الإعلام والاستثمار.. مقارنة بين خطابين

لا يمكن الحديث عن جذب الاستثمارات إلى أي بلد في العالم دون ربط هذا الموضوع بالترويج الإعلامي ودور وسائل الإعلام سواء المحلية أو الخارجية في نقل الصورة الحقيقية عن واقع البيئة الاستثمارية والظروف المحيطة بها بشكل عام.

وعلى هذا الأساس فان الإعلام سلاح ذو حدين فوسائل الإعلام قد تلعب دوراً خطيراً في إقناع المستثمر وإغرائه بالقدوم إلى بلد من البلدان، مثلما هي قادرة على تشويه صورة هذا البلد وبث الدعايات الكاذبة والإشاعات عنه وتخويف المستثمر من القدوم إليه وغير ذلك من الأساليب التي تنصحه بمغادرته خوفاً على حياته!!

وفي هذه الورقة سنحاول إعطاء صورة سريعة وعامة لموضوع الاستثمار والإعلام وفقاً لخطابين.

عبدالملك الفهيدي

وقبل البدء بالحديث عن تلك الصورة لابد من الإشارة إلى أن موضوع الاستثمار والقدرة على جذب مشاريع الاستثمار الوطنية أو الخارجية لا يرتبط فقط بما تنشره وسائل الإعلام بل يتحدد وفقا لمعطيات أخرى تتعلق بالاستقرار الأمني، وبالنصوص والتشريعات ومدى ملاءمتها، القضاء وعدالته واستقلاليته وقدرته على حسم القضايا الخلافية، وكذا وضع البنية التحتية في البلد ومدى توفر الكادر البشري المؤهل للعمل، وطبيعة الإجراءات الإدارية والقانونية المتعلقة بتعاملات الاستثمار في مختلف دوائر ومرافق الدولة.

ومع ذلك فان وسائل الإعلام تعد بمثابة الوعاء الذي يستوعب كل تلك المعطيات وينقلها إلى المتلقي بشكل يخدم العملية الاستثمارية او يضرها، وبالتالي يمكن الحديث عن علاقة الإعلام بالاستثمار في اليمن وفقا لمحورين أساسيين هما المقارنة بين خطابين الأول على النحو الآتي:

المحور الأول : خطاب ايجابي لكنه منقوص

رغم حداثة تجربتنا الإعلامية مقارنة بتجارب عربية أو أجنبية في هذا الجانب الا انه لايمكن إنكار وجود خطاب إعلامي مشجع على الاستثمار وعلى الأقل يحول دعم جهود الدولة في الترويج للاستثمار وللبنية الاستثمارية في اليمن.

ويمكن القول انه ورغم الجهود التي تبذلها وسائل الإعلام الحكومية أو الرسمية في هذا الجانب، إلا أن تلك الجهود لاتزال غير قادرة على تأدية دور المروج الحقيقي للاستثمار بالمعنى الحرفي والمهني.

وبنظرة عامة على تعامل الإعلام الحكومي مع موضوع الاستثمار نجد ان هذا التعامل يركز على الجانب الاخباري فقط ويعتمد على الشخصنة في تقديم المعلومات.

وبعبارة أخرى فان المشكلة هي التناقض والتباين بين إعلام حكومي يحاول إعطاء صورة إيجابية بشكل مستمر ويجعل المسؤولين يشعرون بالإرتياح، إلى الدرجة التي تفقده المصداقية احيانا، وبين إعلام حزبي يركز دائما في خطابه على السلبيات إلى حد المبالغة أحيانا مما يفقده أيضا مصداقيته ويحبط المسئولين والمواطنين على حد سواء.

ولكن لا نجد ان وسائل الإعلام الحكومية حتى الآن تقوم بدور فاعل في تقديم رسالة ترويجية حقيقية قادرة على الترويج للاستثمارات، وبغض النظر عن كون البيئة الاستثمارية في اليمن لاتزال تحتاج إلى توفير المتطلبات التي تسهل على الإعلام القيام بعملية الترويج، إلا ان الملاحظ ان الآونة الأخيرة شهدت خطوات كبيرة في هذا الجانب من خلال إصدار تشريعات وقوانين وتواصل تنفيذ مشاريع الإصلاحات في مجال القضاء وفي مجال محاربة الفساد، وفي المناطق التي يمكن ان تكون مناطق استثمارات، إلا ان الإعلام الرسمي لم يستطع نقل هذه الأشياء بالصورة المطلوبة لأسباب كثيرة أولها عدم وجود خطط حكومية حقيقية في هذا الجانب، واقتصار الحديث على هذه الإصلاحات على الشكليات فقط وتقديم المعلومات عبر تصريحات المسئولين.

