

الصناعة السياحية و التنمية المستدامة في لبنان .. بين التحديات المحلية و التنافسية العالمية
Tourism industry and sustainable development in Lebanon between local challenges and global competitiveness

د. جيهان فقيه، كلية الحقوق والعلوم السياسية والإدارية، الجامعة اللبنانية

Jihane fakih@gmail.com

تاريخ التسليم: (2018/11/09)، تاريخ المراجعة: (2019/02/27)، تاريخ القبول: (2019/03/05)

Abstract :

Lebanon is considered as a country with a promising tourism potential due to its natural, geographical, and human resources. In fact, the tourism sector had become a key factor in the national economy. However, Lebanon has not yet managed to transform the tourism sector into an advanced industry playing a key role in the development of the economy. Hence, this research paper sheds the light on the reality of the tourism industry in Lebanon, the obstacles facing it, and its future prospects

ملخص :

يعتبر لبنان بمقوماته الطبيعية، الجغرافية والبشرية الغنية بلداً ذات مقومات سياحية واعدة، فقد نجح القطاع السياحي في أن يكون عاملاً أساسياً في الاقتصاد الوطني، ولكن لم يتمكن لبنان حتى الآن من تحويل القطاع السياحي إلى صناعة متطورة تكون محركاً أساسياً في عملية التنمية الاقتصادية. من هنا جاءت هذه الورقة البحثية لتسلط الضوء على واقع الصناعة السياحية في لبنان و المعوقات التي تواجهها و الأفاق المستقبلية لها.
الكلمات المفتاحية: الصناعة السياحية – التنمية المستدامة – الاستثمار السياحي.

* المؤلف المراسل: د. جيهان فقيه ، الإيميل: Jihane fakih@gmail.com

مقدمة

تعتبر الصناعة السياحة من أهم الدعائم التي يعتمد عليها الدخل الوطني، فهي إذاً مصدر من مصادر الدخل الأجنبي والذي يعود بالمنفعة على ميزانية الدولة، فتتغش وسائل النقل والمعاملات البنكية والنشاط التجاري والخدمات المنتجة المتنوعة التي تُشبع رغبات مختلف شرائح المجتمع. إن القطاع السياحي يعمل على تحريك وإعطاء الحيوية للقطاعات الاقتصادية الأخرى، وبيع الروح والنشاط في الاقتصاد الوطني برُمته. ولقد حظيت الصناعة السياحية في أوقاتنا الراهنة بأهمية قصوى و عناية بالغة، كما أن للنشاط السياحي نتائج وآثار على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي و في الحقل البيئي و العمراني، وأن له أثر واضح في حياة المجتمعات و الشعوب، و قد نتج عن ذلك تبني أسلوب التخطيط السياحي و إيجاد كل الآليات التي من شأنها تطوير النشاط السياحي الذي يُعتبر أهم قطاع حيوي من فروع الاقتصاد الوطني و الدولي و عليه فان السياحة هي صناعة الحاضر و المستقبل و هي ضرورة ملحة لتقدم البلد وتنميته في المرحلة الراهنة. و لقد خطت لبنان في الأوقات الراهنة خطوات لا بأس بها في القطاع السياحي، و لعل السبب الأساسي يعود إلى تطور وسائل الاتصالات و المواصلات و تحول العالم الشاسع إلى قرية متقاربة الأطراف، نظراً لتكاثر وسائل التواصل الاجتماعي، و هذا بفضل التقنيات والتكنولوجيا العالية يمكن القول أن لبنان تتمتع بالكثير من العوامل والمقومات التي تُمكنها من منافسة العديد من البلدان في جذب السياح، و هذا لما لها من لعمانٍ و بريقٍ سياحي ، خاصة إذا أدركنا أن للبنان موقع إستراتيجي مهم كما أن لديها تنوع طبيعي واسع من سواحل و جبال دون أن ننسى المناخ الجميل. و عليه فإن الإشكالية التي تطرح نفسها هي كالتالي: ما هو واقع الصناعة السياحية وآفاق تفعيلها لدعم التنمية المستدامة في لبنان؟؟ نسعى للإجابة على هذا السؤال من خلال مناقشة العناصر الآتية:

- 1/ الصناعة السياحية والتنمية المستدامة...المفهوم والعلاقة
- 2/ التنمية السياحية في لبنان في ظل المتغيرات الراهنة (المعوقات والتحديات)
- 3/ أثر التنمية الاقتصادية و الاجتماعية على الصناعة السياحية في لبنان
- 4/ مساهمة مؤسسات المجتمع المدني في التنمية السياحية في لبنان
- 5/ الآفاق المستقبلية للصناعة السياحية في لبنان

1/ الصناعة السياحية والتنمية المستدامة...المفهوم والعلاقة**1-1 تحديد الإطار المفاهيمي للتنمية المستدامة:**

لقد تم التطرق لأول مرة بشكل رسمي إلى مفهوم التنمية المستدامة سنة 1987 من خلال لجنة (Brundtland) التي عرفت بانها تلبية احتياجات الجيل الحالي دون المساس باحتياجات الأجيال القادمة، فهي مجموعة من السياسات والأنشطة الموجهة نحو المستقبل. فالتنمية المستدامة، ليست نقلة واحدة، ولكنها عملية مستمرة تمكن جميع أفراد المجتمع من توسيع نطاق قدراتهم إلى أقصى حد ممكن وتوظيفها بما يكفل تحقيق محصلة يجني ثمارها الجيل الحاضر كما تجني ثمارها الأجيال القادمة (بومعراف، عماري، 2010، ص 28).

وبذلك تأكد أن عبارة "التنمية المستدامة" لا تقتصر فحسب على التنمية الاقتصادية بل تتعدها، تشير إلى مجموعة واسعة من القضايا تستلزم منهاجا متعدد الجوانب لإدارة الاقتصاد والبيئة والمجتمع، وهذه العناصر الثلاثة الأخيرة تشكل الركائز للتنمية المستدامة، ونجد ان منطقة التقاطع عند المركز تمثل رفاهية الإنسان (طالبي، ساحل، 2008، ص 203).

ومنه تبرز أهم سمات التنمية المستدامة فيما يلي:

- تتوجه التنمية المستدامة لتلبية احتياجات الطبقات الفقيرة وهي تسعى للحد من الفقر العالمي؛

- تحرص التنمية المستدامة على تطور مختلف الجوانب خصوصا الجوانب الثقافية والاجتماعية وحث المجتمعات على المحافظة على حضارتهم وعاداتهم وتقاليدهم (ريس، 2010، ص 5).

1-2 ماهية صناعة التنمية السياحية:

تكتسب التنمية السياحية أهمية متزايدة، كونها تؤمن موارد مالية إضافية للسكان وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات، فهي تمثل إحدى الصادرات الهامة غير المنظورة، وعنصرا أساسيا في عناصر النشاط الاقتصادي، ومنه يترتب على التنمية السياحية مجموعة من التأثيرات التنموية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية في المقصد السياحي (الدول المستقبلية) (موفق، 2010، ص 14). ويمكننا تسليط الضوء عليها بإيجاز كما يلي:

***التنمية السياحية والتنمية الاقتصادية:** حيث يؤثر رواج صناعة السياحة بشكل مباشر على الاقتصاد ورواج الصناعات والأنشطة المرتبطة بها. إذ يؤدي إلى انتقال الأموال من جيوب

السائحين إلى جيوب أصحاب هذه الخدمات والسلع المنشغلين بها فيتفرع عن هذا الانتقال للأموال سلسلة أخرى من الإنفاق.

ولا شك أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية وبالتالي إلى ارتفاع معدلات الادخار مما ينشط هذه الصناعات والخدمات المتصلة بصناعة السياحة (مباشرة ، غير مباشرة)، الأمر الذي يتولد عن ذلك الإنفاق اتساع نطاق العمل في هذه الصناعات والخدمات المرتبطة بها (عوي، 2007، ص 43).

فمن خلال نتائج عدد من الدراسات التي أجريت في كثير من الدول السياحية الأوروبية والأمريكية حول مدى تأثير التنمية السياحية على العمالة، أكدت هذه الدراسات على قدرة التنمية السياحية على امتصاص البطالة، فقد أوضحت دراسة سياحية أجراها الخبير الاستشاري الدولي (Archer) في منطقة الكاريبي أن العمالة المتولدة عن وحدة من الإنفاق في التنمية السياحية تؤدي إلى ضعف العمالة المتولدة عن وحدة واحدة من الإنفاق في أي قطاع آخر.

