



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة المستقبل
قسم اعلام/علاقات عامة

مشروع تخرج شجرة البن إرث أجدادنا حملة دعائية لشركة القمة كافي

إعداد الطلاب :

صخر العميسي

خالد العراسي

محمد القحطاني

شمس الكبسي

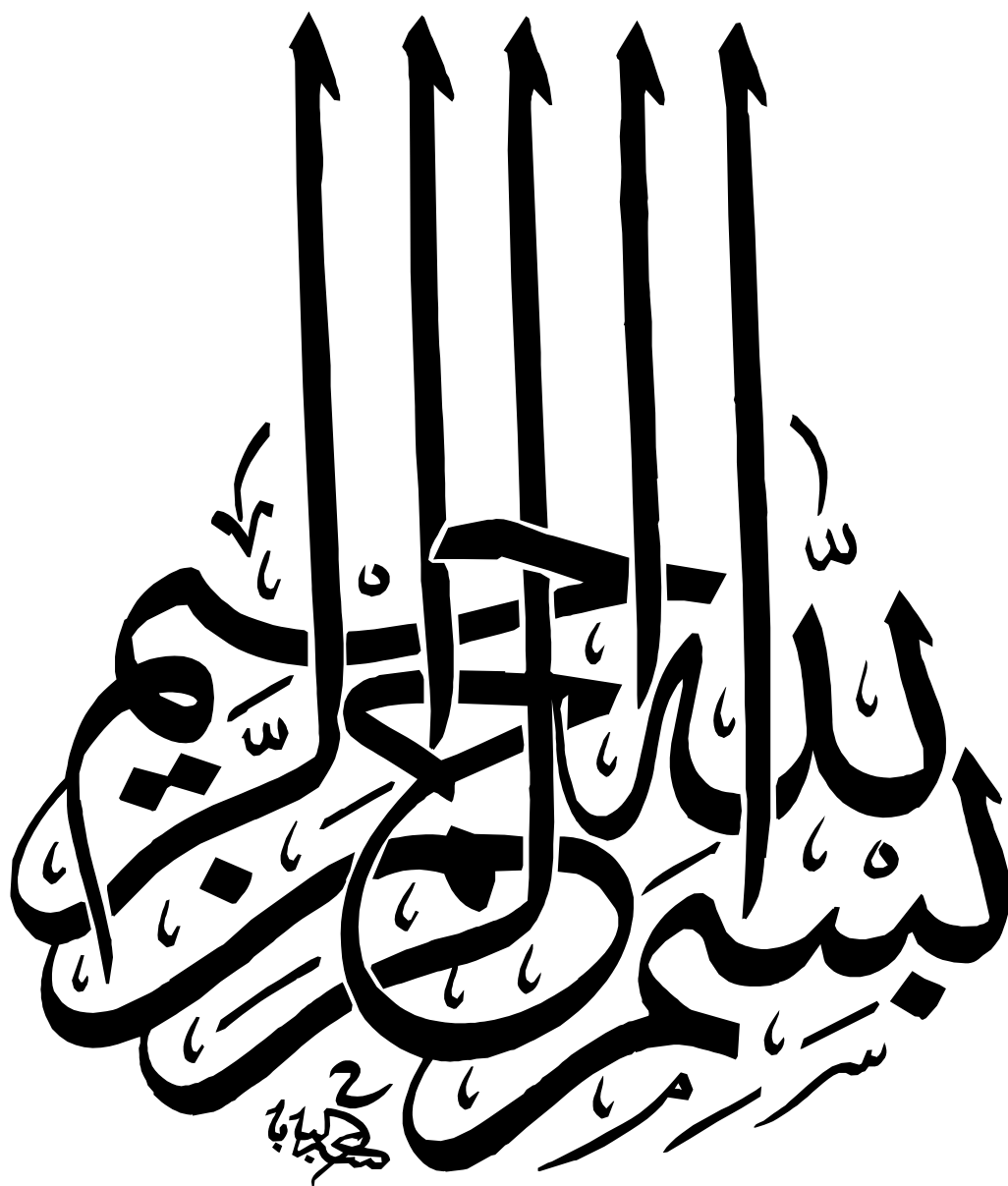
إشراف /

الدكتور / خالد هادي

العام الجامعي 2020/2019

(شعار الحملة)





