

فعالية دور مؤسسات التعليم السياحي والفندقي في تعزيز مكانة المشروبات الكحولية بصناعة الضيافة

عبد المنعم العدوي

قسم إدارة الفنادق، كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات

الملخص

يهدف هذا البحث إلى تفعيل دور مؤسسات التعليم السياحي والفندقي في تعزيز ودعم مكانة المشروبات الكحولية بصناعة الضيافة، وذلك بالإجابة على ثلاثة تساؤلات تقوم عليها هذه الدراسة وهي: هل تأكيد دور المشروبات الكحولية في زيادة الربحية سيؤدي إلى زيادة عدد منافذ خدمة هذه المشروبات وتعزيز رغبة الموارد البشرية للعمل بهذه المنافذ، هل دعم قطاع المشروبات الكحولية بصناعة الضيافة سوف يؤدي إلى زيادة عدد منشآت إنتاج هذه المشروبات، هل تعزيز قطاع المشروبات الكحولية بالسوق المصري سوف يعمل على نمو الصناعات المرتبطة بإنتاج وخدمة هذه المشروبات. وللوصول لهذا الهدف تم تصميم استبانة تضم أربعة أجزاء: سمات العينة، استكشاف أهم نقاط التقصير لدى مؤسسات التعليم الفندقي تجاه المشروبات الكحولية، طرق دعم مؤسسات التعليم الفندقي للمشروبات الكحولية على كافة المحاور الخاصة بها (محور إنتاج المشروبات الكحولية – محور خدمة المشروبات الكحولية – محور الصناعات المرتبطة بإنتاج وخدمة المشروبات الكحولية)، نتائج إجابات العينة على تساؤلات الدراسة. تم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية بلغت 466 من أعضاء هيئة التدريس بمؤسسات التعليم السياحي والفندقي، من المدارس الفنية الفندقية ومعاهد السياحة والفنادق المتوسطة والعليا وكليات السياحة والفنادق. وكان من نتائج البحث: وجود علاقة طردية بين دعم مؤسسات التعليم السياحي والفندقي للمشروبات الكحولية وزيادة عدد منافذ بيع وخدمة المشروبات الكحولية وتعزيز رغبة الموارد البشرية المؤهلة للعمل بهذه المنافذ، وكذلك وجود علاقة طردية بين قيام مؤسسات التعليم السياحي والفندقي بدعم قطاع المشروبات الكحولية وزيادة عدد منشآت إنتاج المشروبات الكحولية وتوفير الكوادر البشرية للعمل بهذه المنشآت. وقد توصلت الدراسة لعدد من التوصيات منها: أن تحتوي لوائح مؤسسات التعليم السياحي والفندقي على مقررات دراسية متخصصة في قطاع المشروبات الكحولية، توجيه الأجهزة الإعلامية لإظهار صورة صحيحة وإيجابية عن المنافع الاقتصادية الناتجة عن إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية، جعل قطاع المشروبات الكحولية أحد المحاور الرئيسية في ملتقيات التوظيف والتي تنظمها مؤسسات التعليم السياحي والفندقي، تحفيز أعضاء هيئة التدريس بمؤسسات التعليم السياحي والفندقي على إجراء الدراسات التي تعالج التحديات التي تواجه قطاع المشروبات الكحولية من الناحيتين الإنتاجية والخدمية، أن تقوم المؤسسات المعنية بالدولة بمعالجة القيود والمعوقات التي تحول بين صناعة المشروبات الكحولية وتنميتها بصورة سليمة، توجيه جميع فئات المجتمع نحو احترام الحريات العامة والشخصية والتعددية الأيديولوجية وقبول الآخرين.

الكلمات الدالة: خدمة المشروبات الكحولية، إنتاج المشروبات الكحولية، مؤسسات التعليم السياحي والفندقي، أعضاء هيئة التدريس، صناعة الضيافة.

المقدمة

المشروبات الكحولية هي المشروبات التي تحتوي على نسبة محددة من الكحول؛ وقد تكون مخمرة مثل البيرة، أو مقطرة مثل الويسكي؛ سواء كان مصدرها الفاكهة كالعنب والتمر، أو من الحبوب: كالقمح والشعير والذرة، أو من العسل أو البطاطس أو النشا والسكر. والمركب الأساسي في المشروبات الكحولية هو الكحول الإيثيلي (الإيثانول)، وهو سائل طيار عند درجة حرارة الغرفة، أقل كثافة من الماء ويذوب بسهولة فيها، كما أنه لاذع الطعم قابل للاشتعال. فالمشروبات الكحولية هي الناتج الأخير لتخمير السكريات وخاصة سكر العنب (الجلوكوز) بفعل الخمائر المتخصصة، وتحولها إلى كحول وثاني أكسيد الكربون (WHO, 2004). يوضع على المشروب الكحولي بطاقة هي عبارة عن ملصق يحتوي على اسم المشروب، والاسم التجاري له، ووصف المشروب مع تحديد المضافات، والشركة المصنعة مع شعارها، وبلد المنشأ، ونسبة الكحول، وتعليمات التخزين، ومسببات الحساسية، وبيانات التغذية، ... إلخ. ويلزم أن تكون هذه البيانات واضحة وسهلة القراءة، ومكتوبة بالإنجليزية ويفضل إضافة ترجمة باللغة المحلية (New Zealand Food Safety, 2018). تشمل صناعة المشروبات الكحولية خمس فئات من الشركاء وهم:

١. موردي المواد الخام: كالمزارعين، الذين يزرعون المكونات مثل: الشعير، والتفاح، والعنب، والسكر.

٢. **المنتجون:** الشركات التي تصنع الكحول، وتدير عمليات التصنيع مثل: التخمر، والتقطير، والتعبئة. ويهيمن على هذه الصناعة عدد قليل من الشركات العالمية متعددة الجنسيات.
٣. **الموزعون وتجار الجملة:** الوسطاء الذين يربطون بين المنتجين والبائعين، ويقومون عادة بتخزين ونقل المنتجات.
٤. **البائعون:** بائعو الكحول؛ كالبارات، والحانات، والنوادي، والملاهي الليلية، والمطاعم، والموتيلات والمنتجات، والفنادق، ومحلات البقالة، ... إلخ.
٥. **موردو المدخلات:** كالشركات التي تقدم المنتجات والخدمات لأي فئة مما سبق، على سبيل المثال: توفير الآلات الزراعية ومعدات التقطير وخدمات الشحن، التسويق والاستشارات وكسب التأييد وما إلى ذلك (Alcohol Knowledge Centre, 2020).

منافذ بيع المشروبات الكحولية هي منشآت مرخصة لبيع المشروبات الكحولية. وتنقسم إلى نوعين: منافذ بيع المشروبات الكحولية في أماكن العمل والتي تباعها للاستهلاك في الموقع كالموجودة في الفنادق والمنتجات، ومنافذ بيع المشروبات الكحولية خارج المباني والتي تباعها للاستهلاك في مكان آخر كمحلات بيع المشروبات الكحولية بالتجزئة (Centers for Disease Control and Prevention, 2017). في العديد من الدول يتم تنظيم بيع المشروبات الكحولية في محلات بيعها بالتجزئة بطرق عديدة؛ مثل: تحديد ساعات وأيام البيع، تقييد كثافة منافذ البيع عن طريق الموقع الجغرافي، منع بيعها في بعض أيام العطلات كعطلة نهاية الأسبوع (Babor, 2010).

يشير مصطلح توافر المشروبات الكحولية إلى مدى سهولة الحصول عليها لأغراض الشرب؛ والذي يشمل على العناصر التالية: التشريعات، والتراخيص، ومنافذ البيع، وممارسات البيع، والمجموعات العرقية والدينية، والجنس، والعمر، والأسعار، والكمية، ... إلخ. وتظهر التقييمات التاريخية أن الحظر الشامل على إنتاج الكحول وبيعه ليس بديلاً مقبولاً، حيث يؤدي إلى ظهور سوق غير رسمي ينظمه غالباً عناصر غير مسؤولة، وأن البديل المقبول هو التنظيم الرسمي لتوافر المشروبات الكحولية مشتملاً جميع العناصر السابقة (Room et al., 2002; Anderson & Baumberg, 2006).

