



برنامج الأمم المتحدة الإنمائي



مجلس النواب

الجمهورية اللبنانية

مكتب وزير الدولة لشؤون التنمية الإدارية  
مركز مشاريع ودراسات القطاع العام

## ندوة التنمية السياحية

بدعوة من

لجنة الزراعة والسياحة النيابية

بالتعاون مع مشروع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي

وثيقة العمل

مجلس النواب في ١١/٦/٢٠٠١

المديرية العامة للدراسات و المعلومات / مشروع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي

LEB/99/008

المعلومات والآراء والاقتراحات الواردة في هذه الوثيقة مستخلصة من الدراسات والمذكرات والأوراق التي قدمها عدد من المدعوين للمشاركة في أعمال ندوة التنمية السياحية، المنعقدة في مجلس النواب بتاريخ ١١/٦/٢٠٠١. وهي لا تمثل بالضرورة رأي لجنة الزراعة والسياحة النيابية أو مشروع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في مجلس النواب.



- ٢٧-٤-٢-معدلات الأجور في القطاع السياحي.....
- ٢٨-٤-٣-الوظائف المتوقعة في القطاع السياحي.....
- ٢٩-القسم الخامس: التعليم السياحي والفندقي.....
- ٢٩-٥-١-الإعداد المهني والتقني.....
- ٣٢-٥-٢-الإعداد الجامعي.....
- ٣٤-القسم السادس: المعوقات ومطالب النقابات السياحية.....
- ٣٤-٦-١-قائمة المعوقات.....
- ٣٥-٦-٢-المشاكل الملحة.....
- ٦-٢-١-الضرائب والرسوم
- ٦-٢-٢-التعقيدات الإدارية في منح التأشيرات السياحية
- ٦-٢-٣-ارتفاع الكلفة السياحية
- ٦-٢-٤-ضعف الدعاية السياحية في الخارج
- ٦-٢-٥-عدم التنسيق الإقليمي: لبنان-سوريا-الأردن
- ٦-٢-٦-عدم مرونة الأنظمة الادارية
- ٦-٣-٣-المطالب القطاعية.....
- ٦-٣-١-مطالب نقابة أصحاب المطاعم والمقاهي والملاهي والبايسري
- ٦-٣-٢-مطالب نقابة أصحاب الفنادق
- ٦-٣-٣-مطالب نقابة الأدلاء السياحيين
- ٦-٣-٤-مطالب نقابة اتحاد التزلج
- ٦-٣-٥-مطالب نقابة وكالات السفر
- ٤٢-القسم السابع: الخطط الرسمية لتطوير السياحة.....
- ٤٢-٧-١-الخطة الخماسية لمجلس الإنماء والإعمار.....
- ٧-١-١-أهداف ومراحل الخطة
- ٧-١-٢-المخصصات المالية
- ٧-٢-٢-خطط وزارة السياحة.....
- ٧-٢-١-خطة إعادة الإعمار والإنماء السياحي
- ٧-٢-٢-الخطة الخمسية لوزارات السياحة
- ٧-٢-٣-خطة عمل وزارة السياحة

القسم الثامن: التوجهات السياحية المستقبلية..... ٤٦

١-٨- التوجهات العامة..... ٤٦

٢-٨- التوجهات القطاعية..... ٤٧

١-٢-٨- في مجال التسويق السياحي

٢-٢-٨- في مجال مقومات الجذب السياحي

٣-٢-٨- في مجال الطيران

٤-٢-٨- المهرجانات

٥-٢-٨- المحميات

قائمة الوثائق والمذكرات المقدمة إلى لجنة الزراعة والسياحة النيابية في إطار التحضير

لندوة التنمية السياحية..... ٥٤

## مقدمة

تستند هذه الوثيقة بشكل أساسي إلى مجموعة الدراسات والمذكرات والأوراق التي قدمها المدعون للمشاركة في ندوة التنمية السياحية إلى أمانة سر لجنة الزراعة والسياحة النيابية في أثناء التحضير لانعقاد هذه الندوة. وقد وفرت هذه المستندات القاعدة الرئيسية من الإحصاءات والمعلومات والآراء المثبتة في هذه الوثيقة.

وقد أكدت كل الآراء المعبر عنها على أهمية السياحة وعلى اعتبارها عاملاً حاسماً في تحريك الوضع الاقتصادي العام، غير أنها، في الوقت عينه، أعربت عن معاناة أهل السياحة الناجمة عن الصعوبات والاختناقات والمعوقات التي تشل الانطلاقة السياحية، وبالتالي فهي تطالب بحل المشكلات التي تواجه هذا القطاع.

وإذا كان القطاع السياحي في لبنان يزخر بالإمكانيات والطاقات، غير أنه بالمقابل يواجه اختناقات تعيق تطوره وحتى عودته إلى حالته السابقة. فليسان يتمتع بعوامل جذب سياحي متعددة وبميزات تفاضلية تشمل الجمالات الطبيعية والمعالم الأثرية والثقافية والدينية والبيئية والأماكن الترفيهية والتسهيلات الفندقية، غير أن هذه الجمالات قد شوهتها يد الإنسان في العديد من المواقع أو أشادت بقربها منشآت مؤذية للذوق والنظر والراحة.

فدعوة السياح إلى البلد، تشبه إلى حد بعيد دعوة الضيوف إلى البيت، أي لا بد وأن يعد المستقبل بيته لاستضافة ضيوفه، الأمر الذي يتطلب تحضيراً وتعاوناً من قبل جميع أهل البيت. وهكذا يتطلب نجاح السياحة تعاون المجتمع بكامله وليس جزء منه فقط. فعلى سبيل المثال لا يكفي أن نبني مطاراً حديثاً وواسعاً، إذا لم يكن رجل الأمن فيه متجاوباً ومتعاوناً أو ننشئ الجادات الواسعة، إذا كانت تملؤها أكوام القمامة، أو إذا كان السائق لا يحترم قوانين السير، ولا يريح الفندق الحديث والمجهز السائح، إذا كانت الكهرباء تقطع عنه أو إذا كسلن لا يحسن موظفوه التعامل مع نزلائه. وبالتالي لا يفيد السعي لاعادة لبنان إلى الخريطة السياحية العالمية إذا لم يهيا البلد لاستقبال السياح، وبخاصة في ظروف المنافسة الحادة التي يشهدها هذا القطاع على الصعيد الإقليمي وعلى الصعيد الدولي.

هذه الندوة تنطلق من الاقتناع بأن التنمية السياحية ليست عملاً حكومياً منفرداً، تتولاه وزارة أو حتى مجموعة وزارات وإدارات عامة، وليست عملاً تجارياً يمارسه أفراد ومؤسسات في القطاع الخاص، بل هي عمل مجتمعي، يشارك فيه جميع المواطنين، كل في موقعه وفي إطار المسؤولية الملقاة عليه.

وغني عن البيان إن ورقة العمل هذه ليست دراسة أو بحثاً في الشأن السياحي، وليست خطة أو برنامجاً قطاعياً، بل هي محاولة تشخيص للمشاكل والاختناقات التي تعيق تطور السياحة والانطلاق منها لرسم توجهات عامة تصلح لصياغة سياسة سياحية شاملة وفاعلة، تعد في ضوءها الخطط والبرامج.

وانطلاقاً من هذا الهدف، لن تتوقف هذه الورقة عند أهمية السياحة في الاقتصاد الوطني أو تسهب عن الإمكانيات السياحية المتوافرة في لبنان وهما أمران مؤكدان يشكلان اقتناعاً عند الجميع. بل ستعرض مجموعة آراء وأفكار للمناقشة على خلفية ميزات لبنان السياحية، بعضها يهتم القطاع بمجمله وبعضها الآخر يتناول عدداً من مجالاته الفرعية.

## القسم الأول: السياحة في الاقتصاد الوطني

قبل اندلاع الأحداث في لبنان في العام ١٩٧٥، كانت السياحة تمثل قطاعاً اقتصادياً ناشطاً يسهم بحوالي ٢٠% من الناتج المحلي ويستقبل أكثر من ١,٥ مليون سائح يقدم لهم التسهيلات الفندقية والترفيهية بجودة رفيعة ومقبولة. وقد تلاشى هذا الدور تقريباً خلال فترة الحرب، ولم تتجح الجهود المبذولة خلال السنوات العشر الأخيرة بإعادة هذا القطاع إلى حالة الازدهار التي عرفها سابقاً، فمساهمته بالناتج المحلي تدنت (٨%) وانخفضت نسبة العاملين فيه من إجمالي اليد العاملة وكذلك عدد مؤسساته وقدراتها الاستيعابية. ويتعرض هذا القطاع ربما للمرة الأولى إلى منافسة حادة على صعيد المنطقة العربية نتيجة ارتفاع أسعاره وتعثّر انطلاقاته. غير أن تعثر هذا القطاع - وهو جزء من التعثر الاقتصادي الوطني العام - قابل للمعالجة السريعة لأن لبنان ما زال يتمتع بعوامل جذب سياحي عديدة، ولأن البنى التحتية في البلاد أصبحت أكثر قدرة على استقبال السياح، وكذلك فإن المؤسسات السياحية المعنية مباشرة بالمجال السياحي قد أعيد تأهيلها وتحديثها وزاد عددها.

### ١-١-١-١ ميزات لبنان السياحية

#### ١-١-١-١-١ جاذبية سياحية مميزة

ينعم لبنان بعوامل جذب سياحي عديدة، تؤهله مبدئياً لاستقطاب فئات واسعة من السياح ولحمل اللبنانيين على تطوير حركة سياحية داخلية مهمة. وللتذكير فقط، نورد أهم هذه العوامل:

- المواقع الأثرية العديدة والمتنوعة والمحافظة عليها نسبياً.
- بلدات الاصطياف في جميع المناطق.
- المعالم الطبيعية والبيئية: جعيتا، الأرز، قاديشا، المحميات الطبيعية، المغاور، الينابيع.
- وجود مواقع مصنفة ضمن التراث العالمي.
- الشمس والبحر والمناخ المعتدل.
- المزارات الدينية المسيحية والإسلامية.
- التزلج والرياضة المائية.
- التسهيلات الترفيهية: تجمع الفنادق العالمية وحياء الليل والمطاعم الفخمة.
- المهرجانات الدولية والوطنية والمحلية: بعلبك، صور، بيت الدين، فندق البستان.



- التسهيلات الخاصة بالندوات والمؤتمرات الدولية.
- روح الضيافة عند اللبنانيين وإتقان اللغات الأجنبية.
- الأجواء المفتوحة.

وأهم هذه الميزات إنها مجمعة في رقعة جغرافية محدودة مما يمكن السائح من التمتع بها في مدة زمنية قصيرة. وفي الحديث عن عوامل الجذب السياحي، يجب التركيز على ثلاثة منها هي السياحة الثقافية (الأماكن الأثرية والطبيعية)، والسياحة البيئية (المحميات الطبيعية)، والسياحة الفكرية والفنية (المهرجانات الدولية).

### أ-السياحة الثقافية

إن السياحة الجماعية المرتبطة باللهو كالبحر مثلاً، لا تكفي وحدها، خصوصاً أنها تقدم في دول أخرى بشروط أوفر، مما يحتم علينا استغلال الخصوصيات الحضارية المتوفرة في لبنان والتي قد لا تتوفر في بلدان أخرى وهذا ما يسمى بالسياحة الثقافية. وترتكز هذه السياحة على عدة عناصر من بينها: المواقع الأثرية والمدن القديمة المحيطة بهذه المواقع. إن الخطة السياحية تركز على إظهار خصوصيات المنطقة المحيطة بالموقع الأثري وهذه الخصوصيات متعددة من بيئية وحرفية وتراثية وثقافية وغيرها، على أن تتوافق مع بنية سياحية كاملة، من عدد محدود من الفنادق والمطاعم المتوسطة الحجم المنسجمة مع محيطها والتي قد توفر فرص عمل في المناطق أسوة بالمهن التراثية والزراعية، إلى بنية تحتية مناسبة للنسيج الاجتماعي والاقتصادي للمنطقة.

تشكل المواقع الأثرية عنصراً أساسياً للسياحة الثقافية إذ أنها تعتبر شواهد معينة يمكن من خلالها التعرف على ثقافات وعلوم وتقاليد الشعوب التي خلفتها. وبالمقابل، فإن بعض المواقع وإن لم تكن أثرية فإنها تشكل عنصراً أساسياً للسياحة كالمدينة القديمة والمواقع الطبيعية والأمكنة المتميزة بإنتاج يرتبط بالتراث البيئي أو الإنساني أو تلك التي تتمتع بتاريخ شعبي خاص وبرموز معينة تميزها بعبادات وتقاليد اجتماعية أو دينية، فهذه المدن أو القرى أو الأماكن تشكل حافزاً كبيراً للسياحة.

## ب- السياحة البيئية

الاتجاه المتزايد للسفر إلى الدول المحافظة على تراثها الطبيعي والثقافي لقضاء إجازة في أحضان الطبيعة والتمتع بمراقبة وتصوير الحياة البرية ومشاركة سكان البلد الأصليين عاداتهم وتقاليدهم بكل بساطتها بعيداً عن الأماكن الفخمة واللباس الرسمي وتكلف المدينة، أصبح يعرف بالسياحة البيئية أو السياحة الخضراء. ومن أفضل الأماكن لاستقطاب السياحة الخضراء هي القرى والبلدات المحافظة على تراثها وتقاليدها ومساحاتها الخضراء.