بسم الله الرحمن الرحيم

((لَقَدْ كَانَ لِسَبَإٍ فِي مَسْكَنِهِمْ آيَةٌ ۖ جَنَّاتٍ عَنْ يَمِينٍ
وَشِمَالٍ ۖ كُلُوا مِنْ رِزْقِ رَبِّكُمْ وَاشْكُرُوا لَهُ ۖ بَلْدَةٌ طَيِّبَةٌ
وَرَبُّ غَفُورٌ)) (١٥)

الإهداء

الى الذين كانوا عوناً لنا في بحثنا هذا ونورا يضيء الظلمة التي كانت تقف أحياناً
في طريقنا

إلى من زرعوا التفاؤل في دربنا وقدموا لنا الكثير والكثير

فلهم منا كل الحب والتقدير

وأخص منهم

أهلنا وسندنا في الحياه وشركه القمه كافيه

كلمة شكر

لابد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد ...

وقبل أن نمضي تقدم أسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة ...

إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة ...

إلى جميع أساتذتنا الأفاضل ..

"كن عالما .. فإن لم تستطع فكن متعلما ، فإن لم تستطع فأحب العلماء ، فإن لم تستطع فلا تبغضهم

الفهرس

رقم الصفحة	المحتويات
١	المقدمة
	الخطوات الأولى :
٢	نبذه عن البن اليمني.....
٥	نبذه عن الشركة
٥	دور العلاقات العامة
٦	فعالية شجرة البن إرث أجدادنا
	الخطوات الثانية
٧	مشكلة اختيار هذي الحملة
٨	لماذا قمنا باختيار هذه الحملة.....
٨	الأهداف
٩	الجمهور المستهدف
٩	منهجية الحملة
٩	الرسالة الإعلانية.....
٩	الوسائل الإتصالية المستخدمة
٩	الاستراتيجية المستخدمة
٩	الإستimalات المستخدمة
١٠	شكل القالب الإعلاني
١٠	المدة الزمنية
١٠	تقييم الحملة
	الخطوات الثالثة:
٩	سكربت تلفزيوني
١٠	سكربت الإذاعي
١٣	نتائج الدراسة (الاستبيان)
١٥	التوصيات
١٦	الصعوبات
١٧	المراجع
	الملحقات :
١٨	نسخة من البرشور
١٩	صورة المجموعة

المقدمة:

ان الوطن بحاجة في الوقت الراهن الي تكاتف شبابه لإعادة تحصين سورہ
الاقتصادي العظيم ليقية التقلبات الإقتصادية في محيطه ..

ومن هذا المنطلق فإننا يجب ان نسعى الى بناء جيل قادر على إنجاز كل ما يحتاجه
وطننا لينهض من سباته ويعود الى مضمار المنافسة.

فالوطن بحاجة الي تنميه ثروته الزراعية وبالأخص تلك الجوهرة (شجره البن)

التي من خلالها نستطيع دعم إقتصادنا الوطني وتطوير مهارات مزارعينا وتوفير
فرص عمل من خلال الأيادي العاملة وذوي الخبرة .

بالمساهمة في توعيه مجتمعنا بأهمية تلك الشجرة.

فكلنا شركاء في احياء ذلك الإرث الثمين في أذهان الجميع.

• نبذه عن البن اليمني:

يعتبر اليمن الوحيد في العالم الذي تزرع فيه شجرة البن في ظل ظروف مناخيه وبيئية لا تتماثل مع تلك التي تزرع فيها أشجار البن زراعة مرفهة في مناطق أخرى من العالم ، فبسبب ضعف الإمكانيات الزراعية لا زال اليمنيون يستخدمون النظم القديمة التي اتبعها أجدادهم في زراعة البن ، من جهة ثانية يغلب على بيئة زراعة البن في اليمن ندرة المياه ، وبرغم ذلك يحصل المزارع اليمني على أفضل أنواع البن في العالم والمعروف بالبن العربي . تنتشر زراعة البن اليمني في معظم المحافظات وأشهر مناطق زراعته هي : بني مطر ، يافع ، حراز ، الحيمتين الداخلية والخارجية ، برع ، بني حماد ، عمران وغيرها، ويتكون من أشكال وأحجام مختلفة ومن عدة أسماء وأنواع وذلك نسبة إلى المناطق التي يزرع فيها ، ومن أشهر أنواع البن اليمني : المطري ، اليافعي ، الحيمي ، الحرازي أو الاسماعيلي ، الاهجري المحويتي البرعي ، الحمادي ، الريمي ، الوصابي ، الانسي ، العديني ، الصبري والصعدي.