السن القانوني لتناول المشروبات الكحولية يعتمد على نسبة الكحول بها كجميع السياسات المرتبطة بالكحول. الأفراد القصر – من 14 إلى 16 سنة – يلزم أن يكونوا بصحبة ولي الأمر، وممنوع وجودهم بمفردهم بالحانات وغيرها من أماكن خدمة المشروبات الكحولية. وفي بعض الدول لا يسمح بوجود القصر بالحانات بعد الساعة التاسعة ليلاً (Witesman, 2006). وتعد نسبة الكحول (Alcohol By Volume) هي قياس لمستوى الإيثانول في المشروبات الكحولية أي نسبته إلى نسبة المواد الأخرى في المشروب. وتختصر نسبة الكحول كالتالي (alc/vol or ABV). وتتراوح ما بين 0.5% إلى 95% في المشروبات الكحولية، والمشروب الذي يحتوي على أقل من 0.5% كحول لا يعد مشروباً كحولياً (Britannica, 2020).

عند إجراء مقارنة لقدرة المشروبات الكحولية على رفع مستويات الكحول في الدم؛ تبين تفوق الفودكا على كل من البيرة والنبيذ بأعلى قيمة وصل إليها تركيز الكحول في الدم بعد الاستهلاك، وكذلك سرعة الارتفاع يليها النبيذ وتليه البيرة. مما يجعل النبيذ أقل ضرراً من المشروبات الكحولية المقطرة (Mitchell et al., 2014). يتم التسويق الفعال للمشروبات الكحولية عن طريق وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، والإنترنت، والأفلام، والأغاني، والعروض الفنية، واللوحات الإعلانية، ونقاط البيع، والكتالوجات؛ ويجب أن يتم التسويق للمشروبات الكحولية سواء كان تسويقاً مباشراً أو غير مباشر في إطار تشريعي مرن يراعي جميع المصالح المستهدفة (WHO, 2014).

ويفضل وضع سياسة لإدارة تسويق المشروبات الكحولية عن طريق تنظيم محتوى وحجم التسويق، وتنظيم أنشطة الرعاية التي تروج للمشروبات الكحولية، وتنظيم الأشكال الجديدة لتقنيات تسويق الكحول مثل وسائل التواصل الاجتماعي؛ مع قيام الهيئات العامة بتطوير أنظمة فعالة لمراقبة تسويق منتجات الكحول. وكذلك تنظيم الوسائل المستخدمة للترويج عن المشروبات الكحولية بطريقة ملزمة للقائمين على إنتاج أو بيع المشروبات الكحولية؛ مثل: رعاية الصناعة للأحداث الرياضية والأحداث الخاصة بالشباب، ترويج المبيعات من المنتجين، عروض مبيعات بأسعار أقل من التكلفة، عروض ترويجية لبيع المشروبات المجانية من المالكين للحانات والبارات (WHO, 2012).

تعد المشروبات الكحولية أحد المصادر التي تدر عائدات كبيرة للدولة، عن طريق الضرائب والجمارك المتحصلة عن الأنشطة الزراعية والصناعية والتجارية المرتبطة بالمشروبات الكحولية. ومع ظهور أدلة حديثة حول الآثار الصحية الإيجابية لاستهلاك الكحول المعتدل مما قاد بعض الاقتصاديين للدعوة إلى التخفيضات

الضريبية، والتقليل من القيود المفروضة على المواصفات الإعلانية الخاصة بالمشروبات الكحولية (Lariviere et al., 2000). تعد الضرائب بأنواعها المختلفة والتي يتم فرضها على المشروبات الكحولية، ذات تأثير قوي على تحديد أسعار هذه المشروبات وكذلك على أسعار الخصب؛ ومن ثم تؤثر على معدل استهلاكها، ويختلف هذا المعدل حسب نوعية المشروب: مقطر أو نبيذ أو بيرة، وكذلك يختلف حسب سن ومعدل دخل المستهلك وعلى حسب الدولة. وفي دراسات الاقتصاد القياسي يستخدم مصطلح "مرونة السعر" للتعبير عن تأثير تغيرات الأسعار على استهلاك الكحول. تعني القيمة السلبية لمرونة السعر الخاصة أن التغيرات في الأسعار والاستهلاك في الاتجاه المعاكس: يؤدي ارتفاع السعر إلى انخفاض في الاستهلاك وانخفاض في السعر يؤدي إلى زيادة في الاستهلاك. تعطي القيمة العددية لمرونة السعر قوة تأثير تغير السعر على الاستهلاك (Leppänen et al., 2001).

كثيراً ما يستخدم مصطلح "القدرة على تحمل تكلفة الكحول" والذي يشير إلى قدرة الناس على شراء واستهلاك الكحول، وهي دالة على سعر الكحول ودخل المستهلكين. ويمكن أن يشير مصطلح تناسق المرونة السعرية إلى أن المشروبات الكحولية متاحة بسهولة لدرجة أن الزيادة الإضافية في توافر الكحول لن تؤدي إلى زيادة استهلاك الكحول، لأن السوق مشبع بالفعل (Rabinovich et al., 2009). تبدأ المناقشات حول سياسة الكحول من افتراض أن التوازن يجب أن يكون بين التنمية الاقتصادية والمصالح المالية من جهة، ومشاكل الصحة والنظام العام من ناحية أخرى. غالباً ما يفترض أن قضايا الصحة والنظام العام في الجانب السلبي من الميزان، وأن قضايا التنمية الاقتصادية في الجانب الإيجابي من الميزان. لقد أظهرت السنوات الأخيرة إدراكاً فيما يتعلق بالصحة، أن الكحول ليس موجوداً دائماً في الجانب السلبي من الميزان، حيث إن تناول المشروبات الكحولية الخفيفة بانتظام قد يقلل من معدلات الإصابة بأمراض القلب بين الأشخاص في منتصف العمر وكبار السن. وهكذا ظهرت صورة أكثر دقة للعلاقة بين تناول المشروبات الكحولية والصحة العامة. وفي سياق خاص لتنمية إمدادات الكحول في المجتمعات النامية، وجد أن الكحول يساهم في تحقيق رفاهية هذه المجتمعات (Jernigan et al., 2000).

من ناحية أخرى، إذا كان تناول المشروبات الكحولية خفيفاً إلى معتدلاً وكان الشخص بصحة جيدة، فيمكنه على الأرجح أن يستمر في شرب الكحول ما دام يفعل ذلك بمسؤولية. وتحديد المعتدل يعني تناول الكحول للبالغين الأصحاء بكمية تصل إلى مشروب واحد يومياً للنساء ومشروبين يومياً للرجال. تشمل أمثلة المشروب الواحد: البيرة (12 أونصة)، النبيذ (5 أونصة)، المشروبات الروحية المقطرة (1.5 أونصة). قد يقدم استهلاك الكحول المعتدل بعض الفوائد الصحية؛ مثل: التقليل من خطر الإصابة بأمراض القلب والوفاة بسببها، وربما يقلل من خطر الإصابة بالسكتة الدماغية (عندما تصبح الشرايين التي تمد الدماغ بالدم ضيقة أو مسدودة، ما يتسبب في انخفاض شديد في تدفق الدم)، ويحتمل أنه يقلل من خطر الإصابة بمرض السكري (Mayo Clinic, 2021). تفيد العديد من التجارب السريرية والأبحاث على الحيوانات بوجود نوع من الميكروبات الحميدة تعيش في القناة الهضمية تسمى الميكروبات المعوية (Microbiota Gut)، من شأنها تقديم فوائد صحية للمضيف، بل إنها تعد دليلاً على صحة الجهاز الهضمي. وفي الوقت نفسه؛ يمتاز النبيذ الأحمر بمحتواه الغني والمتنوع من مركبات البوليفينول، والتي تتمتع بخصائص مضادة للميكروبات والمنافسة للميكروبات المعوية على نحو يؤثر إيجابياً على نمو هذه الميكروبات. ونرصد هنا نتائج تجربة أجريت لمقارنة تأثير كل من البيرة والسيدر والليكور والنبيذ الأبيض والأحمر إضافة إلى مزيج من كل هذه المشروبات على سلالة (α) من الميكروبات المعوية الموجودة على نحو فردي لدى مجموعة من توائم الإناث البريطانية مكونة من 916 امرأة؛ وتبين أن الأفراد الذين تناولوا النبيذ الأحمر على نحو متكرر بمعدل وحدتي كحول أعلى من شركائهم التوأم ظهرت لديهم الميكروبات من النوع (α) على نحو أكبر، وقد كانت هذه النتيجة ذات دلالة إحصائية في كامل العينة المكونة من 458 توأم، بل إن تناول النبيذ الأحمر بكميات قليلة جداً كان له أثر ملحوظ، في حين كان لتناول النبيذ الأبيض أثر إيجابي ملحوظ أيضاً ولكنه أقل بكثير، ولم تسجل الأنواع الكحولية المدروسة الأخرى أي تأثير على هذه الميكروبات. ولوحظ أن مستهلكي النبيذ الأحمر لديهم ميكروبات معوية على نحو أكبر إحصائياً مقارنة بغير المستهلكين، إضافة إلى وجود ارتباط بين استهلاك النبيذ الأحمر ونسبة أنسولين الدم والكوليسترول العالي الكثافة HDL (الكوليسترول الجيد). ولعل هذا الدور الإيجابي للنبيذ الأحمر في نمو الميكروبات المعوية بحد ذاته، هو المسؤول عن بعض الفوائد الصحية التي تنسب إلى النبيذ الأحمر عند تناوله على نحو معتدل، في تحسين استقلاب الكوليسترول وتخفيض الشحوم الثلاثية والثنائية. ويُفسر ذلك بسبب المحتوى العالي للنبيذ الأحمر من مركبات البوليفينول، مثل: الأنثوسيانينات، والريسفيراترول، وحمض الغاليك (Le Roy et al., 2020).

