲۶:
بی‌ثباتی ساختاریافته به عنوان قاعده جدید جهان تجارت در سال ۲۰۲۶، دیگر آن دنیای نسبتاً قابل‌پیش‌بینی دهه‌های پیشین نیست. قواعد بازی به طور اساسی تغییر کرده‌اند و ما با آنچه من «بی‌ثباتی ساختاریافته» می‌نامم روبرو هستیم - بی‌ثباتی نه به عنوان استثنا، بلکه به عنوان قاعده غالب. سه روند کلان، **نقشه اقتصادی این سال را ترسیم می‌کنند و درک عمیق آن‌ها برای هر فعال اقتصادی ضروری است:**

اول، جنگ ارزی میان چین و ایالات متحده که به عنوان نبردی بی‌صدا اما عمیقاً تأثیرگذار عمل می‌کند. اگر دولت چین اجازه دهد یوآن به طور عمدی ۱۰ تا ۲۰ درصد در برابر دلار تضعیف شود، این اقدام نه تنها یک تغییر عددی در نرخ ارز نیست، بلکه استراتژی‌ای است برای ارزان‌سازی صادرات چین، خنثی کردن تعرفه‌های آمریکایی و حفظ میلیون‌ها شغل در کارخانه‌های چینی.

اما هزینه این جنگ را مصرف‌کنندگان نهایی در سراسر جهان می‌پردازند: کالاهای چینی ارزان‌تر می‌شوند، تولیدکنندگان در کشورهای رقیب (از جمله ایران، ترکیه، هند و

ژانویه ۲۰۲۶ برای انجمن بازرگانی ایران و کانادا، لحظه‌ای تاریخی و پرمعنا است: ما وارد یازدهمین سال فعالیت خود می‌شویم. انجمنی که در سال ۲۰۱۶ با یک باور عمیق و ساده تأسیس شد. اینکه تجارت، فراتر از اعداد و قراردادهای قوی‌ترین و پایدارترین پل برای پیوند فرهنگ‌ها، ملت‌ها و اقتصادها است. امروز پس از یک دهه تلاش مستمر، به نهادی بالغ، معتبر و تأثیرگذار تبدیل شده است. ما بیش از ۷۵۰ عضو فعال، ده‌ها کمیته تخصصی، شعبات عملیاتی در تورنتو، مونترال و تهران، و صدها پروژه موفق تجاری را در کارنامه داریم؛ پروژه‌هایی که نه تنها ارزش اقتصادی خلق کرده‌اند، بلکه اعتماد متقابل بین فعالان ایرانی و کانادایی را تقویت کرده‌اند.

در این ده سال گذشته، مسیر پر فراز و نشیبی را پیموده‌ایم. از دوران امیدبخش توافق برجام که دریچه‌هایی به سوی همکاری‌های گسترده گشود، تا چالش‌های سنگین تحریم‌ها که بسیاری را به آزمون کشید؛ از شوک جهانی



این است که آیا مکانیسم ماشه فعال می‌شود یا خیر، بلکه این است که آیا ما این بار توانایی بازطراحی مسیرهای تجاری خود را داریم یا صرفاً ضربه می‌خوریم؟ تجربه تاریخی نشان داده که تحریم‌ها، تاجر ضعیف را حذف می‌کنند، تاجر قوی را وادار به تغییر می‌کنند و تاجر هوشمند را به سطح جهانی می‌رسانند.

در مقالات این شماره، این موضوعات را با عمق و جزئیات بررسی کرده‌ایم: از تحلیل جامع جنگ ارزی و اثرات زنجیره‌ای آن بر سفره جهانی، تا درس‌های عملی و میدانی فتح بازارهای شورای همکاری خلیج فارس از طریق درک عمیق فرهنگ و ارتباط انسانی، از نقد سازنده و مستند ضعف‌های برنامه‌ریزی بلندمدت در سیاست‌گذاری اقتصادی داخلی، تا سناریوهای واقعی و راهبردی صادرات ایران در سال پیش رو.

عصاره این تحلیل‌ها را در پنج دستور عملی می‌گنجانم که حاصل سال‌ها تجربه مستقیم در کف بازار است:

- ۱.** برند خود را از جغرافیای سیاست جدا کنید و هویتی مستقل بسازید.
- ۲.** مسیرهای مالی غیرمستقیم اما کاملاً قانونی و شفاف طراحی کنید.
- ۳.** لجستیک را از نوسانات سیاسی مستقل سازید و شبکه‌های جایگزین بسازید.
- ۴.** بازارهای هدف را با نگاه تازه بازتعریف کنید - از بازار حلال کانادا و شرق آسیا تا آفریقا و شبکه‌های چندملیتی.
- ۵.** شریک خارجی معتبر، حتی فارسی‌زبان، را پیش از هر محصول و قراردادی پیدا کنید؛ زیرا اعتماد، پایه همه موفقیت‌هاست.

ویتنام) زیر فشار رقابت نابرابر له می‌شوند، قیمت تمام‌شده جهانی بی‌ثبات می‌گردد، تورم وارداتی در کشورهای وابسته به دلار شعله‌ور می‌شود، قراردادهای بلندمدت بی‌اعتبار می‌گردند و سرمایه از بخش‌های مولد به دارایی‌های امن فرار می‌کند. این جنگ ارزی، زلزله‌ای خاموش در ستون فقرات تجارت جهانی است.

دوم، دوپاره شدن تدریجی جهان به دو بلوک قیمتی مجزا: بلوکی با ارز ضعیف و کالاهای ارزان (به رهبری چین) و بلوکی با ارز قوی و کالاهای گران‌تر (به محوریت دلار). این شکاف عمیق، آربیتراژ، قاچاق و واسطه‌گری را به طور انفجاری رشد می‌دهد، مفهوم سنتی «قیمت واحد جهانی» را از بین می‌برد و زنجیره‌های تأمین را مجبور به بازنویسی کامل می‌کند. **سوم،** عقب‌نشینی سرمایه‌گذاری مولد در جست‌وجوی امنیت و پیش‌بینی‌پذیری. در جهانی که ارزها نوسان شدید دارند، قراردادهای پرریسک‌اند و سیاست‌ها غیرقابل پیش‌بینی، سرمایه‌گذاران ترجیح می‌دهند پول خود را به طلا، انرژی، املاک و دارایی‌های امن هدایت کنند تا بخش‌های تولیدی. نتیجه، کاهش رشد واقعی اقتصاد جهانی و فرصت‌های کمتر برای کشورهای در حال توسعه است.

ایران در تقاطع ۲۰۲۶: انتخاب میان سقوط یا بازآفرینی هوشمند
در این چشم‌انداز جهانی، موقعیت ایران حساس‌تر از همیشه است. سؤال کلیدی نه



. برنامه‌های انجمن در سال یازدهم:

همراهی عملی و هوشمند در یازدهمین سال فعالیت، انجمن بازرگانی ایران و کانادا تعهد می‌دهد بیش از همیشه کنار شما باشد:

- ▣ راه‌اندازی مرکز آموزش بازرگانی کانادا در تهران با همکاری مستقیم نهادهای معتبر کانادایی برای انتقال دانش و مهارت‌های روز.
- ▣ گسترش کمیته‌های تخصصی در حوزه‌های اولویت‌دار مانند فناوری‌های پاک، کشاورزی پیشرفته، سلامت و انرژی‌های نو.
- ▣ برگزاری رویدادهای حضوری و مجازی گسترده‌تر با حضور تصمیم‌گیران ارشد کانادایی و ایرانی.
- ▣ تقویت پلتفرم دیجیتال انجمن برای اتصال مستقیم و امن صادرکنندگان ایرانی به توزیع‌کنندگان و خریداران کانادایی.
- ▣ و تمرکز ویژه بر طراحی و بازآفرینی مسیرهای تجاری ایمن، پایدار و مقاوم در برابر بی‌ثباتی‌های جهانی.

ما وعده‌های هیجانی و غیرواقعی نمی‌دهیم و نسخه‌های یک‌شبه برای مشکلات پیچیده نمی‌پیچیم. تعهد

ما شفافیت در تحلیل واقعیت‌ها - حتی اگر تلخ باشند - و همراهی عملی برای ساختن مسیرهای هوشمندانه است.

. سخن پایانی

سال ۲۰۲۶ سالی است که جهان تجارت در آن منتظر هیچ‌کس نمی‌ماند. بازار به ضعیف‌رحم نمی‌کند، اما به کسی که عمیقاً می‌فهمد، سریع تطبیق می‌دهد و تصمیم‌های جسورانه می‌گیرد، فرصت‌های طلایی و بی‌نظیر می‌بخشد. امیدوارم این سال، سال تصمیم‌های درست و جسورانه، شراکت‌های عمیق و پایدار، و موفقیت‌هایی باشد که نه تنها برای ما، بلکه برای نسل‌های آینده الهام‌بخش باشد. باشد که حال دل‌مان، حال خانواده‌مان و حال کسب‌وکارمان، خوبِ خوبِ خوب باشد.

با احترام عمیق، امید فراوان و تعهد کامل
محمد وحیدی‌راد
مدیرعامل انجمن بازرگانی ایران و کانادا
ژانویه ۲۰۲۶

در جهانی که تغییر مداوم است،
خطرناک‌ترین تصمیم، تصمیم نگرفتن است!

جهان در ۲۰۲۶:

پایان قطعیت‌های قدیمی و شکل‌گیری
اقتصادی که با تغییر مداوم اداره می‌شود

جهان اقتصاد در آستانه ۲۰۲۶ را می‌توان با یک توصیف دقیق خلاصه کرد: ما در مرحله‌ای هستیم که تغییر مداوم، نه یک اختلال موقتی، بلکه بخشی جدایی‌ناپذیر از محیط عملیاتی شده است. این تغییر مداوم، یعنی نوسان‌هایی که شدت‌شان قابل پیش‌بینی است، اما جهت و زمان دقیق‌شان نه. این نوسان‌ها از منابع گوناگون می‌آیند از تصمیم‌های بانک‌های مرکزی گرفته تا اختلال در مسیرهای حمل‌یا تغییرات ناگهانی در دسترسی به بازارها.

تاجر امروز نمی‌تواند منتظر بازگشت به یک وضعیت ثابت بماند. باید ساختارهایی بسازد که در همین محیط متحرک، کار کنند. این مقاله، بر اساس روندهای واقعی سال ۲۰۲۵، به بررسی این تغییرات می‌پردازد و تمرکز اصلی‌اش بر این است که کدام ریسک‌ها اولویت بیشتری دارند و چگونه می‌توان به جای مقاومت، از این محیط به نفع خود استفاده کرد.



#Don't Be Afraid

زمان زیادی می‌برد، در حالی که اختلال‌های جدید سریع‌تر رخ می‌دهند.

این عوامل با هم، محیطی ساخته‌اند که تغییر در آن قاعده است، نه استثنا.

۲. جنگ‌های خاموش ۲۰۲۶:

رقابت‌هایی که بدون اعلام رسمی پیش می‌روند

در سال ۲۰۲۶، درگیری‌های اقتصادی کمتر به شکل تعرفه‌های علنی ظاهر می‌شوند.

بیشتر به صورت رقابت‌های مداوم و پنهان جریان دارند:

• رقابت بر سر ارزش ارزها، که قیمت‌های رقابتی صادرات را دگرگون می‌کند.

• رقابت بر سر استانداردهای فنی، زیست‌محیطی و بهداشتی، که دسترسی به بازارهای خاص را محدود یا گران می‌کند.

• رقابت بر سر کنترل مسیرهای حمل‌کلیدی و بنادر استراتژیک.

• رقابت بر سر فناوری‌های حیاتی، از تراشه‌ها تا هوش مصنوعی.

