



برنامج الأمم المتحدة الإنمائي

مجلس النواب

الجمهورية اللبنانية  
مكتب وزير الدولة لشؤون التنمية الإدارية  
مركز مشاريع ودراسات القطاع العام

# القطاع السياحي في لبنان

سلسلة الملفات القطاعية (٤)

إعداد: رولا غره

مجلس النواب، أيلول ٢٠٠٠

المديرية العامة للدراسات و المعلومات / مشروع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي

LEB/99/008

## المحتوى

|    |  |
|----|--|
| ٣  | سلسلة الملفات القطاعية.....  |
| ٤  | القطاع السياحي.....  |
| ٥  | القسم الأول: واقع القطاع السياحي.....                                    |
| ٥  | ١-١-المؤسسات السياحية.....   |
| ١١ | ٢-١-السياح.....  |
| ١٤ | ٣-١-المردود الاقتصادي للسياحة.....                                       |
| ١٦ | ٤-١-مؤشرات ومقارنات إقليمية ودولية.....                                  |
| ١٧ | ٥-١-اليد العاملة في السياحة.....   |
| ٢٠ | ٦-١-مؤسسات الإعداد والتدريب.....   |
| ٢٣ | القسم الثاني: مشاكل القطاع السياحي.....                                  |
| ٢٣ | ١-٢-الضرائب والرسوم.....   |
| ٢٣ | ٢-٢-التعقيدات الإدارية في منح التأشيرات السياحية.....                    |
| ٢٤ | ٣-٢-اليد العاملة والضمان الاجتماعي.....                                  |
| ٢٤ | ٥-٢-ضعف الدعاية السياحية في الخارج.....                                  |
| ٢٥ | ٦-٢-عدم التنسيق الإقليمي: لبنان-سوريا-الأردن.....                        |
| ٢٦ | ٧-٢-عدم مرونة الأنظمة الإدارية.....                                      |
| ٢٦ | ٨-٢-مشاكل خاصة بالمطاعم وأماكن التسلية.....                              |
| ٢٧ | القسم الثالث: السياحة في مشروع الخطة الإنمائية الخماسية (٢٠٠٠-٢٠٠٤)..... |
| ٢٧ | ١-٣-أهداف ومراحل الخطة.....  |
| ٢٩ | ٢-٣-المخصصات المالية.....  |
| ٣٠ | القسم الرابع: الحلول والتوجهات العامة.....                               |
| ٣٣ | مراجع الدراسة.....   |

## سلسلة الملفات القطاعية

هي سلسلة من الملفات الهادفة، يعدها مركز التطوير البرلماني، داخل مجلس النواب اللبناني، لصالح اللجان النيابية وأعضائها، ووضعاً بتصرفهم مكملاً عن كل قطاع إنمائي، تتولى هذه اللجنة مناقشة مشاريع واقتراحات القوانين الخاصة به، مثل التربية والصحة والزراعة والسياحة والمياه والأشغال العامة، الخ.

ويهدف المركز، من خلال هذه السلسلة إلى تزويد اللجان النيابية بالمعلومات والمعطيات الأساسية المتعلقة بالقطاع والتي تشكل إطاراً لاتخاذ القرار من شأنه تسهيل عمل اللجان في مناقشة القضايا المعروضة عليها. ويتضمن كل ملف أربعة أقسام (١) تشخيص واقع القطاع من خلال مجموعة المؤشرات والمعطيات والأبحاث المتوافرة عنه (٢) استعراض المشاكل الرئيسية التي تواجه القطاع (٣) عرض قائمة المشاريع والاعتمادات الملحوظة في الخطة الإنمائية الخماسية (٢٠٠٠-٢٠٠٤) التي أعدها مجلس الإنماء والأعمار ووافق عليها مجلس الوزراء بتاريخ ٢٠٠٠/٥/١٧ (٤) التوجهات والاقتراحات العامة لتطوير القطاع ومعالجة قضاياها.

وقد أعدت هذه الملفات من منظور تخطيطي لرسم السياسات القطاعية، لذلك لم تتطرق عمداً إلى العديد من التفاصيل والتحليلات والتي يمكن العودة إليها، -إذا رغبت اللجنة البرلمانية المعنية بذلك- إلى قاعدة المعلومات في مركز التطوير البرلماني. واستند في إعداد هذه الملفات إلى الأبحاث والتقارير والإحصاءات المنشورة -أو قيد النشر- من قبل الوزارات والإدارات المعنية ومراكز الدراسات والمنظمات الدولية العاملة في لبنان.

## تمهيد

تهدف هذه الدراسة عن السياحة في لبنان إلى تشخيص واقع هذا القطاع وتحليل مشكلاته وقضاياها وتقديم توجيهات عامة آيلة إلى معالجتها من منظور تخطيطي لرسم السياسات العامة. ويشكل هذا الملف إطاراً عاماً يساعد لجنة السياحة النيابية على دراسة المشاريع والقضايا السياحية التي ستعرض عليها، خلال عملها التشريعي، ويحتوي على أربعة أقسام تتناول مجمل القطاع السياحي:

١. الأول، يتناول المؤشرات السياحية الأساسية في لبنان ومقارنتها بالمؤشرات العربية والدولية.
٢. الثاني، يتطرق في ضوء المؤشرات السياحية ودلالاتها إلى المشكلات والقضايا الأساسية التي تواجه قطاع السياحة في لبنان.
٣. الثالث، يستعرض الاعتمادات والمشاريع السياحية الواردة في الخطة الإنمائية الخماسية (٢٠٠٠-٢٠٠٤)، وإن كانت هذه الخطة ما زالت مشروعاً لم يدخل بعد عملياً حيز التنفيذ.
٤. الرابع، يتضمن مجموعة اقتراحات وتوجيهات عامة يؤدي اعتمادها إلى وضع المشكلات الرئيسية على طريق المعالجة.

اكتفي في هذا الملف بالتركيز، انطلاقاً من المؤشرات والمعلومات الكمية، على القضايا التي تتسم معالجتها بالأولوية والإلحاح. وأثبتت في نهاية الملف قائمة المراجع التي استند إليها في إعدادها.

## القسم الأول: واقع القطاع السياحي

يغطي القطاع السياحي اللبناني نسبة ٥ في المئة من الناتج المحلي القائم (GDP/PIB)، بعدما تصدر لأعوام سبقت الحرب، لائحة القطاعات الوطنية الأخرى من خلال مساهمة وصلت إلى نسبة ٢٢ في المئة من هذا الناتج. ورغم إطلاق شعارات التفاؤل حول موسم سياحي نشط فإن مجيء نصف مليون سائح السنة الماضية لا يوازي الآمال المعقودة على السياحة الوطنية وعلى الدور المستقبلي الذي تستطيع أن تؤديه في مجال إنعاش الحركة الاقتصادية، خصوصاً أن مقومات النجاح متوافرة، والخدمات السياحية متنوعة، الأمر الذي يخول لبنان الحصول على نسبة عالية من إجمالي الحركة السياحية في المنطقة. فكيف يمكن إعادة إدراج لبنان على خريطة السياحة الإقليمية؟

### ١-١-١-المؤسسات السياحية

#### ١-١-١-١-الفنادق

##### أ-أعداد الفنادق والأسرة

يبلغ عدد الفنادق العاملة في لبنان ٢٣٦ فندقاً بحسب إحصاءات وزارة السياحة (١٩٩٩) وقد شهد القطاع زيادة كبيرة في أعداد الفنادق الفخمة وخصوصاً في العاصمة بيروت حيث بلغ عدد الأسرة الجديدة حتى الآن ١٢٠٠٠ بكلفة وصلت إلى ٣٥٠ مليون دولار أمريكي.

بعد استقرار الوضع الأمني، أصبح لبنان الحلقة الأكثر جذباً في المنطقة لشبكات الفنادق العالمية، بدليل الهجمة منذ أعوام على القطاع الفندقي، حيث باتت معظم الفنادق الكبرى المرممة أو المعاد تأهيلها خاضعة لإدارة أبرز الشبكات العالمية بموجب عقود إدارة تمنح الشبكات فيها نسباً مئوية على حجم الأعمال (٢,٥ و٤ في المئة) وعلى الأرباح الإجمالية (٨ و١٢ في المئة) في مقابل وجود يمنح السياح الأجانب والعرب مزيداً من الثقة ببلد بدأ يستعيد موقعه على الخريطة السياحية. ويتمثل الجانب الإيجابي الأخر لوجود تلك الشبكات، في خططها التسويقية في الخارج، ومشاركتها في المعارض الدولية مما يساعده على طرح سياحة لبنان عالمياً وتوسيع إطار انتشارها. وتشارك هذه الشبكات الفندقية في الإدارة وإعادة تأهيل الكادرات البشرية وتدريبها وتطوير التجهيز وتقديم المساعدة التقنية في هذا المجال، بالإضافة إلى التسويق في الخارج.

وقد منحت خلال سنة ١٩٩٨ تسعة تراخيص نهائية لفنادق ومجمعات سياحية جديدة وحصل مسبح واحد على ترخيص نهائي. كما أعطيت ٢٨ موافقة مبدئية (مرحلة أولى) لإنشاء فنادق كبيرة وصغيرة ومجمعات سياحية: وبالتالي بلغ عدد الفنادق المرخصة في العام ١٩٩٩، من مختلف الفئات ٢٣٦ فندقاً توزعت على كافة المناطق: ٥٢ فندقاً في بيروت، ١٣٨ فندقاً في جبل لبنان، ٣٢ فندقاً في الشمال، ٩ فنادق في البقاع و٦ فنادق في الجنوب. أما مشاريع الشقق المفروشة فوصل عددها إلى ٥٨ مشروعاً هذا العام.

#### جدول رقم ١- تطور عدد الفنادق/المناطق

| المنطقة    | ١٩٩٥ | ١٩٩٦ | ١٩٩٧ | ١٩٩٨ |
|------------|------|------|------|------|
| بيروت      | ٣٧   | ٤١   | ٤٥   | ٥٠   |
| خارج بيروت | ١٥٤  | ١٥٨  | ١٥٨  | ١٦٤  |
| المجموع    | ١٩١  | ١٩٩  | ٢٠٣  | ٢١٤  |

المصدر: وزارة السياحة، دراسة القطاع السياحي، أيار ٢٠٠٠

#### جدول رقم ٢- تطور عدد الأسرة/المنطقة

| المنطقة    | ١٩٩٥  | ١٩٩٦  | ١٩٩٧  | ١٩٩٨  |
|------------|-------|-------|-------|-------|
| بيروت      | ٣٣٢٤  | ٤٢٦٩  | ٤٦٧٩  | ٥٦٩٦  |
| خارج بيروت | ١٢١٦٥ | ١٢٣٨٠ | ١٢٧٠٠ | ١٣٦٠٠ |
| المجموع    | ١٥٤٨٩ | ١٦٦٤٤ | ١٧٣٦٠ | ١٩٢٩٦ |

المصدر: وزارة السياحة، دراسة القطاع السياحي، أيار ٢٠٠٠

#### جدول رقم ٣- تطور عدد الفنادق/فئة

| الفئة   | ١٩٩٥ | ١٩٩٦ | ١٩٩٧ | ١٩٩٨ |
|---------|------|------|------|------|
| *٥      | ٥    | ٥    | ٦    | ٧    |
| *٤      | ٤٠   | ٤٥   | ٤٦   | ٥٣   |
| *٣      | ٤٩   | ٥٠   | ٥٢   | ٥٥   |
| *٢      | ٦٧   | ٦٩   | ٦٩   | ٦٩   |
| *١      | ٣٠   | ٣٠   | ٣٠   | ٣٠   |
| المجموع | ١٩١  | ١٩٩  | ٢٠٣  | ٢١٤  |