تبين وجود علاقة بين تناول النبيذ الأحمر بكميات معتدلة وتقليل خطر الإصابة القاتلة بأمراض القلب أو الجلطة القلبية بنسبة 30-50%، الأمر الذي جعل استهلاك النبيذ الأحمر يتزايد تزايداً واسعاً في أوساط المستهلكين الذين يمتلكون وعياً صحياً. وبالنظر إلى أمراض القلب لدى الشعب الفرنسي ظهر ما يسمى بالمفارقة الفرنسية "French paradox"، ويقصد بها انخفاض معدل إصابة الفرنسيين بأمراض القلب التاجية على الرغم من ارتفاع مدخولهم الغذائي من الكوليسترول والدهون المشبعة. إذ يستهلك الفرنسي 2-3 كأساً من النبيذ الأحمر يومياً، مقللاً بذلك من مضر الأغذية المرتفعة الكوليسترول الشائع تناولها لدى الفرنسيين، مثل: المخبوزات، والأجبان، والحلويات الغنية بالسعرات. وبحسب هذه المفارقة فإن استهلاك النبيذ الأحمر يومياً لا يحمي الجهاز القلبي الوعائي فحسب، بل إنه يطيل مدة الحياة أيضاً بسبب احتوائه على الريسفيراترول المشتق من التانينات الموجودة في العنب الأحمر، الذي يسهم في حل العديد من المشكلات الطبية، مثل: تقليل خطر الإصابة بسرطان القولون، والبروستات. يحتوي النبيذ الأحمر على مضادات أكسدة تدعى بالفلافونويدات، التي من شأنها تقليل خطر أمراض القلب التاجية من خلال دورها في تقليل الكوليسترول الضار (LDL) وزيادة الكوليسترول الجيد (HDL)، وتفيد الأبحاث بأن تناول جرعة يومية من النبيذ الأحمر من شأنها رفع الكوليسترول الجيد بمعدل 12% تقريباً (Higgins & Llanos, 2015).

وبالاستفادة من دراسة أنجزتها جامعة فلورنس الأمريكية ونشرت عام 2015، وكانت قد هدفت إلى فهم كيفية اختيار المستهلكين لمشروباتهم الكحولية، وإلى فهم الدور الذي يؤديه وعي المستهلك بالفوائد الصحية للنبيذ في اتخاذ قرار شراء النبيذ؛ تبين أن المستهلكين الذين لديهم بعض المشكلات الصحية غالباً ما يستهلكون النبيذ لأهداف صحية، ثم إن المستهلكين الذين يعتقدون بوجود فوائد أكثر كانوا يميلون إلى استهلاكه على نحو أكبر ودفع مبالغ مالية أكبر لقاء شرائه. وتخلص هذه الدراسة إلى وجود احتمالية لاستغلال الجوانب الصحية للنبيذ بوصفها أداة لتسويق هذا المنتج. لذلك دائماً ما يوصي الباحثون والأطباء بضرورة تناول النبيذ على نحو معتدل (Artero et al., 2015).

مشكلة الدراسة

عندما كنا نطور لائحة قسم الدراسات الفندقية بكلية السياحة والفنادق – جامعة مدينة السادات – إلى نظام الساعات المعتمدة؛ قمت بتقديم مقترح لمقرر متخصص في خدمة المشروبات الكحولية لمرحلة البكالوريوس، ومقرر متخصص في إنتاج المشروبات الكحولية لمرحلة الماجستير وذلك للجنة المنوط بها تطوير اللائحة؛ وقد قوبل مقترحي بالرفض من قبل جميع الأعضاء معطين ذلك حفاظاً على سمعة الكلية وأن ذلك سيضعف مكانة القسم، وسيقلل من التحاق الطلاب بالكلية وكذلك سيقلل من إقبال الطلاب على القسم. ثم تبين أن جميع مؤسسات التعليم الفندقية تتحاشى أن تتعرض لأي مقرر يتناول المشروبات الكحولية بشكل مباشر وصريح، وكأن قطاعات صناعة الضيافة تخلو من قطاع يدعى المشروبات الكحولية، وهذا يخالف الواقع فقطاع المشروبات الكحولية يعد أحد أكبر وأهم القطاعات بصناعة الضيافة محلياً وعالمياً. ويلاحظ أن جميع الدورات التدريبية للطلاب سواء التي تعقد داخل مؤسسات التعليم الفندقية أو بالتعاون مع أحد المنشآت الفندقية تتحاشى أي تدريب يتعلق بمنافذ بيع وخدمة المشروبات الكحولية، وكذلك المؤتمرات العلمية لكليات السياحة والفنادق تُعرض عن تناول المشكلات البحثية المرتبطة بقطاع المشروبات الكحولية. وأخيراً فمن الواضح أن جميع مؤسسات التعليم الفندقية لا تقدم أي دعم يذكر لقطاع المشروبات الكحولية مقارنة بما تقدمه للقطاعات الفندقية الأخرى.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في توضيح المنافع الاقتصادية للمشروبات الكحولية؛ حيث تعمل على توفير فرص عمل بالقطاعات الإنتاجية والخدمية، وعلى الجانب الآخر تشجع الأنشطة الصناعية المرتبطة بها وكذلك تحفز الأنشطة الزراعية التي يقوم عليها إنتاج المشروبات الكحولية كزراعة المولت والكروم والفواكه. وكذلك ترجع أهمية هذه الدراسة إلى التأكيد على هامش الربح العالي الذي تحصل عليه منشآت إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية مما يشجع على زيادة عدد المنشآت التي تعمل بهذه المجالات المربحة. وأخيراً تهدف هذه الدراسة إلى قياس مدى فعالية دور مؤسسات التعليم الفندقية في دعم وتعزيز قطاع المشروبات الكحولية بالسوق السياحي والفندقي المصري.

أهداف الدراسة

(1) استكشاف أهم نقاط التقصير لدى مؤسسات التعليم الفندقية تجاه المشروبات الكحولية.

- ٢) تبيين الوسائل المتاحة لمؤسسات التعليم الفندقية والتي يمكن أن تستخدمها في التأكيد على الدور الحيوي للمشروبات الكحولية في زيادة ربحية منشآت الضيافة.
- ٣) تحديد العوامل التي يمكن أن تقوم بها مؤسسات التعليم الفندقية لدعم وتعزيز مكانة قطاع المشروبات الكحولية بصناعة السياحة والضيافة.
- ٤) استقصاء الطرق ذات الأهمية التي يمكن من خلالها تنشيط نمو الصناعات المرتبطة بإنتاج وخدمة المشروبات الكحولية.