” این رقابت‌ها تیتربزرگ ندارند، اما تأثیرشان بر هزینه‌ها، زمان تحویل و حاشیه سود مستقیم است. برای صادرکننده، این یعنی ریسک‌ها دیگر حوادث گاه‌به‌گاه نیستند؛ بخشی از محاسبات روزانه‌اند.“

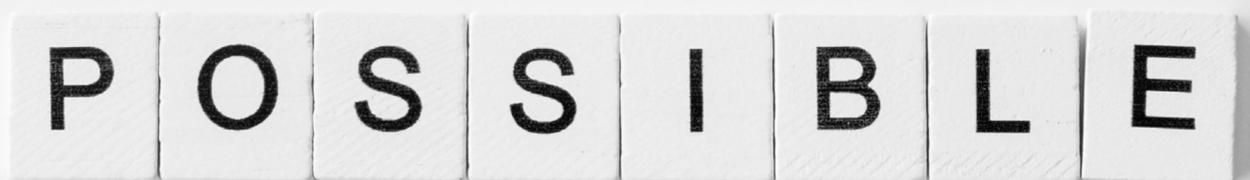
۱. چرا بازگشت به ثبات پیشین ممکن نیست؟

تا همین چند سال پیش، بسیاری از ما این فرض را داشتیم که پس از هر بحران، بازار به یک تعادل نسبتاً پایدار برمی‌گردد. اما این فرض دیگر کار نمی‌کند. سه عامل ساختاری، بازگشت به آن الگو را غیرممکن کرده‌اند:

اول، تصمیم‌گیری اقتصادی حالا چندقطبی است. دیگر یک یا دو مرکز قدرت، جهت کلی را مشخص نمی‌کنند. تصمیم‌ها از نقاط متعدد می‌آیند - از واشنگتن و پکن گرفته تا بروکسل، ریاض یا حتی مراکز نوظهور - و این تصمیم‌ها اغلب کوتاه‌مدت، واکنشی و با یکدیگر ناسازگار هستند.

دوم، زنجیره تأمین دیگر صرفاً فنی نیست. مسیرهای حمل، دسترسی به مواد اولیه و حتی تأمین انرژی، به ابزارهای فشار سیاسی تبدیل شده‌اند. یک تغییر سیاست در یک کشور، می‌تواند هزینه یک مسیر تجاری را در نیم‌کره دیگر به طور دائمی بالا ببرد.

سوم، اعتماد سخت‌تر ساخته می‌شود و سریع‌تر از بین می‌رود. وقتی یک مسیر مالی یا قراردادی مختل می‌شود، بازسازی آن





سرمایه امروز بی‌رحم نیست؛ بی‌احساس است.

این سرمایه:

- به داستان‌های رشد سریع واکنش مثبت نمی‌دهد.
- از بازارهایی که قواعدشان لحظه‌ای تغییر می‌کند، فاصله می‌گیرد.
- و اولویت را به شفافیت حقوقی، امکان پیش‌بینی نسبی و مسیر خروج امن می‌دهد.

نتیجه این رفتار: جریان سرمایه کندتر شده، اما به سمت پروژه‌هایی متمرکزتر رفته که ساختار دفاعی قوی دارند - مانند مدل‌های با شریک محلی یا قراردادهای کوتاه‌مدت.

۵. پایان قیمت واحد جهانی: شکاف‌هایی که دیگر بسته نمی‌شوند

در سال ۲۰۲۶، مفهوم قیمت واحد جهانی عملاً از بین رفته است. یک محصول مشابه، بسته به منطقه، تفاوت قیمت قابل توجهی دارد - گاهی ۳۰ تا ۵۰ درصد یا بیشتر.

دلایل این شکاف پایدار:

- تفاوت‌های طولانی‌مدت در ارزش ارزها.
- هزینه‌های متفاوت حمل به دلیل مسیرهای جایگزین.



۳. فرصت‌های پنهان در تغییر مداوم: چرا برخی بازیگران رشد می‌کنند؟

همه از تغییر مداوم نمی‌ترسند. بازار همیشه به کسی پاداش می‌دهد که زودتر قواعد جدید را بفهمد و ساختار خود را تنظیم کند و یا بازار در دوران تغییر، به کسی جایزه نمی‌دهد که صبر می‌کند؛ به کسی می‌دهد که زودتر بازطراحی می‌کند.

تغییر مداوم مانند یک فیلتر عمل می‌کند:

- مدل‌های سفت و وابسته به یک مسیر را کنار می‌زند.
- شرکت‌های بزرگ اما کند را تحت فشار می‌گذارد.
- اما به بازیگرانی که ساختار سبک دارند، تصمیم‌گیری سریع می‌کنند و روی بازارهای منطقه‌ای تمرکز دارند، فضا می‌دهد.

تجربه سال ۲۰۲۵ نشان داد که شرکت‌هایی که تغییر را در برنامه‌ریزی خود گنجانده‌اند - مثلاً با ساختن مسیرهای جایگزین یا قراردادهای قابل تنظیم - نه تنها حفظ شده‌اند، بلکه سهم بیشتری گرفته‌اند. این‌ها همان‌هایی هستند که به جای جنگ با محیط، روی موج آن سوار شده‌اند.

۴. رفتار سرمایه در ۲۰۲۶: گزینشی، محتاط و مبتنی بر واقعیت

سرمایه در سال ۲۰۲۶، چه سرمایه صنعتی برای کارخانه، چه سرمایه مالی برای پروژه‌های تجاری، و چه سرمایه خانوادگی مهاجران برای کسب‌وکارهای جدید، یک الگوی مشترک نشان می‌دهد: محتاط و گزینشی.

بنابراین:

- از تمرکز روی یک مسیر بانکی یا یک بازار خاص فاصله بگیرید؛ تنوع واقعی بسازید.
- قراردادهای بلندمدت بدون بند بازبینی را کنار بگذارید؛ تعهدات غیرمنعطف، گلوگاه اصلی می‌شوند.
- لجستیک تک‌مسیره را رها کنید؛ حتی اگر هزینه اولیه بالاتر باشد، گزینه‌های دوم و سوم ضروری‌اند.
- ساختار حقوقی و برند را از ریسک‌های مستقیم سیاسی جدا کنید.
- در تجربه شخصی من در سال ۲۰۲۵، تفاوت میان تاجری آسیب‌دید و تاجری که رشد کرد، فقط یک چیز بود: آمادگی برای مسیر جایگزین. اولی منتظر بازگشت شرایط قدیمی ماند؛ دومی زودتر ساختار خود را تنظیم کرد.

قاعده عملی برای محیط متحرک پیش رو

در ۲۰۲۶، جهان به آرامش کامل بازمی‌گردد، اما برای کسانی که تغییر را به عنوان جزء ثابت بپذیرند، قابل مدیریت‌تر می‌شود. قاعده اصلی این است: در محیطی که سیال است، تنها مزیت پایدار، توانایی تطبیق سریع و ساختن ساختارهای مقاوم است.

انجمن بازرگانی ایران و کانادا، در یازدهمین سال فعالیت خود، تمرکز را از رویدادمحوری به انتقال تجربه‌های عملی بازار تغییر داده است: اتصال اعضا به مسیرهای جدید، اشتراک‌گذاری مدل‌های موفق بازرگانی، و تسهیل شراکت‌هایی که ریسک را توزیع کنند. در جهانی که تغییر مداوم است، خطرناک‌ترین تصمیم، تصمیم نگرفتن است.

با احترام و اطمینان به
توانایی تطبیق اعضای انجمن
محمد وحیدی‌راد
ژانویه ۲۰۲۶

- سیاست‌های محلی حمایتی یا محدودکننده.
- و محدودیت‌های دسترسی به برخی بازارها.

در این محیط، موفقیت دیگر فقط به تولید ارزان بستگی ندارد. به توانایی مدیریت این شکاف‌ها و ساختن مسیرهای توزیع چندانگانه وابسته است.

۶. تجارت ۲۰۲۶: گذار از تمرکز روی محصول به ساختن سیستم عملیاتی

در گذشته، موفقیت اغلب به کیفیت یا قیمت محصول خلاصه می‌شد. حالا این کافی نیست. موفقیت به ساختن یک سیستم عملیاتی وابسته است که:

- مسیرهای مالی چندلایه داشته باشد،
- گزینه‌های لجستیکی جایگزین ارائه دهد،
- قراردادهایی با بندهای بازبینی دوره‌ای داشته باشد،
- شرکای محلی برای کاهش ریسک سیاسی بگنجانند،
- و فرآیندهایی برای تغییر سریع مسیر طراحی کند.

محصول همچنان پایه است، اما حالا بخشی از یک سیستم بزرگ‌تر و مقاوم‌تر.

۷. پیام عملی برای فعالان اقتصادی ایرانی:

بازطراحی ساختارها به جای انتظار برای فعالان ایرانی، ۲۰۲۶ سال انتظار برای بهبود خارجی نیست. سالی است که باید ساختارهای داخلی را بازطراحی کرد. در این سال، بزرگ‌ترین ریسک برای تاجر ایرانی، نه نوسان قیمت، بلکه قفل شدن مسیر است - مسیر مالی، لجستیکی یا دسترسی به بازار.





مدرسین:

پروفسور افسانه دهناد

پروفسور شعله بیگدلی

با همکاری دکتر مریم سایمانی موحد

۲۳ و ۳۰

بهمن ماه ۱۴۰۴

دو جلسه کارگاه آنلاین

اصول نگارش تجاری حرفه‌ای



Saina International Trade Union
اتحاد بین‌المللی تجارت سائینا



Canada Iran Business Association
اتحاد بازرگانی ایران و کانادا

ثبت نام و اطلاعات بیشتر:

واتساپ: +۹۸۹۹۲۴۰۰۹۷۱۴

تلفن ثابت: ۰۲۱۲۲۷۶۴۶۷۲

اهداف آموزشی:

افزایش روان‌نویسی و اعتماد به نفس

آشنایی با لحن، سبک و ساختار حرفه‌ای

تمرین انواع پاراگراف‌ها

یادگیری ژانرهای متنوع نوشتار شغلی

گسترش دایره واژگان کاربردی کسب‌وکار





جناب آقای

محمد رضا حاج غلامی

شرکت گام انرژی با استفاده از تکنولوژی هوش مصنوعی اقدام به ارزیابی ریسک شناخت افراد تجهیزات حفاظت فردی PPE رصد کامل منطقه کاری شناسایی آتش و دود و ... در صنایع مختلف به صورت لحظه به لحظه و آنالیز کرده است و این تکنولوژی در کشور آمریکا به نام شرکت گام انرژی ثبت اختراع گردیده است.

هدف نهایی از اجرای اقدامات محافظتی کاهش اثرات خطر و آسیب است. این هدف می تواند از حوادث جبران ناپذیر جانی و مالی و کاهش خطرات جلوگیری کند.

در محوطه کاری میتوان از شناساگرها و دوربینهای مختلف متصل به سیستم هوش مصنوعی به منظور ارزیابی و کنترل ریسک شناسایی افراد، شمارش افراد شناسایی تجمعات شناسایی تردد در نواحی غیر مجاز ورود به محدوده های فنس و ارگونومی بدن افراد جهت تولید پروتکل کاهش خطر به منظور جلوگیری از آسیبهای جانی و مالی استفاده نمود.

امروزه شرکت گام انرژی به واسطه حضور مستمر و موفق در نمایشگاههای ایمنی و جلسات متعدد در منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی پژوهشگاه صنعت نفت و صنایع و معادن یک برند شناخته شده و قابل اعتماد در حوزه ایمنی هوشمند برپایه هوش مصنوعی می باشد.

