

صاحب امتیاز: بنیاد رسالت
مدیر مسئول: محسن پیرهادی
سر‌دبیر: مسعود پیرهادی
<div><div><div><div><div></div><div>نشانی: تهران، خیابان استاد نجات‌اللمی جنوبی</div></div></div><div><div><div></div><div>خیابان شهید اسماعیل محمدی - پلاک ۱</div></div><div><div></div><div>کد پستی: ۱۵۹۹۹۷۶۷۱۱تلفن: ۱۰-۸۸۹۱۰۸۰۶</div></div></div><div><div><div></div><div>نمابر: ۰۲۸۹۰۶۷۸۸۹۰چاپ: صمیم؛ تلفن: ۴۴۵۳۳۷۲۵</div></div></div></div></div>

روزنامه سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی صبح ایران

رسالته

آیا می‌توان شیلات را به پیشران اقتصاد ملی بدل کرد؟

دریا گنج پنهان اقتصاد



حوزه مصرف گوشت ماهی در کشور تأکید کرد و گفت: در حال حاضر سرنانه مصرف گوشت ماهی در ایران به حد حدود ۱۴ کیلوگرم در سال رسیده و این عدد باید افزایش یافته و جایگاه مصرف آن ارتقا یابد.
فتحی حل وفصل مشکلات تشکل های حوزه شیلات را ضروری خواند و افزود: این ستادو کارگروه‌های تخصصی برای طرح مشکلات واتخاذ راهکار به منظور رفع موانع تولید ومشکلات بخش شیلات برگزار می شود. وی درباره تأمین نهاده‌های مورد نیاز بخش شیلات نیز پیشنهاد کرد: یک کارگروه بامسئولیت سازمان شیلات ومشارکت حوزه بازرگانی وتشکل هایایجاد دسترسی به بازارهای جهانی وجهه مساعدی را دارند.
مسائل در آن کارگروه بررسی وحل وفصل شود.
معاون برنامه ریزی واقتصاد وزارت جهاد کشاورزی تأکید کرد: بیشترین استفاده از ظرفیت های تشکل ها در دوره وزیر جهاد کشاورزی کنونی صورت گرفته است.

بازاریابی: حلقه مفقوده شیلات

یکی از مشکلات اصلی حوزه شیلات ، همانطورکه پیش تر نیز اشاره گشت، ضعف در بازاریابی وبازارسانی است. تولیدکنندگان کوچک ومتوسط اغلب توانایی دسترسی به بازارهای جهانی وجهه مساعدی را ندارند. این درحالی است که رقبای منطقه ای همچون ترکیه با استفاده از برندینگ، بسته بندی استاندارد وتوليفات حرفه ای، بخش بزرگی از بازار آفریان جهان را به دست گرفته اند. بنابر این اگر قرار باشد اقتصاد شیلات ایران به سهم حقیقی خوددراقتصاددست یابد، بایدنگاه سنتی کنار گذاشته شده وبه بازاریابی مدرن وعلمی روی آورد. حضور در نمایشگاه های بین المللی، ایجاد پلتفرم های فروش آنلاین ، توسعه دیپلماسی اقتصادی وتجاری، عقد قراردادهای بلندمدت صادراتی ومهم تر از همه معرفی محصولات ایرانی با برند ملی از ضرورت هایی اجتناب ناپذیر است.