تساؤلات الدراسة

- ١) هل تأكيد مؤسسات التعليم الفندقية لدور المشروبات الكحولية في زيادة ربحية منشآت الضيافة سيؤدي إلى زيادة عدد منافذ بيع وخدمة المشروبات الكحولية وتعزيز رغبة الموارد البشرية المؤهلة للعمل بهذه المنافذ؟
- ٢) هل قيام مؤسسات التعليم الفندقية بدعم قطاع المشروبات الكحولية بصناعة الضيافة سوف يؤدي إلى زيادة عدد منشآت إنتاج المشروبات الكحولية وتوفير الكوادر البشرية للعمل بهذه المنشآت؟
- ٣) هل تعزيز مؤسسات التعليم الفندقية لقطاع المشروبات الكحولية بالسوق المصري محليا وعالميا سوف يعمل على تحفيز نمو الصناعات المرتبطة بإنتاج وخدمة المشروبات الكحولية؟

المنهج الإحصائي

تم استخدام منهج الإحصاء الاستدلالي بجانب الإحصاء الوصفي، والذي يتناول تقدير خصائص مجتمع معين استنادا إلى دراسة خصائص عينة عشوائية ممثلة لهذا المجتمع، حيث تستخدم الدراسة منهج المسح بالعينة العشوائية البسيطة في دراسة حالة المجتمع.

عينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس بمؤسسات التعليم الفندقية بمدن القاهرة والجيزة والسادس من أكتوبر والإسكندرية ومرسى مطروح والمنصورة ودمياط والسادات والإسماعيلية وبور سعيد والفيوم وبني سويف والمنيا والأقصر وقنا والغردقة ورأس سدر وشرم الشيخ، من المدارس الفنية الفندقية ومعاهد السياحة والفنادق المتوسطة والعليا وكليات السياحة والفنادق. وتتكون عينة الدراسة من 466 عضو هيئة تدريس، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، حيث تم توزيع 510 استبانة، وتم استرداد عدد 481، وكان العدد الصالح منها للتحليل 466.

أداة الدراسة

قام الباحث بتصميم استبانة كأداة لجمع البيانات المطلوبة؛ وذلك لتحقيق أهداف الدراسة وللوصول إلى نتائج عن تساؤلاتها، ولإستكشاف أهم نقاط التقصير لدى مؤسسات التعليم الفندقية تجاه المشروبات الكحولية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بتلك المؤسسات، ولتحديد وسائل دعم مؤسسات التعليم الفندقية للمشروبات الكحولية؛ وتكونت هذه الاستبانة من أربعة أقسام رئيسية. القسم الأول يحتوي على البيانات الشخصية لأعضاء هيئة التدريس من حيث الجنس، والعمر، والمؤهل، ونوع المؤسسة التعليمية الفندقية التي يعمل بها. أما القسم الثاني فالهدف منه استكشاف أهم نقاط التقصير لدى مؤسسات التعليم الفندقية تجاه المشروبات الكحولية واشتمل على (8) أسئلة. والقسم الثالث يحتوي طرق دعم مؤسسات التعليم الفندقية للمشروبات الكحولية على كافة المحاور واشتمل على (16) سؤالا. والقسم الرابع تضمن التساؤلات الثلاثة التي تقوم عليها الدراسة؛ وذلك للتحقق من جدوى تطبيق مؤسسات التعليم الفندقية لوسائل دعم وتعزيز قطاع المشروبات الكحولية، في تحقيق تلك التساؤلات على المستويات الثلاثة: إنتاج المشروبات الكحولية، وخدمة المشروبات الكحولية، والصناعات المرتبطة بإنتاج وخدمة المشروبات الكحولية.

وقد تم إعداد الأسئلة على أساس مقياس ليكرت الثلاثي، والذي يشتمل على ثلاث خيارات، وذلك لقياس درجة الموافقة على فقرات الاستبانة بصورة دقيقة. والقيمة التي تأخذها موافق هي +1، والقيمة التي تأخذها محايد هي 0، والقيمة التي تأخذها غير موافق هي -1. إن الهدف من تلك الاستبانة هو قياس درجة موافقة أفراد العينة (المبحوثين) على فقراتها، لذلك تم استخدام مجموع التكرارات ونسبها المئوية لتحليل نتائج بيانات هذه الاستبانة.

النتائج والمناقشة
البيانات الديموغرافية

جدول (1): خصائص العينة

النسبة المئوية	التكرار	المتغير	
		الجنس	العمر
70.2%	327	ذكر	الجنس
29.8%	139	أنثى	
100%	466	المجموع	
45.7%	213	أقل من 35	العمر
23.2%	108	من 35 لأقل من 45	
21.9%	102	من 45 لأقل من 55	
9.2%	43	من 55 فأكثر	
100%	466	المجموع	
36.7%	171	دكتوراه	المؤهل
19.1%	89	ماجستير	
44.2%	206	بكالوريوس	
100%	466	المجموع	
34.1%	159	كلية	المؤسسة التعليمية الفندقية
35.4%	165	معهد خاص	
30.5%	142	ثانوي فني	
100%	466	المجموع	

من النتائج الموضحة في جدول (1) نلاحظ أنه يوجد عدد كبير من أعضاء هيئة التدريس الذكور مقارنة بالإناث في تخصص الفندقة، حيث بلغت نسبة الذكور بالعينة (70.2%) ونسبة الإناث (29.8%)؛ فربما يرجع ذلك لطبيعة العمل الفندقي، حيث نجد هناك إقبال مرتفع من الطلاب الذكور على الالتحاق بالتخصصات الفندقية خلافا للإناث التي تقبل على الالتحاق بالتخصصات السياحية. يوجد عدد كبير ممن سنهم أقل من 35 سنة مقارنة بمن سنهم أكثر من 55 سنة، حيث بلغت نسبتهم بالعينة (45.7%)؛ وهذا مما يدل على زيادة إقبال أفراد المجتمع على التعليم السياحي والفندقي والنظرة والتوجه الإيجابي نحو هذا النوع من التعليم خلافا للفترات التي تسبق الفترة الحالية.

استكشاف أهم نقاط التقصير لدى مؤسسات التعليم السياحي والفندقي تجاه المشروبات الكحولية

جدول (2): سلبيات مؤسسات التعليم السياحي والفندقي تجاه المشروبات الكحولية

غير موافق (-1)	محايد (0)	موافق (+1)	مقياس	السلبيات
11	18	437	تكرار	١) لا توجد مقررات متخصصة في المشروبات الكحولية بجميع مراحل التعليم الفندقي بدءا من التعليم الفني وحتى الدراسات العليا.
2%	4%	94%	نسبة	
10	32	424	تكرار	٢) ابتعاد أعضاء هيئة التدريس عن تناول موضوعات المشروبات الكحولية في مقرراتهم والمتعلقة بأنواعها وكيفية إنتاجها وطرق خدمتها وتجهيزاتها المختلفة ... إلخ.
2%	7%	91%	نسبة	
38	28	400	تكرار	٣) ندرة توفير دورات تدريبية متخصصة في إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية بمؤسسات التعليم الفندقي.
8%	6%	86%	نسبة	

46	29	391	تكرار	٤) عدم إدراج التدريب على خدمة المشروبات الكحولية كجزء من التدريب الصيفي ضمن لوائح مؤسسات التعليم الفندقية.
%10	%6	%84	نسبة	
50	33	383	تكرار	٥) لا يتم توفير الكتب الورقية أو الإلكترونية التي تتناول موضوعات المشروبات الكحولية بمكتبات مؤسسات التعليم الفندقية.
%11	%7	%82	نسبة	
68	44	354	تكرار	٦) لا توجد بمؤسسات التعليم الفندقية دبلومات متخصصة في قطاع المشروبات الكحولية سواء على المستوى الإنتاجي أو حتى الخدمي.
%15	%9	%76	نسبة	
70	59	337	تكرار	٧) ندرة الأبحاث العلمية التي تعالج تحديات قطاع المشروبات الكحولية من الناحيتين الإنتاجية والخدمية.
%15	%13	%72	نسبة	
119	89	258	تكرار	٨) عدم تنظيم مؤتمرات علمية حول القضايا المتعلقة بالمشروبات الكحولية.
%26	%19	%55	نسبة	