» www.gamenergy.ir «



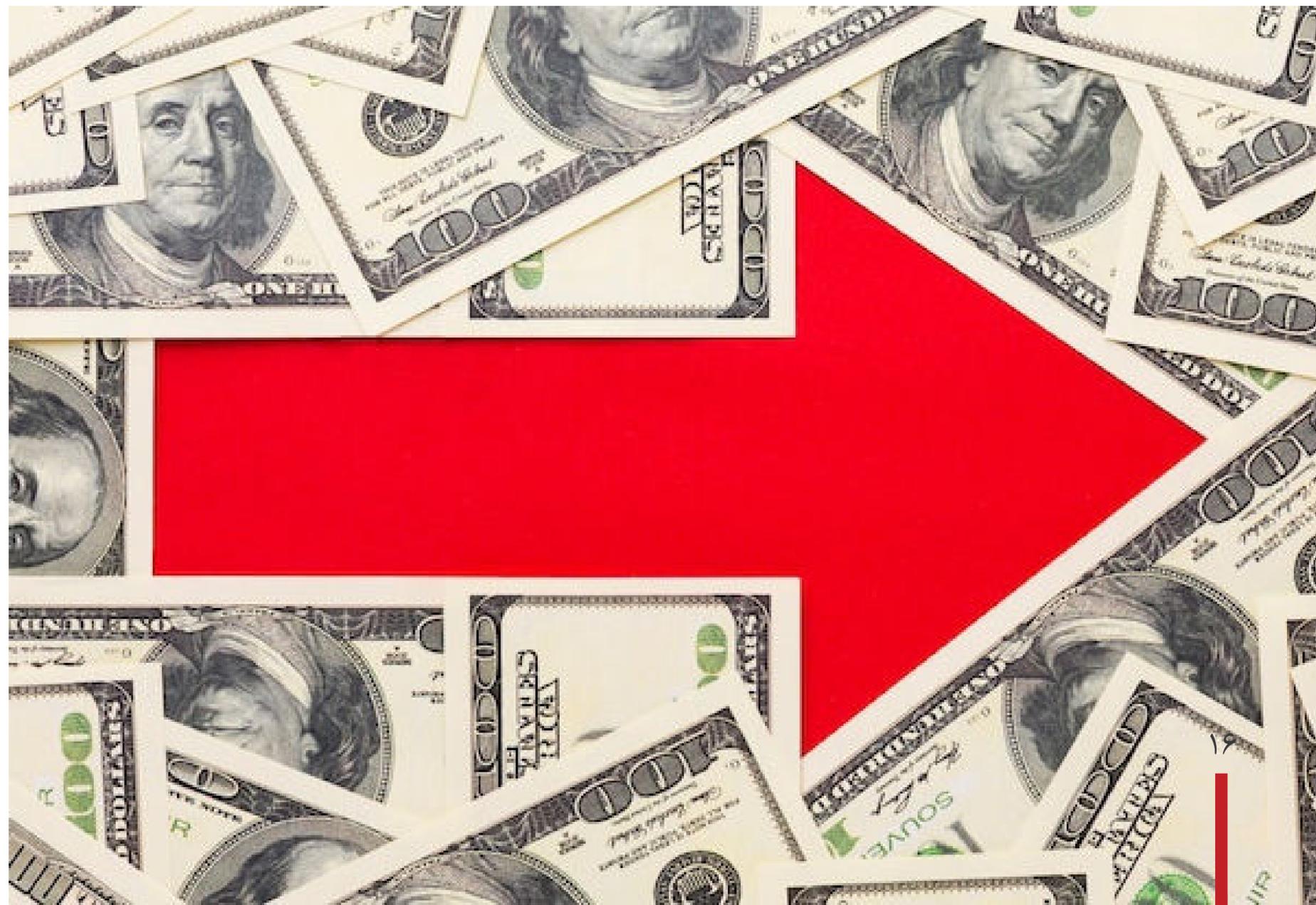
جنگ ارزی چین و آمریکا:

چگونه سفره جهانی کوچک و بزرگ می شود؟

جنگ ارزی برخلاف جنگ‌های نظامی، صدایی ندارد و خبری از آن در تیتريهای بزرگ نیست، اما تأثیر آن بر زندگی روزمره میلیون‌ها انسان در سراسر جهان، مستقیم، پایدار و گاهی بی‌رحمانه است. وقتی سخن از تضعیف عمدي یوان به میان می‌آید، در واقع وارد مرحله‌ای جدید از رقابت اقتصادی میان چین و ایالات متحده شده‌ایم؛ رقابتی که هزینه نهایی آن را نه سیاستمداران در پکن یا واشنگتن، بلکه مصرف‌کنندگان نهایی در کشورهای دور و نزدیک می‌پردازند.

شدن صادرات چین در بازارهای جهانی، خنثی کردن اثرات تعرفه‌های سنگین آمریکا، و حفظ فعالیت میلیون‌ها کارخانه و شغل مرتبط. چین در عمل پیامی قاطع می‌فرستد: «اگر تو تعرفه می‌گذاری، من قیمت دلاری کالاهایم را پایین‌تر می‌آورم.»

تضعیف عمدي یوان به این معناست که دولت چین به طور آگاهانه اجازه می‌دهد ارزش پول ملی‌اش در برابر دلار بین ۱۰ تا ۲۰ درصد کاهش یابد. اهداف این استراتژی روشن است: ارزان‌تر





این تصمیم، زنجیره‌ای از اثرات را در اقتصاد جهانی به راه می‌اندازد که در ادامه به تفصیل بررسی می‌کنیم:

۱. سقوط قیمت دلاری کالاهای چینی

با هر ۱۰ درصد کاهش ارزش یوان، قیمت دلاری بسیاری از محصولات چینی بین ۷ تا ۱۲ درصد ارزان‌تر می‌شود. این کاهش به ویژه در بخش‌هایی مانند لوازم الکترونیکی، قطعات صنعتی، تجهیزات پزشکی ارزان قیمت و لوازم خانگی اقتصادی مشهود است. نتیجه، موج جدیدی از ارزان‌فروشی چینی است که بازارهای جهانی را دوباره اشباع می‌کند.

۲. فشار خردکننده بر تولیدکنندگان غیر چینی

کشورهایی مانند هند، ترکیه، ویتنام، برزیل و ایران ناگهان با رقابتی نابرابر روبه‌رو می‌شوند: مواد اولیه را با دلار گران‌تر می‌خرند، اما باید با کالاهایی رقابت کنند که با ارز ضعیف تولید شده‌اند. حاشیه سود این تولیدکنندگان به شدت کاهش می‌یابد یا حتی منفی می‌شود

و بسیاری از کارخانه‌ها به مرز تعطیلی می‌رسند.

۳. بی‌ثباتی انفجاری در قیمت تمام‌شده جهانی

تحلیل‌های صندوق بین‌المللی پول (IMF) و سازمان تجارت جهانی (WTO) نشان می‌دهد که در شرایط جنگ ارزی شدید، هزینه‌های پوشش ریسک ارزی چندین برابر می‌شود، قیمت مواد اولیه روزانه نوسان می‌کند، قراردادهای بلندمدت عملاً بی‌اعتبار می‌شوند و پیش‌بینی‌پذیری از بازار حذف می‌گردد. بازار بیش از هر چیز از عدم قطعیت متنفر است و این بی‌ثباتی، اعتماد را نابود می‌کند.

۴. تورم وارداتی در کشورهای وابسته به دلار

کشورهایی که وارداتشان دلاری است، تولید داخلی ضعیفی دارند و ذخایر ارزی محدودی در اختیار دارند، با تورم

وارداتی شدید روبه‌رو می‌شوند. قیمت غذا، دارو و کالاهای اساسی افزایش می‌یابد، قدرت خرید طبقه متوسط کاهش پیدا می‌کند و نارضایتی اجتماعی رشد می‌کند.

۵. دوپاره شدن جهان به دو بلوک قیمتی

در عمل، جهان به دو حوزه مجزا تقسیم می‌شود: بلوک چین با کالاهای ارزان و ارز ضعیف، و بلوک دلار با کالاهای گران‌تر و ارز قوی. این شکاف، فرصت‌های آربیتراژ، قاچاق و واسطه‌گری را به طور انفجاری افزایش می‌دهد.

۶. ضربه مستقیم به سرمایه‌گذاری جهانی

سرمایه‌گذاران وقتی بی‌ثباتی ارز، ریسک قرارداد و عدم پیش‌بینی‌پذیری را می‌بینند، پول خود را از بخش‌های مولد بیرون می‌کشند و به سمت طلا، انرژی، دارایی‌های امن و املاک می‌برند. نتیجه، کاهش کلی سرمایه‌گذاری مولد در جهان است.

۷. شوک دومینویی به زنجیره تأمین جهانی

تضعیف یوآن، قراردادهای حمل را مختل می‌کند، مسیرهای ترانزیت را تغییر می‌دهد، ریسک بیمه را افزایش می‌دهد و قیمت‌ها را ناپایدار می‌سازد؛ زلزله‌ای خاموش در ستون فقرات تجارت جهانی.

در نهایت، اگر یوآن عمداً تضعیف شود، کالاهای چینی ارزان‌تر می‌شوند، تولیدکنندگان غیرچینی تحت فشار قرار می‌گیرند، قیمت تمام‌شده جهانی بی‌ثبات می‌شود، تورم وارداتی شعله‌ور می‌گردد، سرمایه‌گذاری مولد عقب می‌نشیند و زنجیره تأمین جهانی دوباره بازنویسی می‌شود. در این جنگ، برنده نه بزرگ‌ترین کارخانه، بلکه آن کسی است که سریع‌تر با شرایط جدید تطبیق پیدا کند.



فتح بازار GCC:

فرهنگی که پیش از محصول

پذیرفته می شود...

در ماه‌های اخیر، به عنوان نماینده یک برند و کارخانه معتبر کانادایی، فرصت ورود به بازار کشورهای شورای همکاری خلیج فارس (GCC) را داشتم. تجربه‌ای که به من آموخت هزار قرارداد رسمی هم امضا کنی، اگر فرهنگ تجاری منطقه را درک نکنی، در واقع هیچ دستاوردی نداشته‌ای.



گاهی معادل یک بیزنس پلن ۳۰ صفحه‌ای در تورنتو است.

۳. سبک خاص سعودی‌ها: رسمی در ساختار، صمیمی در ارتباط

در مذاکرات با شرکای سعودی، قراردادهای دقیق، عددی و کاملاً شفاف بودند، اما ارتباط روزانه در واتس‌آپ با همان جدیت و وزن یک جلسه حضوری پیش می‌رفت. این ترکیب باستان و مدرن، ویژگی منحصر به فردی است که باید درک شود.

۴. درس بزرگ: تعادل میان رسمی و انسانی

هرچه پیش از حد رسمی و «کانادایی» رفتار کنید، ارتباط کاهش می‌یابد. اعتماد مهم‌تر از فرمت دقیق، پاسخ سریع مهم‌تر از متن طولانی و پیچیده، و محترمانه بودن مهم‌تر از حقوقی بودن است.

۵. راز نهایی موفقیت

در GCC، پیش از آنکه برند شما پذیرفته شود، خود شما باید پذیرفته شوید. اعتماد برابر است با قرارداد، سرعت برابر است با احترام، مذاکره برابر است با ارتباط انسانی واقعی، و واتس‌آپ عملاً دفتر کار اصلی است. اگر این فرهنگ را درک کنید، دروازه‌ها یکی پس از دیگری باز می‌شوند.

مسیر ما گام به گام این بود: قراردادهای زنجیره‌ای در فروشگاه‌های بزرگ امارات متحده عربی، انحصار کامل در قطر، نمایندگی رسمی در عمان، و توافق بزرگ با شرط خرید مشخص در عربستان سعودی. بحرین و کویت نیز، بر اساس روندهای فعلی، به زودی به این شبکه خواهند پیوست. اما آنچه این موفقیت را ممکن ساخت، نه صرفاً کیفیت محصول یا قیمت رقابتی، بلکه درک دقیق فرهنگ تجاری منطقه بود.

