

ماهنامه انجمن بازرگانی ایران و کانادا

نوروز ۱۴۰۵ - مارچ ۲۰۲۶

ماهنامه سال ششم، شماره شصت و دو - 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.

نوروز فقط یک جشن نیست؛

بخشی از هویت ماست،

تنگه‌ای از فرهنگ چند هزار ساله مان،

ویادگاری از حافظه تاریخی ملتی که قرن‌ها امید به بهار زنده مانده است...

درباره ما:

انجمن بازرگانی ایران و کانادا



در سال ۲۰۲۵، با توافق دولت کانادا، نام Canada به عنوان 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.

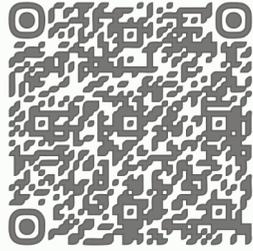
اهداف و مأموریت

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.

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.



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

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 سائنا

با توجه به نیازهای رو به رشد اعضای انجمن،
در سال‌های گذشته شرکت اتحاد بین‌المللی
تجارت سائنا (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.

ساختار و عضویت

ساختار انجمن به صورت 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.

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.

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

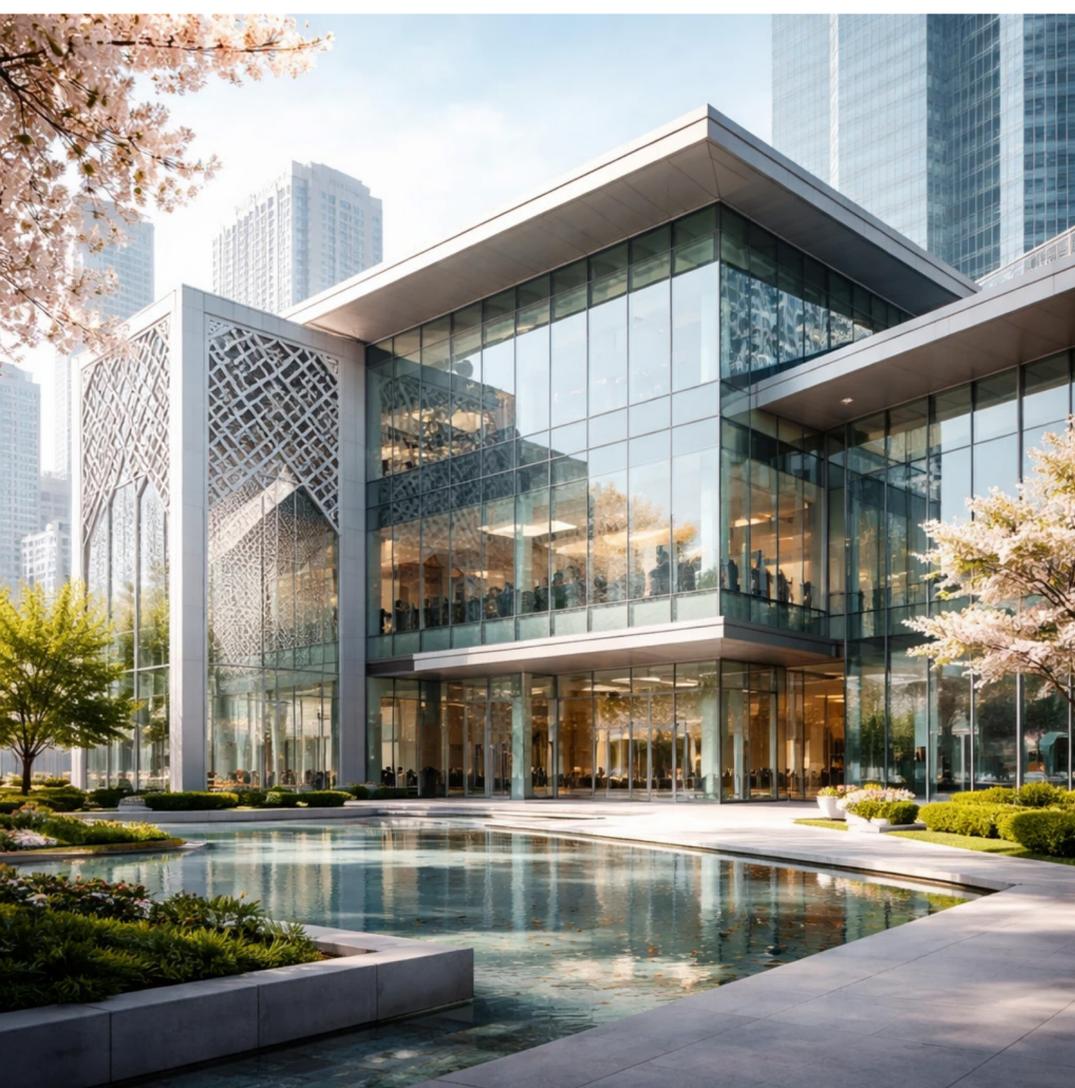
خانواده انجمن بازرگانی ایران و کانادا اکنون نیازهای متنوعی را در حوزه تجارت بین‌المللی پاسخ می‌دهد. از راه‌اندازی کسب‌وکارها در کانادا گرفته تا توسعه تجارت بین کانادا و سایر کشورهای جهان، انجمن توانسته است حجم مبادلات تجاری اعضای خود را با کشورهایی مانند کشورهای حاشیه خلیج فارس و آفریقا به سطح چشمگیری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



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](https://www.telegram.me/CanadalranCA)



[ciba-association](https://www.linkedin.com/company/ciba-association)



[Canadalran_ca](https://twitter.com/Canadalran_ca)



[Canadalran.ca](https://www.facebook.com/Canadalran.ca)



[canadairanbusinessassociat3177](https://www.youtube.com/channel/UCcanadairanbusinessassociat3177)

با ما تماس بگیرید



- ۶ سال اسب سال حرکت هوشمندانه نه هیجان کور
- ۹ از دل شب ۲۳ فوریه ۲۰۲۶ امشب که این سطور ۲۳ فوریه ۲۰۲۶ است را می نویسم
- ۱۱ مدیریت بزدلانه؛ هزینه‌ای که کشور دیگر تاب آن را ندارد ، اگر جنگ نشد، ایران را از درون اصلاح کنید
- ۱۳ اگر فقط یک روز تا پایان دنیا مانده باشد من درخت سیبم را خواهم کاشت
- ۱۶ وقتی بازار از رؤیا خسته می‌شود، سرمایه در جست‌وجوی جریان نقدی واقعی
- ۲۲ معرفی اعضای محترم، انجمن بازرگانی ایران کانادا
- ۷۳ اعداد ریز، امپراتوری‌های بزرگ می‌سازند ، قدرت پنهان رشد نمایی و بهره مرکب
- ۷۷ اراده انسانی، تنها چیزی که حتی زمان هم نمی‌تواند آن را نسبی کند
- ۸۱ وقتی زمان مطلق نیست، آینده دقیقا در دستان توست
- ۸۴ قدرت ماندن، چرا ۹۹٪ انتخاب می‌کنند و فقط ۱٪ می‌مانند؟
- ۸۷ از یک مهارت کوچک تا یک امپراتوری ، قانون جنگل‌سازی
- ۸۹ قیمت‌گذاری در بازار کانادا، فرمول واقعی که شرکت‌های ایرانی هیچ‌وقت استفاده نمی‌کنند
- ۹۲ ۲۰۲۶، سالی که پلاستیک تک‌استفاده در کانادا نفس‌های آخر را می‌کشد
- ۹۵ سال ۲۰۲۶، و چگونگی ساختارسازی شرکت برای کاهش قانونی بار مالیاتی به نزدیک صفر

Year 6, Issue No. 62 – March 2026

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 شصت و دو - مارچ ۲۰۲۶

شماره استاندارد بین‌المللی (ISSN): ۱۰۶۹-۲۵۶۴

ثبت در کتابخانه و آرشیو ملی کانادا

این ماهنامه غیرقابل فروش بوده و به‌صورت داخلی ویژه اعضای محترم انجمن

بازرگانی ایران و کانادا منتشر می‌شود.



۱۴۰۵

سال اسب

سال حرکت هوشمندانه،

نه هیجان کور...

سال‌ها فقط تغییر عدد نیستند؛

هر سال می‌تواند نماد یک روحیه، یک جهت‌گیری و یک پارادایم جدید باشد. ۱۴۰۵ در نمادشناسی شرقی، سال «اسب» است. اما اسب فقط یک نشانه تقویمی نیست؛ یک مفهوم عمیق فرهنگی، اقتصادی و روان‌شناختی است.

اسب در فرهنگ ایرانی و آسیایی حرکت، قدرت و گسترش قلمرو

در فرهنگ ایران باستان، اسب همواره همراه سه قشر بوده است: جنگاوران، بازرگانان و پادشاهان.

اسب نماد:

- حرکت و شتاب
- قدرت و انرژی
- آزادی و استقلال
- نجابت و وفاداری
- گسترش قلمرو

جاده ابریشم بدون اسب معنا نداشت.

کاروان‌های تجاری، تبادل دانش، انتقال کالا و حتی دیپلماسی منطقه‌ای، بر شانه‌های اسب‌ها شکل می‌گرفت.

اسب تنها حیوان جنگ نبود؛

اسب، حیوان تجارت بود.

در تاریخ ایران، هر زمان که حرکت بوده، اسب در کنار آن حضور داشته است.

اسب در نمادشناسی اقتصادی خروج از رکود، ورود به فاز رشد

در ادبیات اقتصادی، اسب نماد:

- عبور از ایستایی
 - ورود به مسیر رشد
 - تحمل مسیرهای دشوار
 - حرکت پایدار رو به جلو
- اسب برخلاف جهش‌های ناگهانی، حرکت پیوسته دارد.
- شتاب می‌گیرد، اما با ریتم. می‌تازد، اما با کنترل.

اگر بخواهیم تعبیر اقتصادی کنیم:

اسب یعنی «رشد با حرکت مستمر، نه جهش هیجانی». ۱۴۰۵ می‌تواند سال عبور از رکود ذهنی و عملی باشد. سال بازگشت به حرکت، اما نه با تصمیم‌های احساسی؛ با برنامه، مدیریت و استقامت.

اسب در روان‌شناسی نمادها انرژی ماهرشده، نه انرژی سرکش اسب نماینده:

- جهت‌مندی، مهم‌تر از سرعت است.
- در فضای تجارت بین‌الملل، در شرایط پیچیده منطقه‌ای و جهانی،
- ۱۴۰۵ می‌تواند سال بازتعریف استراتژی‌ها باشد؛
- سال چابکی سازمانی؛
- سال شبکه‌سازی هدفمند؛
- سال توسعه با انضباط.

۱۴۰۵؛ سال اسب، سال تجارت هوشمند برای اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا، ۱۴۰۵ می‌تواند سال:

- تقویت پل‌های اقتصادی
- استفاده از فرصت‌های منطقه‌ای
- گسترش صادرات هدفمند
- ورود به بازارهای جدید با ساختار منظم باشد.

اگر اسب نماد این سال است، پس پیام آن روشن است:

- حرکت کنید، اما با برنامه.
- گسترش دهید، اما با کنترل.
- شتاب بگیرید، اما با جهت.

«۱۴۰۵، سال اسب؛ سال حرکت هوشمندانه، نه هیجان کور.

سال شتاب گرفتن با کنترل و جهت‌مندی.»

■ اراده

■ قدرت درونی

■ کنترل نیرو

■ ترکیب سرعت و تعادل

اسب وحشی، انرژی خام است. اسب رام‌شده، قدرت مدیریت‌شده است. اقتصاد، تجارت و مدیریت نیز همین‌گونه‌اند:

قدرت بدون کنترل، بحران می‌سازد.

کنترل بدون حرکت، رکود می‌آورد.

اسب، ترکیب این دو است.

۱۴۰۵ می‌تواند سال تبدیل انرژی‌های پراکنده به قدرت متمرکز باشد. سال اسب چه پیامی برای فعالان اقتصادی دارد؟

سال اسب معمولاً سال:

■ تغییر سرعت

■ تصمیم‌های جسورانه

■ بازآرایی مسیرها

■ گسترش فعالیت‌ها

■ شکستن رکود

اما نکته مهم اینجاست:

■ اسب بی‌جهت نمی‌تازد.



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
بر اساس اداره آمار کانادا تا پایان سال ۲۰۲۲
انتشارات آذر فر، 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 آذر فر



کتاب پنجم:

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





از دلِ شبِ

۲۳ فوریه ۲۰۲۶

امشب که این سطور

را می‌نویسم،

۲۳ فوریه ۲۰۲۶ است...

و هر دو زخمی شدند.
آن جوانی که فریاد می‌زد، دشمن نبود؛ او خسته بود.

او امیدش را از دست داده بود.
و آن سربازی که شلیک کرد، او هم شاید همان مشکلات را داشت، لباسی بر تنش بود، اما دردش مشترک بود، ما همه در یک کشتی بودیم و هنوز هستیم.

جنگ، راه‌حل نیست، در این روزها حرف از جنگ زیاد شنیده شد.

از بمباران، از حمله، از "نجات با موشک"
صادقانه بگویم، برای من قابل فهم نیست که کسی ادعای وطن‌دوستی داشته باشد و هم‌زمان از حمله نظامی به وطنش حمایت کند.

کدام کشور را دیده‌ایم که با جنگ خارجی، به آرامش و توسعه رسیده باشد؟ قدرت‌های بزرگ با منافع حرکت می‌کنند، نه با دلسوزی.

پرویز شاپور جمله‌ای دارد که همیشه در ذهنم مانده: «گرچه بیش از دیگران در فکر آزادی پرنده در قفس است.»

سیاست بین‌الملل، همین‌قدر ساده و همین‌قدر بی‌رحم است. آزادی با صدای انفجار وارد نمی‌شود.

نمی‌دانم زمانی که شما این مطلب را می‌خوانید، ایران در چه وضعیتی است.

نمی‌دانم توافقی میان ایران و آمریکا حاصل شده، یا درگیری گسترده‌ای رخ داده، یا زیرساخت‌های کشورم سالم مانده‌اند یا زخمی شده‌اند.

زمان چیز عجیبی است... ستاره‌ای را در آسمان می‌بینیم، در حالی که شاید سال‌ها پیش خاموش شده باشد، اما نورش هنوز در راه است، ما گذشته را به شکل حال می‌بینیم.

شاید نوشته‌ای که امشب از دل من بیرون می‌آید، زمانی خوانده شود که واقعیت تغییر کرده باشد، اما نور احساس این لحظه، همین حالا واقعی است و حقیقت این است که دلم سنگین است.

۱۴۰۴؛ سالی که آسان‌نگذشت سال ۱۴۰۴ سال ساده‌ای نبود، مشکلات اقتصادی عمیق‌تر شد، نااطمینانی بیشتر شد. فشار بر کسب‌وکارها سنگین‌تر شد و از همه تلخ‌تر، جوانان این سرزمین را از دست دادیم.

من آن روزها ایران بودم.

خیابان‌ها را دیدم.

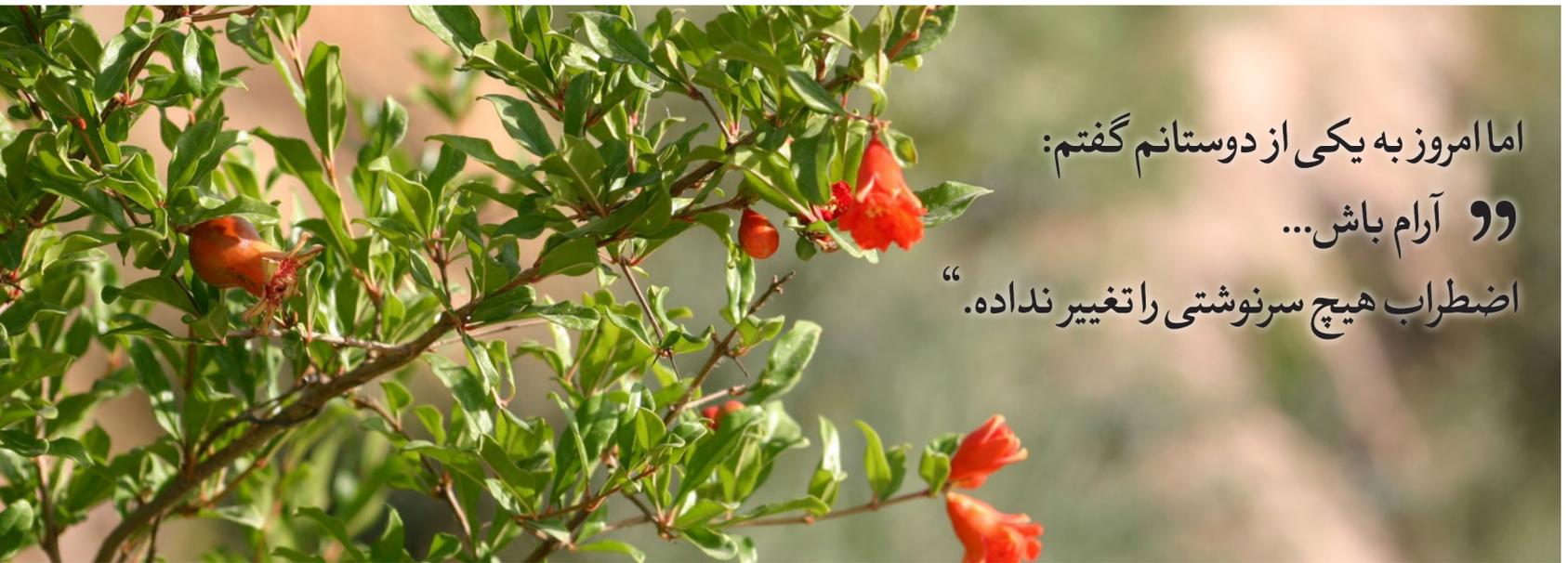
چشم‌های خسته را دیدم.

خشم را دیدم...

اندوه را دیدم...

در دو سوی یک خیابان،

هموطن روبه‌روی هموطن ایستاده بود.



اما امروز به یکی از دوستانم گفتم:
» آرام باش...
 اضطراب هیچ سرنوشتی را تغییر نداده.“



تفکیک، نه تناقض اگر می‌خواهید قضاوت کنید،
 بکنید. من با ساختار اقتصادی و حکمرانی فعلی نقد
 جدی دارم. بارها نوشته‌ام. شفاف گفته‌ام.
 اما در عین حال، اگر خاک ایران مورد حمله خارجی
 قرار بگیرد، من در دفاع از این سرزمین تردید نمی‌کنم.
 این تناقض نیست...
 این بلوغ است...

می‌شود یک نظام را نقد کرد و هم‌زمان از وطن دفاع
 کرد، می‌شود با ساختار مشکل داشت اما با ویرانی
 کشور مخالف بود. این تفکیک است، نه تضاد.
 ایران، فقط سیاست نیست...
 ایران فقط حکومت نیست...



ایران فقط خبرهای سیاسی نیست. ایران یعنی مادری
 که نگران آینده فرزندش است، کارآفرینی که زیر فشار
 مالیات و تحریم دوام آورده، دانشجویی که هنوز آرزو
 دارد، کارگری که هنوز امید دارد.

ایران یعنی ظرفیت، یعنی موقعیت ژئوپلیتیک، یعنی
 نیروی انسانی تحصیل کرده، یعنی تاریخی که هزاران
 سال ایستاده، این کشور با بمب ساخته نمی‌شود،
 با هیجان هم ساخته نمی‌شود، با عقلانیت ساخته
 می‌شود، با حرکت مستمر، با بلوغ جمعی.
 ۱۴۰۵؛ سال حرکت، نه هیجان ۱۴۰۵ را سال اسب
 نامیده‌اند.

اگر ۱۴۰۴ سال التهاب بود، امیدوارم ۱۴۰۵ سال
 جهت‌مندی باشد. حرکت کنیم، اما با برنامه. تصمیم
 بگیریم، اما بدون هیجان‌زدگی. بجنگیم، اما برای
 ساختن - نه برای ویران کردن.

و یک جمله شخصی گاهی تمام درونت گریه می‌کند،
 غیر از چشمانت. این حال این روزهای من است.
 امید، ساده‌لوحی نیست، انتخاب آگاهانه است. نوروز
 را، هر کجا که هستید، با هر احساسی که دارید، به
 شما تبریک می‌گویم.

باشد که ۱۴۰۵ سال حرکت هوشمندانه، سال بلوغ
 جمعی، و سال ساختن دوباره باشد.

با احترام

محمد وحیدی‌راد

مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا



مدیریت بزدلانه؛ هزینه‌ای که کشور دیگر تاب آن را ندارد... اگر جنگ نشد، ایران را از درون اصلاح کنید...



اگر قرار نیست این سرزمین با بمب و موشک آزموده شود، پس وقت آن رسیده که با شجاعت، از درون اصلاح شود. مشکل اصلی اقتصاد ایران، در درجه اول تحریم نیست. تحریم فشار است؛ اما بیماری، ساختاری است.

این یعنی سود از التهاب؛ اقتصادی که از گرانی ارز نفع می‌برد، انگیزه‌ای برای ثبات ندارد.

■ اتاق‌های بازرگانی؛ مطالبه‌گر یا مصلحت‌جو؟

اتاق بازرگانی باید نهادی مدنی و مطالبه‌گر باشد؛ طنینی از صدای بخش خصوصی در برابر دولت. اگر این نهاد استقلال فکری و عملی نداشته باشد و صرفاً به تسهیل‌گر تصمیمات از پیش گرفته شده بدل شود، کارکرد ذاتی خود را از دست داده است. بخش خصوصی بدون صدای مستقل، به بخشی «نیمه‌دولتی» تبدیل می‌شود و پرواضح است که اقتصاد نیمه‌دولتی، هرگز کارآمد نخواهد بود.

■ رانت و نفوذ؛ زخم کهنه اعتماد

هرکس از «ارتباطات خاص» برای پیشبرد فرآیندهای تجاری سخن می‌گوید، در واقع وجود یک گلوگاه رانتی را افشا می‌کند. در یک اقتصاد سالم، پیشبرد امور به «رابطه» نیاز ندارد، بلکه مستلزم «قانون» است. ما لزوماً به قانون جدید نیازی نداریم؛ اجرای عادلانه قوانین موجود کفایت می‌کند. قانونی که اجرا نشود، ثمره‌ای جز بی‌عدالتی نخواهد داشت و بی‌عدالتی، سرمایه‌های اجتماعی را به مسلخ می‌برد.

مشکل اصلی اقتصاد ایران، در درجه اول تحریم نیست. تحریم فشار است؛ اما بیماری، ساختاری است.

اولیگارش‌های اقتصادی؛ زخمی که سال‌هاست درمان نشده سال‌هاست شبکه‌ای از قدرت‌های اقتصادی شکل گرفته که نه پاسخ‌گو هستند، نه شفاف، و نه در برابر افکار عمومی مسئول. شرکت‌هایی که وزیر جابه‌جا می‌کنند، بنگاه‌هایی که بر سیاست‌گذاری اثر می‌گذارند. پتروشیمی‌هایی با صادرات چند میلیارد دلاری، اما بازگشت ارز آن‌ها نه شفاف است و نه به موقع. اگر ارز حاصل از صادرات متعلق به کشور است، پس جدول تعهدات ارزی شرکت‌های بزرگ باید عمومی شود. شفافیت دشمن سرمایه نیست؛ دشمن رانت است.

■ تراستی‌ها و بازی با نرخ ارز

یکی از پیچیده‌ترین آسیب‌های اقتصاد ایران، ساختارهای موسوم به «تراستی» است. بنگاه‌هایی که در خارج فعالیت می‌کنند، اما درون شبکه‌های قدرت داخلی تنیده‌اند. وقتی نرخ ارز بالا می‌رود، برخی از همین بازیگران از ننگ داشتن ارز در خارج سود می‌برند و در اوج قیمت، منابع را بازمی‌گردانند.

۴. اجرای بدون تبعیض قوانین موجود.
 ۵. انتصاب مدیران بر اساس شجاعت و کارآمدی، نه بر مبنای مصلحت.

■ سخن پایانی

آنچه ایران را تهدید می‌کند، «بمب» نیست؛ «بی‌عدالتی» است. ایران را نه تحریم، که «فساد ساختاری» زمین می‌زند. اگر قرار است سال ۱۴۰۵ سال حرکت باشد، این حرکت باید از درون آغاز شود. اصلاح با «شفافیت» آغاز می‌شود و شفافیت، میوه شجاعت است. شاید از نوشتن، گفتن و غصه خوردن خسته باشیم، اما تاریخ گواهی داده است که هیچ اندوهی ابدی نیست.

■ به قول سهراب:

«نه تو می‌مانی و نه اندوه،
 و نه هیچ‌یک از مردم این آبادی...
 به حباب نگران لب یک رود قسم،
 و به کوتاهی آن لحظه شادی که گذشت،
 غصه هم خواهد رفت...»
 امید، انتخاب آگاهانه ماست.

با احترام

محمد وحیدی‌راد

مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا

۴ اسفند ۱۴۰۴ (۲۳ فوریه ۲۰۲۶)

■ مدیران محافظه‌کار؛ هزینه پنهان توسعه

بحرانی جدی‌تر از تحریم، «مدیریت فاقد شجاعت» است؛ مدیرانی که تنها با نگاه به گذشته می‌پرسند: «مدیر قبلی چه کرده است؟» تا همان مسیر را بی‌تغییر ادامه دهند. مدیریت بدون تحلیل، بدون نوآوری و بدون ریسک منطقی، فرجامی نخواهد داشت. مدیری که برای حفظ جایگاه خود از شکستن تابوهای ناکارآمد هراس دارد، در عمل چرخ توسعه را متوقف می‌کند. اقتصاد امروز بیش از هر چیز به مدیرانی جسور اما قانون‌مدار نیاز دارد، نه مدیرانی منفعل.

■ اصلاح درون‌زا؛ تنها مسیر پایدار

نجات اقتصاد ایران تنها از «درون» ممکن است؛ نه بانسخته‌های خارجی، نه باهیجان‌ات‌گذراونه‌ها امید بستن به مداخلات بیرونی. ریشه مشکلات را باید در ساختارهای غلط، شفافیت حداقلی، رانت و ضعف در اجرای قانون جست‌وجو کرد. اگر زیرساخت‌ها سالم بمانند و فرصتی برای تنفس باقی باشد، بزرگ‌ترین خیانت، اصرار بر ادامه همان مسیر اشتباه گذشته است.

■ نسخه پیشنهادی؛ ساده اما دشوار

۱. انتشار عمومی تعهدات ارزی شرکت‌های بزرگ.
۲. شفاف‌سازی ساختارهای تراستی.
۳. بازیابی استقلال واقعی نهادهای بخش خصوصی.



اگر فقط یک روز تا پایان دنیا مانده باشد من درخت سیبم را خواهم کاشت..



این جمله برای من دیگر یک نقل قول شاعرانه نیست؛ یک فلسفه است، یک انتخاب است، یک موضع است در برابر زندگی.

ما تصور می‌کنیم از هم جدا نیستند. اگر ما موجودی چهاربعدی بودیم، اگر از بیرون این کره خاکی به زندگی خود نگاه می‌کردیم، شاید می‌توانستیم لحظه تولد، زندگی و مرگ خود را یکجا ببینیم. شاید آینده همین حالا وجود دارد، شاید گذشته هرگز نابود نشده است. آنچه ما «زمان» می‌نامیم، بیشتر یک تجربه انسانی است تا یک واقعیت مطلق. ما زمان را خطی می‌بینیم؛ مثل رودخانه‌ای که از گذشته به آینده می‌رود. اما فیزیک می‌گوید این تصویر ساده‌انگارانه است؛ زمان مطیع احساسات ما نیست.

▪ وقتی زمان هم مطلق نیست

در سال ۱۹۷۱، دو فیزیکدان آمریکایی به نام‌های جوزف سی. هافل (Joseph C. Hafele) و ریچارد ای. کیتینگ (Richard E. Keating)، آزمایشی انجام دادند که فهم ما از زمان را برای همیشه تغییر داد.

چهار ساعت اتمی سزیم-بیم با دقت بالا هم‌زمان سازی شدند. دو ساعت روی زمین ماندند و دو ساعت دیگر با هواپیما به دور زمین پرواز کردند؛ یکی در جهت چرخش زمین و یکی خلاف آن.

▪ نتیجه چه بود؟

ساعت‌هایی که به سمت شرق حرکت کردند، عقب افتادند؛ ساعت‌هایی که به سمت غرب رفتند، جلو افتادند، زمان برای آن‌ها متفاوت گذشت، این فقط یک نظریه نبود؛ اندازه‌گیری شد، امروز همین اصل، مبنای عملکرد GPS است.

این جمله برای من دیگر یک نقل قول شاعرانه نیست؛ یک فلسفه است، یک انتخاب است، یک موضع است در برابر زندگی.

در جهانی که پر از عدم قطعیت است، در اقتصادی که پر از نوسان است، در کشوری که هر روز با خبر جدیدی بیدار می‌شود، تنها چیزی که معنا دارد، ساختن است؛ نه تحلیل بی‌پایان، نه انتظار، نه تعلیق؛ فقط ساختن.

▪ کسب‌وکار در هر شرایطی باید ساخته شود

ساختن، منتظر آرامش کامل نمی‌ماند. هیچ وقت همه چیز مهیا نیست، هیچ‌گاه همه چیز قطعی نمی‌شود. اقتصاد پایدار از دل بحران بیرون می‌آید؛ کسب‌وکار بزرگ از دل نااطمینانی متولد می‌شود.

بسیاری از ما دنبال لحظه طلایی هستیم؛ لحظه‌ای که همه چیز هم‌راستا شود. اما آن لحظه، افسانه است.

حتی اگر کوچک باشد، حتی اگر آهسته باشد، حتی اگر تنها یک مهارت تازه یاد بگیریم، حتی اگر فقط شبکه‌ای از اعتماد بسازیم، همان هم کاشتن درخت سیب است. بله، مسیر با انتخاب شروع نمی‌شود؛ با ماندن پای انتخاب شکل می‌گیرد.

بسیاری انتخاب می‌کنند، اما کمتر کسی می‌ماند؛ و آن‌هایی که می‌مانند، آینده را می‌سازند.

شاید فرصت‌ها هرگز از بین نرفته باشند، آلبرت اینشتین می‌گوید گذشته، حال و آینده آن‌طور که

اگر اصلاحات نسبیتی انجام نشود، موقعیت‌یابی ماهواره‌ای هر روز چند کیلومتر خطا خواهد داشت. زمان مطلق نیست؛ وابسته به سرعت است، وابسته به گرانش است، و این فقط یک بحث فیزیکی نیست؛ یک هشدار فلسفی است.

■ پس چه چیزی مطلق است؟

اگر زمان مطلق نیست، اگر آینده شاید همین حالا وجود دارد، اگر زندگی ما در یک بُعد بالاتر از آنچه می‌بینیم جریان دارد، پس تنها چیزی که واقعاً در اختیار ماست، تصمیم به ساختن است.

شاید فرصتی که امروز از دست می‌دهیم، در هندسه چهاربعدی هستی، همین حالا در جایی دیگر وجود داشته باشد؛ اما در تجربه انسانی ما، پیشمانی همیشه واقعی است.

شاید روزی بابت فرصت‌هایی که از دست دادید، بیش از سختی‌هایی که تحمل کردید، حسرت بخورید.

ساختن در دل عدم قطعیت اگر جنگی در کار باشد، اگر توافقی امضا شود، اگر اقتصاد رشد کند یا رکود عمیق‌تر شود، در هر حالت، مهارت شما باقی می‌ماند، دانش شما باقی می‌ماند، شبکه ارتباطی شما باقی می‌ماند، اعتبار حرفه‌ای شما باقی می‌ماند.

کسب‌وکار یعنی ساختن دارایی‌هایی که زمان نمی‌تواند از شما بگیرد. کسی که در بحران می‌سازد، در آرامش رشد می‌کند.

■ اگر فردا نباشد، امروز باید بسازیم

اگر فقط یک روز تا پایان دنیا مانده باشد، من درخت سیبم را خواهم کاشت؛ نه از سر خوش‌بینی ساده‌لوحانه. نه از سر انکار واقعیت.

■ بلکه از سر فهم یک حقیقت عمیق‌تر

ساختن، تنها واکنش شرافتمندانه انسان به عدم قطعیت است. ما در جهانی زندگی می‌کنیم که زمان هم مطلق نیست. انسان هزاران سال فکر می‌کرد زمان مثل رودخانه‌ای خطی جریان دارد؛

از گذشته به حال، از حال به آینده، اما فیزیک قرن بیستم این تصور را شکست.

و اگر حتی زمان نسبی است، پس تعلیق و انتظار چه معنایی دارد؟ اقتصاد هم مثل فضا-زمان است، اقتصاد خطی نیست.

رشد همیشه مستقیم نیست، بحران پایان مسیر نیست، و رکود همیشه شکست نیست، بسیاری منتظرند شرایط کامل شود تا شروع کنند، اما شرایط کامل یک توهم است.

اگر جهان چهاربعدی باشد، شاید آینده همین حالا وجود دارد.

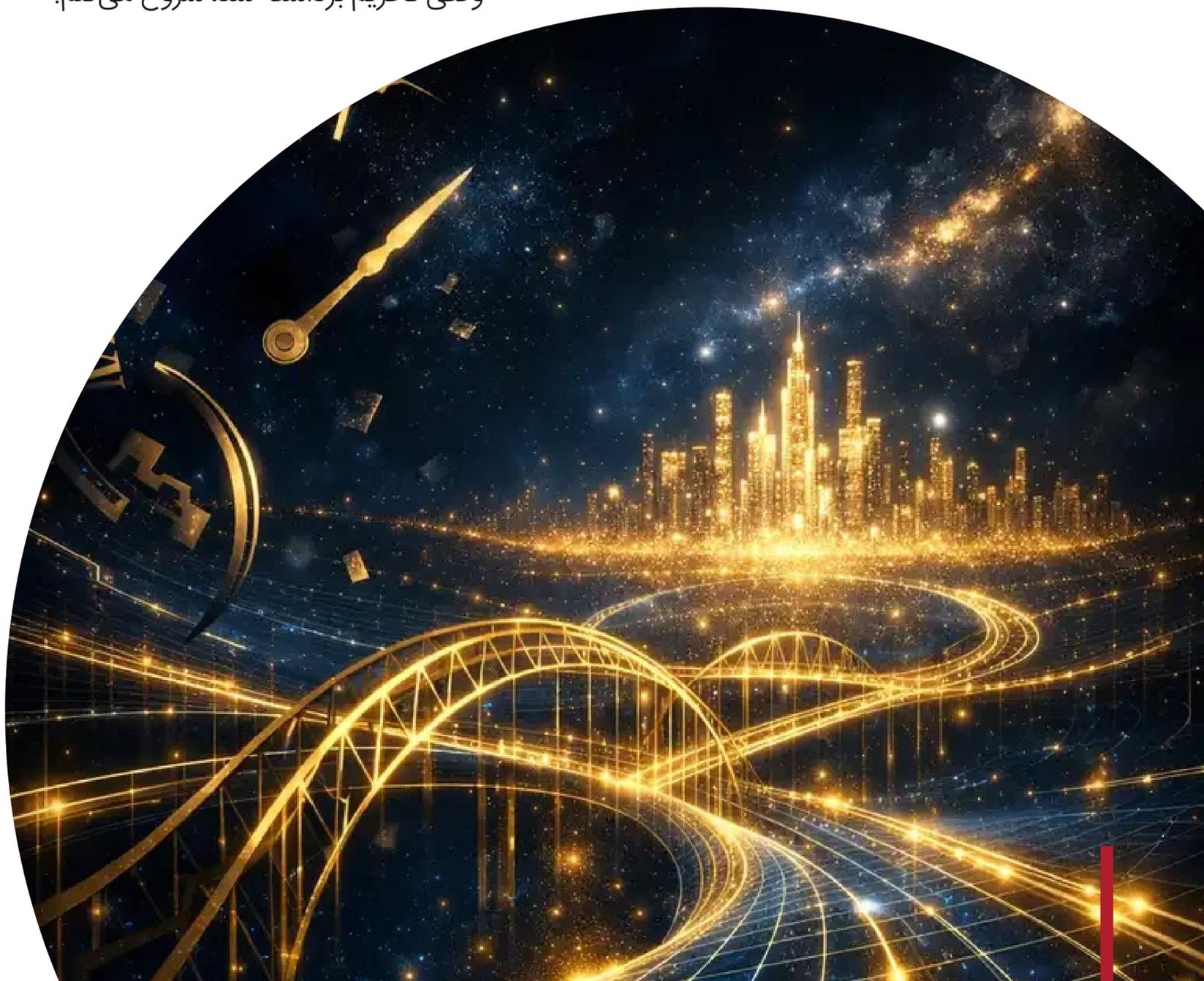
اما در تجربه انسانی ما، فقط عمل امروز است که آن آینده را شکل می‌دهد.