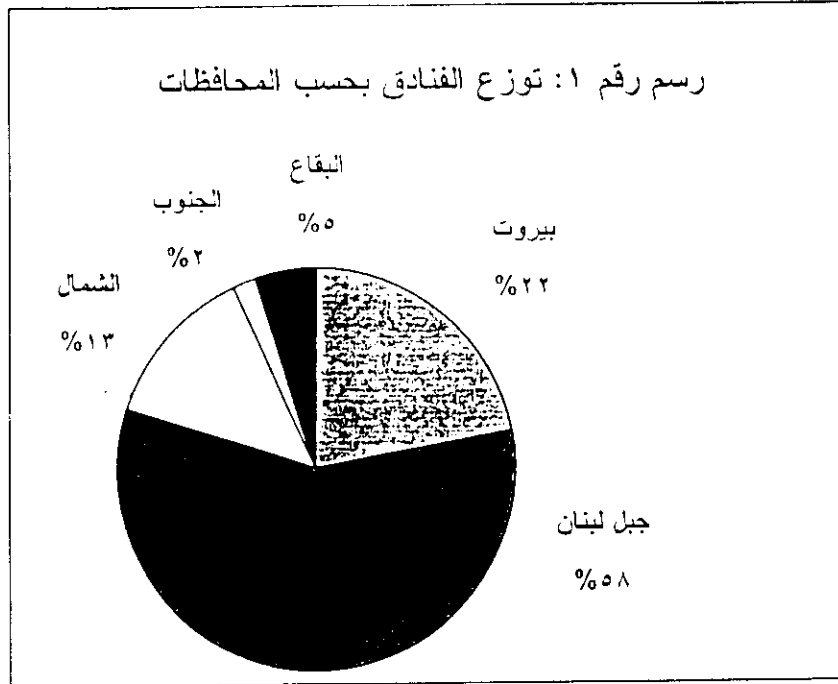
المصدر: وزارة السياحة، دراسة القطاع السياحي، أيار ٢٠٠٠

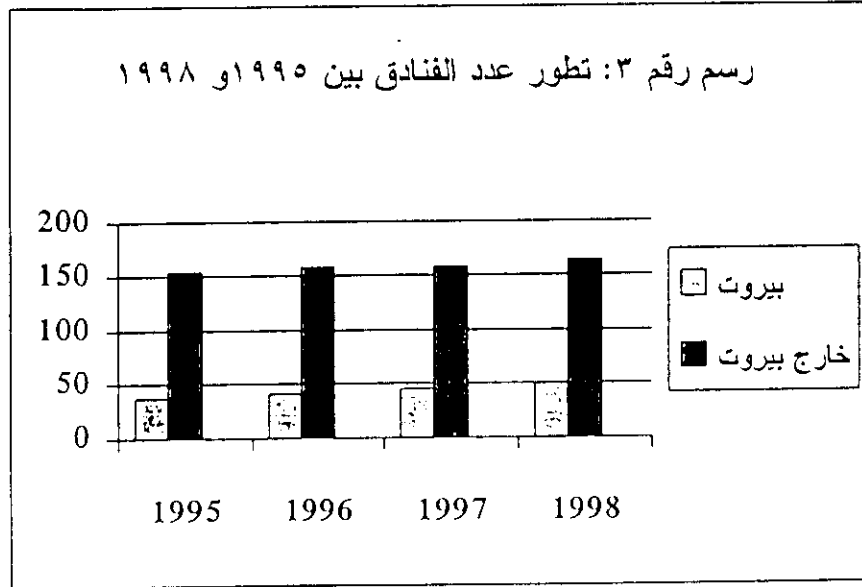
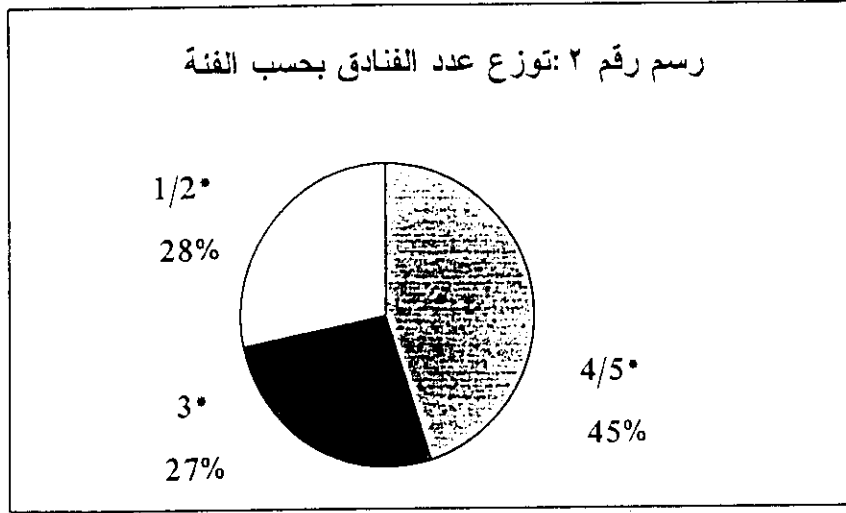
جدول رقم ٤- تطور عدد الأسرة/الفئة

| الفئة   | ١٩٩٥  | ١٩٩٦  | ١٩٩٧  | ١٩٩٨  |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| *٥      | ٩٨٤   | ٩٨٤   | ١٢٦٤  | ١٥٤٤  |
| *٤      | ٤٤٥٠  | ٥٤٦٠  | ٥٦٧٠  | ٧٠٦٧  |
| *٣      | ٤٤٥٨  | ٤٦٥٦  | ٤٨٩٦  | ٥١٣٦  |
| *٢      | ٤٢٦٩  | ٤٣٤٩  | ٤٣٤٩  | ٤٣٤٩  |
| *١      | ١٢٠٠  | ١٢٠٠  | ١٢٠٠  | ١٢٠٠  |
| المجموع | ١٥٤٨٩ | ١٦٦٤٤ | ١٧٣٦٠ | ١٩٢٩٦ |

المصدر: وزارة السياحة، دراسة القطاع السياحي، أيار ٢٠٠٠

ويتبين من الجدول السابق أن ٤٥ في المئة من الأسرة تدخل في فئة ال ٥\* وال ٤\*، ٢٧ في المئة في فئة ال ٣\* و ٢٨ في المئة في فئة ال ٢\* وال ١\*. ويكون توزيع الفنادق على المحافظات كالتالي: بيروت ٢٢ في المئة من الفنادق، جبل لبنان ٥٨ في المئة، الشمال ١٣ في المئة، البقاع ٥ في المئة، والجنوب ٢ في المئة.



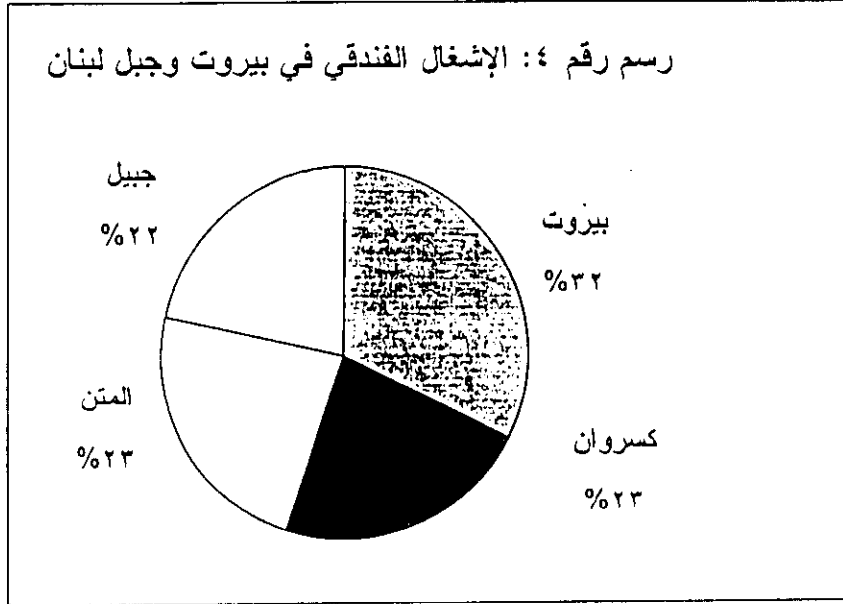


#### ب- عدد الغرف

يبلغ عدد الغرف المتوافرة في العام ١٩٩٩ نحو ١٢ ألفاً منها ٤٥٠٠ في بيروت وحدها. بالنسبة إلى معدل الإشغال في القطاع الفندقية، أوردت الإحصاءات أن المعدل السنوي في العام ١٩٩٩ سجل ٢٨،٥٤ في المئة، وتوزع وفق المناطق على النحو الآتي: بيروت ٣٧،٨٣ في المئة، كسروان ٢٦،٦٩ في المئة، المتن ٢٦،٦٩ في المئة وجبيل ٢٥،٢٦ في المئة (رسم رقم ٤). وقد اختلف معدل الإشغال خلال ١٩٩٩ في الفنادق بحسب درجاتها بين منطقة وأخرى، إذ احتلت الفنادق ذات الأربع نجوم المرتبة الأولى في مدينة بيروت، فبلغ المعدل لديها ٤١،٢٠ في المئة من إجمالي الحركة السنوية التي سجل معدلها الوسط ٣٧،٨٣ في المئة.



وفي كسروان برزت فئة فنادق الدرجة الأولى في المرتبة الأولى إذ بلغت نسبة شغلها ٧٥،٢١ في المئة، تلتها فنادق الأربع نجوم بمعدل إشغال وصل إلى ٤٢،٧٩ في المئة. أما في المتن فكانت الحصة الأكبر في معدل الإشغال لفنادق الثلاث نجوم ٢٦،٦٤ في المئة، وفي جبيل أيضاً كانت فنادق الثلاث نجوم في الموقع الأول إذ احتلت ٢٩،٩٦ في المئة من نسبة الإشغال في المنطقة.



#### ١-١-٢- المطاعم والمقاهي

بالرغم من كون ظاهرة المطاعم والمقاهي قد عمت لبنان في الأعوام الأخيرة، وتحديداً في مناطق العاصمة التي يكاد عددها يتجاوز السبعة آلاف، فإن عدد المطاعم المستفيدة من الحركة السياحية الخجولة يقف عند سقف الـ ١٥٠ مؤسسة، يتركز معظمها في بيروت والضواحي، وتحديداً في ضاحيتها الشمالية، علماً أن هناك نحو ٥٠٠ مطعم وملهى تعمل في نهاية الأسبوع فقط، فيما بقيت المطاعم المنتشرة في منتجعات الشمال (الأرز، بشري، ساحل طرابلس وزحلة) تنتظر موسم الصيف لتعوض ركود بقية اشهر السنة. وقد مُنح خلال العام ١٩٩٨، ٥٠ ترخيصاً نيائياً لمختلف أنواع المطاعم وأماكن التسلية، و١٥٧ موافقة مبدئية للإنشاء.