وتشير الإحصاءات العالمية إلى أن السياحة البيئية إلى ازدياد مضطرد عالمياً وأصبحت تحل مكان السياحة التقليدية وخاصة عبر اتجاه شعوب الدول الصناعية إلى الدول النامية وذلك هرباً من المدن المكتظة بالسكان والبنيان والضوضاء والتلوث إلى أحضان الطبيعة لاستعادة الهدوء وراحة النفس والأعصاب وتشكل المحميات الطبيعية نقاط الاستقطاب الرئيسية للسياحة البيئية وتشير إحصائيات منظمة السياحة العالمية أن زوار الأماكن الطبيعية قد زاد حوالي ٣٠% من مجموع السياح في العالم والسياحة تشكل حوالي ثلث التجارة العالمية وتنتج ما قيمته حوالي ١٩٥ مليون دولار سنوياً.

يوجد في لبنان عدد كبير من المواقع الطبيعية التي تعتبر محميات قيمة منها محمية بنتاعل الطبيعية، محمية أرز الشوف، محمية شاطئ صور، محمية غابة تتورين، محمية حرش اهدن و محمية جزر النخل الطبيعية. وتندرج زيارة المحميات الطبيعية ضمن إطار السياحة البيئية أو السياحة الخضراء. وتعتبر هذه المحميات صمامات الأمان لضمان استمرارية الحياة والحفاظ على القيم الفريدة، ومصدراً للتمتع بجمال الطبيعة ومورداً أساسياً لمدخل البلاد. على سبيل المثال يعمل في محمية أرز الشوف اليوم ٢١ شاباً وفتاة و هي تستقبل ٢٥ ألف زائر سنوياً على مداخل المحمية مما يساعد على تنشيط الحركة الاقتصادية في القرى المحيطة بها وتشير الدراسات التي أعدتها إدارة المحمية إلى توقع ارتفاع عدد زوار المحمية إلى ١٠٠ ألف زائر في السنوات القليلة القادمة.

## ج- السياحة الفكرية والفنية

تساهم المهرجانات في النشاطات الفكرية والاقتصادية المتنوعة. ويرتكز دورها على تشجيع السياحة عبر التنقيف الفني الرفيع المستوى وتوفير المتعة الفنية والفكرية في آن واحد مما يحمل العديد من وكالات السفر المحلية والعالمية على إدخال حفلات المهرجانات في عداد

برامج رحلاتها كمادة مشوقة تشجع على القيام برحلات سياحية إلى لبنان حيث يتوفر للسائح، بالإضافة إلى المعطيات الطبيعية، المرح الفني والمتعة الفكرية في أماكن أثرية خلابة. تظهر المهرجانات وجه لبنان التاريخي والحضاري ومن المعروف أن السياحة الثقافية هي العنوان الجديد للسياحة وهي مهمة جداً للبنان ولتشجيع السياحة فيه.

ومن ابرز المهرجانات اللبنانية ذات الطابع الدولي: مهرجانات بعلبك، بيت الدين، صور، جبيل وفندق البستان. وتقام هذه المهرجانات في الإجمال في فصل الصيف عدا مهرجان البستان الذي يقام بين شهري شباط وآذار بحيث يصادف شهر التسوق وهو يسهم في إثراء السياحة الشتوية وبالتالي ملء فراغ فصل الشتاء.

### ١-١-٢- تسهيلات في البنى التحتية

شهد عقد التسعينات تطويراً وتأهيلاً للبنى التحتية مما أعاد البلد تدريجياً إلى الحياة الطبيعية، ووفّر الشروط الأساسية لعودة السياحة، ويذكر في هذا المجال:

- استكمال العديد من البنى الأساسية: الماء والكهرباء، والخدمات السكنية والناسلكية الطرق والاووتسترادات
- تطوير منشآت سياحية عامة أساسية: المطار، المرفأ، وسط المدينة
- تأهيل المراكز والمعالم الطبيعية والأثرية: المتحف الوطني، مغارة جعيتا، قلعة طرابلس
- تشجيع قيام المحميات الطبيعية
- صيانة أولية لمواقع الآثار
- إعادة تأهيل المدينة الرياضية وإنشاء منشآت رياضية في العديد من المناطق

### ١-١-٣- تنوع في الخدمات والنشاطات السياحية

واكب تأهيل البنى التحتية الأساسية، إنشاء مؤسسات سياحية جديدة وإعادة تأهيل مؤسسات قائمة والتوسع بالنشاطات السياحية، ويذكر في هذا المجال:

- إنشاء فنادق دولية عديدة
- نشوء شبكة واسعة من المطاعم والمقاهي والملاهي
- إعادة تأهيل العديد من الفنادق والمطاعم
- إعادة تأهيل وتدريب الموارد البشرية العاملة في القطاع السياحي
- عودة كازينو لبنان إلى العمل

- تأهيل المجمعات السياحية البحرية وإنشاء مسابح جديدة
- التوسع بإقامة المهرجانات الدولية والوطنية والمحلية في كل المناطق اللبنانية
- إقامة شهر التسوق
- تنشيط المؤتمرات والمباريات الدولية

والسؤال البديهي المطروح-في ضوء هذه العوامل الإيجابية- ما هو المطلوب صنعه كي يعود القطاع السياحي إحدى ركائز الاقتصاد الوطني ومولداً للاستثمار والوظائف وكسي يعود لبنان إلى خريطة السياحة الإقليمية والدولية ويستفيد من العائدات السياحية الإقليمية والدولية. فنسبة القادمين إلى لبنان ضئيلة بالمقارنة مع الدول العربية (سوريا، مصر، الأردن، المغرب)، في حين تشهد المنطقة نمواً سريعاً في القطاع السياحي، مستفيدة من اتساع الحركة السياحية العالمية التي أصبحت أكبر القطاعات التجارية في العالم (٦٧٥ مليون سائح في العام ٢٠٠٠).

## ١-٢- المردود الاقتصادي للسياحة

### ١-٢-١- السياح

#### أ- الأعداد والجنسيات

في سنة ٢٠٠٠، بلغ عدد السياح الوافدين إلى لبنان ٧٤١,٦٤٨ وهو الرقم الأعلى المسجل بعد انتهاء الحرب، وتحديدًا منذ عام ١٩٩٢ الذي سجل فيه حوالي ٢٠٠ ألف سائح. شكل السياح العرب العدد الأكبر من الوافدين بنسبة بلغت ٤٠% أي ما يعادل ٣٠٠,٥٤١ يليهم في المرتبة الثانية الأوروبيون حيث بلغ عددهم ٢٢٨,٧٢٨ يليهم الأمريكيون ثم الآسيويون، فالأستراليون وبعد ذلك الأفارقة. وفي مقارنة سريعة بين العامين ١٩٩٩ و ٢٠٠٠ يتبين أن الحركة السياحية تحسنت بنسبة ١٠,١٦ في المئة وكذلك الأمر بين ١٩٩٨ و ١٩٩٩ إذ بلغت نسبة التحسن ٦,٥%. 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 أوقيانيا ٢٨ ألفاً و ٧٣٣ سائحاً والقادمون من أفريقيا ١٥ ألفاً و ٧٢٩ سائحاً. ويشكل 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).

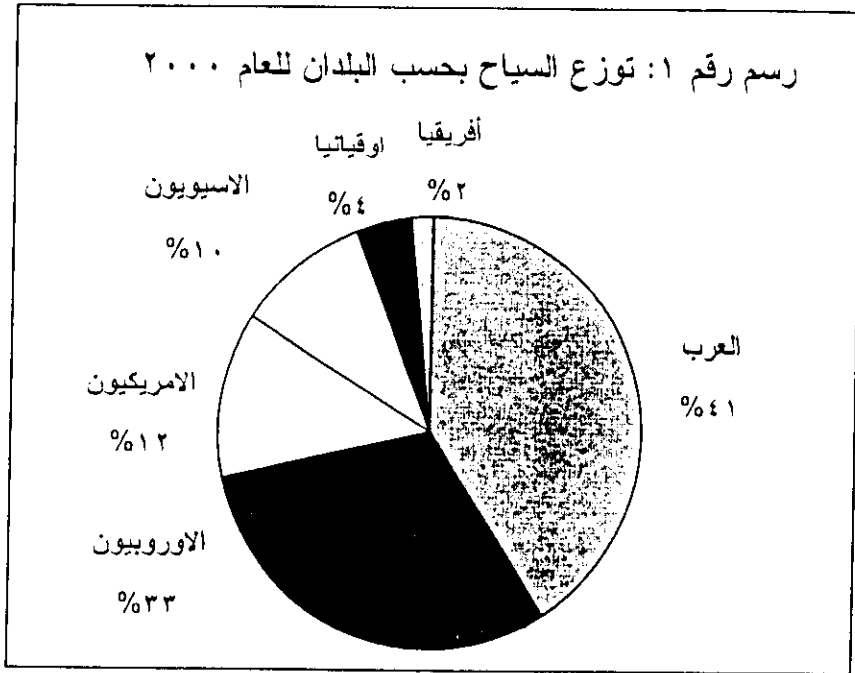
أما فيما يخص السائحين العرب فمعظمهم من المملكة العربية السعودية، الأردن، الكويت، ومصر. وبالنسبة للأوروبيين تأتي في طليعة الدول فرنسا، تليها ألمانيا، بريطانيا ثم إيطاليا. ويزداد عدد السائحين في فصل الصيف ويسجل شهري تموز وآب أكبر أعداد الوافدين إلى لبنان. وبحسب إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة (OMT) سوف 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 ١ - توزيع السياح بحسب البلدان (بالآلاف)

المنطقة	١٩٩٥	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	١٩٩٩	٢٠٠٠	٢٠٠١ (لغاية آذار)	الزيادة السنوية ٩٨/٩٧	الزيادة السنوية ٠٠/٩٩
أوروبا	١٤٣,٠٠٧	١٤٦,٧٦٠	١٧٣,٣٨٣	١٩٨,٤٦٢	٢٢٣,٨٥٣	٢٢٨,٧٢٨	٤٤,٧١٢	%١٢,٥	
أمريكا	٥٠,٥٦٨	٤٦,٩١٧	٥٩,٤٨٦	٦٨,٢٧١	٨٤,٥١٦	٨٩,٩٦٢	١٥,٦٥٠	%١٤,٧٧	
أفريقيا	٥,٩٣٨	٦,٤٨٠	٨,٧٢٧	١٣,٢٤٧	١٥,٧٢٩	١١,٧٢٥	٢,٧٧٩	٥١,٧٩	
آسيا	٣٠,٥٣٨	٣٣,٦٧٦	٤٤,١٠٣	٥١,٥٩٦	٥٤,٣٤٩	٧٥,٢٣٢	٢٢,٢٥٣	%١٦,٩٩	
أستراليا	١٩,٣٩٩	٢٠,٢٣٨	٢٤,٤٩٨	٢٤,٩٥٢	٢٨,٧٣٣	٣١,٩٥١	٥,٥٧١	%١,٨٥	
السعودية العربية	١٥١,٢٨٠	١٤٥,٦٢٠	٢١٧,٩٢٤	٢٤٥,٤٨١	٢٦٥,٥٨١	٣٠٠,٥٤١	٥٨,٤٤٨	%١٢,٦٥	
غيرها		٢٤,٣٠٩	٢٩,٤٤٧	٣١,٧٦٧	٥٠٠	٣,٥٠٩	٥٩٨	%٧,٨٨	
مجموع الوافدين	٤٠٠,٧٣٠	٤٢٤,٠٠٠	٥٥٧,٥٦٨	٦٣٣,٧٧٦	٦٧٣,٢٦١	٧٤١,٦٤٨	١٥٠,٠١١	%١٣,١٣	% ١٠,١٦

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



#### ب- 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 ويمكنون 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.

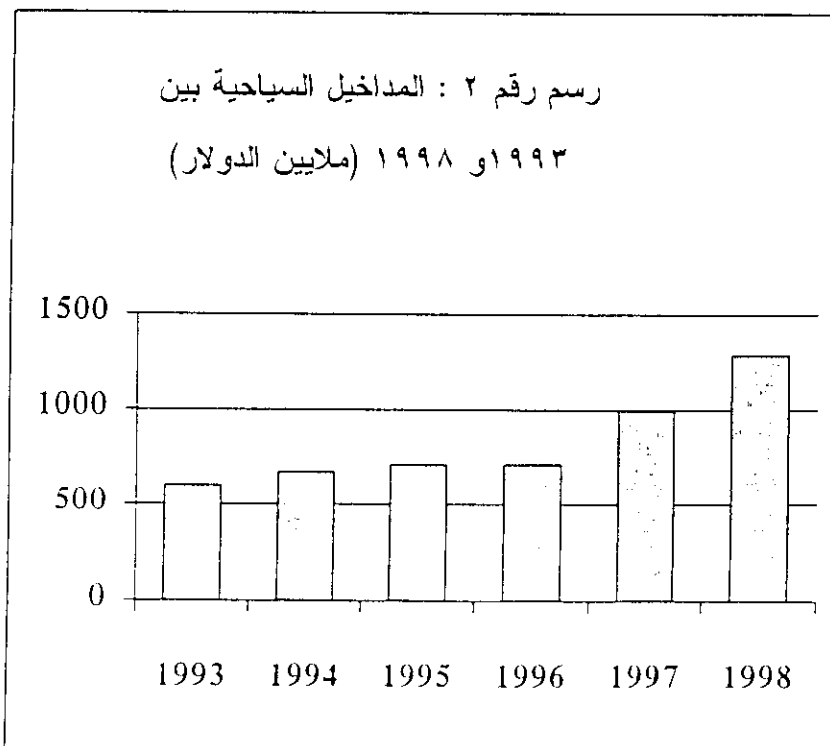
### ١-٢-٢- الإنفاق السياحي

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 ٢ - عدد السياح والمردود الاقتصادي للسياحة