آینده از آن سازندگان است، منتظران همیشه به دنبال علامت قطعی‌اند:

وقتی ثبات آمد، شروع می‌کنم.

وقتی نرخ ارز ثابت شد، شروع می‌کنم.

وقتی تحریم برداشته شد، شروع می‌کنم.



کارگاه تخصصی «نقشه راه تجار حرفه‌ای»

آموزش صفر تا صد صادرات و واردات
عمان / امارات / چین

۴۰ ساعت آموزش تخصصی (تئوری و عملی)

ثبت نام و اطلاعات بیشتر:

+۹۸۹۹۲۴۰۰۹۷۱۴

۰۲۱-۲۲۷۶۴۶۷۲

فروردین ۱۴۰۵

همراه با ارائه مدرک معتبر از مرکز آموزشی بازرگانی وزارت صحت





وقتی بازار از رویا خسته می شود سرمایه در جست و جوی جریان نقدی واقعی

اگر امروز یک میلیون دلار داشتی، دقیقاً کجا می گذاشتی؟
درس های گزارش بلومبرگ برای سرمایه گذاران و تاجران ایرانی -
کانادایی در سال یازدهم فعالیت انجمن بازرگانی ایران و کانادا

بازار این روزها پر از اضطراب واقعی است. نه اون اضطراب رسانه ای که هر روز به تیر جدید می سازه. غول های تکنولوژی دو رقمی سقوط کردن. بیت کوین دوباره غلتیده تو عمق چاه. حتی طلا - همون پناهگاه همیشگی - این بار مثل ترن هوایی بالا و پایین پریده. شاخص حمل و نقل آمریکا (Dow Jones Transportation Average) برای شش هفته متوالی حتی از S&P ۵۰۰ هم بهتر عمل کرد، اما حالا خودش هم داره نفس نفس می زنه. همه منتظرن ببینن آیا هوش مصنوعی واقعاً اون جادوی وال استریت رو داره، یا فقط یه حباب قشنگ دیگه بود که داره می ترکه. در این فضا، چهار مشاور - کیت مور (مدیر سرمایه گذاری سیتی ولث)، سینید کلتون گرانت (مدیر سرمایه گذاری بی ان وای ولث)، دان

تصور کن صبح زود فوریه ۲۰۲۶، بلومبرگ چهار نفر از باهوش ترین مدیران سرمایه گذاری های دنیا رو دور یه میز چوبی ساده در نیویورک جمع کرده. پنجره رو به سمت برف های تازه منهن بازه، قهوه ها داغ، و سؤال فقط یه خط: «اگر همین الان یک میلیون دلار نقد دستت باشه، دقیقاً کجا می ذاریش؟»
جوابها نه لیست سهام داغ بود، نه شعار «هوش مصنوعی همه چیز رو تغییر می ده». جوابها یه اعتراف صمیمی و جمعی بود: عصر هیجان تموم شده. عصر «داستان» تموم شده. حالا نوبت رودخانه آرام و همیشه جاری جریان نقدی است. نوبت بیزنس هایی که صبح تا شب محصول واقعی می سازن، پول درمی آرن و شبها هم آدم رو راحت می خوابونن.



ظرفیت کارخانه‌های حافظه تا پایان ۲۰۲۶ کامل پر شده و ممکن است این کمبود تا ۲۰۲۸ ادامه پیدا کند. تقاضا حالا از سمت دیتاسترها و کلود اومده و چرخه طولانی‌تری داره. سینید می‌گوید: «حافظه کلید گلوگاه عملکرد سرورهای هوش مصنوعی است و ظرفیت آن تا ۲۰۲۶ فروخته شده.» پیشنهاد عجیب اما هوشمندانه او: سرمایه‌گذاری خصوصی در ورزش تیم‌ها، استادیوم‌ها، لیگ‌های نوظهور زنانه. می‌گوید این‌ها نه فقط بازدهی خوب دارن، بلکه در برابر تورم مقاوم‌اند و تنوع واقعی می‌سازن.

دان کالکانی مستقیم می‌ره سر اصل مطلب: بازارهای نوظهور بدون چین. هند، ویتنام، مکزیک، کره جنوبی. دلار داره ضعیف می‌شه، نرخ بهره پایین می‌آد، شرکت‌ها دارن زنجیره تأمین رو از چین «نزدیک» می‌کنن.

او می‌گوید: «ما هنوز در مراحل اولیه عملکرد بهتر بازارهای نوظهور بدون چین هستیم.» و بعد اضافه می‌کنه بهترین جای پارک پول، سرمایه‌گذاری خصوصی در بازار متوسط به پایین (lower-middle market private equity) در خدمات

کالکانی (مدیر سرمایه‌گذاری مرسر ادوایزرز) و فیلیپ اشترایل (مدیر سرمایه‌گذاری آمریکای مورنینگ‌استار) حرف‌شان یکی بود: «دیگه دنبال سوار شدن روی موج نیستیم. دنبال رودخانه‌ای هستیم که همیشه جریان داره.»

کیت مور مستقیم می‌ره سراغ «مواد معدنی حیاتی». مس، نیکل، لیتیوم همان‌هایی که بدون‌شان نه دیتاستر ساخته می‌شه، نه خودرو برقی، نه زیرساخت هوش مصنوعی. او معتقد است نگرانی از کند شدن سرمایه‌گذاری‌های AI بیش از حد بزرگ‌نمایی شده. شرکت‌ها تازه برنامه‌های سرمایه‌گذاری ۲۰۲۶ رو بالا بردن و می‌گن هزینه‌ها بیشتر از پیش‌بینی‌هاست. کیت می‌گوید: «نگرانی از کند شدن AI و سرمایه‌گذاری فناوری بیش از حد بزرگ‌نمایی شده.» او پیشنهاد می‌کنه بخشی از پول رو هم در بانک‌های بزرگ و متنوع‌گذاری و کمی طلا برای فرصت‌های خوب. سینید کلتون گرانت زاویه‌اش ظریف‌تره: «حافظه» (Memory chips). نه خود شرکت‌های بزرگ هوش مصنوعی، بلکه بطری‌گردن‌بطری که بدون آن سرورها لنگ می‌زنن.

ECONOMICS



کانادا در این معادله دقیقاً همان «رودخانه همیشه جاری» است که این چهار نفر دنبالش بودند.

۱. مواد معدنی حیاتی

کانادا یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان مس، نیکل، کبالت و اورانیوم دنیاست. پروژه‌های معدنی بریتیش کلمبیا، انتاریو و کبک با استانداردهای زیست‌محیطی (ESG) بالا دقیقاً همان چیزی است که کیت مورد دنبالش بود. برای ما ایرانی‌ها که دهه‌ها تجربه معدن و فلزات داریم، این می‌تواند پلی طلایی باشد: سرمایه‌گذاری مشترک، آوردن فناوری ایرانی در استخراج پایدار، و صادرات به بازارهای آسیا و اروپا. وقتی وال‌استریت دنبال مس است، کانادا آماده تحویل است.

۲. سلامت و داروسازی

کانادا یکی از قوی‌ترین اکوسیستم‌های بیوتک و فارما را در جهان دارد. شرکت‌های تورنتو، مونترال و ونکوور سال‌هاست داروهای سرطان، واکسن و تجهیزات پزشکی تولید می‌کنند. جریان نقدی‌شان پایدار است چون دولت و سیستم بیمه پشت‌شان ایستاده. دقیقاً همان «کیفیت» و «جریان نقدی ساعت‌وار» که فیلیپ اشترایل از آن حرف می‌زند.

۳. بازارهای نوظهور و زنجیره تأمین

بسیاری از شرکت‌های کانادایی دارند از چین خارج می‌شوند و به مکزیک و ویتنام می‌روند. ما به

ضروری است: شرکت‌هایی که با تکنولوژی کوچک حاشیه سودشان را بالا بردن و مدام یکی را می‌خورند و یکی را می‌سازند.

فیلیپ اشترایل، شاید واقع‌بین‌ترین‌شان، یک کلمه می‌گوید: «کیفیت».

شرکت‌هایی که جریان نقدی‌شان مثل ساعت سوئیزی منظم است. بخش سلامت و داروسازی، کالاهای مصرفی ضروری، برندهایی که بیست سال آینده هم می‌فروشند. سهام کوچک (Small-cap) که بعد از سه سال عملکرد ضعیف حالا ارزنده شده‌اند. او تأکید می‌کند کیفیت در سال ۲۰۲۵ حدود ۱۲ درصد از بازار عقب افتاده و حالا وقت تنوع واقعی رسیده.

جمع‌بندی چهار نفرشان مثل یه مشت محکم به صورت وال‌استریت بود: دوره داستان‌گویی تمام شد. دوره تولید شروع شده.

تولید به معنای واقعی کلمه. محصولی که مشتری هر روز نیاز دارد. درآمدی که می‌توانی روی کاغذ پیش‌بینی کنی. بدهی کم، حاشیه سود پایدار، جریان نقدی که شب‌ها راحت بخوابی.

حالا بباید این گزارش را برای ما سرمایه‌گذاران، تاجران و کارآفرینان ایرانی-کانادایی ترجمه کنیم.



عنوان پلی طبیعی بین خاورمیانه و آمریکای شمالی می‌توانیم در این «نزدیک‌سازی» نقش کلیدی بازی کنیم: لجستیک، تأمین نیروی متخصص ایرانی-کانادایی، سرمایه‌گذاری در SME‌هایی که نیاز به شریک منطقه‌ای دارند. دان کالکانی دقیقاً همین را گفت: «بهتر است عمق بیشتری در هند، ویتنام، مکزیک و کره جنوبی داشته باشیم.»

۴. سرمایه‌گذاری خصوصی و فرصت‌های واقعی

لیگ‌های ورزشی کانادا (هاکی، ساکر، لیگ‌های زنانه)، استارت‌آپ‌های خدمات ضروری و پروژه‌های زیرساختی کوچک □ همه همان چیزهایی هستند که مشاوران بلومبرگ به آن اشاره کردند و برای ما، به دلیل شبکه دیاسپورا، قوانین مهاجرتی و تجربه کارآفرینی، دست‌یافتنی‌تر از هر جای دیگری هستند. **پیام گزارش بلومبرگ برای ما در سال یازدهم فعالیت انجمن، ساده، قدرتمند و امیدوارکننده است:**

دیگر لازم نیست دنبال «بعدی‌ترین چیز» بگردیم. کافی است دنبال «بهترین چیزهای پایدار» بگردیم. بیزنس‌هایی که محصول واقعی می‌فروشند. شرکت‌هایی که صبح تا شب پول درمی‌آورند. کشوری مثل کانادا که زیرساخت، قانون و ثباتش مثل ساعت کار می‌کند.



اگر امروز یک میلیون دلار داشتیم، قسمتی را در مواد معدنی کانادایی می‌گذاشتیم، قسمتی در شرکت‌های داروسازی تورنتو و مونترال، قسمتی در private equity خدمات ضروری، کمی طلا برای احتیاط، و مهم‌تر از همه، قسمتی را در «ارتباط» سرمایه‌گذاری می‌کردم - ارتباط بین تجربه صنعتی و معدنی ایران و ثبات و استانداردهای کانادایی. چون در نهایت، بهترین سرمایه‌گذاری، ساختن پلی است که دو طرفش جریان نقدی داشته باشد.

این دقیقاً همان کاری است که انجمن بازرگانی ایران و کانادا یازده سال است انجام می‌دهد: نه هیجان، نه حساب، نه داستان. فقط جریان. جریان تجارت، جریان سرمایه، جریان اعتماد.



بازار ۲۰۲۶ شاید کمتر هیجان‌انگیز به نظر برسد، اما یک ویژگی مهم دارد: عقلانیت در حال بازگشت است. و این برای کسانی که به تولید واقعی، جریان نقدی و کسب‌وکارهای پایدار باور دارند، بهترین خبر ممکن است.

شغل مناسب در کانادا

در انتظار شماست

یافتن شغل مناسب در کانادا نیازمند مهارت و تجربه است.
با همراهی تیم متخصصین ما:

RSM
C A P I T A L

✓ **متقاضی فرصت های شغلی پنهان باشید**

✓ **برای مصاحبه حرفه ای آماده شوید**

✓ **شانس استخدامتان را افزایش دهید**



مناسب ایرانیان داخل کانادا

بهترین راه برای پیش بینی آینده، خلق آن است.

RSM Capital اولین مجموعه رسمی فارسی زبان با خدمات جامع اقامتی، کاری و بیزینسی، متصل کننده شما به فرصت های شغلی معتبر، سرمایه گذاری و خرید و فروش بیزینس و املاک، خدمات اخذ وام،

با تیم مستقر و فعال در داخل خاک کانادا برای همراهی مطمئن در تمام مسیر.

✉ info@rsmcapital.ca

☎ +15148121744

با ما در ارتباط باشید:

🌐 rsmcapital.ca

آینده شما در کانادا

با RSM CAPITAL

بیزینس خودت رو در مونترال
راه اندازی کن و به **درآمد دلاری** برس!



مهاجرت به کانادا یک اتفاق نیست، یک فرایند پنج ساله است! رد شدن از مرز تنها ۵% مسیر است. ۹۵% موفقیت از کسب **درآمد دلاری** در کانادا شروع می شود. چقدر آماده اید؟ از کی **شروع** می کنید؟



RSM
CAPITAL

درآمد دلاری سریع با بیزینس سودآور



پشتیبانی کامل برای اقامت دائم



۱۲ سال تجربه در کنار شما



همین حالا تماس بگیر!



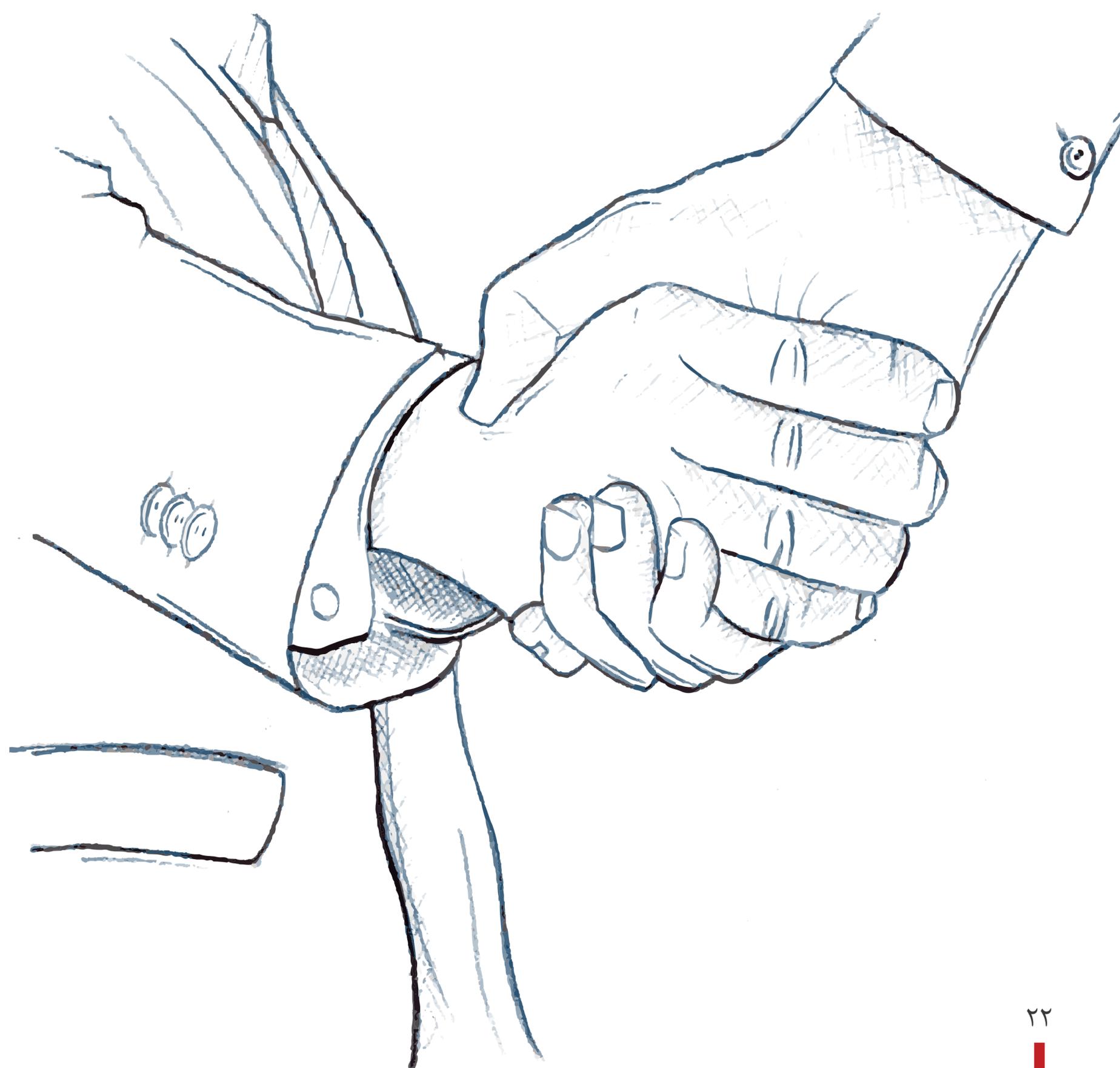
+15148121744

از ایده تا موفقیت، با شما هستیم!



معرفی اعضای محترم انجمن بازرگانی ایران کانادا

در این بخش به معرفی بخشی از رزومه و بیزینس اعضای محترم می پردازیم:



معرفی شرکت

ASEH YASOOJ CO



ASEH CO.
Licorice Mfg & Exp.co

شرکت ASEH YASOOJ CO در سال ۱۹۸۹ با هدف تولید و صادرات عصاره شیرین بیان در دو فرم پودر و بلوک، با ظرفیت تولید سالانه ۱۲۰۰ تن متریک تأسیس شد. کارخانه این شرکت در شهرک صنعتی بلوکو، یاسوج، ایران واقع شده و دفتر مرکزی آن در آدرس زیر قرار دارد:

شیراز، خیابان فلسطین، خیابان
معادل غربی، پلاک ۲۱۶، طبقه اول،
واحد ۵

■ جایگاه و افتخارات

ASEH یکی از بزرگترین و معتبرترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان عصاره شیرین بیان در ایران است که بیش از ۲۰ سال سابقه تخصصی در این صنعت دارد. این شرکت در سالهای ۲۰۰۱ و ۲۰۰۸ موفق به دریافت نشان ملی «صادرکننده نمونه ایران» شده و هر ساله به عنوان واحد صنعتی نمونه در سطح استان مورد تقدیر قرار گرفته است.

■ گواهینامه‌ها و استانداردهای بین‌المللی

ASEH موفق به اخذ گواهینامه‌های معتبر در حوزه مدیریت کیفیت و ایمنی مواد غذایی شده است، از جمله:

■ سری استانداردهای ISO 9000

* ISO 9002:1994 (دریافت در سال 2001)

* ISO 9001:2000 (دریافت در سال 2005 و

تمدید در 2008)

* اقدام برای دریافت نسخه جدید ISO

9001:2008

این استانداردها چارچوب سیستم مدیریت کیفیت را در سطح بین‌المللی تعیین می‌کنند.

■ HACCP

(Hazard Analysis Critical Control Point)

استاندارد تجزیه و تحلیل خطر و کنترل نقاط بحرانی که دستورالعمل‌های ایمنی در صنایع غذایی را تعیین می‌کند.

این گواهینامه در سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۸ توسط ASEH اخذ شده است.

* ISO 22000:2005

استاندارد بین‌المللی سیستم مدیریت ایمنی مواد غذایی برای تمامی سازمان‌های فعال در زنجیره تأمین غذا.

این گواهینامه در سال ۲۰۰۸ توسط ASEH دریافت شد.

* (BRC) British Retail Consortium

استاندارد بین‌المللی تدوین شده در بریتانیا (۱۹۹۸) جهت تضمین کیفیت و ایمنی مواد غذایی عرضه شده به بازار خرده‌فروشان بریتانیا.

■ ASEH

تنها دارنده این گواهینامه در ایران
تنها شرکت دارای این اعتبار در صنعت
شیرین بیان در سطح جهان
این اعتبار در سال ۲۰۰۸ به شرکت اعطا شد.

■ (IFS) International Food Standard

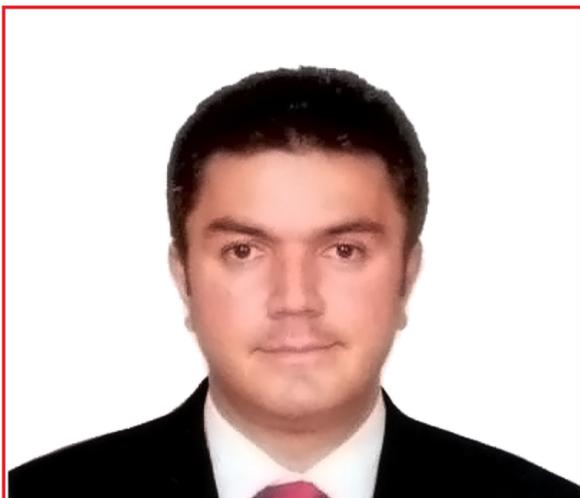
استاندارد بین‌المللی مواد غذایی که ابتدا برای خرده‌فروشان آلمانی و فرانسوی تدوین شد تا ایمنی و کیفیت محصولات غذایی تضمین شود.

این گواهینامه در سال ۲۰۰۸ دریافت شده است.

معرفی شرکت کومش فرم

**KOOMESH
FORM**

www.koomeshform.com



حسین نبیی

انواع سیستم های قالب بندی مدولار، سقفی، قالب های پرنده، قالب های لغزنده (اسلیپ فرم) به همراه انواع جک های باربر، این امکان را بوجود می آورد که طراحی سیستم های قالب بندی متناسب با شرایط و نیازمندی های خاص هر پروژه انجام شود. به نحوی که کیفیت، کارایی، سهولت و سرعت بالا در اجرا و همچنین اقتصادی ترین طرح ارائه گردد.

با استفاده از نیروهای متخصص داخلی و خارجی در دفتر فنی این شرکت، امکان طراحی و ساخت سیستم های قالب بندی جهت سازه های خاص همچون سد، عرشه پل ها، تونل های جاده ای و فاضلابی، مخازن آب، سیلوها، کالورت ها، قطعات بتنی پیش ساخته (سگمنت) و دیگر موارد خاص امکان پذیر می باشد.

این شرکت با سرمایه گذاری در واحد تحقیق و توسعه، آماده ارائه هرگونه مشاوره در خصوص قالب ابنیه بتنی می باشد. توانایی پیشنهاد بهترین راهکارهای اجرایی برای هر پروژه افتخار تیم فنی ماست. با تلفیق تجربه و نوآوری، تضمین خدمات پس از فروش آن چنان که شایسته مشتریان می باشد بسیار آسان خواهد بود.

شرکت کومش فرم صنعت، از سال ۲۰۰۴ میلادی با نام تجاری Formo Industries در دوبی (امارات متحد عربی) آغاز به کار نموده است که در زمینه طراحی و تولید قالب های بتنی و سیستم های داربستی فعالیت می نماید. Formo Industries طی یک دهه فعالیت، با اجرای پروژه های بزرگ در سه قاره دنیا، نام خود را به عنوان یکی از موفق ترین تولید کنندگان قالب ابنیه بتنی صنعت راه و ساختمان ثبت نموده است. این شرکت در شمال آفریقا، چین، استرالیا و کشورهای حوزه خلیج فارس مانند امارات متحد عربی، بحرین، قطر، عمان، کویت، عربستان سعودی، سوریه، اردن و عراق پروژه های موفق داشته و دارد.

شرکت "کومش فرم" با در اختیار داشتن کارخانه ای مجهز و نیروی انسانی مجرب واقع در شهرک صنعتی سمنان، قادر است تمامی نیازهای صنعت قالب بندی را با نگاهی مهندسی و دقیق تامین نماید. استفاده از ماشین آلات و دستگاه های تمام اتوماتیک و نیمه اتوماتیک، خط رنگ کوره ای اتوماتیک در کنار کنترل کیفیت دقیق، ما را به هدفمان که تامین تمامی نیازهای قالب بندی پروژه های مشتریان می باشد، نزدیک می سازد.

متخصصین سیستم های بتن ریزی
تنوع سیستم های قالب بندی این شرکت، شامل





جناب آقای مهندس امین گلستانی



جناب آقای دکتر علی ایزدی

معرفی شرکت

Galao International Inc

محصولات به صورت کارآمد و به موقع به دست مشتریان برسند. این شرکت با بهره‌گیری از شبکه‌ی تأمین تثبیت شده و تعهد جدی به خدمات مشتری، فرآیند توزیع یکپارچه‌ای را از انبارها تا مصرف‌کنندگان نهایی مدیریت می‌کند.

رهبری قابل اعتماد در حوزه‌ی تغذیه و سلامت، هدف استراتژیک این مجموعه است و با خلق ارزش‌های مشترک، نهایت تلاش خود را برای تحقق این هدف به کار می‌گیرد.

به طور کلی، این شرکت به تعهد خود نسبت به کیفیت، نوآوری و رضایت مشتری افتخار می‌کند. اگر به دنبال محصولات درجه یک، شرکای تجاری قابل اعتماد یا خدمات توزیع کارآمد هستید، Galao راهکاری جامع و مطمئن برای تأمین نیازهای امروز و آینده‌ی شما خواهد بود.

INC یک شرکت تولیدی، بازرگانی و پخش پویاست که در طیف گسترده‌ای از محصولات و خدمات فعالیت می‌کند. این مجموعه با تمرکز بر کیفیت، نوآوری و رضایت مشتری، برند Galao را به عنوان نامی قابل اعتماد تثبیت کرده است. پشتوانه‌ی ۴۰ ساله‌ی گروه شرکت‌های کشت و صنعت گلستان دزفول، سرمایه‌ای ارزشمند برای تقویت جایگاه این برند در بازار به شمار می‌رود.

در حوزه‌ی تجارت، Galao با ایجاد شراکت‌های قدرتمند و پایدار با تأمین‌کنندگان و توزیع‌کنندگان، امکان تأمین بهترین مواد اولیه و محصولات را برای مشتریان خود فراهم کرده است. شبکه‌ی گسترده و تخصص تجاری این شرکت، ارائه‌ی قیمت‌های رقابتی و خدمات تحویل قابل اعتماد را ممکن ساخته است. بازوی توزیع Galao تضمین می‌کند که



www.Galao.ca

معرفی شرکت



محمد علی صیفی کاشانی



www.azarakhsh.ir

انواع سیستم های قالب بندی مدولار، سقفی، قالب های پرنده، قالب های لغزنده (اسلیپ فرم) به همراه انواع جک های باربر، این امکان را بوجود می آورد که طراحی سیستم های قالب بندی متناسب با شرایط و نیازمندی های خاص هر پروژه انجام شود. به نحوی که کیفیت، کارایی، سهولت و سرعت بالا در اجرا و همچنین اقتصادی ترین طرح ارائه گردد.

با استفاده از نیروهای متخصص داخلی و خارجی در دفتر فنی این شرکت، امکان طراحی و ساخت سیستم های قالب بندی جهت سازه های خاص همچون سد، عرشه پل ها، تونل های جاده ای و فاضلابی، مخازن آب، سیلوها، کالورت ها، قطعات بتنی پیش ساخته (سگمنت) و دیگر موارد خاص امکان پذیر می باشد.

این شرکت با سرمایه گذاری در واحد تحقیق و توسعه، آماده ارائه هرگونه مشاوره در خصوص قالب ابنیه بتنی می باشد. توانایی پیشنهاد بهترین راهکارهای اجرایی برای هر پروژه افتخار تیم فنی ماست. با تلفیق تجربه و نوآوری، تضمین خدمات پس از فروش آن چنان که شایسته مشتریان می باشد بسیار آسان خواهد بود.

شرکت کومش فرم صنعت، از سال ۲۰۰۴ میلادی با نام تجاری Formo Industries در دوبی (امارات متحد عربی) آغاز به کار نموده است که در زمینه طراحی و تولید قالب های بتنی و سیستم های داربستی فعالیت می نماید. Formo Industries طی یک دهه فعالیت، با اجرای پروژه های بزرگ در سه قاره دنیا، نام خود را به عنوان یکی از موفق ترین تولید کنندگان قالب ابنیه بتنی صنعت راه و ساختمان ثبت نموده است. این شرکت در شمال آفریقا، چین، استرالیا و کشورهای حوزه خلیج فارس مانند امارات متحد عربی، بحرین، قطر، عمان، کویت، عربستان سعودی، سوریه، اردن و عراق پروژه های موفق داشته و دارد.

▪ شرکت "کومش فرم" با در اختیار داشتن کارخانه ای مجهز و نیروی انسانی مجرب واقع در شهرک صنعتی سمنان، قادر است تمامی نیازهای صنعت قالب بندی را با نگاهی مهندسی و دقیق تامین نماید. استفاده از ماشین آلات و دستگاه های تمام اتوماتیک و نیمه اتوماتیک، خط رنگ کوره ای اتوماتیک در کنار کنترل کیفیت دقیق، ما را به هدفمان که تامین تمامی نیازهای قالب بندی پروژه های مشتریان می باشد، نزدیک می سازد.

▪ متخصصین سیستم های بتن ریزی
تنوع سیستم های قالب بندی این شرکت، شامل



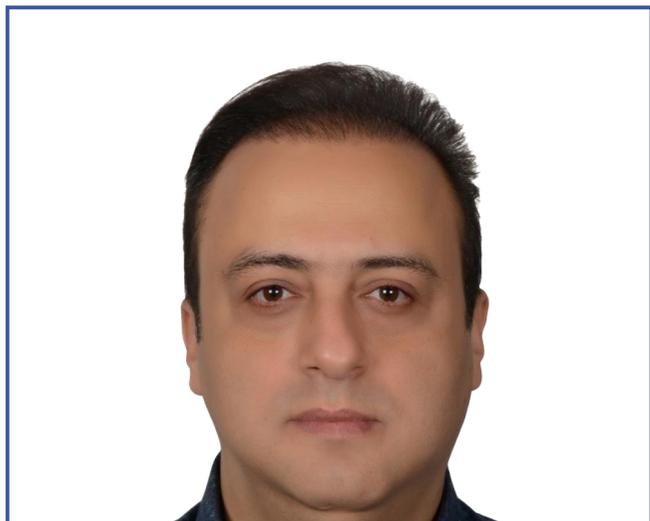
معرفی شرکت

شرکت بازرگانی آرسین

AR SIN Auto Spare Parts LLC **آرسین** ش.ذ.م.م **للتجارة**

www.Arsinparts.com

www.Arsintrading.com



فرید عباسعلی پور علمداری

ما همواره در تلاش هستیم با بهبود مستمر سیستم تأمین و توزیع، تحویل سریع و به موقع کالا را تضمین کرده و حداکثر رضایت مشتریان را فراهم آوریم.

■ مأموریت (MISSION)

هدف ما در شرکت بازرگانی آرسین تنها توزیع محصولات اصلی و دستیابی به حجم بالای فروش نیست؛ بلکه تمرکز اصلی ما بر رضایت مشتریان به منظور ایجاد همکاری مستمر و منافع متقابل در بلندمدت است.

ما بر این باوریم که این هدف از طریق ارائه خدمات دقیق، سریع و قابل اعتماد محقق می‌شود.

■ تجربه (EXPERIENCE)

شرکت بازرگانی آرسین از سال ۲۰۰۰ در زمینه واردات و صادرات قطعات یدکی خودروهای کره‌ای فعالیت دارد. محصولات این شرکت با برندهای معتبر کره‌ای از جمله کیا و هیوندای سازگار می‌باشند. در طول این سال‌ها، مفتخر بوده‌ایم که به مشتریانی در سراسر جهان خدمات ارائه دهیم و روابط تجاری بلندمدتی مبتنی بر اعتماد و اطمینان ایجاد کنیم.

تعهد ما به همگام‌بودن با جدیدترین فناوری‌ها و روش‌های نوین صنعت، ما را به یکی از پیشگامان این حوزه در دوره‌ای نوین تبدیل کرده است. این رویکرد متعهدانه همچنان مسیر فعالیت‌های ما را هدایت می‌کند.

■ چشم‌انداز (VISION)

تبدیل‌شدن به برترین متخصص جهانی در حوزه قطعات یدکی خودروهای کره‌ای.

معرفی جناب آقای

کاوه آقاسیان

کاوه آقاسیان

دکترای فلسفه (Ph.D.)

فارغ التحصیل دانشگاه آزاد اسلامی -

واحد علوم و تحقیقات



کاوه آقاسیان

کرده و به صورت پیش فعالانه راهکارهای مؤثر ارائه دهم تا موفقیت پروژه تضمین شود.

متعهد به تحویل پروژهها در بالاترین استانداردهای کیفی هستم و همواره در تلاش برای فراتر رفتن از انتظارات در تمامی پروژههایی هستم که مسئولیت آنها را بر عهده می‌گیرم.

برخی از پروژهها:

- طراحی و ساخت پنج برج ۲۲ طبقه
- طراحی و ساخت مرکز درمانی خیریه برای بنیاد بیماری‌های خاص - بجنورد (مدل EPC)
- طراحی و اجرای مرکز رادیوتراپی در بیمارستان جامع بنیاد بیماری‌های خاص شرق (EPC)
- طراحی و اجرای مرکز رادیوتراپی بیمارستان جامع سرطان (مدل EPC)
- ساخت سازه دفن اسناد مرکز تحقیقات علمی و فنی
- پروژه توسعه فولاد آلیاژی یزد
- ساخت کارخانه تولید ورق خودرو - استان چهارمحال و بختیاری (مدل EPC)

به‌عنوان یک مدیر پروژه ساختمانی با تجربه و دارای تخصص در ساخت سازه‌های فولادی و بتنی، با موفقیت پروژه‌های بزرگ مقیاس تا سقف ۲۰۰ میلیون دلار را مدیریت و اجرا کرده‌ام و آنها را در زمان مقرر و در چارچوب بودجه تعیین‌شده تحویل داده‌ام.