گروه اقتصادی

جمهوری اسلامی ایران به عنوان کشوری باموقعیت ممتاز ژئوپلیتیک وژئواکونومیک همواره از ظرفیت های عظیم دریایی برخوردار بوده است. مرزهای چشم گیریابی در شمال وجنوب کشور، دریای خزر، خلیج فارس، دریای عمان ودسترسی به آب های آزاد، موهبتی الهی است که کمتر کشوری در منطقه از آن بهره منداست. این ظرفیت طبیعی وخدادادی، تنها یک فرصت جغرافیایی نیست؛ بلکه می تواند به عنوان موتور محرک اقتصاد و ابزار برای تحقق سیاست های کلان اقتصاد مقاومتی به کار گرفته شود. در شرایطی که دشمنان با اعمال وتهدید به تحریم های ظالمانه به دنبال ایجاد فشار معیشتی بر مردم ومحدود کردن منابع درآمدی هستند، استفاده هوشمندانه از ظرفیت های دریایی می تواند یکی از مهم ترین راهبردهای رونق اقتصادی و خنثی سازی تحریم باشد. تجربه نشان داده است که هرگاه بر ظرفیت های داخلی تکیه کرده ایم، رنتنها تحریم ها به صورت بهر ضرر کمتری بی اثر شده، بلکه دستاوردهای اقتصادی واجتماعی قابل توجهی نیز حاصل گردیده است. حوزه شیلات و آبی پروری نیز از جمله ظرفیت های است که می تواند در این مسیر نقش آفرینی کند. امروز محصولات شیلاتی در سطح جهان نه تنها به عنوان یک منبع پروتئینی سالم و پر ارزش غذایی مطرح هستند، بلکه به مثابه لابی استراتژیک وتجاری نیز شناخته می شوند و کشورهایی که توانسته اند با برنامه ریزی درست ، بازاریابی کارآمد وبازارسانی هدفمند در این حوزه فعالیت کنند، سهم رهنوز از بازار جهانی را به دست آورده ودرآمدهای چشم گیری برای اقتصاد خود رقم زده اند. باوجود تولید بیش از یک میلیون ۲۰۰ هزار تن محصولات شیلاتی در کشور هرنوز نتوانسته ایم جایگاه حقیقی ومطلوب خود را در بازارهای جهانی بیابیم وعلت اصلی این موضوع، نه کمبود ظرفیت تولید، بلکه ضعف در بازاریابی وبرداشته شده است. بنابر این اکنون زمان آن فرارسیده که با نگاهی راهبردی به دریا ومصرف شیلاتی، مسیر توسعه اقتصاد دریامحور را جدی تردنبال کنیم وباتقویت بازاریابی داخلی وخارجی گام بلندی در جهت افزایش اشتغال وازروری برداریم. در این خصوص مطلوب است تعاون بداریم که بتازگی شیلاتی باید گام های مؤثرتری با همکاری معاونت بازرگانی وزارت جهاد کشاورزی برداشته شود. اگر فتحی روز سه شنبه درجهلمین نشست ستاد هماهنگی امنیت غذایی افزود: حوزه بازرگانی باید بیش از پیش در زمینه بازاریابی وبازارسانی محصولات شیلاتی با هماهنگی سازمان شیلات ایران وتشکل ها ورود پیدا کند. معاون وزیر جهاد کشاورزی بیان این که شیلات واقتصاد دریامحور در اولویت دولت چهارم قرار دارد، تصریح کرد: دولت برای اقتصاد دریامحور، ساختار نیاز ایجاد کرده ودروزارت جهاد کشاورزی اقدامات مؤثری زسال گذشته آغاز شده است. وی در همین حال بر فرهنگ سازی در

کلام امیر	WWW.RESALAT-NEWS.COM	چهارشنبه ۲۹ مرداد ۱۴۰۴	۲۶ صفر ۱۴۴۷
تو در کنار من آیی، من این طمع نکمم که می نیایدت از حسن، وصف در او هام سعدی	امام (علیه السلام) فرمود: کسی که آرزویش را طولانی کند اعمال بد انجام می دهد.	اوقات شرعی	۲۰ آگوست ۲۰۲۵
		اذان ظهر: ۱۲:۰۸	سال چهارم
		اذان مغرب: ۱۹:۰۷	شماره ۱۱۲۰۹
		اذان صبح فردا: ۳:۵۸	
		طلوع آفتاب فردا: ۵:۲۸	

www.resalat-news.com

اوقات شرعی	خاندانگام فهم روزنامه رسالت می‌تواند
۱۲:۰۸ ظهر	پیام‌های خود را به سامانه‌های ۱۰۰۰۲۸۸۹۱۰۸۰۸ یا ۵۰۰۱۰۶۶۵۸۱۱۹۰۸
۱۹:۰۷ مغرب	پیامک کرده و مسائل و مشکلات خود را بیان نمایند.
۳:۵۸ صبح فردا	بی‌سرانه منتظر پیام‌های گرم شما هستیم.
طلوع آفتاب فردا: ۵:۲۸	

دشمن در چه فکریه؟!