تقدر المساحة الزراعية المخصصة للبن حالياً في أنحاء اليمن : ٢٦٠ ، ٣٣ هكتار (إحصاءات وزارة الزراعة) ويزرع في الوديان حيث المناخ الدافئ الرطب وفي السفوح والمدرجات الجبلية على ارتفاعات تتباين من ٧٠٠-٢٤٠٠ متر فوق سطح البحر . تعتمد آلاف الأسر اليمنية .

على محصول البن لتنمية دخولها ، حيث يعمل في هذا المجال ما يقارب المليون شخص بدءاً من زراعته وحتى تصديره ، أما من حيث إنتاج البن فقد ارتفعت كمية إنتاجه نهاية العام ٢٠٠٦م بحسب الإحصاءات الرسمية إلى ٢٩٢-١٧ طن ، كما بلغت القيمة الإجمالية لمحصول البن المصدر خلال نفس الفترة : ٠٠٠ ، ١٣٦,٥ ٧٧٢ ريال ، وبرغم كل العوائق التي تحيط بإنتاج وتجارة البن اليمني، إلا انه يمكن اعتباره السلعة الرئيسية التي تصدرها اليمن للعالم بعد النفط ، ويتم تصدير

البن اليمني حالياً إلى دول الخليج والسعودية ، وإلى اليابان والولايات المتحدة وكندا وروسيا وفرنسا وإيطاليا والدنمارك وألمانيا وتركيا .

البن في عمق الذاكرة اليمنية :يعود الفضل بعد الله سبحانه وتعالى إلى اليمنيين في أنهم قبل أكثر من ثمانية قرون السباقين في زراعة شجرة البن واكتشاف حبوبه كمشروب له مذاق خاص ، وإدخال البن كسلعة تجارية تم نقلها من مؤانى اليمن (وأشهرها ميناء المخا) إلى أطراف العالم .

ومنذ القرن السادس عشر الميلادي سجلت اليمن حضوراً متميزاً على المستوى العالمي من خلال تجارة البن .

اعتبر اليمنيون القدامى محصول البن من المحاصيل الزراعية الأساسية واعتمدوا عليه في دخلهم المعيشي حتى أصبحت اليمن ولفترات طويلة من أهم بلدان العالم إنتاجاً . يسجل التاريخ أن البرتغاليين الذين غزو الساحل الغربي من اليمن هم أول من تذوق من الأوروبيين قهوة البن اليمني وذلك عندما رحب بهم شيخ "المخا" ودعاهم إلى مشروب دافئ اسود ينعش الجسم ويريح البال ! وكانت أول صفقه للبن في ميناء المخا (الذي جاء اسم "موكا" منه) هي تلك التي اشتراها الهولنديون في العام ١٦٢٨ ، ثم استمروا في جلبه إلى مراكزهم في شمال غربي الهند وبلاد فارس ومن ثم إلى هولندا التي بدا فيها بيع البن اليمني لأول مرة عام ١٦٦١ م . نجحت تجارة البن اليمني نجاحاً باهراً بعد أن اكتشفت جودته العالية والتميز عن جميع أنواع البن في العالم ، ولذا فقد زاد الطلب عليه واشتدت المنافسة من اجله بين الشركات البريطانية والفرنسية والهولندية طوال خمسينات القرن السابع عشر ، واستمرت المنافسة حتى القرن الثامن عشر عندما بلغ إنتاج البن ذروته عام ١٧٢٠م.