با بیش از ۱۵ سال سابقه در مدیریت پروژه، همواره متعهد به تضمین رضایت کارفرما بوده‌ام و سابقه‌ای مستمر در پیاده‌سازی بهترین رویه‌ها (Best Practices) برای افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و ارتقای سطح تولید تا ۲۵ درصد داشته‌ام.

در نقش مدیر پروژه ساختمانی، مهارت‌های رهبری قدرتمندی از خود نشان داده‌ام؛ از جمله هماهنگی و هدایت تیم‌هایی تا ۵۰۰ نفر و نظارت بر پروژه‌های عمرانی گسترده با زیربنایی تا ۱۰۰,۰۰۰ مترمربع.

تخصص من در مدیریت پروژه‌های ساختمانی این امکان را فراهم کرده است که چالش‌های احتمالی را پیش‌بینی



پیمان سلیمان میگونی

معرفی شرکت زی نو



www.zinooo.com

شرکت گردشگری هیجانی زی نو میگون زی نو، تجربه‌ای فراتر از انتظارات

در زینو، ما به دنبال خلق لحظاتی هستیم که تنها یک خاطره نباشند، بلکه تبدیل به داستان‌هایی شوند که همیشه در ذهن شما باقی بمانند. ما معتقدیم زندگی تنها از لحظات عادی تشکیل نشده است؛ بلکه ترکیبی از شگفتی‌ها، هیجان‌ها و تجربه‌های جذاب است که آن را به یک سفر پررنگ و بی‌نظیر تبدیل می‌کند. زینو با الهام از طبیعت، ماجراجویی و نوآوری، محصولات را طراحی کرده است که هر بار استفاده از آن‌ها، حس کشف و شگفتی را برای شما زنده می‌کند. ما به دنبال این هستیم که هر محصول زینو، مانند یک دروازه به دنیایی از امکانات نامحدود عمل کند و شما را به رویایی واقعی تبدیل کند.

زی نو، همراهی که همیشه در کنارتان است

ما در زینو، به قدرت خلاقیت و نوآوری اعتقاد داریم و می‌دانیم که هر فردی

شایسته تجربه‌ای منحصر به فرد است. به همین دلیل، هر محصول ما با دقت و عشق طراحی شده است تا نه تنها نیازهای شما را برآورده کند، بلکه الهام‌بخش زندگی شما باشد. چه در حال کشف طبیعت باشید، چه به دنبال لحظاتی پر از هیجان، و یا حتی در دنبال آرامش عمیق، زینو همراهی است که همیشه در کنارتان خواهد بود. ما به شما قول می‌دهیم که هر لحظه‌ای که با زینو تجربه می‌کنید، شادی، غرور و انگیزه‌ای تازه به دل شما منتقل کند. زینو، تنها یک برند نیست؛ ما سبک زندگی هستیم. سبکی که هر لحظه را ارزشمندتر می‌کند.

این وعده‌برند، جوهره تجربه‌های دگرگون‌کننده‌ای است که ما ارائه می‌دهیم. ما افراد را تشویق می‌کنیم تا چالش‌های جدید را بپذیرند و ناشناخته‌ها را کشف کنند.

ماجرای جویی را در آغوش بگیر، شادی‌ات را شعله‌ور کن...

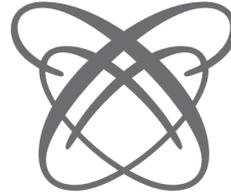




آرگین اوحانیان

معرفی شرکت

ohanian



OHANIAN

www.ohanian.ir

«اوحانیان» از معدود کارخانه‌های طلاسازی ایران است که تمامی مراحل تولید، از صفر تا صد، را در داخل مجموعه انجام می‌دهد.

همچنین با راه‌اندازی خط بازیافت طلای مصرفی کارخانه - که یکی از مهم‌ترین مراحل در چرخه تولید زیورآلات طلاست - به خودکفایی کامل دست یافته و ظرفیت‌های تولیدی خود را به‌طور چشمگیری افزایش داده است.

توسعه فعالیت‌ها

در سال ۱۴۰۲، مجموعه طلای «اوحانیان» با افتتاح فروشگاه خود در بازار تهران، قلب تجاری ایران، گام مهم دیگری در مسیر توسعه فعالیت‌های خود برداشت. این فروشگاه، برترین تولیدات مجموعه را به‌صورت عمده به همکاران و مشتریان عرضه می‌کند. امروزه طلای «اوحانیان» در محیطی پویا، فرصت‌های شغلی مناسبی برای جمعی از متخصصان حرفه‌ای در حوزه تولید زیورآلات طلا ایجاد کرده است. این مجموعه در سال ۱۴۰۲ موفق به دریافت گواهینامه **ISO ۹۰۰۱** در زمینه طراحی، تولید و فروش زیورآلات طلا شده است.

معرفی برند اوحانیان

آرگین اوحانیان، مؤسس برند «اوحانیان» و مدیر این مجموعه، فردی پویا و حرفه‌ای است. مجموعه طلای «اوحانیان» یک واحد خودکفا و مجهز با بیش از ده سال سابقه فعالیت است که دارای کد استاندارد ۱۴۲۸۲ از سازمان ملی استاندارد ایران می‌باشد. این مجموعه تمامی مراحل تولید زیورآلات طلا را به‌صورت کامل انجام می‌دهد و با ارائه محصولات باکیفیت و طراحی‌های منحصربه‌فرد، توانسته جایگاه ویژه‌ای در بازار طلای ایران کسب کند.

طراحی دقیق، اصولی و در عین حال فانتزی، همراه با توجه به سلیقه مشتریان، برند «اوحانیان» را همواره به‌روز و در رقابت با سایر برندها نگه داشته است. استفاده از فناوری‌های پیشرفته و بهره‌گیری از استادکاران حرفه‌ای در صنعت طلا و جواهر، کیفیت محصولات این مجموعه را به نمونه‌های خارجی نزدیک کرده است.

این مجموعه با همکاری مستمر با آزمایشگاه‌های تحت نظارت سازمان ملی استاندارد ایران، بر استاندارد و خلوص مواد اولیه نظارت دقیق دارد و کیفیت و دقت محصول نهایی را برای مشتریان خود تضمین می‌کند.

معرفی شرکت

هلدینگ نجفی



NAJAFI
HOLDING

www.najafiholding.ir



معرفی هلدینگ نجفی

هلدینگ نجفی به عنوان یکی از استارت‌آپ‌های اقتصادی پیشرو در ایران با تکیه بر دانش تخصص و تجربه مدیران خود، مفتخر است در مسیر پیشرفت توسعه پایدار و آبادانی ایران عزیز گام‌های مؤثری بردارد. این مجموعه با نگرشی نوین به اقتصاد هوشمند و سرمایه‌گذاری پایدار، فعالیت خود را در گستره‌ای از صنایع کلیدی و بین‌المللی گسترش داده است.

چشم‌انداز

هلدینگ نجفی در پی آن است که به یکی از بازیگران تأثیرگذار در عرصه اقتصاد ملی و بین‌المللی تبدیل شود و با ایجاد شبکه‌ای پویا از شرکت‌های تخصصی سهمی مؤثر در رشد اقتصادی کشور و توسعه همکاری‌های بین‌المللی ایفا نماید.

ماموریت سازمانی

ماموریت هلدینگ نجفی، توانمندسازی اقتصاد ملی از طریق ایجاد هم‌افزایی میان صنایع و گسترش همکاری‌های داخلی و خارجی است. این هلدینگ با تمرکز بر نوآوری کیفیت سرمایه‌گذاری هدفمند و بهره‌وری حداکثری به دنبال خلق ارزش پایدار برای سهام‌داران شرکا و جامعه است.

افشین نجفی

* بنیان‌گذار سواد ملکی

* دانش‌آموخته دکتری مدیریت اجرایی

* دارای مدرک مدیریت اجرایی پیشرفته با رویکرد ساختمان (CDBA)

* دارای ۲۰ سال سابقه مؤثر در حوزه کارگزاری املاک و مستغلات و مهندسی فروش

* دارای ۱۶ سال سابقه سرمایه‌گذاری کلان اقتصادی

* دارای مدرک مشاور حقوقی

* دارنده ۱۴ مدرک بین‌المللی در حوزه‌های بازاریابی و مدیریت رضایت‌مندی مشتری

عضویت‌ها

* عضو انجمن فرانگران نوین استاندارد ISO 10004

* عضو خانه صنعت، معدن و تجارت جوانان

* عضو انجمن علمی بازاریابی ایران

* عضو انجمن مدیریت اجرایی ایران

* عضو انجمن اقتصاددانان ایران

* عضو انجمن بلاکچین خراسان

* مؤسس و سرمایه‌گذار برند آوا

معرفی شرکت



www.regna-health.com



بیژن رجائیان

- * فعالیت‌های بدنی تیم‌سازی برای تقویت همکاری و روحیه تیمی
- * کارگاه‌های ارگونومی جهت پیشگیری از آسیب‌های شغلی
- * ویدئوهای سلامت و تندرستی در موضوعات متنوع
- * چالش‌های ورزشی کارکنان برای ایجاد رقابت سالم
- * برنامه‌های حمایت از سلامت روان شامل جلسات ذهن‌آگاهی و کارگاه‌های ارتقای سلامت.
- * این اقدامات با هدف بهبود سلامت عمومی و افزایش بهره‌وری کارکنان طراحی شده‌اند.

■ کارگاه‌های تخصصی

- کارگاه‌های تخصصی ما طیف گسترده‌ای از موضوعات را پوشش می‌دهند، از جمله:
- * تغذیه و رژیم غذایی سالم با آموزش اصول رژیم متعادل و نحوه خواندن برچسب‌های غذایی
- * تکنیک‌های مدیریت استرس از طریق مدیتیشن و ذهن‌آگاهی
- * پیشگیری و بازتوانی آسیب‌ها با آموزش تمرینات ایمن
- * سمینارهای سلامت جامع شامل بهداشت خواب و اصلاح سبک زندگی
- * آموزش‌های تخصصی برای گروه‌های خاص مانند:
- تناسب‌اندام دوران بارداری و برنامه‌های ورزشی نوجوانان
- مدیریت ریسک‌های سلامت با تمرکز بر پیشگیری از بیماری‌های مزمن
- * کارگاه‌های رشد و توسعه فردی با تمرکز بر هدف‌گذاری و بهبود فردی در چارچوب سلامت و تناسب‌اندام

شرکت **Regna Health Ltd** مستقر در ونکوور، بریتیش کلمبیا، یک شرکت پیشرو در حوزه تناسب‌اندام و سلامت است. این مجموعه توسط بیژن رجائیان، متخصص برجسته دارای دکترای علوم ورزشی، تأسیس شده است و در ارائه تمرین‌های گروهی با هدایت مربی و همچنین برنامه‌های جامع سلامت سازمانی تخصص دارد.

■ برنامه‌های ورزشی گروهی

برنامه‌های ورزشی گروهی ما طیف متنوعی از فعالیت‌های تناسب‌اندام را ارائه می‌دهد، از جمله:

یوگای گروهی (از هاتا تا وینیا‌سا)، تمرینات تناوبی پرفشار (HIIT)، گروه‌های پیاده‌روی، باشگاه‌های دو، گروه‌های دوچرخه‌سواری، تمرینات دایره‌ای قدرتی، کلاس‌های ایروبیک، جلسات پیلاتس، زومبا (تناسب‌اندام همراه با رقص)، بوت‌کمپ، تمرینات آبی، کلاس‌های ویژه سالمندان، گروه‌های ذهن‌آگاهی و مدیتیشن، و تمرینات تخصصی ورزشی (مانند بدمینتون یا فوتبال). این برنامه‌ها برای سطوح مختلف طراحی شده‌اند و به ارتقای سلامت و تندرستی عمومی کمک می‌کنند.

■ برنامه‌های سلامت سازمانی (Corporate Wellness) برنامه‌های سلامت سازمانی شامل موارد زیر است:

- * طراحی برنامه‌های ورزشی اختصاصی با جلسات گروهی متناسب با نیاز هر سازمان
- * ارزیابی سلامت کارکنان در محیط کار
- * برگزاری کارگاه‌های حضوری درباره مدیریت استرس و تعادل کار و زندگی

معرفی شرکت



سید محمد عتیقه چی



www.dsmgroup.ir

هدف نهایی من تولید این محصولات در کانادا و عرضه آنها به بازارهای بین‌المللی است، چراکه به کارایی و مزیت رقابتی آنها اطمینان دارم.

در حال حاضر مالک و مدیر یک شرکت تولیدی هستم که در حوزه تولید بلوک‌های معدنی ویژه صنایع لبنی فعالیت می‌کند.

■ درباره شرکت دام دارو صنعت

شرکت دام صنعت در سال ۱۳۶۸ با هدف بهینه سازی صنعت خوراک دام کشور در سالهای پس از جنگ تحمیلی با فعالیت و پژوهش در راستای تولید و عرضه ی محصولات مفید در این صنعت پای در عرصه ی حضور نهاد. این مجموعه اکنون با ۴ محصول و ۳ محصول در پروسه ی پیش تولید اکنون از حداکثر توان خود در انجام اهداف سازمان خود با شعار تولید بهینه ی دام و طیور کشور بکار برده است. کلیه محصولات شرکت دام صنعت دارای پروانه دامپزشکی و استاندارد ISO و GMP می باشند.

همچنین یک محصول ضد عفونی کننده نوآورانه برای صنعت طیور توسعه داده‌ام که کاملاً مقرون به صرفه بوده و قابلیت جایگزینی فرمالین و پرمنگنات پتاسیم را دارد. از دیگر محصولات ما می‌توان به خمیر شاخ‌زدایی ویژه گوساله‌های جوان و نیز انواع آهنرباهای دامی مناسب برای تمامی رده‌های دام در واحدهای دامداری شیری اشاره کرد.

در حال حاضر بر روی توسعه یک اصلاح کننده خاک نوآورانه با هدف افزایش تولید انبوه چوب در پروژه‌های جنگل کاری کار می‌کنم. هدف من تحلیل بازار این محصول در کانادا است، چرا که این کشور به طور جدی به دنبال به کارگیری روش‌های نوین جنگل کاری برای کاهش انتشار CO₂ و مقابله با تغییرات اقلیمی است.

ما بطور روز افزون در تلاشیم تا آنچه مشتریان از ما درخواست می کنند برآورده کنیم تا این موجب تعاملی سازنده برای طرفین تعامل با شرکت دام صنعت می باشد؛ تلاش حداکثری برای کیفیت، حفظ قدمت، یکپارچگی تک تک پرسنل در انجام هدفی واحد در راستای اهداف مجموعه و کسب رضایت مشتریان و مصرف کنندگان محصولات ماهواره شعار این مجموعه می باشد.

چندین نوآوری دیگر نیز در دست توسعه دارم که همگی در حوزه محیط زیست و کاهش اثرات تغییرات اقلیمی تعریف می‌شوند. تمایل دارم برای ارزیابی علمی اثربخشی این محصولات با کارشناسان دانشگاه UBC همکاری کنم.



معرفی آموزشگاه

زبان مهرداد



محبوبه فغانزاده

طراحی پلتفرم‌های یادگیری در فضای آنلاین و حضوری
مدیریت برند شخصی آموزشی در شبکه‌های اجتماعی
تولید محتوا، کمپین‌های انگیزشی، و جذب مخاطب با مدل‌های نوآورانه

▪ دستاوردهای شاخص

راه‌اندازی آموزشگاه موفق در دوران چالش‌های اقتصادی
جذب صدها مخاطب فعال در دوره‌های آنلاین
برگزاری سمینارها، وبینارها و ورکشاپ‌های انگیزشی
تولید محتوای آموزشی با بازخورد مثبت و اثرگذار در رشد شخصی مخاطبان

▪ ویژگی‌های مدیریتی و رهبری

مهارت در ساخت تیم، هدایت کارکنان و ایجاد فضای رشد در محیط کاری

می‌خوام آموزشگاه من جایی باشه برای رشد انسان‌هایی که می‌خوان از نو متولد شن. جایی برای ساختن، برای بیدار شدن، برای آزاد شدن. “

▪ درباره من

* دکترای زبان شناسی همگانی
* مدرس دانشگاه و کارآفرین برتر سال ۹۸
* مدیر و مؤسس آکادمی زبانهای خارجه
* فارغ التحصیل تربیت مدرس شکوفایی و تربیت کوچ حرفه ای
* مدیر و مؤسس آموزشگاه زبانهای خارجه مهرداد، کوچ
* توسعه فردی، کارآفرین آموزشی، سخنران انگیزشی

▪ تحصیلات و تخصص‌ها

دکترای تخصصی زبان شناسی همگانی
دارای مدارک بین‌المللی کوچینگ و توسعه فردی
تخصص در زمینه طراحی مسیر رشد شخصی، عزت‌نفس

▪ مدیریت آموزشگاه

مؤسس و مدیر آموزشگاه زبانهای خارجه مهرداد
طراحی، راه‌اندازی و مدیریت یک مرکز آموزشی خصوصی با تمرکز بر:
توسعه فردی و ذهنی
مهارت‌های زندگی برای نوجوانان و بزرگسالان
آموزش تخصصی کوچینگ و مربیگری فردی
تربیت و رهبری تیمی از مدرسین، مشاوران و مربیان
ایجاد سیستم‌های آموزشی هدفمند برای رشد مراجعین و مخاطبان

▪ کارآفرینی آموزشی

خلق دوره‌های تحول‌آفرین بر اساس نیازهای واقعی جامعه (عزت‌نفس، اعتماد به نفس)

معرفی شرکت گروه تجاری رادین

Radin
Business inc.



مهدی خواجه‌وند

- * سندیت رسمی فروش محصولات چندین پالایشگاه از جمله آگاه پردیسان در ایران
- * تفاهم نامه همکاری با شرکت سجا اینترنشنال (ترکیه)
- * تفاهم نامه همکاری با شرکت گلوبال کبیر کو (عمان)
- * تفاهم نامه همکاری با شرکت Green Dream (عمان)

■ حوزه فعالیت اصلی

- * تأمین و فروش مشتقات نفتی
- * تأمین و فروش مواد پتروشیمی تجارت فلزات گرانبها و مواد معدنی تأمین قطعات و ماشین آلات صنعتی
- * فعالیت ها در ایران دارای کد نمایندگی پخش محصولات از شرکت به پخش (سهامی عام)
- * RT واردات و صادرات کالاها
- * آموزش های تجاری و بازرگانی خدمات گمرکی و ترخیص کالا
- * رفع تعهدات ارزی مشاوره مالی و مالیاتی مشاوره حقوقی مشاوره کسب و کار مشاوره تبلیغاتی و برند سازی

تجربه مشترک، دانش موثر، موفقیت جمعی پایدار گروه تجاری رادین یک مجموعه بازرگانی بین المللی است که تحت لایسنس انجمن بازرگانان ایران و کانادا فعالیت میکند و با پشتوانه تخصصی و شبکه گسترده همکاری به عنوان یک پل مطمئن میان تولید کنندگان و بازارهای جهانی شناخته می شود.

■ چشم اندازها

۱. رهبری تحول در تجارت بین الملل با ارائه راهکارهای نوآورانه و توسعه پایدار در بازارهای جهانی
۲. خلق بستری امن و هوشمند برای تسهیل تجارت و ارتقاء جایگاه ایران در بازارهای جهانی
۳. توسعه روابط تجاری راهبردی مبتنی بر شفافیت کیفیت و تعهد به تعالی
۴. ساختن آینده ای پویا و پایدار در عرصه تجارت جهانی با اتکا بر دانش فناوری و اخلاق حرفه ای

■ نمایندگی و ساختار سازمانی

- * نمایندگی و بورسی کالا و انرژی در ایران
- * شرکت سهامی خاص پارس کیان آرتین - نماینده رسمی در ایران
- * تفاهم نامه همکاری با مرکز آموزش بازرگانی استان البرز (زیر نظر وزارت صمت)

معرفی شرکت بودو



WWW.BOODOO_CO.COM

BOODOO

این تجربه جمعی، ما را در تأمین و توزیع طیف متنوعی از کالاها در ایران و کانادا به مجموعه‌ای متمایز و قابل اعتماد تبدیل کرده است. رعایت استانداردهای بین‌المللی در فرآیند تأمین، کنترل کیفیت و توزیع، از اصول بنیادین فعالیت ماست.

ما بر این باوریم که دسترسی به محصولات مصرفی باکیفیت نباید محدود به مرزهای جغرافیایی باشد. مصرف‌کنندگان در سراسر جهان شایسته تجربه طعم‌ها، عطرها و محصولات ممتاز از فرهنگ‌ها و پیشینه‌های متنوع هستند. رسالت ما عبور دادن تجربه‌های اصیل و باکیفیت از مرزهای ایران و خاورمیانه و معرفی آن‌ها به بازارهای جهانی است؛ با هدف ارتقای سطح کیفیت زندگی از طریق دسترسی به کالاهای مرغوب و استاندارد.

ما شرکتی جوان، پویا و در عین حال با تجربه هستیم که با افتخار در حوزه واردات و صادرات فعالیت می‌کنیم و آماده همکاری مؤثر و بلندمدت با شما می‌باشیم. شرکت «بودو» در سال ۱۴۰۳ تأسیس شده و با سرعتی چشمگیر در حال ورود و توسعه حضور خود در بازارهای بین‌المللی است. دفتر مرکزی شرکت در بوشهر قرار دارد و شعبه‌ای نیز در تورنتو فعال است. همچنین، ما عضو رسمی انجمن بازرگانی ایران و کانادا می‌باشیم.

نام «بودو» برگرفته از زبان بلوچی و به معنای «خردمند و باهوش» است. این نام، بیانگر رویکرد ما در ارائه خدمات با دقت، هوشمندی و نگاه راهبردی است و تعهد ما به کیفیت، نوآوری و عملکرد حرفه‌ای را در تمامی فعالیت‌هایمان منعکس می‌کند.

تیم ما متشکل از نیروهای جوان و در عین حال باتجربه‌ای است که سال‌ها در حوزه تولید و فروش فعالیت داشته‌اند. برخورداری از دانش عملی و شناخت عمیق نسبت به شاخص‌های تولید، زنجیره تأمین و فروش محصولات FMCG، این امکان را برای ما فراهم کرده است که نیازهای مشتریان را به درستی درک کرده و متناسب‌ترین و رقابتی‌ترین محصولات را پیشنهاد دهیم.



مجید محمدنیائی

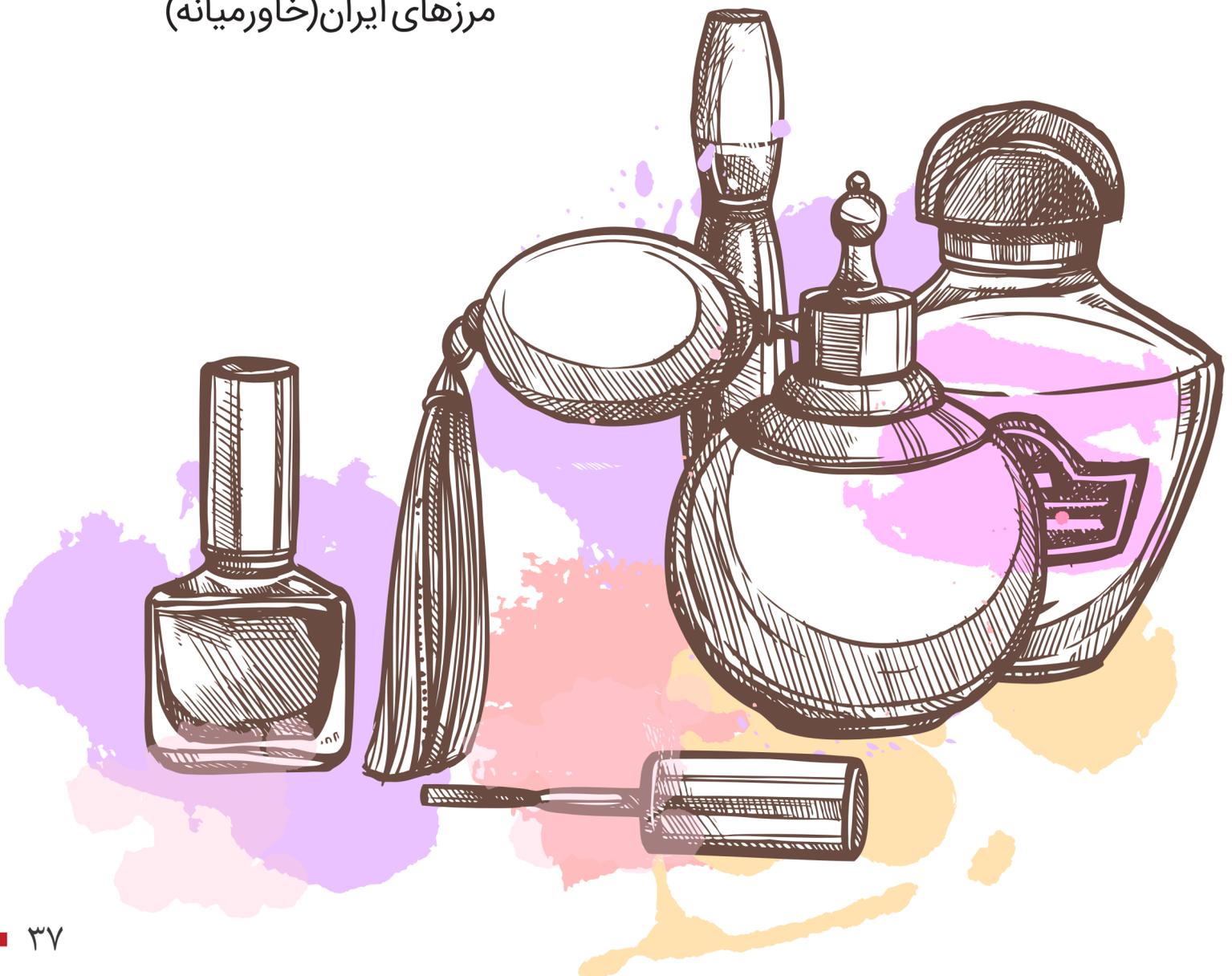
معرفی شرکت بهار آرا خراسان



www.baharara.com

- متولد: مشهد
- موسس و رئیس هیئت مدیره
هلدینگ بهار آرا
- رشته فعالیت: عطر و ادکلن و
محصولات بهداشتی
- شروع فعالیت: ۱۳۹۵
- حوزه فعالیت حال حاضر: تولید و
تامین مارکت در کل ایران
- هدف: توسعه تامین به خارج از
مرزهای ایران (خاورمیانه)

تولید کننده محصولات آرایشی و بهداشتی و پرفیوم
فرمولاسیون توسط برترین شرکت های اروپایی
دفتر پخش: نبش راهنمایی ۵ . ساختمان اشکان .
طبقه سوم . واحد



معرفی شرکت

IrrigaTech Solutions Inc



IrrigaTech Solutions Inc



رضامعدن دار

www.irrigatechsolutionsinc.ca

از تکنولوژی‌های نو، به کشاورزان کمک کند تا:

- * مصرف آب را کاهش دهند.
- * بازده محصولات را افزایش دهند.
- * هزینه‌های عملیاتی را پایین بیاورند.

و از این طریق آینده‌ای پایدارتر برای کشاورزی ایجاد کنند.

■ مأموریت (Mission)

مأموریت اصلی IrrigaTech Solutions Inc عبارت است از:

- * طراحی و توسعه سیستم‌های آبیاری باکیفیت و مقرون‌به‌صرفه
- * ترویج مصرف پایدار منابع آب با تکنولوژی‌های هوشمند
- * ارائه خدمات مشاوره‌ای تخصصی و پشتیبانی فنی
- * کمک به کشاورزان برای به‌کارگیری روش‌های آبیاری نوین
- * این خدمات برای مزرعه‌های کوچک و متوسط طراحی شده‌اند تا عملکرد و بازدهی را افزایش دهند.

■ فلسفه و ویژگی‌ها

شرکت بر پایداری محیط‌زیست و بهره‌وری منابع آب تأکید دارد. تمرکز شرکت بر آبیاری هوشمند و تکنولوژی‌های نوین است تا کشاورزان بتوانند با استفاده از ابزارهای دقیق و مدرن، آب را به شکل مؤثر مدیریت کنند. خدمات شامل طراحی سیستم‌های آبیاری، توسعه و اجرای راهکارها، مشاوره و پشتیبانی می‌شود.

رضا معدن‌دار دارای بیش از ۲۰ سال سابقه تخصصی در حوزه بانکداری، ارزیابی اعتباری و مدیریت پروژه است. وی در حال حاضر به عنوان کارشناس ارزیاب تسهیلات تجاری و متصدی امور بانکی در Bank Keshavarzi Iran (بانک کشاورزی ایران) مشغول به فعالیت است. تخصص اصلی ایشان در تحلیل جامع صورت‌های مالی، ارزیابی ریسک اعتباری، ساختاردهی تسهیلات و تهیه گزارش‌های کارشناسی برای کمیته‌های اعتباری است. ایشان تجربه گسترده‌ای در بررسی و ارزیابی تسهیلات کلان تجاری و همچنین وام‌های شخصی دارد و با تسلط بر تحلیل ترازنامه، صورت سود و زیان، جریان وجوه نقد و نسبت‌های مالی، تصمیم‌سازی‌های اعتباری دقیق و مبتنی بر داده انجام می‌دهد.

ترکیب دانش مالی، تجربه عملی در ارزیابی اعتباری، آشنایی با مقررات بانکی و سابقه امنیت اطلاعات، از ایشان یک متخصص چندبعدی در حوزه بانکداری و مدیریت ریسک ساخته است.

■ درباره شرکت IrrigaTech Solutions Inc

شرکت IrrigaTech Solutions Inc در استان انتاریو، کانادا تأسیس شده و با ترکیب نوآوری‌های فناوری مدرن با تخصص در کشاورزی پایدار فعالیت می‌کند. هدف اصلی شرکت ارائه راهکارهای هوشمند آبیاری است که مصرف آب را به صورت بهینه مدیریت کرده و عملکرد محصولات کشاورزی را افزایش دهد.

■ چشم‌انداز (Vision)

شرکت می‌خواهد به یک رهبر قابل اعتماد در صنعت آبیاری تبدیل شود و با بهره‌گیری



معرفی سرکار خانم

سحر حقیقتی

*** HAGHIGHATI**
Occupational Therapy Academy

www.haghighati.com

خدمات توانبخشی جامع و منحصر به فرد به کودکان و خانواده‌ها پایه‌گذاری شده است. این کلینیک با بهره‌گیری از به‌روزترین روش‌ها و تجهیزات پیشرفته، فضایی کاملاً حمایتی و تخصصی را برای کودکان در کانادا فراهم آورده است. تیم درمانی این کلینیک متشکل از متخصصان مجرب و آموزش‌دیده است که همواره در تلاش‌اند تا بهترین خدمات ممکن را به مراجعه‌کنندگان ارائه دهند. این کلینیک با بهره‌گیری از به‌روزترین روش‌ها و تجهیزات پیشرفته، فضایی کاملاً حمایتی و تخصصی را برای کودکان فراهم آورده است. تیم درمانی این کلینیک متشکل از متخصصان مجرب و آموزش‌دیده است که همواره در تلاش‌اند تا بهترین خدمات ممکن را به مراجعه‌کنندگان ارائه دهند.

خدمات این کلینیک شامل ارزیابی دقیق و جامع توانمندی‌ها و نیازهای کودکان، طراحی برنامه‌های درمانی شخصی‌سازی شده، جلسات کاردرمانی انفرادی و گروهی، درمان یکپارچگی حسی، توسعه مهارت‌های حرکتی و شناختی، اصلاح رفتار، و آموزش مهارت‌های اجتماعی و روزمره به کودکان است. همچنین، ارائه آموزش‌ها و مشاوره‌های کاربردی به خانواده‌ها برای تقویت و حمایت بهتر از کودکان، یکی دیگر از اهداف مهم این کلینیک است.

در نهایت، کلینیک کاردرمانی حقیقتی، با نگاه جامع و انسان‌محور خود، متعهد است تا تأثیری عمیق و مثبت در زندگی کودکان و خانواده‌ها داشته باشد و با تمام توان خود به دنبال بهبود مستمر کیفیت زندگی و آینده‌ای روشن‌تر برای کودکان عزیز باشد.

سحر حقیقتی بروجنی، متخصص کاردرمانی کودکان و از کارشناسان برجسته در زمینه توانبخشی کودکان دارای نیازهای ویژه است. ایشان بیش از یک دهه سابقه موفق و مستمر در ارائه خدمات تخصصی به کودکان و خانواده‌های آنان دارند و با ترکیب دانش آکادمیک و تجربیات بالینی عمیق، خدمات متمایز و اثرگذاری را در این حوزه عرضه کرده‌اند. خانم حقیقتی فارغ‌التحصیل رشته کاردرمانی از دانشگاه علوم پزشکی اصفهان هستند و در طول دوران فعالیت حرفه‌ای خود، دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی متعددی را گذرانده‌اند که از جمله آنها می‌توان به دوره‌های تخصصی یکپارچگی حسی، اصلاح رفتار، توان‌بخشی شناختی، و استفاده از تکنولوژی‌های نوین در درمان اشاره کرد. ایشان همچنین گواهینامه‌های معتبری در حوزه‌هایی مانند مداخله در درمان اختلالات اجرایی، ماساژ بالینی، کینزیوتیپینگ و تئوری ذهن دارند که موجب افزایش مهارت و توانمندی ایشان در ارائه خدمات جامع‌تر و کارآمدتر شده است.

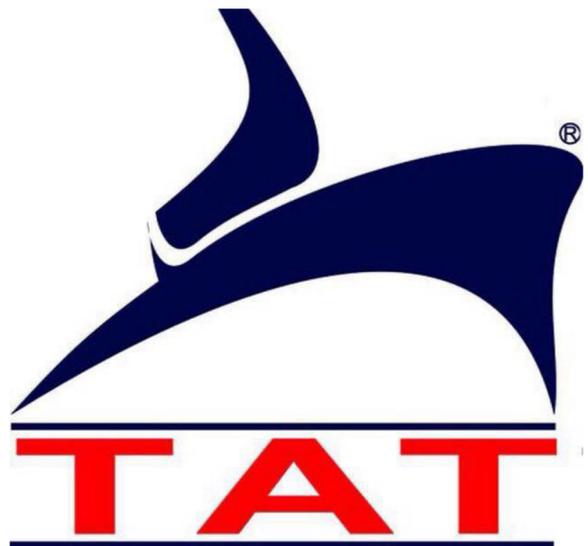
خانم حقیقتی بروجنی سوابق ارزشمندی به عنوان سوپروایزر در کلینیک‌های معتبری چون کلینیک اردیبهشت تهران، مرکز صدای اوتیسم و کلینیک برنا اصفهان دارند و نقش موثری در توسعه و ارتقای سطح کیفی خدمات ارائه‌شده در این مراکز داشته‌اند. در این مراکز، ایشان ضمن هدایت تیم درمانی و نظارت بر فرایندهای بالینی، نقش موثری در طراحی برنامه‌های درمانی نوآورانه و تخصصی برای بهبود کیفیت زندگی کودکان ایفا کرده‌اند.

