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

جانب دولة الرئيس رفيق الحريري

تقرير

حول السياسة السياحية المُقترحة

تشرين الأول ٢٠٠٠

سرج نادر
إستشاري في المشاريع السياحية

جانب دولة الرئيس رفيق الحريري

تـــــقـــــريـــــر

حول السياسة السياحية المُقترحة

تشرين الأول ٢٠٠٠

سرج نـادر
إستشاري في المشاريع السياحية

سرج نادر
... في المشاريع السياحية

بيروت في ٢٧ / ١٠ / ٢٠٠٠

جانب دولة الرئيس رفيق الحريري المحترم
بيروت

بعد تقديم واجب الإحترام،

وبعدما وضعنا بين أيدي دولتكم , وبناءً لطلبكم، ملخّصاً للسياسة السياحية المُقترحة في الظروف الحالية،

وبعدما أعربتم عن رغبتكم في أن نضع بتصرفكم تقريراً تفصيلياً، إنطلاقاً من إرشادات معالي الوزير فؤاد السنيورة وبالتنسيق معه،

وبعدما شكّلنا فريق عملٍ لهذه الغاية مؤلّفاً من هيئات نقابية ومرجعيات سياحية، عقدنا معها إجتماعات وندوات عدّة , وذلك، حسب التتابع الآتي : السيد جان بيروتي، السيد نزار ألوف، السيد نديم لبابيدي، السيد بيار أشقر، السيد وليد قزّي، الآنسة رولا عجوز، السيد رمزي النجار والسيد رفيق رضا.

وبعدما عقدنا اجتماعات ثنائية مع الآنسة سامية صعب والسيد وليد نعوشي، وتداولنا مع كلّ منهم في ميدان اختصاصه.

تلفون المكتب ٠١/٣٦٠٦٥٥ - الخليوي ٠٣/٦٠٣٦٠٣ - المنزل ٠١/٣٧٢٠١٣ - فاكس ٠١/٣٦٢٠١١

جئنا بتقريرنا هذا، واضعين في تصرفكم تفاصيل السياسة السيّاحية المُقترحة، والتي تقدّمنا بموجزها لدولتكم بتاريخ ١٠ / ٠٨ / ٢٠٠٠، والتي تضمنت :

أولاً : إقتراح لعملٍ فوري.
ثانياً : إقتراحات متوسطة الأمد.

إنّ الإقتراح لعملٍ فوري ما زال كما هو ؛ أما الإقتراحات المتوسطة الأمد , فهذا ما فصّلناه في التقرير الآتي.

يُذكر أنّ كل ما ورد في هذا التقرير قابل للتعديل والتطوير , ليتكيف مع تقلب الاوضاع على كلّ الاصعدة.

واضعين أنفسنا، وكذلك فريق العمل الذي واكبنا، في تصرف دولتكم لما فيه خير السياحة اللبنانية.

وتفضلوا، يا دولة الرئيس، بقبول فائق الإحترام والتقدير.

سرج نادر

إستشاري في المشاريع السياحية

تفاصيل السياسة السياحية المُقترحة

١- المقدمة	صفحة ٢
٢- الهوية التواصلية الوطنية	صفحة ٣
٣- القوانين والأنظمة	صفحة ٦
٤- السياحة والطيران المدني	صفحة ٨
٥- كازينو لبنان	صفحة ١٢
٦- سياسة تأشيرات الدخول	صفحة ١٣
٧- تحسين أداء وزارة السياحة	صفحة ١٤
٨- المواصلات	صفحة ١٥
٩- الآثار	صفحة ١٦
١٠- الحُرف	صفحة ١٧
١١- البيئة والسياحة الخضراء	صفحة ١٨
١٢- المغتربون	صفحة ١٩
١٣- الإستثمار السياحي	صفحة ٢٠
١٤- التجهيز السياحي والمشاريع	صفحة ٢١
١٥- الترويج ومجلس السياحة	صفحة ٢٩
١٦ - المتابعة	صفحة ٣٠
١٧- التوقّعات	صفحة ٣٠
١٨- مُلخّص للمشاكل والحلول	صفحة ٣٢

١ - المقدمة

١-١ أهمية السياحة

لبنان دولة خدمات، ويتمتع بكلّ المواصفات الأساسية لكي يشكّل عامل جذب من الطراز الأول للسيّاح، وقد أثبت ذلك في فترة النهوض قبل العام ١٩٧٥. وقد أكّدت الدراستان الصادرتان عن مجلس الإنماء والإعمار ومصرف لبنان أهمية السياحة في النهوض الإقتصادي والإجتماعي، لا بل اعتبرتها المرفق الأول والأساسي.

وبينما كان القطاع السياحي (بما فيه قطاع المطاعم) يشكّل زهاء ربع الناتج المحلّي الإجمالي قبل الحرب، فإنه لم يعد يمثّل اليوم سوى ٦،٥ من هذا الناتج، بما في ذلك مصاريف السيّاح الأجانب إضافةً إلى مصاريف المقيمين، وذلك في جميع المؤسّسات المُصنفة سياحية. وتجدر الإشارة هنا، إلى أنّ هذه النسبة تشمل جميع المستهلكين في القطاع المذكور، بمن فيهم السيّاح والمقيمين.

وللبنان الغائب عن الخريطة السياحية في الإقليم الشرق أوسطي مكونات تميّزه عن كلّ الدول المجاورة، إن لجهة الطبيعة والعنصر البشري، أو لجهة الحضارات والتاريخ الثقافي وخلافه.

أملاً أن يعطي تطوير هذا القطاع حصة أكبر من الناتج المحلي، نتيجة اتّباع سياسة سياحية حكيمة، تتجاوب مع متطلبات القرن الواحد والعشرين من أجل جذب الإستثمارات، وخلق فرص عمل جديدة، ممّا يصب في خانة المصلحة الإقتصادية التي يُعتبر لبنان بأشد الحاجة إليها في هذه الفترة.

١-٢ التذكير بالعمل الفوري

بعد لفت النظر إلى ضرورة تضمين البيان الوزاري إشارة واضحة إلى موضوع السياحة، في ما يأتي التذكير بالعمل الفوري المقترح ضمن الدراسة الأولية المؤرخة في ١٠ / ٠٨ / ٢٠٠٠.

- العمل

فور نيل الحكومة الثقة، أو حتى قبل ذلك، دعوة الفاعليات السياحية من قِبل دولة رئيس الحكومة، إلى ندوة تُنظّم على مدى ساعتين تقريباً في قريطم؛ ويُنتظر أن يحضر هذه الندوة ما بين المائة والمائة وعشرين مشاركاً.

- موضوع الندوة

"التشاور بمشاكل القطاع السياحي، ودرس سبل حلّها".

- الصورة

ستعكس هذه البادرة، وللمرة الأولى، صورة واضحة عن وجود قرار سياسي جدّي بإطلاق السياحة، وذلك بتبنٍّ من دولة رئيس الحكومة.

- نتيجة المداولات

ستؤدّي هذه الندوة إلى إقرار تنظيم "المؤتمر الوطني الأول للسياحة"، في أقرب وقت ممكن، والذي سيخرج بتوصيات يُفترض أن تُجسد أسُس السياسة السياحية للحكومة، بعد موافقة دولة رئيس الحكومة على مضمونها. وسيشكّل هذا المؤتمر بادرة جديّة تُبرز إهتمام الحكومة بالتعاون مع القطاع الخاص.

وستشكّل هذه التوصيات القسم الأكبر من السياسة السياحية للحكومة.

٢- الهوية التواصلية الوطنية

٢-١ الهوية التواصلية الوطنية الموحدّة

تـــرويج لبـــنان سياحياً وبالتالي اقتصادياً لا يمكن أن يحقق أهدافه، في ظل عدم تبلور هويـــة تواصلية وطنية (Communication Identity) سياحية موحدة متكاملة للبنان، تُظهر خصائصـــه وميزاته المتعددة من كلّ الأوجه وفي مختلف المجالات، وتُمهد الطريق لاستقطاب السياح والمغتربين، وترغيب المستثمرين للإستثمار في لبنان.

كمـــا أنّـــه من المضر والمعيب أن تكون لنا هويات مجزّئة وعديدة في شتى المجالات والقطاعـــات، لأن في ذلك إضعافاً لقيمة لبنان وصورته ومميزاته، وتشكيكاً في صدقيته ككيان ووطن وشعب.

بـــلورة هويـــة ســـياحية موحّـــدة للبنان من شأنها الترويج لصورة بلد مستقر، وتبديد المخـــاوف أو دحـــض الشائعات التي تُروّج لأسباب وذرائع شتى، عن الإضطراب والإختلال الأمـــني فيه، إضافةً إلى تغيير سمعة لبنان والتعريف به، وطمأنة المسافرين إليه وترغيبهم في زيارتـــه، وتمكينه من مواكبة التطور والتقدم السياحي الملموس للدول العربية المجاورة، التي اســـتثمرت كـــلّ إمكاناتها ومواردها في الترويج والتسويق وباتت سبّاقة في هذا المجال، مثل ســـوريا والأردن ومصـــر والإمـــارات العـــربية المـــتحدة، عـــلى جميع الأصعدة السياحية والاقتصـــادية؛ مـــن دون أن ننســـى إظهـــار لبـــنان في أبعاده الحديثة والمتجذّرة في تاريخه العريق.

عليه، فلا شيء يحول دون خلق هوية سياحية وطنية جذابة نفتخر بها على كلّ الأصعدة، ولا يلزمنا لتحقيق ذلك إلا القليل من الإرادة والتصميم (قرار سياسي)، لأن جميع المقومات والعوامل المؤسّسة لهذه الهوية متوافرة، فلدينا على سبيل المثال لا الحصر:

- موقع جغرافي ومناخي مميز، مثالي للسياحة ولجميع الأنشطة صيفاً وشتاءً.

- إرث ثقـــافي وحضاري موغل في القدم والأصالة، يتجلى في تعدد الأماكن والمواقع الأثرية التاريخية على أرضه.

- الإنســـان اللبـــناني وطبيعته المضيافة، والمواهب والمهارات الإبداعية والفنية التي منحها الخالق له، إضافة إلى جيل الشباب المتعلم المثقّف والواعي لقضاياه.

- مـــوارد بشـــرية منفتحة على الحضارات واللغات كلّها Cosmopolitan، مما يجعل لبنان أول مركز جامعي في الشرق الأوسط.