وفيما نجد ان وسائل الإعلام الرسمية تتحدث عن وجود فرص استثمارية في مجالات الصناعة والزراعة والسياحة عبر تصريحات من قبل المسئولين، إلا اننا لا نلاحظ وجود رسالة إعلامية في هذه الوسائل تتضمن تغطية معلوماتية حول نوعية هذه الفرص أو حول أماكنها ومدى توفر مقومات وخدمات تسهل قيام المشاريع الاستثمارية.

وكمثال فقط: قد تجد ان وسائل الإعلام الرسمية تقول ان هناك فرصة لإقامة مشروع استثماري سياحي في مأرب بجانب أحد المعابد الأثرية، لكن هذه الوسيلة لا تقدم للمستثمر أو حتى للقارئ أية معلومات عن مكان وطبيعة ونوعية المشروع ومدى توافر الخدمات في المنطقة، وغيرها من المتطلبات القادرة على إقناع المستثمر بالقدوم وإقامة مشروعه الاستثماري.

وبالإضافة إلى ذلك فان تعامل الإعلام الرسمي مع موضوع الاستثمارات لا يزال قائما على الآتية حيث نشهد حديثا وتناولا مكثفا حول الاستثمار مع اقتراب أو انعقاد أي مؤتمر أو فعالية لها علاقة بالاستثمار، وما إن ينتهي المؤتمر أو الفعالية حتى تعود الوسائل إلى سابق عهدها.

وعلى صعيد آخر فوسائل الإعلام في اليمن بشكل عام – باستثناء الإذاعة والتلفاز– لاتزال محدودة الانتشار داخلياً وتكاد تكون غائبة على المستوى الخارجي، وباستثناء صحيفة الثورة الرسمية التي توزع في عدد من عواصم الدول العربية لاتجد أية وسيلة إعلامية يمنية توزع في الخارج.

أما بالنسبة للفضائية اليمنية فاستمرارها في العمل التقليدي، وعدم قدرتها على تنويع وتطوير الأداء الإعلامي في رسالتها يجعلها غير قادرة على المساهمة بفاعلية في هذا الجانب إلا من دور بسيط يتمثل في تقديم برامج ترويجية معلبة، او فلاشات ترويجية تركز على الجانب السياحي في معظمها مهملة بقية الجوانب، ناهيك عن كون الرسالة الإعلامية المقدمة بلغات أخرى غير العربية لاتزال مفقودة في وسائل الإعلام الرسمية باستثناء صفحتين باللغتين الانجليزية والفرنسية في موقع وكالة سبأ الرسمية، وصفحتين فقط يخصصهما ملحق الثورة السياحي باللغة الانجليزية، وهو جهد تشكرون عليه.

المحور الثاني : الدور السلبي لوسائل الإعلام في تشويه صورة اليمن

رغم وجود إجماع على عدم اعتبار ما تتناوله وسائل الإعلام عن اليمن بأنه المحرك الرئيس في التأثير على قرارات المستثمرين المحليين أو الأجانب إلا ان هناك اتفاق على خطورة التأثيرات السلبية لتناولات الإعلام في تشويه صورة اليمن في الخارج وبالتالي انعكاس سلبيات تلك الصورة المشوهة على قرارات المستثمرين في القدوم إلى اليمن.

والواقع ان مضمون الصورة العامة لليمن لدى الرأي العام الخارجي عموما تتحدد من خلال مضامين الرسائل الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام المحلية والعربية والأجنبية، وللأسف الشديد فأن تلك الوسائل وبالذات الأجنبية قدمت اليمن (وأقصد هنا يمن الوحدة) إلى الرأي العام بصورة مشوهة وتحديدا مع بداية ظهور قضية اختطاف السياح الأجانب، ثم زادت سلبية مع أولى العمليات الإرهابية التي نفذها المتطرفون في محافظة أبين عام 98م حين قتل أربعة سياح أجانب في تلك العملية التي شكلت بداية لظهور الإرهاب في اليمن إلى المسرح العلني، وما تلتها من أحداث إرهابية كحادثة كول وليمبرج، ومقتل الأطباء الأمريكيين والطبيبات الروسيات، وغيرها من الأحداث.