■ کلینیک کاردرمانی حقیقتی

کلینیک کاردرمانی حقیقتی که توسط ایشان در کانادا تأسیس و اداره می‌شود، با هدف ارائه

معرفی شرکت

tat.furniture



غلامحسین صفرپور

www.tatroma.ca

محتوای مرتبط در شبکه‌های اجتماعی نیز بیان می‌کند که برند TATROMA بیش از ۴۰ سال تجربه در صنعت مبلمان را تبلیغ می‌کند، که احتمالاً به سوابق برند TAT در ایران اشاره دارد که پیش از ثبت در کانادا فعال بوده است. طبق حضور آنلاین، این برند در بازار کانادا، ایالات متحده و احتمالاً دیگر بازارهای آمریکای شمالی فعالیت و محصول عرضه می‌کند.

برداشت کلی از زمینه فعالیت

حضور برند در بازار کانادا و استفاده از نام TATROMA احتمالاً نشان‌دهنده تجمیع تجربه تاریخی TAT در ایران با حضور تجاری گسترده‌تر در بازار بین‌المللی است. این برند در کانادا شوروم و مجموعه محصولات مبلمان لوکس و مدرن ارائه می‌دهد که تلفیقی از طراحی معاصر و کلاسیک را شامل می‌شود، همراه با مجموعه‌ای از مبلمان اتاق خواب، اتاق پذیرایی، میز و صندلی، دکوری و چراغ‌ها. ارتباط این برند با فعالیت‌های صادرات مبلمان از ایران به کانادا (که شما در شرح خود اشاره کردید) در منابع رسمی آنلاین به‌طور مستقیم موجود نیست، اما برند بر این اساس که بیش از چهار دهه در صنعت مبلمان فعالیت داشته، بازاریابی می‌شود که تجربیات تولید و صادرات را در پشت خود داشته باشد.

شرکت TAT GROUP با سابقه ۴۰ سال تولید مبلمان و کالای خواب در ایران با برند TAT در سال ۲۰۲۱ در کانادا ثبت و با برند TATROMA در زمینه فروش مبلمان فعالیت دارد دفتر شوروم شرکت در تورنتو Keel ST 7250 و UNIT 209 IMPROVE CANADA دایر می‌باشد این شرکت از معدود شرکت‌های دارای استاندارد ملی ایران و استاندارد اروپا در زمینه تولید مبلمان خانگی بوده و برای سال‌های متمادی کارفرین برتر و واحد صنعتی برتر در زمینه تولید مبلمان بوده است تولیدات این شرکت با برترین برندهای اروپایی و ایتالیایی و ترک رقابت می‌کند و به کشورهای مختلف از جمله کانادا صادر می‌شود و آماده همکاری با اعضای محترم می‌باشد.

این مجموعه مبلمان، وسایل اتاق پذیرایی، اتاق خواب، میز و صندلی و لوازم دکوری را با ارسال رایگان روی سفارش‌های بالای ۱۰۰۰ دلار ارائه می‌دهد و مجموعه‌ای از برندهای معتبر جهانی را عرضه می‌کند.

در وبسایت رسمی این شوروم اشاره می‌شود که طراحی مبلمان و محصولات با هدف «زندگی بهتر و سبک زندگی مدرن» انجام می‌شود و در کنار محصولات عرضه شده توسط خود برند، مجموعه‌هایی از برندهای معتبر بین‌المللی نیز عرضه می‌شود.



شاهین غازی بیات

معرفی جناب آقای دکتر شاهین غازی بیات



www.ghazibayat.com

ترکیه، انجمن بازرگانی ایران و کانادا، انجمن مدیریت کسب‌وکار ایران، انجمن مدیریت کیفیت ایران، انجمن روانشناسی ایران و چندین نهاد علمی و نخبگانی کشور است. همچنین سابقه حضور در شورای مشورتی نخبگان جوان دولت، فدراسیون ملی نخبگان جوان و مجمع ملی جوانان ایران را دارد.

در حوزه پروژه‌های ملی، مدیریت و اجرای پروژه‌های ایمن‌سازی در برابر نشت گازهای خطرناک برای راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران، وزارت آموزش و پرورش، دانشگاه علوم پزشکی تهران و سایر نهادهای دولتی را بر عهده داشته است. همچنین مدیریت پروژه طراحی سامانه‌های ملی اطلاعاتی و پروژه‌های سازمانی در سطح کشور از دیگر سوابق اجرایی وی محسوب می‌شود.

در بخش آموزشی و مشاوره‌ای، به‌عنوان مدرس و مشاور در حوزه‌های مدیریت استراتژیک، بازاریابی پیشرفته، طراحی مدل کسب‌وکار، مذاکره حرفه‌ای، آینده‌پژوهی، خلاقیت و ثبت اختراع فعالیت داشته و در سازمان‌ها، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی متعدد تدریس کرده است.

وی همچنین راهنمای ثبت دهها اختراع، مشاور شرکت‌های دانش‌بنیان و استراتژیست توسعه کسب‌وکار برای شرکت‌های کوچک و متوسط و استارت‌آپ‌ها بوده است.

دارای مدرک کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی و دکترای حرفه‌ای مدیریت کسب‌وکار (DBA) از دانشکده مدیریت دانشگاه تهران و پردیس بین‌الملل کیش دانشگاه صنعتی شریف است و همچنین دانشجوی رشته روانشناسی می‌باشد. وی در حوزه علمی و پژوهشی، مخترع چندین طرح ثبت‌شده از جمله رادیاتور بدون رسوب و کم‌مصرف، کمربند ایمنی هوشمند، تشک محافظ هوشمند پزشکی و سامانه‌های ایمنی اندازه‌گیری گازهای خطرناک در خودروهای CNG و LPG است. او دارنده مدال برنز و دیپلم افتخار مسابقات بین‌المللی اختراعات سوئیس، برگزیده جشنواره جوان خوارزمی و پژوهشگر برتر در چندین دوره دانشگاه آزاد اسلامی بوده است.

در حوزه مدیریتی و اجرایی، وی سابقه مدیرعاملی، ریاست هیئت‌مدیره و مشاوره عالی در شرکت‌ها و هلدینگ‌های متعدد را در کارنامه دارد. از جمله سمت‌های مهم او می‌توان به مشاور امور بین‌الملل پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف، مشاور رئیس مرکز کارآفرینی این دانشگاه، دبیر و عضو هیئت‌مدیره اتاق مشترک بازرگانی ایران و ترکیه، نماینده انجمن بازرگانی ایران و کانادا، مدیرعامل هلدینگ‌های فعال در حوزه بازرگانی و توسعه کسب‌وکار و مشاور تجاری در چند کشور منطقه اشاره کرد. در بخش عضویت‌های حرفه‌ای، او عضو اتاق بازرگانی تهران، اتاق مشترک ایران و

Veendel
Accounting

گروه حسابداری Veendel عضو رسمی CPA کانادا

با بیش از دوازده سال تجربه تخصصی در
خدمت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط
کانادا
با مدیریت ناهید نصیری

خدمات حرفه‌ای ما:

- ✓ ثبت و مدیریت کامل امور مالی و مالیاتی شرکت‌ها
- ✓ مشاوره تخصصی مالیاتی جهت کاهش قانونی مالیات (Tax Optimization)
- ✓ برنامه‌ریزی پایان سال مالی و بستن حساب‌ها
- ✓ تهیه و تنظیم صورت‌های مالی استاندارد برای بانک‌ها و سرمایه‌گذاران
- ✓ آماده‌سازی پرونده‌های مالیاتی جهت دریافت وام‌های تجاری
- ✓ تهیه و ارسال اظهارنامه‌های مالیاتی شرکتی و شخصی
- ✓ مدیریت حقوق و دستمزد (Payroll) و کسورات قانونی
- ✓ بازبینی و اصلاح پرونده‌های مالیاتی گذشته

سال مالی نزدیک است!

خدمات حرفه‌ای ما

اکنون بهترین زمان برای:

- بررسی هزینه‌های قابل کسر
- بهینه‌سازی ساختار مالیاتی شرکت
- برنامه‌ریزی برای کاهش پرداخت مالیات
- جلوگیری از جرائم و پنالتی‌های CRA
- ما همه این مراحل را برای شما انجام می‌دهیم دقیق، شفاف و مطابق قوانین کانادا.

واتس اپ:

+14389942887

تماس از سراسر کانادا:

18884848449

با **Veendel**
با اطمینان، حرفه‌ای و هوشمندانه مدیریت
مالی کنید.

www.veendel.ca

معرفی شرکت

SETAREH Group



علی عطاپور



www.setarehco.com

می‌دهد که هدف آن تسهیل تجارت و توسعه پایدار فعالیت‌های تجاری است.

گروه ستاره با پذیرش نقش‌های جدید، تقویت توانمندی‌های موجود و بهره‌گیری حداکثری از سرمایه انسانی و منابع سازمانی خود، در مسیر آمادگی برای چالش‌های آینده گام برمی‌دارد.

کارکنان ستاره رهنمون با تعهد به ساختن فردایی بهتر، همواره در مسیر تعالی و ایجاد همکاری‌های بلندمدت تلاش می‌کنند. بدین‌وسیله از اعتماد و حمایت مستمر مشتریان گرامی صمیمانه قدردانی نموده و امیدواریم در سال‌های آینده نیز این همکاری‌ها تداوم و تقویت یابد.

گروه ستاره نزدیک به سه دهه است که به‌طور مستمر در حال توسعه حضور خود در بازارهای جهانی می‌باشد. این مجموعه در طول این سال‌ها با رویکردی راهبردی، مسیر تبدیل‌شدن به یک شرکت بازرگانی بین‌المللی پیشرو را دنبال کرده و فعالیت‌های داخلی و خارجی خود را در حوزه‌های متنوعی از جمله کشاورزی، نفت و گاز، پلیمر، فولاد و فلزات، نساجی، ماشین‌آلات و کارخانجات صنعتی، محصولات پتروشیمی، تأمین مالی و پروژه‌های EPC گسترش داده است.

شرکت ستاره رهنمون که در سال ۱۹۹۹ تأسیس شده، به‌عنوان یک شرکت بازرگانی بین‌المللی با همکاری نزدیک با بسیاری از شرکت‌های ایرانی و خارجی فعالیت می‌کند. این شرکت مجموعه‌ای جامع از خدمات یکپارچه را ارائه



معرفی شرکت

سبزینه ملارد



www.tavandad.ir



احسان کشت کاران

■ مأموریت و ارزش‌ها

شرکت ونداد بر کیفیت بالا، رعایت استانداردهای بهداشتی، استفاده از تجهیزات مدرن و ارائه محصول با قیمت مناسب تأکید دارد. این ارزش‌ها در تمامی مراحل تولید و عرضه محصولات رعایت شده و هدف اصلی مجموعه، رضایت مشتریان است.

■ مشتریان و خدمات

شرکت محصولات خود را هم به صورت عمده و تک‌فروشی به مشتریان ارائه می‌دهد و توانایی تأمین نیازهای هتل‌ها، رستوران‌ها، مراکز دولتی و خصوصی را نیز دارد.

این مجموعه با نام تجاری سبزینه ملارد و با فضایی بالغ بر ۱۰۰۰ متر مربع فعالیت گسترده‌ای را جهت ارائه محصولات کشاورزی فرآوری شده به ادارات دولتی و خصوصی، هتل‌ها و مجموعه‌های غذایی در سطح استان خراسان رضوی شروع کرده است.

حوزه فعالیت مجموعه سبزینه در زمینه فرآوری سبزی و صیفی‌جات می‌باشد که با بهره‌گیری از جدیدترین تجهیزات روز دنیا امکان شستشوی ۷ مرحله‌ای و فرآوری محصولات به صورت خرد، سالایس، خشک شده و سرخ شده مهیا است.

با بیش از ده سال سابقه در زمینه سبزیجات و صیفی‌جات امروز سبزینه توانسته است به صورت کاملاً پیشرفته، اقدام به تولید روزانه بیش از ۵ تن محصول در روز نماید. همچنین تمامی محصولات سبزینه دارای نشان سیب سلامت هستند.

■ معرفی شرکت

شرکت توسعه اندیشان ونداد در سال ۱۳۹۹ با شماره ثبت ۷۶۰۶۹ تأسیس شد. این شرکت در حوزه فرآوری سبزی و صیفی‌جات فعالیت نموده و با بهره‌گیری از تجهیزات مدرن و استاندارد، محصولات خود را برای عرضه به مشتریان تولید می‌کند.

■ حوزه فعالیت

این مجموعه با نام تجاری سبزینه ملارد به ارائه محصولات کشاورزی فرآوری شده می‌پردازد. فعالیت شرکت شامل شستشو و فرآوری سبزی و صیفی‌جات با استفاده از دستگاه‌های پیشرفته و فرآیند چند مرحله‌ای است که کیفیت محصول را تضمین می‌کند.



معرفی شرکت



www.wallex.ir



بهروز گوهردهی

نقل و انتقالات ارزی توسعه داده و شبکه‌ای بین‌المللی برای پشتیبانی از مشتریان فراهم کرده است.

والکس با تأسیس شرکت تضامنی «بهمن میهن عبدالله‌زاده» با شماره مجوز ۲۲۴۲۶۰، فعالیت‌های ارزی داخلی خود را تحت نظارت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ارائه می‌کند.

همچنین در سال‌های اخیر، در راستای گسترش خدمات مالی و پوشش طیف وسیع‌تری از نیازهای مشتریان، شبکه صرافی خود را در کشورهای کانادا، ایران، ترکیه، امارات، عراق، استرالیا و کشورهای منطقه ASEAN راه‌اندازی کرده است.

پلتفرم والکس در ابتدای سال ۱۳۹۷ توسط جمعی از دانشجویان نخبه با هدف بهره‌گیری از فناوری بلاکچین و ایجاد زیرساختی امن و کارآمد برای معامله ارزهای دیجیتال در ایران تأسیس شد.

اکنون پس از گذشت ۶ سال از آغاز فعالیت، والکس با حضور مؤثر در صنعت فین‌تک و ارائه راهکارهای نوآورانه و هوشمند، دامنه خدمات خود را فراتر از معاملات ارزهای دیجیتال گسترش داده است.

این مجموعه با ایجاد زیرساختی قابل اعتماد و همکاری با صرافی‌ها و شرکت‌های فعال در سایر کشورهای جهان، خدمات خود را در حوزه





اتحاد بین المللی تجارت ساینا
همراه مطمئن شما در مسیر تجارت بین المللی

مسئولیت موفقیت تجاری شما با ماست

خدمات ما

لجستیک و
انطباق با قوانین بین المللی

کاهش ریسک
و افزایش بازده تجاری

مدیریت و مشاوره تخصصی
صادرات و واردات

ما چه کاری برای شما انجام می دهیم؟

در مرحله اول شما محصول خود را به ما معرفی می کنید. و تیم ما صفر تا صد فرآیند صادرات را به صورت تخصصی، برنامه ریزی شده و مرحله به مرحله مدیریت خواهد کرد. و پس از انجام صادرات نیز، با ارائه مشاوره و پیگیری های لازم، شما را در مسیر توسعه فروش در بازار هدف همراهی می کنیم.

با ساینا جهانی فکر کنید و مطمئن صادر کنید.



+۹۸۹۱۲ ۳۱۸ ۳۶۱۶ / ۰۲۱۲۲۷۶۴۶۷۲

info@saina.international



دپارتمان آموزش ساینا

آموزش تخصصی، کاربردی و نتیجه‌محور در تجارت بین‌الملل دپارتمان آموزش مجموعه ساینا با هدف ارتقای سطح علمی و مهارتی فعالان اقتصادی کشور، اقدام به طراحی و برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی در حوزه‌های تجارت بین‌الملل، صادرات و واردات، مدیریت بازرگانی، زبان‌های تخصصی، هوش تجاری و فناوری‌های نوین نموده است. این دپارتمان با رویکردی عملی و بازارمحور، آموزش‌هایی ارائه می‌دهد که مستقیماً منجر به رشد و توسعه کسب‌وکارها می‌شود.

ویژگی‌های شاخص دپارتمان آموزش ساینا

- طراحی و برگزاری دوره‌های عملی، کاربردی و نتیجه‌محور
- تمرکز بر بازدهی آموزشی بالا با تعداد مناسب شرکت کنندگان (کلاس‌های هدفمند، نه شلوغ و کم‌اثر)

- امکان دسترسی به فایل‌های صوتی و تصویری دوره‌ها حتی ماه‌ها پس از پایان دوره
- تنوع قالب‌های آموزشی متناسب با موضوع هر دوره شامل: ویدئوها | دوره‌های کارگاهی | تورهای آموزشی | گردهمایی‌های تخصصی ارائه آموزش‌هایی که مستقیماً به رشد واقعی کسب‌وکارها منجر می‌شود

همکاری‌های داخلی و بین‌المللی

دپارتمان آموزش ساینا در مسیر تحقق اهداف پویا و توسعه‌محور خود، همکاری مؤثری با مجموعه‌های معتبر داخلی و خارجی داشته است.

از جمله، این مجموعه برگزارکننده دوره‌های آموزشی مشترک با مرکز تجاری ایران در کانادا می‌باشد این مرکز دارای مجوز رسمی از مرکز توسعه تجارت ایران می‌باشد.

مخاطبین دوره‌های آموزشی

فعالان اقتصادی، مدیران و کارشناسان شرکت‌ها و سازمان‌ها، تجار و بازرگانان، تولیدکنندگان، دانشجویان و تمامی علاقه‌مندان به فعالیت حرفه‌ای در حوزه تجارت بین‌الملل.

دپارتمان آموزش ساینا؛ همراه شما در مسیر ورود حرفه‌ای به بازارهای جهانی

تماس با ما:

+۹۸ ۹۹۲ ۴۰۰ ۹۷۱۴
۰۲۱ ۲۲ ۷۶ ۴۶ ۷۲

اعتبارها و مجوزهای رسمی

دپارتمان آموزش ساینا دارای مجوز رسمی از مرکز آموزش بازرگانی (زیرمجموعه وزارت صنعت، معدن و تجارت) می‌باشد و فعالیت‌های آموزشی خود را بر اساس استانداردهای معتبر ملی و بین‌المللی ارائه می‌نماید.

این مجموعه همچنین عضو انجمن بازرگانی ایران و کانادا بوده و امکان دریافت مدرک پایان دوره مورد تأیید اسکول برد کبک را برای شرکت کنندگان برخی از دوره‌ها فراهم نموده است.

معرفی شرکت

بین‌المللی آسکو



asco
International

www.ascointl.ir



سینا حسن زاده ایلخچی

■ معرفی شرکت

شرکت «آسکو بین‌الملل» (سهامی خاص) در سال ۱۳۹۰ با تکیه بر دانش جمعی از متخصصان بازرسی و تجارت بین‌الملل، با مالکیت ۱۰۰ درصد بخش خصوصی تحت شماره ۴۰۹۴۶۰ به ثبت رسید. این مجموعه در سال ۱۳۹۱ موفق به دریافت پروانه بازرسی کالا از سازمان ملی استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران و همچنین مجوز بازرسی از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران گردید.

آسکو بین‌الملل از بدو تأسیس تاکنون، علاوه بر تمدید سالانه مجوزهای خود، موفق به گسترش دامنه فعالیت‌ها و ورود به حوزه‌های نوین بازرسی شده است. ویژگی منحصر به فردی که این شرکت را از رقبای خود متمایز می‌کند، شناسایی و معرفی زمینه‌های جدید بازرسی به سازمان ملی استاندارد و همکاری گسترده در راستای تدوین استانداردهای نوظهور است.

هدف بنیادین ما، کاهش ریسک در فرایندهای تولید و تجارت مشتریان با بهره‌گیری از روش‌های نوین بازرسی و جلب رضایت حداکثری آنان است. سیاست اصلی شرکت، تثبیت جایگاه خود به عنوان مجموعه‌ای پیشرو در ارائه خدمات فرامرزی، با تکیه بر نوآوری و قیمت‌های رقابتی است.

■ چشم‌انداز و مأموریت

* چشم‌انداز: تبدیل شدن به سازمانی تراز اول در سطح بین‌المللی جهت ارائه خدمات بازرسی بدون مرز و دستیابی به دانش فنی روز در تمامی حوزه‌های کلیدی بازرسی فنی در جهان.

* مأموریت: ارائه خدمات بازرسی تحسین‌برانگیز بر اساس استانداردهای ملی و بین‌المللی، با هدف کاهش ریسک تولید و ساخت، بهره‌گیری از متدهای نوین و در نهایت تأمین رضایت ذی‌نفعان و ارتقای کیفیت زندگی عموم مردم.

■ ارزش‌های سازمانی

ما در مسیر دستیابی به اهداف خود، به ارزش‌های زیر پایبندیم:

* تلاش برای رضایتمندی هم‌زمان کارکنان، مشتریان، سهامداران و جامعه.

* حفظ درستکاری، شفافیت و صداقت در تمامی فعالیت‌ها و معرفی توانمندی‌های واقعی سازمان.

* امانتداری و رازداری در حفاظت از اطلاعات و اسرار تجاری مشتریان.

* رعایت کامل بی‌طرفی و استقلال رأی در ارائه خدمات بازرسی.

* اجتناب از هرگونه فعالیتی که موجب تضاد منافع گردد.

* پایبندی مطلق به اخلاق حرفه‌ای و مبارزه با هرگونه ارتشا در تمامی سطوح.

* به‌کارگیری دقیق استانداردها و روش‌های مدون در انجام پروژه‌ها.

* رعایت اصول ایمنی و بهداشت حرفه‌ای (HSE) برای صیانت از سلامت کارکنان.

* ارج نهادن به منابع انسانی و تکریم شأن والای انسانی فارغ از جایگاه سازمانی.

معرفی شرکت



حمید رضا زاقلی

راه آسمان آبی
Blue Sky Way
Air Cargo Services



www.cargobsw.com

■ سوابق مدیریتی و اجرایی

- * مدیرعامل، رئیس هیئت‌مدیره و مالک شرکت «راه آسمان آبی»؛ از سال ۱۳۸۰ تاکنون.
- * رئیس هیئت‌مدیره و مالک شعبه بندرعباس شرکت «راه آسمان آبی»؛ از سال ۱۳۹۰ تاکنون.
- * مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره شرکت BSW World Cargo Inc (کانادا)؛ از سال ۲۰۲۲ تاکنون.

■ مجوزها و گواهینامه‌های تخصصی

- * دارای مجوز رسمی از سازمان هواپیمایی کشوری.
- * دارای مجوز از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی.
- * دارای کارت بازرگانی معتبر از سال ۱۳۸۴.
- * خلبان هواپیماهای فوق‌سبک (Ultra-Light)؛ از سال ۲۰۱۳ تاکنون.

■ نمایندگی‌ها و همکاری‌های استراتژیک

- * نماینده رسمی کارگو (باربری هوایی) هواپیمایی‌های هما، ماهان، ایران ایرتور و سایر خطوط هوایی معتبر بین‌المللی.
- * پیمانکار رسمی شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران و مجری انحصاری ارسال بار هوایی پستی (داخلی و خارجی).
- * دارای نمایندگی‌های فعال و قراردادهای بین‌المللی

در کشورهای یونان، امارات و چین.
* دارای شعب مستقیم در شهرهای بندرعباس، بوشهر و شیراز و شبکه گسترده نمایندگان در تمامی مراکز استان‌ها.

■ خدمات و توانمندی‌های عملیاتی

- * ارائه خدمات حمل‌ونقل درب‌به‌درب (Door-to-Door) برای محموله‌های سبک و سنگین از تمامی شهرهای ایران به سراسر جهان.
- * پذیرش و مدیریت بار داخلی و خارجی از تمام نقاط ایران.
- * مدیریت فرایند واردات کالا به ایران از مبادی مختلف جهان.

■ فعالیت‌ها و خدمات تخصصی در بخش بین‌الملل (دفتر کانادا)

- * اخذ کلیه مجوزهای قانونی مربوط به Re-export (صادرات مجدد) کالاهای ایرانی به کشورهای آفریقایی و حوزه خلیج فارس.
- * پذیرش و ارسال محموله‌های سبک و سنگین در کشور کانادا و توزیع به تمام نقاط جهان.
- * خدمات تخصصی ارسال بار مسافری، اسناد رسمی (پاسپورت و مدارک ثبتی) و هدایا به مقصد ایران.
- * مدیریت مستقیم واردات کالا از کشور چین.



انعام محمدی وثوق

معرفی شرکت

دودوتی

دودوتی

www.dudoti.com

حیوانات خانگی است. تمامی محصولات تحت نظارت‌های مرتبط دامپزشکی و مجوزهای صنفی تولید و عرضه می‌شوند.

در ادامه مسیر توسعه، دودوتی با راه‌اندازی فعالیت‌های خود در کانادا، گامی راهبردی در مسیر حضور بین‌المللی برداشته و بازار این کشور را به عنوان نخستین مقصد صادراتی انتخاب کرده است؛ حرکتی که نشان‌دهنده چشم‌انداز جهانی و اعتماد به توانمندی تولید ایرانی است.

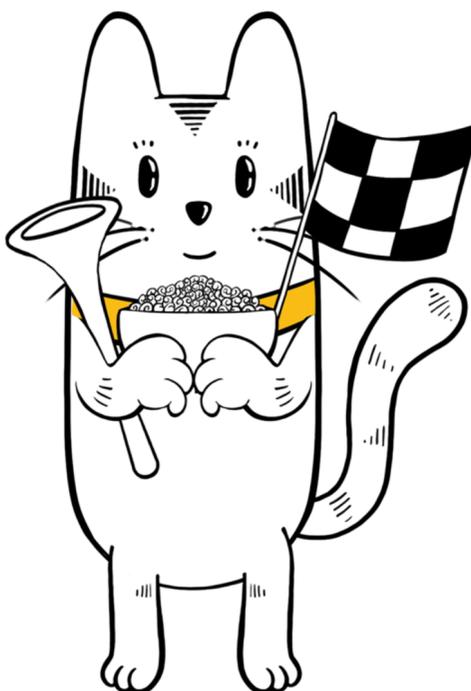
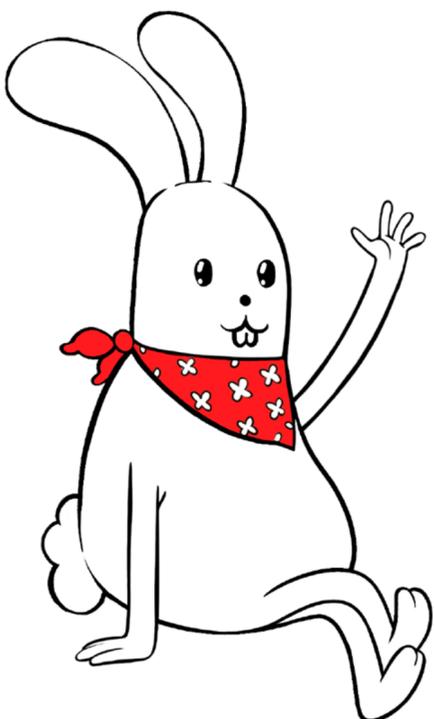
دودوتی دوست حیوان خانگی شماست و سلامت جسم و روح اون از همه چیز برایش مهمتره. برای همین محصولات دودوتی از نظر کیفیت بی‌نظیرن و کاملا بهداشتی و بدون مواد نگهدارنده تولید می‌شن.

دودوتی به عالمه تشویقی خیلی خوشمزه برای سگ، خرگوش و جوندگان داره. خاک و بستر قابل حمل دوست‌دار محیط‌زیست و بذرگره هم از سری محصولات متنوعش برای گربه‌هاست.

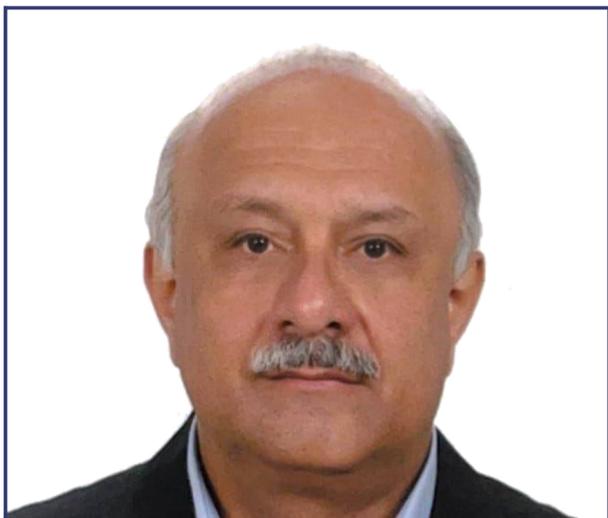
دودوتی در سال ۱۳۹۹ با هدف ارتقای استانداردهای تولید محصولات غذایی و بهداشتی حیوانات خانگی تأسیس شد. این برند با تمرکز بر کیفیت، نوآوری و رقابت‌پذیری بین‌المللی، فعالیت خود را در حوزه تولید محصولات تخصصی برای سگ‌ها، گربه‌ها و جوندگان آغاز کرد و امروز به عنوان برندی پویا در این صنعت شناخته می‌شود.

رویکرد دودوتی مبتنی بر تولید محصولاتی است که نه تنها نیازهای تغذیه‌ای و بهداشتی حیوانات خانگی را تأمین کند، بلکه به بهبود کیفیت همزیستی میان انسان و حیوان نیز کمک نماید. باور بنیادین این برند بر این اصل استوار است که حیوانات خانگی بخشی از خانواده هستند و شایسته دریافت محصولاتی در سطح استانداردهای جهانی‌اند.

سبد محصولات دودوتی شامل انواع بیسکویت‌های تخصصی سگ در طعم‌های متنوع، تشویقی‌های سلامت‌محور، محصولات بهداشتی و مراقبتی، بسترهای بهداشتی، اسباب‌بازی‌های تقویت سلامت دندان جوندگان، محصولات گیاهی طبیعی ویژه گربه‌ها و سایر اقلام کاربردی در حوزه نگهداری



معرفی شرکت



سید محسن حسینی پور

www.hpcogroup.com

. زمینه فعالیت

- * بازرگانی خارجی
- * محقق و واردات
- * برون سپاری تولید محصولات غذایی با برند سفارشی
- محصولات غذایی با برند MOMO
- چون بزودی در کانادا عرضه خواهد شد

ماکارونی

رب گوجه فرنگی

انواع مربا

انواع ترشی

سیر ترشی

خیار شور

زیتون

فلفل سبز و قرمز

فلفل تند

و کنسروهای

نخود سبز

نخود ابگوشتی

لوبیا

لوبیا با قارچ

. تحصیلات

- * کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (MBA)

. سمت

- * مؤسس و مدیر HPCO GROUP INC

. تجربه کاری

- * تولید، تأمین و بسته بندی محصولات
- * بازرسی کالا و حمل و نقل دریایی
- * توسعه کسب و کار (B2B, B2C)

. حوزه فعالیت

- * منطقه خلیج فارس (GCC)، کشورهای مشترک المنافع (CIS)

Web Site: www.hpcogroup.com

E-Mail: mgr@hpcogroup.com

Call: +1 416 881 8151

معرفی شرکت

پارسیان هاب

www.farzadr.ir



فرزاد رزاقی

دکتر فرزاد رزاقی، متولد سال ۱۳۶۱ در تهران، لایف کوچ، محقق و مدرس مهارت‌های ذهنی، خودآگاهی و توسعه فردی است. او تحصیلات خود را در رشته دکترای مدیریت کسب و کار (DBA) با گرایش استراتژی در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران به پایان رسانده است.

فعالیت‌های او شامل تحقیق و آموزش در زمینه‌های نوروساینس، کوانتوم و مهارت‌های ذهنی است. او همچنین بنیان‌گذار آکادمی - فراسوی ذهن - است که به آموزش مهارت‌های ذهنی و توسعه فردی می‌پردازد.

تخصص دیگر وی، برنامه نویسی کامپیوتر و یکی از تحقیقات او، ساخت پلتفرمی برای کنترل ادوات رایانه ای از طریق امواج مغزی بوده است و در حوزه رسانه های دیجیتال تخصص ویژه ای دارد.

پارسیان هاب با شعار «رسانه‌ی پارسی‌زبانان موفق در سراسر جهان» در سال ۲۰۲۳ در دبی و با مدیریت فرزاد رزاقی، فارغ‌التحصیل دکترای مدیریت عالی کسب‌وکار از دانشگاه تهران، و با همکاری گروه دیجیتال فریم راه‌اندازی شد. این پلتفرم با هدف ایجاد ارتباط مؤثر، توسعه شبکه‌های کاری و ارائه خدمات سرمایه‌گذاری و مشاوره به ایرانیان موفق خارج از کشور شکل گرفت.

وبسایت پارسیان هاب بستری برای معرفی متخصصان، کسب‌وکارها و ایونت‌های مرتبط با پارسی‌زبانان است و پیچ اینستاگرام آن به انتشار اخبار سرمایه‌گذاری، کسب‌وکار و رویدادهای مهم دبی و امارات می‌پردازد.

پارسیان هاب با تکیه بر شبکه ارتباطی گسترده و تجربه عملی در امارات، خدمات سرمایه‌گذاری و مشاوره، دیجیتال مارکتینگ و بازاریابی، راه‌اندازی کسب‌وکار در دبی و امارات، افتتاح حساب بانکی شخصی و شرکتی، اخذ وام و تسهیلات و ارائه کلیه خدمات دیجیتال با هدف بازاریابی و دیده‌شدن مؤثر شما در فضای دیجیتال را ارائه می‌دهد.

فرزاد
رزاقی

معرفی شرکت



محصولی از شرکت مهرگستران طعم ساز



علی اکبر حسن زاده

www.torshtaem.com

فرایند تولید و عرضه لواشک و ترشک با استفاده از این امکانات بسیار بهداشتی انجام می‌شود.

این مجموعه با بهره‌گیری از کارشناسان مواد غذایی، به تولید محصولات متنوعی همچون انواع لواشک و ترشک در ۵ طعم اصلی و بیش از ۴۰ مدل بسته بندی پرداخته و در راستای حمایت از تولید ملی و نیروی کار ایرانی تلاش می‌کند.

تمامی محصولات این شرکت تحت نظارت سازمان غذا و داروی ایران و با رعایت استانداردهای جهانی HACCP، GMP، HALAL، Iso22000 تولید می‌شوند و محصولات این شرکت به کشورهای سوئد، فرانسه، بلغارستان، اسپانیا، امارات متحده عربی، عمان، آفریقای جنوبی و آمریکا صادر می‌گردد.

همچنین، این شرکت امکانات ویژه‌ای برای تجار داخلی و خارجی فراهم کرده تا بتوانند محصولات خود را با برند شخصی تولید و در سطح جهانی عرضه نمایند.