درس‌های کلیدی این تجربه:

۱. واتس‌آپ، ابزار واقعی ارتباط در GCC

در کانادا، ایمیل ابزار اصلی و رسمی ارتباط است، اما در GCC داستان کاملاً متفاوت است. ایمیل ارسال می‌شود، اما بیشتر برای ثبت رسمی. تصمیم‌گیری واقعی، هماهنگی روزانه و ارتباط عمیق، همه در واتس‌آپ اتفاق می‌افتد. جالب‌تر اینکه پس از ارسال ایمیل، اغلب پیامی در واتس‌آپ می‌آید: «Please check your email». این یعنی ابزار رسمی پذیرفته شده، اما ابزار واقعی تعامل، واتس‌آپ است.

۲. تصمیم‌گیری فراتر از میز رسمی

کسب‌وکار در GCC ترکیبی از اعتماد شخصی، ارتباط انسانی گرم، سرعت واکنش بالا و احترام عمیق به آداب فرهنگی است. در دومی ممکن است قرارداد پشت میز امضا شود، اما تصمیم اصلی اغلب در پیام‌های واتس‌آپ گرفته می‌شود. یک جمله ساده مانند «Send me details, bro» یا «My



چرا مدیران دولتی باید عذرخواهی کنند و استعفا دهند؟

دوازده دلیل جدی برای نبود برنامه‌ریزی بلندمدت در اقتصاد ایران
اقتصاد ایران سال‌هاست که از نبود برنامه‌ریزی بلندمدت و آینده‌نگرانه رنج می‌برد. این ضعف نه در یک حوزه، بلکه در تمامی ارکان سیاست‌گذاری اقتصادی مشهود است. در ادامه، دوازده دلیل کلیدی را با توضیح کامل بررسی می‌کنیم:

۳. تغییر مداوم و غیرشفاف قوانین و مقررات
از گمرک و صادرات تا مالیات و ارز، قواعد بازی لحظه‌ای تغییر می‌کنند. این بی‌ثباتی، پیام روشنی به سرمایه‌گذار می‌دهد: آینده اینجا قابل پیش‌بینی نیست.

۴. وابستگی بیمارگونه به درآمدهای نفتی
با وجود شعارهای مکرر «اقتصاد بدون نفت»، ساختار بودجه همچنان به نفت وابسته است و هر نوسان قیمت یا فروش، کل اقتصاد را متزلزل می‌کند.

۵. فرار سیستماتیک سرمایه انسانی و مالی
خروج هزاران متخصص، کارآفرین و سرمایه‌دار، رفراندومی خاموش علیه کیفیت سیاست‌گذاری است.

۱. سیاست‌گذاری واکنشی به جای پیش‌دستانه
تقریباً تمامی تصمیم‌های اقتصادی پس از وقوع بحران گرفته می‌شوند، نه پیش از آن. تصمیم‌های ارزی پس از جهش شدید نرخ، تصمیم‌های تجاری پس از کمبود کالا یا اعتراضات صنفی. این رویکرد نشان‌دهنده نبود سناریونویسی واقعی برای آینده است.

۲. ناتوانی در مهار تورم مزمن و ساختاری
تورم بالا و پایدار دهه‌هاست که ادامه دارد. این پدیده سند روشنی است بر نبود برنامه مالی پایدار، انضباط بودجه‌ای و افق قابل اعتماد برای سرمایه‌گذاران.





۶. بی‌برنامگی در مواجهه با تحریم‌ها

تحریم‌ها سال‌هاست واقعیت ثابت محیطی هستند، اما هر دور جدید، شوک تازه‌ای ایجاد می‌کند و نشان می‌دهد نقشه راه پایداری وجود ندارد.

۷. نبود استراتژی برای ادغام در زنجیره ارزش جهانی

ایران در هیچ حوزه کلیدی مانند خودرو، الکترونیک، کشاورزی صنعتی یا IT، به طور سیستماتیک در زنجیره‌های جهانی جا نیفتاده و همچنان به صادرات خام وابسته است.

۸. فقدان تصمیم‌گیری مبتنی بر داده و ارزیابی تأثیر

تصمیم‌های کلان اغلب بدون تحلیل هزینه و فایده، آزمون مقدماتی یا مسئولیت‌پذیری پس از اجرا گرفته می‌شوند.

۹. استفاده ابزاری و کوتاه‌مدت از بازار سرمایه و نظام بانکی

بورس و بانک‌ها بارها برای تأمین کسری یا کنترل روانی به کار گرفته شده‌اند، نه به عنوان موتور رشد بلندمدت.

۱۰. اولویت دادن به ملاحظات کوتاه‌مدت سیاسی

بسیاری از تصمیم‌ها برای دوره فعلی گرفته می‌شوند، نه برای حل ریشه‌ای مسائل دهه‌های آینده.

۱۱. فقدان گفت‌وگوی واقعی با بخش خصوصی

اتاق‌های بازرگانی و انجمن‌ها اغلب منفعل‌اند و تصمیم‌ها در حلقه‌های بسته گرفته می‌شوند، بدون شنیدن صدای کسانی که در خط مقدم اقتصاد واقعی هستند.

۱۲. نبود داستان ملی توسعه و چشم‌انداز قابل لمس

کشورهای موفق یک روایت روشن دارند (کره جنوبی تکنولوژیک، امارات هاب لجستیک)، اما ایران فاقد تعریف مشخص از نقش خود در منطقه و مزیت رقابتی پایدار است.

مشکل اصلی نه نبود برنامه، بلکه نبود تبدیل برنامه‌ها به یک داستان منسجم، بلندمدت و جدی برای آینده است.

صادرات ایران در ۲۰۲۶:

سقوط یا بازآفرینی هوشمند؟

در آستانه سال ۲۰۲۶ و با احتمال فعال شدن مکانیسم ماشه، سؤال واقعی این نیست که تحریم بازمی‌گردد یا خیر؛ سؤال حرفه‌ای این است که آیا این بار توانایی بازطراحی مسیرهای صادراتی خود را داریم یا صرفاً ضربه می‌خوریم؟

چندملیتی □ نتیجه: رشد تا ۲۵ درصد حتی در شرایط تحریم.

۵. پنج دستور عملی برای عبور موفق

۱. برند را از جغرافیای سیاست جدا کنید و هویت مستقل بسازید.
۲. مسیرهای مالی غیرمستقیم اما قانونی و شفاف طراحی کنید.
۳. لجستیک را از سیاست مستقل سازید.
۴. بازارهای هدف را بازتعریف کنید.
۵. شریک خارجی معتبر را پیش از محصول پیدا کنید.

تحریم، تاجر ضعیف را حذف می‌کند، تاجر قوی را بازطراحی می‌کند و تاجر هوشمند را جهانی. باید روش بازی را عوض کنیم، نه فقط شعار را.

با آرزوی سالی پربرکت، هوشمند و موفق برای تمامی اعضای گرانقدر انجمن

**تیم تحریریه ماهنامه انجمن بازرگانی ایران و کانادا
ژانویه ۲۰۲۶**

مکانیسم ماشه به معنای بازگشت خودکار تحریم‌های سازمان ملل است که هزینه مبادله تجاری ایران را ۲۵ تا ۴۰ درصد افزایش می‌دهد، دسترسی به دلار و یورو را محدود می‌کند و بیمه حمل را گران یا قطع می‌سازد.

سناریو بد: اگر فقط مقاومت کنیم

سقوط ۳۰ تا ۴۵ درصدی صادرات رسمی، رشد قاچاق پرهزینه، حذف برندهای جوان ایرانی از بازارهای جهانی و افزایش فرار سرمایه انسانی.

سناریو هوشمند: اگر بازآفرینی کنیم

استفاده از شرکت‌های واسط بین‌المللی، صادرات بدون ذکر مبدأ ایران، قراردادهای تهاتری هوشمند، تمرکز بر بازارهای جدید (حلال کانادا، شرق آسیا، آفریقا) و ادغام در شبکه‌های توزیع





وبینار تخصصی:

راهکارهای هوشمندانه مدیریت و کاهش مالیات ویژه کسب و کارهای کوچک و مدیران مالی کارشناسان ارشد حسابداری

فرار از تله های پرهزینه مالیاتی

کلید طلایی معافیت ها و مشوق های پنهان

سپر مالیاتی مستندسازی و تفکیک هوشمندانه

راهبردهای کاهش مالیات از ساختار تا اجرا

هنر دفاع و مذاکره با سازمان مالیاتی

گنجینه های مالیاتی در تولید و صادرات

جعبه ابزار فوری برای مدیران مالی

مدرس: مهدی خواجهوند



۲ بهمن ۱۴۰۴
۱۷ الی ۲۰

+98 992 400 9714

021-22 76 46 72

کارگاه هوش مصنوعی کاربردی برای بازرگانان و فعالان تجارت

ارتقای مهارت‌های بازرگانی با قدرت
هوش مصنوعی

- کشف هوشمند فرصت‌های صادراتی
- تحلیل و پایش رقبا به صورت خودکار
- اتوماسیون مکاتبات تجاری بین‌المللی
- تولید سریع و دقیق اسناد صادراتی

مدرس: مهدی عرب زاده یکتا 



۲ و ۱ بهمن

۹ الی ۱۵

نمایشگاه بین‌المللی تهران



+98 992 400 9714



021-22 76 46 72



تحول استراتژیک صنعت لبنیات ایران از تولید حجمی به خلق ارزش صادراتی پایدار در سال ۲۰۲۶

صنعت لبنیات جهان در دهه گذشته از یک حوزه سنتی به زنجیره‌ای پیچیده و ارزش آفرین تبدیل شده است. دیگر سخن از تولید شیر، ماست یا پنیر ساده نیست؛ بلکه تمرکز بر مواد اولیه صنعتی پیشرفته‌ای است که پایه صنایع تغذیه عملکردی، پزشکی، نوزادان، سالمندان و غذاهای غنی شده را تشکیل می‌دهند.





”

این مقاله، با تکیه بر داده‌های معتبر سال ۲۰۲۵ و تحلیل دقیق چشم‌انداز ۲۰۲۶، به پرسش بنیادین زیر می‌پردازد:

صنعتی خاص تبدیل شود؟

پاسخ، بر اساس واقعیت‌های بازار و تجربیات جهانی، مثبت است □ اما مشروط به تصمیم‌گیری‌های هوشمند، سرمایه‌گذاری هدفمند، طراحی زنجیره یکپارچه و تمرکز قاطع بر صادرات.