ويلاحظ ان وسائل الإعلام العالمية وبالذات الأجنبية منها منذ ذلك الحين لا تكاد تنشر خبر عن اليمن إلا وتلصق به عبارة "ويعد اليمن الموطن الأصلي لأسامة بن لادن زعيم تنظيم القاعدة ".

ورغم نجاح الدولة في القضاء شبه الكلي على الإرهاب وتحقيق الأمن والاستقرار خصوصا في السنوات الأخيرة وهو الأمر الذي كان يفترض ان يسهم في تغيير الصورة النمطية المشوهة عن اليمن لدى الرأي العام الأجنبي، إلا ان ذلك النجاح يمكن وصفه بأنه جزئي حيث ادى تطور وسائل الإعلام سواء المحلية أو الخارجية إلى تسليط الضوء على الأحداث في اليمن بشكل أكبر وهو ما ادى إلى إسهام هذه الوسائل في الاضرار أو على الأقل تشويه النجاحات التي حققت على صعيد الأمن والاستقرار والإصلاحات وبالتالي التأثير على جهود الدولة في جذب الاستثمارات.

ويمكن إيضاح أسباب ذلك في الآتي:

- التضخيم الإعلامي وتشويه الصورة الحقيقية للاحداث.
- الاعتماد على المصادر المجهولة في ظل غياب المصدر الرسمي.
- تأثير المماحكات الحزبية على التغطية الاخبارية.
- غياب المعلومات الدقيقة فيما يخص الجوانب الاستثمارية والاقتصادية وتعامل الإعلام معها وفقا لأساليب صحفية إنشائية.
- اعتماد مراسلي وسائل الإعلام الخارجية على ماتنشره الصحف والمواقع الاخبارية الداخلية وهو ما يؤدي إلى تشويه الحقائق في الغالب.
- عدم أداء الملحقيات الإعلامية والثقافية والمراكز الإعلامية اليمنية في الخارج بأداء دورها في الترويج لليمن بالشكل المطلوب حيث يظل عمل هذه الملحقيات في الغالب أشبه بالعلاقات العامة.
- عدم وضوح او بالأصح وجود سياسة إعلامية يمنية موجهة للخارج.

وتبرز مشكلة الخطاب الإعلامي السلبي وتأثيراته على الرأي العام الداخلي في كون الصحف وبالذات الحزبية المعارضة تقدم خطاب إعلامي يتعمد التشكيك في كل شيء وتحاول تصوير أية إصلاحات تنفذها الحكومة بأنها فاشلة وذلك وفقا لرؤية حزبية ضيقة وهو ما يؤدي إلى إحداث تأثير سلبي لدى المواطن وبالتالي يصبه باليأس والإحباط ويفقده القدرة على المشاركة في عملية التنمية، وبدلا من ان يصبح المجتمع شريكا ومساهما في المساعدة على إنجاح مشاريع التنمية ودعمها خصوصا في المناطق التي يتم فيها إنشاء المشاريع الاستثمارية يتحول احيانا إلى عامل هدم ولعل ما حدث في منطقة بلحاف في شبوة حين اقدم بعض الأشخاص على الاعتداء على مقر شركة الغاز الفرنسية وتخريب أثاث وممتلكات الشركة بدعوى تدنيس القرآن الكريم يؤكد ما نذهب إليه في هذا الجانب خصوصا بعد ان ثبت كذب ما نشرته وسائل الإعلام حول الموضوع.

وعلى الصعيد الخارجي يمكن الإشارة إلى ان تطور الإعلام أدى إلى ظهور الكثير من المواقع الإخبارية على شبكة الانترنت والتي باتت تلعب دورا كبيرا في نقل صورة الأحداث في اليمن إلى القارئ الخارجي، ولكن المشكلة تكررت حيث ان المواقع الإخبارية الحزبية هي الطاغية في مقابل قلة أو غياب المواقع الحكومية الرسمية وهو ما أدى إلى انتقال الصراع الحزبي من على صفحات الصحف المطبوعة إلى صفحات الانترنت، وباتت التغطية الإخبارية للأحداث في اليمن على هذه المواقع ايضا مصبوغة بالطابع الحزبي الذي يشوه الحقائق في معظم – ان لم يكن في جميع– الأوقات.