شرکت مهر گستران طعم ساز ارائه دهنده انواع آلوچه و لواشک بهداشتی از تازه ترین میوه های باغات آذربایجان با برند تجاری انحصاری ترش طعم راناس در سال ۱۳۹۶ شروع به فعالیت نموده و با به کارگیری کارشناسان مواد غذایی به منظور بالا بردن کیفیت و بهبود در طعم محصولات خود، با افتخار به تولید ملی و حمایت از نیروی کار ارزشمند ایرانی تلاش بر رضایت ذائقه ایرانی دارد.

این کارخانه، با تولید خوراکیهای ترش، توانسته محصولات بسیار متنوعی برای مشتریان خود تولید کند. محصولات تولیدی این مجموعه شامل انواع مختلف لواشک صادراتی استیکی، لیوانی، فله‌ای، لقمه‌ای، پذیرایی و... است که با طعم و مزه فوق‌العاده مشتریان زیادی جذب کرده است.

این مجموعه، از تمام استانداردهای جهانی تولید لواشک پیروی می‌کند و تحت نظر سازمان غذا و داروی ایران فعالیت مینماید. محصولات این مجموعه نیز طبیعی هستند و در شرایط بهداشتی به تولید می‌رسند. افزایش شهرت محصولات ترش طعم، باعث شده تا حساسیت‌های پیرامون سلامت محصولات آن نیز بیشتر شود.

کارخانه مهرگستران طعم ساز، برای محصولات تولیدی خود بسته‌بندی‌های بسیار زیبایی استفاده می‌کند که با استفاده از دستگاه‌های مخصوص انجام می‌شود.

**mix
box**
میکس باکس

FRUIT LEATHER



معرفی شرکت



امیرهادی مشایخ



شرکت حمل و واردات ایران
حمل و نقل بین المللی و کشتیرانی

* عضو هیئت مدیره شرکت پارسیا رهنما (راه اندازی وب
سایت های دولتی و تبلیغات) از تاریخ ۱۳۸۲/۰۴/۱۵
لغایت ۱۳۸۵/۱۱/۲۰

■ سوابق تحصیلی

* کارشناسی مدیریت بازرگانی از دانشگاه آزاد واحد
جنوب سال ۱۳۷۹ با معدل ۱۶/۸۷

■ دوره ها و گواهینامه ها

* دیپلم تجربی از دبیرستان دکتر هشتروندی (شهید) حقوق دریایی و بازرگانی (۱۳۹۶)
مطهری (منطقه ۶ در سال ۱۳۷۲ با معدل ۱۷/۲۳) موسسه: انجمن کشتیرانی و خدمات وابسته
بار فرابری (۱۳۹۶) موسسه: انجمن کشتیرانی و خدمات وابسته

■ سوابق شغلی

* مدیر توسعه بازار شرکت حمل و واردات ایران از پذیرش انواع کانتینر (۱۳۹۷)
تاریخ ۱۴۰۰/۱۰/۰۱ تا کنون موسسه: سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور

* مدیر فروش و بازاریابی شرکت کشتیرانی بر و بحر * مدل های ذهنی مدیران موفق و کارآفرین (۱۳۹۶)
ایران از تاریخ ۱۳۹۹/۰۱/۰۱ لغایت ۱۴۰۰/۰۹/۳۰ موسسه: آموزش عالی بهار

* مدیر فروش و بازاریابی شرکت کشتیرانی سند باد * کنفرانس برندینگ و بازاریابی ملی (۱۳۹۲)
بحری از تاریخ ۱۳۹۳/۰۷/۰۱ لغایت ۱۳۹۸/۱۲/۲۹ موسسه: مبنا مدیران میعاد

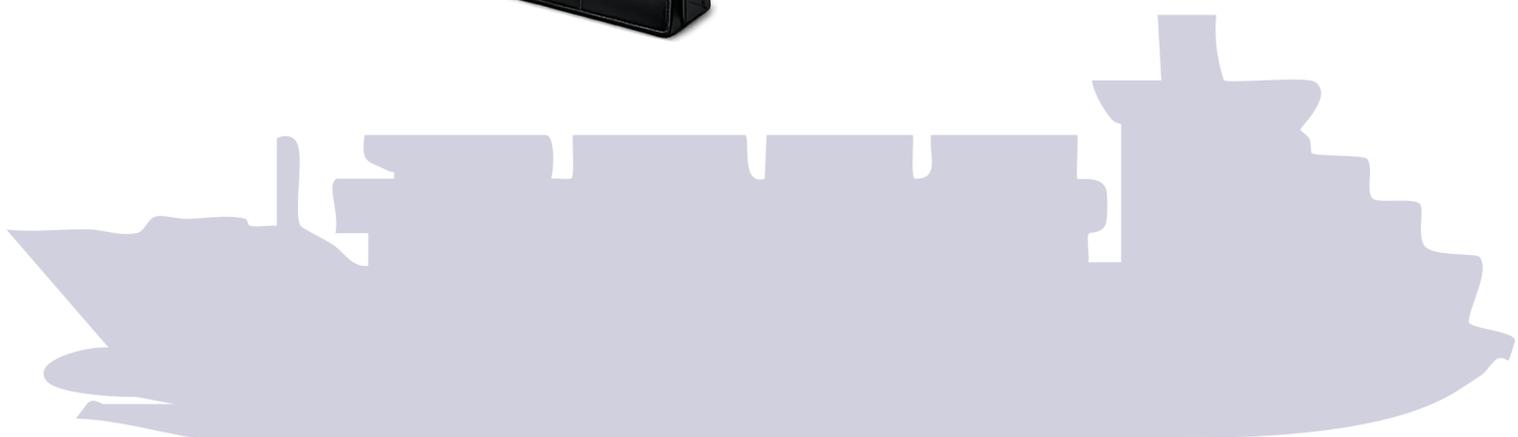
* ساکن کانادا از تاریخ ۱۳۸۹/۰۸/۱۳ لغایت * اولین کنفرانس بین المللی روابط عمومی (۱۳۸۴)
۱۳۹۳/۰۶/۳۰ موسسه: روابط عمومی بین الملل وزارت خارجه

* مدیر عامل شرکت کیمیای سبز سلامت (نماینده
انحصاری محصولات مکمل غذایی جیمیسون کانادا)
از تاریخ ۱۳۸۵/۱۲/۱۰ لغایت ۱۳۸۹/۰۸/۱۰



Email: amir@webmailbox.ca

Mobile: +98 912 109 2388



معرفی شرکت

گروه بازرگانی VTC



حامد سینایی پور

www.vtcgroup.ir

*** مدیریت خرید و تامین کالا:** مدیریت فرآیند خرید و تامین کالا با رویکردی نظام مند و مبتنی بر الزامات فنی، زمانی و اقتصادی

*** خدمات ارزی و حوالجات:** ارائه راهکارهای ارزی متناسب با نیازهای تجارت بین الملل و چارچوب های قانونی، با هدف تسهیل مبادلات مالی و کاهش ریسک های مرتبط

*** حمل و نقل بین المللی:** برنامه ریزی و مدیریت عملیات حمل و نقل بین المللی کالا با تمرکز بر بهینه سازی هزینه ها، زمان تحویل و ریسک های لجستیک

*** انبارداری و ترخیص:** انجام امور ترخیص کالا و انبارداری با تسلط کامل بر فرآیندهای گمرکی و مقررات مرتبط، به منظور تسهیل عملیات و کاهش هزینه های اجرایی

*** مدیریت صادرات:** مدیریت یکپارچه فرآیند صادرات کالا از مرحله برنامه ریزی تا تحویل نهایی، با هدف توسعه بازارهای هدف و ارتقای اثربخشی عملیات صادراتی

گروه بازرگانی و صرافی VTC، همراه امین و معتمد در مسیر تجارت بین الملل

گروه بازرگانی و صرافی VTC با بیش از دو دهه تجربه، مجموعه ای پیشرو در ارائه خدمات بازرگانی جامع و یکپارچه با رویکرد خلق ارزش پایدار در جهت تسهیل، تسریع، بهینه سازی و کاهش ریسک و هزینه های عملیات صادرات و واردات می باشد.

ما به عنوان یک سازمان یادگیرنده با پشتوانه دانش، تجربه و تخصص خود، همراهی امین و معتمد در مسیر موفقیت مشتریان در تجارت بین الملل می باشیم. ما به دنبال ارتقاء تجربه مشتریان خود از طریق تمرکز بر نیازهای ایشان، شفافیت در ارتباطات و ارائه راهکارهای نوآورانه هستیم.

ماموریت ما، ارائه خدمات بازرگانی یکپارچه و سفارشی در حوزه تجارت بین الملل با تمرکز بر کاهش ریسک، بهینه سازی هزینه ها و ایجاد ارزش افزوده پایدار برای فعالان زنجیره واردات و صادرات می باشد.

گروه بازرگانی و صرافی VTC از سال ۲۰۰۵ با تاسیس در شهر دبی، کشور امارت، و پس از آن تاسیس چندین شرکت در دیگر کشورها، خدمات زیر را به مشتریان خود ارائه می نماید:

*** مشاوره بازرگانی:** ارائه خدمات مشاوره در حوزه صادرات و واردات با هدف ارتقای کیفیت تصمیم گیری های تجاری، مدیریت ریسک و هزینه و بهینه سازی فرآیندهای بازرگانی

معرفی شرکت



فرید قاسمی



مدیرعامل Renuox Oil International Inc کانادا و مدیرعامل و مؤسس شرکت رینوکس اویل ایران، دانش آموخته رشته شیمی و از فعالان صنعت روانکار در عرصه بین‌المللی است که با اتکا به دانش تخصصی شیمی و رویکردی تحقیق‌محور، برند RENUOX را با هدف تولید روانکارهای باکیفیت و منطبق با استانداردهای جهانی توسعه داده است.

رینوکس اویل با اخذ استانداردهای بین‌المللی از کشور کانادا شامل ISO 9001 (سیستم مدیریت کیفیت)، ISO 29001 (ویژه صنایع نفت، گاز و پتروشیمی)، ISO 14001 (مدیریت زیست‌محیطی) و عضویت و ثبت در سیستم بین‌المللی GS1 کانادا، چارچوبی حرفه‌ای برای تولید، رهگیری کالا و حضور رقابت‌پذیر در بازارهای جهانی ایجاد کرده است. این مجموعه با تمرکز بر کیفیت، نوآوری در طراحی بسته‌بندی صنعتی و انطباق با الزامات بازارهای هدف، صادرات موفقی به کشورهای مختلف در حوزه آسیا، آفریقا و خاورمیانه داشته و در مسیر توسعه پایدار بازارهای بین‌المللی گام برمی‌دارد.

رینوکس اویل با بهره‌گیری از ساختار منسجم تحقیق و توسعه (R&D)، شبکه توزیع گسترده و همکاری‌های بین‌المللی، موفق به تولید بیش از ۱۰۸ محصول تخصصی در حوزه روانکارها شده است. این مجموعه با ارائه طیف متنوعی از محصولات، شامل انواع روغن موتورهای بنزینی و دیزلی، روانکارهای صنعتی، گریس، ضدیخ، مایعات تخصصی و محصولات حوزه دریایی، حضوری فعال در بازارهای صادراتی و بازار داخل ایران دارد.

از مهم‌ترین دستاوردهای این مجموعه، ثبت مالکیت معنوی طراحی و بسته‌بندی محصولات در بیش از ۵۰ کشور جهان از جمله کانادا، ایالات متحده آمریکا، کشورهای عضو اتحادیه اروپا، برزیل و چین، و همچنین ثبت در سازمان مالکیت فکری قاره آفریقا (OAPI) است که جایگاه حقوقی و بین‌المللی برند را تثبیت کرده است.

رینوکس، فراتر از زمان...



معرفی مجموعه وکالتی

دکتر بابک وثوقی



VOSOOGHI LAW

www.vosooghilaw.ca



موکلینی که ناعادلانه متهم شده‌اند، دفتر دکتر وثوقی وکالت موکلین در پرونده‌های کیفری از جمله رانندگی تحت تأثیر الکل یا مواد، سرقت، کلاهبرداری، مزاحمت و سایر جرایم کیفری را می‌پذیرد و پیگیری می‌کند.

■ تنظیم قرارداد و مشاوره تجاری

این دفتر تا کنون در موارد متعددی به موکلین خود در زمینه قراردادهای مالی و تجاری، ثبت شرکت، قرارداد میان شرکا و نحوه تنظیم اسناد داخلی شرکت‌ها مشاوره ارائه داده است. لازم به ذکر است که این‌گونه مشاوره‌ها در بسیاری از موارد مانع از بروز اختلافات و دعاوی پرهزینه شده‌اند.

■ امور مهاجرتی و رفع ریجکتی

با سابقه‌ای موفق در اخذ ویزا و اقامت دائم کانادا برای موکلین، دفتر وکالت دکتر وثوقی به‌عنوان مجموعه‌ای متخصص در حوزه حقوق مهاجرت فعالیت می‌کند. همچنین در موارد متعددی، آقای دکتر وثوقی با ثبت اعتراض در دادگاه فدرال کانادا موفق به رفع ریجکتی در پرونده‌های مهاجرتی شده‌اند.

مجموعه Vosooghi Law در تورنتو یک دفتر وکالت است که افتخار خدمت‌رسانی به موکلین عزیز در سراسر کانادا و نیز ایران را دارد. مؤسس و مدیر این مجموعه آقای دکتر بابک وثوقی هستند که در رشته حقوق بین‌الملل از دانشگاه شهید بهشتی ایران فارغ‌التحصیل شده‌اند. علاوه بر این، ایشان از دانشگاه تورنتو مدرک کارشناسی ارشد در رشته Common Law دریافت کرده‌اند و هم در ایران و هم در کانادا دارای پروانه وکالت می‌باشند.

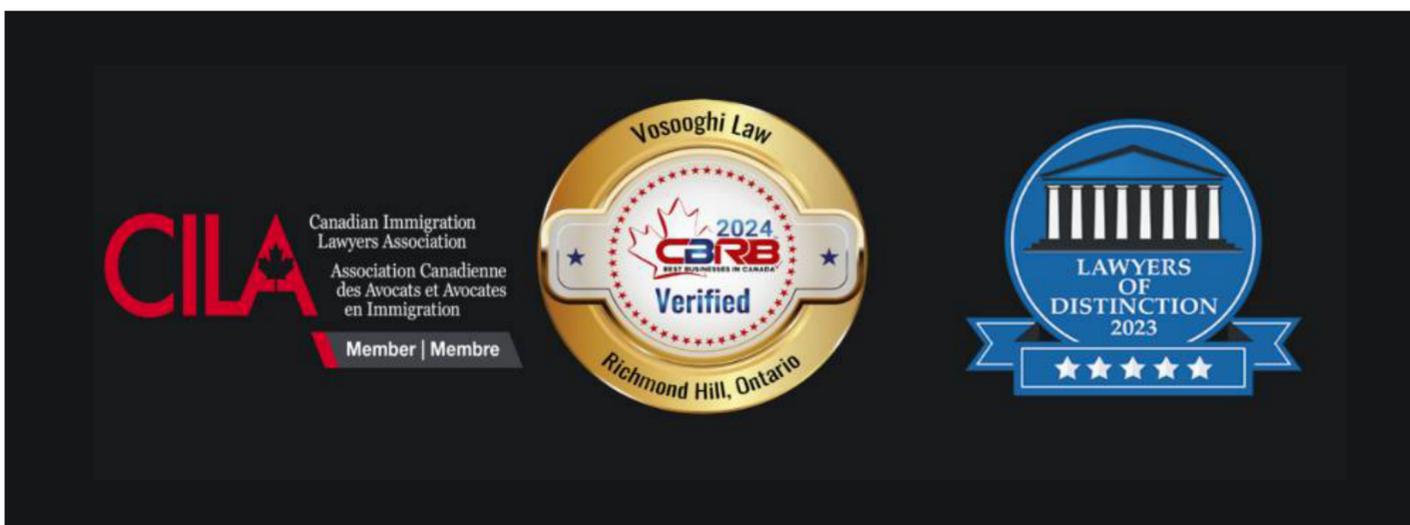
دفتر وکالت Vosooghi Law با تمرکز بر حوزه‌های تخصصی حقوقی، خدمات حرفه‌ای در زمینه‌های زیر به موکلین خود ارائه می‌دهد:

■ دعاوی مالی و تجاری

با تکیه بر تجربه و تخصص آقای دکتر وثوقی به‌عنوان وکیل دادگستری با بیش از ۱۸ سال سابقه، این مجموعه وکالت در دعاوی حقوقی و مالی متعددی نظیر نقض قرارداد، مطالبه وجه، مسئولیت مدنی، کلاهبرداری و تقلب، صدمات جسمی، مطالبه خسارت، دارا شدن ناعادلانه، اختلافات میان شرکا، ضمانت و سایر دعاوی مرتبط را بر عهده می‌گیرد.

■ دعاوی کیفری

با سابقه‌ای درخشان در اخذ حکم برائت برای





Lishaam لذت اصالت، طعم طبیعت؛

شرکت لیشام به‌عنوان بخشی از مأموریت خود در گسترش دسترسی به محصولات اصیل ایرانی در بازارهای آمریکای شمالی، با همکاری تولیدکنندگان معتبر ایرانی، عرضه محصولات باکیفیت، سالم و الهام گرفته از ذائقه ایرانی را در دستور کار خود قرار داده است.

یکی از محصولات شاخص این برند، خرمای روکش دار شکلاتی با مغز بادام لیشام است؛ ترکیبی از طعم سنتی خرمای ایرانی با پوششی از شکلات مدرن که نتیجه آن خوراکی‌ای مغذی، خوش‌طعم و طبیعی است. این محصول در هفت طعم منحصر به فرد شامل دارک، کاکائویی، قهوه، موز، توت فرنگی، گزسوهان و شیری عرضه می‌شود تا پاسخگوی سلیقه‌های گوناگون مصرف کنندگان باشد.

ترکیب متعادل و دقیق این محصول شامل ۷۵٪ خرما، ۱۵٪ بادام، و ۱۰٪ روکش شکلاتی با طعم‌های طبیعی است که ارزش تغذیه‌ای بالایی را به همراه دارد. خرما به‌عنوان منبع طبیعی انرژی، در کنار بادام سرشار از اسیدهای چرب مفید و شکلات با طعم‌های گوناگون، محصولی مقوی، سالم و ارگانیک را برای مصرف کنندگان آگاه فراهم کرده است.

خرمای شکلاتی لیشام با بسته‌بندی طراحی‌شده بر اساس استانداردهای روز کانادا، جلوه ای مدرن و جهانی دارد که ضمن حفظ اصالت ایرانی محصول، با نیازهای بازار آمریکای شمالی کاملاً سازگار است.

همچنین، ویژگی‌های تغذیه‌ای (Nutrition Facts) این محصول مطابق با مقررات Health Canada طراحی و تحت نظارت CFIA اجرا شده است تا شفافیت، اعتماد و سلامت در هر بسته حفظ شود.

خرمای شکلاتی لیشام پلی میان اصالت ایرانی و کیفیت جهانی است. انتخابی ممتاز برای میان‌وعده، پذیرایی یا هدیه‌ای خوش‌طعم از سرزمین خرما.





«علی بابا صنایع غذایی ایران» در مسیر

ورود حرفه‌ای به بازارهای بلیون دلاری www.lishaam.ca

در دنیای امروز، موفقیت در صنعت مواد غذایی فقط به کیفیت محصول وابسته نیست؛ به تجاری‌سازی صحیح، انطباق با مقررات، لجستیک حرفه‌ای و دسترسی به شلف فروشگاه‌های زنجیره‌ای وابسته است. بازار مواد غذایی آمریکای شمالی یک بازار چند صد میلیارد دلاری است. تنها بازار خرده‌فروشی مواد غذایی در ایالات متحده ارزشی بیش از ۱ تریلیون دلار در سال دارد. کانادا نیز بازاری چند صد میلیارد دلاری با رشد پایدار سالانه دارد.

■ Lishaam چیست؟

Lishaam یک پلتفرم حرفه‌ای توزیع، تجاری‌سازی و اتصال مستقیم کارخانه‌ها به بازارهای بزرگ آمریکای شمالی است. اما Lishaam فقط یک پلتفرم نیست. شبکه توزیع ساختار انطباق با مقررات زیرساخت برچسب‌گذاری و استانداردسازی پشتیبانی دیجیتال و از سال ۲۰۲۶، آغاز توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای خود با افتتاح شعبه اول Lishaam در حال تبدیل شدن به یک اکوسیستم کامل زنجیره تأمین مواد غذایی است.

مسئله‌ای که حل می‌کنیم

صنایع غذایی ایران ظرفیت تولید فوق‌العاده‌ای دارند:

- * کیفیت بالا
- * تنوع محصول
- * قیمت رقابتی
- * توان تولید انبوه

■ اما چرا این محصولات در شلف‌های Walmart، Costco یا فروشگاه‌های بزرگ کانادا دیده نمی‌شوند؟

زیرا مسیر ورود به این بازارها فقط از طریق:

- * استانداردهای CFIA
- * انطباق با FDA
- * برچسب‌گذاری دقیق
- * کنترل کیفی
- * ساختار توزیع رسمی

قراردادهای تأمین حرفه‌ای می‌گذرد.

Lishaam این حلقه گمشده را ایجاد کرده است.

تصور کنید...

محصول شما دیگر فقط در فروشگاه ایرانی محله عرضه نمی‌شود.

■ تصور کنید:

- * زعفران، خشکبار، کنسروها، شیرینی‌جات یا محصولات سلامت محور ایرانی
- * با بسته‌بندی استاندارد کانادایی
- * با لیبل مطابق مقررات
- * با کد رهگیری
- * با کنترل کیفیت رسمی
- در شلف فروشگاه‌های زنجیره‌ای کانادا، آمریکا، اروپا یا حتی خاورمیانه قرار گرفته‌اند.
- این همان تحول ساختاری است که Lishaam دنبال می‌کند.

■ مدل کسب‌وکار Lishaam

مدل درآمدی بر پایه:

- * قراردادهای تأمین بلندمدت
- * توزیع عمده‌فروشی
- * خدمات ارزش افزوده (Compliance، Labeling، Digital Support)
- * توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای اختصاصی



این مدل

- * درآمد تکرارشونده ایجاد می‌کند
- * حاشیه سود بالاتر نسبت به مدل سنتی واردات دارد
- * مقیاس‌پذیر است
- * قابلیت توسعه در استان‌های مختلف را دارد

مزیت رقابتی Lishaam

- * حذف واسطه‌های غیرضروری
- * افزایش مستقیم حاشیه سود تولیدکننده
- * شبکه توزیع کارآمد با تحویل به موقع
- * هزینه عملیاتی کنترل شده
- * ساختار مقیاس‌پذیر
- * توانایی انطباق با مقررات پیچیده آمریکای شمالی
- * Lishaam در قلب زنجیره تأمین قرار گرفته است.

چرا اکنون بهترین زمان است؟

- * جمعیت مهاجر در کانادا و آمریکا رو به افزایش است.
- * مصرف‌کنندگان به دنبال محصولات متنوع و خاص هستند.
- * زنجیره‌های بزرگ به دنبال تأمین‌کنندگان قابل اعتماد با ساختار رسمی‌اند.
- * بازار خرده‌فروشی مواد غذایی آمریکای شمالی بیلیون دلاری است.
- * اما ورود به این بازار فقط از مسیر تجاری‌سازی صحیح ممکن است.

Lishaam؛ علی بابای صنایع غذایی ایران

- * اگر علی بابا توانست کارخانه‌های چین را به بازار جهانی متصل کند، Lishaam در حال ایجاد زیرساخت اتصال صنایع غذایی ایران به بازارهای بزرگ غرب است.
- * ما فقط واردکننده نیستیم.

* ما ساختار می‌سازیم.

* ما استاندارد تعریف می‌کنیم.

* ما برندها را به بازارهای اصلی می‌بریم.

فرصت همکاری و مدیریت

Lishaam اکنون در فاز توسعه ظرفیت عملیاتی، گسترش شبکه توزیع و توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای قرار دارد.

ما به دنبال:

- * مدیران با تجربه در صنایع غذایی ایران
- * متخصصان صادرات و تجاری‌سازی
- * مدیران عملیاتی در حوزه لجستیک و توزیع سرمایه‌گذاران استراتژیک
- * و افراد با انگیزه برای همکاری در مدیریت مجموعه هستیم.
- * این یک فرصت بالقوه بزرگ است.
- * بازار صنایع غذایی آمریکای شمالی یک بازار بیلیون دلاری است.
- * اما تنها مسیر ورود، ساختار حرفه‌ای و تجاری‌سازی استاندارد است.
- Lishaam این مسیر را ساخته است.**

چشم‌انداز

- * هدف ما تبدیل شدن به شریک استراتژیک برندهای غذایی در آمریکای شمالی است؛ برندی که کیفیت، سرعت، انطباق مقررات و قیمت رقابتی را در یک ساختار یکپارچه ارائه می‌دهد.
- * ما آماده همکاری هستیم.
- * آماده توسعه هستیم.
- * و آماده‌ایم با مدیران توانمند و حرفه‌ای، این اکوسیستم را به سطحی ملی و بین‌المللی برسانیم.





مجمع صادرکنندگان برتر ایران | IRAN EXPORTERS

www.lishaam.ca

■ درباره ما

مجمع صادرکنندگان برتر ایران، پلتفرم تخصصی آموزش، مشاوره و توسعه صادرات است که با هدف ارتقای توان تجاری ایران در سطح بین‌الملل فعالیت می‌کند.

این مجموعه با همکاری انجمن بازرگانی ایران و کانادا و تحت مدیریت اتحادیه بین‌المللی تجارت ساین، به عنوان مرجع حرفه‌ای صادرات و تجارت جهانی شناخته می‌شود.

■ مأموریت ما

توانمندسازی فعالان اقتصادی ایران، توسعه ارتباطات بین‌المللی و تسهیل مسیر ورود به بازارهای جهانی.

■ محورهای فعالیت

- * برگزاری دوره‌های تخصصی آموزش صادرات
- * اجرای تورهای گمرکی و تجاری
- * همایش‌ها و رویدادهای تخصصی بین‌المللی
- * آموزش مهارت‌های تجاری نوین (دیجیتال مارکتینگ، لینکدین بیزینس و...)
- * مشاوره تخصصی صادرات، برندینگ و توسعه بازار
- * بیش از ۱۹ هزار دنبال‌کننده حرفه‌ای در شبکه‌های اجتماعی
- * بیش از ۵۰۰ هزار بازدید آموزشی در ماه
- * اگر در مسیر توسعه صادرات، گسترش روابط تجاری یا آموزش تخصصی بین‌المللی گام برمی‌دارید، ما در کنار شما هستیم.





بانک مشاغل کانادا
Directory Hodhod Media • 1bd.ca

بانک مشاغل کانادا، یک دایرکتوری هوشمند و جامع برای معرفی و اعتبارسنجی مشاغل ایرانی در سراسر کانادا می باشد که از سال ۲۰۱۸ با پشتیبانی رسانه معتبر هد هد کانادا فعالیت خود را آغاز کرده است...

■ مزایای ثبت شغل در بانک مشاغل کانادا

انتشار و معرفی هفتگی در وبسایت و شبکه های اجتماعی
افزایش اعتبار برند از طریق اعتبارسنجی رسمی اطلاعات
دسترسی مستقیم کاربران و مشتریان به اطلاعات شما در سراسر کانادا
پشتیبانی کامل از تولید محتوا تا طراحی و انتشار تبلیغات اختصاصی

■ بانک مشاغل مناسب برای چه کسانی می باشد؟

کسب و کارهای فعال در کانادا
استارت آپ ها و برندهای تازه تاسیس
شرکت ها و فروشگاه های ایرانی که قصد ورود به بازار کار کانادا را دارند
برندهایی که به دنبال افزایش اعتبار در جامعه ایرانیان کانادا هستند

راه های ارتباطی:

Website: directory.hodhod.ca

Telegram: [@DirectoryHodHod](https://t.me/DirectoryHodHod)

Facebook: [@1bd.ca](https://www.facebook.com/1bd.ca)





مرکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در کانادا

بازار کانادا امروز فراتر از یک مقصد صادراتی ساده است؛ آزمونی واقعی برای بلوغ راهبردهای تجاری، توان انطباق نهادی و قدرت تبدیل ایده به اقدام اجرایی. در فضایی که استانداردهای سخت‌گیرانه، نظارت دقیق و رقابت شدید حاکم است، داشتن محصول خوب و ظرفیت تولید کافی نیست. آنچه تفاوت آفرین است، وجود نهادی است که سیاست توسعه صادرات را به «برنامه عمل میدانی» تبدیل کند.

و CSA) به صورت واقع‌بینانه بررسی و برنامه‌ریزی می‌شود تا احتمال توقف کالا در مرز به حداقل برسد.

گام بعدی، تدوین برنامه صادراتی اختصاصی (Export Plan) است؛ جایی که تحلیل به اجرا متصل می‌شود. انتخاب استان هدف، تعریف دقیق بازار، تحلیل رقبا، مدل ورود مرحله‌ای، کانال‌های توزیع و استراتژی قیمت‌گذاری، صادرات را از حالت آزمون‌وخطا خارج کرده و به یک پروژه حرفه‌ای با نقاط کنترل مشخص تبدیل می‌کند.

• خدمات تخصصی در قالب ۶ کمیسیون (مدل پرونده‌محور)

مرکز خدمات خود را از طریق ۶ کمیسیون تخصصی و با کارمزد رقابتی ۵ تا ۱۰ درصد ارزش قراردادها (تحت نظارت کامل TPO) ارائه می‌دهد:

* **رویدادهای تجاری:** جلسات B2B، نمایشگاه‌های شش‌ماهه، تورهای آموزشی و رصد مداوم نمایشگاه‌های تخصصی

* **خدمات تجاری:** امکان‌سنجی بازار، تدوین Export Plan، مطالعات بازار، معرفی نماینده فروش، تحلیل تعرفه‌ها و استانداردها

* **خدمات حقوقی:** ثبت شرکت، ثبت پتنت و علائم تجاری، اخذ مجوزها و تنظیم قراردادهای بین‌المللی

* **آموزش و تبلیغات:** برگزاری کارگاه‌ها، تولید کاتالوگ، فیلم تبلیغاتی، وبسایت چندزبانه و جذب سرمایه‌گذار

* **زیرساخت و لجستیک:** حمل‌ونقل، انبارداری، دفتر نمایندگی، فضای کار اشتراکی و انتقال فناوری

مرکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در کانادا دقیقاً برای همین مأموریت تأسیس شده است: تبدیل سیاست توسعه صادرات غیرنفتی به سازوکار اجرایی ملموس در بازار کانادا و سپس گسترش آن به آمریکای شمالی. این مرکز با مجوز تخصصی سازمان توسعه تجارت ایران (TPO) و در چارچوب فعالیت‌های انجمن بازرگانی ایران و کانادا (CIBA)، به عنوان بازوی اجرایی توسعه صادرات عمل می‌کند؛ بازویی که تمرکز آن نه بر رویدادهای پراکنده، بلکه بر ایجاد زنجیره‌ای منسجم از تصمیم‌گیری، ابزارها و شراکت‌های پایدار برای حضور بلندمدت شرکت‌های ایرانی در بازار هدف است.

• از سیاست‌گذاری تا اجرا؛ شکاف همیشگی صادرات

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های تجارت خارجی ایران، فاصله میان سیاست‌گذاری در مرکز و اجرای واقعی در بازار مقصد است. اسناد راهبردی و مشوق‌های صادراتی تنها زمانی اثرگذار می‌شوند که در میدان به تصمیم‌های عملی و قابل پیگیری تبدیل شوند.

مرکز این شکاف را با رویکرد داده‌محور، شناخت دقیق مقررات کانادا و ایجاد زیرساخت عملیاتی پر می‌کند. در این مدل، صادرات یک «رویداد» نیست؛ یک فرآیند ساختارمند و مرحله‌به‌مرحله است که از ارزیابی آمادگی صادراتی بنگاه آغاز می‌شود. در این مرحله ظرفیت تولید، ساختار حقوقی، اسناد فنی و انطباق کامل با الزامات بازار کانادا از جمله استانداردهای (Health Canada، CFIA)

در *** صادرات:** فاصله میان «نوشتن راهبرد» و «اجرای راهبرد در بازار هدف». مدلی که این مرکز دنبال می‌کند، گذار از صادرات سنتی به صادرات ساختارمند و مبتنی بر برنامه است؛ مدلی که در آن سیاست، استاندارد، حقوق، لجستیک، تأمین مالی و بازار در یک مسیر یکپارچه قرار می‌گیرند. برای بنگاه‌هایی که به دنبال حضور موردی نیستند و بازار کانادا را نه به عنوان یک فرصت گذرا، بلکه به عنوان سکوی حضور بلندمدت در آمریکای شمالی می‌بینند، این مرکز می‌تواند شریک نهادی و اجرایی آنها در این مسیر باشد.

این مرکز با استقرار دائمی در تهران، تورنتو و مونترال، همراهی میدانی و عملیاتی بنگاه‌ها را در هر دو سوی این مسیر فراهم کرده است. دفاتر فعال آن در تهران (به ویژه خانه نوآوری و فناوری ایران IHIT)، تورنتو و مونترال به طور کامل عملیاتی هستند و هماهنگی یکپارچه بین دو سوی اقیانوس را تضمین می‌کنند. خانه نوآوری و فناوری ایران (IHIT) در سالن 37A نمایشگاه بین‌المللی تهران، به عنوان هاب عملیاتی شرکت‌های دانش‌بنیان، ارزیابی آمادگی صادراتی، رویدادهای B2B و نمایشگاه دائمی محصولات فناورانه صادرات محور را مدیریت می‌کند و نقطه اتصال اصلی بسیاری از این شرکت‌ها با مسیر ورود ساختارمند به بازار کانادا و آمریکای شمالی است.

اطلاعات تماس

شماره تماس مستقیم و پیام‌رسان‌ها:

+98(912)3892416

دفتر کانادا:

+1(647)6190868

وبسایت: Iran-canada.ca

ایمیل: info@iran-canada.ca

*** نوآوری:** حمایت از استارت‌آپ‌های صادراتی و شبکه‌سازی بین‌المللی هدفمند

این کمیسیون‌ها تمام خدمات الزامی و غیرالزامی TPO را پوشش می‌دهند و با تمرکز ویژه بر استانداردهای کانادا، موانع ورود به بازار آمریکای شمالی را به حداقل می‌رسانند.

■ مدیریت ریسک و شبکه‌سازی هدفمند

در تجارت بین‌المللی، بدون مدیریت حرفه‌ای ریسک حقوقی، هیچ مسیری کامل نیست. مرکز با تمرکز بر «مدیریت قراردادهای بین‌المللی» از انتخاب شکل حضور (نمایندگی، دفتر، شراکت یا سرمایه‌گذاری مشترک) تا انطباق کامل با قوانین کانادا و مکانیسم‌های حل اختلاف، همه مراحل را پوشش می‌دهد.