بعد أن أنشأ الهولنديون مصنع للبن في المخاء عام ١٧٠٨م وبداء في تصديره . ثم أنشأ الفرنسيون مصنعاً آخر في المخا في العام ١٧٠٩م . وفي تلك الحقبة من الزمن

شهدت مؤنى المخاء والحديدة واللحية حركة دائبة لتجار البن القادمين من الهند ومصر والجزيرة العربية للحصول على البن اليمني وبيعه في بلدانهم أو تصديره إلى دول العالم الأخرى ، ووصلت أكياس البن المصدرة في ذلك الوقت إلى مؤانى عديدة مثل السويس وبورسودان واسطنبول وحتى اوديسا في روسيا ، بعد ثلاثة قرون من الازدهار حدثت على شجرة البن اليمني مع الأسف عوامل سلبية مؤسفة ، حيث بدا الانخفاض التدريجي لتجارة البن اليمني ، وبدأت اليمن تفقد في القرن التاسع عشر العديد من أسواق البن العالمية ، ويعود السبب الرئيسي لذلك إلى نقل شجرة البن من اليمن إلى مناطق أخرى أخذت تتنافس اليمن في إنتاج وتصدير البن منذ ذلك الحين ، كما إن هناك عوامل سلبية محلية أثرت ولا تزال تؤثر على إنتاج وتصدير البن اليمني.

• نبذه عن الشركة :

في ٢٠١٦ تم تأسيس شركه القمه، وبدأت أفكار القمه ثم تطورت الى دراسات علميه وميدانيه لتصبح اليوم شركه القمه للبن اليمني المتخصص ،حيث كانت الشركة تشتري البن من معظم مناطق اليمن عبر مندوبين وتقوم بتثقيف المزارعين بالطريقة الصحيحة للحصاد، ومن ثم نقل البن الاخضر الي مراكز التجفيف في صنعاء الذي يعتبر اكبر واحدث مركز تجفيف للبن اليمني ويتم عبر فريق مدرب ومتكامل، من بعدها يتم فحص المنتج ومدى مطابقته للمواصفات، ويتم النقل الى المخازن التي تطابق المواصفات العالمية وضبط درجة الحرارة والرطوبة، ومن ثم نقله الى المخازن في بريطانيا لحفظ المنتج ، ومن ثم يتم إكمال باقي الخطوات، ويتم كل ذلك وفق استشارات شركات وشخصيات متخصصة في مجال البن ..

كما يحاول فارس الشيباني صاحب الشركة إقناع العالم أن اليمن بلد أمل ونجاح وليست بلد حرب وكذلك التأكيد على أن اليمن هي المنبع الرئيسي لزراعة البن ..
والجدير بالذكر انه تم تكريم مؤسسة قهوة البن اليمني في منتدى الابتكار الذي أقيم في الصين وغيرها من الجوائز العالمية في عدة دول ..

فقد أصبحت القهوة اليمنية ، مشهورة بقهوة القمه ، لصاحبها الشيباني وذلك بفضل جودتها ، والجهود الجبارة التي بذلها فارس وفريقه.

• دور العلاقات العامة:

من المفترض ان للعلاقات العامة دور مهم في اي شركه او مؤسسة، ومن هذا المنطلق كان للعلاقات العامة في "شركه القمه كافيه" دور مهم حيث كانت تعمل على الاطار الداخلي والخارج، ففي الاطار الداخلي كان لها الدور في وضع الهيكل التنظيمي ومواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة في حل المشكلات المتعلقة بالعملاء والشركة او الشركة والموظفين ..

اما على الصعيد الخارجي فهي تقوم بالتنسيق بين الشركات الاخرى والشركة

وايضا تقول استقطاب العملاء للشركة، كما لها دور في توعيه المزارعين على زياده المحصول واهميه زراعه البن ..

اضافتنا الى تنظيم الفعاليات والمشاركة فيها، كما لها دور في مواقع التواصل الاجتماع بانزل عروض الشركة الحصرية واخر المستجدات.

• فعالية شجرة البن إرث أجدادنا:

"بن اليمن يا درر .. يا كنز فوق الشجر"

حرصا منا على عدم اندثار هذا الكنز اقمنا هذا الفعالية ضمن مشروع تخرجنا، حيث قمنا بعمل فعالية لتوزيع اكواب البن اليمني مع برشور تعرفي واستبيان لقياس اراء المتذوقين، كانت هذه الفعالية في ساحه جامعه المستقبل، وتم احضار ادوات تحضير البن الاصيل وتجهيز ١٠ كيلو بن جوده ما يساوي ٥٠٠ قلص قهوه، ويتم توزيع كوب بقهوه + استبيان + برشور لكل شخص في الجامعة سواء طالب او دكتور او موظف عبر فريق العمل الذي كان يرتدي زي موحد وهو عباره عن تيشرت وقبعه جميعها باللون الأسود وعليها شعار الحلمه ..