- حرية القول والرأي والعمل في ظل نظام سياسي قائم على الديمقراطية.

- نظام خدماتي ومصرفي متطور نُحسد عليه.

عقب الاتفاق على صيغة هوية تواصلية وطنية موحّدة للبنان، نستطيع المباشرة في مشروع التسويق والترويج السياحي، ضمن المعطيات المطروحة للمجلس الوطني للسياحة، وعلى أن تُؤخذ هذه الهوية بعين الإعتبار بصورةٍ أولية، في كلّ إعلان يُصدّر صورة لبنان، أكان مباشراً أو غير مباشر، عن طريق إعلانات مباشرة أو أحداث أو عمليات ترويجية، وذلك بعد تحديد الأسواق السياحية، علماً أنّ على رأس هذه الأسواق الدول الحاضنة للمغتربين والدول العربية، ولاسيّما الخليجية منها.

إستناداً على خاصيّة لبنان ومميّزاته الحضارية وغنى موارده البشرية، وأصالة جذوره العربية وسقدرته على التفاعل مع الغرب؛ نعتبر أنّ هويته الوطنية المتفرّدة والأهم في أدائه الإقتصادي، والتي يتحتّم نشرها إعلامياً وإعلانياً عبر التواصل المباشر وغير المباشر، هي التالية:

لبنان، هو الثابت في التاريخ، الجغرافيا وعلم الإجتماع، وطنٌ ناضجٌ حضارياً؛ غنيّ في موارده البشرية المؤهلة، المحترفة، المضيافة، المنفتحة المتفاعلة عبر العصور واللغات الحيّة، المجهزّة بكافة مواصفات الإستثمار المجدي، الخدمات السياحية المميّزة؛ حرية المعتقد وحرية التعبير؛ وكل ذلك مع قيمة مُضافة فريدة من نوعها في محيط لبنان: هي الجودة الأفضل، الجودة الجوهر، والجودة "في التفاصيل".

٢-٢ أي سياحة نريد ؟

لا شك في أنّ الجميع يعرف أنّ لبنان يتمتع بطاقاتٍ سياحيةٍ جذّابة: مناخ جميل معظم أيام السنة، مراكز تزلج، حياة ليلية، كازينو، فنادق عديدة من مختلف المستويات، مأكولات مميّزة، تلاقي الثقافتين الشرقية والغربية، منفذ على البحر مع مؤسّسات سياحية بحرية ملائمة ومواقع أثرية؛ وفي كلّ المراكز السياحية التي تجذب السيّاح عندنا، خدمة يقوم بها عنصر بشري أكثر أهلية بكثير من العناصر الموجودة في الأسواق المجاورة.

إنّ الأسعار المتوسطة والمرتفعة المعمول بها في لبنان في مواسم الذروة، والناتجة عن ارتفاع الكلفة تجعل من السياحة اللبنانية متوسطة وعالية في المواسم المذكورة، والأسعار المخفّضة خارج مواسم الذروة مقارنةً بالدول المجاورة تسمح بسياحة المجموعات خارج المواسم، مما يؤكد موقع لبنان على الخريطة السياحية العالمية.

ولما كانت السياحة البينية إحدى أهم الأبواب في التاريخ المعاصر، إذ أنّها تشكّل ٨٠% حسب المنظمة العالمية للسياحة من السياحات العالمية، نجد أنّ أسواقنا في مواسم الذروة تنحصر في أسواق الدول المجاورة العربية والخليجية والسياحة من أصل لبناني المنتشرة في كافة دول العالم، تشكّل عاملاً أساسياً في الإرتياد، بينما سياحة الدول الأوروبية عبر المجموعات السياحية الثقافية يمكن أن تشكّل أسواقاً خارج المواسم، خصوصاً إذا ما شكّلنا عنصراً أساسياً على خريطة التسويق الإقليمية: الأردن سوريا لبنان عبر عدد أيام الزيارة المنحصرة في لبنان، إضافةً إلى ما يمكن أن تؤمّنه مختلف السياحات من تجارية وطبية وتثقيفية ومعارض وندوات وخلافه.

كلّ ما سبق، يمكن أن يتحقق بالتوازن مع نسبة الإستقرار الأمني والسياسي الذي نطمح إليه، أضف إلى ذلك دورنا في إظهار وجه لبنان عبر الإعلام والإعلان العالميين.

٣- القوانين والأنظمة

٣-١ المرسوم ٥٩٨ ١٥

يتناول المرسوم ٥٩٨ ١٥ تاريخ ١٩٧٠، معظم نواحي الإستثمار السياحي، وقد مرّ عليه وقتاً طويلاً، فيجب تحديث مواده على أساس النظر في تصنيف المؤسّسات المعدّة لتقديم الطعام والشراب، والإنشاءات والمؤسّسات ذات الطابع السياحي (فنادق، حمامات بحرية وأحواض سباحة، والإنشاءات المُعدّة للسياحة الإجتماعية والجماعية)، إضافةً إلى نظام الأسعار ومراقبة المؤسّسات والمهن السياحية.

صدر أخيراً مرسوم بتعديل بعض الفقرات من هذا المرسوم، ويجب التعمق بمضمونه من أجل تعديل المواد الأخرى الواجب تعديلها، وجعلها تتناسب مع متطلّبات القرن الواحد والعشرين فيما يتعلق بتطوّر الأسواق السياحية.

٣-٢ الأملاك العمومية البحرية

كخطوة أولى يجب استرجاع مشروع القانون للتسوية المُرسل إلى المجلس النيابي ووضع مشروع قانون جديد يصب في إطار دفع عجلة الإستثمار السياحي وتأمين واردات للدولة، يأتي حل مشكلة الأملاك العمومية البحرية مترافقاً مع إعادة مسح الشاطئ وتصنيفه، ومشكلة الأملاك العمومية البحرية ينبغي حلّها ضمن معادلة المحافظة على الإستثمارات القائمة وعدم إرهاقها وشرعنتها، بعد فرض الشروط الجمالية لتحسين الواجهة البحرية وتأمين بعض المداخيل للدولة، ضمن سياسة وزارة السياحة القيّمة على التسعير ومراقبة النوعية والتطبيق؛ كلّ ذلك يكون أساسه المرسوم ٢٥٢٢، الذي يشكّل من ١٠ إلى ١٥% من دخل المؤسّسات غير الصافي.

٣-٣ رخص الفنادق

إنّ الترابط بين القطاع الخاص والقطاع العام في خطط النهوض مفتاح لحل عدد من المشاكل الصغيرة والكبيرة، ولا يصح دور الأول سوى بتفعيله عبر تمييز دوره وعدم السماح بممارسة العمل من دون الإنتماء إلى النقابات والإتحادات. لذلك، يكون دور القطاع الخاص رقيباً وموجّهاً أسوةً بالمهن الحرّة. ولتوجيه الإستثمار دور فاعل في المردودية، إن لجهة التوزيع المناطقي أو لجهة الجودة أو التسعير أو المراقبة.

من هنا وعلى سبيل المثال، يجب الحد أو توجيه إعطاء التراخيص، وربطها بمعادلات علمية توازي بين نسبة الإشغال والإستيعاب والأسعار في مناطق سياحية محدّدة ضمن سياسة سياحية تتناسب مع الخطة التوجيهية.

كما يمكن إعطاء الرخص للفنادق التي تكون إدارتها شركة إدارة دولية، تزوّد وزارة السياحة بتفاصيل مقنعة تتعلق بآفاق الحملة الترويجية لهذا الفندق، لما يمكن أن يجنب من زبائن إضافيين وبحسب عدد غرفه؛ إضافةً إلى استثناء الفنادق ذات الإختصاص (للمسنين، للأولاد أو لمختلف الأوجه الطبية).

على أن تُتبع هذه السياسة لفترة زمنية محدّدة مرتبطة بعامل السوق.

٣ – ٤ الفضائيات اللبنانية

إيماناً منّا بالدور الفعّال الذي تمارسه الفضائيات اللبنانيات كوسيلة مُثلى لترويج السياحة في لبنان، إن من ناحية بث البرامج الترفيهية الجاذبة للسيّاح، العرب خصوصاً، أو من ناحية بث الحملات الإعلانية عن السياحة اللبنانية، نرى أنّه من الضروري إدخال مادة بالمرسوم التطبيقي المتعلق بقانون البث الفضائي، وذلك ضمن شروط الترخيص:

"على كلّ محطة تلفزيونية فضائية وضع ستين دقيقة أسبوعياً من البث الفضائي بتصرف الدولة اللبنانية، لبث برامج أو أفلام أو لقطات أو صور تهدف إلى ترويج السياحة في لبنان لدى جميع الأسواق التي يطالها بث المحطة المذكورة؛ وعلى الدولة أو الوزارة المعنية أن تختار تقسيم هذا الوقت ومضمون هذا البث بما في ذلك تبادل بث إعلانات سياحية مع دول عربية أو أجنبية. وذلك طبعاً، وفقاً لما تقتضيه مصلحة السياحة في لبنان".

٣–٥ اللجنة النيابية للزراعة والسياحة

من المستحسن أن تُقسّم "اللجنة النيابية للزراعة والسياحة" إلى لجنتين منفصلتين تتعاطى إحداهما الزراعة وتكون الثانية مستقلة لتصبح "لجنة السياحة".

٤ – السياحة و الطيران المدني

إنّ قطاع الخدمات بكامله يرتكز إلى تحديث المواصلات من حيث تنمية مطار بيروت الدولي، وتحويله إلى مركز استقطاب لشركات الطيران (HUB)، وتوسيع الخدمات المتعلّقة مباشرة أو مداورة بالنقل الجوّي.

الحكم والمسؤولية – الرئيس رفيق الحريري

يشكّل الطيران أداة ذات أهمية أولية في قرار وبرنامج مجيء معظم السيّاح إلى أي بلد، حيث يُؤخذ في الإعتبار سعر بطاقة السفر وبرنامج الرحلات. باستثناء مجيء المجموعات السياحية التي تستفيد من أسعارٍ مُخفّضة جداً، هناك أعداد كبيرة من السيّاح الذين يقصدون لبنان من طريق الجو، بمفردهم أو مع عائلاتهم، باستقلالية تامة عن مسافرين آخرين.