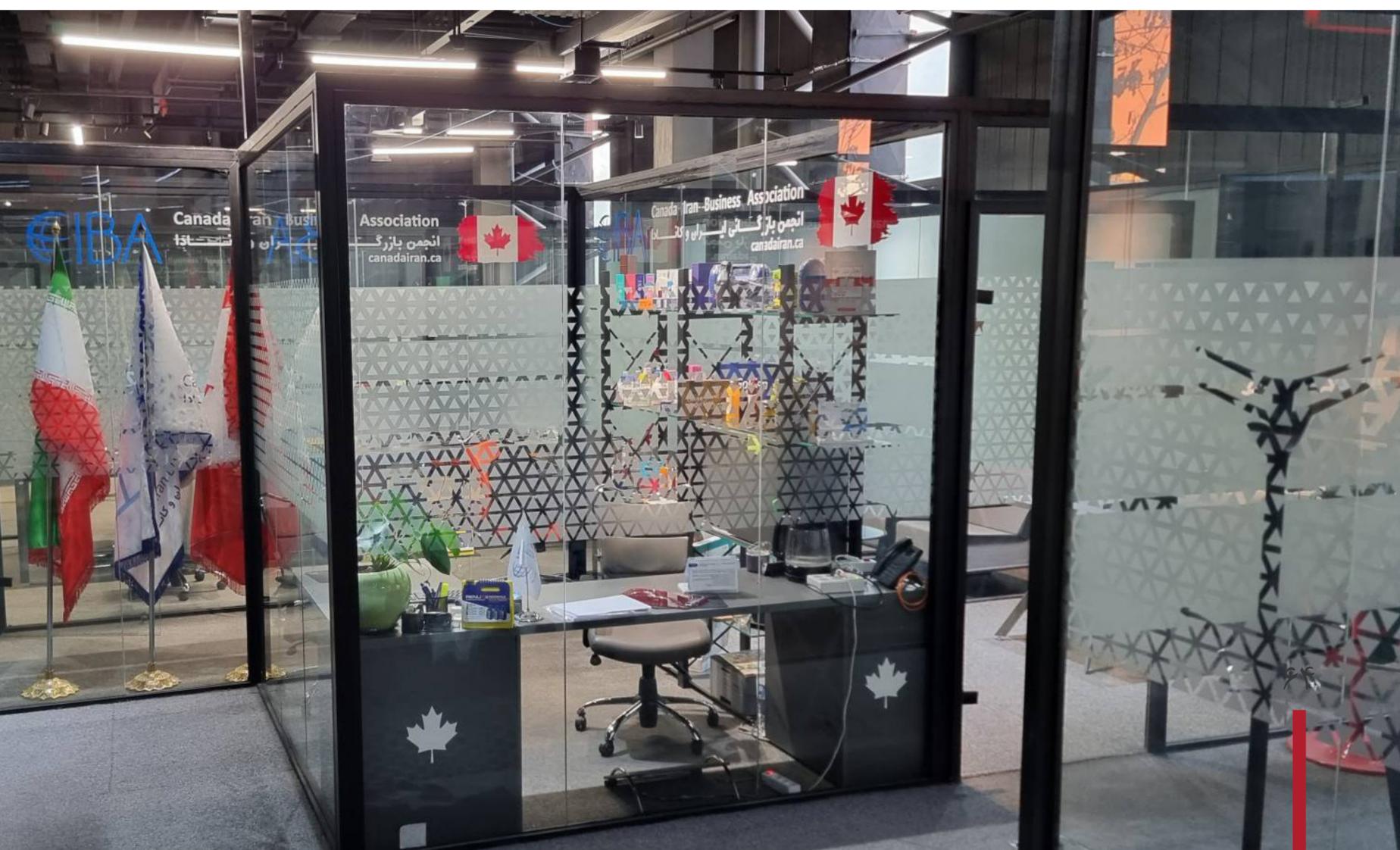
شبکه‌سازی در این مرکز فراتر از تبادل کارت ویزیت است. نشست‌های B2B کاملاً بر اساس ارزیابی آمادگی بنگاه و نیاز واقعی بازار طراحی می‌شوند تا مستقیماً به قرارداد و پروژه مشترک منجر شوند. بهره‌گیری از برنامه‌های حمایتی دولت کانادا (مانند Can Export و SR&ED) نیز بخشی از مسیر مالی حضور پایدار است.

■ توانمندسازی تجارت؛ پیوندی به گستره فرهنگ‌ها

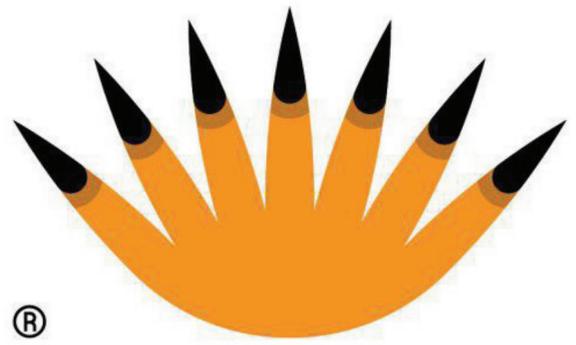
*** شعار مرکز:** ((توانمندسازی تجارت؛ پیوندی به گستره فرهنگ‌ها)).

ما تجارت را صرفاً مبادله کالا نمی‌بینیم؛ آن را بستری برای انتقال دانش، هم‌راستایی انتظارات و ایجاد اعتماد پایدار بین دو نظام اقتصادی متفاوت می‌دانیم. توانمندسازی یعنی تجهیز بنگاه‌های ایرانی به ابزارهای تحلیل، انطباق، شبکه‌سازی و مدیریت ریسک؛ پیوند فرهنگی یعنی تبدیل تفاوت‌های نهادی به مزیت رقابتی واقعی.

برای تصمیم‌گیران، مرکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در کانادا پاسخی است به یک شکاف قدیمی



رسانه هدهد یکی از رسانه‌های شناخته‌شده فارسی‌زبان در کانادا است که با هدف تقویت ارتباطات فرهنگی میان ایران و کانادا و ایجاد بستری برای اطلاع‌رسانی به فارسی‌زبانان این کشور شکل گرفته است.



®

رسانه هدهد

HodHod Media

با وجود تمرکز اصلی بر رویدادهای داخل کانادا، بخشی از محتوای هدهد به بازتاب تحولات مهم ایران نیز اختصاص دارد؛ موضوعاتی که برای بسیاری از ایرانیان خارج از کشور همچنان اهمیت فرهنگی و عاطفی دارند. هدهد خود را رسانه‌ای مستقل می‌داند و تلاش می‌کند با پایبندی به اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، دقت در انتشار اطلاعات و رعایت بی‌طرفی، محتوایی معتبر و قابل اتکا در اختیار مخاطبان قرار دهد. ایجاد فضایی برای آگاهی عمومی، طرح دیدگاه‌ها و تقویت ارتباط میان اعضای جامعه فارسی‌زبان از جمله اهدافی است که این رسانه دنبال می‌کند.

امروز هدهد با تکیه بر تجربه سال‌های فعالیت خود، شناخت بهتر از نیازهای مخاطبان و استفاده از ابزارهای نوین رسانه‌ای، می‌کوشد نقش مؤثری در اطلاع‌رسانی، انعکاس فعالیت‌ها و معرفی دستاوردهای جامعه ایرانیان کانادا ایفا کند و به عنوان پلی ارتباطی میان فرهنگ‌ها و نسل‌های مختلف فارسی‌زبان در این کشور حضور داشته باشد.

این مجموعه رسانه‌ای طی سال‌های فعالیت خود توانسته جایگاهی قابل توجه در میان مخاطبان به دست آورد و به منبعی قابل اعتماد برای پیگیری اخبار، گزارش‌ها و رویدادهای مرتبط با زندگی ایرانیان و دیگر فارسی‌زبانان مقیم کانادا تبدیل شود. هدهد با جذب ده‌ها هزار مخاطب روزانه، طیف گسترده‌ای از محتوا را در اختیار خوانندگان قرار می‌دهد، با ارائه اطلاعات دقیق و به‌روز، مخاطبان خود را نسبت به تحولات پیرامونشان آگاه نگه دارد و تصویری روشن از مسائل مهم جامعه مهاجران ارائه دهد.

بیش از یک دهه حضور مستمر در عرصه خبر و رسانه باعث شده هدهد به یکی از رسانه‌های با سابقه فارسی‌زبان در کانادا تبدیل شود. در این مسیر، توجه ویژه‌ای به موضوعاتی شده است که به شکل مستقیم با زندگی مهاجران ارتباط دارند؛ مسائلی مانند فرهنگ و هویت، فرصت‌های اقتصادی، کارآفرینی، آموزش، مهاجرت و چالش‌ها و تجربه‌های روزمره ایرانیان در جامعه کانادایی.





Global.Clinic

Your Health Partner. Anytime. Anywhere.

سلامت بدون مرز؛ آینده‌ای که همین امروز آغاز شده است...

در آمریکای شمالی، یکی از پیشرفته‌ترین سیستم‌های درمانی جهان وجود دارد، اما هم‌زمان یکی از پرچالش‌ترین‌ها صف‌های انتظار طولانی، کمبود پزشک خانواده، هزینه‌های سرسام‌آور و اضطراب بیماران، واقعیتی است که میلیون‌ها نفر هر روز با آن روبه‌رو هستند...

این پروژه پس از طی مراحل تکامل برند و تکمیل زیرساخت‌های حقوقی، فنی و تجاری، امروز با نام نهایی Global Clinic وارد فاز اجرایی شده است.

هدف ما ساده اما بزرگ است:

اتصال بیمار به پزشک متخصص، در سریع‌ترین زمان ممکن، با بالاترین سطح اعتماد.

* مزیت کلیدی: ارتباط هم‌زمان

* در حوزه پزشکی، کلمات اهمیت دارند.

یک سوء‌برداشت کوچک می‌تواند اضطراب یا تصمیم اشتباه ایجاد کند.

تصور کنید بیماری فارسی‌زبان در تورنتو می‌خواهد درباره علائم حساس خود توضیح دهد، یا بیماری عرب‌زبان در مونترال نیاز به توضیح دقیق سابقه خانوادگی دارد.

Global Clinic این فاصله را حذف می‌کند.

* بیمار می‌تواند با پزشک هم‌زبان خود ارتباط بگیرد.

* پزشکان دارای پروفایل حرفه‌ای کامل هستند.

* تخصص، مدارک، سوابق، زبان‌های مشاوره و بازخورد

طبق آمارهای رسمی، میلیون‌ها نفر در کانادا دسترسی منظم به پزشک خانواده ندارند. برای بسیاری از تخصص‌ها، زمان انتظار هفته‌ها و حتی ماه‌ها طول می‌کشد.

از سوی دیگر، آمارهای اپیدمیولوژیک نشان می‌دهد که در طول عمر، احتمال ابتلا به سرطان برای جمعیت عمومی بسیار بالاست، در برخی گزارش‌ها حدود یک نفر از هر دو تا سه نفر در طول زندگی با نوعی از سرطان مواجه می‌شود.

این یعنی تقاضا برای مشاوره تخصصی، پاسخ سریع و آرامش ذهنی، نه یک انتخاب لوکس، بلکه یک ضرورت حیاتی است، در چنین فضایی، Global Clinic شکل گرفت.

• Global Clinic چیست؟

Global Clinic یک پلتفرم سلامت دیجیتال بین‌المللی است که سال‌ها طراحی، توسعه و آزمون شده و اکنون آماده بهره‌برداری عملیاتی و اسکیل جهانی است.



بیماران شفاف است، این سطح از شفافیت، اعتماد می‌سازد و اعتماد، اساس سلامت است.

Second Opinion: ضرورتی جهانی

در آمریکای شمالی، ارائه درمان مستقیم نیازمند لایسنس ایالتی یا استانی است، اما یکی از حیاتی‌ترین نیازهای امروز بیماران، سکنت اوپینیون (Second Opinion) است.

Second Opinion یعنی:

- * بررسی مدارک پزشکی
- * تحلیل نتایج آزمایش‌ها
- * ارائه دیدگاه تخصصی دوم
- * کمک به تصمیم‌گیری آگاهانه

در بسیاری از موارد، بیمار فقط می‌خواهد بداند:

- * «آیا این تشخیص قطعی است؟»
 - * «آیا گزینه درمانی دیگری وجود دارد؟»
 - * «آیا باید جراحی کنم یا راه‌حل جایگزین هست؟»
- Global Clinic این آرامش را در زمانی کوتاه و با هزینه‌ای منطقی فراهم می‌کند.

یک تحول اقتصادی برای پزشکان

حال تصور کنید:

یک پزشک متخصص در تهران یا استانبول یا پاریس نشسته است، سال‌ها تجربه دارد. اما درآمدش محدود به جغرافیای محل فعالیت اوست.

در Global Clinic:

* می‌تواند به بیماران بین‌المللی سکنت اوپینیون بدهد

* درآمد دلاری کسب کند

* بدون مهاجرت، وارد بازار جهانی شود

این مدل، یک ساختار Win-Win واقعی است:

بیمار، دسترسی سریع و هم‌زمان

پزشک، درآمد بین‌المللی

پلتفرم، رشد دیجیتال مقیاس‌پذیر

سه فاز توسعه استراتژیک

فاز اول: مشاوره آنلاین و Second Opinion (در حال اجرا)

- * اتصال فوری بیمار به پزشک
- * جلسات ویدیویی، صوتی و چت
- * دسترسی ۲۴ ساعته
- * پشتیبان اختصاصی
- * سیستم رزرو هوشمند

مدل درآمد

- * کمیسیون از هر جلسه
 - * اشتراک ماهانه
 - * Pay-as-you-go
- این ساختار، درآمد تکرارشونده و قابل پیش‌بینی ایجاد می‌کند.

فاز دوم: فروش محصولات سلامت

با تحلیل داده‌های سلامت کاربران (کاملاً مطابق قوانین حریم خصوصی):

- * مکمل‌ها
 - * تجهیزات پزشکی خانگی
 - * پکیج‌های سلامت شخصی‌سازی شده
- این فاز، Cross-Selling قدرتمند و حاشیه سود بالا ایجاد می‌کند.

فاز سوم: توریسم درمانی از آمریکای شمالی

هزینه‌های درمان در آمریکا و کانادا از بالاترین سطوح جهانی است.

Global Clinic مدیریت کامل مسیر درمان در کشورهای دارای کیفیت بالا و هزینه منطقی را ارائه خواهد داد:

- * انتخاب پزشک و بیمارستان
 - * هماهنگی درمان
 - * پشتیبانی کامل پیش و پس از درمان
 - * مدیریت اقامت و خدمات جانبی
- این بخش می‌تواند جریان درآمد چندلایه و ارزی ایجاد کند.





چشم‌انداز
Global Clinic قرار است به یک اکوسیستم سلامت ۳۶۰
درجه تبدیل شود:
* مشاوره
* محصولات
* توریسم درمانی
* ادغام با هوش مصنوعی در آینده
پلتفرمی که مرزها را حذف می‌کند و سلامت را در هر زمان
و هر مکان در دسترس قرار می‌دهد.

Your Health Partner, Anytime, Anywhere

• **فرصت سرمایه‌گذاری و مدیریت**

- * این پروژه یک ایده نیست.
- * زیرساخت آماده است.
- * مدل تجاری تعریف شده است.
- * فاز اجرایی آغاز شده است.

ما از:

- * سرمایه‌گذاران استراتژیک
- * شرکای توسعه بین‌المللی
- * و حتی افرادی که تمایل دارند مدیریت این شرکت را بر
عهده بگیرند
- با آغوش باز استقبال می‌کنیم.

**صنعت سلامت یکی از مهم‌ترین صنایع جهان است و Global
Clinic آماده است سهمی جدی از آینده این صنعت را به
دست آورد.**

بازار: یک فرصت چند ده میلیارد دلاری
بازار سلامت دیجیتال در آمریکای شمالی طی دو
دهه گذشته رشد انفجاری داشته است:
* سال ۲۰۰۰: حدود ۱ میلیارد دلار
* سال ۲۰۱۰: حدود ۱۰ میلیارد دلار
* سال ۲۰۲۰: بیش از ۷۰ میلیارد دلار
* نرخ رشد سالانه ترکیبی حدود ۳۰٪
شرکت‌هایی مانند Amwell و Teladoc Health
ارزش‌گذاری‌های چند ده میلیارد دلاری را تجربه
کرده‌اند.
و این فقط آغاز مسیر تحول سلامت دیجیتال
است.

• **چرا این بیزینس بزرگ است؟**

- چون:
* صنعت سلامت یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان
است
* تقاضا رو به افزایش است
* سیستم‌های سنتی تحت فشارند
* جمعیت مهاجر و چندفرهنگی در آمریکای شمالی
گسترده است
* Second Opinion به یک ضرورت تبدیل شده
* سلامت روان و مشاوره تخصصی رشد فزاینده
دارد
این یک بازار میلیون‌دلاری نیست، یک بازار چند
ده میلیارد دلاری در حال رشد است.

سرمایه‌گذاری در آینده دیجیتال کودکان و نوجوانان کانادا

در جهانی که فناوری با سرعتی بی‌سابقه در حال تحول است، مهارت‌هایی مانند برنامه‌نویسی، تفکر منطقی، هوش مصنوعی و حل مسئله دیگر یک انتخاب نیستند؛ بلکه ستون فقرات آموزش نسل آینده‌اند.

چرا این بیزنس جذاب است؟

بازار آموزش فناوری برای کودکان (EdTech for Kids) یکی از سریع‌ترین حوزه‌های رشد در آمریکای شمالی است. والدین امروز به خوبی می‌دانند که آینده شغلی فرزندانشان با مهارت‌های دیجیتال گره خورده است.

مزایای کلیدی مدل کسب‌وکار:

- * درآمد تکرار شونده ماهانه (Recurring Revenue)
- * مقیاس‌پذیری بالا از طریق توسعه شعب و فرانچایز
- * امکان آموزش آنلاین و هیبرید
- * حاشیه سود مناسب در مقایسه با بسیاری از بیزنس‌های خدماتی

همراستایی با روندهای جهانی هوش مصنوعی و تحول دیجیتال

حالا یک تصویر بزرگ‌تر را تصور کنید... تصور کنید در داخل ایران و کشورهای همجوار، صاحب یک مدرسه یا فرانچایز آموزشی کانادایی هستید؛ مرکزی که با استانداردهای آمریکای شمالی فعالیت می‌کند، الهام‌گرفته از متدهای دانشگاه‌های طراز اول مانند Massachusetts Institute of Technology

جایی که کودکان و نوجوانان

- * رباتیک می‌آموزند
- * کدنویسی حرفه‌ای تمرین می‌کنند
- * با مفاهیم هوش مصنوعی، الگوریتم و مهندسی نرم‌افزار آشنا می‌شوند

01 Learning به عنوان یک مرکز تخصصی آموزش برنامه‌نویسی و علوم کامپیوتر برای کودکان و نوجوانان در کانادا، با رویکردی ساختارمند، پروژه‌محور و آینده‌نگر فعالیت می‌کند و در مسیر تبدیل شدن به یک برند ملی در حوزه آموزش فناوری قرار دارد.

■ مدل آموزشی: از بازی تا مهندسی نرم‌افزار

برنامه‌های آموزشی 01 Learning برای گروه‌های سنی ۵ تا ۱۷ سال طراحی شده و مسیر رشد تدریجی از مفاهیم پایه تا مهارت‌های حرفه‌ای را فراهم می‌کند:

* ۵ تا ۷ سال

آموزش منطق برنامه‌نویسی از طریق Scratch Jr، بازی‌های تعاملی و تقویت تفکر الگوریتمی

* ۷ تا ۱۰ سال

Scratch پیشرفته و مقدمات Python با تمرکز بر بازی‌سازی و پروژه‌های خلاقانه

* ۱۰ تا ۱۵ سال

Python، Java، توسعه وب، مبانی دیتابیس و پروژه‌های تیمی

* ۱۵ سال به بالا

C++، توسعه بازی با Unreal Engine، مبانی هوش مصنوعی و آمادگی برای مسابقات بین‌المللی برنامه‌نویسی

متد آموزشی کاملاً Project-Based است؛ دانش‌آموزان صرفاً تئوری نمی‌آموزند، بلکه می‌سازند، آزمایش می‌کنند و مسئله حل می‌کنند. نتیجه این رویکرد، پرورش ذهن تحلیل‌گر، خلاق و آماده برای اقتصاد دیجیتال است.

- * از سنین پایین برای دانشگاه‌های معتبر جهان آماده می‌شوند
- * تصور کنید زیرساخت، برند، متد آموزشی و ساختار حقوقی آماده است...
- * شبکه کانادایی تثبیت شده...
- * مدل درآمدی مشخص است...
- * فرانچایز قابل توسعه طراحی شده...
- و اکنون تنها چیزی که نیاز است، یک مدیریت توانمند و استراتژیک برای توسعه منطقه‌ای است.

چشم‌انداز

- هدف 01Learning تنها آموزش کدنویسی نیست؛ هدف، ساخت نسلی است که:
- * مصرف‌کننده فناوری نباشد، بلکه خالق فناوری باشد
- * کارآفرین دیجیتال باشد و برای اقتصاد آینده آماده شود
- * این یک مرکز آموزشی نیست؛ این سرمایه‌گذاری در آینده است.

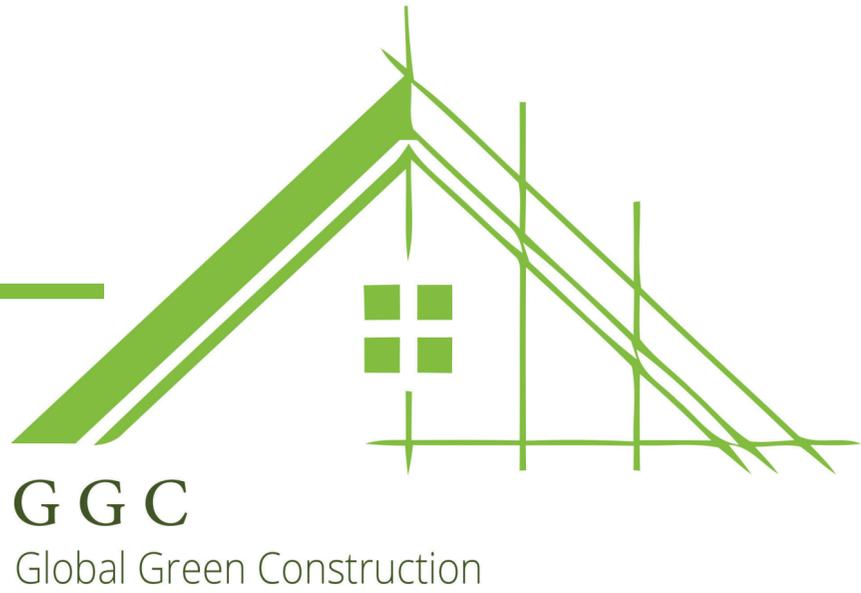
فرصت سرمایه‌گذاری و مدیریت

- 01Learning در مسیر توسعه زیرساخت آموزشی و گسترش جغرافیایی قرار دارد. سرمایه‌گذاری می‌تواند در محورهای زیر به کار گرفته شود:
- * راه‌اندازی شعب جدید در استان‌های کانادا
- * توسعه فرانچایز بین‌المللی (ایران و کشورهای همجوار)
- * سرمایه‌گذاری در زیرساخت دیجیتال و پلتفرم آنلاین



Global Green Construction

فرصت سرمایه‌گذاری و مدیریت در صنعت ساخت و ساز پایدار کانادا



در دوره‌ای که صنعت ساخت و ساز کانادا به سوی استانداردهای سبز، بهره‌وری انرژی و متریال‌های نوین حرکت می‌کند، Global Green Construction (Global-G-C) به‌عنوان یک مجموعه پیشرو، فرصت کم‌نظیری برای سرمایه‌گذاری و حتی واگذاری مدیریت کلان ارائه می‌دهد.



■ جایگاه و ساختار

شرکت مادر در مونترال مستقر است؛ قلب نوآوری و مهندسی پروژه‌های شرکت. شبکه فرانچایز فعال در تورنتو، مانیتوبا و ونکوور ایجاد شده که امکان توسعه سراسری در کانادا را فراهم می‌کند. مدل کسب‌وکار ترکیبی: تولید و تأمین متریال‌های نوین + طراحی مهندسی + اجرای پروژه + مدیریت کامل چرخه ساخت. این ساختار یکپارچه، ریسک اجرایی را کاهش داده و حاشیه سود پروژه‌ها را افزایش می‌دهد.

■ مزیت رقابتی استراتژیک

Global-G-C با تمرکز بر متریال‌های پیشرفته از جمله کامپوزیت‌های ترموپلاستیک قابل بازیافت و مقاوم در برابر شرایط اقلیمی سخت کانادا، راهکارهایی ارائه می‌دهد که:

* عمر مفید پروژه را افزایش می‌دهد

* هزینه‌های نگهداری را کاهش می‌دهد

* با استانداردهای محیط‌زیستی همسو است

* ارزش افزوده ملک را بالا می‌برد

این شرکت هم‌زمان در پروژه‌های زیست‌محیطی با Saint Mary's University همکاری داشته و در

حوزه توسعه پایدار و مصالح سبز، تأییدیه و سابقه اجرایی دارد؛ موضوعی که اعتبار علمی و فنی برند را تقویت می‌کند.

■ چرا اکنون بهترین زمان برای ورود است؟

* رشد مداوم بازار نوسازی و مسکن در کانادا

* سیاست‌های تشویقی دولت برای پروژه‌های

سبز و انرژی‌کارآمد

* توسعه مشترک خطوط تولید در استان‌های جدید
* گسترش شبکه فرانچایز در سراسر کانادا

■ چشم‌انداز

هدف ما تبدیل شدن به یکی از برندهای قابل‌اعتماد در حوزه مصالح و خدمات ساختمانی پایدار در آمریکای شمالی است؛
برندی که نوآوری، سودآوری و مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی را هم‌زمان محقق می‌کند.

اگر به دنبال ورود به صنعتی پایدار، رو به رشد و مبتنی بر فناوری هستید و تمایل دارید در سطح مالکیت یا مدیریت نقش‌آفرینی کنید، Global Green Construction یک فرصت واقعی و قابل توسعه است.

■ www.global-g-c.com در صورت تمایل، آماده ارائه بیزینس پلن، پیش‌بینی مالی، ساختار سهامداری و برنامه توسعه سه‌ساله هستیم.

* کمبود بازیگران تخصصی با مدل یکپارچه مهندسی + تولید + اجرا

* افزایش تقاضا برای مترپال‌های مقاوم در برابر تغییرات اقلیمی

Global-G-C در مرحله‌ای قرار دارد که زیرساخت اولیه، برندینگ، شبکه عملیاتی و مدل درآمدی تثبیت شده و اکنون آماده فاز رشد ملی است.

■ پیشنهاد ویژه برای سرمایه‌گذاران

ما صرفاً به دنبال جذب سرمایه نیستیم؛ آماده واگذاری بخشی از سهام مدیریتی یا حتی مدیریت کل کمپانی به شریک استراتژیک توانمند هستیم.

■ گزینه‌های قابل مذاکره

* ورود به عنوان سرمایه‌گذار اکتیو (Active Investor) با نقش مدیریتی

* واگذاری مدیریت اجرایی کل شرکت در قالب ساختار شفاف سهامداری



اعداد ریز،

امپراتوری های بزرگ می سازند... قدرت پنهان رشد نمایی و بهره مرکب...

چرا ذهن ما رشد تصاعدی را دست کم می گیرد و چگونه کارآفرینان می توانند از این قانون برای ساخت ثروت پایدار استفاده کنند؟



سود خالص می دهد (معادل ۷۰ دلار در هفته). اما این سود هر هفته به صورت تصاعدی دو برابر می شود و این رشد پایدار و مستمر است.

اکثر ما — حتی کسانی که مدرک MBA دارند — بدون لحظه ای تردید گزینه اول را انتخاب می کنند. چرا؟ چون ذهن انسان خطی فکر می کند، نه نمایی. سیستم عصبی ما برای بقا در جنگل طراحی شده، نه برای درک ریاضیات تصاعدی. ما «عدد بزرگ فوری» را می بینیم و هیجان زده می شویم. «رشد کوچک اما مداوم» را کوچک و بی اهمیت می دانیم. اما **بیا یاد حساب کنیم. حساب واقعی، نه تخمینی.**

هفته اول: ۷۰ دلار
هفته دوم: ۱۴۰ دلار
هفته سوم: ۲۸۰ دلار
هفته چهارم: ۵۶۰ دلار
هفته پنجم: ۱,۱۲۰ دلار
هفته ششم: ۲,۲۴۰ دلار
هفته هفتم: ۴,۴۸۰ دلار
هفته هشتم: ۸,۹۶۰ دلار
هفته نهم: ۱۷,۹۲۰ دلار
هفته دهم: ۳۵,۸۴۰ دلار
هفته یازدهم: ۷۱,۶۸۰ دلار
هفته دوازدهم: ۱۴۳,۳۶۰ دلار

امروز صبح، وقتی برف های نرم فوریه ۲۰۲۶ روی پنجره دفتر کوچکم در مونترال نشست، ناگهان یاد یکی از درس های فراموش نشدنی دانشگاه مونترال افتادم. استادم — آن مرد آرام و دقیق با عینک گرد و لبخند همیشگی — پشت تریبون ایستاده بود و با صدای آرام اما محکم می گفت: «اعداد ریز، قانون های بزرگ می سازند.» آن روز سال ۲۰۱۸ بود. کلاس پر بود از دانشجوی های مهاجر، از ایران، هند، چین و لبنان. همه یادداشت برمی داشتیم، اما فکر نمی کردم هشت سال بعد، در اقتصاد ۲۰۲۶ که هنوز از تب هوش مصنوعی و حباب های دیجیتال بیرون نیامده، این جمله مثل یک نقشه گنج برایم بدرخشد.

این همان قانونی است که امروز بیش از هر زمان دیگری برای ما — تاجران، کارآفرینان و سرمایه گذاران معنادار شده. قانونی که بانک های بزرگ کانادا هر روز از آن به نفع خود استفاده می کنند، اما ما می توانیم آن را برگردانیم و به نفع کسب و کارهای واقعی مان به کار بگیریم.

■ **آزمایش ذهنی ای که ذهن را تکان می دهد**
فرض کنید دو انتخاب دارید. انتخابی که هر روز در زندگی واقعی با آن روبه رو می شویم:
۱) دریافت فوری ۱۰۰,۰۰۰ دلار نقد، همین امروز، همین لحظه.
۲) یک کسب و کار کوچک که از روز اول، فقط روزانه ۱۰ دلار



ذهن ما تغییرات خطی را خوب درک می‌کند: «هر سال ۱۰,۰۰۰ دلار اضافه کن». اما وقتی می‌شنود «هر سال ۲۰٪ رشد»، مغزمان کوتاه می‌آید. همین خطای ساده باعث می‌شود میلیون‌ها کانادایی حداقل پرداخت کارت اعتباری‌شان را انجام دهند و فکر کنند «فقط ۵۰ دلار در ماه بهره است»، در حالی که بدهی‌شان مثل گلوله برفی غلت می‌خورد و بزرگ می‌شود.

بهره مرکب: هشتمین عجایب جهان

آلبرت اینشتین هرچند این نقل قول دقیقاً از او نیست اما بسیار دقیق است گفته بود: «بهره مرکب هشتمین عجایب جهان است. کسی که آن را بفهمد، از آن سود می‌برد؛ کسی که نفهمد، هزینه‌اش را می‌پردازد.»

بهره مرکب یعنی سود روی سود. رشد روی رشد. زمان به عنوان متحد شما.

فرمول ساده‌اش این است:

$$(r/n)^{(n \times t + 1)} \times A = P$$

که A ارزش نهایی، P اصل پول، r نرخ بهره سالانه، n تعداد دفعات مرکب شدن در سال، و t زمان به سال است.

حالا این را در زندگی واقعی کانادا ببینید:

- اگر ۵,۰۰۰ دلار در TFSA (حساب پس‌انداز معاف از مالیات) بگذارید و سالی ۷٪ بازدهی متوسط (ترکیب سهام

در پایان فقط سه ماه (۱۲ هفته)، سود هفتگی شما به ۱۴۳,۳۶۰ دلار رسیده است! یعنی بیش از ۱۰۰,۰۰۰ دلار اولیه.

اما قدرت واقعی کجاست؟ در مجموع درآمد این ۱۲ هفته. این یک سری هندسی است:

$$\text{مجموع} = ۲۸۶,۶۵۰ = ۴,۰۹۵ \times ۷۰ = (1 + ۲^{12}) \times ۷۰ = \text{دلار}$$

یعنی در کمتر از ۹۰ روز، تقریباً سه برابر آن ۱۰۰,۰۰۰ دلار نقد، پول ساخته‌اید. و این تازه آغاز منحنی است! اگر همین روند فقط ۴ هفته دیگر ادامه پیدا کند، سود هفتگی به بیش از ۵۷۰,۰۰۰ دلار می‌رسد و مجموع از مرز یک میلیون دلار عبور می‌کند.

این یک آزمایش ذهنی است، اما درسش واقعی‌تر از هر کتاب درسی است: قدرت در عدد اولیه نیست. قدرت در «تصاعد» است.

سوگیری رشد نمایی: دامی که همه در آن می‌افتیم

در علم اقتصاد رفتاری به این پدیده می‌گویند Exponential Growth Bias (سوگیری در برابر رشد نمایی). تحقیقات دانشگاه‌های هاروارد، لندن و استنفورد نشان می‌دهد حدود یک سوم افراد کاملاً این رشد را دست‌کم می‌گیرند و حتی وقتی نمودار به آن‌ها نشان داده می‌شود، باز هم تخمین‌شان خطاست.



و اوراق کانادایی) داشته باشد، بعد از ۲۵ سال بدون هیچ واریز اضافی به حدود ۲۷,۰۰۰ دلار می‌رسد. - اگر هر سال فقط ۳,۰۰۰ دلار دیگر اضافه کنید (۲۵۰ دلار در ماه)، رقم به بیش از ۲۱۰,۰۰۰ دلار می‌رسد!

همین قانون در بدهی هم کار می‌کند. بانک‌های کانادا (RBC، TD، Scotiabank) نرخ بهره کارت اعتباری معمولی را ۱۹/۹۹٪ تا ۲۳/۹۹٪ اعلام می‌کنند □ که ظاهراً «قابل مدیریت» است. اما بهره روزانه مرکب می‌شود. اگر ۵,۰۰۰ دلار بدهی داشته باشید و فقط حداقل پرداخت (مثلاً ۲٪ یا ۱۰۰ دلار) را بدهید، ممکن است ۱۲ تا ۱۸ سال طول بکشد تا تسویه شود و مجموع بهره پرداختی‌تان به ۸,۰۰۰ تا ۱۲,۰۰۰ دلار برسد!

بانک‌ها دقیقاً از دو نقطه ضعف ما سود می‌برند:

۱) نیاز فوری ما به نقدینگی («همین امروز ماشین بخر!»)
۲) ناتوانی ما در تصور رشد نمایی.

حالا نوبت ماست: از مصرف‌کننده بدهی به تولیدکننده جریان نقدی

سؤال کلیدی اینجا است: چرا همان قانونی را که بانک‌ها علیه ما استفاده می‌کنند، ما در کسب‌وکارمان به کار نگیریم؟

در اقتصاد واقعی — همان اقتصادی که انجمن بازرگانی ایران و کانادا یازده سال است از آن حرف می‌زند — ثروت از اعداد ریز شروع می‌شود:

* یک واردات کوچک مواد غذایی ایرانی به تورنتو که روزی ۱۵ دلار سود می‌دهد.