وبعد الانتهاء تم اخذ عينه من الاستبيان ووضعها في جداول لقياس الآراء .

وكان هذا عباره عن احد اركان المشروع، كما كان يوجد الى جانبه فيديو إعلاني وتسجيل إذاعي خاص بالحمله الإعلانية ، ومقابله خاصه بشركه القمه، وبرشور تعريفى بالبن (التفاصيل في الاسكربت الخاص بالإعلانات).

وفي الأخير لا يسعني الا ان نأسف على انهيار العالم بسبب جائحة فيروس كورونا الذي طال تأثيره النظم التعليمية في جميع أنحاء العالم، ما أدى إلى إغلاق المدارس والجامعات على نطاق واسع في ١٦ مارس عام ٢٠٢٠ الذي أعلنت الحكومات في

٧٣ دولة إغلاق المدارس والجامعات، مما أثر على ٤٢١ مليون متعلم على مستوى العالم ، وفقاً للبيانات الصادرة عن اليونسكو في ١٠ مارس .

التصور

• مشكلة اختيار هذي الحملة:

بعد ثلاثة قرون من الازدهار بدأ الانخفاض التدريجي لتجارة البن اليمني، وفي القرن التاسع عشر فقد اليمن معظم أسواق البن العالمية بسبب انتقال شجرة البن إلى مناطق أخرى من العالم إضافة إلى وجود مؤثرات محلية على إنتاج البن اليمني وتصديره. الأرقام الإحصائية لحركة تجارة محصول البن بين اليمن والعالم في بداية القرن الثامن عشر وصلت إلى ما يقارب عشرون ألف طن في العام، هذا يعني أنها كانت تزرع في مساحة تزيد عن أضعاف المساحة المزروعة حالياً، واحتكرت اليمن تصديره إلى العالم مدة طويلة، وحالياً هي آخر دولة في قائمة تصدير البن.

يُزرع البن في الجمهورية اليمنية في مناطق متباعدة عن بعضها البعض وفي مواقع معزولة بالجبال والهضاب والوديان مما يعطي لكل منطقة خصوصية معينة في التعامل مع زراعة البن، حيث يزرع البن في مناطق المرتفعات الغربية والوسطى والجنوبية بين ارتفاعات مختلفة تتراوح ما بين ٧٠٠ إلى ٢٤٠٠م فوق سطح البحر ضمن نطاق مطري يصل من ٤٠٠ – ٧٠٠ ملم، وفي بعض المرتفعات حتى ١٠٠٠م. وتشير الدراسات بأن محصول البن يتم زراعته تحت ثلاثة أنظمة مختلفة من ناحية استخدام مصادر المياه ويمكن تمييزها على النحو التالي:

- محصول بن يزرع في أراضي الوديان، وهنا يعتمد محصول البن في الري على مياه السيول والغيول إضافة إلى المياه السطحية والأمطار.
- محصول بن يزرع في السفوح متوسطة الارتفاع، ويعتمد المحصول في زراعته على مياه الأمطار مضافاً إليها الري التكميلي من الآبار الجوفية و مياه العيون الصغيرة و السدود و الخزانات.
- محصول بن يزرع في المدرجات المطرية والتي تعتمد كلياً على الري بالأمطار بالإضافة إلى الخزانات التي أنشأت لحصاد مياه الأمطار.

• لماذا قمنا بهذي الحملة:

نحاول من خلال هذه الحملة إنعاش تجارة البن اليمني رغم الحرب وإستعادة مكانته وشهرته التاريخيه التي طالما عرف بها، حيث ان الحرب الدائرة في اليمن زراعة البن، غير أنّ تلك الثمار تحافظ على صيتها الطيّب حول العالم. ويبدو أنّ ثمة توجّهاً إلى إعادة إحيائها رغم المعوّقات التي تختلف طبيعتها.