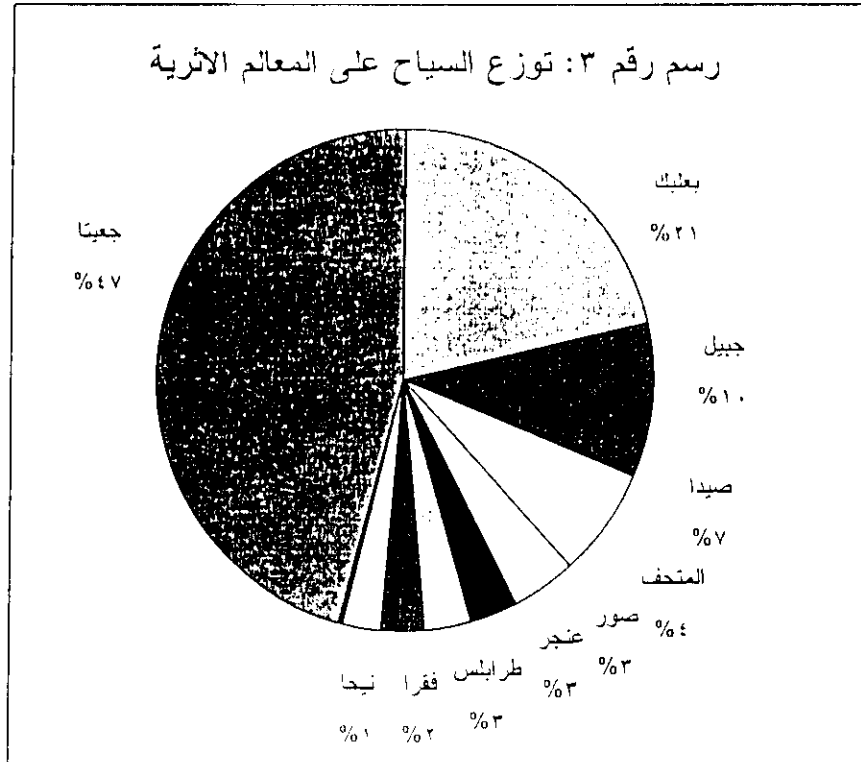
١٩٩٩	١٩٩٨	١٩٩٧	١٩٩٦	١٩٩٥	١٩٩٤	١٩٩٣	١٩٩٢	
٦٧٣	٦٣٢	٥٥٨	٤٢٤	٤٠٠	٣٨٠	٣١١	٢١٠	عدد السياح (في الألف)
٦,٥	١٣,٣	٣١,٦	٥,٨-	١٨,٤	٢٢,٢	٤٨,١		نسبة التغيير السنوية %
	١٢٨٥	١٠٠٠	٧١٥	٧١٠	٦٧٢	٦٠٠		المداخيل (ملايين الدولار)
	٢٨,٥	٣٩,٩	٠,٧	٥,٧	١٢	٨,٩٥		نسبة التغيير السنوية %

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة، ٢٠٠٠



### ١-٢-٣- الحركة في الأماكن الأثرية والطبيعية

بلغت الحركة الإجمالية لتوزيع عدد السياح على المعالم الأثرية طوال سنة ١٩٩٩ في المناطق ٣٢٨ ألفاً و١٣٣ سائحاً موزعة على تسع مناطق. ليبلغ المعدل الوسطي السنوي للحركة ٣٦ ألفاً و٤٥ سائحاً. وجاءت بعلبك في المرتبة الأولى بين المناطق، إذ استقطبت طوال السنة الماضية ١٢٩ ألفاً و١٠٠ سائح، تلتها مدينة جبيل ٦١ ألفاً و٨٧٧ سائحاً، ثم صيدا ٤١ ألفاً و٤٧٩ سائحاً فالمتحف الذي بلغ عدد زواره السياح ٢٦ ألفاً و٢٠٨ سياح، وصور ١٨ ألفاً و٨ سياح، وعنجر ١٧ ألفاً و٧٠٤ سياح، وطرابلس ١٧ ألفاً و٦٧٤ سائحاً، وفقرا ١٤ ألفاً و٤٠٦ سياح، ونيجا مع ألف و٧٠٤ سياح. وقد استطاعت مغارة جعيتا وحدها استقطاب ٢٧٨ ألفاً و٢٨٣ سائحاً خلال عام ١٩٩٩ في مقابل ٢٢٦ ألفاً و٧١١ سائحاً، في ١٩٩٨، أي بزيادة طفيفة بلغت ٥١ ألفاً و٥٧٢ سائحاً ونسبتها ٢٢ في المئة. وقد زار جعيتا في آب ١٩٩٩ وحده، ٦٥ ألفاً، ونحو ٦١ ألفاً في تموز.





#### ١-٢-٤- التمويل السياحي

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، وبانتت تشكل ٢,٤٧% من مجموع التسليفات للقطاعات الاقتصادية. من جهة أخرى، بلغت قيمة قروض قطاع السياحة الحائزة على تسهيلات في الاحتياطي الإلزامي خلال العام ١٩٩٨ ١٨,١٦ مليار ليرة، في حين أن القروض الممنوحة بالعملات 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 لتتمكن من استعادة دورها في الاقتصاد العام.

## القسم الثاني: المؤسسات السياحية

### ٢-١- الفنادق

بعد استقرار الوضع الأمني، استقطب لبنان بعض شبكات الفنادق العالمية، حيث بلغت معظم الفنادق الكبرى المرممة أو المعاد تأهيلها خاضعة لإدارة هذه الشبكات بموجب عقود إدارة تمنح الشبكات فيها نسباً مئوية على حجم الأعمال (٢,٥ و ٤ في المئة) وعلى الأرباح الإجمالية (٨ و ١٢ في المئة) في مقابل وجود يمنح السياح الأجانب والعرب مزيداً من الثقة ببدأ يستعيد موقعه على الخريطة السياحية. ويتمثل الجانب الإيجابي الآخر لوجود تلك الشبكات، في خططها التسويقية في الخارج، ومشاركتها في المعارض الدولية مما يساعد 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.

### ٢-١-١- أعداد الفنادق والغرف والأسرة

بلغ عدد الفنادق المرخص لها والقائمة في العام ٢٠٠٠، من مختلف الفئات ٢١٨ فندقاً توزعت على كافة المناطق: ٥٩ فندقاً في بيروت، ١٢٥ فندقاً في جبل لبنان، ٢٤ فندقاً في الشمال، ٨ فنادق في البقاع و ٢ في الجنوب. أما مشاريع الشقق المفروشة فوصل عددها إلى ٥٨ مشروعاً هذا العام. وبلغ عدد الأسرة الجديدة حتى الآن ١٢ ألف سرير بكلفة وصلت إلى ٣٥٠ مليون دولار أمريكي وتبين الجداول التالية أعداد الفنادق والأسرة خلال الفترة ١٩٩٥-٢٠٠٠ بحسب المناطق والفئات.

### جدول رقم ٣- تطور عدد الفنادق/المناطق

المنطقة	١٩٩٥	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	٢٠٠٠
بيروت	٣٧	٤١	٤٥	٥٠	٥٩
خارج بيروت	١٥٤	١٥٨	١٥٨	١٦٤	١٥٩
المجموع	١٩١	١٩٩	٢٠٣	٢١٤	٢١٨

المصدر: وزارة السياحة، دراسة القطاع السياحي

جدول رقم ٤- تطور عدد الأسرة/المنطقة

المنطقة	١٩٩٥	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	٢٠٠٠
بيروت	٣٣٢٤	٤٢٦٩	٤٦٧٩	٥٦٩٦	٧١٩٣
خارج بيروت	١٢١٦٥	١٢٣٨٠	١٢٧٠٠	١٣٦٠٠	١٢١٣٦
المجموع	١٥٤٨٩	١٦٦٤٤	١٧٣٦٠	١٩٢٩٦	١٩٣٢٩

المصدر: وزارة السياحة، دراسة القطاع السياحي

جدول رقم ٥- تطور عدد الفنادق/الفئة

الفئة	١٩٩٥	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	٢٠٠٠
*٥	٥	٥	٦	٧	١٢
*٤	٤٠	٤٥	٤٦	٥٣	٦٠
*٣	٤٩	٥٠	٥٢	٥٥	٧٤
*٢	٦٧	٦٩	٦٩	٦٩	٥٤
*١	٣٠	٣٠	٣٠	٣٠	١٨
المجموع	١٩١	١٩٩	٢٠٣	٢١٤	٢١٨

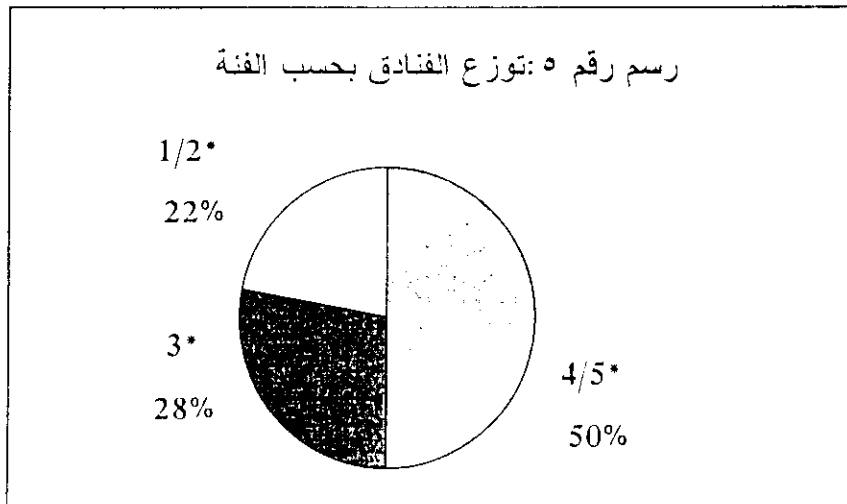
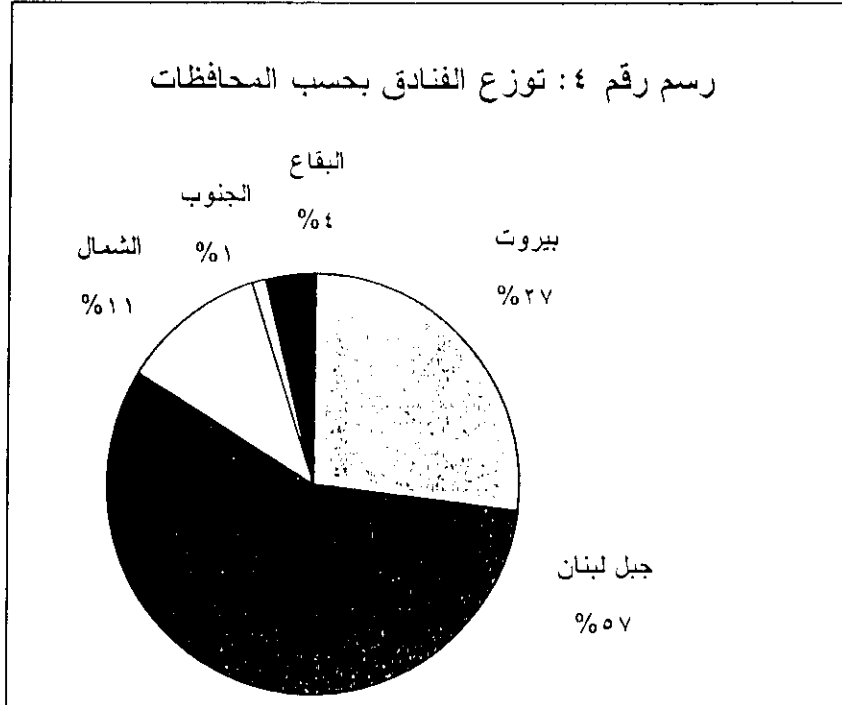
المصدر: وزارة السياحة، دراسة القطاع السياحي

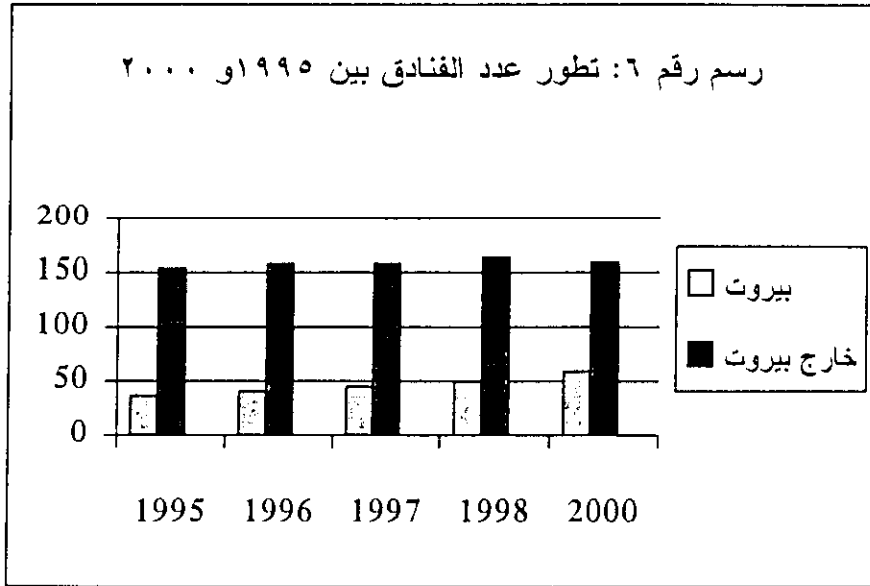
جدول رقم ٦- تطور عدد الأسرة/الفئة

الفئة	١٩٩٥	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	٢٠٠٠
*٥	٩٨٤	٩٨٤	١٢٦٤	١٥٤٤	٢٨٨٢
*٤	٤٤٥٠	٥٤٦٠	٥٦٧٠	٧٠٦٧	٦٦٩٠
*٣	٤٤٥٨	٤٦٥٦	٤٨٩٦	٥١٣٦	٥٥١٢
*٢	٤٢٦٩	٤٣٤٩	٤٣٤٩	٤٣٤٩	٣٤٣٠
*١	١٢٠٠	١٢٠٠	١٢٠٠	١٢٠٠	٨١٥
المجموع	١٥٤٨٩	١٦٦٤٤	١٧٣٦٠	١٩٢٩٦	١٩٣٢٩

المصدر: وزارة السياحة، دراسة القطاع السياحي

في سنة ٢٠٠٠، بلغ العدد الإجمالي للغرف ١١,٣٠٢ غرفة و ١٩,٣٢٩ سريراً موزعة على كافة المحافظات مع العلم بأن حصة العاصمة بيروت منها هي الأكبر. ويتبين من الجدول السابق أن ٥٠% من الأسرة تدخل في فئة ٥\* و ٤\*، ٢٨% في فئة ٣\* و ٢٢% في المئة في فئة ٢\* و ١\*. ويبين الجدول السابق زيادة مهمة في أعداد الفنادق من فئتي ٥\* و ٤\* بمعدل ١٠% سنوياً. أما توزيع الفنادق على المحافظات فهو كالتالي: بيروت ٢٧% من الفنادق، جبل لبنان ٥٧%، الشمال ١١%، البقاع ٤%، والجنوب ١%.