### ١-١-٣-وكالات السفر

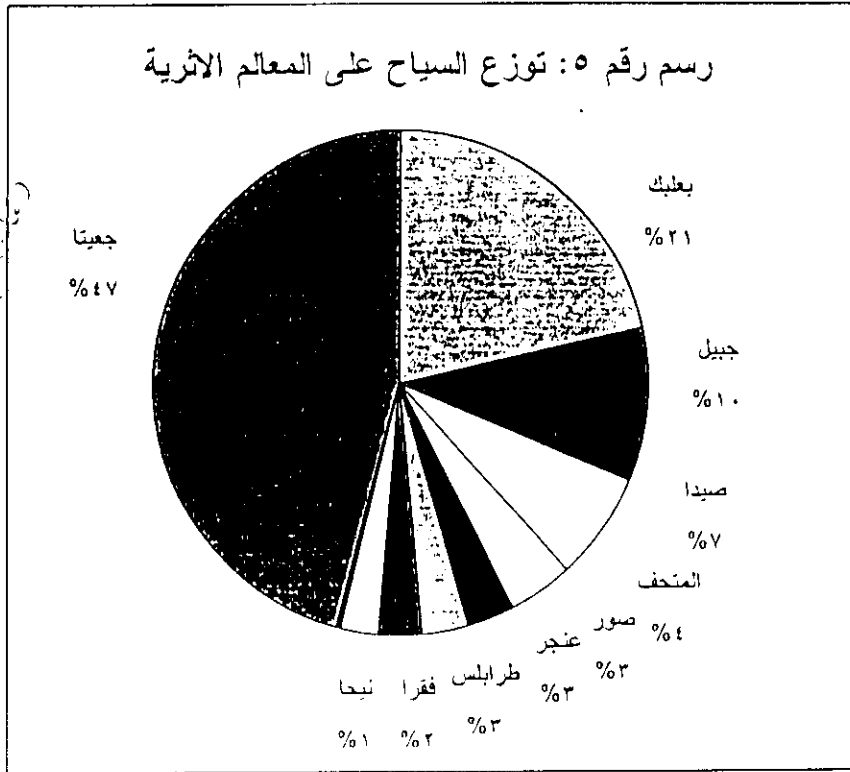
كانت وكالات السياحة والسفر اللبنانية تحتل المرتبة الأولى في المنطقة. ولكن مع تراكم الأزمات وتقلص الحركة السياحية، صارت تعاني اليوم مشكلات عديدة زادت تعقيداً بسبب عدم تطبيق بعض القوانين النافذة أصلاً. وهي قوانين تحمي عمل الوكالات، وتخفف عنها ضغط المنافسة غير الشرعية. منها القانون رقم ٤٢١٦ النافذ منذ العام ١٩٧٨ والذي يبيح لمكاتب السياحة والسفر وحدها أن تباع بطاقات السفر مع حسم، بينما نرى اليوم أن شركات الطيران تقدم حسوماً تصل إلى ٢٠ و ٣٠ في المئة. كذلك ينص القانون على أنه لا يحق لأحد أن ينظم رحلات سياحية لكن الفنادق وشركات الطيران وغيرها تقوم بهذا العمل. وهذا أمر غير قانوني ومضاربة غير شرعية: يتصل منظمو الرحلات مباشرةً بالفنادق دون العبور بمكتب للسياحة. ولا يطبق المرسوم ٤٢١٦ الذي ينص على التعامل مع مكتب للسياحة سواء بالنسبة للرحلات الداخلية أو الخارجية.

مع تحسن وضع السياحة في السنوات الأخيرة، شهدت وكالات السياحة والسفر حركة مهمة من خلال تنظيم الرحلات العديدة وخصوصاً للمجموعات. ولكن هذه الحركة ظلت محدودة في حين يتطلب توسع القطاع بذل جهود كبيرة. وإذا كانت الفنادق اللبنانية تعلق أهمية على دور الشبكات الفندقية العالمية، فإن مكاتب السياحة والسفر ترى فيه نشاطاً محدوداً ينحصر في جذب السائح المهتم أساساً بزيارة لبنان ولا يتعداه إلى أكثر من هذا الإطار، أي ما يعني أنه لا يتحول دوراً موسعاً يستهدف فئات جديدة من السياح. مما يؤكد على أهمية هذه الوكالات وضرورة دعمها لتلعب الدور الفعال المطلوب منها في القطاع السياحي. وقد بلغ مجموع التراخيص النهائية التي منحت لوكالات السفر والسياحة ومكاتب النقل السياحي وتأجير السيارات ٩ تراخيص خلال العام ١٩٩٨. في حين حصلت ٦٣ مؤسسة من هذا النوع على موافقة مبدئية للإنشاء.

### ١-١-٤-الأماكن الأثرية الطبيعية

يتمتع لبنان بمواقع أثرية وطبيعية عديدة، بعضها مستثمر للأغراض السياحية والبعض الآخر ما زال مهملًا. وأبرز المواقع التي يقصدها السياح هي: جعيتا، بعلبك، صيدا، صور، بيت الدين... وقد بلغت الحركة الإجمالية لتوزيع عدد السياح على المعالم الأثرية طوال سنة ١٩٩٩ في المناطق ٣٢٨ ألفاً و ١٣٣ سائحاً موزعة على تسع مناطق. ليبلغ المعدل الوسطي السنوي للحركة ٣٦ ألفاً و ٤٥ سائحاً. وجاءت بعلبك في المرتبة الأولى بين المناطق، إذ استقطبت طوال السنة انماضية ١٢٩ ألفاً و ١٠٠ سائح، تلتها مدينة

جيبيل ٦١ ألفاً و ٨٧٧ سائناً، ثم صيدا ٤١ ألفاً و ٤٧٩ سائناً فالمتحف الذي بلغ عدد زواره السياح ٢٦ ألفاً و ٢٠٨ سياح، وصور ١٨ ألفاً و ٨ سياح، وعنجر ١٧ ألفاً و ٧٠٤ سياح، وطرابلس ١٧ ألفاً و ٦٧٤ سائناً، وفقرا ١٤ ألفاً و ٤٠٦ سياح، ونيحا مع ألف و ٧٠٤ سياح. وقد استطاعت مغارة جعيتا وحدها استقطاب ٢٧٨ ألفاً و ٢٨٣ سائناً خلال عام ١٩٩٩ في مقابل ٢٢٦ ألفاً و ٧١١ سائناً، في ١٩٩٨، أي بزيادة طفيفة بلغت ٥١ ألفاً و ٥٧٢ سائناً ونسبتها ٢٢ في المئة. وقد زار جعيتا في آب ١٩٩٩ وحده، ٦٥ ألفاً، ونحو ٦١ ألفاً في تموز.



## ١-٢-١- السياح

### ١-٢-١- الأعداد والجنسيات

تجاوز عدد السياح في لبنان عام ١٩٩٩ سقف ال ٦٠٠ ألف وهو الرقم الأعلى المسجل بعد انتهاء الحرب، وتحديدًا منذ عام ١٩٩٢ الذي سجل فيه حوالي ٢٠٠ ألف سائح. وفي مقارنة سريعة بين العامين ١٩٩٨ و ١٩٩٩ يتبين أن الحركة السياحية تحسنت بنسبة ٦ في المئة. وقد احتل السياح العرب المرتبة الأولى عام ١٩٩٩. فبلغ

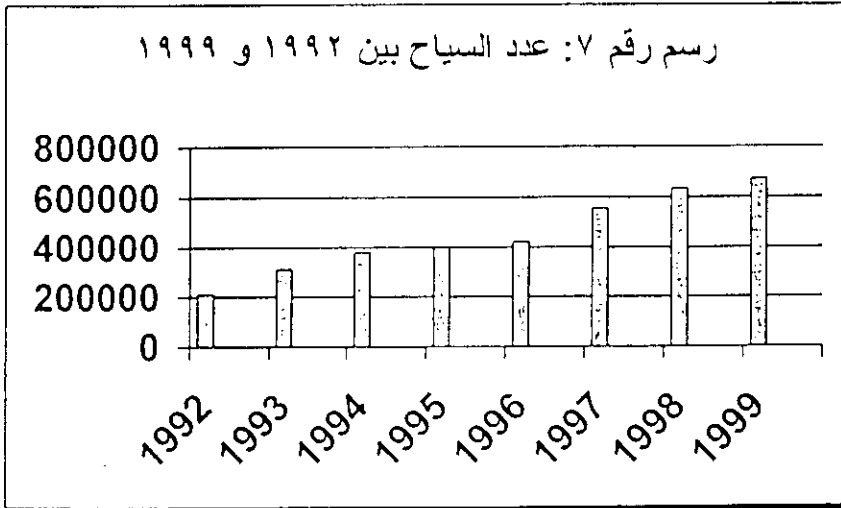
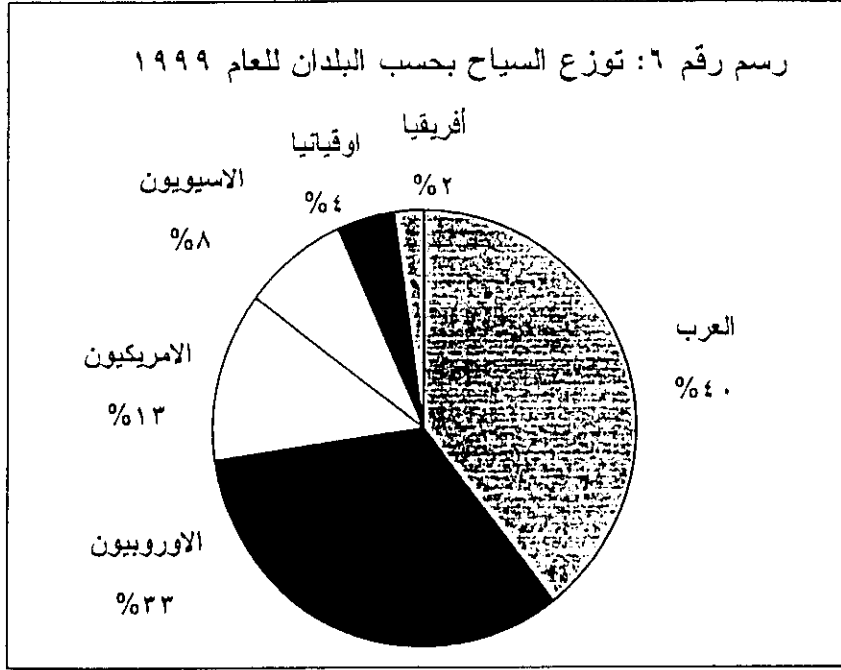
عدد هؤلاء ٢٦٥ ألفاً و ٥٨١ سائحاً، يليهم الأوروبيون مع ٢٢٣ ألفاً و ٨٥٣ سائحاً ثم الأمريكيون ٨٤ ألفاً و ٥١٦ سائحاً فالآسيويون ٥٤ ألفاً و ٣٤٩ سائحاً، فالوافدون من اوقيانيا ٢٨ ألفاً و ٧٣٣ سائحاً والقادمون من أفريقيا ١٥ ألفاً و ٧٢٩ سائحاً. وبشكل المغتربون اللبنانيون في الدول العربية والأوروبية نسبة كبيرة من عدد الوافدين إلى لبنان إلا إن عددهم الفعلي غير محدد (لا يعتبر سائحاً كل من يدخل الأراضي اللبنانية بجواز سفر لبناني حتى ولو كان يقيم في الخارج). أما فيما يخص السائحين العرب فمعظمهم من المملكة العربية السعودية، الأردن، الكويت، ومصر. وبالنسبة للأوروبيين تأتي في طليعة الدول فرنسا، تليها ألمانيا، بريطانيا ثم إيطاليا. وبحسب إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة (OMT) سوف يصل عدد السياح في العام ٢٠١٠ إلى ما يقارب مليون و ٥٠٠ ألف أي بزيادة نسبتها ٨ في المئة سنوياً. أما توقعات وزارة السياحة فتشير إلى زيادة مئوية تصل إلى حوالي ٩,٨ سنوياً حتى سنة ٢٠١٠.