ما زال البنّ اليمني بمختلف أنواعه من بين الأعلى جودة في الأسواق العالمية والأعلى ثمناً، نظراً إلى مذاقة الخاص وخصائصه التي يتميّز بها، على الرغم من بدائية الوسائل والنظم الزراعية التي يستخدمها اليمنيون في زراعة هذا النوع من النبات. وترجّح دراسات أنّ اليمن هو موطن البنّ الأوّل، فقد كان اليمنيون من أوائل من زرعه واستخدمه كمشروب، فيما راحوا يصدّرونه بداية عبر ميناء المخا غربي اليمن. يُذكر أنّ ذلك الميناء منح اسمه لأحد أنواع القهوة العالمية "موكا كوفي".

وتواجه زراعة البنّ في اليمن تحديات كثيرة، منها ما يتعلّق بالحرب والاقتصاد، وأخيراً بجائحة كورونا.

كما أنّ "عمليات تصدير البنّ توقفت بسبب انتشار فيروس كورونا الجديد"، لافتاً إلى أنّه "على الرغم من الحصار المفروض على اليمن بسبب الحرب، فإنّ التصدير لم يتوقّف طوال السنوات الماضية، لكنّه توقّف كلياً منذ تفشّي فيروس كورونا الجديد من جرّاء إغلاق الحدود البرية والبحرية والجوية، وهو ما سبّب خسائر مادية كبيرة للمزارعين". ويؤكد أنّ "الذين يعملون في تصدير البنّ اليمني قلة، ولهم طرقهم الخاصة في تسويقه في الخارج، علماً أنّه يصل إلى تركيا، ومنها إلى الولايات المتحدة الأميركية ودول أخرى".

• الأهداف:

الهدف الرئيسي: نحاول من خلال هذه الحملة انعاش تجارة البن.

الأهداف الثانوية:

(١) التعريف بالشركة ومنتجها القمة كوفي

(٢) الإسهام في زيادة المردود الإقتصادي للوطن

(٣) حث المزارعين بأهمية شجره البن لما فيها من عائد قومي ووطني.

• * المكان المستهدف للحملة :

ساحة الجامعة (جامعة المستقبل)

• الجمهور المستهدف:

جمهور عام وتحديداً متناولي مشروب القهوة

• نوع الحملة:

حملة إعلانية لشركه القمه كافي .

• منهجية الحملة:

منهجية الحملة وصفي حيث سنقوم بجمع المعلومات ودراستها وشرحها.

• الرسالة الإعلانية:

عرض دور شركه القمه في إشهار البن اليمني على مستوى العالم .

• الوسائل الإتصالية المستخدمة:

- وسائل شخصية برشورات:

استخدمنا في الوسائل الشخصية برشورات لتفصيل المعلومات فيها وشرح للمتلقى فوائد واستخدامات البن.

- وسائل جمعيه فعالية تذوق:

سعيانا الى إقامة فعاليه تذوق لكي نلاحظ ردة فعلهم وملاحظتهم عند تذوقهم البن ذو الجودة الممتازه

- وسائل جماهيرية اعلانات الراديو والتلفاز والتواصل الاجتماعي :

اخترنا الوسائل الجماهيرية لتنوعها بين المسموع والمرئي لكي تصل الى أكبر قدر ممكن من الجماهير

• الإستراتيجية المستخدمة:

- الاقناع و المفاجئة .

• الإستمالات المستخدمة:

- عقليه وعاطفيه

● شكل القالب الإعلاني:

(١) مقابله.

(٢) إعلانات.

(٣) حملته تذوق ميداني.

(٤) برشورات.

● المدة الزمنية :

- لمدة شهر كانت تشاورات هذه الحملة.
- ثلاثة أيام للفعالية في أماكن مختلفة.
- اسبوع للإعلانات التواصل الاجتماعي والتلفزيون والإذاعة.