این نوشتار برای سه گروه مخاطب کلیدی طراحی شده است:

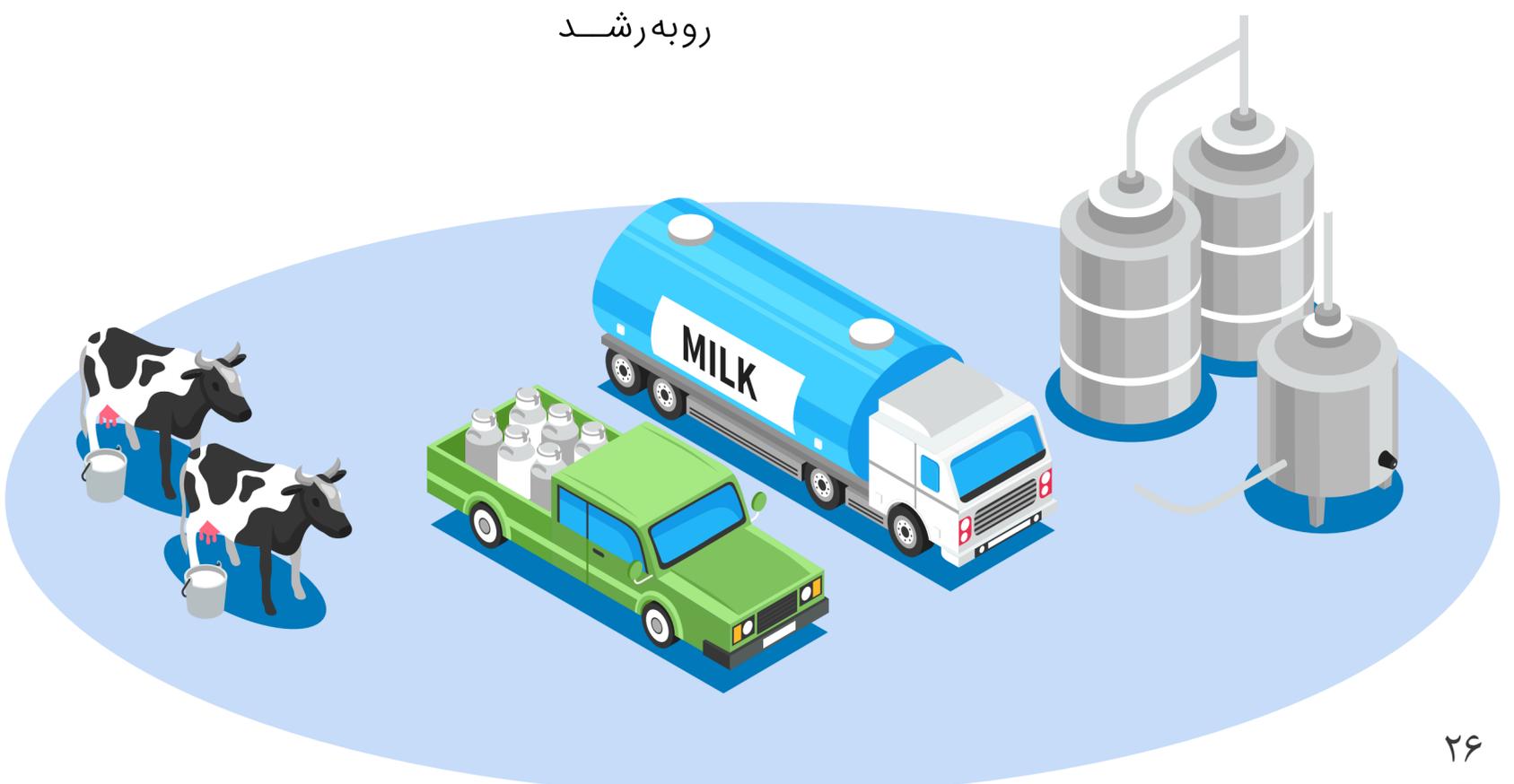
- سرمایه‌گذاران خصوصی که به دنبال فرصت‌های با بازگشت سرمایه پایدار هستند،
- مدیران دولتی و مناطق آزاد که مسئولیت سیاست‌گذاری و تسهیل زیرساخت را بر عهده دارند،
- اعضای انجمن که در خط مقدم تجارت بین‌المللی فعالیت می‌کنند.

هدف، ارائه تحلیل عمیق، نقشه راه عملی و نقش تسهیل‌گری انجمن به‌عنوان یک پل حرفه‌ای و واقعی است.

بخش اول: بازار جهانی محصولات لبنی صنعتی خاص - تقاضایی ساختاری و روبه‌رشد

محصولاتی نظیر پروتئین‌های وی (Whey Protein Concentrate/Isolate)، کنسانتره‌ها و ایزوله‌های پروتئین شیر (MPC/MPI)، کازئینات‌ها، لاکتوزهای گرید دارویی، و پایه‌های تغذیه پزشکی و نوزادان، دیگر کالاهای مصرفی روزمره نیستند. این‌ها ingredient های استراتژیک جهانی‌اند که ویژگی‌های مشترکی چون کمیابی نسبی عرضه، حساسیت بالای فرآیند تولید، الزامات رگولاتوری سخت‌گیرانه و تقاضای ساختاری پایدار دارند □ ترکیبی که به‌طور طبیعی حاشیه سود بالا و پایداری بلندمدت ایجاد می‌کند.

آیا ایران می‌تواند از جایگاه یک تولیدکننده عمده شیر خام به بازیگری صادرات‌محور و سودده در زنجیره جهانی محصولات لبنی





• غنی‌سازی صنعتی غذاها (Fortification):

استفاده گسترده در صنایع غذایی برای ارتقای ارزش تغذیه‌ای محصولات نهایی.

نقش چین به‌عنوان سیگنال استراتژیک بازار

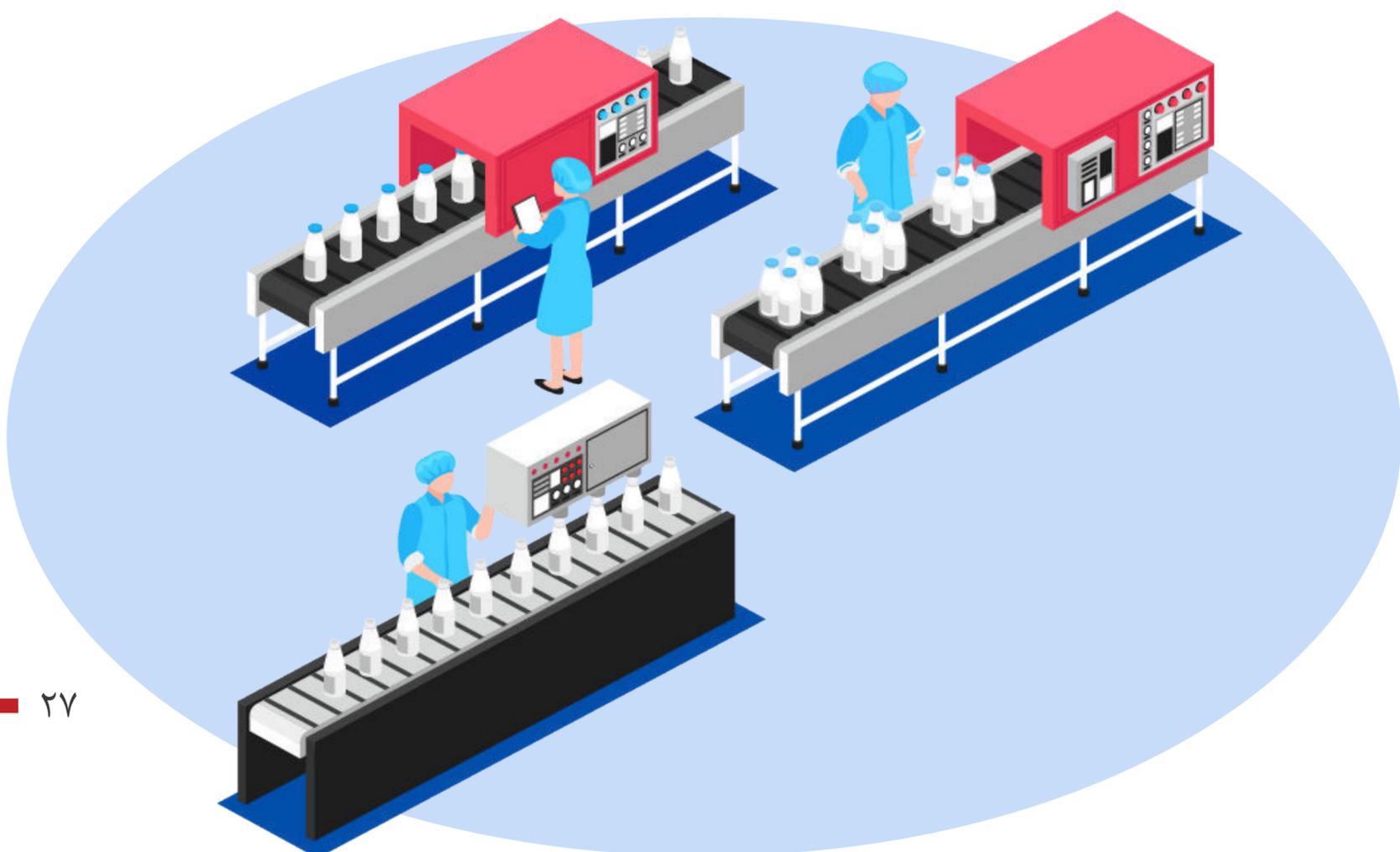
چین در سال ۲۰۲۵ با واردات بیش از ۶۵۰ تا ۷۰۰ هزار تن پروتئین وی و مشتقات مرتبط، همچنان بزرگ‌ترین واردکننده جهان باقی مانده است. این حجم واردات، علی‌رغم سرمایه‌گذاری‌های عظیم داخلی چین در صنعت لبنیات، نشان‌دهنده عمق تخصصی بودن این زنجیره است. چین به دنبال تنوع منابع تأمین است □ فرصتی که برای کشورهای دارای پتانسیل تولید رقابتی، مانند ایران، کاملاً باز است.

بازارهای ثانویه مانند آسیای جنوب شرقی، هند، خاورمیانه و حتی آفریقای در حال توسعه نیز در حال رشد سریع هستند و مجموع تقاضای جهانی را به سمت پایداری بیشتر سوق می‌دهند.

ارزش بازار جهانی پروتئین‌های وی و مشتقات لبنی صنعتی پیشرفته در سال ۲۰۲۵ بین ۱۲ تا ۱۵ میلیارد دلار برآورد شده است. پیش‌بینی‌های معتبر برای سال ۲۰۲۶ نرخ رشد سالانه ترکیبی (CAGR) ۷/۵ تا ۹/۵ درصد را نشان می‌دهند که این بازار را به محدوده ۱۴ تا ۱۶ میلیارد دلار می‌رساند. این رشد، برخلاف بسیاری از بخش‌های غذایی، بر پایه ترندهای زودگذر نیست؛ بلکه ناشی از عوامل ساختاری و غیرقابل اجتناب است:

• **پیری جمعیت در کشورهای توسعه‌یافته:** افزایش تقاضای تغذیه پزشکی و کلینیکی برای سالمندان و بیماران مزمن.
• رشد طبقه متوسط سلامت‌محور در آسیا و خاورمیانه: گسترش بازار تغذیه ورزشی و نوشیدنی‌های پروتئینی آماده (RTD).

• **توسعه فرمول‌های پیشرفته تغذیه نوزادان:** نیاز به پایه‌های لبنی با پروفایل آمینواسیدی دقیق و ایمنی بالا.



بخش دوم: چرا این محصولات «کمیاب، حساس و سودده» هستند؟

۱. وابستگی ساختاری به زنجیره پنی‌سازی صنعتی پیشرفته

این مواد اولیه عمدتاً محصول جانبی فرآیند پنی‌سازی صنعتی پیوسته هستند. داشتن شیر خام فراوان کافی نیست؛ آنچه تعیین‌کننده است، وجود زنجیره‌ای است که:

- پنی‌سازی با حجم بالا و کیفیت صادراتی تولید کند،
- جریان پایدار و بهداشتی وی مایع ایجاد نماید،
- آن را با فناوری‌های پیشرفته به پودرهای با ارزش افزوده بالا تبدیل کند.

اکثر کشورها شیر خام دارند، اما فاقد پنی‌سازی صنعتی پیوسته و صادرات محور هستند. این محدودیت ساختاری، عرضه جهانی را در دست چهار-پنج کشور اصلی (ایالات متحده، اتحادیه اروپا، نیوزیلند، استرالیا و اخیراً برخی بازیگران جدید) نگه داشته است.

۲. موانع سرمایه‌ای و تکنولوژیکی بالا (CAPEX سنگین)

تولید نیازمند زیرساخت‌های تخصصی است:

- سیستم‌های ممبرانی، Ultrafiltration، Microfiltration و Nanofiltration.
- خشک‌کن‌های اسپری صنعتی با ظرفیت بالا،
- خطوط CIP خودکار و پیشرفته،
- تصفیه‌خانه‌های پساب زیست‌محیطی،
- آزمایشگاه‌های کنترل کیفیت با استانداردهای صادراتی (GC-MS، HPLC و غیره).