من النتائج الموضحة في جدول (2) نلاحظ:

أن من أعلى نقاط التقصير لدى مؤسسات التعليم السياحي والفندقية تجاه المشروبات الكحولية؛ عدم وجود مقررات متخصصة في المشروبات الكحولية بجميع مراحل التعليم الفندقية، وابتعاد أعضاء هيئة التدريس عن تناول موضوعات المشروبات الكحولية في مقرراتهم، وذلك بنسبة (94%، 91%) على التوالي؛ وربما يعود ذلك لظن أعضاء هيئة التدريس أثناء وضعهم اللوائح الخاصة بهذه المؤسسات التعليمية أن إدراج مقررات في مجال المشروبات الكحولية بهذه اللوائح سيؤدي إلى تشويه سمعة هذه المؤسسات، أو لخوفهم أن يتوجه لهم نقد سلبي من الطلاب لذلك يبتعدون تماما عن تناول موضوعات المشروبات الكحولية في مقرراتهم، بينما يعلم الجميع أن أنواع المشروبات الكحولية وكيفية إنتاجها وطرق خدمتها وتجهيزاتها المختلفة جزء لا يتجزأ من صناعة السياحة والضيافة سواء على المستوى المحلي أو العالمي.

أن هناك ندرة في توفير دورات تدريبية في إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية، بالإضافة لعدم إدراج التدريب على خدمة المشروبات الكحولية كجزء من التدريب الصيفي، وذلك بنسبة (86%، 84%) على التوالي؛ وهذا ربما يرجع لاعتقاد إدارة هذه المؤسسات التعليمية أن التدريب على أنشطة فندقية أخرى أهم بكثير من الأنشطة المرتبطة بالمشروبات وخاصة المشروبات الكحولية، مع أنه يلاحظ وجود رغبة لدى بعض الطلاب للتدريب في مجال المشروبات الكحولية سواء الأنشطة المرتبطة بالإنتاج أو الخدمة، لذلك فالصحيح أن تلبى هذه المؤسسات التعليمية جميع رغبات الطلاب على حد سواء لتغطية جميع الأنشطة الفندقية بالخطط التدريبية لها سواء كان تدريباً داخلياً بها أو خارجياً بالمنشآت الفندقية.

أنه لا يتم توفير الكتب الورقية أو الإلكترونية التي تتناول موضوعات المشروبات الكحولية بالقدر الكافي، بل تكاد تخلو مكتبات هذه المؤسسات التعليمية من أي كتب باللغة العربية في هذا المجال (82%)؛ حيث يلاحظ ندرة دور الطباعة والنشر التي تقدم كتب في هذا المجال وذلك لعدم وجود طلب على شراء هذه الكتب من قبل مؤسسات التعليم السياحي والفندقية، وكذلك ربما يرجع لوجود إجماع من قبل أعضاء هيئة التدريس عن الطلب من إدارة هذه المؤسسات لتوفير هذه الكتب داخل مؤسساتها.

طرق دعم مؤسسات التعليم السياحي والفندقية للمشروبات الكحولية على كافة المحاور الخاصة بها (محور إنتاج المشروبات الكحولية – محور خدمة المشروبات الكحولية – محور الصناعات المرتبطة بإنتاج وخدمة المشروبات الكحولية)

جدول (3): وسائل دعم مؤسسات التعليم السياحي والفندقية للمشروبات الكحولية

الوسيلة	مقياس	موافق (+1)	محايد (0)	غير موافق (-1)
١) إدراج مقررات دراسية متخصصة في قطاع المشروبات الكحولية بلوائح مؤسسات التعليم الفندقية.	تكرار	428	22	16
	نسبة	%92	%5	%3
٢) تنظيم دورات علمية للطلاب لتعريفهم بكل ما يتعلق بالمشروبات الكحولية بداية بالعملية الإنتاجية وصولاً إلى المنافع الاقتصادية والصحية لهذه المشروبات.	تكرار	425	21	20
	نسبة	%91	%5	%4

15	28	423	تكرار	٣) قيام أعضاء هيئة التدريس بمعالجة الدعاية السلبية والرؤية المغلوطة تجاه المشروبات الكحولية عن طريق استخدام وسائل الإعلام والإنترنت.
%3	%6	%91	نسبة	
19	36	411	تكرار	٤) تصميم برنامج تعليم تبادلي خاص بالمشروبات الكحولية بالتعاون مع منشآت إنتاج وخدمة هذه المشروبات.
%4	%8	%88	نسبة	
30	25	411	تكرار	٥) تعزيز دور الإرشاد الأكاديمي في تحسين تطلعات طلاب مؤسسات التعليم السياحي والفندقي نحو العمل بقطاع المشروبات الكحولية محليا ودوليا.
%7	%5	%88	نسبة	
31	29	406	تكرار	٦) جعل قطاع المشروبات الكحولية أحد المحاور الرئيسية في ملتقيات التوظيف والتي تنظمها مؤسسات التعليم السياحي والفندقي لدعوة المنشآت العاملة في قطاعات الضيافة وصناعة المأكولات والمشروبات لتوفير فرص عمل لخريجها.
%7	%6	%87	نسبة	
26	43	397	تكرار	٧) تطبيق التدريب الداخلي (بمؤسسة التعليم الفندقي) والخارجي (بجهات التدريب المختلفة) على خدمة المشروبات الكحولية ضمن متطلبات التدريب العملي للطلاب.
%6	%9	%85	نسبة	
38	50	378	تكرار	٨) تفعيل دور المؤسسة التشريعية في إصلاح القوانين الحالية وإصدار قوانين حديثة؛ لفك القيود المفروضة على قطاع المشروبات الكحولية.
%8	%11	%81	نسبة	
46	46	374	تكرار	٩) إنشاء دبلومة متخصصة في إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية.
%10	%10	%80	نسبة	
43	54	369	تكرار	١٠) التزام المؤسسات الحكومية المعنية كوزارة السياحة والزراعة والصناعة والبيئة والمالية والإسكان على تقديم الدعم لمنشآت إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية وتعزيز الاستثمار في هذا القطاع؛ كتخصيص الأراضي وتخفيض الجمارك والضرائب ... إلخ.
%9	%12	%79	نسبة	
61	49	356	تكرار	١١) المشاركة والتعاون بين قطاع البيئة وخدمة المجتمع بمؤسسات التعليم الفندقي ومنشآت إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية.
%13	%11	%76	نسبة	
53	63	350	تكرار	١٢) تنظيم المؤتمرات العلمية المحلية والدولية لإظهار الدور الاقتصادي لقطاع المشروبات الكحولية والربط بينه وبين التنمية المستدامة بمحاورها الثلاثة.
%11	%14	%75	نسبة	
56	77	333	تكرار	١٣) إدراج المشروبات الكحولية ضمن الخطة البحثية لمؤسسات التعليم العالي الفندقي.
%12	%17	%71	نسبة	
61	91	314	تكرار	١٤) تنظيم المسابقات الطلابية في الموضوعات المتعلقة بقطاع المشروبات الكحولية؛ كعمليات تدوير المخلفات الناتجة عن المشروبات الكحولية، ... إلخ.
%13	%20	%67	نسبة	
78	108	280	تكرار	١٥) تشجيع ودعم أعضاء هيئة التدريس للتأليف في موضوعات المشروبات الكحولية، مع نشر هذه المؤلفات بدور النشر وشبكة الإنترنت وغيرهما.
%17	%23	%60	نسبة	
85	119	262	تكرار	١٦) إدراج كتب متخصصة في المشروبات الكحولية ضمن المكتبة الورقية والإلكترونية الخاصة بمؤسسات التعليم الفندقي.
%18	%26	%56	نسبة	

من النتائج الموضحة في جدول (3) نلاحظ:

أن من أفضل ثلاث وسائل وأكثرها فعالية يجب على مؤسسات التعليم السياحي والفندقي أن تقوم بها لدعم المشروبات الكحولية هي: إدراج مقررات دراسية متخصصة في قطاع المشروبات الكحولية بلوائحها، تنظيم دورات علمية للطلاب لتعريفهم بكل ما يتعلق بالمشروبات الكحولية بداية بالعملية الإنتاجية وصولاً إلى منافعها المتنوعة، قيام أعضاء هيئة التدريس بمعالجة الدعاية السلبية تجاه المشروبات الكحولية عن طريق وسائل الإعلام والإنترنت، حيث أظهرت آراء العينة نسب مرتفع جداً لهذه الحلول (%92، %91، %91) على التوالي؛ وذلك ربما يرجع إلى أن أساس العملية التعليمية والعمود الفقري لها بأي مؤسسة تعليمية هي لائحة المواد الدراسية، وهذه اللائحة تعد بمثابة الموجه للطلاب نحو اختيار تخصصات العمل، بالإضافة إلى توجيهات

أعضاء هيئة التدريس والتي لها تأثير فعال وقوي في اختيار الطلاب لتخصصاتهم العملية بالمنشآت السياحية والفندقية بعد ذلك، والتي منها تخصص المشروبات الكحولية. وربما يعود ذلك لمعرفة أفراد العينة بأهمية الدورات العلمية حيث تكون هذه الدورات ذات طبيعة تعمل على إقبال الطلاب عليها، لقصر مدتها وقرب مادتها العلمية للجانب العملي وملائمتها للسوق السياحي والفندقي، لذلك فتنظيم دورات علمية في إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية سيعمل على جذب الطلاب لهذا العمل الفندقي وسيظهر فوائدها الاقتصادية للأفراد والمجتمع. وربما يرجع ذلك لقناعة أعضاء هيئة التدريس أن لوسائل الإعلام والإنترنت تأثير قوي على توجهات الأفراد والمجتمعات، لذلك فاستخدامها لمعالجة الدعاية السلبية والرؤية المغلوطة تجاه المشروبات الكحولية سيكون له أثر إيجابي ونجاح في تقبل فئات المجتمع لهذه الصناعة؛ وهذا تماما ما تم استخدامه من قبل لجعل فئات المجتمع يقبلون صناعة البنوك وفوائدها، حتى أصبحت الغالبية العظمى من جميع أفراد المجتمع تقبل وبقوة على جميع المعاملات البنكية.

أنه توجد أهمية قصوى لتصميم برنامج تعليم تبادلي خاص بالمشروبات الكحولية بالتعاون مع منشآت إنتاج وخدمة هذه المشروبات، حيث جاءت آراء عينة الدراسة لتؤكد بنسبة (88%) هذه الطريقة كأحد الطرق الأكثر فعالية في دعم صناعة المشروبات الكحولية؛ وربما يعود ذلك لقناعة أفراد عينة الدراسة بأهمية التعليم التبادلي في صناعة السياحة والضيافة، وقدرته على الربط بين مؤسسات التعليم السياحي والفندقي والمنشآت التجارية العاملة في مجال صناعة السياحة والفندقة؛ لذلك يعد التعاقد لبرنامج تعليم تبادلي مع شركة عاملة في إنتاج المشروبات الكحولية كشركة الأهرام للمشروبات – هي الشركة المحتركة لصناعة البيرة والمشروبات الكحولية في مصر، وأكبر شركة في هذا المجال بالشرق الأوسط – يعمل على تعظيم المنفعة الكلية للمؤسسات التعليمية والطلاب والمنشآت التجارية، وهذا مما يوفر فرص عمل في مجالات إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية ويعزز من مكانة هذه الصناعة بالمجتمع.

أن تعزيز دور الإرشاد الأكاديمي في تحسين تطلعات الطلاب نحو العمل بقطاع المشروبات الكحولية، يعد من الوسائل الجيدة في تعزيز محوري إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية، حيث كانت نتيجة آراء عينة الدراسة بالموافقة على هذه الفقرة بنسبة (88%)؛ وربما تعود هذه النتيجة لإدراك عينة الدراسة مدى أهمية دور الإرشاد الأكاديمي في توضيح الموضوعات المتعلقة بكل ما يحتاجه الطالب سواء فيما يخص الدراسة النظرية والعملية واختيار التخصص وكذلك تحديد المواد الاختيارية، والأمور المتعلقة بالتدريب الصيفي وما يحتاجه سوق العمل من مؤهلات؛ ومن هنا يستطيع المرشدون الأكاديميون تحسين تطلعات الطلاب بمؤسسات التعليم السياحي والفندقي نحو العمل بقطاع المشروبات الكحولية سواء في منشآت الإنتاج أو الخدمة المحلية والعالمية. تشير نتائج عينة الدراسة إلى أن جعل قطاع المشروبات الكحولية أحد المحاور الرئيسية في ملتقيات التوظيف من الوسائل الفعالة في دعم محوري إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية، وذلك بنسبة مرتفعة (87%)؛ وربما يرجع ذلك لمعرفة عينة الدراسة أن من أهم الأهداف لدى الطلاب هو مدى قدرة التخصص التعليمي على توفير فرص عمل بعد التخرج، وكذلك ربما يرجع لمعرفة عينة الدراسة أن ملتقيات التوظيف تعد من العناصر ذات الأهمية في توجيه الخريجين نحو الإقبال على التوظيف في مجالات معينة.

تؤكد نتائج عينة الدراسة أن جعل التدريب الداخلي والخارجي على خدمة المشروبات الكحولية ضمن متطلبات التدريب العملي للطلاب من الوسائل الداعمة للمشروبات الكحولية لإنتاج وخدمة، وذلك بنسبة مرتفعة (85%)؛ حيث تقوم جميع مؤسسات التعليم السياحي والفندقي بتنظيم العملية التطبيقية والتدريبية ضمن المقررات الدراسية، وكذلك إدراج الدورات التدريبية الداخلية خلال الفصل الدراسي. ومن هنا يجب على هذه المؤسسات أن تعطي مجال المشروبات بقسميها الكحولية وغير الكحولية، القدر المناسب من الدروس التطبيقية والعملية والدورات التدريبية، وكذلك الاستعانة بمدربين متخصصين في مجال المأكولات والمشروبات من خارج المؤسسة التعليمية.

تظهر نتائج عينة الدراسة أن لتفعيل دور المؤسسة التشريعية في إصلاح القوانين الحالية وإصدار قوانين حديثة أثر فعال في فك القيود المفروضة على قطاع المشروبات الكحولية بمصر، وذلك بنسبة مرتفعة (81%)؛ وربما يرجع ذلك لإدراك أفراد عينة الدراسة قوة القوانين في التأثير على أفراد المجتمع، أو ربما يعود ذلك لمعرفة أفراد عينة الدراسة أنه توجد بالقوانين المصرية قيودا مجحفة تجاه المشروبات الكحولية سواء على نطاق الاستيراد أو الإنتاج المحلي أو البيع والخدمة، أو ربما يعود ذلك لمعرفة أفراد عينة الدراسة أنه في مصر تتعدد الجهات الرقابية على المشروبات الكحولية وتتداخل بصورة تعرقل وتعوق النمو الطبيعي لهذه الصناعة.

تؤكد نتائج عينة الدراسة أن على المؤسسات الحكومية المعنية بوزارة السياحة والزراعة والصناعة والبيئة والمالية والإسكان أن تلتزم بتقديم الدعم لمنشآت إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية وتعزيز الاستثمار في هذا

القطاع، وذلك بنسبة (79%) من آراء العينة؛ وربما يعود ذلك لفهم عينة الدراسة الدور الأساسي لوزارة السياحة، حيث تعد هذه الوزارة الجهة الحكومية ذات الإشراف المباشر على الأنشطة السياحية والفندقية، ولها الصلاحيات القانونية لتوفير الدعم اللازم لجميع المنشآت السياحية والفندقية وذلك عن طريق التنسيق مع المؤسسات الحكومية ذات الصلة بهذه الأنشطة. وربما يعود ذلك لمعرفة عينة الدراسة أنه قد يكون هناك دور فعال لوزارة الزراعة لدعم صناعة المشروبات الكحولية خاصة في مجال إنتاج الجعة، حيث تنتشر في مصر التربة الرملية المناسبة لزراعة الشعير بالإضافة إلى أن الشعير لا يحتاج إلى كميات كبيرة من المياه في زراعته، وكذلك تصلح التربة الصفراء المصرية الغنية بالدبال في زراعة الفاكهة والتي تستخدم في إنتاج المشروبات الكحولية المقطرة. وربما يعود ذلك لإدراك عينة الدراسة للدور الداعم القوي لوزارة الإسكان نحو هذه الصناعة، مثل: تخصيص أراضي لزراعة الشعير بسعر مخفض للمزارعين، أو طرح أراضي بالمدن الصناعية للمستثمرين بسعر مناسب مع تخصيصها لإنشاء مصانع إنتاج المشروبات الكحولية. كتخصيص الأراضي وتخفيض الجمارك والضرائب ... إلخ.