ومعظم الدراسات التي أجريت أكدت على أن بناء غرفة فندقية جديدة يخلق ثلاث فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، لذلك فإن زيادة تخصيص الموارد اللازمة لتطوير المناطق السياحية التي تتمتع بمزايا طبيعية ومناخية مثل المحميات الطبيعية والشواطئ والجزر والمناطق الصحراوية والجبلية ومناطق ينابيع المياه الحارة إضافة على تحفيز القطاع الخاص المحلي والأجنبي على الاستثمار السياحي في هذه المناطق، سوف يضاعف من فرص العمالة الجديدة وستتحول هذه المناطق النائية إلى مناطق جاذبة للعمالة لسكان المجتمعات المحلية، بعد أن كانت هذه المناطق طاردة للعمالة، لذلك نجد أن التنمية السياحية تريد من فرص العمالة المباشرة وغير المباشرة من خلال ترابطها الأمامي والخلفي وتكاملها مع القطاعات الأخرى مثل الصناعات الغذائية والمشروبات وصناعة الأثاث الفندقي وقطاع المصارف والتأمين... إلخ.

وهذا يعني زيادة الطلب على هذه المنتجات سواء من جانب السائحين أو من جانب مالكي المنشآت السياحية المختلفة، الأمر الذي سيجلب عليه زيادة الاستثمارات في هذه الصناعات من خلال إضافة خطوط إنتاج جديدة أو إنشاء مصانع جديدة ستؤدي إلى تشغيل عمالة إضافية بغرض زيادة معدلات الإنتاج لمسايرة زيادة الطلب الناتج عن زيادة الإنفاق السياحي على هذه المنتجات، وهذا ما يطلق عليه في علم الاقتصاد الاستثمار المحفز والعمالة المحفزة، تعني أن كل زيادة في الاستهلاك من فترة إلى أخرى تتطلب كما إضافيا من الاستثمار والعمالة. وذلك لزيادة الإنتاج بنفس زيادة الاستهلاك أو لزيادة العرض بنفس المستوى في الزيادة في الطلب.

ويبدو من الطبيعي والمنطقي أن زيادة حجم الحركة الفندقية نتيجة ارتفاع معدل التدفق للسائحين إلى المقصد السياحي تعني زيادة حجم العمالة لان الرواج الفندقي ينتج عنه تشغيل أعداد متزايدة من اليد العاملة بنسبة كبيرة، ولذلك تنخفض نسبة البطالة، وهو ما يحقق هدفا من أهداف الخطة العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في أية دولة. ولذلك اتجهت السياسة الاقتصادية الراهنة إلى الانضمام إلى اتفاقية منظمة التجارة العالمية (أي إلى تحرير الخدمات) التي من أهمها الخدمات السياحية والمصرفية والتأمينية والنقل الدولي وخدمات بيوت الخبرة كلها أنشطة تتصل بروابط أمامية وخلفية بالتنمية السياحية.

*التنمية السياحية والتنمية الاجتماعية:

- تعمل على رفع مستوى المعيشة للمجتمعات والشعوب وتحسين نمط حياتهم؛
- تعمل على خلق وإيجاد تسهيلات ترفيهية وثقافية لخدمات المواطنين إلى جانب الزائرين؛
- تساعد على تطوير الأماكن الخدمات العامة بدولة المقصد السياحي.
- تساعد على رفع مستوى الوعي بالتنمية السياحية لدى فئات واسعة من المجتمع.

*التنمية السياحية والتنمية الثقافية:

- تعمل على تنمية الوعي الثقافي لدى المواطنين؛
- توفر التمويل اللازم للحفاظ وصون التراث للمباني والمواقع الأثرية و التاريخية؛
- تعمل على تنمية عملية تبادل الثقافات والخبرات والمعلومات بين السائح والمجتمع المضيف (الحوار بين الحضارات).