باسخ این سؤالات را پیدا کنند.
۶- تاکنون دشمن در رسیدن به پاسخ‌ها به این نتایج رسیده است:
- نسل زد و فروپاشی اجتماعی که برخی جامعه‌شناسان مطرح می‌کردند یک «جعل علمی» بود. اکثریت مردم ایران با آگاهی در جهت درست تاریخ ایستاده‌اند.
- کسانی که پول می‌گرفتند نهضت سخنرانی بی‌پایه‌نویسی راه‌پیدا زند، کاسب بودند کاری از دستانش بر نمی‌آید.
- تحریم، حمله نظامی، تغییر رژیم و... یک سراب است.
- کسانی که سازبی غیرتی سیاسی واقتصادی را در کشور کوک می‌کنند، در برابر سذ «معرفت» و «هویت» و «غیرزدایی» ملت قرار گرفته‌اند.
به قول آیت‌الله جوادی آملی داغ تنگین «دیانت سیاسی» را برپیشانی دارند از این‌ها کاری بر نمی‌آید.
۷- امام خامنه‌ای در هدایت درست جامعه به مرزهای پیروزی و افتخار ، حفظ وحدت ملی را وظیفه احد ملت دانستند و به عنوان یک تکلیف انقلابی روی آن باشاری می‌کنند.
مستأفانه در دوران پساچنگ تجاوز ۱۲ روزه به خاک ملت برخی هنوز پیام به دشمن می‌دهند ما هستیم، شما کار را ادامه دهید. ترامپ و نتانیاهو در همان جاده حماقت، روی این جماعت حساب باز کرده‌اند وفکرمی‌کنند از این حرارت آبی گرم می‌شود. جمع جبری کسانی که در تور دشمن عمل می‌کنند و بنا را روی اخلا در وحدت ملی گذاشتند در فهرست زرد می‌شود خلاصه کرد:
- بیانیه تغییر پارادایم ۱۸ فر
- بیانیه مرحسن موسوی بنی بران فردا و تغییر قانون اساسی
- بیانیه جبهه اصلاحات با محتوای ترجمه نتایجهاو برای جبران شکست جنگ ۱۲ روزه
- تلاش‌های طرف برای اخلا در دیپلماسی خارجی، به‌صدا در آوردن طبل مذاکره در زمانی که هیچ علامتی از سوی دشمن برای مذاکره دیده نمی‌شود.
- فرستادن پالس توهم آمیز «ضعف» و «ناامیدی» در جبهه انقلاب به دشمن در حالی که در جنگ ۱۲ روزه معلوم شد که ضعف و ناامیدی و روان زخمی در کدامین سمت و سوی نبرد دیده می‌شود.
۸- رژیم صهیونیستی و آمریکا با عملیات محیر العقول طوفان الاقصی نزدیک به ۲ سال است در وسط معرکه یک جنگ وجودی گیر کرده‌اند. هیچ راهی جز تسلیم در برابر اراده ملت فلسطین و مردمان یولادین جبهه مقاومت ندارند. تجاوز به ایران مشکل آن‌ها را حل نکرد مشکلات را به وجود آورد که در آن دست و پای‌نزند. فعال شدن ستون پنجم در داخل، بخشی ازین دست و پا زدن هاست. هرچه تلاش کنند بیشتر در باتلاق «پنچاگری» و «وله شگی» فرو می‌روند.
۲۳ اقتصاددان برجسته جهان که ۱۰ نفر از آن‌ها از برندگان جایزه نوبل اقتصادی هستند با انتشار بیانیه‌ای اعلام کردند: اسرائیل در حال فروپاشی است است اگر اوندانردید به انیوه معترضان در خیابان های تل آویو و هرج ومرج در حکمرانی صهیونیست‌ها همه ابعاد و ارتقای آن به سطح راهبردی است.

مسعود پزشکیان:

مرزهای ایران و ارمنستان همچنان مرزهای دوستی خواهد بود

به مؤلفه‌های دوستی مهم‌ترین عامل پایداری امنیت وحركت در مسیر توسعه یافتگی است. وی ادامه داد: ما همواره باصراحت ایتما میات ارضی ارمنستان حمایت کرده‌ایم و این سیاست سابق وبدون تغییر جمهوری اسلامی ایران است. لذا با هرگونه توسل به زور یا تهدید به استفاده از آن در منطقه مخالف هستیم ومعتمدیم که سیاست وحکمرانی در منطقه قفقاز باید قفقازی بماند. رئیس‌جمهور ادامه داد: برون سپاری حل وفصل مسائل قفقاز به نیروهای فرامنطقه‌ای موجب پیچیده‌تر شدن شرایط منطقه می‌شود. رئیس‌جمهور خاطرنشان کرد: صلح در قفقاز یک اولویت راهبردی است وما مذاکرات صلح آن را پیاپی و ارمنستان حمایت می‌کنیم. موضع جمهوری اسلامی ایران همواره بر عدم پذیرش هرگونه تغییر در مرزهای بین‌المللی در منطقه قفقاز بوده ومعتمدیم این منطقه نباید به عرصه‌ای برای رقابت‌های ژئوپلیتیک تبدیل شود. وی ادامه داد: اراده قطعی جمهوری اسلامی ایران توسعه روابط با ارمنستان در همه ابعاد و ارتقای آن به سطح راهبردی است.

محمد کاظم انبارلویی

۱- این سؤال که چرا آمریکا با پشتوانه ناتو ورژیم صهیونیستی وبرخی کشورهای منطقه که در صف عادی سازی روابط با دشمنان اسلام وبشریت هستند، در تجاوز نظامی به خاک مقدس ایران شکست خوردند، هنوز پاسخ درست خود را پیدا نکرده است. لذا این سؤال که دشمن اکنون در چه فکریه؟ هنوز بی‌پاسخ مانده است!
۲- آمریکایی‌ها در اتاق فکر نیتانگو و سنکام چه می‌کنند؟ وزارت خارجه آمریکا و کاخ سفید چرا کرکره مذاکرات را تا اطلاع ثانوی پایین کشیده‌اند؟
صهیونیست‌ها چرا هنوز فهرست ضربات ویرانگری که از ملت ایران ونیروهای مسلح سلحشور کشور دریافت کرده‌اند تکمیل نکرده ومعترشمی‌کنند؟
این‌ها پرسش‌های بی‌پاسخ سپهر سیاست در ایران وجهان است!
۳- انگلیسی‌ها در نهضت مشروطه طرف یک سال دستاوردهای قیام‌هایم را به مسلخ دیکتاتوری رزاشاه بردند. آمریکایی‌ها دستاورد قیام ۳ تیروجانشانی ملت در ملی شدن نفت را به مسلخ کوتاهی تنگین ۲۸ مرداد بردند. آن‌ها تجربه مقابله با انقلاب در جهان و ایران را در آرشویسوپا وام‌آی‌۶ دارند. اما این تجربیات در مقابله با انقلاب اسلامی و راهبردهای الهی امامین انقلاب به کار ن‌ایامد. هرباره هر دوی ازجمله جنگ داخلی، جنگ خارجی، ترور وجنگ نرم زدند نه در بسته خوردند!
۴- این‌که قوای مسلح کشور در نبرد ۱۲ روزه شاهکار کردند، این‌که سرویس‌های اطلاعاتی و امنیتی کشور در سپاه، ارتش، وزارت اطلاعات و فراجا شگفته‌های زیادی داشتند شک نیست. هر کشوری برای تأمین امنیت روی منابع اطلاعاتی خود تکیه دارد. اما این‌که در جنگ ۱۲ روز بیش از ۷ میلیون تماس مردمی با مراکز اطلاعاتی از تحرکات دشمن خبر دهند و خود را جزء «منابع» اطلاعاتی نظام بدانند واقعاً شگفت‌آور است!
این تماس‌ها در استان‌های کردستان و سیستان و بلوچستان و ... مضاعف بوده است!!
ستون‌های امنیت این کشور روی دوش ۹۰ میلیون ایرانی است.
دلیل شکست آمریکا چه بود؟
اولین دلیل شکست دشمن، از ضربات سخت نیروهای مسلح در حیف و تل آویوو دیگر نقاط اشغالی آشکار شد!
دومین برهان شکست دشمن ، از ضربات کاری به دشمن اطلاعاتی و امنیتی و انتظامی هویدا گردید!
سومین ومهم‌ترین دلیل عدم موفقیت در تجاوز به ایران، انسجام اسلامی واتحاد ملی ایرانیان و یک‌صدایی در برابر مقابله با دشمن بود.
۵- دشمن در همان هفته اول فریاد آتش پس را بلند کرد. تا ببیند در این مهلکه چند جند است و کجای کار آن‌ها اشتباه بوده است. نتایجهاو از خود سؤال می‌کرد آن‌هایی که در هفته ۸۸ و ۸۹ و ۹۰ تا به نامیدن گوی از اسرائیل در تهران می‌جنگیدند کجا هستند؟!
سرویس‌های اطلاعاتی آمریکا که شو شرور اروپایی سؤال می‌کردند: پس نفوذی‌های ما کجا هستند چرا عمل نکردند؟ آن‌ها پرچم توقف جنگ را بالا بردند تا