نتائج إجابات العينة على تساؤلات الدراسة (التحقق من جدوى تطبيق مؤسسات التعليم السياحي والفندقي لوسائل دعم وتعزيز قطاع المشروبات الكحولية في تحقيق تلك التساؤلات على المستويات الثلاثة: خدمة المشروبات الكحولية، وإنتاج المشروبات الكحولية، والصناعات المرتبطة بالخدمة والإنتاج)

جدول (4) اختبار التساؤلات الثلاثة للدراسة

التساؤلات	نتيجة	موافق (+1)	محايد (0)	غير موافق (-1)
1) تأكيد مؤسسات التعليم الفندقي لدور المشروبات الكحولية في زيادة ربحية منشآت الضيافة سيؤدي إلى زيادة عدد منافذ بيع وخدمة المشروبات الكحولية وتعزيز رغبة الموارد البشرية المؤهلة للعمل بهذه المنافذ.	تكرار	442	14	10
	نسبة	%95	%3	%2
2) قيام مؤسسات التعليم الفندقي بدعم قطاع المشروبات الكحولية بصناعة الضيافة سوف يؤدي إلى زيادة عدد منشآت إنتاج المشروبات الكحولية وتوفير الكوادر البشرية للعمل بهذه المنشآت.	تكرار	401	25	40
	نسبة	%86	%5	%9
3) تعزيز مؤسسات التعليم الفندقي لقطاع المشروبات الكحولية بالسوق المصري محليا وعالميا سوف يعمل على تحفيز نمو الصناعات المرتبطة بإنتاج وخدمة المشروبات الكحولية.	تكرار	336	52	78
	نسبة	%72	%11	%17

من النتائج الموضحة في جدول (4) نلاحظ أن:

نتائج عينة الدراسة أكدت على مستوى موافقة مرتفع جدا للتساؤل الأول (95%)، والذي ينص على "هل دعم مؤسسات التعليم الفندقي لدور المشروبات الكحولية في زيادة ربحية منشآت الضيافة سيؤدي إلى زيادة عدد منافذ بيع وخدمة المشروبات الكحولية وتعزيز رغبة الموارد البشرية المؤهلة للعمل بهذه المنافذ؟"؛ وربما يرجع ذلك لمعرفة أفراد عينة الدراسة أن الربحية الناتجة عن التجارة في المشروبات الكحولية مرتفعة جدا مقارنة بالأرباح الناتجة عن الخدمات الفندقية الأخرى، وهذا مما يؤدي إلى زيادة رغبة الأفراد في الاستثمار بمنافذ بيع المشروبات الكحولية، وكذلك مما يشجع المنشآت الفندقية على زيادة عدد منافذ تقديم المشروبات الكحولية بها. وربما يعود ذلك إلى إدراك عينة الدراسة لتوجهات الخريجين نحو الإقبال على العمل بالخدمات التي لها عوائد أرباح مرتفعة، ومن هنا فقد يكون إظهار مؤسسات التعليم الفندقي لمستويات الأرباح العالية للعمل بخدمات المشروبات الكحولية يمثل دافع قوي وفعال للخريجين نحو العمل بمنافذ بيع وخدمة المشروبات الكحولية.

تشير نتائج عينة الدراسة لمستوى موافقة مرتفع للتساؤل الثاني وذلك بنسبة (86%)، وهذا التساؤل ينص على "هل قيام مؤسسات التعليم الفندقي بدعم قطاع المشروبات الكحولية بصناعة الضيافة سوف يؤدي إلى زيادة عدد منشآت إنتاج المشروبات الكحولية وتوفير الكوادر البشرية للعمل بهذه المنشآت؟"؛ وربما يعود ذلك لوجود قناعة لدى أفراد عينة الدراسة بأن دعم قطاع المشروبات الكحولية سواء إعلاميا أو عن طريق تقديم حوافز استثمارية، سيجعل المستثمرين المحليين والأجانب يقبلون على الاستثمار في الأنشطة الصناعية الخاصة بإنتاج

المشروبات الكحولية. وقد يرجع ذلك لفهم عينة الدراسة لتوجهات طلاب أقسام الضيافة نحو الإقبال على العمل بالمجالات الإنتاجية الأكثر ربحية، وتعد أنشطة إنتاج المشروبات الكحولية من الأعمال التجارية عالية الربحية سواء على المستوى المحلي أو العالمي.

أوضحت نتائج عينة الدراسة نسبة موافقة جيدة للتساؤل الثالث (72%)، والذي يظهر علاقة المشروبات الكحولية والصناعات المكملية لها، وهذه العلاقة طردية كما تبينها نتيجة العينة "هل تعزيز مؤسسات التعليم الفندقية لقطاع المشروبات الكحولية بالسوق المصري محليا وعالميا سوف يعمل على تحفيز نمو الصناعات المرتبطة بإنتاج وخدمة المشروبات الكحولية؟"؛ يوجد كثير من الأنشطة المتعلقة بشكل مباشر أو غير مباشر بالمشروبات الكحولية، كزراعة المولت والكروم وقصب السكر، وكصناعة الزجاجيات والأدوات والمعدات والأجهزة المستخدمة في إنتاج وتخزين وخدمة المشروبات الكحولية. ومن الواضح أن أفراد عينة الدراسة يدركون أنه كلما ازدهرت صناعة المشروبات الكحولية، فسوف تنمو تلقائيا جميع الأعمال التجارية المتعلقة بها من أنشطة زراعية وصناعية وخدمية، وهذا مما يؤكد أن صناعة السياحة والضيافة هي قاطرة التنمية الاقتصادية.

التوصيات

- يوصى أن تحتوي لوائح مؤسسات التعليم السياحي والفندقية على مقررات دراسية متخصصة في قطاع المشروبات الكحولية.
- توجيه الأجهزة الإعلامية لإظهار صورة صحيحة وإيجابية عن المنافع الاقتصادية الناتجة عن إنتاج وخدمة المشروبات الكحولية، وكذلك دورها في التنمية الاقتصادية للأنشطة الزراعية والصناعية والتجارية المرتبطة بها.
- أن تقوم المؤسسات التعليمية السياحية والفندقية بتنظيم دورات تعليمية وتدريبية لطلاب أقسام الضيافة في كل ما يتعلق بإنتاج وخدمة المشروبات الكحولية، مع حقن بعض المناهج الدراسية المناسبة بموضوعات محفزة عن خدمات المشروبات الكحولية والعمل بها.
- جعل قطاع المشروبات الكحولية أحد المحاور الرئيسية في ملتقيات التوظيف والتي تنظمها مؤسسات التعليم السياحي والفندقية، بالتنسيق مع المنشآت التجارية العاملة في مجال منافذ بيع المأكولات والمشروبات والفنادق والقرى السياحية.
- أهمية قيام أعضاء هيئة التدريس بالتأليف في كل ما يرتبط بموضوعات المشروبات الكحولية، مع نشر هذه المؤلفات بدور النشر وشبكة الإنترنت وغيرهما، مع ضرورة توفير مؤسسات التعليم السياحي والفندقية الدعم المالي والتقني اللازم لتحفيز أعضاء هيئة التدريس على ذلك.
- تحفيز أعضاء هيئة التدريس بمؤسسات التعليم السياحي والفندقية على إجراء الدراسات والأبحاث العلمية التي تعالج التحديات التي تواجه قطاع المشروبات الكحولية من الناحيتين الإنتاجية والخدمية.
- ضرورة توفير مؤلفات متخصصة في المشروبات الكحولية ضمن المكتبات الورقية والإلكترونية الخاصة بمؤسسات التعليم السياحي والفندقية.
- أن تقوم المؤسسات التشريعية والتنفيذية للدولة بمعالجة القيود والمعوقات التي تحول بين صناعة المشروبات الكحولية وتنميتها بصورة سليمة أسوة بالأنشطة الاقتصادية الأخرى، مع إعداد خطط وبرامج تحفيزية متكاملة لتشجيع وتحفيز رجال الأعمال للإستثمار في مجالات المشروبات الكحولية.
- التزام المؤسسات الحكومية المعنية بوزارة الزراعة والصناعة والمالية والإسكان على تقديم الدعم للأنشطة المرتبطة بالمشروبات الكحولية؛ كتخصيص الأراضي لزراعة الشعير وقصب السكر والكروم، وتخفيض الرسوم الجمركية عن التجهيزات والمعدات والزجاجيات المستوردة وكذلك عن المشروبات الكحولية المستوردة، وتقليص الضرائب عن الأنشطة الصناعية والتجارية المرتبطة بصناعة الزجاجيات والخمائر وثلاجات تخزين الفاكهة والكروم ... إلخ.
- توجيه جميع فئات المجتمع نحو احترام الحريات العامة والشخصية والتعددية الأيديولوجية، وقبول الآخرين والعمل نحو إشباع الحاجات المختلفة لأفراد المجتمع.