هزینه ورود معمولاً بین ۳۰ تا ۱۰۰ میلیون دلار (بسته به مقیاس) است. این مانع سرمایه‌ای، رقابت را محدود و حاشیه سود را برای تولیدکنندگان واقعی حفظ می‌کند.

۳. الزامات رگولاتوری و حساسیت کیفی غیرقابل چشم‌پوشی

به‌ویژه در گریدهای پزشکی، نوزادان و دارویی:

- Traceability کامل از مزرعه تا محصول نهایی،
 - محدودیت‌های میکروبی بسیار سخت‌گیرانه (کمتر از سطوح استانداردهای غذایی عادی)،
 - پروفایل آمینواسیدی دقیق و پایدار،
 - گواهی‌های بین‌المللی معتبر (FDA, EFSA, Codex, Halal/Kosher در صورت نیاز).
- این حساسیت، تولیدکنندگان غیرحرفه‌ای را حذف می‌کند و عرضه را محدود نگه می‌دارد.





سوددهی پایدار: تبدیل پسماند به دارایی استراتژیک

ارزش هر کیلوگرم این محصولات چندین برابر شیر خام است. شوک‌های قیمتی (مانند افزایش تقاضای آسیا یا اختلال در زنجیره‌های سنتی) اغلب قیمت را بالا می‌برد و حاشیه را حفظ می‌کند. رقابت محدود و موانع خروج بالا، سودآوری را بلندمدت می‌سازد.

بخش سوم: پتانسیل ایران از منبع خام به مزیت رقابتی صادراتی

ایران با تولید سالانه بیش از ۱۰ میلیون تن شیر خام، یکی از بازیگران عمده منطقه‌ای است. صنعت لبنیات کشور در دهه اخیر رشد ظرفیت، دانش فنی و تجربه صادراتی قابل توجهی داشته است.

چالش اصلی نه کمبود شیر، بلکه نبود زنجیره تکمیل‌شده برای تبدیل آن به محصولات صنعتی خاص است.

اما این چالش، در واقع یک فرصت بزرگ است:

- موقعیت جغرافیایی استراتژیک: دسترسی آسان به بازارهای آسیای مرکزی، خاورمیانه، جنوب آسیا و حتی چین از طریق مسیرهای زمینی و دریایی.

- هزینه‌های رقابتی: انرژی ارزان، نیروی انسانی متخصص و زمین مناسب در مناطق آزاد.

- پتانسیل صادرات محور: تقاضای عظیم بازارهایی مانند چین که به دنبال تنوع تأمین‌کنندگان هستند.

تجربه جهانی نشان می‌دهد کشورهایی با پایه مشابه ایران، با سرمایه‌گذاری هدفمند در کمتر از ۵-۷ سال به سهم بازار رسیده‌اند. ایران می‌تواند این مسیر را سریع‌تر طی کند.

بخش چهارم: چالش‌های واقعی و راهکارهای عملی مدیریت آن‌ها

چالش‌ها جدی اما کاملاً قابل مدیریت هستند:

. انتقال فناوری و دانش: **راهکار:** سرمایه‌گذاری مشترک (JV) با شرکای معتبر خارجی یا جذب لایسنس فناوری.



بخش پنجم: نقشه راه عملی و مرحله‌ای ایران برای سال ۲۰۲۶

۱. تقویت و یکپارچه‌سازی پنی‌سازی صنعتی صادرات محور: ایجاد خوشه‌های تولیدی با تمرکز بر پنی‌های سخت و نیمه‌سخت.

۲. سرمایه‌گذاری مرحله‌ای در فناوری‌های کلیدی: اولویت با فیلتراسیون ممبرانی و خشک‌کن‌های اسپری، با مدل JV.

۳. دریافت گواهی‌های بین‌المللی از فاز طراحی: همکاری با نهادهای معتبر برای استانداردسازی زودرس.

الزامات رگولاتوری صادراتی: راهکار: شروع با گریدهای صنعتی میان‌رده و دریافت گواهی‌های مرحله‌ای.

نوسانات داخلی قیمت شیر و زنجیره تأمین: راهکار: قراردادهای بلندمدت با دامداران و استقرار در مناطق آزاد با مشوق‌های خاص.

نیاز به سرمایه ارزی اولیه: راهکار: مدل‌های تأمین مالی ترکیبی (سرمایه خصوصی + تسهیلات مناطق آزاد + فاینانس خارجی).

این چالش‌ها با برنامه‌ریزی دقیق، نه تنها مانع، بلکه محرک نوآوری و رقابت‌پذیری می‌شوند.



۴. شناسایی و عقد قراردادهای بلندمدت با بازارهای

هدف: تمرکز اولیه بر چین و آسیای جنوب شرقی.

۵. مدیریت جامع ریسک: hedging ارزی، بیمه صادراتی

و تنوع مسیرهای لجستیک.

۶. ایجاد خوشه‌های صنعتی در مناطق آزاد: بهره‌مندی از

مشوق‌های مالیاتی، گمرکی و ارزی.

۷. پایش مداوم بازار و تنظیم تولید: بر اساس سیگنال‌های

تقاضا و قیمت جهانی.

این نقشه راه، قابلیت اجرا در بازه ۳ تا ۵ ساله دارد و

بازگشت سرمایه را در کمتر از ۷ سال ممکن می‌سازد.

نقش تسهیل‌گری انجمن بازرگانی ایران و کانادا

انجمن بازرگانی ایران و کانادا، به‌عنوان نهادی با تجربه

یک دهه در پل‌زنی تجاری بین دو کشور و شبکه‌های

جهانی، آمادگی کامل دارد تا در این تحول استراتژیک

نقش عملیاتی ایفا کند:

• اتصال سرمایه‌گذاران ایرانی به شرکای فناور و خریداران

بین‌المللی، به‌ویژه از آمریکای شمالی و اروپا.

• ارائه مشاوره تخصصی در ساختار پروژه‌های

صادرات‌محور، از جمله مدل‌های JV و فاینانس.

• انتقال دانش بازارهای پیشرفته، از جمله استانداردهای

آمریکای شمالی و مسیرهای صادرات مجدد.

• تسهیل شبکه‌سازی با نهادهای کانادایی در حوزه صنایع

غذایی و تغذیه.

این نقش، نه شعاری، بلکه مبتنی بر پروژه‌های موفق

قبلی انجمن است و می‌تواند سرعت ورود ایران به این

زنجیره را به‌طور قابل توجهی افزایش دهد.

جمع‌بندی: سال ۲۰۲۶، نقطه عطف تحول صنعت لبنیات

ایران

محصولات لبنی صنعتی خاص، مسیری روشن برای

ارتقای صنعت لبنیات ایران از تولید حجمی داخلی‌محور

به خلق ارزش استراتژیک و صادرات‌محور هستند. این

تحول نه تنها سوددهی پایدار برای بخش خصوصی

ایجاد می‌کند، بلکه ارزآوری، اشتغال تخصصی و جایگاه

جهانی برای کشور به ارمغان می‌آورد.

سال ۲۰۲۶ می‌تواند نقطه عطف این حرکت باشد □ به

شرط آنکه تصمیم‌گیری‌ها مبتنی بر واقعیت بازار، زنجیره

یکپارچه و تمرکز قاطع بر صادرات باشد. فرصت محدود

است، اما پنجره آن کاملاً باز.

با آرزوی سالی پر از تصمیم‌های استراتژیک، شراکت‌های موفق

و دستاوردهای پایدار

ژانویه ۲۰۲۶

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



روش نوین برای شفاف سازی هزینه ها و کشف صرفه جویی های پنهان

تصور کنید در حالی که هیچ تغییری در روند کارتان ایجاد نکرده‌اید، صورت حساب‌های شرکتتان ناگهان ده‌ها هزار دلار کاهش پیدا می‌کند؛ نه تأمین‌کننده‌ی جدیدی اضافه کرده‌اید و نه سرویس فعلی را قطع کرده‌اید. تنها با یک بازنگری مستقل و دقیق، هزینه‌های اضافی UPS و FedEx آشکار شده‌اند.

چرا هزینه‌ها کم‌کم از کنترل خارج می‌شوند؟

فرض کنید به‌تازگی به کانادا آمده‌اید و برای تلفن و اینترنت خانه‌ی خود یک بسته انتخاب کرده‌اید. آیا این نرخ، بهترین نرخ ممکن است؟ ماه‌به‌ماه همان مبلغ را پرداخت می‌کنید و به خدماتی که دریافت می‌کنید عادت کرده‌اید. یک سال بعد، شرکت ارائه‌دهنده بسته‌های ارزان‌تر یا پیشنهادهای جذاب‌تری عرضه می‌کند، اما شما همچنان روی قرارداد قدیمی مانده‌اید. بدون آن‌که متوجه شوید، عملاً مبلغ بیشتری نسبت به چیزی که می‌توانستید بپردازید، پرداخت می‌کنید.

همین اتفاق در مقیاسی بزرگ‌تر برای کسب‌وکارها رخ می‌دهد. صورت حساب‌ها یک‌باره جهش نمی‌کنند؛ به تدریج افزایش می‌یابند. قراردادهای خودکار تمدید می‌شوند و کمتر پیش می‌آید که عرضه‌کنندگان خودشان نرخ‌های بهتر ارائه دهند.

برای یک تولیدکننده‌ی متوسط که سال‌ها با شرکت‌های حمل‌ونقل بزرگی مانند UPS و FedEx کار می‌کرد، دقیقاً همین اتفاق رخ داد: فقط با مذاکره‌ی دوباره‌ی تعرفه‌ها، بیش از ۳۶ هزار دلار در سال صرفه‌جویی حاصل شد.

این‌گونه داستان‌ها افسانه نیستند. بسیاری از شرکت‌های متوسط در شرایطی قرار دارند که منابع انسانی و زمانی لازم برای تحلیل دقیق مخارج جاری را ندارند، اما از سوی دیگر حجم و پیچیدگی هزینه‌ها به اندازه‌ای است که نمی‌توان آن‌ها را به‌صورت سرسری مدیریت کرد. پدیده‌ای که در ادبیات مدیریت با عنوان «مدیریت هزینه‌ها» شناخته می‌شود، شامل سامانه‌هایی برای پردازش، پرداخت و ممیزی هزینه‌هاست و اگر به‌درستی انجام نشود، باعث رشد خزنده‌ی مخارج می‌شود.



. حمل‌ونقل و لجستیک:

شرکت تولیدی وسایل کانستراکشن که کالاهایش را در سراسر کانادا ارسال می‌کرد، تصور می‌کرد نرخ‌های فعلی منصفانه است. اما بررسی دقیق فاکتورها نشان داد که می‌توان همان خدمات را با هزینه‌ی کمتری دریافت کرد. نتیجه؟ بیش از ۶۱,۱۰۰ دلار، معادل ۴۱٪ صرفه‌جویی سالانه، بدون تغییر شرکت‌های حمل‌ونقل.

. خدمات پذیرش کارت‌های اعتباری:

فروشگاهی که تراکنش‌های زیادی با کارت اعتباری انجام می‌داد، هزینه‌های پذیرش را به‌عنوان هزینه‌ای اجتناب‌ناپذیر می‌دید. کارشناسان با یکپارچه‌سازی سرویس‌ها و مذاکره با ارائه‌دهندگان، نرخ مؤثر را کاهش دادند و بیش از ۲۶ هزار دلار در سال به حساب این کسب‌وکار بازگرداندند.