أما توزيع السياح بحسب البلدان فهو كالتالي: (لا تشمل هذه الأرقام الوافدين اللبنانيين والسوريين)

جدول رقم ٥- توزيع السياح بحسب البلدان (بالآلاف)

| المنطقة          | ١٩٩٥    | ١٩٩٦    | ١٩٩٧    | ١٩٩٨    | الزيادة السنوية ٩٨/٩٧ |
|------------------|---------|---------|---------|---------|-----------------------|
| الاتحاد الأوروبي | ١١٠,٧٦٦ | ١٢٠,٣٥٦ | ١٤٤,٧٦٤ | ١٦٢,٩٥٣ | ١٢,٥%                 |
| باقي أوروبا      | ٣٢,٢٤١  | ٢٦,٤٠٤  | ٢٨,٦١٩  | ٣٥,٥٠٩  | ٢٤%                   |
| أمريكا           | ٥٠,٥٦٨  | ٤٦,٩١٧  | ٥٩,٤٨٦  | ٦٨,٢٧١  | ١٤,٧٧%                |
| أفريقيا          | ٥,٩٣٨   | ٦,٤٨٠   | ٨,٧٢٧   | ١٣,٢٤٧  | ٥١,٧٩%                |
| آسيا             | ٣٠,٥٣٨  | ٣٣,٦٧٦  | ٤٤,١٠٣  | ٥١,٥٩٦  | ١٦,٩٩%                |
| أستراليا         | ١٩,٣٩٩  | ٢٠,٢٣٨  | ٢٤,٤٩٨  | ٢٤,٩٥٢  | ١,٨٥%                 |
| الدول العربية    | ١٥١,٢٨٠ | ١٤٥,٦٢٠ | ٢١٧,٩٢٤ | ٢٤٥,٤٨١ | ١٢,٦٥%                |
| غيرها            |         | ٢٤,٣٠٩  | ٢٩,٤٤٧  | ٣١,٧٦٧  | ٧,٨٨%                 |
| مجموع الواصلين   | ٤٠٠,٧٣٠ | ٤٢٤,٠٠٠ | ٥٥٧,٥٦٨ | ٦٣٣,٧٧٦ | ١٣,١٣%                |

المصدر: أنطوان عكاوي، وزارة السياحة، دراسة القطاع السياحي، أيار ٢٠٠٠



#### ١-٢-٢-الفئات

يمكن تقسيم السياح الذين يزورون لبنان إلى ثلاث فئات هي التالية:

- الفئة الأولى تشمل السياح العرب الذين يجذبهم المناخ والبحر وسهولة العيش في لبنان. وهم يترددون إلى لبنان في فصل الصيف خصوصاً ويمكثون عدة أسابيع.
- تتألف الفئة الثانية من السياح الأجانب المقيمين في البلدان العربية وخصوصاً رجال الأعمال ومعدل مدة إقامتهم أسبوع.

-أما الفئة الثالثة فتضم الأوروبيين وتعتبر مدة إقامتهم قصيرة إذ أن معدلها لا يتجاوز الخمسة أيام.

يفتقد لبنان اليوم إلى سياحة المجموعات، ففي ظل الظروف التي مر بها لبنان لم يستطع وكلاء السفر تحمل مسؤولية مجموعات سياحية خصوصاً في بلد يتعرض للاعتداء الإسرائيلي.

تشكل سياحة الأعمال نسبة قدرها، ٥٢,٥ في المئة من السياحة عامةً بحسب إحصاءات وزارة السياحة، يليها زيارة المغتربين إلى الأهل والأصدقاء والزيارة بهدف قضاء العطلة على الشاطئ. أما السياحة الثقافية والدينية فهي تعتمد من قبل الأوروبيين الذين يزورون المنطقة ويدخل لبنان ضمن نطاق جولاتهم.

### ١-٣-١- المردود الاقتصادي للسياحة

#### ١-٣-١-١- الإنفاق

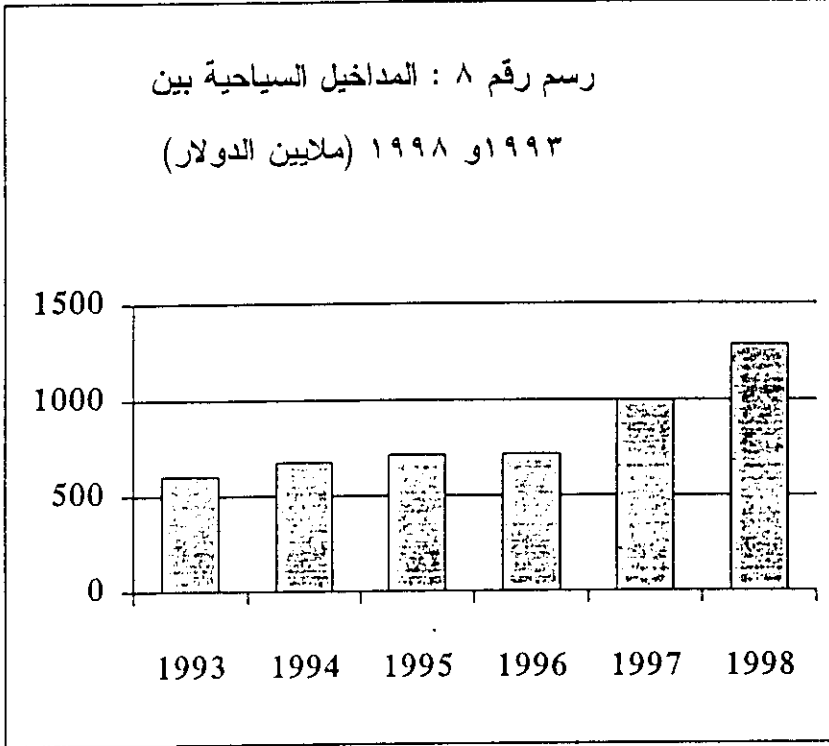
من خصائص السياحة في لبنان، ارتفاع مستوى الإنفاق بالنسبة للزائر. وقد احتل لبنان المرتبة الأولى في منطقة الشرق الأوسط فيما يخص الإنفاق للسائح الواحد.

#### جدول رقم ٦- عدد السياح والمردود الاقتصادي للسياحة

| ١٩٩٩ | ١٩٩٨ | ١٩٩٧ | ١٩٩٦ | ١٩٩٥ | ١٩٩٤ | ١٩٩٣ | ١٩٩٢ |                           |
|------|------|------|------|------|------|------|------|---------------------------|
| ٦٧٣  | ٦٣٢  | ٥٥٨  | ٤٢٤  | ٤٠٠  | ٣٨٠  | ٣١١  | ٢١٠  | عدد السياح (في الألف)     |
| ٦,٥  | ١٣,٣ | ٣١,٦ | ٥,٨- | ١٨,٤ | ٢٢,٢ | ٤٨,١ |      | نسبة التغيير السنوية %    |
|      | ١٢٨٥ | ١٠٠٠ | ٧١٥  | ٧١٠  | ٦٧٢  | ٦٠٠  |      | المداخيل (ملايين الدولار) |
|      | ٢٨,٥ | ٣٩,٩ | ٠,٧  | ٥,٧  | ١٢   | ٨,٩٥ |      | نسبة التغيير السنوية %    |

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة، ٢٠٠٠

رسم رقم ٨ : المداخل السياحية بين  
١٩٩٣ و ١٩٩٨ (ملايين الدولار)



### ١-٣-٢- تمويل السياحة

يعتبر تمويل هذا القطاع عبر الموازنة العامة ضعيفاً، إذ بلغت موازنة وزارة السياحة للعام ١٩٩٩ ١٨,١٢ مليون ليرة لبنانية فيما بلغت ١٠,٣٧ مليون ليرة أي بنسبة ٠,٢٥% من مجموع الموازنة العامة لسنة ١٩٩٨ مقابل ٠,٣٥% في العام ١٩٩٧. ولا يزال تمويل القطاع يعتمد بشكل أساسي على المصارف، إذ بلغ حجم التسليفات المصرفية للفنادق والمطاعم ٩٣١,٤٧٩ مليار ليرة لبنانية في نهاية كانون الأول ١٩٩٨، بزيادة قدرها ٣٠,٦٣% عن نهاية العام ١٩٩٧، وبانت تشكل ٢,٤٧% من مجموع التسليفات للقطاعات الاقتصادية. من جهة أخرى، بلغت قيمة قروض قطاع السياحة الحالية على تسهيلات في الاحتياطي الإلزامي خلال العام ١٩٩٨ ١٨,١٦ مليار ليرة، في حين أن القروض الممنوحة بالعملة الأجنبية والتي تتمتع بدعم الفوائد بلغت قيمتها ٢٢,٨٧ مليون دولار، أي ما يوازي ٣٤,٧٧ مليار ليرة. من الضروري إذاً تخصيص السياحة بنسبة أكبر من الموازنة العامة لتمكين من استعادة دورها في الاقتصاد العام.

## ١-٤- مؤشرات ومقارنات إقليمية ودولية

تشير دراسة "تنمية القوى العاملة في السياحة"<sup>١</sup> عن واقع الكلفة السياحية في لبنان إلى أن لبنان يأتي في المرتبة الثانية بعد دبي فيما يتعلق بتسعيرة أو كلفة الغرفة الواحدة في الفندق بسعر وسطي هو \$١٨٦ للسريير الواحد في فندق فخم. أما بالنسبة إلى أسعار الوجبات، فإن لبنان يحتل المرتبة الأولى بمعدل \$٣٢ للوجبة الواحدة وهو السعر الأعلى مقارنة بباقي دول المنطقة كدبي، مصر، قبرص، اليونان، الأردن، وسوريا.

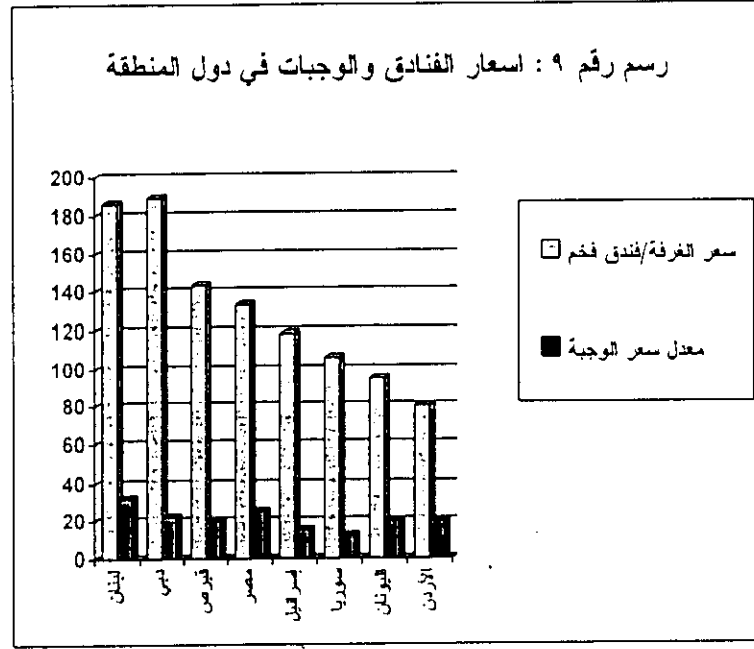
جدول رقم ٧- معدل أسعار الفنادق والوجبات في المنطقة

| البلد   | غرفة بسرير واحد في فندق فخم | معدل سعر الوجبة الواحدة |
|---------|-----------------------------|-------------------------|
| لبنان   | ١٨٦                         | ٣٢                      |
| دبي     | ١٨٩                         | ٢٢                      |
| قبرص    | ١٤٣                         | ٢٠                      |
| مصر     | ١٣٣                         | ٢٥                      |
| إسرائيل | ١١٨                         | ١٥                      |
| سوريا   | ١٠٦                         | ١٢                      |
| اليونان | ٩٥                          | ٢٠                      |
| الأردن  | ٨٠                          | ٢٠                      |

المصدر: تنمية القوى العاملة في السياحة، الجامعة اللبنانية الأمريكية وستندرد ريسرش انستيتيوت، ٢٠٠٠

<sup>١</sup> إعداد الجامعة النسائية الأمريكية وستندرد ريسرش انستيتيوت، بيروت، ٢٠٠٠





## ١-٥- اليد العاملة في السياحة

يعمل في القطاع السياحي في لبنان حوالي ٤٠٧٣٠ شخصاً بحسب إحصاءات العلم ١٩٩٨، أي بنسبة ٣ في المئة من اليد العاملة النشطة في لبنان.