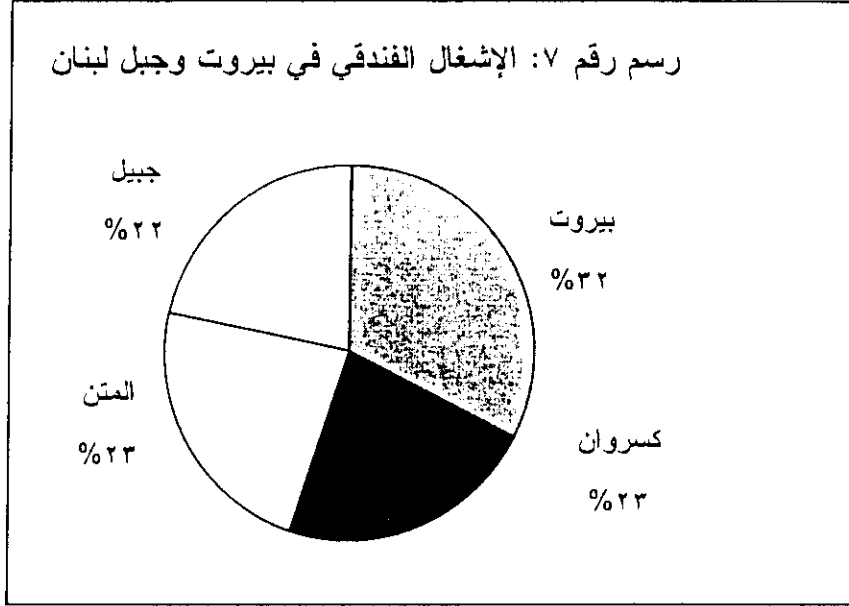




## ٢-١-٢-٢- معدلات الإشغال

سجل المعدل السنوي في العام ١٩٩٩ 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.



### ٢-١-٣- أعداد وجنسيات النزلاء<sup>١</sup>

بلغ عدد النزلاء في العام ٢٠٠٠، في ١٠٠ فندق وشقة مفروشة، ٢٣٢,٧٨١ شخصاً من مختلف الجنسيات وكان هذا العدد في سنة ١٩٩٩ ٢١٤,٧٠٠. وقد بلغ العدد الإجمالي لليليالي ٦٩١,٩٠٩ أي أن مدة إقامة السائح الواحد هي ٢,٩٧ ليلة في سنة ٢٠٠٠ و ٤,١٥ في سنة ١٩٩٩. بالنسبة لسنة ٢٠٠٠ يأتي في المرتبتين الأولى والثانية اللبنانيون بنسبة ١٥%، والسوريون ١٤%، وبعدهم ٨% للمملكة العربية السعودية و ٧% لفرنسا تليها الأردن ومصر والكويت. وهم يشكلون نسبة عامة تصل إلى ٦٠% من مجموع النزلاء. أما في سنة ١٩٩٩ فقد بلغت نسبة اللبنانيين ١٢,٥% والسوريين ١١% والفرنسيين ١٠,٦% تليها المملكة العربية السعودية، الأردن إنكلترا والكويت.

### ٢-٢- الشقق المفروشة

يبلغ عدد مؤسسات الشقق المفروشة ٩٤ مؤسسة يتواجد ٥٨ منها في محافظة بيروت، ٣٣ في جبل لبنان و ٣ في الشمال. وتدرج الشقق المفروشة ضمن ثلاث درجات ٣٥ منها من الفئة الأولى، ٤٠ من الفئة الثانية و ١٩ من الفئة الثالثة. يصل عدد الشقق إلى ٣,١٩٨

<sup>١</sup> حسب إحصاءات قسم الأبحاث والدراسات في وزارة السياحة: إحصاء عن سنة ٢٠٠٠ شمل ١٠٠ فندق وشقة مفروشة من فئات (٥٠، ٤٠، ٣٠، ٢٠، ١٠، ٥، ٣، ٢، ١).

شقة وعدد الأسرة إلى ٦,١٢٢. وكان قد جرى في السنوات الخمس الماضية إنشاء نحو ٦٠٠ شقة مفروشة منتشرة في أرجاء لبنان.

جدول رقم ٧- توزيع الشقق المفروشة على المناطق

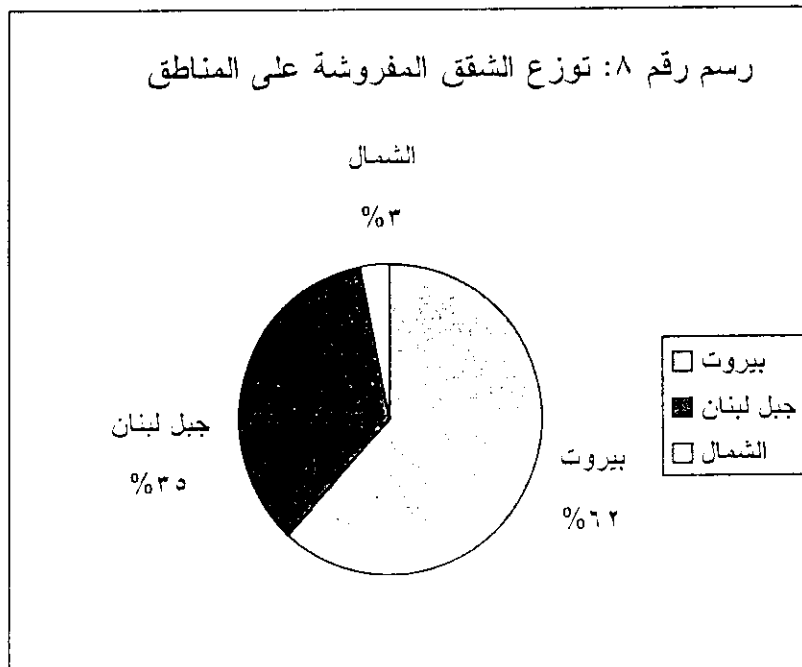
المنطقة	عدد الشقق	عدد الأسرة
بيروت	٢,١٤٦	٣٩٦٦
جبل لبنان	٩٩٧	٢٠٣٢
الشمال	٥٥	١٢٤
المجموع	٣١٩٨	٦١٢٢

المصدر: وزارة السياحة، إحصاءات الشقق المفروشة، ٢٠٠٠

جدول رقم ٨- توزيع الشقق المفروشة حسب الفئات

المنطقة	عدد الشقق	عدد الأسرة
الفئة الأولى	١٤٢٨	٢٦٦٢
الفئة الثانية	١٣٤٥	٢٦٨٣
الفئة الثالثة	٤٢٥	٧٧٧
المجموع	٣١٩٨	٦١٢٢

المصدر: وزارة السياحة، إحصاءات الشقق المفروشة، ٢٠٠٠



## ٢-٣-المطاعم والمقاهي

ساهمت الاستثمارات الضخمة في القطاع الفندقي ونمو السياحة في ازدهار قطاع المطاعم والمقاهي وترصد اليوم ما لا يقل عن ٤٠٠٠ مؤسسة جديدة صغيرة وكبيرة تمثل جميع مطابخ العالم وأذواقه، وتقدر استثماراتها بنحو مئة مليون دولار. وبالرغم من كون ظاهرة المطاعم والمقاهي قد عمت لبنان في الأعوام الأخيرة، وتحديدًا في مناطق العاصمة التي يكاد عددها يتجاوز السبعة آلاف، فإن عدد المطاعم المستفيدة من الحركة السياحية الخجولة يقف عند سقف ١٥٠ مؤسسة، يتركز معظمها في بيروت والضواحي، وتحديدًا 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 نهائياً لمختلف أنواع المطاعم وأماكن التسلية، و ١٥٧ موافقة مبدئية للإنشاء.

## ٢-٤-وكالات السفر

تعتبر وكالات السفر العنصر الأساسي في تنمية قدرات جلب السائح وهي التي تضع البلد على الخريطة السياحية. شهدت وكالات السفر والسياحة والنقل البري استثمارات جديدة وبات مجموعها لا يقل عن ٧٠٠ مؤسسة. 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.

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 انه 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.



## ٢-٥- كازينو لبنان

ثابر كازينو لبنان منذ إعادة افتتاحه على إبراز صورته كمجمع سياحي مهم في المنطقة. وتعاون مع وزارة السياحة ومختلف القطاعات السياحية لوضع لبنان على الخريطة السياحية من خلال:

- تقديم برامج وعروضات خاصة للفنادق، وكالات السفر، شركات الطيران وغيرها.
- دعم نشاطات سياحية عدة وأبرزها شهر التسوق.
- المشاركة في مختلف المعارض السياحية.
- تسويق كازينو لبنان على أساس مجمع سياحي وليس فقط مركز لالعاب القمار.
- جذب كازينو لبنان في الأربع سنوات الأخيرة شخصيات ونجوم عالمية.
- استقبال مهرجانات وأعمال مسرحية عالمية ضخمة في صالتيه بالإضافة إلى المحاضرات وغيرها.
- التحضير لاستقبال استعراضات عالمية للفترة المقبلة ستساهم في إعادة لبنان إلى مركز الاستعراضات الأهم في المنطقة.

## ٢-٦- مراكز التزلج

تقوم في لبنان تقليدياً مراكز للتزلج أبرزها في الأرز والقلوق وفاريا-المزار وفقصرا وقناة باكيش ويعتبر نشاط التزلج من الأولويات التي لا بد من الاستثمار فيه لأن مردوده على السياحة هو مردود جيد. فرياضة التزلج تختلف عن باقي الرياضات لأن لبنان هو البلد الوحيد في المنطقة الذي يمتاز بها.

وتفيد الإحصاءات ان في الدول العربية آلاف المواطنين وآلاف الأجانب رواد التزلج الذين يمارسون هوايتهم في محطات التزلج الأوروبية، لذلك هناك ضرورة لبناء محطات تزلج جديدة، وتطوير المحطات القائمة وتزويدها معدات وفنادق ومطاعم ومقاه وملاذ. وهناك مشروع تعدده وزارة السياحة من أجل ربط قمم التزلج بعضها ببعض بطريقة BOT، بدءاً من الزعرور في المتن الشمالي مروراً بقناة بكيش وفقرا وفاريا والقلوق، وصولاً إلى أقصى الشمال، إلى أرز لبنان. مع تنفيذ مثل هذا المشروع يصبح لدى لبنان خط تزلج ضوله ٦٠ كيلومتراً يضاهي مراكز التزلج الأوروبية وحتى العالمية.

## القسم الثالث: مؤسسات سياحية مساندة

### ٣-١- مطار بيروت الدولي

إن مطار بيروت الدولي هو المرفق الحيوي الذي يؤمن اتصال لبنان بالخارج ويغذي قطاع الأعمال السياحية. من هنا، فإن تطويره سيؤدي حكماً إلى تنشيط حركة رجال الأعمال والسياحة والشحن الجوي، ويجذب شركات الطيران العالمية ويزيد حركة الترانزيت. فضلاً عن ذلك سينعكس هذا التطوير تأثيراً إيجابياً على الاقتصاد اللبناني عموماً، ويسهم في تسهيل عودة الاستثمارات الدولية، وتحسين القدرات التنافسية للبنان، معززاً بالتالي دور بيروت كمركز تجاري، ولبنان كمركز أعمال ومركز سياحي هام في المنطقة. وقد لحظت دراسة تطوير مطار بيروت الدولي إعداد مخطط توجيهي عام ووضع تصاميم لمبنى المحطة لاستيعاب ٦ ملايين مسافر كمرحلة أولى. وأخذت الدراسة بعين الاعتبار الزيادة المرتقبة في حركة الطيران وفق تأثيرها على مدى استيعاب المطار لكي يستقبل في مرحلته الأخيرة ١٦ مليون مسافر في السنة مع حلول سنة ٢٠٣٥. وبذلك فإن المخطط يلحظ استمرارية التوسع بما يلائم الزيادة المتوقعة في حركة الركاب.