● الميزانية:

- ١٠ ألف تصميم البرشور
- ٢٠ ألف طباعه البرشور
- ١٥ ألف تصوير
- ١٠ ألف مونتاج
- ١٠ ألف تسجيل
- ٢٠ ألف أدوات حملة التذوق

• تقييم الحملة:

- ١- تقييم مبدئي: حيث قمنا بإعداد وتحضير خطه للحملة الاعلانية لشركه القمه كافي وتقديمها للمشرف...حيث بلغت نسبه انجاز تحقيق الحمله ٧٠% بناءً على تجهيزات البحث الاذاعي والتلفزيوني والاستبيان والنزول الميداني إلى ساحة الجامعة.
- ٢- تقييم اثناء الحملة :حيث تم تنفيذ الحملة الاعلانية في موعدها المحدد....من ناحيه الجمهور والاعلانات التي تم تنفيذها والسيناريوهات والفترة الزمنية.
- ٣- تقييم بعد الحملة : التقييم النهائي من خلال الحملة حيث قمنا بأعداد النتائج الأسئلة كما رفعنا مجموعه من التوصيات للحملة الإعلانية.

• سكربت تلفزيوني :مشهد رقم ١

نوع اللقطة	مكان التصوير	الحوار	المؤثرات المرئية والسمعية
لقطة عامة	داخلي في المكتب	شخص جالس على المكتب يعمل على اللابتوب ويعاني من صداع وأرق وتعب شديد	شخص لابس بدله ظهور علامات التعب عليه يستخدم اللابتوب

• سكربت تلفزيوني ٢

نوع اللقطة	مكان التصوير	الحوار	المؤثرات المرئية والموسيقى
لقطة متوسطة	داخلي في المكتب	وفجأة يتصل عليه أحد أصدقائه للخروج معه فيجيبه انا عندي شغل مش قادر أكمل بسبب الصداع والتعب	رنة جوال استخدام جوال

نوع اللقطة	مكان التصوير	الحوار	المؤثرات المرئية والموسيقى
------------	--------------	--------	----------------------------

متوسطة قريبه	خارجي	فيرد عليه صديقه انا عندي الحل انتظرنى	صوت الشارع
--------------	-------	--	------------

• سكرت تلفزيوني مشهد ٣

• سكرت تلفزيوني مشهد ٤

نوع اللقطة	مكان التصوير	الحوار	المؤثرات السمعية والمرئية
متوسطة طويله	داخلي في الكتب	فيأتي بالحل و يقول له جرب القمه كافيه	إعطائه كوب من القهوة

• سكرت تلفزيوني مشهد ٥ و الأخير

نوع اللقطة	مكان التصوير	الحوار	المؤثرات المرئية والموسيقى
عامه	داخلي في المكتب	يقول لصديقه صح القمه القمه تخليك في القمه	شرب رشفه من كوب القهوة

• سكرت الإذاعي

مقطع الصوت الأول

الحوار	وصف الحوار	الموسيقى والمؤثرات الصوتية
مصدع وراسك يوجع وعندك امتحانات ومش قادر تركز	مشكلة	

مقطع الصوت الثاني:

الحوار	وصف الحوار	الموسيقى والمؤثرات صوتيه
انا عندي الحل القمه كوفيه عدل مزاجك وخليك الأول	حل المشكلة	دخول موسيقى أغنية البن

مقطع الصوت ٣ والأخير

الحوار	وصف الحوار	الموسيقى والمؤثرات الصوتية
--------	------------	----------------------------

القمة كوفيه خليك في القمة	نهاية الإعلان	نهاية موسيقى أغنية البن
---------------------------	---------------	-------------------------

• نتائج الدراسة (الاستبيان) :

١- هل القهوة التي تذوقتها تعبر عن البن اليمني ذو الجودة العالية ؟

الاجابة النوع	ذكور	النسبة %	أناث	النسبة %	المجموع	مجموع النسبة %
نعم	٢٥	٣٩	٢٨	٤٣	٥٣	٨٢
لا	٧	١٠	٤	٦	١١	١٧
الاجمالي	٣٢		٣٢		٦٤	

السؤال الأول:

اتضح من خلال الجدول السابق:

ان الذي قالو نعم بلغت نسبتهم ٨٢% وقد حلت في الترتيب الأول والسبب يعود للذين يتذوق البن ذو الجودة الى العالية والمذاق الفريد اما الذي قالو لا بلغت نسبتهم ١٧% والسبب يعود الى ارتفاع سعر البن ذو الجودة الممتازة.