نمایندگان مجلس شورای اسلامی بارها تأکید کرده‌اند که نگاه به دریا، تنها یک نگاه جغرافیایی نیست، بلکه یک نگاه اقتصادی و راهبردی است. بر همین اساس کمیسیون کشاورزی و کمیسیون برنامه‌بودجه باید با همکاری وزارت جهاد کشاورزی، سازمان شیلات ووزارت امور خارجه می‌بایست بیش از پیش به دنبال طرحی جامع برای توسعه بازاریابی و بازاریارسانی محصولات شیلاتی باشند.

نقش بخش خصوصی وتعاونی‌ها

بخش خصوصی وتعاونی‌های تولیدکنندگان نیز نقشی اساسی در این میان دارند. در بسیاری از کشورهای موفق در حوزه شیلات، این تعاونی‌ها هستند که شبکه بازاریابی داخلی و صادراتی را مدیریت می‌کنند. در کشورمان نیز اگر تعاونی‌های صیادی و پرورش دهندگان‌های ومیگو تقویت شوند، می‌توانند حلقه ارتباطی مؤثری میان تولیدکننده وبازاریاب باشند.

دیپلماسی اقتصادی در خدمت شیلات

در دنیای امروز، صادرات بدون دیپلماسی اقتصادی ممکن نیست. بر همین اساس رایتان اقتصاد باید فعالانه وارد میدان شوند وبازارهای هدف صادراتی را شناسایی کنند. کشورهای همسایه همچون عراق، افغانستان، پاکستان وچه‌پسا کشورهای حوزه آسیای میانه، بازارهای بگرواماده‌ای برای محصولات شیلاتی ایران هستند. علاوه بر این، بازارهای چین، روسیه واتحادیه اوراسیا می‌تواند مقاصد مهم صادراتی ما باشد. شرط ورود به این بازارها اما رعایت استانداردهای جهانی، سلامت و کیفیت محصولات وعرضه منظم و پایدار است. گفتنی است که توسعه بازاریابی وبازارسانی محصولات شیلاتی تنها به معنای افزایش صادرات یا ارزآوری نیست. این مهم آثار گسترده‌تری در جامعه همچون ایجاد اشتغال پایدار برای جوانان در مناطق ساحلی ودراستان‌های غیرساحلی، افزایش درآمد ملی و کاهش وابستگی به فروش نفت خام، تقویت امنیت غذایی و ارتقای سلامت مردم از طریق افزایش مصرف پروتئین دریایی را به دنبال خواهد داشت.

تسهیل صادرات دریایی و رونق اقتصاد دریامحور

امروز تر جهان، اقتصاد دریامحور به عنوان یکی از موتورهای

رشد اقتصادی شناخته می‌شود. کشورهایی مانند چین، هند ژاپن وجهه پسا کشورهای کوچک حاشیه خلیج فارس توانسته اند با استفاده از ظرفیت دریا، درآمد‌های بسیاری کسب کنند. در کشورمان نیز توسعه اقتصاد دریامحور می‌تواند یکی از محورهای اصلی رونق اقتصادی باشد. در حقیقت توسعه بنادر صیادی، حمایت از صنایع تبدیلی وبسته بندی، تسهیل صادرات دریایی و ایجاد مناطق زنجیره ارزش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی

انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی

انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و

فروش سنتی محصولات شیلاتی عبور کرده وبه سوی انتخاب بلکه یک ضرورت برای رونق اقتصادی آینده است و در این مسیر توسعه اقتصاد دریامحور، تقویت بازاریابی داخلی وخارجی، حمایت از تعاونی‌های صیادی، فعال سازی دیپلماسی اقتصادی و ورود بخش خصوصی قدرتمند به عرصه بازاریابی، می‌تواند ارزش آرنش شیلات کشور را تکمیل کند. بنابر این امروز زمان آن رسیده است که نگاه‌ها از خام‌فروشی و