يشهد القطاع السياحي حركة كبيرة في مجال توظيف يد عاملة إضافية في الاستعلامات والاستقبال بينما تتصف الوظائف الأخرى الإدارية بثبات عدد موظفيها. ويعتبر أصحاب هذه المؤسسات بأن موظفي الاستعلامات والاستقبالات لا يأتون سوى بقيمة مضافة ضئيلة على الخدمة المقدمة. ويحتاج الموظفون في هذا القطاع إلى دورات تدريبية تخولهم القيام بوظائفهم بطريقة أفضل وتسمح لهم بأن يلبيوا احتياجات السوق. بالنسبة للفنادق، لم يشهد عدد الموظفين تغيراً ملحوظاً بين العامين ١٩٩٥ و ٢٠٠٠. أما فيما يخص وكالات السفر فإنه من المتوقع زيادة عدد الوظائف بين العامين ٢٠٠٠ و ٢٠٠٥. علماً بأن نسبة هؤلاء قد ارتفعت فيما بين ١٩٩٥ و ٢٠٠٠. وتفيد نتائج الدراسة بأن ٤٢ في المئة من المؤسسات التي تم استجوابها قد خفضت عدد موظفيها خلال الخمس سنوات الأخيرة. أما المؤسسات الباقية فقد اعتمدت إما زيادة عدد موظفيها أو إبقاء هذا الأخير على حاله.

\* تنمية القوى العاملة في السياحة، الجامعة اللبنانية الأمريكية وسندارد ريسرش انستيتوت، بيروت، ٢٠٠٠.

في ما يتعلق بوسائل التوظيف، فإن هذه الأخيرة تختلف باختلاف نوع الوظيفة. يتم عادة اختيار الموظفين المتخرجين من المعاهد والمدارس التقنية لملء الوظائف الفنية أما بالنسبة للكوادر العليا فيتم استقطاب الموظفين العاملين في المؤسسات المنافسة في السوق. وتعتمد هذه الطريقة الأخيرة بشكل واسع نظراً لحاجة المؤسسات إلى توظيف أفراد يتمتعون بخبرات عالية في المجال الفندقي خصوصاً مع عودة شبكات الفنادق العالمية التي تعاني من صعوبات كبيرة في إيجاد يد عاملة مؤهلة ومدربة محلياً. ويعتبر الأمر كذلك بالنسبة لوكالات السفر التي تجد صعوبة في إيجاد موظفين أكفاء في مجالي الحجوزات والتسويق.

ويبين الجدول التالي أعداد الموظفين المتوقع دخولهم إلى القطاع السياحي حتى سنة ٢٠١٠ (وقد اعتمدت النسب التالية في حساب الوظائف):

الفنادق الفخمة: ١,٤ وظيفة/غرفة

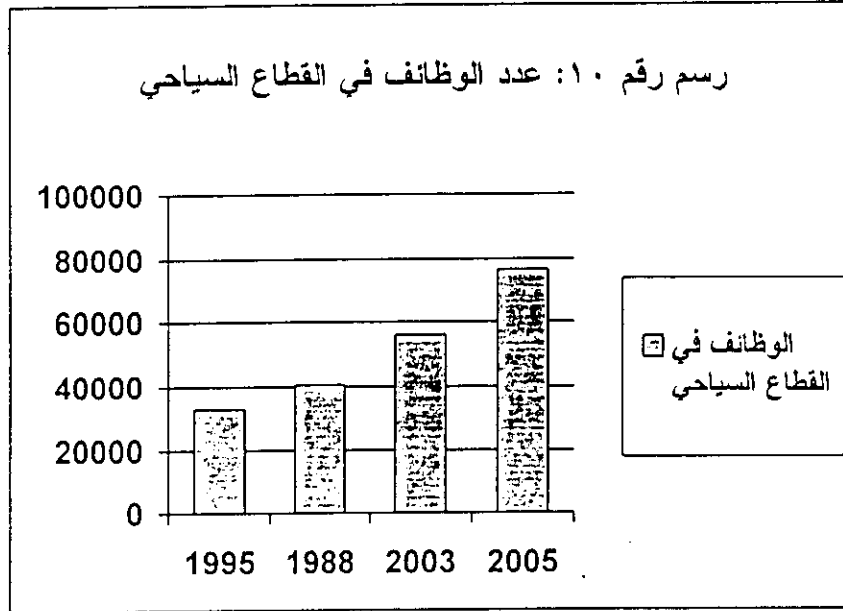
الفنادق المتوسطة: ١,٨ وظيفة/غرفة

الفنادق العادية: ٠,٤ وظيفة/غرفة

جدول رقم ٨ - الوظائف المتوقعة في القطاع السياحي حتى سنة ٢٠١٠

| الزيادة السنوية % | ٢٠١٠  | ٢٠٠٣  | ١٩٩٨  | ١٩٩٥  |              |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|--------------|
| ٧                 | ٢٢١١٠ | ١٥٦٧٠ | ٩٩٤٠  | ٨٠٠٠  | فنادق        |
| ١٠,٣              | ١٠٦٠٠ | ٦٧٠٠  | ٤٠١٠  | ٢٥٠٠  | أماكن إقامة  |
| ٣                 | ٣١٢٠  | ٢٦٩٠  | ٢٤٠٠  | ٢٠٠٠  | وكالات سفر   |
| ٨,٩               | ٣٦٠   | ٣١٠   | ٢٨٠   | ١٠٠   | دليل سياحي   |
|                   | ٢٧٠   | ١٧٠   | ٨٠    |       | وظائف مرتبطة |
| ٤,٧               | ٤٠٠٠٠ | ٣٠٤٠٠ | ٢٣٨٢٠ | ٢٠٠٠٠ | مطاعم        |
| ٠,٧               | ٢٠٠   | ٢٠٠   | ٢٠٠   | ١٨٠   | إدارة        |
| ٥,٨               | ٧٦٦٦٠ | ٥٦١٤٠ | ٤٠٧٣٠ | ٣٢٧٨٠ | المجموع      |

المصدر: تنمية القوى العاملة في السياحة، الجامعة اللبنانية الأمريكية وستنرد ريسرش انستيتوت، ٢٠٠٠



أما فيما يخص الوضع الحالي لموظفي المطاعم فإن ٦٠ في المئة منهم غير كفؤين و ٤٠ في المئة كفؤين وهم يتوزعون على الشكل التالي: ٣٠ في المئة مطبخ، ٤٠ في المئة استقبال و ٣٠ في المئة إدارة.

أما معدلات الأجور في القطاع السياحي فهي على الشكل الآتي:

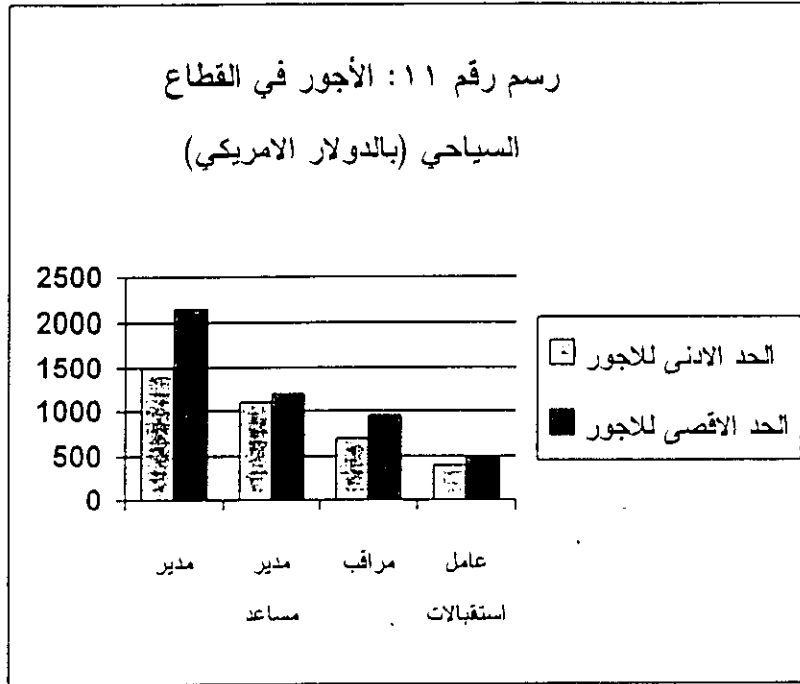
جدول رقم ٩- معدل الأجور في القطاع السياحي

| الوظيفة        | الحد الأدنى للأجور (بالدولار الأمريكي) | الحد الأقصى للأجور (بالدولار الأمريكي) |
|----------------|--|--|
| مدير           | ١٥٠٠                                   | ٢١٥٠                                   |
| مدير مساعد     | ١١٠٠                                   | ١٢٠٠                                   |
| مراقب          | ٧٠٠                                    | ٩٥٠                                    |
| عامل استقبالات | ٤٠٠                                    | ٥٠٠                                    |

المصدر: تنمية القوى العاملة في السياحة، الجامعة اللبنانية الأمريكية وستندرد ريسرش انستيتوت، ٢٠٠٠