وزيادة على ذلك فقد أسهم غياب المصدر او الناطق الرسمي عن تقديم المعلومات لوسائل الإعلام إلى اعتماد مراسلي الإعلام الخارجية على تلك المواقع في استقاء المعلومات الأمر الذي يؤدي إلى انعكاس المعلومات الخاطئة على الرسالة الإعلامية التي ينقلها المراسلون.

أمثلة على الخطاب الإعلامي السلبي

هناك أمثلة كثيرة يمكن إيرادها كنماذج للخطاب الإعلامي السلبي ويمكن اخذ التغطية الإعلامية الخاصة بموضوع اختطاف السياح كنموذج على التأثير السلبي للخطاب الإعلامي على صورة اليمن في الخارج، ورغم أن موضوع اختطاف السياح شهد تراجعا في السنوات الأخيرة إلا ان الحوادث التي جرت العام الماضي اعادت إلى الأذهان الحوادث السابقة.

وبرزت تغطية وسائل الإعلام لهذا الموضوع بشكل سلبي بسبب التضخيم الإعلامي لهذه الظاهرة السلبية محليا وخارجيا، وهناك من يعتقد ان هذه الظاهرة التي لا تصل إلى الجحيم الذي يصورها به الإعلام الخارجي – استغلت من قبل أطراف خارجية لأهداف غير باطنة من خلال التضخيم الإعلامي الذي يعمل من (الحبة قبة) ومن المسائل الصغيرة قضايا كبيرة، وهي ما ألقت بظلالها القاتمة على مستقبل التنمية وعلى الراغبين بالاستثمار في اليمن وقد اثرت على قرار بعض المستثمرين وتركت أثرا لديهم عندما قدموا للاستثمار في اليمن.

ولكن في المقابل فان اثر الإعلام في هذا الجانب ليس مخيفا إلى درجة كبيرة فهناك أسباب أخرى لعل أبرزها إحجام رأس المال الوطني عن الاستثمار في اليمن وهو ماينعكس بدوره بشكل سلبي ويبعث لدى المستثمر الأجنبي عندما يفكر في الاستثمار باليمن.

ويرى الكثير من المسئولين وخبراء الاقتصاد ان تأثير هذه المشكلة على إقبال الاستثمار الأجنبي، اكبر من تأثير حوادث الاختطافات.

غياب الإعلام الاقتصادي

وإذا كانت التغطية الإعلامية السلبية للمواضيع المتعلقة بالجانب الأمني تؤثر بدورها على صورة اليمن خارجياً فان غياب الإعلام الاقتصادي الحكومي يلعب هو الأخر دورا سلبيا ايضا، وذلك ان المستثمر الخارجي عندما يفكر بالاستثمار في اليمن فانه لا ينظر إلى جانب الأمن فقط –وان كان الإستقرار الأمني هو العامل الأول في قيام أي استثمار او تنمية– بل يفكر ايضاً في توافر منظومة متكاملة وهو ما بات يعرف بالبيئة الاستثمارية الجاذبة والمتمثلة في الأمن، والتشريعات القانونية، والقضاء، والخدمات والبنية التحتية، وتوفر الكوادر البشرية، وسهولة الإجراءات الإدارية.

والملاحظ في هذا الجانب انه ورغم تتابع الخطوات الإصلاحية التي نفذتها وتنفذها الدولة في هذا المجال إلا ان الترويج لها لا يزال مفقوداً بسبب غياب الإعلام الاقتصادي المتخصص، فلا يكفي ان نقول للمستثمر الأجنبي ان الأمن في اليمن مستقر، بل يجب ان نقنعه ايضاً بمزايا الاستثمار في اليمن من خلال ما توفره التشريعات ومن خلال إقناعه بوجود تسهيلات كثيرة ومن خلال إقناعه بان القضاء مستقل وقادر على ان يحفظ له حقوقه ان تعرضت لأي انتهاك من قبل أي كان.

وللتدليل على سلبية التعامل الإعلامي في هذا الجانب نجد ان الإعلام الرسمي الخارجي يتحدث عن مزايا قانون الاستثمار في اليمن لكنه لا يوضح للملتقي ماهي هذه المزايا ولا يقدم شرحا لها بسبب ضعف الثقافة القانونية لمصدر الرسالة، في الوقت الذي يقابل تلك الرسالة رسالة أخرى تتولاها وسائل إعلام المعارضة تعتمد على تشويه تلك المزايا من خلال مزاعم عدم حيادية القضاء، والإدعاء بعدم وجود المؤسسات وتصوير سير عمل الدولة على انه يقوم على أساس حكم الفرد.. الخ من الرسائل الإعلامية التي تسهم في تشويه الصورة العامة لليمن وتؤثر سلبا على قرارات المستثمرين.

