

رئیس سازمان شیلات ایران در گفت و گو با **اقتصاد**:

در برنامه هفتم

۲۵ درصد پروتئین کشور

از آبریان تأمین می شود

روزنامه دریایی

چهارشنبه ۱۵ آذر ۱۴۰۲ سال هفتم شماره ۱۸۰۱ قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

رئیس، مدیرکل شیلات استان سیستان و بلوچستان و بلوچستان به **اقتصاد** می گوید:

در سال آینده هیچ گونه

صادرات خام فروشی شیلات

نخواهیم داشت



@Eghtesadsaramad eghtesadsaramad

www.Eghtesadsaramad.ir

مزیت نسبی کجاست؟ **اقتصاد** تحلیل می کند:

سیستان و بلوچستان

نگین تاج

توسعه دریایی ایران

گنج در سیستان و بلوچستان پنهان است



پژوهش دریا

سخت‌گیر گزارش می دهد:

دانشگاه علوم دریایی

حضرت امام (ع)

افتخار آفرید

بادداشت

ضرورت ایجاد پل اشتیاق بین مردم و شیلات

امید متین - مصرف کننده نهایی شیلات، مردم هستند. اگر مردم نباشند، شیلات بی معناست مصرف کننده که نباشد، تولید محلی از اعراب ندارد. پرورش ماهی و دیگر آبریان برای مردم است. مردم گرایش نداشته باشند، سرمایه گذار تمایل نخواهد داشت که بیاد و پولش را در آب بیندازد؟

این ها یعنی پل اشتیاق بین مردم و شیلات باید ایجاد شود. پلی که وجود خارجی ندارد. پلی که نیست. اگر چیزی به عنوان پل ارتباطی هست، به واسطه خود مردم و هوس های گاه و بسی گاه آن ها برای خوردن ماهی یا میگو است و دیگر هیچ. در حالی که دانش بازاریابی به ما می آموزد که نقش تبلیغ برای تقویت ذائقه ها به سمت یک خوراکی مشخص اهمیت فراوانی دارد. با این وجود، سیمای جمهوری اسلامی مملو است از تبلیغ پفک و چیپس و در باره ماهی سخنی به میان نمی آورد. پفک و چیپس که تبلیغ آن ها ممنوع است زیرا خوراکی مضر محسوب می شوند! اما انگار در فضای تبلیغ کشور ما جای ماهی و چیپس عوض شده است. این نشان می دهد که ما در راهبرد تبلیغی-ترویجی خود در باره خوراک سالم باید تجدید نظر کنیم. این نشان می دهد که سازمان شیلات، علاوه بر مسئولیت برنامه ریزی و نظارت و پیگیری تولید آبریان، رسالت تبلیغ و ترویج خوراک سالم را هم دارد. همه این ها می تواند و می توانست خود را در جایی مانند نمایشگاه شیلات نشان دهد که باز دید میدانی خبرنگاران اقتصاد سرآمد نشان می دهد که خبری از این ها نیست.

نمایشگاه کتاب - نمایشگاه شیلات

یک مقایسه بدون مناقشه داشته باشیم بین نمایشگاه کتاب و نمایشگاه شیلات. شاید کمی مع الفارق باشد که البته نیست؛ زیرا در قاموس بازاریابی، نمایشگاه با نمایشگاه هیچ فرقی ندارد. نقطه تشابه این دو نمایشگاه، مصرف کننده نهایی است؛ یعنی مردم.

در نمایشگاه کتاب، جلوه از نمایشگاهی بودن خارج شده و تبدیل شده است به بازار عمومی کتاب. که البته با حال و هوای مردم ایران تناسب دارد. نمایشگاه مطلق زمانی است که فقط برای مشتریان کلان و بازرگانان کتاب و نویسنده و ناشر شکل بگیرد. اما موج عظیم مردم که به نمایشگاه کتاب سرازیر می شود و اغلب خرید هم می کنند، جلوه بازاری از این نمایشگاه ساخته و پرداخته است که به نظر می رسد آثار مثبت و قوی به همراه دارد. هم در باب فرهنگ سازی کتاب و کتاب خوانی و هم در باب تجارت کلان کتاب. اما نمایشگاه شیلات به نظر می رسد نیازمند تقویت بیشتر است. ارتباطش با مصرف کننده نهایی وصل شود. وارد نمایشگاه که بشوی، از همان ابتدا ۱۲ هزار تومان جریمه می شوی! می گویند حق بازدید از نمایشگاه است! اما در نمایشگاه کتاب، کسی ورودی نمی خواهد. نکته دیگر این که تبلیغ آن چنانی برای نمایشگاه شیلات نشده است. تقریباً فقط کسانی خبر دارند که در ارتباط مستقیم صنعتی و تولیدی با شیلات هستند و مابقی مردم کاملاً بی خبرند. گزارش میدانی خبرنگار دریایی اقتصاد سرآمد نشان داد که از یکصد نفر که در خیابان سهروردی و چهارراه ولی عصر، مورد پرسش ما قرار گرفتند، به طور مطلق هیچ کدام از نمایشگاه شیلات خبر نداشتند. این نشان می دهد که هیچ برنامه ای برای مردم در نظر گرفته نشده است. نکته دیگر این است که بجز یک کارگاه ماهیگیری با قلاب هیچ برنامه جنبی معطوف به ذوق و ذائقه مردم دیده نشده است. حتا در بخش تفریحی مانند ماهی گیری یا بخش هایی مرتبط با آموزش پخت ماهی یا فروش ماهی. یا هر بخشی که بتوان به بهانه آن با مردم ارتباط مستقیم برقرار کرد و موج مردمی را در نمایشگاه دید. چیزی در این قد و قواره وجود خارجی ندارد.