* التنمية السياحية والتنمية البيئية:

- المحافظة على العناصر البيئية المختلفة لتحقيق التنمية السياحية المستدامة؛
- تحقيق إدارة جيدة للنفايات للتخلص منها بشكل عملي سليم (السعيد، 2008، ص 127).

فالسياحة البيئية هي عملية تعلم وثقافة وتربية بمكونات البيئة، وبذلك فهي وسيلة لتعريف السياح بالبيئة والانخراط بها، أما السياحة المستدامة فهي الاستغلال الأمثل للمواقع السياحية من حيث دخول السياح بأعداد متوازنة لها على ان يكونوا على علم مسبق ومعرفة بأهمية المناطق السياحية والتعامل معها بشكل ودي، وذلك للحيلولة دون وقوع الأضرار على الطرفين، وتلبي

السياحة المستدامة احتياجات السياح مثلما تعمل على الحفاظ على المناطق السياحية و زيادة فرص العمل للمجتمع المحلي.

إذن السياحة المستدامة هي نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطوير المستقبلي بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية، ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها.

1-3- الآثار الاجتماعية للسياحة:

يمكن اعتبار البعد الاجتماعي والثقافي للسياحة أحد مكونات المنتج السياحي في البلدان السياحية، وأيضاً كعنصر أساسي في عملية التنمية السياحية. وإذا ما ربطنا بين السياحة والتشغيل نجد أن صناعة السياحة صناعة خدمات لعمل مكثف ومصدر هام للتوظيف، إذ تهئ مجالاً واسعاً للتشغيل في مختلف المجالات والمستويات العلمية المؤهلة وغير المؤهلة.

والسياحة تمثل أحد القطاعات الاقتصادية التي يعتبر فيها العامل البشري أحد عناصره الأساسية لقيام النشاط السياحي، عكس الصناعة والزراعة التي يمكنها أن تعتمد أكثر على الوسائل التكنولوجية والتقليل من العنصر البشري. وفي هذا المجال أكدت الدراسات على قدرة التنمية السياحية على امتصاص البطالة وفسح المجال واسعاً للتشغيل، باعتبارها صناعة كثيفة العمل وذات أثر مضاعف على 70 صناعة وخدمة مغذية ومكملة (دراسات منظمة السياحة العالمية)، فهي الصناعة الأولى من حيث تشغيل اليد العاملة وأصبح لها دور أساسياً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إذ إن كل شخص يعمل مباشرة في قطاع السياحة يشكل فرص عمل جديدة بتشغيل 5,3 شخص بصورة غير مباشرة في القطاعات الأخرى.

ومن هذا المنطلق يعتبر الاستثمار السياحي في كثير من الدول النامية مخرجاً لأزمة البطالة وحافزاً لتوسيع نطاق التوظيف، وما يترتب عن ذلك من تحسن في المستوى المعيشي والثقافي لبعض فئات هذه المجتمعات التي أصبحت تتقاضى دخلاً جديدة من هذا القطاع (عبود، 2014، ص 07).

2/ التنمية السياحية في لبنان في ظل المتغيرات الراهنة (المعوقات والتحديات)

إن السياحة في لبنان باتت تشكل المحرك الأساسي للاقتصاد الوطني، وهي تشمل قطاعات واسعة من المؤسسات والمواقع يزيد عددها على الثلاثين الفاً بين معالم أثرية ومواقع سياحية ومطاعم ومقاهي وفنادق ومساح وغيرها. ويتميز لبنان بالإضافة إلى مقوماته الطبيعية وموقعه الجغرافي،

ومعالمه الأثرية والتراثية بمقومات إضافية تجعله مقصداً سياحياً رائداً فلبنان يتميز بما يلي (شليطا، 2017):

- خصوصية مميزة وأصالة وتنوع في مخزونه التراثي وموقعه الجغرافي حيث يملك لبنان مواقع ومقومات عديدة تمتد على بقعة صغيرة نسبياً.
- خبرة متميزة لدى الموارد البشرية في مجالات الفنادق والخدمات السياحية.
- بنى تحتية متطورة نسبياً.
- خبرة عريقة ومتجذرة لدى الشعب اللبناني في فن الاستقبال، الضيافة والانفتاح على الخارج.
- فرص استثمارية واعدة وتشير البيانات الأخيرة حول صناعة السياحة بلبنان إلى نمو بنحو 30% في النشاط السياحي في لبنان في الأشهر الثلاثة الأولى من عام 2016.