٢- هل انت من محبي البن اليمني؟

الاجابة النوع	ذكور	النسبة %	أناث	النسبة %	المجموع	مجموع النسبة %
نعم	٢٤	٣٧	٢٢	٣٤	٤٦	٧١
لا	٨	١٢	١٠	١٥	١٨	٢٨
الاجمالي	٣٢		٣٢		٦٤	

السؤال الثاني :

اتضح من خلال الجدول السابق:

ان الذي قالو نعم بلغت نسبتهم ٧١% وقد حلت في الترتيب الأول والسبب يعود الى مذاق وجودة البن واما الذي قالو لا بلغت نسبتهم ٢٨% نستطيع القول من هذه النسبة ان البعض لا توجد لديه الرغبة ان يتذوق البن او ليس لديه معرفة عن البن .

٣- هل البن اليمني مشهور عالمياً ؟

الاجابة النوع	ذكور	النسبة %	أناث	النسبة %	المجموع	مجموع النسبة %
نعم	١٥	٢٣	١٥	٢٣	٣	٤٦
لا	١٧	٢٦	١٧	٢٦	٣٤	٥٣
الاجمالي	٣٢		٣٢		٦٤	

السؤال الثالث:

اتضح من خلال الجدول السابق:

ان الذي قالو نعم بلغت نسبتهم ٤٦% وقد حلت في الترتيب الثاني والسبب يعود ربنا لأن البعض ليس لديه ادنى فكره على ان البن اليمني مان ولا زال من اجود انواع البن وكان دعم اساسي للأقتصاد واما الذي قالو لا بلغت نسبتهم ٥٣% ، وقد جاءت بترتيب الأول نظراً معرفتهم عن تاريخ البن اليمني .

٤- هل يعتبر البن اليمني مورث شعبي؟

الاجابة النوع	ذكور	النسبة %	أناث	النسبة %	المجموع	مجموع النسبة %
نعم	١٧	٢٦	١٨	٢٨	٣٥	٥٤
لا	١٥	٢٣	١٤	٢١	٢٩	٤٥
الاجمالي	٣٢		٣٢		٦٤	

السؤال الرابع :

اتضح من خلال الجدول السابق:

ان الذي قالو نعم بلغت نسبتهم ٥٤% وقد حلت في الترتيب الأول والسبب يعود الى تاريخ وحضارة البن اليمني اما الذي قالو لا بلغت نسبتهم ٤٥% وذلك لأنهم يعتقدوا ان البن اليمني لا يعتبر موروث شعبي

• التوصيات:

نتمنى من جميع فئات وشرائح المجتمع ان تهتم بشجرة البن وان تعرف قيمتها الاقتصادية الممتازة وايضا نتمنى ان يكون هناك مهرجانات لإحياء تاريخ شجرة البن العريق ومن التوصيات التي نقدمها للشركة القمه الكافية.

- ١- توعية المجتمع والحكومة بالدعم السخي للمزارع .
- ٢- تشجيع ملاك الأراضي الزراعية بنزع شجرة القات واستبدالها بشجرة البن .
- ٣- دعم الحملات الإعلانية المهمة بالمجال الزراعي وبالتحديد منتجات البن اليمني.

● الصعوبات :

- ١- تأخير المعاملة من قبل الشركة .
- ٢- تأخر توفر السيولة المالية من أجل البدء في تنفيذ المهام .
- ٣- ظهور فيروس كورونا ما سبب لنا عجز في التنقل والعمل من أجل إنها الحملة.

٤- المراجع

١/.....منصة ويكيبيديا

<https://ar.m.wikipedia.org/wiki/> قهوة يمنية.

٢/ العربي الجديد-صنعا ٢١ يوليو ٢٠٢٠

<https://www.alaraby.couk/node/637197?amp>

٣/.....شركة القمة كافي

تحدثنا مع إدارة شركة القمة كافي عن البن اليمني وجودته وخططهم المستقبلية في

إنعاش تجارة البن.

- ملحقات الحملة :
- نسخة من البرشور :



- CD :

يوجد في محتواه ...تسجيل الإذاعي ...التسجيل التلفزيوني .

- صورة المجموعة