# الجمهورية اللبنانية

مكتب وزير الدولة لشؤون التنمية الإدارية  
مركز مشاريع ودراسات القطاع العام



## ١-٦- مؤسسات الإعداد والتدريب (الجامعات والمعاهد والمدارس)

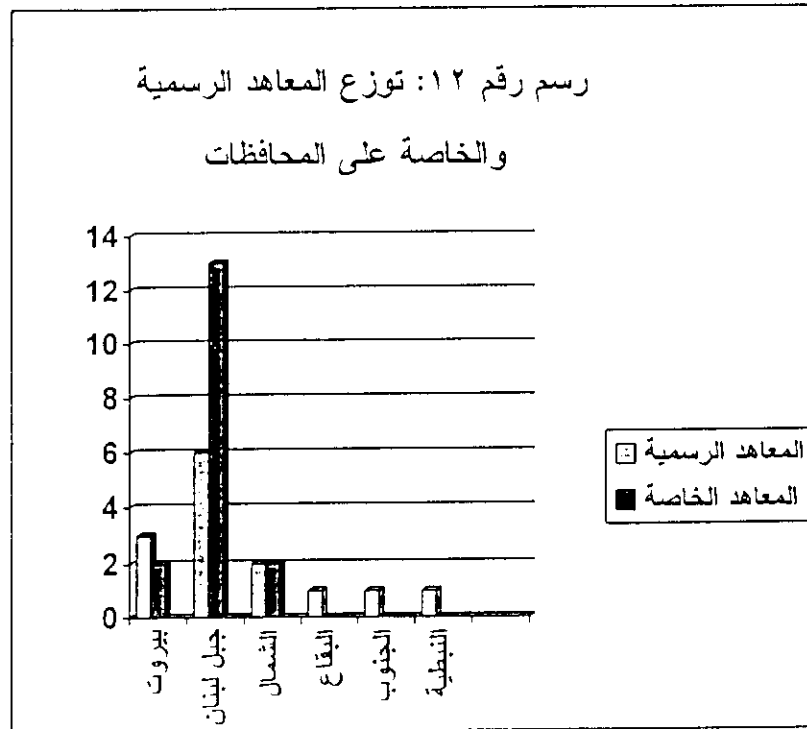
ازدادت في السنوات الأخيرة أعداد الجامعات والمعاهد والمدارس الفنية التي تدرس الاختصاصات الفندقية والسياحية. كما إن بعض هذه المؤسسات التعليمية قد وقّعت اتفاقات مع جامعات أجنبية (وبخاصة أمريكية) لمنح شهادات هذه الجامعات إلى الطلاب اللبنانيين الذين يتابعون دروسهم في لبنان. وقد بلغ عدد الجامعات التي تمنح شهادات في القطاع السياحي ست جامعات، فيما ارتفع عدد المعاهد والمدارس الفنية التي تدرس الاختصاصات الفندقية والسياحية إلى (٣١) معهداً ومدرسة. ويبين الجدولان ١٠ و ١١ توزيع هذه المؤسسات التعليمية. ويعتبر أصحاب المؤسسات السياحية أن خريجي المعاهد التقنية غير مؤهلين للعمل في القطاع السياحي إذ أن التعليم الذي يتلقونه لا يتناسب واحتياجات سوق العمل الحقيقية. بالرغم من زيادة عدد المعاهد التي تؤمن هذا النوع من التعليم فإن البرامج المعتمدة، أصبحت قديمة وتفتقد بشكل كبير إلى التطبيق العملي. ومن هنا فإن الهوة كبيرة جداً بين قدرات خريجي هذه المعاهد وحاجات سوق العمل الفعلية. تخرج المعاهد والمدارس ما يقارب ١٤٠٠ طالب بينما ستصل حاجة السوق المحلي خلال العشر سنوات القادمة إلى ما يقارب ٢٧٠٠ وظيفة.

أما فيما يخص وزارة السياحة فقد منحت هذه الأخيرة في العام ١٩٩٨ شهادات ل ٦٠ مرشداً سياحياً، كما حاز حوالي ٦٠ شخصاً على امتياز فني في العلوم السياحية من المعهد السياحي التابع للمديرية العامة للتعليم المهني والتقني. كما أعطيت هذا العام تراخيص لخمسة معاهد للتعليم السياحي.

#### جدول رقم ١٠- توزيع المعاهد بحسب المحافظات

| المحافظة  | المعاهد الرسمية | المعاهد الخاصة | المجموع |
|-----------|-----------------|----------------|---------|
| بيروت     | ٣               | ٢              | ٥       |
| جبل لبنان | ٦               | ١٣             | ١٩      |
| الشمال    | ٢               | ٢              | ٤       |
| البقاع    | ١               | ٠              | ١       |
| الجنوب    | ١               | ٠              | ١       |
| النبطية   | ١               | ٠              | ١       |
| المجموع   | ١٤              | ١٧             | ٣١      |

المصدر: وزارة التعليم المهني والتقني، ١٩٩٨



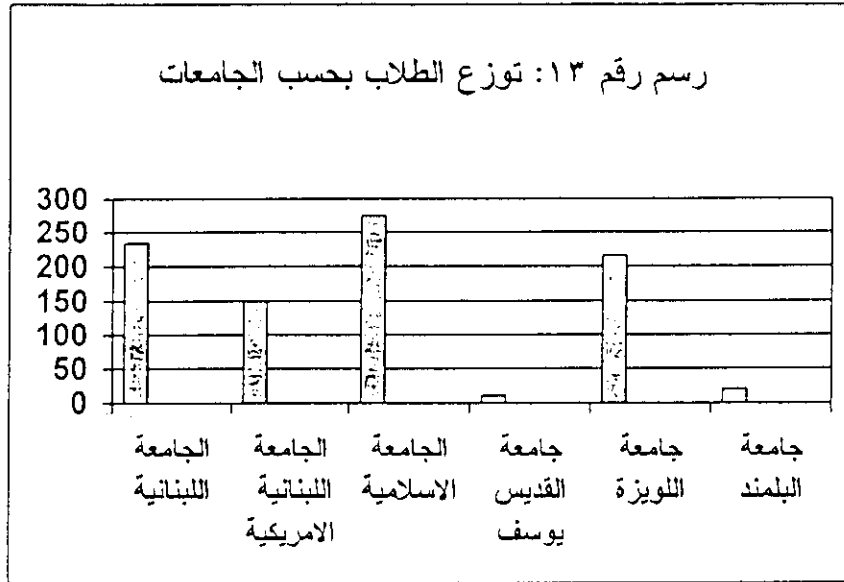
أما فيما يخص الجامعات فيتوزع الطلاب على الجامعات العاملة في لبنان بحسب الاختصاصات على الشكل التالي:

جدول رقم ١١- توزيع طلاب القطاع السياحي على الجامعات بحسب الاختصاصات

| الجامعة                     | الاختصاص             | عدد الطلاب |
|-----------------------------|----------------------|------------|
| الجامعة اللبنانية           | سياحة                | ٢٣٤        |
| الجامعة اللبنانية الأمريكية | إدارة فندقية         | ١٥٠        |
| الجامعة الإسلامية           | إدارة فندقية         | ٢٧٥        |
| جامعة القديس يوسف           | فنادق وسياحة         | ١١         |
| جامعة اللوزة                | إدارة فندقية وسياحة  | ٢١٦        |
| جامعة البلمند               | سياحة و إدارة فندقية | ٢٠         |
| المجموع                     |                      | ٩٠٧        |

المصدر: تنمية القوى العاملة في السياحة، الجامعة اللبنانية الأمريكية وستندرد ريسرش انستيتوت، ٢٠٠٠

إذا تم تقسيم عدد الطلاب الإجمالي على عدد سنوات الدراسة (أي ٤ سنوات) يتبين أن عدد المتخرجين قد يصل إلى حوالي ٢٢٥ سنوياً.



## القسم الثاني: مشاكل القطاع السياحي

يعاني القطاع السياحي في لبنان من مشاكل عديدة يتلخص أبرزها فيما يلي:

### ٢-١- الضرائب والرسوم

تفرض الدولة ضرائب كثيرة تثقل كاهل المؤسسات السياحية، كالفوائد المترتبة على الاستثمار والكهرباء وضرائب مباشرة على الفنادق والمطاعم والمقاهي. يعتبر لبنان أعلى بلد في العالم لجهة رسم الخروج من المطار الذي يبلغ ٥٠ ألف ليرة لبنانية للدرجة السياحية، و٧٠ ألف ليرة لبنانية لدرجة رجال الأعمال و١٠٠ ألف للدرجة الأولى تحسب طبعاً ضمن تذكرة السفر إضافة إلى زيادة ٥ آلاف ليرة لبنانية على كل درجة ضريبة لتأهيل الملاعب الرياضية من أجل الدورة الآسيوية فضلاً عن ضريبة المطاعم ٥ في المئة، وضريبة ال ١٦ في المئة، وضريبة ال ١٠ دولارات على الفنادق خلال دورة آسيا، وهذه كلها تحارب السياحة ولا تشجعها وبالتالي فإن السائح بات يفضل أن يمضي يوماً واحداً في لبنان وبقية الأسبوع في الدول المجاورة، إذ أن خدماتها أرخص. يضاف إلى أن سعر التأشيرة (الفيزا) إلى لبنان تبلغ ٣٥ دولاراً وهو من أعلى الأسعار في العالم في حين يبلغ سعر التأشيرة إلى تونس مثلاً ١٠ دولارات.

### ٢-٢- التعقيدات الإدارية في منح التأشيرات السياحية

من أهم المشاكل التي تواجه القطاع السياحي، صعوبة الحصول على تأشيرات دخول إلى لبنان. فأن الحصول على تأشيرة يتطلب وقتاً كبيراً مما يؤثر على قرار السياح بالسفر. وهناك أيضاً جنسيات يمنع دخولها إلى لبنان وهذا المنع يؤثر سلباً على السياحة كالفلسطينيين مثلاً والمصريين مما يحد من مجيء كثير من العائلات والأفراد الذين يحبون السياحة في لبنان. وهناك تشدد أيضاً على دخول العمالة من أوروبا الشرقية. وإذا نظرنا إلى القوانين والتشريعات والتسهيلات التي تقدمها البلدان السياحية المجاورة مثل سوريا، مصر وقبرص يتبين لنا ضرورة مجازاة هذه البلدان في تطوير التشريعات وزيادة التسهيلات لكي يتمكن لبنان من المنافسة سياحياً، فسوريا مثلاً تمكن السياح العرب من الدخول إليها من دون تأشيرة وهذه خطوة نوعية ترفع من عدد السياح، فقرار السفر

وخصوصاً للسياح العرب يحصل خلال ساعات وحينما لا يملك لبنان التسهيلات اللازمة لدخولهم يتوجه السياح إلى البلدان التي يسهل الدخول إليها.

## ٢-٣- اليد العاملة والضمان الاجتماعي

يعاني القطاع السياحي من عدم كفاية اليد العاملة فيه يضاف إلى ذلك عدم ملائمة الكفاءات الموجودة لاحتياجات السوق. وتعتبر الكلفة التي يتحملها القطاع مرتفعة فيما يتعلق بالأجور لا سيما وأن كلفة الضمان الاجتماعي على المستثمرين تبلغ ٣٨,٥ في المئة من راتب الموظف مع التأكيد أنه لا يسد حاجاته بل يحتاج إلى عقد تأمين إضافي لأن الضمان لا يكفل الإصابات خلال دوام العمل. كل هذه العوامل تدفع أصحاب المؤسسات السياحية إلى توظيف يد عاملة أجنبية إذ أن كلفتها أقل علماً أن كلفة العامل في الدول المحيطة أقل ٥٠ في المئة من لبنان.

## ٢-٤- ارتفاع الكلفة السياحية

يشكل ارتفاع الكلفة السياحية عائقاً تنافسياً من الضروري معالجته لضمان وصول السائح إلى بيروت بأقل كلفة قبل دراسة تفاصيل تنظيم السياحة على الأرض بأفضل معدل نوعية/سعر إن لجهة الفنادق أو المطاعم التي تعاني كلفة اليد العاملة والمواد الاستهلاكية مما يحول دون تمكّنها من تحريك أسعارها انخفاضاً، ويبقى الرهان وسط بلدان المنطقة التي تنخفض فيها كلفة اليد العاملة والمواد الأولية.

أما بالنسبة لأسعار الفنادق فإن هذه الأخيرة تعتمد سياسة تخفيض لأسعارها إلى أقصى درجة ممكنة، لجذب السياح، وقد انخفضت الأسعار نحو ٥٠ في المئة في السنوات الأخيرة.