ففي الفترة من 2011-2016 على الرغم من الظروف السياسية والاقتصادية والعسكرية التي تؤثر عادة على ازدهار السياحة، حافظت السياحة العالمية إلى لبنان على نمو مضطرب إذ ارتفع العدد من 1655051 سائح سنة 2011 إلى 1688357 سنة 2016، أي بنسبة + 10.69% سنوياً. و شهد لبنان خلال هذه الفترة نشاطاً سياحياً ملموساً نتيجة لقدم الضيوف الأجانب والمصطافين والمغتربين إليه من مختلف القارات والبلدان بقصد السياحة والزيارة، و يرتبط هذا الإقبال بقيام العديد من الأنشطة السياحية والثقافية من جهة كالرحلات الهادفة والمنظمة والتي تشمل الزيارات إلى الأماكن الأثرية المنتشرة في كل الأراضي اللبنانية، كما برزت السياحة الثقافية الدينية بالإضافة إلى المهرجانات المحلية المتميزة التي تعم كافة الأراضي اللبنانية، خاصة خلال فصل الصيف.

تشير الأرقام بشكل واضح إلى أن العام 2011 كان بداية لمنحى تراجع عدد القادمين الخليجيين الذين كانوا يقصدون لبنان وسوريا في وقت واحد. وان الأرقام الصادرة عن وزارة السياحة خير دليل على ذلك، إذ تشير إلى تراجع عدد الخليجيين القادمين إلى لبنان بنسبة 40.2% سنة 2011 العام الأول للأزمة السورية. وفي العام 2012 هبط عددهم بنسبة 57.8%، في حين سجل تراجعاً بنسبة 40.6% في العام 2013.... ثم جاءت سنة 2014 لتسجل نمواً ضئيلاً بنسبة 12.8%، كما سجلت سنة 2015 نمواً أيضاً نسبته 6.8%، وهكذا يلاحظ تراجع أعداد الخليجيين، الذين يصعب التعويض عن عدم مجيئهم ان لجهة الإنفاق الضخم، أو لجهة مدة الإقامة، من 385984 سائح

في الـ 2010 إلى 104551 سنة 2015، أي بانخفاض حاد بلغت نسبته 73% .
 بغياب السائح الخليجي حاولت السوق اللبنانية الاعتماد على السياح القادمين من الأردن ومصر
 والعراق وغيرها ...، التي لم تتأثر بتوتر العلاقات اللبنانية الخليجية، ولكن دون تمكّنها من استبدال
 السائح الخليجي الذي يمثل العمود الفقري للقطاع السياحي اللبناني.
 منذ العام 2011 حتى اليوم، تتراوح نسبة إشغال الفنادق بين 25 و 45%، مقابل 76 و 80% خلال
 الأعوام 2009 و 2010، إضافة إلى أن أيام الإقامة في الفنادق تراجعت أيضا بحوالي 60%. كما
 تراجعت نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي من 7 مليارات سنة 2010 إلى 3.5
 مليار في سنة 2015. أما الإتفاق بحسب المناطق اللبنانية، فتوزع على بيروت 80%، المتن
 14% ثم كسروان و بعدا 2 % لكل منهما، و 2% لباقي المناطق.
 طيلة هذه الفترة، شهد لبنان أسوأ الأحداث الأمنية، حيث تم اغتيال عدد من الشخصيات السياسية
 والعسكرية اللبنانية، كما تعرض لاجتياح مدمر من قبل إسرائيل سنة 2006، بالإضافة إلى حصول
 العديد من العمليات الإرهابية التي طالت الكثير من المرافق والمناطق اللبنانية. هذا عدا الأحداث
 الدموية التي حدثت في محيطنا العربي عامة والنزاع الدموي السوري خاصة والذي نتج عنه نزوح
 ما يقارب المليون سوري إلى لبنان.