لذلك، وإفساحاً في المجال للمنافسة بين جميع الشركات التي تحط في مطار بيروت الدولي، وإيماناً منّا بأنّ كلّ هذه الشركات تعمل على ترويج السفر إلى لبنان على متن طائراتها، تتبيّن هنا، بصورة واضحة، أهمية الطيران وارتباطه الوثيق بحركة السيّاح الآتين إلى لبنان.

٤-١ سياسة الأجواء المفتوحة

لا يمكن لأي دولة تطمح إلى إرشاد وتقدم إقتصادها أن تبني حولها حائطاً، إذ أنّ هذا الحائط مع هدفه لمنع الدخول، فإنّه يمنع الخروج أيضاً، فبالأجواء المفتوحة فإنك تُعطي ولكن الهدف الرئيسي بهذا العطاء هو أن تأخذ لكي تعطي نفسك حق النمو.

إنّ لبنان، شاء أو أبى، في وضع يشكّل حالة متطورة من تطبيق الأجواء المفتوحة مع وجود هذا العدد الكبير من شركات الطيران العاملة في لبنان، وخصوصاً التي تشغل كثافة رحلات (مثل B.A و K.L.M و Air France وطيران الإمارات و Alitalia ومصر للطيران وطيران الخليج وغيره)، فلماذا الجدل الآن على مستقبل هذه السياسة ؟ هذا نتيجة اتّباع سياسة تجارية خاطئة وسياسة برامج تشغيل غير فاعلة من قبل شركاتنا الوطنية، وليس بسبب زيادة تشغيل شركات الطيران الأخرى التي جاءت إلى لبنان بكثافة لملء الفراغ الذي حصل من جراء تقليص تشغيل شركة الطيران الوطنية عالمياً.

الأجواء المفتوحة، وبقرار من السلطات المختصة، يجب أن تكون المُسبب الرئيسي لتطوير شركاتنا الوطنية، وهي لا تشكّل ضرراً لهذه الشركات، إنّما يجب ان تكون سبب تعزيزها عبر فتح آفاق التوسع والتعاون مع الشركات الأخرى من جهة، وعبر تنمية مستواها ودرجة التشغيل والخدمات فيها من جهة أخرى.

وفي سياق سياسة الأجواء المفتوحة، من الضروري، ليس فقط السماح لهبوط وإقلاع طائرات "التشارترز"، لا بل تشجيع هذا النشاط، لما يشكّله من عوامل إيجابية في جذب المجموعات السياحية إلى لبنان. وقد اختبرنا أخيراً السماح لهبوط وإقلاع هكذا طائرات، ولاحظنا القبول عليها من سيّاح أوروبيين بشكل خاص.

الحرية السادسة، وهي ما تنقله شركات الطيران عبر بلدها إلى محطات أخرى، والإستعمال الصحيح والكامل لهذه الحرية هو أساس انفتاح سماء عالم الطيران عبر التعاون بين شركات الطيران في حقل Code Share and Alliances. فمن خلاله يمكن لشركاتنا الوطنية زيادة المداخيل وخفض المصاريف. وهذا التعاون يفتح آفاق التشغيل المُجدي ويجبر الشركات الوطنية على تحسين آدائها وخدماتها، حيث عليها أن تتساوى بجودتها مع الشركات التي تتعاون معها.

٤-٢ طيران الشرق الأوسط كشركة طيران المستقبل

إنّ مجلس إدارة شركة طيران الشرق الأوسط هو المسؤول الأول والوحيد عن توحيد أهداف الشركة وتوجيهها، وهو المسؤول عن تطوير قدراتها وتطور تمرسها في مجال الطيران عبر إمساكه بأمور الشركة، وعبر علاقته الجيدة والمتفهّمة لكلّ ما يمت بصلة إلى شؤون الشركة وشؤون الموظفين في الداخل والخارج.

على مجلس الإدارة أن يُطوّر ويُنمّي علاقته مع أكبر عدد ممكن من شركات الطيران والمنظمات العالمية. إنّ شركة طيران الشرق الأوسط بأمسّ الحاجة الآن إلى من يستطيع توثيق علاقاتها بجميع هذه الشركات والمنظمات، لأنّ هذه العلاقات هي المقدمة اللازمة لتفعيل الشؤون التجارية والتشغيلية والاستراتيجية، التي يجب على الشركة الولوج فيها وتطويرها في حقل (Joint Venture Alliance، Code Share)، والتي من غيرها لا يمكن الوصول إلى الإنتاجية الربحية. إنّ هذه العلاقات تعتبر في عالم الطيران الحديث، الركيزة الأساسية لبناء كلّ شركة طيران ناجحة؛ أما سياسة العمل غير التعاوني من منطلق المنافسة فإنّها لم تعد صالحة، وحصر التعاون مع شركة واحدة كما هو حاصل الآن، تحقيقاً لمصلحة هذه الشركة وأهدافها فقط، فهو أيضاً سياسة خاطئة.

على مجلس الإدارة أن يبادر إلى إصلاح الأهداف الرئيسية التي تسمح للشركة بالتقدم نحو المستقبل الرابح:

- تطوير الأسطول وتحديثه (الذي لم يتم رغم محاولات عدّة).

- تشغيل الطائرات لساعات أكثر، وتدريجياً، وبهدف التوصل إلى التشغيل المثالي بمعدل ١٤ ساعة يومياً للطائرة الواحدة، ممّا يوسع نطاق عمل الشركة ويزيد مدخولها ويؤمّن العمل للعدد الفائض من الموظفين.

- إعادة الدرجة الأولى إلى الطائرات، وخصوصاً المتّجهة منها إلى مناطق الخليج التي يكثر الطلب فيها على هذه المقاعد، مع المحافظة على مقاعد درجة الأعمال (Business Class).

- ربط الرحلات اليومية إلى عدة أماكن كلندن، باريس، القاهرة، اسطنبول، جدّة، الرياض، الظهران، أبو ظبي، دبي، الكويت، لارنكا، عمان، أثينا وغيرها، بحيث يمكن السفر بين هذه المدن مروراً ببيروت، كما يمكن الوصول عبر هذا الربط إلى أكثر من ٤٥٠ إرتباطاً لبلدين في العالم (Multiple City Pairs)، بدلاً من التشغيل الحالي الذي لا يربط في أغلبه إلا بلدين (Single City Pair).

- تغيير جداول تشغيل الطائرات والخدمات إلى المحطات الرئيسية يومياً (Daily Service)، وإعادة مطار بيروت كمركز إنتقال مهم (Hub).

- تسيير رحلات متكررة (Shuttle Service) باتجاه جدّه، القاهرة، عمان، دبي والكويت، على سبيل المثال لا الحصر.

- وضع شركة طيران الشرق الأوسط في مركز تكون فيه هي المسعّر الأول والوحيد لأسعار التذاكر في لبنان، هدفها رفع الدخل العام (Yield Improvement) في لبنان، والمضاربة في الخارج بهدف الإستثمار الكامل للحريات السادسة، عبر مراقبة وإدارة المداخيل حسب وضع السوق (Yield Management).

- إنّ شركة طيران الشرق الأوسط ليس لديها في الوقت الحاضر، ما يكفي من الموظفين ممن يمكن إعتبارهم من ضمن الصف الثاني، الذي يستطيع تحمّل مسؤولية المديرين الذين تقاعدوا أو قاربوا سن التقاعد. لذلك، يتوجب على الشركة إنتقاء نخبة مثقفة من الموظفين الكفوئين من الداخل والخارج لتدريبهم على ملء هذا الفراغ، علماً أنّ لدى الشركة موظّفين لديهم الكفاءة للقيام بتنظيم هكذا دورات.

وهنا يجب التأكيد على أنّه لا يمكن لشركة طيران الشرق الأوسط أن تسلك طريق الخصخصة المطلوبة، إذ أنّ تخصيص أي شركة ومردود التخصيص والإقبال السريع عليه يكون أجدى وأوفر، عندما تكون الشركة في وضع تطويري يمكّنها من تحقيق أرباح في المستقبل، مع نتائج واضحة لمؤشرات نمو هذا الإتجاه.

٤-٣ الشركات الأجنبية:

عند اعتماد سياسة الأجواء المفتوحة، وبعد أن تُعاد هيكلية شركة طيران الشرق الاوسط كشركة خاصة أو شركة عامة، وإذا بقيت هذه الشركة كشركة عامة، فإنّ الشركات الأجنبية العاملة في لبنان لن تكون مصدر قلق للشركة الوطنية، التي يجب أن تخرج من قوقعة خوفها من التنافس، بعد أن يشدّ عودها، وبعد أن تبادر لتحديد حجم لعبة التنافس؛ وتكون بهذا، رائدة وقادرة على لجم الشركات الأجنبية من تحجيمها، ومن تحجيم مقدرتها على رسم مسيرة أمور الطيران تنافسياً في لبنان؛ وعندها، يمكن الإستفادة من توسع شركات الطيران الأجنبية في لبنان للمساعدة في إنماء السياحة الوافدة.

٥- كازينو لبنان

إنّ كازينو لبنان، وبعدما أصبح الوحيد في المنطقة تقريباً، يمكن أن يشكّل عامل جذب للسيّاح ومصدر دخل كبير لمالية الدولة وللقطاع السياحي، عبر سياسة ترويجية تصب في نفس اتجاه السياسة العامة للترويج السياحي، مستهدفة الأسواق حيث السيّاح من الدخل العالي، مع الأخذ في الإعتبار ما لتنظيم الحفلات والعروض العالمية من تأثير إيجابي على الصورة العامة للسياحة. كما أنّ هذا لا يتعارض مع إعادة فتح فروع لكازينو لبنان في عدد من الفنادق الفخمة خارج العاصمة، ممّا يُسهم في تطوير وتنمية السياحة خارج العاصمة في المناطق التي تعاني عدم انتظام ارتيادها طوال السنة.

إضافةً إلى ذلك، يُستحسن فتح صالات للتسلية في الفنادق من فئة أربع نجوم وثلاث نجوم أيضاً، خارج العاصمة.