ولكن وفي المقابل يمكن التأكيد على ان الرسالة الإعلامية قد يخبوا أثرها إذا ما كانت الظروف المتعلقة بالبيئة الاستثمارية متوافرة بالشكل الصحيح، وبعبارة أخرى مستثمر أو شركة استثمارية أجنبية قد يلعب دور اكبر في ان ينقل ذلك المستثمر أو تلك الشركة صورة حقيقية وإيجابية إلى الآخرين يدفعهم الى المجيء للاستثمار في اليمن أكثر من أي دور قد يلعبه الإعلام في هذا المجال.

مقترحات:

في الأخير يمكن القول إن نجاح اليمن كدولة وحكومة في جذب الاستثمارات يعتمد على توافر مانروج له من ناحية وتوافر الظروف والتسهيلات اللازمة لقيام تلك الاستثمارات من ناحية أخرى، وثالثا إيجاد رسالة إعلامية قادرة على الترويج وهو ما يتطلب الآتي:

- ضرورة وجود ناطق أو مصدر رسمي يتولى تقديم المعلومات لوسائل الإعلام وبالذات في الجانب الأمني، ويمكن الاستفادة من تجربة الأشقاء في السعودية فيما يتعلق بموضوع المناطق الرسمي.
- رسم رؤية إعلامية ترويجية على بعدين الأول داخلي هادف إلى نشر ثقافة في أوساط الرأي العام الداخلي بأهمية ما تقوم به الحكومة وبأهمية ما ستمثله الاستثمارات للبلد وللمواطنين، وبالتالي إقناعهم بضرورة ان يتحولوا إلى شركاء في هذا المجال، والثاني خارجي يستهدف الترويج لليمن بصورة كاملة سواء فيما يتعلق بالاستقرار الأمني أو فيما يتعلق بالإصلاحات.
- صياغة رسالة إعلامية عبر الفضائية اليمنية تكون قادرة على الترويج لليمن في شتى المجالات وبلغات عديدة وبأساليب غير تقليدية، ويمكن في هذا الجانب ومن خلال الحديث عن توجهات لفتح المجال أمام القنوات الخاصة ان تقوم الحكومة بإنشاء قناة خاصة (على سبيل التجربة) تتولى الترويج للاستثمارات في اليمن.
- كما يجب تطوير وإعادة صياغة أداء الصحف الرسمية المطبوعة (على الأقل صحيفة الثورة) بحيث تتحول إلى صحيفة في جزء منها موجهة إلى الخارج ويمكن توزيعها في معظم عواصم الدول العربية والأجنبية لانها بشكلها ومضمونها الحالي غير قادرة على أداء هذا الدور.
- إيجاد إعلام اقتصادي حكومي متخصص قادر على نقل رسالة خارجية بشتى اللغات.
- تفعيل المواقع الإخبارية على شبكة الانترنت والخاصة بالمؤسسات الحكومية وإيجاد مواقع للمؤسسات التي لا توجد لها حتى الآن.
- تفعيل دور الملحقيات الإعلامية والثقافية في سفارات اليمن لتقوم بدور ترويجي حقيقي.
- وضع وتنفيذ خطة ترويج اقتصادية واستثمارية شاملة بالتعاون مع مؤسسات إعلامية خارجية، وتسليط الضوء على نجاح الاستثمارات الموجودة في اليمن.
- التعامل مع ما تنشره وسائل الإعلام في الداخل أو الخارج من معلومات مغلوطة بشكل علمي يعتمد على الوسائل التي تنشر أخبار ومعلومات غير حقيقية.

نائب رئيس تحرير 22 مايو

من الفرص الإستثمارية لمحافظة عدن

فرص استثمارية في القطاع السمكي

هدف المشروع

يهدف المشروع إلى اصطياد الأسماك والأحياء البحرية بأنواعها المختلفة مثل : عائلات القشريات – الرخويات – الأسماك الغضروفية – الأسماك العظمية –السلاحف وغيرها ، والمتوفرة بكميات هائلة في مختلف مناطق الاصطياد .

مصادر المواد الخام : البحر الأحمر– خليج عدن – البحر العربي – جزيرة سقطرى.