## ٢-٥- ضعف الدعاية السياحية في الخارج

من أبرز المشكلات التي تعاني منها السياحة ضعف الدعاية السياحية. لذلك، من الضروري تطوير أساليب التسويق السياحي لتسهيل على وكالات السفر تنظيم مجموعات سياحية إلى لبنان بشكل دائم. وتقوم نقابة الفنادق اليوم بدور توجيبي وتخطيطي لهذا القطاع ولكنها لا تملك ميزانية مالية كافية لتنفيذ أي خطة سياحية إعلامية كانت أو توجيبيية.



وتحتاج السياحة في لبنان بشكل عام والقطاع الفندقية بشكل خاص إلى عمل مدروس ومخططات مبنية على الإحصاءات والأرقام من جميع الأطراف والمستويات الحكومية. فالسياحة بحاجة إلى حملة إعلامية وإعلانية واسعة في الداخل وفي الخارج لنزع الصورة الدولية التي أخذت عن لبنان أبان الحرب واستبدالها بصورة لبنان السلام ولبنان السياحة والجمال وهذا يتطلب تحركاً على كافة الأصعدة بالإضافة إلى السفارات في الخارج.

## ٢-٦- عدم التنسيق الإقليمي: لبنان-سوريا-الأردن

يشكل لبنان وسوريا إقليماً سياحياً واحداً يضاف إليهما الأردن لأن السائح الأجنبي لا سيما القادم من مسافات بعيدة مثل أمريكا وأوروبا، يرغب في رؤية أكبر قدر ممكن من المناطق والمهرجانات، ويمارس أوسع نشاطات قد يحصل عليها، لذلك يعتبر التكامل بين البلدان الثلاثة فرصة ذهبية للسائح ليصبح الإقليم مقصداً مميّزاً. ويقدم هذا الأخير تلونساً بالمنتج السياحي يشكل عنصراً مشتركاً بين الدول الثلاث. يسعى لبنان وسوريا إلى تفعيل التعاون السياحي بعد أن أقرت لجنة المتابعة المشتركة في اجتماعها الأخير في شهر تموز من هذا العام تأليف سبع لجان مهمتها تنسيق التشريعات السياحية وتفعيل الترويج السياحي المشترك، والاهتمام بالتأهيل والتدريب والاستثمار والنقل السياحي والتخطيط والإحصاء والمعلوماتية.

ويشدد المعنيون بالقطاع على أن الإجراء الأهم الذي يجب اتخاذه هو توحيد تأشيرة الدخول إلى البلدين، وتسهيل تبادل السياح بينهما. وتخطو سوريا اليوم خطوات هامة على صعيد تطوير منشأتها السياحية من فنادق ومطاعم لكي تتمكن من استقطاب ٥ ملايين سائح بحلول عام ٢٠٠٥، ما يعني أن تكامل البلدين وتعاونهما في المرحلة المقبلة قد يمكن من أن يعيد للسياحة دورها الأساسي في اقتصاد البلدين، على أن تكون سياحة تكاملية وغير تنافسية. علماً بأن نسبة كبيرة من السوريين يزورون لبنان سنوياً، وعدداً كبيراً من اللبنانيين يزورون سوريا لذلك من الضروري تفعيل هذا التبادل وتطوير السياحة البيئية.

## ٢-٧- عدم مرونة الأنظمة الإدارية

لا تراعي بعض القوانين المرونة اللازمة في التعاطي مع السياح. فمثلاً تشير الأنظمة المرعية الإجراء إلى إمكان الحصول على تأشيرة دخول لكل مجموعة سياحية تتألف من ٨ أشخاص وأكثر. ولكن يحدث في أحيان كثيرة الحجز لهذه المجموعة، إلا أن أحد أفرادها يتخلف في اللحظة الأخيرة، ولا يصل إلى المطار مع الباقين. فهل يعني هذا إلغاء الرحلة للسياح السبعة الباقين، ومنع دخولهم البلاد؟

ولا تطبق بعض القوانين النافذة وهي قوانين تحمي عمل الوكالات، وتخفف عنها ضغط المنافسة غير الشرعية. منها القانون رقم ٢١٦؛ النافذ منذ العام ١٩٧٨ والذي يبيح لمكاتب السياحة والسفر وحدها أن تبيع بطاقات السفر مع حجوم، بينما نرى اليوم شركات الطيران تقدم حجوماً تصل إلى ٢٠ و ٣٠ في المئة وهذا غير قانوني. كذلك ينص القانون على أنه لا يحق لأحد أن ينظم رحلات سياحية (الفنادق وشركات الطيران وغيرها) إذ أن في ذلك مضاربة غير شرعية ولكن نجد أن هذه المؤسسات تقوم بتنظيم رحلات دون أي رادع.

## ٢-٨- مشاكل خاصة بالمطاعم وأماكن التسلية

بالإضافة إلى المشاكل العامة التي تواجه القطاع السياحي هنالك بعض المشاكل الخاصة التي تخص المطاعم وأماكن التسلية ومن أبرزها:

- ١- تجاوز عدد المطاعم والمقاهي والملاهي قدرة استيعاب السوق،
- ٢- تركيز هذه المؤسسات في عدد محدود من المناطق في حين أن مناطق أخرى تعاني نقصاً على هذا الصعيد،
- ٣- افتقار القطاع إلى يد عاملة كفؤة بسبب الهجرة إلى البلدان العربية، بالإضافة إلى عدم تلبية عدد المتخرجين من المدرسة الفندقية الحاجة المترابدة في هذا القطاع.

اتخذت الخطة الخماسية بما أقرته بخصوص القطاع السياحي حيزاً هاماً في أواسط القطاع والخدمات المنبثقة والمتنوعة منه. وقد تناولت الخطة الخماسية (٢٠٠٠-٢٠٠٤) تحليلاً لوضع القطاع السياحي وإعلان الأهداف والأساليب التي من شأنها تحقيق نمو سنوي نسبته ١٦ في المئة يسمح له المساهمة بنسبة ١٥ في المئة في الناتج المحلي القائم في خلال السنوات الخمس المقبلة.

### ٣-١- أهداف ومراحل الخطة

لتحقيق ما سبق ذكره عمدت الخطة الخماسية إلى تحقيق الأهداف التالية:  
١) مضاعفة عدد السياح ليصل إلى معدل ١,٢٩ مليون سائح سنوياً، أو ٢) مضاعفة إنفاق السائح الفرد بحيث يرتفع من ٢١٦٨ دولاراً أمريكياً سنوياً إلى ٤٦٥٩ دولاراً أمريكياً في العام ٢٠٠٤.

وبين الخيارين تبدو إمكانيات الخيار الأول أفضل، على أساس خطة أو برنامج معين مما يحصر هدف الخطة الخماسية في مضاعفة عدد السياح، وتقتصر الخطة التوجه إلى فئات معينة من السياح، أبرزها: السياح العرب، المغتربون اللبنانيون، السياح من البلدان المجاورة والأجانب. ويتبين من أرقام عامي ١٩٩٧ و١٩٩٨ النمو في المداخل السياحية بنسبة ٣٣ في المئة على إن هذا النمو مصدره زيادة الإنفاق اليومي بمعدل ٢٣,٧ في المئة، أكثر من نمو عدد السياح ومعدله ٧,٥ في المئة أو تحديد فترة الإقامة في لبنان بمعدل ١,٨ في المئة، إلا أن هذه الزيادة في الإنفاق اليوم تعود أسبابها إلى ارتفاع الأسعار، وهدف الاستراتيجية المعتمدة هو زيادة عدد السياح المنتمين إلى الفئات المذكورة. خصوصاً أن هذه الفئات تتسم بمعدلات إنفاق يومية مرتفعة تساهم في تحفيز الاستهلاك والطلب في شكل عام مما يحث على زيادة الإنتاج وتنشيط الحركة الاقتصادية فيؤثر إيجاباً على مختلف القطاعات والمؤشرات الاقتصادية في البلد. هناك أيضاً إمكانيات زيادة مستوى الإنفاق اليومي للسياح إذ تمكن لبنان من الاستمرار في تقديم مؤشر جيد لمعادلاتي النوعية/الكلفة والنوعية/السعر مع التركيز على حاجات الفئات المذكورة.

وفي ما يتعلق بفئات السياح، فمنهم من بلدان الخليج يَتميزون بقدرة شرائية مرتفعة، وزياراتهم إلى لبنان كثيرة وفترات أقامتهم طويلة، وتحسن هذه الفئات التوفيق بين زيارة العمل التي تشمل التجارة أو الخدمات المصرفية وبين الزيارة السياحية بما تشمل من زيارة الأماكن الأثرية والمؤسسات السياحية والمواقع الطبيعية التي تمتاز بالمراكز السياحية من فنادق، مطاعم، ملاه، ونواد.

لذلك شددت الخطة الخماسية على ضرورة استقطاب هذه الشريحة من خلال سياسة تسويقية نشطة ويجدر أيضاً الاهتمام بأربع مجموعات فرعية هي: الأجانب المقيمون في المنطقة، القادمون من البلدان المجاورة، الخليجيون والمهاجرون اللبنانيون. يشكل الأجانب المقيمون في المنطقة إحدى الشرائح الهامة وهناك حوالي خمسة ملايين "أجنبي غربي" في منطقة الشرق الأوسط. وبما أن أهداف الخطة الخماسية المقبلة تشير إلى حاجة لبنان إلى استقطاب حوالي ١,٢٩ مليون سائح بمعدلات الإنفاق وطول الإقامة الحاليين، ثمة إمكانيّة كبرى لتحقيق مردود أكبر من هذه الشريحة عبر التسويق الموجه والناجح للخدمات الفريدة التي يوفرها لبنان: الترفيه/الجبل/التزلج. ومن هنا يمكن لهذه الشريحة أن تحدّ من الموسميّة العالية التي يَتميز بها قطاع السياحة في لبنان من خلال توفير مصدر ثابت لِقُدوم السياح في فصل الشتاء. والخيار الاستراتيجي الذي يقضي بالتركيز على هذه الشرائح يعني أن يترجع الاهتمام باستقطاب الشرائح الأخرى الأقل إغراء في هذه المرحلة بالذات.

يستدعي استقبال مختلف الفئات المذكورة من السياح تأمين المناخ والخدمات المناسبة والتنسيق بين النشاطات السياحية في القطاع، من الفنادق إلى المطاعم وشركات الطيران، ووكالات السفر ووكالات تأجير السيارات... من هنا يجب استحداث آلية تنسيق وتواصل ما بين مختلف مرافق هذه الصناعة (التي أطلق عليها اسم "العنقود")<sup>٢</sup>. ولبلوغ هذه الأهداف اقترحت الخطة الخماسية إنشاء مجلس للمنافسة السياحية يضم أبرز العملاء السياحيين وممثلي الدولة ومن شأنه العمل على جذب السياح ودراسة إمكانات الاستجابة لحاجتهم.

يشمل عنقود السياحة العديد من القطاعات الاقتصادية المختلفة ولكل من هذه الأخيرة دور في إنجاح تجربة السائح في لبنان. تتوقف القدرة على تقديم خدمات غير منقوصة إلى

<sup>٢</sup> المجموعة الإناحية المترابطة السياحية

الزبون بمدى القدرة على التعاون بين الصناعات المترابطة والمساندة أي فهم دور "عنقود السياحة" في وضع استراتيجية سياحية ناجحة. وبما أن شرائح السياح المحتملين تضم أشخاصاً أثرياء لديهم خيارات سياحية متعددة فإن من الأهمية بمكان أن يحتل لبنان مركزاً مناسباً على خريطة السياحة في العالم وأن يقوم بالتسويق الناجح لقطاع السياحة.