والجدير بالذكر هنا أن الدولة اللبنانية قد أنجزت المرحلة الأولى من مرحلتي إنشاء المطار الذي بدأ يقدم أقصى التسهيلات للقادمين إلى لبنان من حيث سرعة وصول واستلام الحقائب وتوفير نقلها ببسر خارج المطار. وقد أنشأت وزارة السياحة بالإضافة إلى مراكز الاستقبال التي تحدثها في كل صيف مكتباً جديداً للاستعلامات السياحية في المطار لتقديم الخدمات للسواح والقادمين. ونظمت وسائل النقل بالتالي من المطار فركبت عدادات للسيارات وضعتها تحت المراقبة. كما تفكر الوزارة حالياً بإنشاء خطوط نقل عام مسن المطار إلى العاصمة بالباصات وبأوقات مناسبة لوصول الطائرات من البلدان التي تصدر سياحاً إلى لبنان. كما أولت وزارة السياحة النقل السياحي البحري اهتماماً خاصاً فبالإضافة إلى المطار الحديث بدأت الأعمال لتطوير وتحديث مرفأ بيروت وتسهيل عبور السواح القادمين في البواخر السياحية والذين ازداد عددهم في السنة الماضية والسنة الحالية كما تم إعفاؤهم من ضريبة المرفأ.

### ٣-٢- طيران الشرق الأوسط

تقوم شركة طيران الشرق الأوسط بالتعاون مع وزارة السياحة اللبنانية وقد نفذت

الخطوات التالية:

- مشاركة شركة طيران الشرق الأوسط في المعارض السياحية الدولية التي تشارك فيها وزارة السياحة للترويج السياحي وزيارات الوفود إلى لبنان.
- دعوة وكلاء السفر الأجانب لزيارة لبنان والاطلاع على التسهيلات السياحية المتوفرة
- المساهمة في جميع الأحداث والمناسبات المهمة في لبنان كحسم ٥٠% على تذاكر السفر في شهر التسوق والمساهمة في جميع المعارض والمؤتمرات التي تقام في لبنان بإعطاء أسعار مخفضة على تذاكر السفر للمشاركين فيها.

## القسم الرابع: اليد العاملة في السياحة<sup>٢</sup>

### ٤-١- الوضع القائم

يعمل في القطاع السياحي في لبنان حوالي ٤٢٠٠٠<sup>٢</sup> شخصاً بحسب إحصاءات العام ١٩٩٨، أي بنسبة ٣ في المئة من اليد العاملة الناشطة في لبنان و ٧% من مجموع العمالة في قطاع الخدمات.

يشهد القطاع السياحي حركة كبيرة في مجال توظيف يد عاملة إضافية فسي 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 تحوّلهم القيام بوظائفهم بطريقة أفضل وتسمح لهم بأن يلبوا احتياجات السوق. بالنسبة للفنادق، لم يشهد عدد الموظفين تغيراً ملحوظاً بين العامين ١٩٩٥ و ٢٠٠٠. أما فيما يخص وكالات السفر فأنه 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.

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 والتبكتغ.

<sup>٢</sup> نسبة القوى العاملة في السياحة، جامعة السامية الأمريكية وسداد ربح من أسيبوت، بيروت، ٢٠٠٠.  
<sup>٣</sup> في دراسة حديثة لمؤسسة الوطنية للإسكان، يقع عدد العاملين في قطاع المطاعم والفنادق لعام ١٩٩٩: ٣٣٧٧٧.

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.

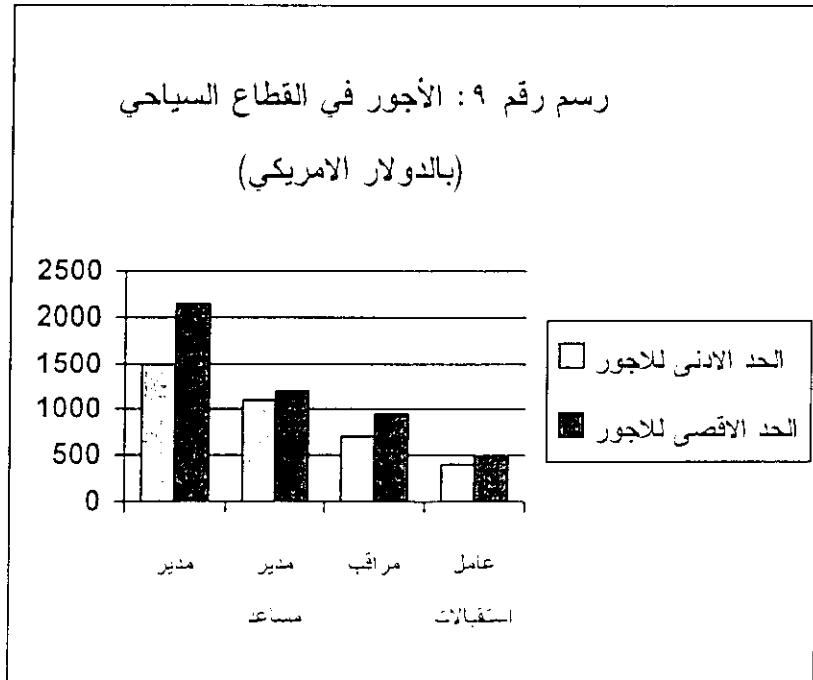
#### ٤-٢- معدلات الأجور في القطاع السياحي

معدلات الأجور في القطاع السياحي هي 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
مرآقب	٧٠٠	٩٥٠
عامل استقبالات	٤٠٠	٥٠٠

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



الجمهورية اللبنانية

مكتب وزير الدولة لشؤون التنمية الإدارية  
مركز مشاريع ودراسات القطاع العام

### ٤-٣- الوظائف المتوقعة في القطاع السياحي

يبين 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

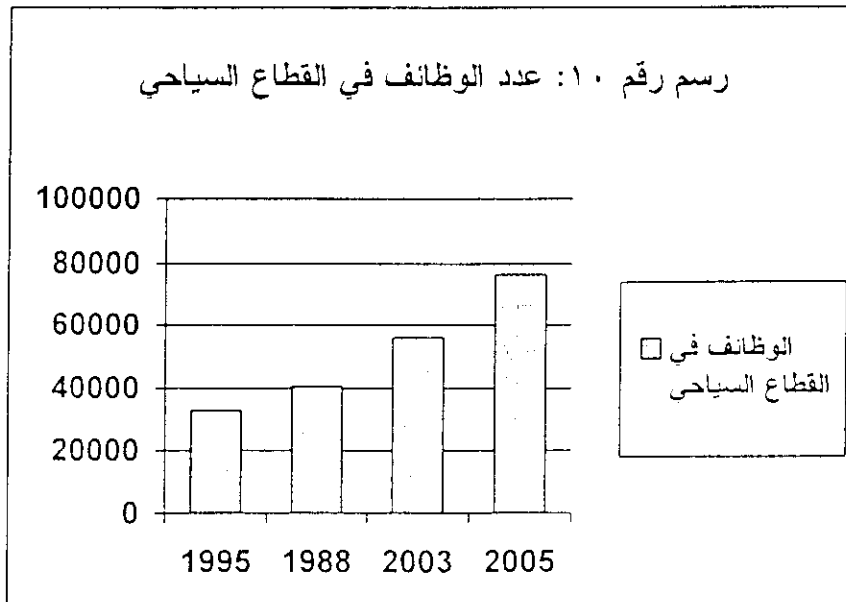
الفنادق المتوسطة: ١,٨ وظيفة/غرفة

الفنادق العادية: ٠,٤ وظيفة/غرفة

جدول رقم ١٠- 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 وستندرد ريسرش انستيتيوت، ٢٠٠٠



## القسم الخامس: التعليم السياحي والفندقي

ازدادت في السنوات الأخيرة أعداد الجامعات والمعاهد والمدارس الفنية التي تدرّس 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 ١٠ جامعات منها ٤ جامعات ومؤسسات تعليم عالي رخص لها حديثاً في العام ٢٠٠٠ وبدأت تستقبل هذه السنة طلاباً في هذه الاختصاصات. فيما ارتفع عدد المعاهد والمدارس الفنية التي تدرس الاختصاصات الفندقية والسياحية إلى (٣٤) معهداً ومدرسة. وقد منحت وزارة السياحة في العام ١٩٩٨ شهادة مرشد سياحي إلى ٦٠ شخصاً.

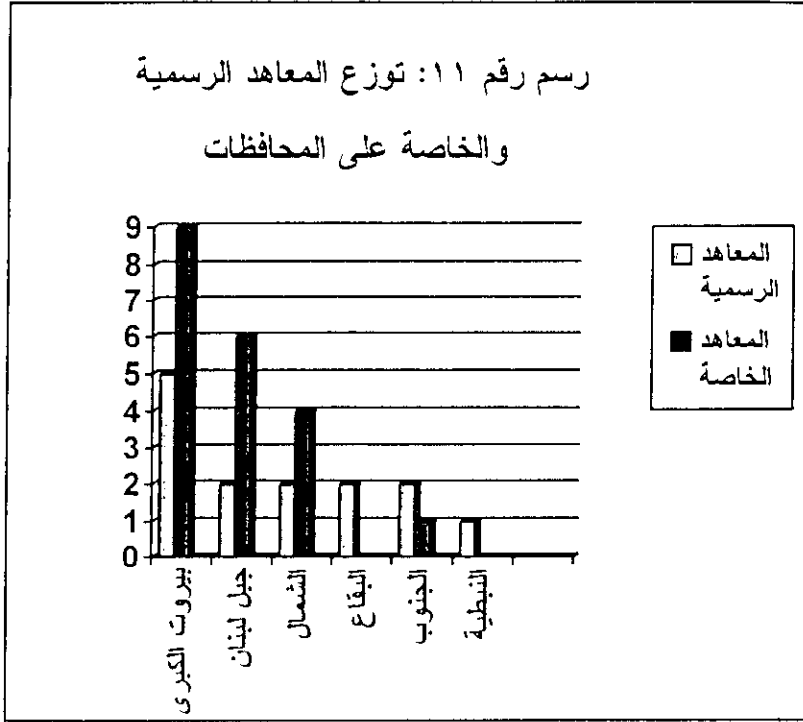
### ٥-١- الإعداد المهني والتقني

تبين الجداول والرسوم التالية التوزيع الجغرافي للمعاهد والمدارس الفندقية وأنواع الاختصاصات ومتطلباتها وأعداد الخريجين في كل منها.

جدول رقم ١١-توزيع المعاهد والمدارس الفندقية والسياحية بحسب المحافظات للعام ٢٠٠١

المحافظة	المعاهد الرسمية	المعاهد الخاصة	المجموع
بيروت الكبرى	٥	٩	١٤
جبل لبنان	٢	٦	٨
الشمال	٢	٤	٦
البقاع	٢	-	٢
الجنوب	٢	١	٣
النبطية	١	-	١
المجموع	١٤	٢٠	٣٤

المصدر: المديرية العامة للتعليم المهني والتقني-إحصاءات غير منشورة



جدول رقم ١٢- توزيع الشهادات بحسب المناطق للعام الدراسي ٢٠٠٠-٢٠٠١

الشهادة	بيروت	جبل لبنان	الشمال	الجنوب	النبطية	البقاع	المجموع
الكفاءة المهنية	-	١	-	-	-	-	١
التكميلية المهنية	١	٢	٢	-	-	١	٦
البكالوريا الفنية	٩	٥	٥	٣	١	٢	٢٥
الامتياز الفني	٧	١	٢	-	-	-	١٠
الإجازة الفنية	١	-	-	-	-	-	١
العلوم السياحية	١	٢	-	-	-	-	٣
المجموع	١٩	١١	٩	٣	١	٣	٤٦

المصدر: المديرية العامة للتعليم المهني والتقني-إحصاءات غير منشورة

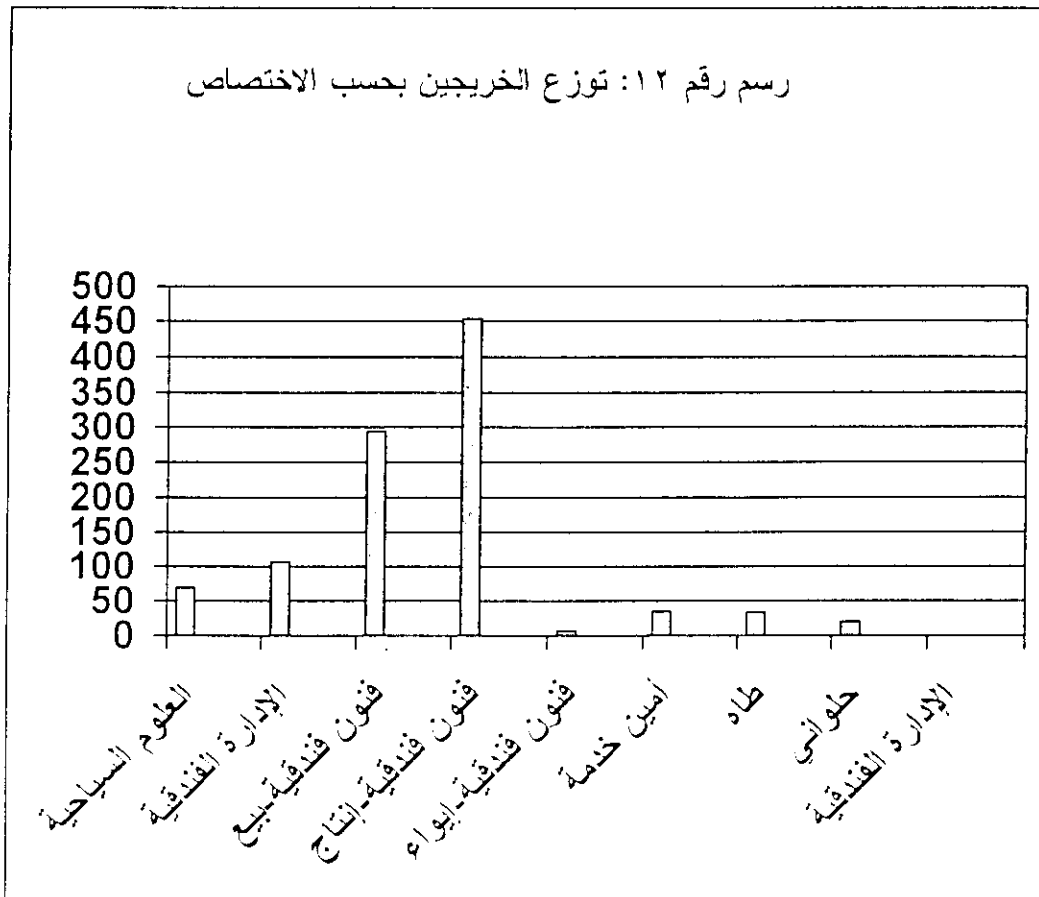
وفيما يخص خريجي المعاهد والمدارس الفنية في الاختصاصات الفندقية والسياحية الناجحون في الامتحانات الرسمية فإن عددهم وصل إلى ١٠٢١ سنة ٢٠٠٠. ويبين الجدول التالي توزيعهم حسب الشهادات بين ١٩٩٦-٢٠٠٠:



جدول رقم ١٢- توزيع خريجي المعاهد والمدارس الفنية بحسب الاختصاصات الفندقية والسياحية خلال الفترة ١٩٩٦-٢٠٠٠

الشهادة	الاختصاص	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٩٨	١٩٩٩	٢٠٠٠
الامتياز الفني	العلوم السياحية	٣٠	٣٤	٢٥	٢٤	٧٠
الامتياز الفني	الإدارة الفندقية	٢	١٣	١٠٢	٩١	١٠٧
البكالوريا الفنية	فنون فندقية-بيع	١٤١	١٤٣	١٨٩	١٨٧	٢٩٤
البكالوريا الفنية	فنون فندقية-إنتاج	٢١٩	٢٥٦	٢٩٣	٣٥٥	٤٥٤
البكالوريا الفنية	فنون فندقية-إيواء	-	-	-	٧	٧
التكميلية المهنية	أمين خدمة	٣١	٢٤	٢٦	٣٢	٣٥
التكميلية المهنية	طاه	-	-	١٨	١١	٣٤
التكميلية المهنية	حلواني	٦	٧	٤	٩	٢٠
الإجازة التعليمية	الإدارة الفندقية	-	-	٥	٧	-
المجموع		٤٢٩	٤٧٧	٦٦٢	٧٢٣	١٠٢١

المصدر: المديرية العامة للتعليم المهني والتقني- إحصاءات الناجحين بالامتحانات الرسمية



جدول رقم ١٤ - متطلبات الدراسة في الاختصاصات الفندقية والسياحية في التعليم المهني والتقني

الشهادة	الاختصاص	المطلب الأكاديمي	مدة الدراسة
الكفاءة المهنية	معاون خدمة بالمطعم	الصف الخامس	+ سنتان
التكميلية المهنية	أمين خدمة، طاه، حلواني	الصف السابع	+ سنتان
بكالوريا فنية	الفنون الفندقية، بيع، إنتاج، إيواء	بروفيه/إفاده ترشيح تكميلية مهنية	٣ سنوات
الامتياز الفني	الإدارة الفندقية، العلوم السياحية	بكالوريا أكاديمية أو فنية	٣ سنوات
الإجازة التعليمية الفنية	الإدارة الفندقية	بكالوريا أكاديمية أو فنية	٤ سنوات
		أو امتياز فني	سنتان

المصدر: المديرية العامة للتعليم المهني والتقني

### تقييم المؤسسات السياحية للخريجين

يعتبر 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.

### ٥-٢- الإعداد الجامعي

يتوزع الطلاب على الجامعات العاملة في لبنان بحسب الاختصاصات الفندقية على

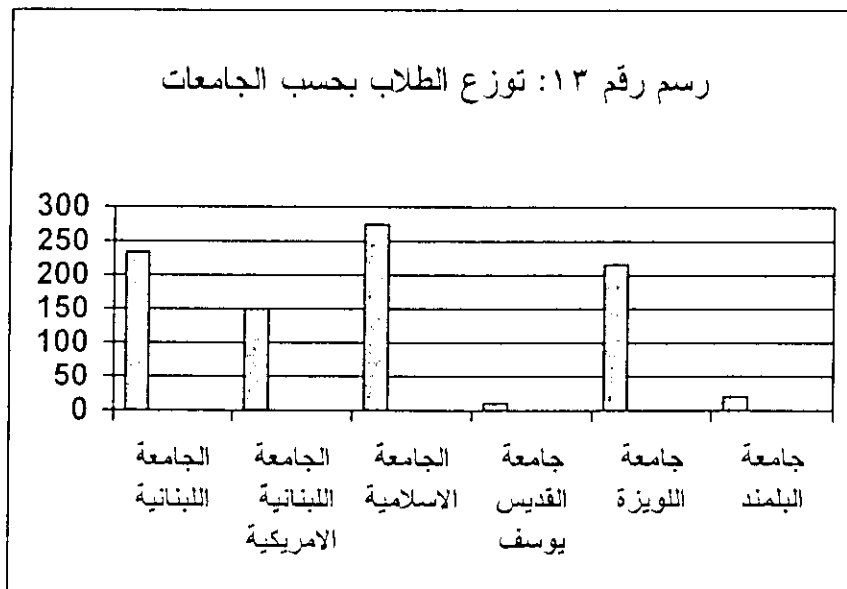
الشكل التالي:

جدول رقم ١٥ - 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 انستيتيوت، ٢٠٠٠

إذا تم تقسيم عدد الطلاب الإجمالي على عدد سنوات الدراسة (أي ٤ سنوات) يتبين أن عدد المتخرجين قد يصل إلى حوالي ٢٢٥ سنوياً. غير أنه لا بد من الإشارة إلى أن هذا العدد سيرتفع بصورة ملحوظة خلال السنوات المقبلة بعد أن حصلت بعض المؤسسات على إسداء التعليم العالي في حقل الإدارة الفندقية.



## القسم السادس: المعوقات و مطالب النقابات السياحية

### ٦-١ - قائمة المعوقات

يشكو القطاع السياحي من الروتين الإداري في الإدارات الرسمية، و من تشعب الدوائر وتشابك الصلاحيات و التضارب فيما بينها و من الإهمال الرسمي في معالجة الإختناقات و المعوقات. و تجمع الآراء على وجود المعوقات التالية:

- غياب سياسة سياحية واضحة، تعمل بموجبها كل الأطراف المعنية بالسياحة.
- عدم وعي المسؤولين لأهمية السياحة في الإقتصاد الوطني مما سمح بتدهور البيئة في الساحل و الجبل و تدهور المواقع السياحية و الأثرية.
- النقص في التنسيق بين مختلف الإدارات العامة و الخاصة المعنية بالسياحة، خاصة و أن السياحة لا تمثل قطاعا إنتاجيا محددًا بل مجموعة خدمات و أنشطة متنشعبة و متداخلة بمعظم قطاعات الناتج الوطني.
- صعوبة إنجاز المعاملات الإدارية.
- الإجراءات المعقدة في منح التأشيرات السياحية على أنواعها.
- ضعف التسويق و الترويج و الإعلان في الخارج.
- عدم وجود مكاتب استعلام سياحية على الحدود البرية.
- عدم وجود استراحات سياحية على الحدود البرية.
- ارتفاع ضريبة مطار بيروت الدولي (من أعلى الضرائب في العالم).
- العشوائية في التنظيم المدني.
- غياب المعلومات السياحية الدقيقة: شرائح السياح الداخلين إلى لبنان، الاحتياجات...
- نقص في الكفايات و الموارد البشرية و المادية الموظفة في السياحة و في الآثار.
- قلة الاهتمام الرسمي بإبراز الرونق الأثري للمواقع الأثرية من خلال الترميم، و التأهيل و الإضاءة و الصيانة المستمرة، بينما توجد حاجة ماسة إلى حمايتها و تحصينها.
- حالة السير و الطرقات و النقل العام و الإشارات، و اللافتات باللغة الأجنبية.
- بطء إنجاز المعاملات الإدارية في مراكز الحدود البرية.

- التلوث البيئي الأرضي و الهوائي و النهري و البحري، و عدم ردع التدمير الحاصل في البيئة.
- صعوبة إستخدام السياح للشاطئ اللبناني.
- إرتفاع كلفة الخدمات الفندقية.

## ٦-٢- المشاكل الملحة

تجمع النقابات السياحية على إعطاء الأولوية لحل المشكلات التالية:

### ٦-٢-١- الضرائب والرسوم

تفرض الدولة ضرائب كثيرة تنقل كاهل المؤسسات السياحية، كالفوائد المترتبة على الاستثمار والكهرباء وضرائب مباشرة على الفنادق والمطاعم والمقاهي. يعتبر لبنان أغلى بلد في العالم لجهة رسم الخروج من المطار الذي يبلغ ٥٠ ألف ليرة لبنانية للدرجة السياحية، و ٧٠ ألف ليرة لبنانية لدرجة رجال الأعمال و ١٠٠ 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 بدل التأشيرة (الفيزا) إلى لبنان تبلغ ٣٥ دولاراً وهو من أغلى الأسعار في العالم في حين يبلغ بدل التأشيرة إلى تونس مثلاً ١٠ دولارات.

### ٦-٢-٢- 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 مجاراة 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.

### ٦-٢-٣- 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، ومنافسة بلدان المنطقة التي تتخفّض فيها كلفة اليد العاملة والمواد الأولية.

وتشير دراسة "تنمية القوى العاملة في السياحة"<sup>٥</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 للسرير 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.

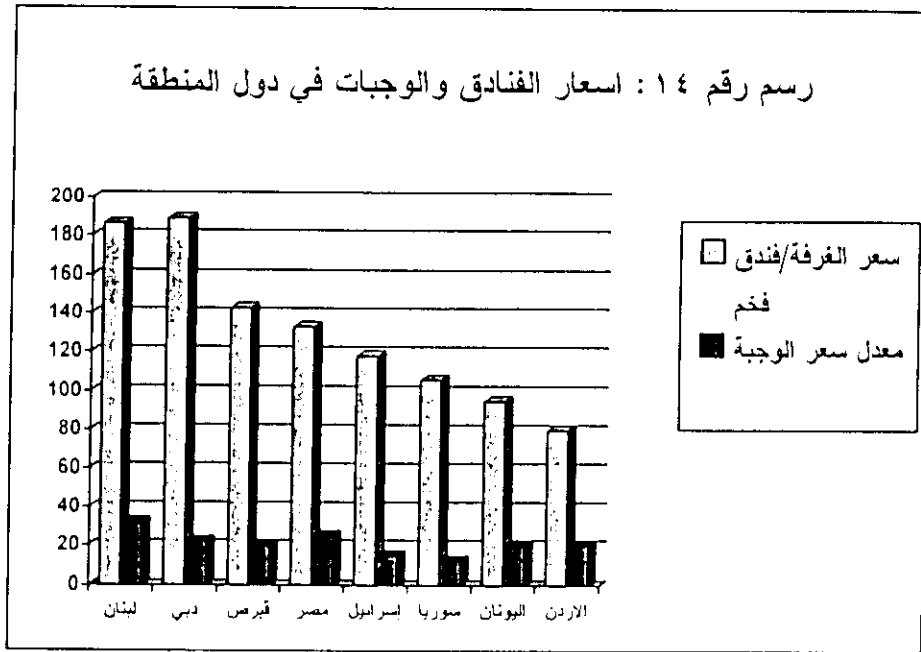
### جدول رقم ١٦- معدل أسعار الفنادق والوجبات في المنطقة

البلد	غرفة بسرير واحد في فندق فخم	معدل سعر الوجبة الواحدة
لبنان	١٨٦	٣٢
دبي	١٨٩	٢٢
قبرص	١٤٣	٢٠
مصر	١٣٣	٢٥

<sup>٥</sup> إعداد الجامعة السابية الأمريكية وشهادة ريسرچ السببوت، بيروت، ٢٠٠١.

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.



كما تفيد دراسة مقارنة أخرى<sup>١</sup> إلى غلاء في السلع والخدمات في لبنان مقارنة بالدول السياحية الأخرى في العالم، ذلك أن البضائع الاستهلاكية والخدمات هي أرخص إجمالاً في أمريكا الشمالية ومعظم الدول الغربية منها في لبنان حتى بعد التخفيضات الجمركية وتبين الدراسة أن خدمات الفنادق والسينما والهاتف الثابت والهاتف الخليوي وأسعار المطاعم والملاهي الليلية هي أعلى في لبنان مما هي عليه في كندا وأوروبا. وربما كانت الأسعار المرتفعة في لبنان هي أحد أهم الحواجز أمام قدوم السائح الأجنبي إلى بلدنا.

## ٦-٢-٤- 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

<sup>١</sup> كسانكس - جريدة النهار تاريخ ٤-٧-٢٠٠١، الغلاء عائق جيري أمام القطاع السياحي

سياحية إلى لبنان بشكل دائم. وتقوم نقابة الفنادق اليوم بدور توجيهي وتخطيطي لهذا القطاع ولكنها لا تملك ميزانية مالية كافية لتنفيذ أي خطة سياحية إعلامية كانت أو توجيهية. 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 إعلانية وإعلامية 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.

### ٦-٢-٥- عدم التنسيق الإقليمي: لبنان-سوريا-الأردن

يشكل لبنان وسوريا والأردن إقليمياً سياحياً واحداً 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 مميزاً. ويقدم هذا الأخير تلوناً بالمنتج السياحي يشكل عنصراً مشتركاً بين الدول الثلاث. يسعى لبنان وسوريا إلى تفعيل التعاون السياحي بعد أن أقرت لجنة المتابعة المشتركة 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، وعدد كبيراً من اللبنانيين يزورون سوريا لذلك من الضروري تفعيل هذا التبادل وتطوير السياحة البينية.