٦- سياسة تأشيرات الدخول

يواجه السيّاح الذين ينوون زيارة لبنان صعوبات في الحصول على التأشيرات، ومواطنو بعض الدول خصوصاً. وقد لَفت نظر المديرية العامة للأمن العام إلى هذا الموضوع القيمون على القطاع السياحي في لبنان أكثر من مرة، وقد اتخذت هذه المديرية بعض الإجراءات بالاتجاه المطلوب؛ لكن هذه الإجراءات التي تبلغتها وزارة الخارجية لم تصل إلى السفارات والقنصليات اللبنانية في الخارج، فالتنسيق مطلوب بين وزارة السياحة (أو مجلس السياحة) والأمن العام ووزارة الخارجية من أجل تحقيق الخدمات الآيلة إلى تسهيل الحصول على التأشيرات في السفارات والقنصليات اللبنانية، علماً أنّ المرجو هو إمكانية الحصول على تأشيرات في المطار والمرفأ والحدود البريّة، إلى مواطني أكبر عدد ممكن من الدول.

أما في ما يختص بالتأشيرات الجماعية الممنوحة للمجموعات التي تتعدى الثمانية سيّاح، فيُشترط حالياً مغادرة جميع أفراد المجموعة معاً، وفي حال تخلّف أحدهم لأي سبب كان، يُمنع الباقون من السفر، ويُلاحق وكيل السياحة اللبناني قانونياً وجزائياً، ويتحمل تكاليف إقامة كامل المجموعة لحين ظهور السائح المتخلف، بينما ينحصر عمل الوكيل المُرخص له من وزارة السياحة بتسويق السياحة في لبنان وجلب السيّاح؛ ولأجل تجنب المسؤولية الملقاة على عاتقه، يُفضل عدم تشجيع مجيء المجموعات السياحية، وبالتالي، حرمان لبنان من هذه المجموعات.

يُرجى حل هذه المشكلة عبر ما تقدمنا به سابقاً من اقتراح الحصول على تأشيرات في المطار أو على الحدود. أما في حال تخلّف أحد السيّاح من ضمن المجموعات التي حصلت على تأشيرة جماعية، فيجب على مكتب الأمن العام في المطار أو على الحدود أن يسمح بخروج المجموعة، ولو نَقص عددها واحد أو إثنان. ويُعالج هذا الأمر عبر إعطاء فيزا فردية للشخص المتخلف.

وعودةً إلى التأشيرات الجماعية، وتشجيعاً لاستقدام المجموعات السياحية، من المرجو أن يكون رسم تأشيرة المجموعة مجانياً كما الحال في سوريا، شرط أن يكون عدد أفراد المجموعة ثمانية أشخاص وما فوق، يمكثون في لبنان ثلاث ليالي وما فوق.

أما هذه المجموعات السياحية، فعند دخولها وخروجها من لبنان تمضي وقتاً طويلاً لإنجاز معاملاتها في المطار وعلى الحدود؛ لذلك، يُستحسن إنشاء كونتوار خاص بالمجموعات في كلّ نقاط العبور.

العمل على استصدار تأشيرات مختلفة تصل إلى مدة خمس سنوات، وإنجاز المعاملة بسرعة والمرور عبر الحدود من دون توقف تقريباً لأصحاب هذه التأشيرات، واستحداث معابر Quick Pass لإجراء المعاملات عبر نافذة السيارة وبدقائق معدودة تسهيلاً لارتياد أصحاب تأشيرات معيّنة.

٧- تحسين أداء وزارة السياحة

إنّ نجاح أي برنامج حكومي هو رهن وجود إدارة حديثة ومتطوّرة وذات كفاءة وفعالية عالية.
برنامج وطن - لبنان المستقبل

ينحصر دور وزارة السياحة حالياً بالقيام ببعض النشاطات المحدودة في إطار موازنة محدودة وغياب كلّي للتخطيط والجهوزية، بينما يعوّل على أدائها قسط كبير من النهوض المنشود، ولذلك سوف يهدف عملنا إلى تحقيق الأمور الآتية:

- تأهيل الكوادر البشرية وعصرنتها.
- إدخال عنصر بشري شاب وكفوء.
- تفعيل دور الرقابة على المؤسّسات.
- العمل على حل كلّ المشاكل العالقة على مستوى الترخيص والتصنيف.
- التكيّف مع القطاع الخاص لمعالجة مشاكل التشريع والتصويب.
- تأمين مكتب One Stop Shop تسهيلاً للإستثمارات الجديدة.
- السهر على وضع التخطيط القصير والمتوسط والطويل الأمد للسياسة السياحية بالتعاون مع المجلس الوطني للسياحة والقطاع الخاص، وتنظيم حملات توعية تركّز على العامل الثقافي ضمن التربية السياحية.
- تأمين العمل الإحصائي.

- السهر على مراقبة تنفيذ التخطيط.
- العمل على إظهار المواقع الأثرية في شكل سياحي لائق (نظافة، إعلان، توجيه سير وخلافه).
- وضع مخطط توجيهي للشاطئ اللبناني بالتعاون مع وزارة النقل، المديرية العامة للتنظيم المدني ونقابة المؤسسات البحرية.
- التنسيق مع كلّ الوزارات لإزالة المعوقات السياحية.

٨- المواصلات

٨-١ المواصلات

إنّ الوضع المتردّي لشبكة المواصلات له مردود سلبي على السياحة من خارج المجموعات، إذ أنّه لا يمكن لأي سائح ينوي قيادة سيارة بالاجرة، أن يتوصل إلى استكشاف وجهته، لا من خلال الطرقات ولا من خلال الإشارات الموجّهة.

ففي الخطوة الأولى، يجب العمل على وضع خريطة سياحية موجّهة وترقيم الطرقات السياحية وتسميتها إذا أمكن، بحيث يتمكن السائح من الوصول إلى الأماكن الأثرية والمدن الرئيسية بشكلٍ سهلٍ وسليم؛ ومن ثم العمل على توسيع هذه الخريطة بشكلٍ أفضل وصولاً إلى تعميمها داخل المدن وخارجها.

٨- ٢ سيارات الأجرة (TAXI)

يجب إصدار مرسوم يتعلق بتنظيم سيارات الأجرة، ويتطرق إلى شكلها ولونها ونظافتها ومحتوياتها، إذ أنّ لواقع هذه السيارات مردوداً سلبياً على السياحة في لبنان. إذ أنّ سيارات الأجرة في المطار أو على الطرقات لا تتمتع بأي حدٍ أدنى من مواصفات السلامة العامة عدا عن كونها غير مكيفة ومظهرها غير لائق نسبةً إلى بلدٍ يعتمد باقتصاده على السياحة.

وهذا ما يستدعي اقتراح عدة حلول، من أبرزها:

- البدء بتحديد نوع سيارة الأجرة السياحية، وذلك عقب اتفاق مع إحدى الشركات المصنعة للسيارات يقضي بتصنيع سيارات ذات مواصفات معينة، موحدة الهيكلية واللون، بحيث تُستعمل فقط كسيارات أجرة، ولا مانع أن تعمل على المازوت ضمن الشروط المحافظة على سلامة البيئة من التلوث وإلى ما غير ذلك؛ مع إتاحة المجال للسائق الحصول عليها من دون رسم جمركي، شرط إتلاف سيارته كلّياً، يترافق ذلك مع قرض مصرفي طويل الأمد مقدّم للسائق، وسياسة إعلانات سياحية على السيارات، تشكّل عنصر تمويل لا يُستهان به للإنماء السياحي.

الهدف من هذا المشروع هو:

١- توحيد لون السيارات العمومية وجعلها نظيفة.

٢- تشجيع السوق الإعلاني.

٣- زيادة مدخول السائق عبر أرباح ولو بسيطة.

٤- وضع آلية لمراقبة المخالفات المرتكبة من السائق، وذلك عبر لوحة التعريف بالسائق داخل السيارة، مع تركيب عدادات للسيارات العمومية.

٩- الآثار

أما على مستوى وضع الآثار، إن لجهة الوصول إلى المواقع أو لجهة الوضع الإداري والبيئي والعلمي، فهناك غياب كلّي لأي نشاط في هذا الإتجاه، إذ أنّنا نفتقر إلى الإعلانات التوجيهية والشروحات التفصيلية التي تُظهر قيمة الموقع وتاريخه الآثاري في جميع المواقع الأثرية التي يحلم السائح بزيارتها؛ ناهيك عن الوضع البيئي وعن نظافة المراحيض مثلاً، إضافةً إلى غياب المؤهلات البشرية.

إنّ إصلاح كلّ ذلك، لا يتطلب سوى قرار يُلزم الترابط بين وزارة السياحة والمديرية العامة للآثار من أجل إظهار هذا الوجه الحسن بشكلٍ لائق.

إنّ للمدن الأثرية، وهي عديدة في لبنان، أهمية سياحية ثقافية تستوجب دراسة تقوم بها لجنة خاصة ضمن إطار اللجان التحضيرية للمؤتمر الوطني الأول.

١٠- الحرف

الحرَف موضوع أساسي في التنمية الإقتصادية، الإجتماعية والسياحية. يجب تحسين وضع الحرفيين عبر رفع المستوى الإقتصادي والفني للحرَف، إضافةً إلى ضرورة إعطائهم دفعاً مادياً، وذلك بطرقٍ مختلفة:

- قروض لتأمين المواد الأولية، ومنحهم الراحة الفكرية والمادية لإنتاجٍ محلي أفضل (قيمة القروض متواضعة جداً).

- إنشاء مراكز إقليمية ومحلية لتدريب الناشئين (Apprentis) وتأمين الإستمرارية للمهنة.

- عرض المنتوجات وبيعها في كلّ المراكز السياحية، وفي المطار والمرفأ، إضافةً إلى إمكان تصنيعها في الأماكن العامة، مما يُسهّل البيع المحلي وخصوصاً للسيّاح.

١٠-١ الإنتاج الفني والإبتكار

من الضروري وجود فنانين ومبتكرين للمساعدة على تطوير الحرفة، مما يجعلها سلعة تلفت نظر المجتمع، فتشجع المواطن والسائح على الشراء، خصوصاً إذا كانت من وحي مناسبة موجودة.

١٠-٢ السوق

درس حاجة المجتمع والطلب، درس إنتاج الحرفيين ودرس السوق إضافةً إلى درس الكلفة والربح والمردود بأسعارٍ مدروسة ومقبولة.

١٠-٣ التعليم والتدريب المهني

ضرورة إدخال موضوع تعليم الحرَف اللبنانية ضمن مناهج المدارس والجامعات على صعيد (Crafts Clubs)، إضافةً إلى إنشاء مدارس متخصّصة.