* یک استارت‌آپ خدمات لجستیک بین تهران و مونترال که ماه اول ۳۰۰ دلار حاشیه سود دارد.
* یک کارگاه کوچک تولید زعفران یا خشکبار در آلبرتا که هفته‌ای ۲۰۰ دلار سود خالص می‌سازد.

اگر این سود کوچک را هر ماه ۱۰۰٪ دوباره سرمایه‌گذاری کنید (خرید تجهیزات بهتر، بازاریابی، استخدام فرد دوم)، وارد فاز تصاعد می‌شوید.

نگاه کنید به داستان‌های واقعی هموطنانمان در کانادا:

* **زهره ناظم با Parnia Saffron:** از یک مزرعه کوچک زعفران در آلبرتا شروع کرد. امروز یکی از بزرگ‌ترین تأمین‌کنندگان زعفران ارگانیک کانادا است. رشدش دقیقاً نمایی بود: سال اول فروش کم، اما هر سال شبکه، کیفیت و صادرات دو برابر شد.

* **شهرزاد رفعتی با BroadbandTV (BBTV):** در سال ۲۰۰۵ با یک ایده کوچک در ونکوور شروع کرد. امروز شرکتش میلیاردها بازدید ویدیویی را مدیریت می‌کند و یکی از غول‌های فناوری دیجیتال دنیاست. او همیشه می‌گوید: «من روی جریان نقدی کوچک تمرکز کردم و اجازه دادم زمان کار کند.»

* **امیر حسین و خشکبار ایوب در ونکوور:** از یک مغازه کوچک شروع کرد و امروز ۸۰٪ مشتریان



زنجیره تأمین بین ویتنام و تورنتو □ همه می‌توانند از همین قانون رشد نمایی استفاده کنند.

■ نتیجه‌گیری: برنده واقعی کیست؟

تفاوت میان کسی که در سال ۲۰۳۵ هنوز در حال پرداخت بهره کارت اعتباری است و کسی که کسب‌وکارش ارزش چند میلیونی پیدا کرده، فقط در یک چیز است:

درک زمان و احترام به تصاعد.

ثروت‌ساز می‌داند که رشد آهسته اولیه، مقدمه انفجار نهایی است. مصرف‌کننده اعتبار می‌خواهد امروز بزرگ به نظر برسد، اما ده سال دیگر هنوز در همان نقطه است. اگر امروز فقط ۱۰ دلار در روز بسازید و آن را با انضباط رشد دهید، اگر هر هفته یک مهارت کوچک اضافه کنید، اگر هر ماه شبکه‌تان را فقط ۱۰٪ قوی‌تر کنید، عدد اولیه کوچک است، اما قانونش عظیم. اعداد ریز، اگر پایدار بمانند و دوباره سرمایه‌گذاری شوند، امپراتوری می‌سازند.

حالا نوبت توست، خواننده عزیز عضو انجمن. امروز چه «عدد ریز»ی را می‌توانی شروع کنی؟ در بخش نظرات مجله یا ایمیل به دفتر انجمن بنویس. بهترین ایده‌ها را در شماره آینده منتشر می‌کنیم و حتی از آنها حمایت می‌کنیم.

با احترام و آرزوی جریان نقدی همیشه رو به رشد، محمد وحیدی‌راد

غیرایرانی هستند. رشد آرام اما پیوسته، سود را دوباره در گسترش فروشگاه‌ها سرمایه‌گذاری کرد. این‌ها داستان «اعداد ریز» هستند که قانون‌های بزرگ ساختند.

■ راهکار عملی: چگونه از امروز شروع کنیم؟

۱. جریان نقدی کوچک بسازید
* هر کسب‌وکاری که دارید، یک محصول یا خدمت جانبی پیدا کنید که روزی فقط ۱۰-۲۰ دلار سود خالص بدهد. مهم پایداری‌اش است، نه اندازه اولیه.
۲. سود را دوباره سرمایه‌گذاری کنید
* حداقل ۷۰-۱۰۰٪ سود خالص شش ماه اول را دوباره در کسب‌وکار بگذارید. این دقیقاً همان «مرکب کردن» است.
۳. زمان را دوست خود بدانید
در TFSA یا RRSP شخصی، حتی اگر ماهانه ۲۰۰ دلار بگذارید، بعد از ۱۵ سال با بهره مرکب ۶-۸٪، سرمایه‌تان چند برابر می‌شود.

۴. ابزارهای ساده

از اپ‌هایی مثل Compound Interest، Excel، Calculator یا حتی ماشین حساب بانک‌ها استفاده کنید. هر هفته سودتان را ثبت کنید و ببینید منحنی چگونه بالا می‌رود.

۵. شبکه انجمن را به عنوان اهرم استفاده کنید

در سال یازدهم فعالیت انجمن، ما دقیقاً همین پل را ساخته‌ایم: ارتباط بین تجربه صنعتی ایران و ثبات و بازار کانادا. یک سرمایه‌گذاری کوچک مشترک معدنی در بریتیش کلمبیا، یک پروژه بیوتک در مونتreal، یک

اراده انسانی تنها چیزی که حتی زمان هم نمی‌تواند آن را نسبی کند...

در جهانی که همه چیز سیال است، قدرت واقعی
کارآفرینان چیست؟

داستان‌هایی از ایستادگی، ساختن و یازده سال
جریان بی‌وقفه انجمن بازرگانی ایران و کانادا



ما در عصری زندگی می‌کنیم که نسبی‌گرایی از فلسفه
به بازار سهام رسیده. ارزش یک شرکت دیگر فقط
بر اساس دارایی‌هایش نیست؛ بر اساس «روایت
آینده» است. یک توپیت، یک گزارش بلومبرگ
یا یک روند تیک‌تاک می‌تواند میلیاردها دلار را
جابه‌جا کند. اقتصاددانان می‌گویند بازارها بر پایه
«انتظارات» کار می‌کنند، نه واقعیت‌های قطعی.

زمان هم نسبی شده. در فیزیک کوانتومی، در
اقتصاد چرخه‌ای، حتی در قراردادهای بلندمدت
تجاری. چیزی که دیروز «سرمایه‌گذاری مطمئن»
بود، امروز «ریسک بالا» نامیده می‌شود.

اما در این سیالیت عظیم، یک نقطه ثابت وجود
دارد که حتی زمان نمی‌تواند آن را تغییر دهد: اراده.

اراده نه پول است، نه تکنولوژی، نه قانون. اراده
یک انتخاب آگاهانه است. انتخابی که می‌گوید:
«با وجود همه این نوسان‌ها، من می‌سازم.»

■ اراده؛ موتور پنهان هر موفقیت اقتصادی

هر کسب‌وکار بزرگ، پیش از آنکه مدل درآمدی،
سرمایه‌گذار یا دفتر شیک داشته باشد، فقط یک
چیز داشته: یک اراده خام و بی‌پروا.

تصور کن یک بعدازظهر سرد فوریه ۲۰۲۶، در
محوطه دانشگاه مونترال، جایی که برف روی
شاخه‌های درختان قدیمی نشسته. من روی
نیمکت سنگی نشسته‌ام، نفس بخارمانندم در
هوا معلق است و به یاد آن بحث‌های طولانی
دانشجویی می‌افتم. آن روزها، ما مهاجران
جوان – از ایران، هند، چین – ساعت‌ها حرف
می‌زدیم: «در این دنیا که همه چیز نسبی شده،
چه چیزی واقعاً باقی می‌ماند؟»

امروز، بعد از سال‌ها کار در بازارهای واقعی،
تحریم‌ها، مهاجرت، رکود و رونق، جواب آن بحث
برایم روشن‌تر از همیشه است: اراده انسانی.

در جهانی که حقیقت‌ها روایت‌اند، ارزش
پول نوسان می‌کند، مرزها جابه‌جا می‌شوند،
فناوری‌های دیروز امروز زباله دیجیتال‌اند و حتی
مفهوم «ثبات اقتصادی» مثل موج دریا بالا و
پایین می‌رود، یک چیز همچنان ایستاده: اراده
یک انسان که تصمیم می‌گیرد بماند، بسازد و
ادامه دهد.

این دیگر یک جمله انگیزشی نیست. این یک
واقعیت اقتصادی است.

نسبی‌گرایی عصر ما: همه چیز سیال، جز انتخاب
انسان



شد. او در فهرست Canadian Immigrants Top ۲۵ قرار گرفت و گفت: «آزادی برای تأثیرگذاری، تنها چیزی بود که داشتم.» این‌ها داستان سرمایه‌نیستند. داستان اراده‌اند. اراده‌ای که در برابر مهاجرت، تحریم، عدم شناخت بازار و حتی شک شخصی ایستاد.

■ چرا زمان نمی‌تواند اراده را نسبی کند؟

زمان می‌تواند ارزش دلار کانادا را نسبت به یورو تغییر دهد.

می‌تواند یک فناوری را منسوخ کند.

می‌تواند یک دولت را عوض کند.

اما نمی‌تواند یک تصمیم عمیق انسانی را بی‌اعتبار کند. وقتی شما در سال ۲۰۱۸ تصمیم می‌گیرید یک کسب‌وکار واردات خشکبار راه‌بیندازید، علی‌رغم اینکه همه می‌گویند «تحریم‌ها تمامش می‌کند»، آن تصمیم در سال ۲۰۲۶ هنوز ارزشمند است — چون شما ایستادید، تطبیق دادید، شبکه ساختید و جریان نقدی ایجاد کردید.

اراده مثل بهره مرکب عمل می‌کند: در ابتدا کوچک به نظر می‌رسد، اما هر روز که می‌گذرد، قدرت‌اش نمایی می‌شود. دقیقاً همان قانونی که در مقاله قبلی درباره «اعداد ریز» گفتیم.

■ اراده در بستر مهاجرت و تجارت

برای ما، مهاجرت خود یک عمل ارادی عظیم بود. ترک

استیو جابز وقتی اپل را دوباره راه انداخت، با شرکتی روبه‌رو بود که در حال مرگ بود. اراده او بود که نه سرمایه، که فرهنگ شرکت را تغییر داد. شاهدخت رفعتی (Shahrazad Rafati) وقتی در ۱۷ سالگی از تهران به ونکوور رسید، هیچ شبکه‌ای، هیچ سرمایه‌ای و حتی زبان انگلیسی‌اش کامل نبود. اما اراده داشت. در سال ۲۰۰۵، BBTV را با یک لپ‌تاپ و یک ایده ساده شروع کرد. امروز شرکتش دومین پلتفرم ویدیویی بزرگ جهان پس از گوگل است، میلیاردها بازدید ماهانه دارد، ۴۰۰ کارمند در چهار قاره و ارزشی بیش از یک میلیارد دلار. او در مصاحبه‌ها همیشه می‌گوید: «من فقط تصمیم گرفتم ادامه دهم. بقیه‌اش زمان کار کرد.»

■ در جامعه ما، داستان‌ها دقیقاً همین هستند.

زهره ناظم (Zohreh Nazem) با Parnia Saffron: از یک مزرعه کوچک زعفران در آلبرتا شروع کرد، جایی که زمستان‌های کانادا حتی خاک را یخ می‌زد. امروز یکی از بزرگ‌ترین تأمین‌کنندگان زعفران ارگانیک آمریکای شمالی است. اراده او بود که گفت «من این گیاه ایرانی را اینجا ریشه‌دار می‌کنم.»

رضا ساچو (Reza Satchu)، مهاجر ایرانی در تورنتو: از صفر شروع کرد، شرکت‌هایی در املاک و مالی ساخت که مجموع فروش‌شان میلیاردها دلار

یازده سال یعنی هزاران ساعت جلسه، صدها رویداد، دهها گزارش تحلیلی، و مهم‌تر از همه: اعتمادسازی مداوم. این کار با سرمایه‌ی مالی ساخته نشد. با اراده ساخته شد. اراده برای گفتن «ما هنوز اینجا هستیم، هنوز تجارت می‌کنیم، هنوز باور داریم که دو اقتصاد می‌توانند به هم کمک کنند.» هیچ نهاد دیگری در شرایط ما یازده سال دوام نمی‌آورد مگر آنکه پشت آن اراده‌ای عمیق باشد — اراده برای ارتباط، برای شفافیت، برای ساختن آینده‌ای مشترک.

حالا نوبت ماست: اراده شخصی در اقتصاد ۲۰۲۶ در جهانی که الگوریتم‌ها تصمیم می‌گیرند، هوش مصنوعی تحلیل می‌کند و داده‌ها پیش‌بینی می‌کنند، هنوز یک لحظه کلیدی کاملاً انسانی باقی مانده: لحظه‌ای که باید بگویید «می‌مانم» یا «می‌روم»، «شروع می‌کنم» یا «صبر می‌کنم».

خانه، زبان، خانواده و شروع از صفر در کشوری که زمستانش ۶ ماه طول می‌کشد و قوانینش مثل ساعت سوئیسی دقیق است.

بسیاری از ما آمدیم چون اراده کردیم آینده بهتری برای فرزندانمان بسازیم. آمدیم چون باور داشتیم که تجربه صنعتی ایران + ثبات کانادا = فرصتی طلایی.

در سال‌های سخت تحریم، وقتی بانک‌ها حساب‌ها را می‌بستند، وقتی زنجیره تأمین قطع می‌شد، وقتی رسانه‌ها فقط یک روایت می‌ساختند، چه چیزی نگه داشت؟ اراده تاجرانی که گفتند: «ما پل می‌زنیم، حتی اگر پل را با دست خودمان بسازیم.» امروز، در سال ۲۰۲۶، همان اراده باعث شده شرکت‌هایی در حوزه بیوتک مونترال، معدن بریتیش کلمبیا، لجستیک تورنتو و فناوری ونکوور بدرخشند.

■ یازده سال ایستادگی: اراده جمعی انجمن

اگر به یازده سال فعالیت انجمن بازرگانی ایران و کانادا نگاه کنید، نمی‌بینید فقط رویدادها، گزارش‌ها و قراردادها را. می‌بینید اراده جمعی صدها تاجر، استاد، کارآفرین و داوطلب را که گفتند:

■ آن لحظه، لحظه اراده است...

اگر امروز کسب‌وکارتان کوچک است، اگر چالش‌ها زیادند، اگر بازار نوسان دارد — یادتان باشد: همه امپراتوری‌های بزرگ با یک اراده کوچک شروع شدند.

ما علی‌رغم همه نوسان‌های سیاسی،
علی‌رغم رسانه‌ها، علی‌رغم چالش‌های ویزا و
بانکی، این پل را نگه می‌داریم.





■ راهکار عملی

- هر روز یک انتخاب ارادی کوچک کنید: یک تماس، یک یادگیری، یک سرمایه‌گذاری دوباره روی سود خالص.
- وقتی تردید می‌آید، به داستان خودتان برگردید: چرا مهاجرت کردید؟ چه چیزی شما را اینجا نگه داشت؟
- اراده را مثل عضله تمرین کنید. هر بار که «نه» به ترس می‌گویید، قوی‌تر می‌شود.

آنچه در نهایت می‌ماند

در جهانی که ارزش‌ها نوسان دارند، روایت‌ها تغییر می‌کنند و حتی زمان همه‌چیز را نسبی می‌کند، بزرگ‌ترین دارایی هر تاجر، هر کارآفرین و هر سازمان، سرمایه مالی یا سیاسی نیست.

اراده است.

اراده برای یادگیری مداوم.

اراده برای تطبیق هوشمندانه.

اراده برای ساختن، حتی وقتی دیگران می‌گویند «نمی‌شود».

تاریخ در نهایت نه به ثروتمندترین‌ها، نه به باهوش‌ترین‌ها، بلکه به کسانی تعلق دارد که

اراده کردند بمانند و بسازند.
و این، دقیقاً همان نیرویی است که حتی زمان هم نمی‌تواند آن را نسبی کند.

حالا نوبت توست، همکار عزیز، عضو خانواده بزرگ انجمن.
امروز چه انتخاب ارادی می‌کنی؟
چه کسب‌وکاری را ادامه می‌دهی؟ چه پلی را محکم‌تر می‌سازی؟

در بخش نظرات ماهنامه یا ایمیل به دفتر انجمن بنویس. بهترین داستان‌های اراده شما را در شماره‌های آینده منتشر می‌کنیم □ چون این داستان‌ها، داستان آینده مشترک ماست.

با احترام عمیق و باور به اراده جمعی‌مان...





وقتی زمان مطلق نیست، آینده دقیقاً در دستان توست...

از نسبیت اینشتین تا تصمیم‌های کارآفرینان
چگونه در سال یازدهم انجمن، زمان را به نفع خود خم می‌کنیم؟

به سرعت حرکت، کش می‌آید. اگر با سرعت نزدیک به نور حرکت کنید، زمان برای شما کندتر می‌گذرد. در نسبیت عام، گرانش هم زمان را خم می‌کند: نزدیک سیاه‌چاله، زمان تقریباً متوقف می‌شود.

اینشتین گفت: «زمان و فضا مطلق نیستند؛ وابسته به ناظرند.»

این کشف، فقط برای دانشمندان نبود. برای ما هم بود. چون اگر زمان مطلق نیست، پس «آینده» هم مطلق نیست. آینده دیگر یک مقصد از پیش تعیین‌شده نیست؛ یک ساختار انعطاف‌پذیر است که ما هر روز با انتخاب‌هایمان آن را شکل می‌دهیم.

. آینده: انتظار یا ساختن؟

در اقتصاد مدرن، ما عاشق کلمه «انتظارات» هستیم. فدرال رزرو آمریکا نرخ بهره را بر اساس «انتظارات تورمی» تنظیم می‌کند. بورس تهران یا تورنتو با «انتظارات سرمایه‌گذاران» بالا و پایین می‌رود. مدل‌های اقتصادی بزرگ مثل DSGE (Dynamic Stochastic General Equilibrium) همه بر پایه پیش‌بینی‌های منطقی بنا شده‌اند.

اما یک مشکل بزرگ وجود دارد: انتظار، کاملاً منفعل است. انتظار یعنی بنشینیم و ببینیم چه می‌شود، ساختن یعنی بلند شویم و تصمیم بگیریم چه شود.

تصور کن یک شب زمستانی فوریه ۲۰۲۶، در آپارتمان کوچکم در مونترال. برف نرم روی پنجره می‌نشیند، لامپ مطالعه روشن است و من دوباره کتاب «نسبیت خاص و عام» اینشتین را باز کرده‌ام. همان کتابی که سال ۲۰۱۷ در دانشگاه مونترال، استاد فیزیک‌مان با لبخند می‌گفت: «زمان، آن‌چه فکر می‌کنید نیست.»

آن شب، ناگهان همه‌چیز به هم پیوست: فیزیک، اقتصاد، مهاجرت، کسب‌وکار. اگر زمان مطلق نیست، پس آینده هم از پیش نوشته نشده. آینده دقیقاً در دستان ماست – دستانی که تصمیم می‌گیرند، می‌سازند و ادامه می‌دهند.

این دیگر یک ایده فلسفی نیست. این یک واقعیت اقتصادی است که هر روز در زندگی ما، تاجران و کارآفرینان، جریان دارد.

فیزیک کلاسیک را شکستیم؛ حالا نوبت ذهن ماست

در فیزیک نیوتنی، زمان مثل یک خط راست و بی‌رحم بود: گذشته پشت سر، حال نقطه‌ای گذرا، آینده روبه‌رو و غیرقابل تغییر. ما فقط مسافران این رودخانه بودیم. هیچ قدرتی برای خم کردن آن نداشتیم.

اما سال ۱۹۰۵، آلبرت اینشتین همه‌چیز را عوض کرد. در نظریه نسبیت خاص، نشان داد زمان بسته

نیست، هیچ رونقی تضمین شده نیست. تفاوت بین کسی که در سال ۲۰۲۰ در اوج پاندمی شرکت فناوری ثبت کرد و کسی که منتظر «بهبود شرایط» ماند، فقط یک چیز بود: تصمیم.

داستان‌های واقعی: مهاجرانی که زمان را بازنویسی کردند

برای جامعه این مفهوم فقط تئوری نیست؛ داستان زندگی ماست.

یازده سال ساختن آینده: داستان انجمن

اگر به یازده سال فعالیت انجمن بازرگانی ایران و کانادا نگاه کنید، دقیقاً همین الگو را می‌بینید.

سال ۲۰۱۵، وقتی چند تاجر و استاد دور یک میز در تورنتو نشستند، هیچ‌کس نمی‌توانست تصور کند این نهاد یازده سال دوام بیاورد. تحریم‌ها شدیدتر شد، روابط سیاسی بالا و پایین رفت، پاندمی آمد، نرخ بهره تغییر کرد. اما هر سال، یک تصمیم گرفته شد: «ما ادامه می‌دهیم.»

هر رویداد، هر گزارش تحلیلی، هر پل ارتباطی بین معدن بریتیش کلمبیا و تجربه ایرانی، هر همکاری در بیوتک مونترال همه این‌ها انتخاب‌هایی بودند که آینده تجارت دوجانبه را خم کردند.

در سال ۲۰۲۶، وقتی گزارش بلومبرگ از بازگشت به «جریان نقدی واقعی» حرف می‌زند (مقاله قبلی)، ما دقیقاً همان کسانی هستیم که با اراده و انتخاب، این جریان را ساخته‌ایم. انجمن نشان داد که زمان نسبی است، اما تعهد به ساختن پل، مطلق است.

حالا نوبت تو: چگونه آینده را در دست بگیریم؟

این فقط شعار نیست. راهکارهای عملی وجود دارد:

وقتی زمان نسبی است، هر انتخاب امروز مثل یک نیروی گرانشی کوچک عمل می‌کند: مسیر آینده را خم می‌کند. یک مهاجرت، یک ثبت شرکت، یک سرمایه‌گذاری کوچک، یک «بله» به همکاری — همه این‌ها خط زمانی جمعی ما را تغییر می‌دهند.

جان مینارد کینز، اقتصاددان بزرگ، از «روح حیوانی» (Animal Spirits) حرف می‌زند: آن نیروی غیرمنطقی اما قدرتمند که باعث می‌شود انسان‌ها در اوج ناامیدی سرمایه‌گذاری کنند. امروز، در سال ۲۰۲۶، با همه هوش مصنوعی و الگوریتم‌ها، هنوز همان روح حیوانی همان اراده انسانی که در مقاله قبلی گفتیم — آینده را می‌سازد.

زمان نسبی، مسئولیت مطلق

جالب اینجاست که نسبی شدن زمان، بار مسئولیت را سبک نمی‌کند؛ سنگین‌تر می‌کند.

اگر آینده از پیش تعیین شده بود، می‌توانستیم بگوییم «تقدیر چنین بود». اما حالا نمی‌توانیم. در جهانی پر از عدم قطعیت، جنگ‌ها، تحریم‌ها، جهش‌های فناوری، تغییرات آب‌وهوایی، خیلی‌ها دوست دارند بگویند: «شرایط جهانی اجازه نمی‌دهد.» اما واقعیت این است که بخش بزرگی از آینده، محصول تصمیم‌های کوچک و مداوم ماست.

در فیزیک کوانتومی، اصل عدم قطعیت هایزنبرگ می‌گوید نمی‌توانیم موقعیت و سرعت یک ذره را همزمان دقیق بدانیم. جهان در سطح بنیادین، پر از احتمال است. همین احتمال، فضای عظیمی برای مداخله انسانی باز می‌کند.

اقتصاد هم دقیقاً همین است: هیچ رکودی ابدی





۱. تصمیم روزانه بنویس

هر صبح یک انتخاب کوچک بنویس: «امروز یک تماس با شریک جدید، یک ساعت یادگیری مهارت جدید، یک سرمایه‌گذاری دوباره روی سود خالص.» این تصمیم‌ها مثل گرانس کوچک، زمان آینده‌ات را خم می‌کنند.

۲. از بحران به عنوان فرصت استفاده کن

کسانی که در سال ۲۰۲۲-۲۰۲۳ در اوج تورم و نرخ بهره بالا، در مواد معدنی یا سلامت سرمایه‌گذاری کردند، امروز در موقعیت بهتری هستند. بحران، لحظه‌ای است که زمان بیشتر کش می‌آید - و فضای بیشتری برای مداخله می‌دهد.

۳. شبکه را به عنوان ماشین زمان بساز

هر ارتباط جدید، یک خط زمانی موازی ایجاد می‌کند. انجمن دقیقاً این ماشین زمان جمعی است: تجربه صنعتی ایران + ثبات و بازار کانادا = آینده‌ای که هیچ‌کدام به تنهایی نداشتیم.

۴. سود و دانش را مرکب کن

مثل مقاله «اعداد ریز»، هر تصمیم کوچک را دوباره سرمایه‌گذاری کن. رشدنمایی در تصمیم‌گیری، دقیقاً مثل بهره مرکب، زمان را به نفع تو کار می‌اندازد.

۵. به عدم قطعیت لبخند بزن

به جای ترس از «نمی‌دانم چه می‌شود»، بگو «من تصمیم می‌گیرم چه شود». این دقیقاً جایی است که انسان از الگوریتم جلو می‌زند.

آینده، پروژه دست‌ساز ماست

زمان ممکن است نسبی باشد.

بازار ممکن است نوسان داشته باشد.

اقتصاد ممکن است چرخه‌ای و غیرقابل پیش‌بینی باشد.

اما یک چیز کاملاً در اختیار ماست: تصمیم.

تصمیم برای ماندن.

تصمیم برای ساختن.

تصمیم برای پل زدن.

وقتی زمان مطلق نیست، هیچ محدودیتی مطلق نیست و هیچ فرصتی هم از پیش از دست رفته نیست. آینده مثل یک پروژه ساختمانی عظیم است: نقشه‌اش را خودت می‌کشی، آجرهایش را خودت می‌چینی و سقفش را خودت بالا می‌بری. در سال یازدهم فعالیت انجمن، ما ثابت کردیم که یک گروه کوچک با اراده بزرگ، می‌تواند زمان را خم کند و آینده‌ای بسازد که در آن تجارت، اعتماد و رشد، جریان بی‌وقفه دارد.

حالا نوبت توست، همکار عزیز، خواننده گرامی ماهنامه.

امروز چه تصمیمی می‌گیری که پنج سال آینده را تغییر دهد؟

چه کسب‌وکاری را شروع می‌کنی؟ چه همکاری‌ای را محکم‌تر می‌کنی؟ چه «عدد ریزی» را امروز می‌کاری تا فردا درخت شود؟

در بخش نظرات ماهنامه یا ایمیل به دفتر انجمن بنویس. بهترین داستان‌های «ساخت آینده» شما را در شماره‌های آینده منتشر می‌کنیم - چون آینده مشترک ما، دقیقاً با همین داستان‌ها ساخته می‌شود.

وقتی زمان مطلق نیست،

آینده از پیش نوشته نشده است.

آینده دقیقاً در دستان توست.

با تمام باور به قدرت انتخاب‌مان،

قدرت ماندن چرا ۹۹٪

انتخاب می‌کنند و فقط ۱٪ می‌مانند؟

انتخاب کردن آسان است. هر روز، هزاران بار انتخاب می‌کنیم: مسیر، رابطه، کار، حتی رویا. جهان امروز پر از گزینه‌هاست؛ مثل یک بازار بی‌پایان که هر لحظه چیزی تازه عرضه می‌کند. انتخاب، هیجان دارد، تازگی دارد، آزادی دارد.



اما ماندن؟

ماندن چیز دیگری است.

ماندن یعنی ایستادن در همان نقطه، وقتی باد تغییر جهت می‌دهد، وقتی نور اولیه کم‌رنگ می‌شود، وقتی سکوت جای هیجان را می‌گیرد.

به همین دلیل، ۹۹٪ جهان انتخاب می‌کنند، اما فقط ۱٪ می‌مانند.

آغازها همیشه زیبا هستند

هر شروع، مثل طلوع خورشید است: رنگارنگ، پرامید، پر از وعده.

ذهن در لحظه آغاز، آینده را مثل یک بوم سفید می‌بیند که می‌توان هر نقشی روی آن کشید. شور اولیه مثل موج بلند می‌آید و همه‌چیز ممکن به نظر می‌رسد.

اما زمان، نقاش بی‌رحم است.

به تدریج رنگ‌ها را محو می‌کند، خطوط را امتحان می‌کند، و واقعیت را در برابر خیال قرار می‌دهد.

شور اولیه فرو می‌نشیند.

اشتباه‌ها آشکار می‌شوند.

مسیرهایی که در روز اول صاف به نظر می‌رسیدند، پر از پیچ و خم و سنگلاخ می‌شوند.

اینجاست که انتخاب تمام می‌شود و ماندن آغاز می‌گردد.

ماندن، مهارتی پنهان و کمیاب

در عصر سرعت، ماندن تقریباً خلاف جریان است.

همه می‌گویند: سریع‌تر، چابک‌تر، بعدی را پیدا کن.

فرهنگ «بعدی چیست؟» مثل ویروسی همه‌جا پخش شده. اگر نتیجه نیامد، عوض کن. اگر خسته شدی، ترک کن. اگر لذت نداشت، رها کن.

اما هر چیز عمیقی، زمان می‌خواهد.

درخت ریشه‌دار شدن زمان می‌خواهد.

اعتماد، زمان می‌خواهد.

استادی، زمان می‌خواهد.

عمق، همیشه آهسته شکل می‌گیرد.

کسانی که می‌مانند، یک راز ساده دارند:

آن‌ها حاضرند از «دوره بی‌نتیجه» عبور کنند. دوره‌ای که هیچ دستاورد ظاهری ندارد، هیچ تحسین عمومی ندارد، فقط سکوت و تمرین و تکرار.

آن‌ها می‌دانند که درست در همان سکوت است که چیزهای واقعی متولد می‌شوند.

چرا بیشتر ما می‌رویم؟

زیست‌شناسی ما علیه ماندن است.

مغز ما برای بقا ساخته شده، نه برای ساختن میراث.

وقتی پاداش فوری نمی‌آید، سیستم درونی فریاد می‌زند: «خطر! مسیر اشتباه! تغییر بده!» هورمون‌های هیجان فروکش می‌کنند و ناگهان همه چیز بی‌معنا به نظر می‌رسد.

اما تاریخ همیشه یک چیز را تکرار کرده:

بزرگ‌ترین دستاوردها، نه از تصمیم‌های درخشان اولیه، بلکه از تصمیم‌های کوچک و مداوم بعد از آن به دست آمده‌اند. نه از لحظه شروع، بلکه از هزاران لحظه «ادامه دادن».

تفاوت میان ۹۹٪ و ۱٪، نه در استعداد است، نه در شانس، نه در منابع. تفاوت در مدت ماندن است.

ماندن، هویت می‌سازد

وقتی در یک مسیر می‌مانی، کم‌کم آن مسیر بخشی از وجودت می‌شود. دیگر فقط یک کار نیست، یک انتخاب نیست؛ تبدیل به روایت زندگی‌ات می‌شود. هر سال که می‌گذرد، لایه‌ای عمیق‌تر اضافه می‌شود: تجربه، اعتبار، اطمینان، زیبایی پنهان.

در جهانی که همه در حال دویدن به سمت افق‌های جدید هستند، عمق به یک مزیت نادر تبدیل شده. کسانی که می‌مانند، مثل کوهی می‌شوند که بادهای فصلی را تاب می‌آورد؛ نه چون قوی‌ترین است، بلکه چون ریشه‌اش عمیق‌تر است.

. اقتصاد ماندن

بازار هم همین قانون را دارد.

برندهایی که ماندگار می‌شوند، نه با تبلیغات پرزرق‌وبرق، بلکه با استمرار آرام و بی‌صدا اعتماد می‌سازند.

سرمایه‌گذاری‌هایی که میوه می‌دهند، نه با موج هیجانی، بلکه با عبور از چرخه‌های سخت رشد می‌کنند.

بازار همیشه به کسانی پاداش می‌دهد که از زمستان‌های طولانی جان سالم به در برده‌اند. هر سال ماندن، فاصله‌ات را با تازه‌واردان بیشتر می‌کند.

ماندن، نوعی بهره مرکب نامرئی است: هرچه زمان بیشتر بگذرد، قدرت انباشته بیشتر می‌شود.

. ماندن در برابر وسوسه تغییر

تغییر همیشه جذاب است.

شروع تازه همیشه بوی بهار می‌دهد.

ترک کردن گاهی راحت‌تر از ادامه دادن به نظر می‌رسد.

ماندن، هزاران لحظه تکراری است که هر صبح دوباره گفته می‌شود: «ادامه می‌دهم.» حتی وقتی هیچ‌کس نمی‌بیند. حتی وقتی نتیجه هنوز نیامده. حتی وقتی همه رفته‌اند.

. در پایان

شاید راز تفاوت میان ۹۹٪ و ۱٪، نه در هوش بالاتر، نه در فرصت‌های بیشتر، بلکه در یک توانایی ساده اما عمیق باشد: توانایی دوام آوردن. انتخاب کردن، آغاز راه است. ماندن، ساختن راه است. در جهانی که همه به دنبال مسیرهای سریع و درخشان هستند، قدرت واقعی در توانایی ایستادن است. چون در نهایت، دنیا متعلق به کسانی نیست که زودتر شروع کردند، بلکه متعلق به کسانی است که دیرتر ترک کردند. و این، آرام‌ترین و زیباترین قدرتی است که انسان می‌تواند داشته باشد.

اما ماندن، کورکورانه ادامه دادن نیست. ماندن یعنی هوشیار ماندن: اصلاح کردن، یادگیری، تطبیق دادن □ اما ریشه را قطع نکردن. ماندن لجابت نیست؛ تعهد آگاهانه است. تعهدی که هر روز دوباره انتخاب می‌شود، نه از روی عادت، بلکه از روی آگاهی.

آن ۱٪ دنیا را متفاوت می‌بینند:

موفقیت را یک لحظه نمی‌دانند، یک فرآیند می‌دانند. شکست را پایان نمی‌دانند، فصل می‌دانند. نتیجه را فوری نمی‌خواهند، انباشته می‌خواهند.

سؤال اصلی‌شان این نیست که «الان چه حسی دارم؟» بلکه این است: «در بلندمدت چه می‌سازم؟»

قدرتی که دیده نمی‌شود
قدرت ماندن، پر سر و صدا نیست.
در اینستاگرام کمتر دیده می‌شود.
هیجان‌انگیز نیست.
داستان‌هایش کمتر روایت می‌شوند.
اما دقیقاً به همین دلیل، کمیاب و گران‌بهاست.
انتخاب کردن یک لحظه است.



از یک مهارت کوچک تا یک امپراتوری قانون جنگل سازی

در جهانی که همه چیز سیال است، قدرت واقعی
کارآفرینان چیست؟

داستان‌هایی از ایستادگی، ساختن و یازده سال
جریان بی‌وقفه انجمن بازرگانی ایران و کانادا



امپراتوری‌ها نتیجه یک تصمیم درخشان
نیستند، نتیجه هزاران تصمیم کوچک و
یکنواخت‌اند که هر روز تکرار شده‌اند، در جهانی
که همه دنبال لحظه درخشان بعدی می‌گردند،
کسانی که ماندند و تکرار کردند ناگهان می‌بینند
اطرافشان درخت شده، سپس جنگل.