و بات واضحا من الإحصاءات التي وردت أن تراجع القطاع السياحي في لبنان، قد أثار المخاوف
 من نتائج اقتصادية سلبية واضحة المعالم، وسط قطاع الأعمال المحلي، وبدأ هذا التراجع في حركة
 الوافدين منذ العام 2011، متزامنا مع تداعيات الأزمة السورية، والعمليات الإرهابية التي حدثت،
 وبالتالي تعكير العلاقات اللبنانية الخليجية، حيث انكفأ السائح الخليجي كليا عن زيارة لبنان (وزارة
 السياحة اللبنانية، <http://mot.gov.lb/a> ، 2016).

جدول رقم (01): يوضح حركة السياحة اللبنانية 2011-2016

السنة	أعداد السياح	%
2011	1655051	-23.66
2012	1365845	-17.47
2013	1272362	-6.7

2014	1354647	6.3+
2015	1517927	12.05+
2016	1688357	+11.23

المرجع: إحصاءات وزارة السياحة اللبنانية 2016

أما بالنسبة لحركة الزيارات إلى المواقع السياحية اللبنانية يحوي لبنان الكثير من المواقع الأثرية التي يقصدها السياح الأجانب، بهدف الزيارة والتعرف والاستكشاف، وقد تكون هذه المواقع من أهم إمكانات السياحة اللبنانية، فهي مصدر فخر لكل اللبنانيين بما تختزن أرضهم من حضارات وثقافات (البلتاجي، 2009، ص32).

إن الدولة اللبنانية بأجهزتها الثقافية والسياحية هي السلطة المخولة للاهتمام بهذه المعالم التي تحتاج إلى اهتمامات إدارية و لوجستية و خدماتية وهندسية وفنية، كدراسة محيطها وتأمين طرق الوصول إليها، كما وتجهيزها اللائق لاستقبال الزوار بموظفين متخصصين، ومنشورات وخرائط، وإنارة وموسيقى وحدائق، وأماكن استراحة.. ومواقع الكترونية، وكل التجهيزات المتطورة للتواصل الاجتماعي.

جدول رقم (02): يوضح أعداد الزوار (بالآلاف) بحسب بعض المواقع (2013-2016)

الموقع	2013	2014	2015	2016
بعلبك	48792	33900	36870	51665
جبيل	59508	72007	89259	90730
صيدا	30468	24069	27250	45227
صور	5656	8383	11867	14217
المتحف	28936	23476	32045	39117
بيت الدين	48774	48353	62430	72967
جعيتا	_____	182521	221782	186737

المرجع: (وزارة السياحة اللبنانية، <http://mot.gov.lb/a> ، 2016).

انعكس التقلب في أوضاع البلاد الأمنية والسياسية، على نسبة التردد إلى المواقع الأثرية، التي عانت بدورها من تدنّي أعداد الزائرين، ولكن بعض هذه المعالم، بقيت مقصداً معتلماً، من قبل شركات سياحية عالمية، ومن قبل سياح منفردين أيضاً، كبعلبك و جبيل، وصيدا، وصور، وبيت

الدين، وفقراً.. بالإضافة إلى غابة الأرز الشهيرة، وطرق الجبل، والوديان المميزة (قاديشا)، و المغاور، وكل الغابات المنتشرة في أرجاء لبنان، التي تعتمد عليها شركات السياحة العالمية كجزء من السياحة البيئية، بالإضافة إلى جعبتا، المقصد الأهم...الخ. باختصار، يجب جعل كل معلم من هذه المعالم مقصداً مميزاً، يؤمن المعلومات الصحيحة والراحة اللازمة، لكل قاصد مهما كانت جنسيته أو اهتماماته، على أن توضع هذه المعلومات على الموقع الإلكتروني الخاص بالمعلم المقصود، وأن يتم تحديثها خلال فترات زمنية غير متباعدة، وبذلك تصبح كل المعالم الأثرية بمتناول جميع المهتمين (تلامذة، طلاب، سياح...)

فيزداد بذلك عدد الزوّار، وتنتعش الحركة الاقتصادية بكل جوانبها (النقل والإقامة والطعام والتذكارات والهدايا...) خاصة في أماكن تواجد هذه المواقع.