١٠ - ٤ الإدارة والتوجيه

تكوين لجنة متخصصة بالحرف من حرفيين وفنانين وإداريين تكون المرجع الأول لنهضة الحرفي المُتفهم لمعنى التراث الأصيل، وهي التي تتداول مع الجمعيات التراثية وغيرها من مراكز وذكاكين لتكون مشرفة على سير العمل، إضافةً إلى الإنتاج الصحيح والتصريف، مع توحيد الأسعار في المراكز الحرفية والذكاكين، مع حفظ الحق للمبدعين بالتصرّف الحرّ المادي والمعنوي، كما يمكن إجراء مباريات وجوائز للحرفيين المبدعين بدعم من الحكومة.

١١ - البيئة والسياحة الخضراء

... واعتماد سياسة المحافظة على البيئة الطبيعية التي تشكل أحد أهم مقومات السياحة.

برنامج وطن - لبنان المستقبل

كيف يمكن التحدث عن سياحة خضراء للبنان في الوقت الذي يكون فيه مهدداً بتقلص مساحاته الخضراء بسبب عوامل مناخية وجغرافية من جهة، وإنسانية من جهة أخرى، إضافةً إلى نسبة التلوث المرتفعة.

لزيادة رقعة المساحات الخضراء، ومساهمةً في خفض نسبة التلوث، وجذباً للسيّاح للإستمتاع بمناخنا المتوسطي، يجب التركيز على الأمور الآتية:

- إعتماد سياسة سياحية بيئية ابتداءً من العاصمة بيروت.

- إحياء وتشجيع التنافس بين المواطنين من قبل البلدية ووزراتي السياحة والبيئة، لتخضير شرفات المنازل وواجهات الأبنية في سياق سياسة تشجيعية تقوم على تخفيض ضرائب الأملاك المبنية، بالإضافة إلى فرض إلزامية زرع الشتول والأزهار أمام المباني.

- تأهيل الحدائق الموجودة ووسطيات الشوارع إنطلاقاً من قبول مبدأ التعاون مع راعين (Sponsors)، وإنشاء حدائق نموذجية.

- انتهاج سياسة تربوية بيئية في المدارس اللبنانية.

- السعي لإيجاد المزيد من المساحات الخضراء.

- الحصول على هبات ومساعدات وتبرعات من مراجع ودول صديقة لإقامة مشاريع بيئية (على غرار ما حصل بالنسبة إلى أرض الرملة البيضاء التي حصلت بلدية بيروت على هبة لتحويلها الى حديقة عامة) أو تقنية (لإنشاء مشاريع مكننة أو غيرها) أو لتنظيم أنشطة سياحية أو إنشائية أو معارض وغيرها.

- تنظيف المعالم السياحية، على سبيل المثال الأسواق القديمة في صيدا وطرابلس، وإعادة تأهيلها وإنارتها وغير ذلك من إصلاحات.

- معالجة موضوع الصرف الصحي وتكرير المجارير قبل رميها في البحر وخلافه من الأماكن، وإنهاء مشكلة المجارير على مستوى الشبكة والنفايات التي تُرمى في البحر.

- إنشاء مجلس وطني مستقل للحفاظ على البيئة (أو إطلاق يد وزارة البيئة)، ومن ثم إعداد مشروع كامل لتمويله من البلديات، واقتطاع نسبة بسيطة من الضرائب المفروضة من الدولة على كلّ ما يسبب التلوث مثل: البنزين، المعامل، الكسارات والمقالع، ميكانيك السيارات ومعامل الكحول وغيرها.

١٢- المغتربون

يجب إجراء اتصالات مباشرة مع مدير عام المغتربين، إضافةً إلى المسؤولين في الجامعة الثقافية اللبنانية في العالم، من أجل درس برنامج مفصّل وطويل الأمد يتضمن مؤتمرات ومناسبات دورية تشجع المغتربين على زيارة لبنان ليس فقط في فصل الصيف، بل أيضاً في فصل الشتاء (شباط وآذار) أثناء العطل السنوية في بلاد القارة الجنوبية.

كما تجدر الإشارة إلى الدور الفعّال الذي يجب أن يلعبه سفراؤنا في الخارج، من أجل توعية الجاليات اللبنانية على ضرورة تمتين الروابط العاطفية مع الوطن الأم بزيارته، وخصوصاً ضمن مجموعات سياحية، ممّا يمكّنهم من الحصول على أسعار متهاودة لتذاكر السفر والإقامة في الفنادق والزيارات السياحية.

وبين المناسبات المهمة التي يمكن أن تجلب أعداداً من المغتربين، يمكن تنظيم "الأرزياد" كلّ أربع سنوات، لجلب المغتربين الشباب للإشتراك في ألعاب رياضية جماعية أو فردية مخصصة لشباب الإغتراب، كما يمكن وضع قانون خاص للألعاب الجماعية يُبحث في حينه، بالإشتراك مع الإتحادات الرياضية اللبنانية.

١٣- الإستثمار السياحي

... فإنّ الإستثمار مشروط تحققه بإقامة المؤسسات، وباتّباع السياسات التي تسمح للمستثمر بجني الأرباح، وتوفّر للبلد المستقطب للإستثمارات فرصاً جديدة للعمل.
الحكم والمسؤولية - فرانسيس رافيل فيرجيري

إنّ استراتيجية تطوير القطاع الخاص السياحي، لا بد أن تأتي عبر نظرة مشتركة للدولة وللقطاع الخاص، إذ ينبغي على المبادرة الفردية في القطاع السياحي أن تلقى من الدولة المناخ المؤاتي لاستثماراتها، والمبني على قوانين وأنظمة مشجعة، وترويج سياحي يُسهم في اطمئنان المستثمر إلى أنّ توظيف أمواله هو في مكان تعمل الدولة على جذب السيّاح إليه، إضافةً إلى تأمين البنية التحتية المناسبة، والسهر على البيئة؛ وذلك كلّه يصب في إطار تسهيل الإستثمار المنشود، علماً أنّ استقرار التشريعات يعتبر ركيزة أساسية في تشجيع وطمأنة المستثمر.

إنّ الإستثمار المجدي هو الذي يؤمّن المعادلة الإيجابية في معيار النوعية / السعر، حيث تؤدي إيجابية هذه المعادلة إلى تقديم عروض تنافسية.

كلّ ذلك، يتطلب إصلاحاً ضريبياً وإصلاح نظام الضمان الإجتماعي، إضافةً إلى عرض التمويل والتسليف بفوائد مُخفضة. ويمكن هنا الإستئناس بالقانون الرقم ١٠ تاريخ ١٩٩١/٠٥/٠٤ وتعديلاته اللاحقة، والقانون الرقم ١٨٦ تاريخ ١٩٨٥/٠٧/٣١ في الجمهورية العربية السورية، اللذين ينصّان على إعفاءات جمركية وضريبية لمدة سبع سنوات من تاريخ إنشاء المشروع السياحي، وعلى خفض ضريبة الدخل إلى ٥٠% من الضريبة المعمول بها بعد السنة السابعة.

كلّ ما سبق، لا بد من أن يصب في إطار جذب الإستثمارات السياحية للبنان مُساهمةً في تطوير فرص العمل وفي زيادة الدخل القومي، خصوصاً إذا رافق هذه السياسة عمل جدّي من قبل IDAL، إضافةً إلى تبني مبدأ الـ B.O.T الذي يمتاز بعدم وجوب تأمين رأس مال من الدولة لتحقيق المشاريع. وبالإعتماد على السياسة المُنفتحة التي تَحلّى بها العنصر البشري اللبناني، وبحملة إعلامية داخلية مركّزة، يمكن إلى حدٍّ بعيد، خلق حالة من الثقة بالإستثمار السياحي، وتجييش الطاقات بهذا الإتجاه بحيث تنعكس على النهوض السياحي.

إنّ هذه السياسة تتميّز ليس فقط بجلب الإستثمارات، ولكن أيضاً بتحصين الإستثمارات الموجودة حالياً، والتي هي بأشد الحاجة إلى هذا التحصين.

١٤- التجهيز السياحي والمشاريع

... ضرورة تطوير مستوى ونوعية الخدمة لدى العاملين في قطاع السياحة، من خلال تكثيف التدريب المهني والتقني.

المعلم وفسيفساء - فرانسيس رافق الخوري

لا شك في أنّ هناك مشاريع سياحية قيد الدرس موجودة في كلّ المناطق اللبنانية، إضافةً إلى تجهيزات ضرورية في إطار التطوير السياحي المتوسط الأمد.

والقاسم المشترك لكلّ هذه المشاريع هو ضرورة إتجاه التعليم المهني في السياحة والفندقية إلى رفع المستوى التعليمي، من أجل تحسين مستوى خرّيجي هذه المدارس والمعاهد، عطفاً على ضرورة التواصل الدائم بين المدارس والمؤسّسات السياحية، حيث متطلّبات سوق العمل في المجال السياحي أصبحت أصعب، ولن يُقبل بعد اليوم مستوى مهني لا يملك التقنيات المتقدمة والحديثة؛ وتأمين اليد العاملة المهنية مطلوب على نطاق واسع، تلبيةً لحاجات هذه المشاريع الجديدة، عطفاً على تشجيع الكفاءات المُهاجرة على العودة.

غير أنّ هناك أولويات في مجال التجهيز السياحي والمشاريع، قُسّمت إلى ساحل وجبل وعاصمة، تجلب كلّ منها استثمارات مهمّة، وتؤدي إلى ازدياد الطلب على اليد العاملة المهنية، إنطلاقاً من تشجيع الدولة لتحقيقها وانطلاقتها:

١٤-١ ساحلاً:

١٤-١-١ **الميناء:** حجم مرفأ الميناء (طرابلس) يسمح بإقامة مرفأ نزهة في داخله، ويمكن القيام بهذا المشروع على أساس B.O.T وأول من فاتحنا بهذا الموضوع هو الوزير نجيب ميقاتي.

١٤-١-٢ **جزيرة الأرانب:** جزيرة الأرانب هي التسمية الشعبية لمجمل الجزر قبالة الميناء، وعددها سبعة. حان الوقت لدراسة جديّة لكي تصبح جزيرة النخل، إحدى هذه الجزر، مركزاً سياحياً يحتوي زهاء أكثر من ألفي سرير، ويعمل لمدة ٦ أشهر سنوياً على الأقل.