### ٦-٢-٦- 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 الباقيين. فهل يعني هذا إلغاء الرحلة للسياح السبعة الباقيين، ومنع دخولهم البلد؟

## ٦-٣- المطالب القطاعية

### ٦-٣-١- مطالب نقابة أصحاب المطاعم و المقاهي و الملاهي و الباتيسري

- تطوير و تحديث القوانين لإستحصال على رخصة استثمار المؤسسات السياحية.
- إطلاق حرية الأسعار شرط أن تعلق على واجهة المطعم و باللغتين العربية و الأجنبية و بالتالي إلغاء التصنيف السياحي.
- فتح باب التسوية لأوضاع المطاعم غير المرخصة.
- التوجيه في فتح المؤسسات.
- حماية المؤسسات السياحية من المؤسسات غير السياحية التي تقدم الطعام و الشراب كالأفران و السوبرماركت و المنازل.
- اعتبار إفادة النقابة مستندا "أساسيا" في أي طلب يعود للمؤسسة و يقدم إلى الإدارات الرسمية.

- تخفيض الضرائب المفروضة على مؤسسات القطاع السياحي:

- تخفيض رسوم تسجيل عقود إيجار و استثمار المؤسسات السياحية لدى البلديات و لدى المحكمة التجارية (السجل التجاري) فالسجل التجاري يستوفي نسبة ثلاثة بالألف على كامل مبلغ الإستثمار (طيلة مدة العقد).

- إصدار تسوية أوضاع شاملة عن متوجبات المؤسسات السياحية لصالح الصندوق الوطني للضمان الإجتماعي و الخزينة المركزية لغاية نهاية عام ٢٠٠٠ مع الأخذ بعين الاعتبار أن معدل الربح الصافي لهذه المؤسسات يوازي ٢٠% للمؤسسات المصنفة ٥ نجوم و ١٠% للمصنفة ٣ نجوم و ٥% للوجبات السريعة، و ليس نسبة ٣٠% لجميع هذه المؤسسات كما هو وارد في جدول وزارة المالية الصادر بتاريخ ١٩٩٣/٩/٢٣ (عدد الجريدة الرسمية رقم ٣٨).

- إصدار قانون تعفى بموجبه كل مؤسسة سياحية تخلق فرص عمل جديدة من ضريبة الدخل لمدة خمس سنوات و ذلك على كامل مبلغ الاستثمار الذي تم توظيفه لإنشاء الفرص المذكورة كافتتاح فرع جديد للمؤسسة أو توسيع نشاطاتها بحيث لا تخضع المبالغ المخصصة لهذا الاستثمار الجديد للضريبة خلال المدة المحددة في القانون.

- تسهيل منح تأشيرات الدخول للسياح و الفنانين و الفنانات و ذلك من خلال الأمن العام أو من خلال السفارات في الخارج, و تخفيض رسم الفحوصات و تسهيل المعاملات.
- تأمين التيار الكهربائي بصورة منتظمة و دائمة, و تأمين تسعيرة كهربائية خاصة بأصحاب المؤسسات السياحية.
- المطالبة بتطبيق قانون العمل بالنسبة لتثبيت المستخدمين في القطاع السياحي للتصريح عنهم في الضمان (خلال مدة ثلاثة أشهر), و الإهتمام باليد العاملة اللبنانية و منع المضاربات.
- تمثيل النقابة في جميع اللجان التي تدرس القوانين التي تطل القطاع.
- تعزيز اللامركزية الإدارية بحيث:

تتولى البلديات عملية الترخيص و المراقبة للمؤسسات من تصنيف نجمتين و ما دون, شرط أن يوضع قانون عام موحد لهذه المؤسسات تعتمد كل البلديات.

تتولى وزارة السياحة عملية الترخيص للمؤسسات السياحية الكبرى (ثلاث نجوم و ما فوق) على أن يبدأ الترخيص من الدوائر البلدية ( لجهة قانونية البناء, المسرّاب, الصحو و السلامة العامة) و ينتهي بوزارة السياحة.

### ٦-٣-٢ - مطالب نقابة أصحاب الفنادق

- إقرار حوافز ضريبية لصالح القطاع السياحي للمشاريع الجديدة لمدة معينة.
- مساعدة الفنادق على تطبيق معايير الجودة العالمية (أيزو).
- إعادة تأهيل نظام الإعداد و التدريب لمستخدمي القطاع السياحي.

- تكيف التشريعات و بخاصة تلك التي تتعلق بالخدمات المخصصة لنزلاء الفنادق أو الحفلات الليلية.
- تشجيع الإستثمار في قطاع السياحة بالتعاون مع مؤسسة إيدال.
- إطلاق حرية العاب الميسر في الفنادق الكبرى.
- توحيد المرجعية الأمنية للفنادق (الأمن العام، شرطة الأخلاق، الهجرة.....).

### ٦-٣-٣- مطالب نقابة الأدلاء السياحيين

- معالجة المضاعفات السلبية لإتفاقية التعاون السياحي اللبناني السوري على الأدلة السياحيين اللبنانيين.
- إلزامية انتساب الأدلاء السياحيين إلى النقابة.
- تنظيم العلاقات بين الدليل السياحي و وكالات السياحة و السفر.
- تأمين الإنتساب إلى الصندوق الوطني للضمان الإجتماعي (الضمان الصحي).
- إلزامية وجود دليل سياحي لبناني لمرافقة الوفود السياحية في الحافلات و المعالم الأثرية.

### ٦-٣-٤- مطالب نقابة اتحاد التزلج

- اعتبار نشاط التزلج من قبل الحكومة الأولوية السياحية و تشجيع الإستثمار فيه.

### ٦-٣-٥- مطالب نقابة وكالات السفر

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 تبيع 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 بدون وكالات السفر 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.

## القسم السابع: الخطط الرسمية لتطوير السياحة

### ٧-١- الخطة الخماسية لمجلس الإنماء والإعمار

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.

#### ٧-١-١- 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 حالياً إلى ٤٦٥٩ دولاراً أمريكياً في العام ٢٠٠٤.

وبين الخيارين تبدو إمكانات 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 و ١٩٩٨ أن النمو في المداخل السياحية بنسبة ٣٣ في المئة 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 إمكانات زيادة مستوى الإنفاق اليومي للسياح إذا 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 يتميزون 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 إمكانية 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 تحذ من الموسمية العالية التي يتميز بها قطاع السياحة في لبنان من خلال توفير مصدر ثابت لقدام السياح في فصل الشتاء. والخيار الاستراتيجي الذي يقضي بالتركيز على هذه الشرائح يعني أن يستراجع 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>٧</sup>. ولبسوغ هذه الأهداف اقترحت الخطة الخماسية إنشاء مجلس للمنافسة السياحية يضم ابرز العملاء السياحيين وممثلي الدولة ومن شأنه العمل على جذب السياح ودراسة إمكانات الاستجابة لحاجتهم.

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 جنوى حول افتتاح مواقع جديدة.

<sup>٧</sup> المجموعة الإناحية المترابطة السياحية

## ٧-١-٢- المخصصات المالية

خصّصت 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).

## ٧-٢- خطط وزارة السياحة

### ٧-٢-١- خطة إعادة الإعمار و الإنماء السياحي<sup>8</sup>

أعدت هذه الخطة بالتعاون مع وزارة السياحة و برنامج الأمم المتحدة الإنمائي و منظمة السياحة العالمية بموجب إتفاق تعاون وقع في العام ١٩٩٤، و حملت عنوان " لبنان مستقبل السياحة". و تشمل الدراسة على مجموعة ملفات تتناول الإحصاءات السياحية و تنظيم المواقع السياحية و البيئية المحيطة بها و المحافظة على المواقع التاريخية و الأثرية و الإدارة الفندقية و السياحية و الخدمات السياحية و التسويق، البنى التحتية و النقل البري و البحري و الجوي و تعزيز الإدارات السياحية الرسمية و التنظيم السياحي و الفندقية. و تخلص الخطة إلى وضع مخطط إستراتيجي للسياحة اللبنانية بالاستناد إلى المعطيات السياحية القائمة و إلى الميزات السياحية التي يمتع بها لبنان. و يركز المخطط على ضرورة إعطاء الأولوية في الترويج السياحي للمغتربين اللبنانيين و المواطنين العرب.

### ٧-٢-٢- الخطة الخمسية لوزارة السياحة

أعدت هذه الخطة في العام ١٩٩٩ في إطار الإعداد للخطة العامة الاقتصادية و الاجتماعية. و حددت أهدافها على النحو التالي:  
- زيادة مساهمة السياحة في الناتج المحلي القائم.

<sup>8</sup> Le LIBAN. Un avenir, le tourisme, plan de reconstruction et de developpement touristiques du

LIBAN, Ministère du Tourisme.

- توفير فرص العمل.
  - خلق مجالات استثمار جديدة.
  - تحقيق إنماء متوازن في مختلف المناطق اللبنانية.
- و اقترحت الخطة اعتماد مجموعة مبادئ و خطوات لتحقيق الأهداف تناولت التجهيز و الرقابة و استثمار المواقع الأثرية و تشجيع السياحة الثقافية و الترويج و التسويق السياحيين و إعادة تنظيم وزارة السياحة و الإدارات التابعة لها و استكمال مكننتها و إنجاز التشريعات الإدارية.

### ٧-٢-٣- خطة عمل وزارة السياحة

رفعت هذه الخطة إلى مجلس الوزراء بتاريخ ١٨ نيسان ٢٠٠١ و تستند إلى ستة محاور هي:

- الترويج السياحي في الخارج و تكليف المجلس الوطني لإنماء السياحة تنفيذ هذه الخطة بإشراف وزير السياحة.
- تحسين الخدمات السياحية و توفير التسهيلات اللازمة.
- تحسين و تطوير المنتج السياحي و خاصة المنتج الثقافي.
- تشجيع و ترشيد و تحفيز الإستثمارات في القطاع السياحي.
- التوعية السياحية و ترويج السياحة الداخلية
- إنشاء الهيئة العليا للسياحة في لبنان.

## القسم الثامن - التوجهات السياحية المستقبلية

### ٨-١ - التوجهات العامة

- إقامة علاقات شراكة حقيقية بين وزارة السياحة و جميع المعنيين بالشان السياحي في القطاعات الثلاثة الرسمي، الخاص و المدني، على اعتبار أن السياحة ليست مسؤولية وزارة السياحة وحدها، و بالتالي يجب أن تتعاون في عملها مع الإدارات العامة المعنية و مؤسسات القطاع الخاص و منظمات المجتمع المدني.
- استحداث آلية تنسيق و تواصل ما بين مختلف مرافق الصناعة السياحية من خلال إنشاء مجلس أعلى للسياحة، في إطار وزارة السياحة تتمثل فيه جميع الإدارات الرسمية ذات الصلة المباشرة بالسياحة ( وزارة الخارجية و الثقافة، و الداخلية، المطار، طيران الشرق الأوسط) و ذات الصلة غير المباشرة (وزارة الأشغال العامة و البيئة)، و النقابات السياحية و منظمات المجتمع (الهيئات البيئية، المحميات.....) مهمته التدارس المستمر للشان السياحي لفت النظر إلى المعوقات و رسم التوجهات العامة.
- تطوير قاعدة المعلومات السياحية القائمة في وزارة السياحة و فتحها أمام الجميع و جعلها تشتمل على المعلومات و المؤشرات و الدراسات التي تُخدم التطوير السياحي.
- رسم سياسة سياحية داخلية تركز على إستراتيجيات تسويق مناطقية و على التنوع المناطقي و على أنشطة تمتد على مدار السنة.
- العمل على خلق مجتمع سياحي يعي فيه كل فرد و كل مؤسسة عامة و خاصة الدور العائد لها من خلال حملة تسويقية محاربة تظير أهمية السياحة للبنان، و تؤكد على مفهوم السياحة المستدامة أي تلك التي تلبي إحتياجات الحاضر و تحافظ على الفرص السياحية المستقبلية و تعززها.
- الالتزام بالمواصفات و المعايير السياحية العالمية و الأخذ بالاعتبار تقييم الأثر البيئي في كل المشاريع السياحية. و تبني معايير الجودة العالمية



- في الحقل الفندقى و الخدمائى بشكل عام لأن الجودة هي جواز دخول لبنان إلى حلبة التنافس السياحي الدولي.
- تفعيل الاتفاقات السياحية المعقودة مع الدول العربية و العمل على التكامل السياحي بين لبنان و سوريا و الأردن
- دعم وزارة السياحة و جعلها المرجعية الإدارية الوحيدة لتلقي طلبات و شكاوى المؤسسات السياحية و متابعتها مع الإدارات العامة المعنية.
- دعم القدرة الإنتاجية و التنافسية للمؤسسات السياحية من خلال الحوافز الضريبية و الجهود التسويقية و رفع مستوى الخدمات و تشجيع الإستثمار في القطاع السياحي.
- الحد من الموسمية العالية للسياحة اللبنانية بالترويج لسياحة على مدار السنة و خاصة لدى الخليجيين و لدى الأجانب المقيمين في المنطقة العربية (خلال فترات الأعياد, مواسم التزلج, فترة الصيف....).
- تقديم تسهيلات لوجستية للسياح في مطار بيروت الدولي و المرفأ و الحدود البرية.
- الحد من كلفة "المقصد اللبناني" و تخفيض أسعار بطاقات السفر إلى بيروت على متن طيران الشرق الأوسط.
- تبسيط المعاملات الإدارية في مطار بيروت الدولي و تبسيط معاملات إقامة السياح.
- تحسين الإستقبال و الخدمات السياحية في المطار و كافة المراكز الحدودية.