. مخابرات و ارتباطات:

یک رستوران زنجیره‌ای سال‌ها با یک اپراتور مخابراتی کار کرده بود. با گذشت زمان، خطوط بلااستفاده و خدمات اضافی به قبض‌ها اضافه شده بود. تنها با حذف این هزینه‌های کوچک اما بی‌اثر و مقایسه‌ی تعرفه‌ها، ۸ هزار دلار در سال صرفه‌جویی حاصل شد.

به‌عنوان نمونه، تصور کنید شرکتی برای ارسال محموله‌های خود با فدکس قرارداد می‌بندد و نرخ مشخصی را برای هر بسته می‌پردازد. مدیران این شرکت فرض می‌کنند که تعرفه‌ی فعلی بهترین گزینه‌ی ممکن است و در سال‌های بعد نیز بدون هیچ مذاکره‌ای، قرارداد را با همان شرایط تمدید می‌کنند. اما واقعیت این است که در بازار حمل‌ونقل، تخفیف‌های حجمی، برنامه‌های تشویقی یا نرخ‌های رقابتی‌تری وجود دارد که با اندکی چانه‌زنی یا بازنگری می‌توان به آن‌ها دست یافت. ناآگاهی از این فرصت‌ها باعث می‌شود شرکت سالانه ده‌ها هزار دلار هزینه‌ی اضافی بپردازد؛ هزینه‌ای که صرفاً نتیجه‌ی عدم بررسی مجدد و به‌روز کردن اطلاعات درباره‌ی قیمت‌هاست.

این وضعیت الزاماً به معنای بی‌توجهی نیست؛ بسیاری از مدیران به دلیل کمبود زمان یا نبود اطلاعات بازار نمی‌توانند هر خدمت و تعرفه‌ای را به‌صورت منظم مقایسه و ارزیابی کنند.

. تجربه‌هایی از دنیای واقعی

برای آن‌که موضوع ملموس‌تر شود، چند نمونه‌ی واقعی را مرور می‌کنیم. این مثال‌ها بر اساس تجربه‌های واقعی و نتایج حاصل از بازنگری هزینه‌ها توسط مشاوران مستقل تهیه شده‌اند:





Is Your Money Flying Out the Window?

Schooley Mitchell reduces business expenses in the following categories:

- > Telecommunications
- > Credit and Debit Card Processing
- > Small Package Shipping and Courier
- > Waste Disposal
- > Electronic Logging Devices
- > Fuel
- > Uniforms and Linens
- > Facility Supplies
- > Less Than Truckload
- > Software as a Service
- > Compressed Gases
- > Packaging and Shipping Supplies
- > Office Supplies
- > Breakroom Supplies



Contact Consultant

T: 437-876-6678

afshin.livar@schooleymitchell.com

<https://www.schooleymitchell.com/office/alivar/>

WE ARE THE COST REDUCTION EXPERTS.

که صرفه‌جویی واقعی برای مشتری محقق شود. اگر بررسی‌ها نشان دهد هزینه‌ها از پیش بهینه شده‌اند، هیچ مبلغی دریافت نمی‌شود و صرفاً گزارشی از وضعیت موجود ارائه می‌گردد.

. نظارت مداوم:

پس از کشف صرفه‌جویی، خدمات پیگیری مداوم باعث می‌شود قبض‌ها و قراردادهای به‌طور مستمر پایش شوند تا افزایش‌های خزنده یا خطاهای احتمالی برطرف شوند.

. استفاده از داده‌های گسترده:

این شرکت با تکیه بر پایگاه داده‌ای متشکل از بیش از ۲۹ هزار مشتری و نرم‌افزارهای اختصاصی، نرخ‌های فعلی بازار را به‌صورت دقیق ارزیابی می‌کند و همین امر قدرت مذاکره‌ی بالایی به آن می‌دهد. نکته‌ای که اعتماد به این فرایند را افزایش می‌دهد این است که گاهی پس از تحلیل، مشخص می‌شود هزینه‌های شرکت قبلاً در بهترین حالت خود قرار دارند.

در چنین مواقعی هیچ فاکتوری صادر نمی‌شود و فقط گزارشی از وضعیت موجود ارائه می‌شود. این صداقت، به‌ویژه برای جامعه‌ای که به شفافیت اهمیت زیادی می‌دهد، ارزشمند است.

. روند خدمات در سه گام ساده (As easy as ۱, ۲, ۳)

در اسکولی میچل، کل فرایند با شعار «به سادگی یک، دو، سه» معرفی شده است:

این نمونه‌ها نشان می‌دهند که صرفه‌جویی الزاماً به معنای قطع سرویس یا تعویض تأمین‌کننده نیست؛ گاهی تنها نیاز به یک نگاه تازه و تخصصی دارد. جالب این‌که در بسیاری از حوزه‌ها، از مخابرات و خدمات بانکی گرفته تا حمل‌ونقل، مدیریت پسماند و نرم‌افزار، شرکت‌ها ناخواسته بالاتر از نرخ بازار پرداخت می‌کنند. راهکاری که تفاوت ایجاد می‌کند در این میان، مجموعه‌ی کانادایی Schooley Mitchell راهبردی متفاوت و نتیجه‌محور ارائه می‌دهد. اسکولی میچل با بیش از ۲۰۰ شعبه در آمریکا و کانادا، بزرگ‌ترین شرکت صرفه‌جویی هزینه شناخته می‌شود.

این شرکت بیش از بیست سال است که به کسب‌وکارها در کانادا و ایالات متحده کمک می‌کند تا هزینه‌های جاری خود را کاهش دهند و توانسته است بیش از ۶۵۰ میلیون دلار برای ۲۹,۰۰۰ مشتری صرفه‌جویی به دست آورد. به‌طور متوسط، مشتریان آن حدود ۲۸٪ کاهش هزینه‌ها را تجربه می‌کنند. عوامل کلیدی موفقیت این روش عبارت‌اند از:

. استقلال کامل از تأمین‌کنندگان:

اسکولی میچل هیچ‌گونه کمیسیونی از ارائه‌دهندگان خدمات دریافت نمی‌کند و تنها هدفش کاهش هزینه‌های مشتریان است.

. بدون ریسک و پیش‌پرداخت:

این شرکت تنها زمانی دستمزد می‌گیرد



1. ارائه‌ی اطلاعات:

کافی است صورت‌حساب‌ها و قراردادهای جاری خود را در اختیار تیم بررسی قرار دهید تا آن‌ها را به‌صورت محرمانه تحلیل کنند.

2. دریافت گزارش:

پس از بررسی، گزارشی شامل وضعیت فعلی، فرصت‌های صرفه‌جویی و پیشنهادها برای بهبود یا تأیید بهینه بودن فرایندها برای شما ارسال می‌شود. این گزارش با عنوان Value Report شناخته می‌شود.

3. تصمیم‌گیری و اجرا:

در صورت وجود صرفه‌جویی پیشنهادی، می‌توانید تغییرات را اعمال کنید و تنها در صورت تحقق کاهش هزینه‌ها، درصدی از صرفه‌جویی را به اسکولی میچل پرداخت می‌کنید. اگر صرفه‌جویی‌ای یافت نشود، هیچ هزینه‌ای نخواهید داشت.

. مناسب چه کسانی است؟

این خدمات برای کسب‌وکارها، به‌ویژه شرکت‌های متوسط و بزرگ که مخارج تکراری قابل‌توجهی دارند، طراحی شده است. اگر صاحب یک کسب‌وکار کوچک هستید یا به دنبال کاهش هزینه‌های شخصی می‌گردید، احتمالاً این مدل برای شما مناسب نخواهد بود. اسکولی میچل تاکنون در حوزه‌هایی مانند تولید، حمل‌ونقل، خرده‌فروشی، سازمان‌های غیرانتفاعی و خدمات حرفه‌ای فعالیت کرده و تمرکز آن صرفاً بر هزینه‌های بین کسب‌وکاری است.

. نقش ارجاع‌ها (Referral)

خدمات کاهش هزینه هنوز برای بسیاری از کارآفرینان ناشناخته است. به همین دلیل، اسکولی

میچل بخش عمده‌ای از مشتریان خود را از طریق معرفی توسط کسب‌وکارهای دیگر به دست می‌آورد. اگر شرکتی را می‌شناسید که می‌تواند از این خدمات بهره‌مند شود، معرفی آن به‌صورت رسمی و با توافقی شفاف انجام می‌شود و در صورت تمایل می‌توانید از منافع این معرفی بهره‌مند شوید.

. پرسشی برای پایان

آخرین بار چه زمانی فاکتورهای سازمان خود را با دیدی بی‌طرفانه و تخصصی بررسی کردید؟ اگر فرصتی وجود داشته باشد که بدون ریسک، هزینه‌هایتان را کاهش دهد یا اطمینان دهد که در وضعیت مطلوب قرار دارید، بهره‌بردن از آن چه ضرری می‌تواند داشته باشد؟ **تغییر نگاه از «کاهش هزینه به هر قیمت» به سمت «شفافیت و اطمینان» می‌تواند آزادی و فرصت‌های جدیدی برای سرمایه‌گذاری و رشد فراهم کند. چه نتیجه صرفه‌جویی قابل‌توجه باشد و چه اطمینان از عملکرد بهینه‌ی فعلی، این فرایند در هر صورت ارزشمند است.**

برای اطلاعات بیشتر

افشین لیوار

مشاور کاهش هزینه‌های عملیاتی برای

کسب‌وکارها

شرکت Schooley Mitchell (کانادا)

afshin.livar@schooleymitchell.com

437-876-6678

Schooley Mitchell طی بیش از دو دهه، به هزاران کسب‌وکار در کانادا و آمریکا کمک کرده است تا هزینه‌های جاری خود را بدون ریسک و پیش‌پرداخت بهینه کنند.

دپارتمان آموزش شرکت سایننا با همکاری
انجمن بازرگانی ایران و کانادا برگزار میکند

۴۵
جلسه

(عضو رسمی اتاق بازرگانی تهران و
انجمن بازرگانی ایران و کانادا)

دوره تخصصی زبان تجاری

مدرس: چیستا دانشمند

- بیش از ۱۰ سال تجربه تدریس
- دارنده مدرک TESOL از TESL Canada
- کسب مدرک آیلتس آکادمیک با نمره ۸.۵

مخاطبان دوره

- مدیران و کارشناسان
- کارآفرینان و جویندگان کار
- دانشجویان علاقه مند به بازارهای بین المللی
- تجار و بازرگانان

نحوه برگزاری: بصورت آنلاین
در بستر اسکای روم



چرا این دوره؟

- ✓ ۴۵ جلسه تعاملی با تمرکز بر مهارت های واقعی
- ✓ تمرین های کاربردی
- ✓ بانک واژگان تخصصی تجاری
- ✓ بازخورد فردی برای پیشرفت سریع تر
- ✓ یادگیری تکنیک های مذاکره موفق
- ✓ تسلط بر ارتباطات حرفه ای و مذاکرات پیچیده
- ✓ تقویت مهارت های تعامل بین فرهنگی



Saina International Trade Uni

ثبت نام و اطلاعات بیشتر: 021-22764672 +989924009714



فرصت‌های بازار حلال کانادا در سال ۲۰۲۶: استراتژی برندینگ و پردازش کانادایی برای صادرات پایدار محصولات غذایی و کشاورزی ایرانی

در جهانی که محدودیت‌های تجاری روز به روز پیچیده‌تر می‌شوند، موفقیت صادرکنندگان هوشمند در یافتن مسیرهای خلاقانه و قانونی نهفته است. تصور کنید صادرکننده‌ای ایرانی با محصولات غذایی و کشاورزی با کیفیت بالا ((محصولات طبیعی، سالم و کاملاً سازگار با استانداردهای جهانی)) تلاش می‌کند به بازارهای سودآور دسترسی پیدا کند. در رویکرد مستقیم، با موانع متعدد روبه‌رو می‌شود: هزینه‌های بالا، ریسک‌های حقوقی و گاهی محدودیت‌های موقتی بهداشتی. اما در رویکرد هوشمند، همان محصولات از طریق پردازش و برندینگ در کانادا، نه تنها به بازار داخلی این کشور راه می‌یابند، بلکه از آنجا به شبکه‌های جهانی صادر می‌شوند و سود پایدار و چندبرابری ایجاد می‌کنند.