کمبود بودجه

البته اگر خود را جای شیلاتی ها بگذارم، حتماً دلایلی برای این نقصان بیان می کنم. مثلاً کمبود بودجه مناسب برای تبلیغات. یا عدم همکاری سایر سازمان ها مانند صدا و سیما. یا این بهانه که قوی تر است: نمایشگاه تخصصی و اختصاصی است و برای تولیدکنندگان و بازرگانان کلان ایجاد شده است. که البته این توجیه با نص دانش بازاریابی همسانی هم دارد. ولی واقعیت این است که ما به جریانی بزرگ برای ارتباط با مردم و تقویت گرایش آن ها به گوشت سفید نیاز داریم و نمایشگاه فرصت گران بهایی است که بتوان برای فرهنگ سازی از آن استفاده کرد. پس توجیه و تاویل را کنار بگذاریم و برای نمایشگاه های شیلات، برنامه های جنبی برای مردم دیده و اجرا کنیم و جای خالی مردم در نمایشگاه را با توجیهات دولتی پست پر نکنیم. هر چند تمام این مباحث، جای زحمات شیلاتی ها را تنگ نمی کند و زحمات آن ها در جای خود بر چشم ماست.

مدیر کل بندر و دریاوردی خرمشهر
بندر خرمشهر و بندر عراق در حوزه دریایی و آموزشی همکاری می کنند



افزایش ارزش معاملات همزمان
بارشد شاخص کل

معاون دریایی بندر و دریاوردی
هرمزگان اعلام کرد:
آغاز بازرسی از شناورهای مسافری طرح نوروز ۱۴۰۳ در هرمزگان



Faradaneh Co.
تولید کننده تخصصی خوراکی آبریان

IFEX 2023
7th INTERNATIONAL FISHERIES INDUSTRY EXHIBITION
4-7 December 2023

۱۳ الی ۱۶ آذرماه ۱۴۰۲
ساعت بازدید: ۸ لغایت ۱۶
سالن 388 - غرفه فرادانه

IRAN MARITIME EXHIBITION

اولین نمایشگاه تخصصی صنایع دریایی و دریاوردی ایران

محل دائمی نمایشگاه های بین المللی بوشهر
January 02 - 05, 2024
Bushehr International Permanent Fairground

IME 2024

دعوت نامه

۰۹۱۹۸۲۱۶۵۲۰ ۰۲۱-۸۶۰۴۷۵۹۶ ۰۲۱-۸۸۷۶۹۲۲۷

جهاد کشاورزی
سازمان شیلات ایران

سازمان شیلات ایران و سندیکای صنایع کنسرو ایران برگزار می کند:

همایش ماهیگیری مسئولانه با تاکید بر زنجیره ارزش تون ماهیان

زمان برگزاری: دوم بهمن ماه ۱۴۰۲
محل برگزاری: سالن اصلی هتل المپیک تهران

محورها:

- مدیریت صید تون ماهیان و تحقق ماهیگیری مسئولانه
- ترویج روش صید رشته قلاب طویل (long line)
- صنعت کنسرو تون ماهیان، چالش ها و فرصت ها
- ارتقاء زنجیره ارزش تون ماهیان
- تجارت جهانی تون ماهیان

"The Conference of Responsible Fishing with an Emphasis on the Tuna Value Chain"

OLYMPIC HOTEL, TEHRAN
Monday, 22 January 2024

همراه با نمایشگاه جانبی

جهت ثبت نام
۰۹۱۳۶۴۳۹۸۵۸۳