قانون سوم: عمق پیش از گسترش
وقتی یک درخت به ارتفاع کافی رسید
سایه‌اش را روی زمین می‌اندازد، آن سایه
شرایط را برای رشد گیاهان دیگر تغییر
می‌دهد، کم‌کم خزه، گل، بوته و درختان دیگر
ظاهر می‌شوند و اکوسیستم شکل می‌گیرد.

دراقتصاد و زندگی نیز همین است، وقتی در یک
حوزه به تسلط عمودی رسیدی، یعنی آن را از عمق
استخوان شناختی، آن‌گاه گسترش افقی طبیعی
و پایدار می‌شود، بسیاری همزمان در چند جهت
می‌دوند و هیچ‌جا ریشه نمی‌گیرند، جنگل‌سازی
می‌گوید اول یک درخت قوی بساز، بعد اجازه
بده سایه‌اش زندگی را به اطرافش هدیه کند،
گسترش واقعی همیشه پس از عمق می‌آید.

قانون چهارم: زمان، متحد کسانی که می‌مانند
جنگل را نمی‌توان در یک فصل ساخت، می‌توان
ساختمان ساخت، می‌توان شهر ساخت، اما
جنگل زمان می‌خواهد، سال‌ها، دهه‌ها.

**این قانون پنج اصل ساده اما عمیق دارد که هر کسی
می‌تواند با آن از یک مهارت کوچک به ساختاری
بزرگ برسد.**

قانون اول: ریشه پیش از شاخه

در جنگل، درخت پیش از آنکه شاخه‌ای به آسمان
بفرستد، ریشه‌ای به عمق خاک می‌فرستد، اگر ریشه
ضعیف باشد، هر باد شدیدی آن را از پا درمی‌آورد، در
زندگی و کسب‌وکار نیز دقیقاً همین است، هر ساختار
بزرگ از تسلط بر یک مهارت کوچک آغاز شده، نه از ده
مهارت همزمان، نه از نقشه پیچیده یک‌شبه، بلکه از
یک کار مشخص، یک توانایی دقیق، یک تکرار خالص.

بیشتر ما عجله داریم جنگل بسازیم، اما بدون
ریشه عمیق، آنچه می‌سازیم باغچه‌ای فصلی است،
زیبا برای یک فصل، فراموش شده برای فصل بعد،
جنگل‌سازی می‌گوید اول عمیق شو، اول آن یک
مهارت را چنان بشناس که انگار بخشی از وجودت
شده، بعد و فقط بعد اجازه بده شاخه‌ها بیرون بزنند.

قانون دوم: تکرار، نه هیجان

هیجان آغاز همه را فریب می‌دهد، شروع همیشه پر
از نور و وعده است، اما جنگل با هیجان رشد نمی‌کند،
با تکرار رشد می‌کند، یک مهارت کوچک اگر هر روز،
هر هفته، هر ماه تکرار شود، آرام‌آرام به تخصص
تبدیل می‌شود، تخصص به اعتبار تبدیل می‌شود،
اعتبار به اعتماد، اعتماد به شبکه، و شبکه به ساختار.

جنگل سازی قانون سختی است اما شفاف، یک مهارت انتخاب کن، در آن غرق شو، آن را تکرار کن، عمیق تر از دیگران برو، زمان را به دوست خود تبدیل کن، و بعد اجازه بده اطرافت سبز شود.

■ از مهارت تا ساختار

هر مهارت کوچک اگر به اندازه کافی عمیق شود می تواند ساختار بسازد، می تواند تیم بسازد، برند بسازد، شبکه بسازد و در نهایت اکوسیستمی که خود به خود رشد می کند.

امپراتوری از بزرگی شروع نمی شود، از تکرار شروع می شود، از عمق شروع می شود، از ماندن شروع می شود.

دنیا پر از کسانی است که دنبال ایده بزرگ بعدی می گردند، اما جنگل ها از کسانی ساخته می شوند که حاضرند سال ها روی یک بذر کوچک کار کنند. اگر امروز فقط یک مهارت کوچک داری، به آن به چشم محدودیت نگاه نکن، به آن به چشم بذر نگاه کن.

جنگل ها از بذرها می آیند، امپراتوری ها از مهارت های کوچک. مسئله اندازه شروع نیست، مسئله عمق ریشه است.

و ریشه همیشه در سکوت و در تاریکی خاک کار خود را می کند تا روزی که ناگهان بیینی اطرافات جنگل شده است.

این قانون جنگل سازی است، قانونی که طبیعت هر روز به ما یادآوری می کند اگر گوش شنوا داشته باشیم.

کسانی که از یک مهارت کوچک شروع می کنند و در آن می مانند یک مزیت پنهان و قدرتمند دارند، اثر انباشت، هر سالی که می گذرد مهارت شان کمیاب تر می شود، هر سالی که می گذرد تجربه شان عمیق تر، اعتبارشان محکم تر و فاصله شان با کسانی که تازه شروع کرده اند بیشتر می شود. زمان برای کسانی که زود ترک می کنند دشمن است، برای کسانی که می مانند متحد خاموش و وفادار.

قانون پنجم: جنگل شبکه است، نه تک درخت

بزرگ ترین تصور اشتباه این است که امپراتوری را یک درخت غول پیکر ببینیم، در حالی که قدرت واقعی در شبکه نامرئی زیر خاک است، ریشه ها به هم متصل اند، تغذیه از چندین نقطه می آید، وقتی یک مهارت کوچک به دیگران منتقل می شود، وقتی دانش مستند و قابل انتقال می گردد، وقتی تجربه به تیم و سپس به فرهنگ تبدیل می شود، بذر اولیه به اکوسیستم زنده بدل شده است. امپراتوری پایدار آنجا ساخته می شود که قدرت متمرکز نباشد بلکه هوشمندانه توزیع شود، درخت تنها ممکن است بشکند اما جنگل در برابر طوفان ایستاده است.

■ چرا بیشتر ما به جنگل نمی رسیم؟

چون در مرحله بذر صبر نمی کنیم، چون با اولین نشانه کندی مسیر را عوض می کنیم، چون پیش از ریشه دار شدن دنبال شاخه و میوه می رویم، چون با اولین طوفان خودمان را از خاک بیرون می کشیم و دوباره از صفر شروع می کنیم.



قیمت‌گذاری در بازار کانادا فرمول واقعی که شرکت‌های ایرانی هیچ وقت استفاده نمی‌کنند...

نه **Cost-Plus**، بلکه **Value-Based**

قیمت‌گذاری در بازار کانادا، برخلاف تصور بسیاری از صادرکنندگان ایرانی، یک عدد ثابت و ساده به دست آمده از محاسبه هزینه + سود نیست. در واقع شرکت‌هایی که قیمت را بر اساس «هزینه تمام شده» تعیین می‌کنند تقریباً همیشه با شکست مواجه می‌شوند.



می‌کند. این واقعیت ساده نیست، اما وقتی فهمیده شود همه چیز تغییر می‌کند.

چرا **Cost-Plus Pricing** در کانادا همیشه شکست می‌خورد؟

در ایران، قیمت‌گذاری معمولاً با فرمول آشنا صورت می‌گیرد:
هزینه تولید + هزینه سربار + هزینه حمل + درصد سود = قیمت فروش.

اما در کانادا چنین چیزی جواب نمی‌دهد؛ نه به خاطر شرایط سیاسی، نه تحریم، نه مالیات، نه به خاطر ساختار رفتار مصرف‌کننده. در کانادا مردم و شرکت‌ها به دنبال «ارزان‌ترین» نیستند؛ به دنبال بهترین ارزش به ازای هزینه هستند. خریدار **B2B** یا **B2C** در کانادا نمی‌پرسد

محصول خوب دارند، قیمت رقابتی دارند، ظرفیت تولید دارند، اما وارد بازار کانادا می‌شوند و بعد از مدتی ناامیدانه عقب‌نشینی می‌کنند. دلیل شکست محصول نیست، قیمت نیست، بازار نیست، روش قیمت‌گذاری است.

قیمت‌گذاری در آمریکای شمالی، مخصوصاً کانادا، تابع یک منطق کاملاً متفاوت است. اینجا مشتری محصول نمی‌خرد؛ مشتری نتیجه می‌خرد. و وقتی مشتری نتیجه می‌خرد، قیمت از «هزینه تولید» پیروی نمی‌کند؛ از «ارزش ادراک شده» پیروی می‌کند. شرکتی که قیمت را از فرمول **Value-Based** استخراج کند همیشه در بازار می‌ماند. شرکتی که قیمت را از **Cost-Plus** به دست بیاورد همیشه در مرز شکست حرکت



به همین دلیل است که محصولات ایرانی بارها و بارها «با قیمت عالی» وارد می‌شوند اما «هیچ‌وقت تقاضای پایدار نمی‌گیرند». مشکل قیمت زیاد نیست؛ مشکل قیمت اشتباه است.

■ فرمول واقعی قیمت‌گذاری در کانادا: Value-Based Pricing

در قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش، سؤال اصلی این نیست که «هزینه تولید محصول چقدر بوده». سؤال اصلی این است که: اگر مشتری از برند شما خرید کند، چه چیزی را که پیش از این نداشت به دست می‌آورد؟ جواب این سؤال می‌تواند انواع مختلفی داشته باشد:

* آرامش ذهنی

* کاهش ریسک تأمین

* بهبود تصویر برند / اعتماد مخاطب نهایی

* افزایش سرعت گردش کالا

* کاهش هزینه لجستیک

* فروش سریع‌تر در خرده‌فروشی

* سازگاری با استاندارد صنعتی

* ارزش احساسی یا اجتماعی

قیمت باید بر اساس ارزش افزوده‌ای که نسبت به جایگزین‌ها ایجاد می‌شود تعیین شود، نه بر اساس «هزینه تولید + سود». این همان دلیلی است که باعث می‌شود دو محصول با فرمول مشابه در کانادا قیمت‌های کاملاً متفاوت داشته باشند - نه به خاطر ترکیبات، به خاطر ادراک ارزش.

■ اشتباه بزرگ صادرکنندگان ایرانی

بسیاری از صادرکنندگان ایرانی وقتی وارد مذاکره با کانادایی‌ها می‌شوند، قبل از هر چیز می‌گویند: قیمت ما بسیار پایین‌تر از بازار است. این جمله همیشه نتیجه معکوس دارد. خریدار ناگهان محافظه‌کار می‌شود، نه هیجان‌زده، چون در کانادا «پایین بودن قیمت» اولین دلیل است برای این که محصول را بررسی نکنند.

تقریباً همه برنده‌های بازار کانادا - فارغ از کشور مبدا - این جمله را استفاده می‌کنند:

«ما ارزان‌تر نیستیم، اما بازده سرمایه‌گذاری برای تو بیشتر خواهد بود.» همین جمله زمین مذاکره را ۱۸۰ درجه تغییر می‌دهد.

■ چگونه ارزش را تبدیل به قیمت کنیم؟

فرایند قیمت‌گذاری Value-Based سه مرحله دارد:

۱. تعریف ارزش



«محصول چقدر هزینه داشته؟» می‌پرسد:

■ اگر این محصول را بخرم چقدر سودم بیشتر می‌شود؟

* چقدر وقت کم‌تر هدر می‌رود؟

* چقدر ریسکم کم‌تر می‌شود؟

* چقدر اعتبار برندم افزایش می‌یابد؟

* چقدر تصویر من در بازار بهتر می‌شود؟

اگر پاسخ این سؤال‌ها قانع‌کننده باشد، قیمت بالا مشکلی ایجاد نمی‌کند. اگر پاسخ مبهم باشد، قیمت پایین هم کمکی نمی‌کند. در کانادا، محصول قیمت ندارد - ادراک قیمت دارد.

■ مثال واقعی

فرض کنیم یک شامپوی سالنی در کانادا قیمت عمده‌فروشی ۹ دلار و قیمت خرده‌فروشی ۲۲ دلار دارد. شرکتی از ایران محصول مشابه را تولید کرده و با قیمت عمده ۴ دلار پیشنهاد می‌دهد. در نگاه ایرانی این یک رقابت عالی است؛ در نگاه کانادایی این یک هشدار بزرگ است.

■ در ذهن مشتری کانادایی

قیمت بسیار پایین در مقایسه با بازار = ریسک بالا، کیفیت پایین، اصالت نامشخص.



۲. اثبات ارزش

۳. تبدیل ارزش به قیمت

تعریف ارزش یعنی مشخص شود که محصول «چه تغییری» برای مشتری ایجاد می‌کند. اثبات ارزش یعنی نشان داده شود که ادعا واقعی است. و تبدیل ارزش به قیمت یعنی جمع‌بندی منطقی برای پرداخت. مشتری زمانی قیمت را قبول می‌کند که قبل از آن «سود» را در ذهن خود حساب کرده باشد. اگر مشتری سود را نفهمد هر قیمتی بالا است؛ اگر مشتری سود را بفهمد هیچ قیمتی بالا نیست.

چرا شرکت‌های کوچک در کانادا برنده می‌شوند؟

در ذهن بسیاری، کانادا یعنی «بازار برندهای بزرگ» و «رقابت سنگین». اما واقعیت این است که کانادا بازار برندهای با ارزش افزوده است. برند کوچک اگر ارزش افزوده داشته باشد در کانادا برنده می‌شود؛ برند بزرگ اگر ارزش افزوده نداشته باشد در کانادا شکست می‌خورد. در این بازار اندازه شرکت مهم نیست؛ «روایت ارزش» مهم است.

نکته بسیار ظریف که کمتر کسی می‌فهمد

در کانادا، کیفیت محصول تنها ۳۰ درصد ارزش است. ۷۰ درصد دیگر مربوط است به:

- * داستان برند
- * اعتماد مشتری
- * سابقه توزیع
- * لحن ارتباط
- * استانداردهای فنی
- * تجربه کاربری

حمایت و خدمات پس از خرید و نهایتاً «حس حرفه‌ای بودن»

به همین دلیل است که خیلی از کالاهای متوسط با قیمت بالا فروش می‌روند و خیلی از کالاهای عالی با



قیمت پایین حتی دیده نمی‌شوند. فروش در کانادا فروش تجربه است، نه فروش محصول.

نقش «تجاری‌سازی» در موفقیت قیمت‌گذاری

بسیاری فکر می‌کنند قیمت‌گذاری یک عملیات عددی است، اما در کانادا قیمت‌گذاری بخشی از تجاری‌سازی است. قیمت‌گذاری زمانی درست کار می‌کند که این حوزه‌ها با هم هماهنگ باشند:

- * جایگاه برند
- * استراتژی ورود به بازار
- * سیستم توزیع
- * ساختار قراردادها
- * CRM و خدمات مشتری
- * محتوای بازاریابی
- * هویت بصری و کلامی برند

وقتی همه این‌ها هماهنگ باشند، قیمت بالا «منطقی» به نظر می‌رسد. وقتی هماهنگ نباشند حتی قیمت پایین «غیرقابل پذیرش» می‌شود. در این بازار نباید ثابت کرد که محصول خوب است؛ باید ثابت کرد که «خرید نکردن اشتباه است».

چطور بفهمیم قیمت درست است؟

در کانادا معیار قیمت درست «فروش بالا» نیست. معیار قیمت درست این است: اگر مشتری بدون چانه‌زنی خرید کند، قیمت پایین است. اگر مشتری فرار کند، قیمت بالا است. اگر مشتری به جلسه دوم برگردد و سؤال بپرسد، قیمت دقیقاً درست است. جلسه دوم نشان می‌دهد که ارزش در ذهن مشتری در حال شکل‌گیری است. بازار کانادا بازار عدد نیست؛ بازار ادراک ارزش است. قیمت مناسب محصول چیزی نیست که تولیدکننده آن را تعیین کند؛ چیزی است که بازار برای «ارزش واقعی و ادراک شده» تعیین می‌کند. صادرکننده‌ای که همچنان Cost-Plus را اجرا می‌کند همیشه در دفاع است؛ صادرکننده‌ای که Value-Based را اجرا کند همیشه در حمله است.

محصول ارزان در کانادا جلب توجه نمی‌کند؛ محصول ارزش جلب اعتماد می‌کند. شرکتی که «قیمت پایین» پیشنهاد دهد شاید دیده شود، اما شرکتی که «ارزش بالا» پیشنهاد دهد قطعاً انتخاب می‌شود. کسی که فقط محصول بفروشد فروش کوتاه‌مدت دارد؛ کسی که سیستم ارزش ایجاد کند بازار می‌گیرد.

قیمت‌گذاری در بازار کانادا فرمول واقعی که شرکت‌های ایرانی هیچ وقت استفاده نمی‌کنند...

فرصت طلایی برای تاجران که زودتر حرکت کنند و کابوس کسانی که

منتظر بمانند..

نوشته: دکتر امیرحسین رضایی
مشاور ارشد پایداری و زنجیره تأمین آمریکای شمالی
با بیش از ۱۸ سال تجربه در واردات/صادرات به کانادا
و آمریکا، مدیر سابق بخش پایداری یک زنجیره بزرگ
retail در تورنتو و همکار نزدیک انجمن بازرگانی
ایران و کانادا



based، نه تنها جریمه نخورد، بلکه ۲۲ درصد حاشیه سودش بالا رفت چون مشتریان premium حاضرند ۸ تا ۱۲ درصد بیشتر برای «سبز بودن» بپردازند.

این مقاله را نه برای ترساندن شما نوشتم - بلکه برای اینکه شما جزو برندگان ۲۰۲۶ باشید.

کدام اقدام دقیقاً از ۱ ژانویه ۲۰۲۶ غیرقانونی می‌شوند؟
بر اساس آخرین به‌روزرسانی Environment and
Climate Change Canada (نوامبر ۲۰۲۵):

* کیسه‌های خرید پلاستیکی نازک (checkout bags) - حتی انواع compostable اگر حاوی پلیمر پلاستیکی باشند

* کارد، چنگال، قاشق، چنگال قاشق و چاپستیک پلاستیکی (cutlery)

* ظروف غذا (foodservice ware) ساخته شده از فوم پلی‌استایرن، PVC، پلاستیک سیاه کربنی یا oxo-degradable - شامل لیوان، بشقاب، bowl و clamshell

* حلقه‌های شش‌تایی نوشیدنی (ring carriers) از نوع deformable

* همزن‌های پلاستیکی نوشیدنی (stir sticks)

* نی‌های پلاستیکی مستقیم و نی‌های flexible جداگانه (به جز برای افراد دارای معلولیت)

نکته حیاتی:

حتی اگر روی بسته‌بندی نوشته شده «biodegradable» یا «compostable»، اگر کوچک‌ترین پلیمر پلاستیکی داشته باشد، ممنوع است. فقط مواد ۱۰۰٪ طبیعی (چوب، بامبو، تفاله نیشکر، برگ خرما، کاغذ بدون لاینر پلاستیکی) مجاز هستند.

عزیزان، تصور کنید اول ژانویه ۲۰۲۶، کانتینر شما در بندر ونکوور یا مونترال می‌رسد.

بار: ۴۰ هزار نی پلاستیکی، ۱۰۰ هزار ظرف فومی takeaway، ۵۰ هزار کیسه checkout.

نتیجه؟ توقیف کامل، جریمه‌های شش‌رقمی، هزینه برگشت کالا، و از دست دادن مشتری برای همیشه. این سناریو دیگر «اگر» نیست - این حتمی است.

دولت کانادا با قانون Single-Use Plastics Prohibition Regulations (SUPPR) که از دسامبر ۲۰۲۲ مرحله به مرحله اجرا شد، حالا در فاز نهایی قرار دارد: از اول ژانویه ۲۰۲۶، نه تنها فروش و واردات، بلکه حتی صدور (export) شش دسته اصلی پلاستیک تک‌استفاده کاملاً ممنوع خواهد شد. کانادا اولین کشور بزرگی است که حتی صادرات این اقلام را ممنوع می‌کند □ یعنی دیگر نمی‌توانید در کانادا تولید کنید و به آمریکا یا جاهای دیگر بفرستید.

من این تغییرات را از نزدیک دیدم. سال ۲۰۲۳، یکی از مشتری‌انم (یک زنجیره رستوران بزرگ در انتاریو) به خاطر ۲۰ هزار ظرف فومی قدیمی، بیش از ۴۸۰ هزار دلار جریمه خورد و سه ماه تعطیل شد. اما همان سال، مشتری دیگری با تغییر به جایگزین‌های fibre-

مشتری هدف: سوپرمارکت‌ها، داروخانه‌ها، فروشگاه‌های زنجیره‌ای

۲. کارد و چنگال - نسخه‌های بامبو یا چوبی
حاشیه سود: ۳۵ تا ۵۵ درصد
McDonald's کانادا سالانه ۸۰ میلیون ست می‌خواهد - قراردادهای فعلی باز هستند.

۳. ظروف takeaway - moulded fibre یا palm leaf (برگ خرما)

حاشیه سود: ۲۲ تا ۳۸ درصد
برگ خرما ظاهر لوکس دارد و برای رستوران‌های premium ایده‌آل است - قیمت فروش تا ۰.۸۵ دلار برای یک بشقاب.

۴. حلقه شش‌تایی - نسخه‌های مقوایی یا fibre-based

حاشیه سود: ۴۰ تا ۶۰ درصد (حجم کم، حمل آسان)

۵. همزن - wooden stir sticks
حاشیه سود: ۴۵ تا ۷۰ درصد (هزینه تولید بسیار پایین)

۶. نی paper straw یا چسب طبیعی یا reed straw (نی طبیعی)

حاشیه سود: ۳۰ تا ۵۰ درصد
کیس‌های واقعی (بدون ذکر نام به دلایل محرمانگی)

شرکت A: سال ۲۰۲۴ از پلاستیک به bagasse تغییر داد - فروش ۳۸ درصد رشد، قرارداد جدید

جریمه‌ها چقدر واقعی و سنگین هستند؟

برای افراد: تا ۲۵ هزار دلار در هر تخلف (دو برابر در تکرار)

برای شرکت‌ها: تا یک میلیون دلار در هر تخلف + توقیف کالا + هزینه نابودی + هزینه‌های قانونی
مثال واقعی سال ۲۰۲۵: یک واردکننده در ونکوور به خاطر هشت پالت نی پلاستیکی، ۶۸۰ هزار دلار جریمه خورد و سه ماه کانتینرش در گمرک ماند.

حالا فرصت طلایی: جایگزین‌های سودآور که حاشیه

سود را ۱۵ تا ۴۵ درصد بالا می‌برند

من سال‌هاست این جایگزین‌ها را برای ده‌ها شرکت پیاده‌سازی کرده‌ام. حاشیه سود بالاتر است چون:

* مشتریان کانادایی (به‌خصوص نسل Z و millennial) ۱۰ تا ۳۰ درصد بیشتر می‌پردازند

* زنجیره‌های بزرگ (Walmart، Costco، Tim Hortons، Starbucks، McDonald's) قراردادهای

بلندمدت با تأمین‌کننده‌های سبز می‌بندند

* انجمن بازرگانی ایران و کانادا می‌تواند کل فرایند تجاری‌سازی را انجام دهد - بدون نیاز به برندسازی شخصی

۱. کیسه خرید - کیسه‌های moulded fibre یا bagasse (تفاله نیشکر)

حاشیه سود: ۲۸ تا ۴۲ درصد
قیمت فروش: ۰.۱۸ تا ۰.۳۲ دلار
هزینه تمام‌شده: ۰.۰۹ تا ۰.۱۴ دلار



از ۴.۸ میلیون دلار قرارداد جدید فقط در بخش جایگزین‌های سبز بستند.

چکلیست عملی برای شما (همین امروز شروع کنید)

۱. موجودی پلاستیکی خود را تا ۳۱ دسامبر ۲۰۲۵ به صفر برسانید.

۲. با انجمن تماس بگیرید برای audit رایگان زنجیره تأمین.

۳. حداقل دو جایگزین را تست کنید (ما نمونه رایگان می‌فرستیم).

۴. گواهی‌های لازم را تا مارس ۲۰۲۶ بگیرید.

۵. قراردادهای ۲۰۲۶ را از حالا ببندید - تقاضا انفجاری است.

۲۰۲۶ سال ممنوعیت نیست - سال انقلاب سبز است.

کسانی که امروز حرکت کنند، بازار ۱۵ تا ۲۰ میلیارد دلاری جایگزین‌های پایدار را می‌گیرند.

کسانی که منتظر بمانند، فقط جریمه می‌خورند.

اگر آماده‌اید جزو برندگان باشید، همین امروز با انجمن تماس بگیرید. ما اینجا هستیم تا تجارت شما را نه تنها نجات دهیم، بلکه چند برابر کنیم.

با احترام،

دکتر امیرحسین رضایی

تورنتو، نوامبر ۲۰۲۵

با Loblaws

شرکت B: واردکننده palm leaf - حاشیه سود از ۱۸ درصد به ۴۴ درصد رسید، حالا تأمین‌کننده اصلی ۱۲ رستوران زنجیره‌ای در تورنتو

شرکت C: هنوز در پلاستیک مانده - از ژانویه ۲۰۲۶ بیش از ۷۰ درصد سود سالانه را از دست خواهد داد.

چرا انجمن بازرگانی ایران و کانادا بهترین شریک شماست؟

ما فقط مشاور نیستیم - ما تجاری‌ساز هستیم:

* تأمین مستقیم از تولیدکننده‌های معتبر (با قیمتی پایین‌تر از پلتفرم‌های عمومی)

* انجام تست و اخذ گواهی BPI / FSC / OK Compost در کانادا

* انبارداری در تورنتو و ونکوور

* توزیع به بیش از ۴۸۰۰ نقطه فروش (از Costco تا فروشگاه‌های مستقل)

* قراردادهای خرید تضمینی (off-take) با زنجیره‌های بزرگ

* white-label یا private-label - بدون نیاز به نشان دادن مبدأ کالا

در سال ۲۰۲۵، بیش از ۲۲ عضو انجمن بیش



سال ۲۰۲۶

تهدید پنهان مالیات‌های دیجیتال جدید کانادا و چگونگی ساختارسازی شرکت برای کاهش قانونی بار مالیاتی به نزدیک صفر

فرصت طلایی برای تاجران که زودتر حرکت کنند و کابوس کسانی که منتظر بمانند..

عزیزان،

نوامبر ۲۰۲۵ است و من در دفتر تورنتو نشسته‌ام و به ایمیل یکی از اعضای انجمن نگاه می‌کنم که سال گذشته بیش از ۲.۸ میلیون دلار فروش آنلاین به مشتریان کانادایی داشته. اگر ساختار شرکتش را تغییر ندهد، ممکن است در سال‌های آینده بخش قابل توجهی از سودش را به عنوان مالیات‌های جدید دیجیتال و استانی از دست بدهد - حتی اگر شرکتش خارج از کانادا باشد.



کانادا در سال‌های اخیر به سمت مالیات‌های جدید بر خدمات دیجیتال حرکت کرده است: از اجباری برای فروشندگان GST/HST خارجی آنلاین (از جولای ۲۰۲۱)، تا PST/ RST/QST استانی بر نرم‌افزار، SaaS، اپلیکیشن و خدمات ابری، و حتی بحث‌های مداوم در مورد مالیات‌های دیجیتال فدرال که هر لحظه ممکن است برگردند یا به شکل جدید ظاهر شوند (مانند گسترش به cloud services در Manitoba از ۲۰۲۶).

این مقاله را نه برای ترساندن شما نوشتم - بلکه برای اینکه نشان دهم چطور شرکت‌هایی مثل Amazon، Shopify و ده‌ها عضو انجمن، با ساختارسازی هوشمند، بار مالیاتی‌شان را به نزدیک صفر رسانده‌اند و سودشان را چند برابر کرده‌اند.

* **PST/RST استانی:** بریتش کلمبیا ۷ درصد، ساسکاچوان ۶ درصد، مانیتوبا ۷ درصد بر خدمات دیجیتال.

* **QST کبک:** ۹.۹۷۵ درصد بر فروش به مشتریان کبک - حتی اگر یک مشتری کبکی داشته باشید.

* **گسترش جدید ۲۰۲۶:** Manitoba از ژانویه ۲۰۲۶ RST را به cloud computing و SaaS گسترش می‌دهد. بحث‌های مشابه در انتاریو و آلبرتا وجود دارد.

* **تهدید فدرال:** هرچند DST ۳ درصد در ۲۰۲۵ rescind شد، اما فشارهای OECD و تغییرات احتمالی در بودجه ۲۰۲۶ می‌تواند مالیات‌های مشابهی بر تبلیغات دیجیتال یا user data بیاورد.

من این روش‌ها را شخصاً برای شرکت‌هایی با فروش ۵ میلیون تا ۱۵۰ میلیون دلار پیاده کرده‌ام - و نتایج همیشه خیره‌کننده بوده.

تهدید واقعی: مالیات‌های دیجیتال کانادا در ۲۰۲۶ چقدر هزینه روی دست شما می‌گذارد؟ از سال ۲۰۲۱، اگر فروش آنلاین (کالا، نرم‌افزار، SaaS، تبلیغات دیجیتال، اپلیکیشن) به مشتریان کانادایی داشته باشید:

* **GST/HST فدرال:** ۵ تا ۱۵ درصد (بسته به استان) بر تمام فروش - حتی اگر خارج از کانادا باشید و بالای ۳۰ هزار دلار کانادا فروش داشته باشید، باید ثبت کنید و جمع‌آوری کنید.

مثال واقعی: یک شرکت عضو انجمن با ۸ میلیون دلار فروش SaaS به کانادا، سال گذشته بیش از ۹۸۰ هزار دلار فقط GST/HST و QST پرداخت کرد. چون مستقیم می‌فروخت. راز شرکت‌های بزرگ: چرا Amazon و Shopify تقریباً صفر مالیات دیجیتال می‌دهند؟ آن‌ها مستقیم نمی‌فروشند. از ساختارهای هوشمند استفاده می‌کنند:

* ثبت شرکت در استان‌های کم‌مالیات (آلبرتا ۸ درصد corporate tax، بریتیش کلمبیا و انتاریو بالاتر).

* استفاده از شرکت واسط آمریکایی (Delaware یا Wyoming) برای فروش. چون CUSMA اجازه می‌دهد خدمات دیجیتال بدون تعرفه اضافی جریان داشته باشد.

* **هلدینگ چندلایه:** شرکت کانادایی فقط توزیع‌کننده است، IP و درآمد اصلی در شرکت خارجی.

* **white-label یا reseller model:** انجمن یا شریک کانادایی فروش را انجام می‌دهد، شما فقط تأمین‌کننده هستید.

نتیجه؟ مالیات دیجیتال به کمتر از ۱-۲ درصد کل فروش کاهش می‌یابد. قانونی و مورد تأیید CRA.

راهکارهای عملی که من برای اعضای انجمن پیاده کردم (و میلیون‌ها دلار صرفه‌جویی ایجاد کرد)

۱. ساختار هلدینگ در استان کم‌مالیات

آلبرتا بهترین گزینه است: corporate tax فقط ۸ درصد (در مقابل ۱۲ درصد انتاریو).

شرکت هلدینگ در آلبرتا ثبت کنید، IP (نرم‌افزار، برند) را آنجا نگه دارید.

شرکت عملیاتی در استان فروش (مثل انتاریو) فقط commission می‌گیرد.

صرفه‌جویی: تا ۴ درصد روی سود خالص.

۲. استفاده از شرکت آمریکایی به عنوان واسط

ثبت LLC در Delaware (بدون مالیات ایالتی). فروش از آمریکا به کانادا - GST/HST توسط شرکت آمریکایی جمع‌آوری نمی‌شود اگر non-resident باشد، بلکه شریک کانادایی جمع می‌کند و input tax credit می‌گیرد.

کیس واقعی: یک عضو با ۱۲ میلیون دلار فروش، با این ساختار ۶۸۰ هزار دلار در سال صرفه‌جویی کرد.

۳. مدل reseller با انجمن یا شریک کانادایی

انجمن بازرگانی ایران و کانادا کل فرایند را انجام می‌دهد: * ثبت شرکت کانادایی (اگر نیاز باشد)

* جمع‌آوری و پرداخت GST/HST/QST/PST

* استفاده از input tax credit برای صفر کردن بار مالیاتی

* شما فقط فاکتور به انجمن می‌زنید - بدون اشاره به مبدأ کالا/خدمت

این مدل برای SaaS، اپلیکیشن، دوره‌های آنلاین و فروش دیجیتال ایده‌آل است.



* تضمین قانونی ۱۰۰ درصد - با تیم وکلای تخصصی CRA در سال ۲۰۲۵، بیش از ۳۱ عضو انجمن با این ساختارها بیش از ۸.۷ میلیون دلار صرفه‌جویی مالیاتی داشتند.

چک‌لیست عملی برای شما (همین امروز شروع کنید)

۱. فروش دیجیتال به کانادا در ۲۰۲۵ را محاسبه کنید.
۲. با انجمن تماس بگیرید برای audit رایگان ساختار فعلی.
۳. حداقل یک مدل reseller یا هلدینگ را تا فوریه ۲۰۲۶ پیاده کنید.
۴. IP خود را منتقل کنید.
۵. از تهدیدهای ۲۰۲۶ جلو بیفتید - تقاضا برای این ساختارها انفجاری است.

سال ۲۰۲۶ سال مالیات‌های سنگین نیست - سال فرصت برای کسانی است که هوشمند ساختار سازی می‌کنند.

کسانی که امروز حرکت کنند، میلیون‌ها دلار سود بیشتر خواهند برد.

اگر آماده‌اید مالیات دیجیتال را به صفر نزدیک کنید، همین امروز با انجمن تماس بگیرید. ما اینجا هستیم تا تجارت دیجیتال شما را نه تنها حفظ کنیم، بلکه منفجر کنیم. با احترام

۴. بهینه‌سازی GST/HST با Simplified Method برای فروشندگان خارجی، از روش simplified ثابت کنید - فقط مالیات جمع‌آوری کنید، نیازی به input credit پیچیده نیست. اما با ساختار انجمن، حتی این هم لازم نیست.

۵. ساختار IP Holding در کشور low-tax را در شرکت قبرس یا امارات نگه دارید، لایسنس به شرکت کانادایی بدهید - royalty deductible است.

کیس‌های واقعی (بدون نام به دلایل محرمانگی) * شرکت A (SaaS): فروش ۱۸ میلیون دلار - قبلی ۱.۴ میلیون مالیات دیجیتال. بعد از ساختار با انجمن: زیر ۱۲۰ هزار دلار.

* شرکت B (فروش آنلاین دوره آموزشی): ۵.۲ میلیون دلار فروش * با مدل reseller انجمن: مالیات نزدیک صفر، سود خالص ۴۱ درصد رشد.

* شرکت C (تبلیغات دیجیتال): با شرکت آمریکایی واسط، از تهدید DST احتمالی کاملاً مصون شد.

چرا انجمن بازرگانی ایران و کانادا بهترین راه حل شماست؟

- ما فقط مشاور نیستیم - ما مجری هستیم:
- * ثبت شرکت در آلبرتا یا Delaware در کمتر از ۱۴ روز
- * ساختار سازی کامل هلدینگ و قراردادهای reseller
- * مدیریت تمام GST/HST/QST/PST - شما فقط تأمین‌کننده هستید
- * white-label کامل - بدون نیاز به نشان دادن مبدأ



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 چهارراه 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. 62 – March 2026

To contact the editors:
contact@canirn.com