لا شك في أنّ دراسة تقنية ومالية لتأمين البنية التحتية من ماء وكهرباء تؤدي إلى قرار ما إذا كان يجب تأمين المياه والكهرباء من الشاطئ، أو عبر محطة توليد للكهرباء وأخرى لتحلية المياه. ويجب أن يحتوي هذا المشروع على مرفأ نزهة، كما يجب أن تُحل مشكلة الصرف الصحي بطريقة علمية تحافظ على البيئة وتؤمن إستمرارية نقاوة مياه البحر ونظافتها. وسترتبط الجزيرة بالشاطئ عبر مرفأ النزهة في الميناء المُقترح في الفقرة السابقة، على أن يأتيها أيضاً أصحاب اليخوت والزوارق من كلّ المرافئ الأجنبية واللبنانية الأخرى.

١٤-١-٣ **سوليدير:** لقد تأخر الإنتهاء من الإنشاءات السياحية في مرفأ النزهة العائدة إدارته لسوليدير في وسط بيروت، وقد حان الوقت لإشادة المنشآت المُكمّلة للحوض والتقسيمات الداخلية؛ هذا في ما يختص بالحوض الرئيسي.

أما في ما يختص بالحوض الشرقي الذي لم يتجسد بعد، فيمكن أن يصبح مرفأ مكمّلاً للمرفأ الأساسي، أو مرفأ إنطلاق للنقل السياحي البحري بين بيروت والشمال والجنوب وربما سوريا وقبرص.

١٤-١-٤ **المسابح الشعبية:** المساحات الموجودة حالياً والتي تصلح أن تصبح مسابح شعبية، تقع على شاطئ جبيل وبيروت وصيدا وصور. أما في المناطق الأخرى، فيجب إختيار المساحات التي تصلح لهكذا غاية، والتي تتضمن مساحة صغيرة من الأملاك الخاصة التي يُفترض أن تُستملك، إضافةً إلى مساحة واسعة من الأملاك العمومية البحرية، على أن تقع هذه المسابح في كلّ مناطق الشاطئ اللبناني.

أما على الصعيد العملي، فيجب تنفيذ مثل هذا المشروع بالتنسيق مع نقابة المؤسسات السياحية البحرية، إن من ناحية الخيارات والتخطيط أو من ناحية التجهيز والإدارة.

١٤-١-٥ **الجنوب:** كيلومترات عدة من الشواطئ في منطقة عدلون، إضافةً إلى جنوب صور لم تُمس حتى اليوم ولا تزال تحتفظ بعذريتها. إنّ هذه المناطق مؤهلة خصوصاً لإنشاء مشاريع سياحية بحرية.

أما في صيدا، فيمكن إنشاء مجمع سياحي متكامل ملاصق للستاد الأولمبي الجديد من الناحية الجنوبية، على أرض تملكها البلدية، يتضمن فندق، التجهيزات اللازمة للمؤتمرات، قاعة للحفلات، مطاعم، مسبح ومرفأ نزهة متواضع الحجم لاجتذاب أصحاب الزوارق الصغيرة والمتوسطة الحجم.

في أقصى الجنوب، نصل إلى الناقورة، حيث يمكن تطوير مرفأ الناقورة وتجهيزه من طريق الـ B.O.T، ليصبح مرفأ نزهة يستقطب أصحاب الزوارق واليخوت الراغبين في استكشاف هذه المنطقة.

كما يجب لفت النظر هنا إلى مقر البيّاضة (المقر الديني للطائفة الدرزية)، إضافةً إلى وجود البازيليك البيزنطية في صور، عطفاً على متابعة التنقيب في هذه المدينة صاحبة التاريخ العظيم.

١٤-١-٦ **الغوص:** يمثل الغوص في عددٍ كبيرٍ من دول العالم أحد أهم العوامل الجاذبة للسياح، ومن مدن هذه الدول على سبيل المثال لا الحصر العقبة في الاردن وشرم الشيخ في مصر؛ وتتمتع هذه الدول بمياه بحرٍ صافية، إضافةً إلى المرجان المتوافر فيها.

يمكننا تحسين الوضع العام لمياه بحرنا عبر زيادة صفائها، الأمر الذي يمكّننا من منافسة الدول القريبة منّا في هذا المضمار. ولكن يجب علينا أولاً، أن نتفهم أنّ العامل الأكثر جاذبية للغطاسين هو اكتشاف ما تبقى من حطامٍ لمختلف الاجسام؛ فقد أنزل الاردنيون مؤخراً في قعر البحر قبالة العقبة حطام دبابة، للفت نظر الغطاسين وجذبهم، فكان كلّ غطاس يذهب إلى العقبة يعود متحدثاً بحماسة عن هذه الظاهرة الفريدة.

أما نحن، فيوجد عندنا عدد من السفن المحطمة، إضافةً إلى غواصة فرنسية موجودة في قعر البحر تجاه الدامور. يجب الإستفادة من وجود هذه الاجسام في البحر، مما يشكّل عامل جذب للسيّاح المهتمين بالغوص.

وما يمكن أن يشكّل عامل جذب فريد للغوص في بلدنا، هو بقايا طائرة بوينغ موجودة في المطار من دون أي فائدة، إضافةً إلى ثلاث سفن راسية في مرفأ بيروت منذ عدة سنوات وهي تشغل مساحات كبيرة.

يُذكر أنّ تكلفة هذا المشروع ستكون قليلة نسبياً، وسيمتد من منطقة الدامور وصولاً إلى جونيه.

يجب أن تُنزل هذه الحُطامات في أماكن ذات عمقٍ مقبول، يُمكّن أكبر عدد من هواة الغوص من ممارسة هوايتهم، من دون أن يشكّل ذلك عائقاً لحركة الملاحة، كما يجب أن يكون هذا العمق كافياً لحماية هذه الأجسام من أشعة الشمس ومن التيارات البحرية.

من جهةٍ أخرى، يجب لفت النظر إلى وجود مدينة أثرية تحت المياه على شاطئ صور، وعلى عمقٍ منخفض، وأخرى مماثلة قبالة صيدا؛ ذلك ما جعل "جاك إيف كوستو" يصنف لبنان بين أهم ثلاثة أفضل مواقع أثرية بحرية في العالم (Encyclopedia of World Diving)؛ وفي هذه المنطقة بالأخص، توجد آثار في أعماق البحر تستوجب الدراسة والتنقيب ممّا يؤدي إلى جلب أعداد كبيرة من السيّاح هواة الغوص، الذين يهتمون كثيراً بالحطامات القديمة واكتشافها أثناء ممارسة هوايتهم في أماكن جديدة.

١٤-٢ جبلاً:

١٤-٢-١ جبلنا: مشروع سياحي جبلي سيعمل كمركز تزلج في الشتاء وكمصيف في الصيف، متوقفة أعماله منذ أربع سنوات نظراً إلى تدخلات مرجع صناعي معين، وذلك رغم مراجعات إيدال. ويُذكر أنّ هذا المشروع يوفّر ١٥٠٠ فرصة عمل.

تشجيع وتسهيل تنفيذ هكذا مشروع ضرورة سياحية ملحّة، تجلب استثمارات لا تقل عن ١٢٠ مليون دولار، بينما مساهموه الحاليون على حافة سحب أموالهم، وصرف النظر نهائياً عن الإستثمار في لبنان.

١٤-٢-٢ مشاع إهدن: فكرة مشروع مشاع إهدن موجودة منذ سنة ١٩٧٣، ولكن لم تسمح الظروف للبدء بإنشائه أو حتى بدء الدراسات المتعلقة به. وقد بادرت في شهر شباط الماضي بلدية زغرتا – إهدن بوضع دفتر شروط لإنشاء مشروع كهذا على أساس B.O.T.

في رأينا أنّ هذه البادرة لن تنجح لأسبابٍ عديدة، وعلى الدولة أن تقوم بتشجيع إنشاء شركة إستثمارية، تكون البلدية شريكة فيها، للقيام بهكذا مشروع على أسس سليمة، لاستثمار المنحدرات الثلجية التي تضاهي أجمل وأطول منحدرات في العالم، وذلك بطريقة مغايرة لطريقة B.O.T التي تبنتها البلدية.

١٤-٢-٣ بحيرات نتيجة سدود: يوجد قرار حكومي بإنشاء ثلاثة سدود جديدة أحدها في منطقة شبروح (فاريا)، وسينتج منها ثلاث بحيرات إصطناعية إنطلاقاً من الخرائط التي يمكن لوزارة الموارد المائية والكهربائية أن تزودنا بها. وبعد زيارة ميدانية لهذه المناطق، يجب وضع دراسة بسيطة وتصاميم ملائمة لاستثمار هذه البحيرات سياحياً؛ وذلك، ضمن الشروط التي سوف تضعها وزارة الموارد المائية والكهربائية، لكن قبل تحديد الإستملاكات المطلوبة.

١٤-٢-٤ الجنوب: أشار تقرير البرنامج المحلي لتطوير الجنوب والبقاع الغربي إقتصادياً واجتماعياً، الذي أنجزه "برنامج الأمم المتحدة للتنمية والتطوير" في تموز ١٩٩٩، إلى أنّ إنماء القطاع السياحي يمثّل حاجة ملحة لهذه المنطقة، كما حدّد هذا التقرير أيضاً ميزات أماكن عدّة في هذه المنطقة، داعياً إلى تعزيز العمل الدعائي لتوفير فرص العمل لسكان الجنوب. وأهم النقاط التي تطرق إليها هذا التقرير:

- أعراس قانا، حيث تصبح قانا مركزاً للإحتفال بالأعراس شرط تجهيزها بخدمات الضيافة المناسبة؛ وقد افتتحت أخيراً مغارتها.

- حوض نهر الليطاني، الذي يمكن تجهيزه لتنظيم رحلات إستكشاف لمحبي رياضة السير في البراري، على أن يُقام هناك أيضاً مركز لائق لاستقبال المتنزهين.

- الآثار البيزنطية، الصليبية والمملوكية: في الشقيف، تبنين، لبعا، كنيسة يوحنا المعمدان، إضافةً إلى أنان، جزين، شقرا: تأهيل بسيط لهذه المراكز.

- الآثار اللبنانية: قصر فريد سرحال ومتحفه في جزين، متحف جزين العائد إلى العام ١٨٩٨، إضافةً إلى الخان القديم في سوق الخان: تأهيل بسيط.