بخش اول: چشم‌انداز بازار حلال کانادا در

سال ۲۰۲۶ بازاری فراتر از انتظار

بازار غذای حلال کانادا یکی از پویاترین بخش‌های صنعت غذا در آمریکای شمالی است. بر اساس گزارش‌های به‌روز تا پایان ۲۰۲۵، ارزش این بازار در سال ۲۰۲۴ حدود ۴/۲ میلیارد دلار کانادا تخمین زده شده و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۹ به بیش از ۴/۳۹ میلیارد دلار برسد، با نرخ رشد سالانه ترکیبی (CAGR) حدود ۸ تا ۱۰ درصد.

برای سال ۲۰۲۶، انتظار می‌رود این بازار به مرز ۴/۸ تا ۵ میلیارد دلار نزدیک شود، Driven by عوامل متعدد:

• افزایش جمعیت مسلمان کانادا (بیش از

این مقاله، که بر اساس تحلیل روندهای واقعی سال ۲۰۲۵ و پیش‌بینی‌های دقیق برای ۲۰۲۶ تهیه شده، به بررسی ترکیب دو فرصت کلیدی می‌پردازد: بازار روبه‌رشد حلال کانادا و استراتژی استفاده از کانادا به عنوان هاب برندینگ و پردازش. هدف، ارائه یک برنامه عملی و گام‌به‌گام برای سال ۲۰۲۶ است تا صادرکنندگان ایرانی بتوانند با حداقل ریسک و حداکثر بهره‌وری، از این بازار میلیاردی بهره ببرند.

این تحلیل بر پایه آمار معتبر نهادهای بین‌المللی، تجربیات میدانی همکاران انجمن و بررسی مقررات جاری تهیه شده و تمرکز آن بر راه‌حل‌های عملی، حقوقی و تجاری است.



این رشد، فرصت استثنایی برای محصولات غذایی و کشاورزی ایرانی ایجاد می‌کند که به طور طبیعی با اصول حلال سازگار هستند: مواد اولیه خالص، فرآیندهای سنتی و کیفیت بالا. در سال ۲۰۲۵، واردات محصولات حلال به کانادا رشد قابل توجهی (حدود ۱۵ تا ۱۸ درصد در برخی بخش‌ها) داشته و پیش‌بینی ۲۰۲۶ حتی قوی‌تر است، به ویژه با روند جهانی «halal-conscious consumption» که فراتر از جوامع مسلمان گسترش یافته.

بخش دوم: استانداردهای گواهی حلال در کانادا پایه اعتماد و دسترسی به بازار ورود موفق به بازار حلال کانادا نیازمند گواهی معتبر است.

۵ درصد جمعیت طبق سرشماری‌های اخیر و روند مهاجرت پایدار). رشد تقاضای غیرمسلمانان برای محصولات حلال به دلیل ادراک بالاتر از کیفیت، بهداشت، اخلاق تولید و پایداری محیطی. تحقیقات نشان می‌دهد بیش از ۳۵ تا ۴۰ درصد مصرف‌کنندگان حلال در کانادا غیرمسلمان هستند و به دنبال محصولات «clean label»، بدون مواد افزودنی مضر و طبیعی می‌گردند.

گسترش قفسه‌های حلال در زنجیره‌های بزرگ خرده‌فروشی مانند Loblaws، Walmart Canada، Sobeys و Metro که بخش‌های اختصاصی برای این محصولات ایجاد کرده‌اند.



بخش سوم: چالش‌های واقعی واردات مستقیم در سال ۲۰۲۵ و درس‌ها برای ۲۰۲۶
واقعیت بازار نشان می‌دهد که واردات مستقیم محصولات غذایی و کشاورزی از ایران در سال ۲۰۲۵ با موانع جدی روبرو بوده: مقررات تحریم‌های کانادا تحت

Special Economic Measures Act (SEMA) که معاملات خاص را محدود می‌کند و در دسامبر ۲۰۲۵ تشدید شده است.

استانداردهای سختگیرانه

در Canadian Food Inspection Agency (CFIA) حوزه بهداشت و ایمنی غذا، که گاهی منجر به محدودیت‌های موقتی برای برخی محصولات کشاورزی می‌شود (مانند موارد مشاهده‌شده در سال ۲۰۲۵ به دلایل بهداشتی).

هزینه‌های جانبی مانند تعرفه‌ها (۰ تا ۱۰ درصد بسته به دسته‌بندی)، بیمه حمل‌گزاران و نوسانات ارزی که قیمت تمام‌شده را ۲۵ تا ۴۰ درصد افزایش می‌دهد.

این چالش‌ها واردات مستقیم را پرهزینه و پرریسک کرده‌اند. اما تجربه سال ۲۰۲۵ نشان داد که رویکردهای جایگزین، مانند استفاده از کانادا به عنوان هاب پردازش، این موانع را به فرصت تبدیل می‌کنند.

کانادا استاندارد ملی واحد ندارد، اما چندین نهاد معتبر و شناخته‌شده جهانی فعالیت می‌کنند که گواهی‌هایشان در زنجیره‌های توزیع پذیرفته می‌شود:

- Halal Monitoring Authority (HMA):

تمرکز بر نظارت مداوم و شفافیت بالا.

- Islamic Food and Nutrition Council of Canada (IFANCC):

یکی از قدیمی‌ترین و سختگیرانه‌ترین نهادها.

- Canadian Halal Food Certifying Agency (CHFCA): ت

تخصصی در نظارت بر محصولات وارداتی.

- Halal Montreal Certification Authority و Canadian Halal Bureau:

ی‌ارب دم‌آراک ددجم تارداص و طس‌وتم‌ی‌اه‌راک‌وب‌س‌ک استاندارد‌های مشترک شامل جداسازی کامل فرآیندها، عدم استفاده از مواد غیرمجاز، نظارت بر زنجیره تأمین و audit‌های دوره‌ای است. برای صادرکنندگان ایرانی، بهترین رویکرد همکاری با شریک کانادایی است: محصول در کانادا پردازش نهایی (بسته‌بندی، labeling) می‌شود و گواهی محلی دریافت می‌کند. این روش نه تنها اعتماد مصرف‌کننده را جلب می‌کند، بلکه ریسک‌های حقوقی را به حداقل می‌رساند.

بخش چهارم: استراتژی برندینگ و پردازش کانادایی - کلید دسترسی جهانی در ۲۰۲۶

در سال ۲۰۲۵، صادرکنندگان هوشمند ایرانی به استراتژی موفق روی آوردند: انتقال محصولات به کانادا برای پردازش، بسته‌بندی و برندینگ مشترک یا کانادایی، سپس توزیع داخلی و صادرات مجدد.

مزایای کلیدی این استراتژی:

کاهش برچسب ریسک حقوقی و دسترسی آسان‌تر به زنجیره‌های توزیع بزرگ کانادا.

دریافت گواهی حلال معتبر محلی و جلب اعتماد مصرف‌کنندگان متنوع.

امکان صادرات مجدد از کانادا به بازارهای ثانویه (آسیای جنوب شرقی، آفریقا، اروپا) بدون محدودیت‌های مستقیم.

کاهش هزینه‌های بیمه و بانکی با استفاده از سیستم مالی کانادا.

افزایش ارزش افزوده از طریق پردازش نهایی (مانند بسته‌بندی پیشرفته یا ترکیب با محصولات محلی).

تجربیات میدانی سال ۲۰۲۵ نشان داد که این روش سود چندبرابری ایجاد می‌کند و ریسک را نزدیک به صفر می‌رساند، به ویژه برای محصولاتی که کیفیت طبیعی و سازگاری با حلال دارند.

بخش پنجم: برنامه عملی گام‌به‌گام برای موفقیت در سال ۲۰۲۶

برای بهره‌برداری حداکثری در ۲۰۲۶، برنامه زیر را پیشنهاد می‌کنم:

۱. شناسایی و انتخاب شریک کانادایی معتبر (از شبکه انجمن یا رویدادها) اولویت با شرکت‌های دارای تجربه در بازار حلال.

۲. تنظیم قراردادهای حقوقی دقیق (Joint Venture یا نمایندگی) با بندهای حفاظت از مالکیت معنوی و NDA.

۳. انتقال محصول با رعایت کامل مقررات CFIA و تمرکز بر بسته‌بندی‌های کم‌ریسک.

۴. پردازش نهایی و دریافت گواهی حلال در کانادا.

۵. ثبت برند مشترک یا کانادایی در Canadian Intellectual Property Office.

۶. ورود به زنجیره‌های توزیع بزرگ و برنامه‌ریزی برای صادرات مجدد.

۷. پایش مداوم مقررات و تنظیم hedging برای نوسانات ارزی.

این برنامه، با اجرای درست، می‌تواند دسترسی به بازاری ۵ میلیارد دلاری را فراهم کند و پایه‌ای برای رشد بلندمدت بسازد.

نتیجه‌گیری: پنج دستور طلایی برای ۲۰۲۶

۱. شریک کانادایی را پیش از هر اقدامی پیدا کنید.

۲. برند و پردازش را در کانادا متمرکز کنید.

۳. گواهی حلال معتبر محلی را اولویت دهید.

۴. مسیرهای مالی و لجستیک را از طریق سیستم کانادا مدیریت کنید.

۵. بازارهای ثانویه را از کانادا هدف بگیرید.

سال ۲۰۲۶ می‌تواند سال تحول صادرکنندگان ایرانی باشد با برنامه‌ریزی هوشمند و همکاری نزدیک. انجمن آماده حمایت از اعضای محترم در این مسیر است.

با آرزوی موفقیت پایدار
دکتر رضا احمدی
ژانویه ۲۰۲۶



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 وام‌های تجاری
- ◀ تهیه صورت‌های مالی برای بانک‌ها و سرمایه‌گذاران
- ◀ حسابرسی معاملات روزانه
- ◀ ثبت الکترونیکی مالیات فروش
- ◀ مدیریت حقوق و دستمزد کارمندان



Veendel Accounting
PRECISION IN TAX, EXCELLENCE IN ACCOUNTING

با Veendel
دقیق و حرفه‌ای
باشید!

تلفن تماس از سراسر کانادا:

 18884848449

 www.veendel.ca

با مدیریت:
ناهید نصیری

Veendel
Accounting



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...

هزینه اشتراک سالانه
فقط ۶۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال

ویژگی‌های اشتراک

۱۲ شماره ماهنامه در یک سال

دسترسی به تحلیل‌های اقتصادی به‌روز

شناسایی فرصت‌های همکاری تجاری

ارتباط مستقیم با شبکه‌های بین‌المللی

برای ثبت‌نام و اطلاعات بیشتر

021-22 76 46 72

0912-194 13 66

canadairan.ca



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 سرمایه‌گذاری در سال ۲۰۱۶ تاسیس شده است.

ارتباط با ما

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

📍 Montreal: 2020 Trans Canada Route #107, Pointe-Claire , QC H9P 2N4

📍 Toronto: 7030 Woodbine Ave, #500, Markham, ON L3R 6G2

📍 iHIT: Hall 37A, Tehran International Exhibition, Seoul St., Chamran Highway, Tehran, Iran

☎ +1(514)812-1744

☎ +1(647)619-0868

☎ +98(912)194-1366

Publisher: Canada Iran Business Association
www.Canadalran.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
Year 6, Issue No. 61 – January 2026
To contact the editors:
contact@canirn.com