المراجع

1. Alcohol Knowledge Centre. (2020). The alcohol industry: an overview. Institute of Alcohol Studies (IAS), London, UK, <https://www.ias.org.uk/wp-content/uploads/2020/12/The-alcohol-industry-%E2%80%93-An-overview.pdf>
2. Anderson P., Baumberg B. (2006). Alcohol in Europe. A public health perspective. London, Institute of Alcohol Studies.
3. Artero A. et al. (2015). The impact of moderate wine consumption on health. *Maturitas Journal*, Volume 80, Issue 1, January 2015, Pages 3-13, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378512214002941>
4. Babor T. (2010). Alcohol: no ordinary commodity; research and public policy. Oxford, Oxford University Press.
5. Britannica, T. E. (2020, January 23). Sake - Alcoholic Beverage. Retrieved August 5, 2020, from Encyclopedia Britannica: <https://www.britannica.com/topic/sake>
6. Centers for Disease Control and Prevention. (2017). Guide for Measuring Alcohol Outlet Density. Atlanta, GA: Centers for Disease Control and Prevention, US Dept. of Health and Human Services.
7. Higgins, L. & Llanos, E. (2015). A healthy indulgence? Wine consumers and the health benefits of wine". *Wine Economics and Policy*, Volume 4, Issue 1, June 1, 2015, pages 3-11, https://digitalcommons.calpoly.edu/agb_fac/151/
8. Jernigan D.H. et al. (2000). Towards a global alcohol policy: alcohol, public health and the role of WHO. *Bulletin of the World Health Organization*, 78, 491-499., Geneva, Switzerland.
9. Lariviere E. et al. (2000). Modeling the demand for alcoholic beverages and advertising specifications. *Agricultural Economics* 22 (2000) 147-162, Elsevier Science, <https://www.elsevier.com/locate/agecon>.
10. Le Roy C. I. et al. (2020). Red Wine Consumption Associated with Increased Gut Microbiota α -Diversity in 3 Independent Cohorts. *Gastroenterology Journal*, VOLUME 158, ISSUE 1, P270-272.E2, JANUARY 2020, AGA Institute, [https://www.gastrojournal.org/article/S0016-5085\(19\)41244-4/fulltext#%20](https://www.gastrojournal.org/article/S0016-5085(19)41244-4/fulltext#%20).
11. Mayo Clinic, (2021). Alcohol use: Weighing risks and benefits. <https://www.mayoclinic.org/healthy-lifestyle/nutrition-and-healthy-eating/in-depth/alcohol/art-20044551>
12. Mitchell C. et al. (2014). Absorption and Peak Blood Alcohol Concentration After Drinking Beer, Wine, or Spirits. *Alcohol: Clinical and Experimental Research*, Volume 38, Issue 5, May 21, 2014, Pages 1200-1204, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/acer.12355>
13. New Zealand Food Safety. (2018). A guide to Alcoholic Drinks". Ministry for Primary Industries (MPI), New Zealand, <https://www.mpi.govt.nz/dmsdocument/31404-a-guide-to-alcoholic-drinks-whats-in-them-and-how-to-label>.
14. Room R. et al. (2002). Alcohol in developing societies: a public health approach. Helsinki, Finnish Foundation for Alcohol Studies.
15. Leppänen K., Sullström R., Suoniemi I. (2001). The consumption of alcohol in fourteen European countries. A comparative econometric analysis. Helsinki, Stakes.
16. Rabinovich L. et al. (2009). The affordability of alcoholic beverages in the European Union. Understanding the link between alcohol affordability, consumption, and harms. Cambridge, RAND Europe.
17. WHO, (2004). Global Status Report on Alcohol 2004. Department of Mental Health and Substance Abuse, Geneva.

18. WHO, (2014).Marketing of alcoholic beverages. European status report on alcohol and health, Copenhagen, WHO Regional Office for Europe.
19. WHO, (2012). European action plan to reduce the harmful use of alcohol 2012–2020. Copenhagen, WHO Regional Office for Europe.
20. Witesman O. (2006). Alcohol Policy: Public Consumption, Outlet Licensing, and Age Limits-A comparative analysis of EU drinking laws. Parliamentary Development Project for Ukraine, Indiana University, Bloomington, USA.

The effectiveness of the role of tourism and hotel education institutions in promoting the position of alcoholic beverages in the hospitality industry

Abstract

This research aims to activate the role of tourism and hotel education institutions in promoting and supporting the position of alcoholic beverages in the hospitality industry, by answering three questions on which this study is based, namely: Will emphasize the role of alcoholic beverages in increasing profitability lead to an increase in the number of service outlets for these beverages and enhance the desire for resources? Will the support of the alcoholic beverages sector in the hospitality industry lead to an increase in the number of production facilities for these beverages? Will strengthen the alcoholic beverages sector in the Egyptian market work on the growth of industries related to the production and service of these beverages? To reach this goal, a questionnaire was designed that includes four parts: the characteristics of the sample, exploring the most important points of failure of hotel education institutions towards alcoholic beverages, methods of supporting hotel education institutions for alcoholic beverages on all their axes (the axis of alcoholic beverage production - the axis of serving alcoholic beverages - the axis of industries related to the production of the service of alcoholic beverages), the results of the sample's answers to the study's questions. The questionnaire was distributed to a random sample of 466 members in tourism and hotel education institutions from hotel technical schools, institutes of tourism and hotels (middle and higher), and colleges of tourism and hotels. One of the results of the research was: There is a direct relationship between the support of tourism and hotel education institutions for alcoholic beverages and the increase in the number of outlets for the sale and service of alcoholic beverages and the enhancement of the desire for qualified human resources to work in these outlets, as well as the existence of a direct relationship between the support of the tourism and hotel education institutions for the alcoholic beverage sector and the increase in the number of production facilities Alcoholic beverages and the provision of human resources to work in these facilities. The study reached several recommendations, including: containing the regulations of educational institutions tourists, and hotels on specialized courses in the alcoholic beverages sector, guiding the media to show the correct and positive image of sale and service about the economic benefits resulting from the production and service of alcoholic beverages, making the alcoholic beverages sector one of the main axes in employment forums organized by tourism and hotel education institutions, motivating faculty members in tourism and hotel education institutions to conduct studies that address the challenges facing the alcoholic beverages sector from both sides production and service, that the institutions concerned with the state address the restrictions and obstacles that prevent the manufacture of alcoholic beverages and its proper development, And directing all segments of society towards respect for public and personal freedoms, ideological pluralism, and acceptance of others.

Keywords: Alcoholic beverages, tourism, hotel education institutions, hospitality industry.