الطاقة الإنتاجية

يتم تحديد الطاقة الإنتاجية ضمن الاتفاقيات النمطية بين المستثمر ووزارة الثروة السمكية لكل قارب اصطياد .

الأيدي العاملة : متوفرة ورخيصة ويمكن استقدام خبرات من الخارج

الموقع المقترح

المناطق التالية :-

- منطقة الاصطياد الساحلي خارج حدود أربعة ميل بحري من أدنى حد للجزر في المياه البحرية لخليج عدن – البحر العربي – جزيرة سقطرى.
- منطقة الاصطياد الصناعي القاعي خارج حدود ثمانية ميل بحري من أدنى حد للجزر في خليج عدن –البحر العربي – جزيرة سقطرى
- منطقة الاصطياد الصناعي السطحي والقاعي بالمنطقة الاقتصادية الخالصة
- ينحصر نشاط الاصطياد في البحر الأحمر على الاصطياد الساحلي خارج حدود ستة ميل بحري من أدنى حد للجزر فقط .

التكلفة الاستثمارية

تقديرية ويتم احتسابها من قبل المستثمر .

هدف المشروع

يهدف المشروع إلى تربية الأسماك والأحياء البحرية حيث تمتاز السواحل اليمنية بتضاريس طبيعية ممتازة تساعد على إقامة المزارع السمكية حيث توجد الأحواض الطبيعية والمواقع الملائمة لهذا النشاط .

مصادر المواد الخام : تتوفر الاخوار الطبيعية ذات الأعشاب التي تعتبر كحماية طبيعية لصغار الأحياء البحرية مثل أشجار الشورا والمانجروف في مناطق (اللحية – المخاء – فقم رأس عمران – المجدحة – البيضاء – عيقة مصينعة الشرقية – عيقة قشن) وغيرها من المناطق الغنية على امتداد الشريط الساحلي اليمني.

الطاقة الإنتاجية

يتم تقديرها وفقاً للإمكانيات المتوفرة لدى المستثمر .

الأيدي العاملة :

الأيدي العاملة متوفرة ورخيصة ويمكن استقدام خبرات من الخارج .

الموقع المقترح

يمكن إقامة المشروع في جميع المحافظات الساحلية

التكلفة الاستثمارية : تقديرية ويتم احتسابها من قبل المستثمر.

هدف المشروع

تحتوي المياه الإقليمية اليمنية على ثروة سمكية كبيرة ، حيث تبلغ الأنواع المتواجدة (350) نوع بينما المستغل منها حوالي (90) نوع ، و يتم حاليا اصطياد الأسماك السطحية بشكل عام بواسطة وسائل الاصطياد التقليدي ولذلك فإن الأسماك القاعية والأسماك المتواجدة في عمق المياه الإقليمية لا يتم استغلالها بشكل كامل .

وتحرص الحكومة اليمنية على تشجيع الاصطياد الصناعي وإقامة منشآت التحضير والتعليب لأغراض السوق المحلي والتصدير .

المشروع المقترح : إنشاء شركة يكون غرضها الاصطياد ويتوفر لها وسائل اصطياد حديثة وتكون لها مصانع تحضير وتجميد وتعليب للأسماك وتقوم الشركة بالأنشطة التالية :-

- اصطياد وتحضير وتصدير اسماك للخارج .
- اصطياد وتحضير اسماك للتسويق الداخلي .
- تعليب الأسماك القابلة للتعليب للاستهلاك المحلي والتصدير .

الطاقة الإنتاجية

يتم تقديرها وفقاً للإمكانيات المتوفرة لدى المستثمر .

الأيدي العاملة

متوفرة ورخيصة ويمكن استقدام خبرات من الخارج .

التكلفة الاستثمارية

تقديرية ويتم احتسابها من قبل المستثمر .

الموقع المقترح

يمكن إقامة المشروع في جميع المحافظات الساحلية .

مبررات إقامة المشروع :

- توفر ثروة سمكية كبيرة في المياه الإقليمية .
- الاستفادة من وفرة الثروة السمكية بتطوير وسائل وطرق الاصطياد .
- إستغلال الثروة السمكية القاعية عن طرق وسائل الصيد المتطورة .
- تمتع الأسماك اليمنية بسمعة جيدة مع توفر فرص كبيرة للتصدير إلى أوروبا وشرق أسيا .
- تحديث وتنظيم عمليات الاصطياد الساحلي والصناعي .