- المواقع الأثرية: لفت النظر إلى ضرورة متابعة التنقيب عن الآثار الفينيقية في لبعا، حناويّه (قبر أحيرام الأول)، الكفور (آثار فينيقية)، رأس العين (آثار رومانية)، الهبارية (بقايا معبد روماني)، إضافةً إلى شبعا وعين حرشا والعقبة حيث توجد بقايا معابد...

- مواقع السياحة الدينية: مغارة قانا (حيث اجترح السيد المسيح أولى آياته)، مقام النبي حزقيال قرب مرجعيون، مقام النبي عمران في القليلة، مقام الولي تميم في الدوير، مقام النبي هازور في دبل، مقام الشيخ عباس المحمد في تل المعشوق، دير ميماس (دير مار ماما)، إضافةً إلى المساجد القديمة في بعض القرى: أيضاً تأهيل بسيط لهذه المراكز، علماً أنّ السياحة الدينية يمكن أن تشمل أيضاً جغرافياً أديرة عدّة في كلّ أنحاء لبنان.

١٤-٢-٥ **البقاع**: تُقسّم المشاريع في البقاع إلى ثلاثة أقسام:

أ- المشاريع السياحية التي يمكن إنشاؤها في البقاع الغربي هي:

- مركز للتزلج في جبل الشيخ، يفوق إرتفاع منحدراته ٢٨٠٠ متر، يقع ضمن الأراضي اللبنانية، وقممه على مقربة من الحدود السورية، بعد شق الطرق إلى هذه المناطق، وتأمين المدرّجات المناسبة مع كلّ مقومات البنية التحتية، إضافةً إلى التجهيز بالمصاعد الكهربائية.

- الآثار اللبنانية والبيزنطية والصليبية والمملوكية: قصر الشهابيين في حاصبيا، الأسواق القديمة، المنازل الأثرية في راشيا الوادي وحاصبيّا: تأهيل بسيط وتجهيزات استقبال بسيطة.

- بحيرة القرعون: موجودة منذ سنة ١٩٦٢، تقع بين أربع قرى، مؤهلة لتجهيز سياحي متكامل صيفاً شتاءً، أحدثها سد القرعون وهي تابعة لمصلحة الليطاني، وقد أرادت هذه المصلحة منذ إنشاء السد، أن توجد منشآت سياحية على ضفاف البحيرة. وقد نظمنا سنة ١٩٦٤ مهرجاناً دولياً للتزلج المائي على هذه البحيرة، وحالت الظروف بعد ذلك دون إقامة منشآت على البحيرة المذكورة.

إلاّ أنّه ظهر أخيراً موضوعان يتعلقان بهذه البحيرة: أولهما تلوث البحيرة والقرار بمعالجة هذا التلوث بمساعدة خبراء أسوجيين، ولكن لم تبدأ هذه المعالجة حتى اليوم؛ وثانيهما قرار دراسة الإستثمار السياحي حول البحيرة بمبادرة مشتركة من وزارة السياحة ومصلحة الليطاني.

يجب تشجيع هذا الموضوع مساهمةً في تنفيذ الإنماء السياحي المتوازن.

ب- سهول البقاع الأوسط: في هذه المنطقة مساحات شاسعة مؤهّلة لإنشاء حلبة لسباق السيارات تعمل طوال السنة ويمكن أن يُنظّم فيها، إذا تأمنت لها الشروط المناسبة، سباق سنوي ضمن بطولة العالم للفورمولا وان، مع تغطية تلفزيونية عالمية تطال أكثر من ٥٠٠ مليون مشاهد... عطفاً على الصحافة العالمية والإذاعات، ونترك لخيال القارئ تقدير أهمية تغطية كهذه، في نطاق الترويج السياحي للبنان وبروز وجهه الحضاري...

ج- منطقة بعلبك - الهرمل: تطوير مناطق نهر العاصي يستوجب دراسة سياحية محدّدة، ولكن يمكن لهذه المناطق أن تشكّل مع عيون أرغش في الهرمل، مركزاً فريداً من نوعه لاجتذاب السيّاح.

إنّ الإعتناء بتطوير السياحة في البقاع يشكّل بلا ريب خطوة متقدمة على طريق الإنماء المتوازن.

١٤-٣ العاصمة:

١٤-٣-١ **التراث البيروتي:** بيروت التراث باقية في أذهان الذين عرفوها وحيّة في ذهن الجيل الجديد عبر ما سمعوه من آبائهم وأجدادهم. فإحياء هذا التراث يساهم في تأكيد هوية بيروت وجمالها وتاريخها، عبر سياسة حكيمة تهدف إلى تأهيل الأبنية والشرفات في التصاميم والهيكلية والألوان الخاصة بالعاصمة، والتي كانت تميّز الأبنية القديمة الموجودة فيها.

يواكب إحياء هذا التراث البيروتي تأهيل "قهوة القزاز" و"قهوة أبو العبد"، وتبني عودة الحكواتي على الأقل في فترات معينة، كليالي رمضان وشهر التسوق وفصل الصيف عندما تكثر زيارة السيّاح والمغتربين.

١٤-٣-٢ **سوليدير:** لا شك في أنّ متابعة إنشاء الأبنية في منطقة سوليدير تعزّز صورة بيروت الحضارية، ومن شأنها أن تسمح باستثمارات جديدة، إضافةً إلى تجميل صورة بيروت، ومن خلالها صورة لبنان.

توقُف الأعمال في منطقة وسط بيروت أساء إلى لبنان من جهاتٍ عدّة، ومن المصلحة العامة متابعة الأعمال وبزخم، ممّا يعزز الثقة ببيروت خصوصاً، ولبنان عموماً.

١٤-٣-٣ **ميدان سباق بيروت:** كثُر الحديث في الآونة الأخيرة عن ميدان سباق الخيل، وكثُرت التكهنات عن مستقبله، وقسّم أهالي بيروت بين مطالبين بإبقائه، ومؤيدين لتحويله إلى حديقةٍ عامة، تستقبل الرواد على مساحاتٍ خضراء قلما بقي مثلها في بيروت، وتشكّل متنفساً لأبنائها.

إنّ الحل الأمثل لهذا العقار الذي تقارب مساحته ٢٢٠ ألف متر مربع، هو في إبقائه كميدان لسباقات الخيل التي تُجرى مرة في الأسبوع أو حتى مرتين، وجعل المساحات داخل حلبة السباق مساحات خضراء، يمكن أن تجلب المئات وحتى الآلاف من المتنزهين، مع تجهيزها بألعاب للأولاد، إضافةً إلى مطعم ومسرح مفتوح ومساحات محمية من الشمس، وذلك بعد تجهيز الميدان بالإنارة اللازمة.

لكن تحقيق هذا المشروع يتطلب بناء نفق من شارع فؤاد الأول، طوله ٨٠ متر تقريباً، يمرّ تحت ميدان مجرى السباق، لجعل المساحات الخضراء المُستعملة من قبل الجمهور قادرة على الإستيعاب طوال أيام الأسبوع، أو حتى أثناء إقامة السباقات.

يتبيّن بوضوح أنّ هذا الحل، يُلبّي في الوقت نفسه طلب رواد إبقاء سباق الخيل، وطلب رواد تحويله إلى حديقة عامة ومنتزه لأهالي بيروت، وذلك بعد حل مشكلة النقص في المياه الموجودة حالياً.

كلّ ذلك لا يُغني عن الإهتمام بموضوع مهم للعاصمة، ألا وهو تأهيل الحدائق العامة الموجودة حالياً.

١٥- الترويج ومجلس السياحة

... واعتماد سياسة تفعيل الإعلام السياحي الخارجي
وتوسيع سوق السياحة اللبنانية.

برنامج وطن - تيار المستقبل

١٥-١ المجلس الوطني للسياحة

المجلس الوطني للسياحة في لبنان، يُعتبر الأداة والمرجع الوحيد لنقل هويتنا الوطنية اللبنانية للخارج، ويجب رد صلاحياته لما فيه مصلحة الترويج السياحي. ما هو هذا المجلس ؟

المجلس الوطني للسياحة، يتعاون مع الوزارات التي يتداخل عمله معها، ومنها وزارات: السياحة، الإعلام، الإقتصاد والبيئة وغيرها، له شخصية مستقلة، ويتمتع بصلاحيات واسعة ويتبع لوزارة السياحة، وميزانيته مصروفة من الميزانية العامة للدولة اللبنانية، أو عبر ضرائب أو نسب مئوية مدروسة ومُقتطعة من شتى القطاعات السياحية وغيرها، كونه يقوم بالإنفاق لغايتها وترويجها. والمُقترح أن توازي ميزانيته على الأقل مردود ضريبة الـ ٥% المُجباة من القطاع السياحي.

١٥-٢ تكوين مجلس السياحة:

- الهيئة التنسيقية: تعقد الهيئة التنسيقية إجتماعات دورية برئاسة وزير السياحة، وتُشكّل من المراجع الآتية: رؤساء نقابات الفنادق، المؤسّسات السياحية البحرية، مكاتب السياحة والسفر، الشقق المفروشة والمطاعم، جمعية خبراء الفنادق والسياحة، مراكز التزلج، الميادين المائية، شركات الإعلان، إضافةً إلى المنظمة الدولية للإعلان، جمعية مراسلي الصحف الأجنبية، حاكم مصرف لبنان، جمعية المصارف، جمعية الصناعيين، مدير عام البيئة، الجامعة الثقافية اللبنانية في العالم، مدير مطار بيروت، مدير مرفأ بيروت، مدير عام وزارة السياحة، مدير عام وزارة الإعلام، مدير عام الآثار، مدير عام وزارة الشباب والرياضة، مدير عام الأمن العام، مدير عام الجمارك، مدير عام المغتربين، طيران الشرق الأوسط، مدير عام كازينو لبنان، مدير عام سوليدير، مدير عام IDAL ومدير عام مجلس الإنماء والإعمار، وللمجلس إدارة الإمتيازات الإعلامية والإعلانية المُعطاة للشأن السياحي.

- الهيئة الإدارية: يتألف المكتب التنفيذي من عشرة أشخاص، يختارهم المسؤولون على أساس الخبرة والكفاءة، في ميادين السياحة والإعلان والعلاقات العامة، على أن يراعي هذا الخيار، ما يُعمل به في المجالس الأخرى.