ومن المتوقع أن تكون نتائج تطبيق الخطة الخماسية على القطاع السياحي على النحو التالي: اتخاذ مبادرات لتقوية عنقود السياحة ووضع دراسات حول الفرص المتاحة أمام عنقود السياحة اللبناني لاحتلال المركز المناسب الذي يوصله إلى الزبائن، واتخاذ مبادرات لتشجيع السياحة، وتمكين أصحاب الفنادق وغيرهم من العاملين في القطاع السياحي من الحصول على الرساميل، وتحسين أوضاع المواقع السياحية الأساسية، ووضع دراسات جدوى حول افتتاح مواقع جديدة.

ومن الطبيعي أن يسهم تنفيذ الخطة الخماسية في ما يتعلق بتطوير القطاعات الاجتماعية والخدمات، وقطاعات البنية الإنشائية والقطاعات الإنتاجية وبرامج دعم القدرة التنافسية للقطاع الخاص بتطوير القطاع السياحي نظراً لارتباط السياحة بهذه القطاعات.

### ٣-٢- المخصصات المالية

خصصت الخطة للقطاعات الإنتاجية وبرامج دعم القدرة التنافسية للقطاع الخاص نسبة ١٩% من الإنفاق الإجمالي المقرر. أما المخصصات السياحية فقد بلغت قيمتها ١٢٠,٩٧٣,٠٠٠ دولار أمريكي أي ما نسبته ٢% من مجموع الإنفاق الإجمالي للخطة، يتوقع أن ينفق منها خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠٠٤) ١١٣,١٧٣,٠٠٠ دولار أمريكي أي ما نسبته حوالي ٢% من مجموع الإنفاق القطاعي على مدى السنوات الخمس في الخطة الخماسية (٢٠٠٠-٢٠٠٤).

## الحلول والتوجهات العامة

لم يسمح الوضع السياسي في الشرق الأوسط للسياحة أن تتطور بنفس النسب التي تطورت بها في مناطق أخرى من العالم. وقد يتأثر مستقبل السياحة بعوامل داخلية وإقليمية عديدة. ومن المتوقع أن يحتل لبنان في السنوات القادمة موقعاً سياحياً مهماً في الشرق الأوسط نظراً للطلب المتزايد وخصوصاً من قبل السياح العرب الذين يبدون اهتماماً كبيراً بقضاء العطل في لبنان. ويعتبر الأمر كذلك بالنسبة للأوروبيين وغيرهم من الشعوب الممكن جذبهم بما يملك لبنان من مميزات سياحية. وقد يكون تطوير البنية التحتية، وقِيام عدد كبير من الفنادق بالإضافة إلى إعادة افتتاح مطار بيروت الدولي، المدخل لسياحة متطورة تأتي بثمار كبيرة من ناحية المداخل، تسريع العجلة الاقتصادية، وزيادة مساهمة السياحة في الناتج المحلي بالإضافة إلى خلق فرص عمل وتحسين صورة لبنان على المستوى العالمي.

وقد اعتمدت الدولة سياسة تطوير السياحة من خلال القيام ببعض النشاطات التطويرية. لجأت وزارة السياحة بالتعاون مع القطاع الخاص إلى تسويق الخدمات السياحية اللبنانية وترويج السياحة في لبنان، وشاركت لهذه الغاية بالمعارض الدولية وعقدت الاتفاقات الثنائية لتشجيع التبادل السياحي مع عدد من البلدان. وقد شهد العام ١٩٩٨ توقيع اتفاقيات للتعاون السياحي مع كل من روسيا وتونس بغية تشجيع التبادل والتعاون السياحي وتسهيل الإجراءات.

من جهة أخرى، سجل لبنان اشتراكه سنة ١٩٩٩ في معارض دولية عديدة بهدف تسويق منتجاته السياحية والترويج للسياحة في لبنان، أهمها:

- بورصة السياحة الدولية في ميلان.
- بورصة السياحة الدولية في برلين.
- المعرض العالمي للسياحة في باريس.
- سوق السياحة العربية في دبي.
- بورصة السياحة الهادفة في جنيف.
- الأسبوع اللبناني في جدة.
- سوق السفر الدولية في لندن.
- معرض الاقتصاد العالمي في عمان.

أما على الصعيد الداخلي، فقد تمّ تنظيم معارض عديدة أهمها:

- المعرض العربي للسفر والسياحة (نيسان ٩٨)
- معرض الفنادق والمطاعم والمقاهي (نيسان ٩٨)
- الندوة السابعة عشر للجمعية العالمية للسياحة (نيسان ٩٨)
- الندوة العالمية للترويج السياحي في الشرق الأوسط وأفريقيا الشمالية (نيسان ٩٨)

كما شهد هذا العام عدداً من النشاطات الترويجية التي شملت:

- تنظيم الدورة الثانية لألعاب التزلج في لبنان وقد تمّ الترويج لها عبر القنوات الفضائية.
- إنتاج فيلم عن مختلف المناطق اللبنانية وآخر عن المطبخ اللبناني.
- إصدار كتاب عن لبنان ودليل مفصل عن جميع المواقع التاريخية والأثرية في شتى المدن والقرى اللبنانية.
- إصدار ملصقات ومنشورات وكتيبات عن مختلف المناطق والمواقع الأثرية.

بالرغم من المساعي الكثيرة التي تبذل في سبيل دعم السياحة لا تزال هذه الأخيرة تعاني من مشكلات جوهرية عميقة تؤثر سلباً على نمو القطاع وزيادة قدراته. وقد يكون من الملح الإسراع في وضع الخطة الخماسية لإنماء السياحة (٢٠٠٠-٢٠٠٤) موضع التنفيذ والعمل على تذليل العقبات والنهوض بقطاع قد يقلب الموازين الاقتصادية إن استثمر بشكل إيجابي. ومن الخطوات العملية الواجب اعتمادها على المدى القريب ما يلي:

- تسهيل إجراءات الحصول على سمات الدخول.
- تسليط الأضواء والإعلان عن المراكز الأثرية السياحية.
- تأهيل المطاعم والفنادق ومراكز التسلية في المناطق النائية والتاريخية.
- حماية البيئة.
- تأهيل المغاور وتفعيل عمل وزارة السياحة بالتنسيق مع خدمات القطاع الخاص.
- الاعتراف بمراكز التزلج وحماية الغابات والشواطئ.
- التركيز على مؤشر النوعية/السعر لتحريك النشاطات السياحية خصوصاً صوب المناطق النائية والأطراف التي تتسم بمزايا تمكنها من استقطاب السياح.
- الدعم لجهة الإعفاءات الجمركية لاستيراد المواد الغذائية والمشروبات مما يساعد على خفض الكلفة وبالتالي الأسعار في المطاعم والفنادق مع المحافظة على مستوى

نوعية جيد، فيؤثر ذلك إيجاباً على مؤشر النوعية/السعر ويزيد من نمو معدل القدرة التنافسية والاجتذاب السياحي.

• تفعيل الحملات الإعلامية على الصعيد العالمي من خلال تنظيم رحلات تهدف إلى إيصال صورة لبنان بلد الاصطياف صيفاً والتزلج شتاءً.

• تنظيم منشورات خاصة وحملات إعلامية من شأنها تحفيز النشاط السياحي وتسهيل الضوء على الميزات التفاضلية التي يملكها لبنان بالمقارنة مع الخدمات التي تقدمها سائر دول المنطقة بغية استقطاب اكبر عدد من السياح وحصة ثابتة في السوق السياحية.

• تحسين البنى التحتية.

• إيجاد خطة سياحية تزوج لبنان في الخارج، على غرار الحملات التسويقية التي يجريها بعض دول الخليج.

• تنظيم دورات تحضيرية متخصصة للموظفين والعاملين في حرم مطار بيروت الدولي، بغية إعدادهم على حسن الاستقبال.

• تأهيل المعالم الأثرية المهملة والاهتمام بها لتوظيفها في خدمة السياحة وخصوصاً إن عملية التأهيل لا تحتاج إلى أموال كبيرة بل إلى قرار واضح وجهود حسيّة.

• رصد الأموال اللازمة لتنشيط هذا القطاع إذ أن موازنة وزارة السياحة البالغة ١,٠% من الموازنة العامة لا تكفي لتنفيذ أي خطة سياحية.

• وضع أسس التنسيق بين القطاعات السياحية المعنية.

• تأمين الطاقة وخفض تكلفة كيلوات الكهرباء والبالغ ٢٢٠ ليرة للساعة، وهو المبلغ

المفروض على الاستهلاك العادي أي المنازل، علماً أن قطاع المطاعم يجب أن يحظى

بمعاملة مختلفة إذ هو يستخدم نحو ٣٠% من إجمالي الطاقة المستهلكة في لبنان.

ويطالب أهل القطاع بخفض تكلفة الكيلواط إلى ١٣٥ ليرة أسوة بقطاع الفنادق.

• خفض الضرائب المباشرة المفروضة على المطاعم وفي مقدمها ضريبة ال ٥%.

• الالتزام بالتسجيل اليومي في الفنادق المطلوب من قبل الأمن العام.



# الجمهورية اللبنانية

مكتب وزير الدولة لشؤون التنمية الإدارية  
مركز مشاريع ودراسات القطاع العام

## مصادر الدراسة

- ACCAOUI Antoine, MONOGRAPHIE NATIONALE DU TOURISME, Beyrouth, mai 2000.
- Lebanon. Ministry of Tourism, Lebanon Hotel Guide 2000, Beirut, 2000.
- Liliane Mokbel, "Les hôtels au Liban, les plus chers après Dubai", L'Orient Le JOUR, 24 juillet 2000, p.5.
- République Libanaise Ministère du Tourisme, Programme des Nations Unies pour le Développement, Organisation Mondiale du tourisme, Plan de Reconstruction et de Développement Touristiques du Liban, Rapport Final, Madrid, septembre 1996.
- TOURISM WORKFORCE DEVELOPMENT FOR CLUSTER COMPETITIVENESS, SRI International, Lebanese American University, Information International SARL, Beirut, July 2000.

-الجمهورية اللبنانية. مجلس الإنماء والإعمار، الخطة الإنمائية الخماسية ٢٠٠٠-٢٠٠٤، نيسان ٢٠٠٠.

-التقرير السنوي، مصرف لبنان، بيروت، ١٩٩٨.

-حسن مقلد، "لبنان الآمن المستقر يستعيد وجهه السياحي"، المستقبل، ٢ تموز ٢٠٠٠، ص.ص ٢٥-٣٦.

-راني هدلا، "بيار الأشقر: الصناعة السياحية اللبنانية تلفها ممنوعات" الحكومة، الكفاح العربي، ٢٠٠٠، ص ١٢.

-سيليا مروة، "لبنان وسوريا يعززان تعاونهما السياحي عبر لجنة المتابعة"، المستقبل الاقتصادي، ٢٠ آب ٢٠٠٠، ص ١٠.

-سهام رزق الله، "لماذا يهرب السائح من لبنان"، النجوى، ١٧ حزيران ٢٠٠٠، ص.ص ٢٤-٢٥.

-فيوليت البلعة، "تكتيف الأيدي" ... إلى متى؟، النهار، ٢٠ تموز ٢٠٠٠، ص.ص ١-٦.