## ٨-٢- التوجهات القطاعية

### ٨-٢-١- في مجال التسويق السياحي

- التركيز على المنطقة العربية لإستقطاب السياح:
- دول الخليج: (٦% فقط من الخليجيين يتوجهون إلى لبنان)
- الدول المجاورة: (سوريا, الأردن, العراق)
- الأجانب المقيمون في دول الخليج ( ٥ ملايين يقيمون في منطقة الشرق الأوسط).

- الترويج للسياحة العربية و الدولية من خلال: المنشورات و الملصقات و الأفلام و الصور و المعارض و الحملات الإعلانية في المنطقة العربية
- تطوير مواقع لبنان السياحية على شبكة الإنترنت.
- إجراء دراسات سياحية في الأسواق العربية لمعرفة إتجاه السياحة العربية و عوامل القوة و الضعف لدى المنافسين للسياحة اللبنانية.
- العمل على تغيير صورة لبنان في الخارج و إزالة ما علق بها من آثار الحرب.
- التعاون مع الفضائيات اللبنانية لإطلاق حملات دعائية في الدول العربية و في بلدان الإنتشار اللبناني.
- إبراز العوامل المميزة و التفاضلية للسياحة اللبنانية.
- تحسين إطار و مضمون شهر التسوق.
- الترويج للسياحة اللبنانية على الصعيد العالمي لإستقطاب شريحة من السياح المقدر أن يصل عدد القادمين منهم إلى منطقة الشرق الأوسط بحوالي ٢٣٥ مليون سائح في حلول السنة ٢٠٢٥.
- مضاعفة المبادرات ذات التغطية الإعلامية الواسعة (المهرجانات الدولية، المعارض، المؤتمرات، مهرجانات التسوق) و التركيز على مشاريع جاذبة و شبابية (أندية الطيران، الرياضات المائية).
- الترويج للإستشفاء في لبنان.
- الترويج للتعليم الجامعي في لبنان

#### ٨-٢-٢- في مجال مقومات الجذب السياحي

- تطوير المواقع السياحية المختلفة و إبراز المعالم الطبيعية و الاثرية و الدينية في كل المناطق اللبنانية.
- صيانة و حماية المواقع الأثرية و السياحية و المحافظة على نظافتها و على محيطها و منع التعديات عنها.
- مسح المواقع الاثرية و الطبيعية و البيئية في كل لبنان ( آثار، مغاور، ينابيع، معالم طبيعية....).
- إعطاء دور للبلديات في التنمية السياحية و المحافظة على البيئة و تطوير البنى التحتية في النطاق البلدي.

- إعطاء دور لمنظمات المجتمع المدني في إدارة بعض المواقع الأثرية و الطبيعية و الثقافية و صيانتها و المحافظة على نظافتها.
- إنشاء متاحف مناطقية.
- دعم إقامة المؤتمرات و الندوات التاريخية و السياحية و الإغترابية.
- تشجيع إقامة المهرجانات الوطنية و الاحتفالات الشعبية في كل المناطق و تنظيم روزنامة سنوية لهذه الأنشطة.
- تشجيع إحياء الحرف اليدوية و التراثية و مشاغل الارتيزانا في كل المناطق.
- تشجيع بناء منتجعات و إستراحات سياحية في كافة المناطق و خاصة النائية.
- التركيز على أقطاب سياحية مناطقية و تحويلها إلى مراكز سياحية عالمية: طرابلس، الأرز، صور.
- تنظيم رحلات و جولات مناطقية للسياح.
- الحفاظ على التنوع البيولوجي و معالجة التلوث الحاصل في أحواض الأنهار و حماية الطبيعة و المحميات تشجيعا للسياحة البيئية.
- المحافظة على البيئة في مشاريع المنشآت السياحية.
- إطلاق حملات نظافة و توعية لتزيين المدن و القرى اللبنانية و تشجيع المواطنين لتزيين شرفات و نوافذ منازلهم بالتعاون مع وزارة الزراعة و المشروع الأخضر و البلديات.

### ٨-٢-٣ في مجال الطيران

لعل الاستثمار في شركات طيران متخصصة بالشارتر تمتلك بعض طائراتها وتستأجر أخرى خلال المواسم العالية هو ما ينقصنا في لبنان، وحتى في الإقليم السياحي الممتد من لبنان حتى مصر مروراً بسوريا والأردن وفلسطين. ومن المستحسن إنشاء شركات يكون اختصاصها النقل الجوي الإقليمي، وتمتلك طائرات صغيرة لا يتجاوز استيعابها الأربعين راكباً ولا تزيد مدة طيرانها على الساعة وتسمى ال شاتل، ويفترض أن يكون سعر تذاكرها دون أسعار تذاكر السفر العادية.

### ٨-٢-٤ - المهرجانات

#### توصيات عامة :

يتبين من عرض واقع المهرجانات أن تطويرها يتطلب اعتماد حلول عديدة تأتي في طبيعتها :

- إيجاد لجنة عليا للمهرجانات السياحية تعمل في نطاق وزارة السياحة.
- فرض مستوى معين وطابع مميز للمهرجانات التي تنال مساعدة من الدولة بالنسبة لنجاحها .
- تكثيف الدعاية للمهرجانات في الداخل والخارج وإدخالها في نطاق البرامج السياحية وفي " أسبوع السائح العربي".
- إقامة تعاون بين مختلف الإدارات والهيئات في سبيل إنجاح المهرجانات السياحية.
- اعتبار المهرجانات السياحية من المنافع العامة.
- تنويع مواضيع المهرجانات.
- إحياء تقاليد وعادات لبنانية أصيلة من خلال المهرجانات.
- إنشاء مدرسة لتعليم الفن الشعبي وتوفير الاعتمادات المادية اللازمة لها...
- إعلام مواعيد الحفلات مسبقاً لشركات الطيران والمجلات المختصة.
- تحديد الأمكنة التي تقام فيها المهرجانات على مستوى عالمي والتي يتوجب على الدولة تبنيها ومساعدتها.
- إعطاء لجان المهرجانات دوراً في الأماكن الأثرية في أثناء فترة الذروة في موسم السياحة والاصطياف.

#### إقتراحات لجنة مهرجان فندق البستان :

- قدمت لجنة مهرجان فندق البستان مجموعة من الإقتراحات تصلح لتعزيز دور كل المهرجانات الدولية التي تقام في لبنان, لذلك نوردتها في هذا المكان.
- عمل وزارة السياحة المباشر للحصول على تسهيلات و مساعدات من الدول التي يكون تراثها الفني موضوع المهرجان التي تستقدم منها الفرق الفنية للمشاركة في المهرجان
  - شراء بطاقات لعروض المهرجان بهدف تشجيع وتغطية العجز المالي.

- حضور ومشاركة رسمية وفي طبيعتها وزير السياحة شخصياً في حفلات المهرجان والتعرف إلى الفنانين ومن نتيجته تشجيع المهرجان والمشاركين فيه على حد سواء.
- الإيعاز إلى وكالات السفر الأجنبية التي تدعى لزيارة لبنان لإدراج المهرجان في برامجها السياحية.
- إبراز المهرجان لدى الصحفيين والوفود الذين يسزورون لبنان.
- تضمين الروزنامة السياحية الثقافية اللبنانية اسم مهرجان البستان وملحقاً عنه.
- إدراج إعلانات عن المهرجان في المجلات ووسائل الإعلام العالمية السياحية المتخصصة وتخصيص موازنة لذلك.
- تعريف ودعم المهرجان بقوة وفعالية مع البعثات الثقافية الأجنبية في لبنان، ومع الدبلوماسيين الأجانب والصحافة الأجنبية ووسائل الإعلام العالمية المسموعة والمرئية وأن يجري ذلك بشكل فاعل ومنظم.
- مساهمة وزارة السياحة بطباعة ونشر وتوزيع ولصق مطبوعات برنامج المهرجان محلياً وعالمياً وذلك:
  - في جميع مراكز السوزارات والإدارات الرسمية والعامّة.
  - في مطار بيروت الدولي.
  - لدى جميع المؤسسات والمكاتب السياحية خارج لبنان.
  - لدى جميع السفارات والقنصليات اللبنانية في الخارج.
  - من خلال وكالات الأنباء العالمية السمعية والبصرية.
  - في المعارض السياحية الدولية التي تشارك فيها وزارة السياحة.
  - في الصحف والمجلات الأجنبية المتخصصة بالسياحة الثقافية.

- تغطية المهرجان في كافة وسائل الإعلام الرسمية المسموعة والمقروءة والمرئية مجاناً .
- التمني على جميع وكالات الأنباء بإعلان وتغطية المهرجان.
- الإيعاز إلى مؤسسات الدولة على أهمية المهرجان والطلب بإعطائه جميع التسهيلات اللازمة. ( تخفيف الروتين الإداري وسير المعاملات والقيود وتسهيل وتسريع إعطاء سمات الدخول، إعفاء المشاركين في المهرجان من رسم الدخول إلى الأماكن الأثرية ( سبق أن أعفي المشاركون من هذا الرسم عامي ٢٠٠٠ و ٢٠٠١).
- إعفاء مهرجان البستان وغيره من المهرجانات التي تنتشر الثقافة والمعرفة دون سواها ، من جميع الضرائب ومنها على سبيل المثال لا الحصر:
- ضريبة سمات الدخول للمشاركين في المهرجان.
- ضريبة الملاهي على المشاركين في المهرجان كونها لا تنطبق على هذه النوعية المميزة من المشاركين ( كما حصل لموسم ٢٠٠١).
- ضريبة المطار للمشاركين فقط .
- الضريبة على دخل المشاركين.
- ضريبة تذاكر الدخول ( كما حصل لموسم ٢٠٠١ ).

#### ٨-٢-٥ - المحميات

- التنسيق على مستوى جميع القطاعات لحماية الإرث الطبيعي.
- تنظيم السياحة البيئية وتشجيعها .
- توعية السكان المجاورين للمحميات بأهميتها وبدورها.
- توفير ممرات بيئية داخل المحميات.
- صيانة المواقع الأثرية داخل المحميات.
- وضع إشارات على الطرق العامة لتسهيل الوصول إلى المحميات.
- تدريب الشباب في مناطق المحميات على إطفاء الحرائق وتزويدهم بالتجهيزات اللازمة.

- إقرار قانون المحميات الطبيعية من قبل مجلس النواب والذي سبق أن تقدمت به وزارة البيئة.
- تعزيز التنسيق بين وزارة السياحة ووزارة البيئة بخصوص الإعلان والدعاية للمحميات الطبيعية.
- تخصيص بند مالي في وزارة السياحة لطبع كتيبات ومنشورات وبوسترات عن السياحة البيئية ، وتوزيعها على المكاتب السياحة ومن يهمهم الأمر في لبنان والعالم.

### اقتراحات محمية النخل / طرابلس

- ١- تعديل القوانين التي أعلنت قيام المحميات الطبيعية بحيث تسمح هذه القوانين بالتخييم في مناطق Development areas تخصص لذلك من قبل فرق إدارة هذه المحميات، أسوة بما هو معمول به في أشهر المحميات الطبيعية في العالم.
- ٢- تعديل القوانين التي أعلنت قيام المحميات الطبيعية بحيث تسمح هذه القوانين بتناول الطعام في الهواء الطلق picniking في مناطق Development areas تخصص لذلك من قبل فرق إدارة هذه المحميات، أسوة بما هو معمول به في أشهر المحميات الطبيعية في العالم.

## قائمة الوثائق و المذكرات المقدمة إلى لجنة الزراعة و السياحة النيابية في إطار التحضير لندوة التنمية السياحية

١. وزارة السياحة، الخطة الخمسية لوزارة السياحة (١٩٩٩).
٢. وزارة السياحة، خطة عمل وزارة السياحة و الخطة السياحية العامة (٢٠٠١).
٣. وزارة السياحة، إحصاءات سياحية.
٤. وزارة السياحة، (Le LIBAN, Un Avenir, Le Tourisme).
٥. وزارة السياحة، السياحة في لبنان، واقع و حلول.
٦. مجلس الإنماء و الإعمار، الخطة الخمسية ٢٠٠٠-٢٠٠٤ إدراك المزايا التفاضلية لقطاع السياحة في لبنان.
٧. وزارة البيئة، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، الخطة الوطنية و الإطار الإستراتيجي للتنمية السياحية المستدامة في لبنان - إعداد رامي أبو سلمان (أيار ٢٠٠١).
٨. المديرية العامة للآثار - وزارة الثقافة.
٩. وزارة الأشغال العامة و النقل، المديرية العامة للطيران المدني.
١٠. وزير الأشغال و النقل.
١١. وزارة الخارجية و المغتربين.
١٢. د. علي فاعور (عميد كلية السياحة و الفنادق - الجامعة اللبنانية).
١٣. لجنة مهرجان البستان الدولي، معلومات و دراسات و إقتراحات.
١٤. نقابة أصحاب الفنادق في لبنان، قطاع السياحة في لبنان، برنامج عمل، تشرين الثاني ٢٠٠١.
١٥. نقابة أصحاب المطاعم و المقاهي و الملاهي و الباتيسري.
١٦. نقابة أدلاء السياحة في لبنان: مقترحات حول تطوير مهنة الدليل السياحي.
١٧. مهرجانات بعلبك الدولية.
١٩. الإتحاد اللبناني للتزلج.
٢٠. محمية بنتاعل - تعريف و إقتراحات.
٢١. طيران الشرق الأوسط - نزار خوري.
٢٢. فادي صعب، (دراسة صادرة عن الجامعة اللبنانية الأميركية).



٢٣. كازينو لبنان.

٢٤. لجنة محمية شاطئ صور الطبيعية.

٢٥. محمية النخل - طرابلس - تعريف و اقتراحات.

## الجمهورية اللبنانية

مكتب وزير الدولة لشؤون التنمية الإدارية  
مركز مشاريع ودراسات القطاع العام