١٦- المتابعة

لمتابعة كلّ ما جاء في هذه الدراسة بنسبة أعلى من الفعالية، ولتذليل كلّ المشاكل المترابطة بين كلّ أجهزة الدولة وصولاً إلى الغاية المنشودة، كلّ ذلك يستوجب إستحداث مكتب للشأن السياحي في مقر رئاسة الحكومة.

١٧- التوقّعات

... لأنّ السياحة مصدر من مصادر الثروة في لبنان
... والخدمات مصدر من مصادر الثروة في لبنان
... فالثروة البشرية مصدع لكلّ الثروات في لبنان
المعلم والمسؤولية - رافق الحريري

عبر دراسة Tourism Market Trans المخصّصة للشرق الأوسط والصادرة عن المنظمة العالمية للسياحة، وبالإضافة إلى معلومات صادرة عن وزارة السياحة، يمكن الإستنتاج أنّ معدل مداخيل لبنان من كلّ سائح يزوره يقدّر بمبلغ ١٠٠٠ دولار أميركي، أما نحن فسنكون أشد تحفّظاً، وسنعتبر أنّ هذا المعدل هو ٨٠٠ دولار للسائح الواحد.

أمّا بما يختص بعدد السيّاح الذين زاروا أو سيزورون لبنان سنة ٢٠٠٠، فلا يوجد إحصاءات دقيقة، أو حتى شبه دقيقة لتحديد هذا العدد، علماً أنّ لدى مصرف لبنان إحصاءات بأرقام دقيقة، ربما تكون مفيدة عند وضعها بتصرفنا. إنّما انطلاقاً من عدد الزائرين الذي يُقدر بـ ٧٢٠ ألف زائر، وبعد مقارنة بعض الأرقام واستشارة المعنيين، يمكن تقدير هؤلاء السيّاح بـ ٣٥٠ ألف سائح من الخارج، وتُقدر مساهمتهم في الناتج الإجمالي بـ ٢٨٠ مليون دولار.

من هنا، وانطلاقاً من إيماننا أنّ إقرار السياسة السياحية المُقترحة في هذه الدراسة حالاً سيؤدي إلى نمو بمعدل يُراوح بين ٤٠% و١٥% سنوياً حسب الجدول الآتي، ويُمكن أنّ تقدر التوقعات بالأرقام الآتية، شرط أن لا يواجه لبنان أي إنتكاسة أمنية، وأن تبقى قيمة الدولار على ما هي عليه الآن.

السنة	النمو	عدد السيّاح	الناتج المحلي من السياحة
٢٠٠٠		٣٥٠ ٠٠٠	٢٨٠ مليون دولار
٢٠٠١	%٢٠	٤٢٠ ٠٠٠	٣٣٦ مليون دولار
٢٠٠٢	%٤٠	٥٨٨ ٠٠٠	٤٧٠ مليون دولار
٢٠٠٣	%٣٠	٧٦٤ ٠٠٠	٦١١ مليون دولار
٢٠٠٤	%٢٠	٩١٧ ٠٠٠	٧٣٤ مليون دولار
٢٠٠٥	%١٥	١ ٠٥٥ ٠٠٠	٨٤٤ مليون دولار

يتبين من هذه الأرقام أهمية السياحة في الناتج المحلي، كما يتبيّن أنّ تخصيص ميزانية الترويج السياحي أي الـ ٥% من فواتير القطاع السياحي المُقدرة لعام ٢٠٠٠ بعشرة ملايين دولار، تشكّل نسبة صغيرة جداً من المبالغ التي تقدمها السياحة إلى الناتج المحلي العام. علماً أنّ الخطة الخمسية التي أعدّها مجلس الإنماء والإعمار بشأن القطاعات الإنتاجية، تتوقع أن تصل حصة السياحة إلى ١٥% مع حلول العام ٢٠٠٥، بفضل نمو مُرتجى بمعدل ١٦%، وذلك انطلاقاً من اقتراح مجلس الإنماء والإعمار تخصيص مبلغ ٢٠ مليون دولار سنوياً للترويج السياحي.

إنّ تحقيق المشاريع المُدرجة في هذا التقرير، سيؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة أهمها في جزيرة الأرانب (٢٠٠٠)، وجبلنا (١٥٠٠)، أما تطوير سوق العمل، فمن المُنتظر أن يوازي تطوّر عدد السيّاح، حيث أنّ المنظمة العالمية للسياحة تعتبر أن زيادة عدد السيّاح تزيد فرص العمل على أساس فرصة عمل واحدة لكل ٢٠ إلى ٢٥ سائح. وإذا انطلقنا من تقديراتنا التي تعتبر أن عدد السيّاح سيرتفع بين سنة ٢٠٠٠ وسنة ٢٠٠٥ من ٣٥٠ ٠٠٠ سائح إلى ١ ٠٥٥ ٠٠٠ أي ما يوازي زيادة ٧٠٠ ٠٠٠ سائح، هذا يؤدي إلى توسيع سوق العمل وإيجاد أكثر من ٣٠ ٠٠٠ فرصة عمل جديدة مرتبطة بالقطاع السياحي، بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

إضافةً إلى ذلك، وخارج نطاق القطاع السياحي البحت، لا شك في أنّ تخصيص ميزانية وافية للترويج السياحي، سوف يُجمّل صورة لبنان بكامله، مما يؤدّي إلى تشجيع الإستثمارات في القطاعات الخدماتية الأخرى.

١٨- مُلخص للمشاكل والحلول

أخيراً، يتبيّن أنّ السياحة تواجه مشاكل عدّة، حاول هذا التقرير تحديدها، إضافةً إلى اقتراحات لحل هذه المشاكل لما فيه مصلحة لبنان السياحية، ومن ثم الإقتصادية.

تتلخص هذه المشاكل والحلول في الجدول التالي:

المشاكل	الحلول
١- تباطؤ عجلة الإقتصاد، خصوصاً السياحي	قرار سياسي جاد بدفع عجلة السياحة
٢- إحباط لدى المستثمرين في الحقل السياحي	دعوة الفاعليات السياحية تجسيداً للقرار الجاد
٣- غياب لبنان عن الخريطة السياحية	تخصيص ميزانية للترويج السياحي والنظر بمجلس السياحة
٤- فقدان هوية لبنان الإقتصادية والسياحية	تبلور هوية وطنية سياحية موحّدة متكاملة للبنان (Communication Identity)
٥- شكوى من الأسعار السياحية المرتفعة	تخفيض الكلفة وسياسة أسعار جديدة لا تنعكس على الجودة
٦- إنحصار أسواقنا في بعض الدول العربية والسياحة من أصل لبناني	تسهيل الإرتياد المتكرر وتوسيع الإتصال بالأسواق المنشودة

المشاكل (تابع)	الحلول (تابع)
٧- تشريع سياحي لا ينطبق على القرن ٢١	مراجعة التشريع السياحي
٨- الاملاك العمومية البحرية: وضع شاذ عمره عشرات السنين	إسترجاع المشروع الحالي والعمل على مشروع قانون متوازن مقبول
٩- غياب سياسة التوجيه في الإستثمار الجديد مناطقياً ونوعياً	إطلاق سياسة تربط بين نسبة الإشغال والإستثمار مناطقياً ونوعياً
١٠- عدم الإهتمام بالسياحة في مجلس النواب	لجنة نيابية مستقلة "لجنة السياحة" بدل شمل الزراعة والسياحة في لجنة واحدة
١١- سيارات الإجرة في حالة غير مقبولة	تنظيم سيارات الأجرة، بما في ذلك شكلها ولونها ومحتوياتها وتجديد الأسطول
١٢- صعوبات في الحصول على التأشيرات	قرار سياسي أمني، ثم التنسيق بين المراجع المعنية
١٣- ٧٠ $ رسوم تأشيرة ومطار للزائر الواحد	مراجعة الرسوم مقارنة بالدول المجاورة
١٤- دخل كازينو لبنان متواضع	فتح فروع للكازينو في فنادق فخمة خارج العاصمة
١٥- تأخير المعاملات في المطار للمجموعات	إنشاء كونتوار إضافي للمجموعات
١٦- التأشيرات الجماعية الممنوحة للمجموعات	تعديل الأنظمة المعمول بها أسوة بالدول المجاورة
١٧- وزارة السياحة: موازنة محدودة وغياب كلي للتخطيط والجهوزية	تأهيل العناصر البشرية والتنسيق بينها وبين القطاع الخاص وكافة الإدارات
١٨- الصرف الصحي في البحر مصدر قلق للبيئة	معالجة موضوع الصرف الصحي، وتكرير المياه قبل رميها في البحر

المشاكل (تابع)	الحلول (تابع)
١٩- عشوائية وضع الشاطئ اللبناني	وضع مخطط توجيهي للشاطئ اللبناني بالتعاون مع المعنيين
٢٠- وضع الحرفيين غير منتظم ومأساوي	إنشاء مراكز للتدريب، وتنظيم البيع والتسويق
٢١- المغتربون مصدر مهم للسياحة لم يُستغل كما يجب	خلق مناسبات لزيارة المغتربين خاصةً خارج موسم الصيف ضمن روزنامة سنوية
٢٢- وضع الآثار المتردي	ربط بين وزارة السياحة ومديرية الآثار وإظهار وجه الآثار السياحي
٢٣- بنية تحتية وبيئة ليستا بالمستوى المقبول	رسم خريطة سياحية مفصلة في السياحة الخضراء
٢٤- مستوى تقني ومهني نحو التدني في السنوات الاخيرة	رفع مستوى التعليم المهني السياحي والفندقي
٢٥- لا قرار جدّي بخصوص المسابح الشعبية	إقرار المشروع والعمل على تنفيذه بالتعاون مع النقابة المختصة
٢٦- الإنعكاسات السلبية لواقع شركة طيران الشرق الأوسط على السياحة، كلفة وخدمات	سياسة الأجواء المفتوحة بالكامل وتوظيفها لمصلحة الشركة الوطنية
٢٧- البطالة آفة إجتماعية	فرصة عمل لكل ٢٥ سائح جديد
٢٨- عدم التنسيق بين كافة الإدارات	إستحداث مكتب للشأن السياحي في رئاسة الحكومة
٢٩- إنحصار الخريطة السياحية مناطقياً	إنتشار للمشاريع السياحية الجديدة خارج العاصمة في جميع المناطق
٣٠- غياب للأرقام السياحية لدراسة السوق	تفعيل مصلحة الدراسات والإحصاء في وزارة السياحة وصولاً للأرقام الصحيحة وتحليلها