2-3 المعوقات التي تعترض التنمية السياحية في لبنان M تعترض التنمية السياحية عدد من المعوقات التي تؤخر وتقلص دورها في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومن أهم هذه المعوقات:

✓ المعوقات الخاصة بالتخطيط السياحي:

وتتمثل في غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي فلا شك أن توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين تعتبر أحد الأعمدة التخطيطية. فالنظام الإحصائي في بعض الدول خصوصاً العربية منها يتصف بعدم الشمول ويقتصر على بعض الأرقام الخاصة بتصنيف السائحين على حسب الجنسية، وعدد السائحين موزعاً على شهور السنة وعدد الليالي السياحية. إن الجانب السلبي في هذا النظام يكمن في غياب الكثير من المعلومات المهمة واللازمة للباحثين أو القائمين بالتخطيط في مجال السياحة مثل:

. توزيع السياح على حسب طريقة الوصول إلى البلد (براً أو بحراً أو جواً).

. أماكن إقامة السياح (المدن - المصايف - الفنادق - القرى السياحية - بيوت الشباب - الشقق والغرف المفروشة

. الأماكن التي يزورها السائح.

. تصنيف السياح على حسب السن والجنس وبلد القدوم.

. تصنيف السياح في الرحلات السريعة أو الترانزيت على حسب الجنسية والمدة.

. استطلاع رأي السياح في الأماكن السياحية.

إن توفر هذه البيانات والمعلومات يمكّن القائمين بالتخطيط على تركيز جهودهم نحو التوسع في إنشاء الفنادق من فئة معينة وتحسين أداء الخدمات فيها من جهة، وتطوير الخدمات المرفقة والملحقة بها من جهة أخرى. وكذلك تنمية وتطوير الموارد والمقومات السياحية الموجودة. كما أن معرفة عدد السياح موزعاً طبقاً لطريقة الوصول يساعد في تطوير أو دعم طرق النقل ووسائل المواصلات اللازمة من البلد إلى الخارج أو من خارج البلد إلى الأماكن السياحية الموجودة داخل البلد.

يضاف إلى ذلك فإن عدم توفر كراريس وكتيبات وخرائط سياحية كاملة وشاملة تحتوي على مناطق الجذب السياحي القائمة، وتضارب وتشتت الاختصاصات بين الوزارة المختصة بالسياحة وبعض المؤسسات والوزارات الأخرى ذات العلاقة، وانخفاض الوعي بأهمية وقيمة التراث الحضاري كما هو في بعض دول العالم الثالث، وعدم توفر رؤوس الأموال المحلية والأجنبية اللازمة للاستثمار السياحي، تعتبر جميعها من أهم العوامل السلبية الرئيسية المؤثرة على التخطيط السياحي.

✓ سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة:

وقد يلاحظ في العديد من الدول السياحية أن بعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية والأجنبية تركز استثماراتها في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو يرغب فيها كالنوادي ومحلات الترفيه الليلية.

✓ عدم فعالية التسويق السياحي:

يقوم التسويق السياحي بدور هام في بيع المنتج السياحي فالتسويق السياحي من خلال الدعاية والإعلان يكون أمراً ضرورياً بالنسبة لمنتج يعتمد على الرضا والمتعة التي يتوقعها المستهلك من عملية الشراء، والتسويق السياحي الناجح هو الذي يثير رغبة المستهلك ويولد القناعة لديه بأن المنتج السياحي المعلن عنه هو أفضل المتوفر في سوق السياحة العالمية ويلبي رغباته المطلوبة. قد تمتلك الدولة العديد من الموارد السياحية المهمة كما هو في العراق ومصر واليمن وسوريا وليبيا، ولكنها تعاني من مشكلة التقصير في تسويق مواردها ومقوماتها داخلياً وخارجياً، بمعنى آخر أن

الحد الأدنى من الجهود والأنشطة التسويقية اللازمة لتنشيط الحركة السياحية لم يتوفر بعد في مثل تلك الدول.

✓ التضخم:

يعتبر الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات أحد العوامل الاقتصادية المؤثرة على الطلب السياحي في بلد ما. وتعد الدول العربية من الدول التي تعاني من الارتفاع المستمر في معدل التضخم السنوي، ويعود ذلك إلى عدة أسباب من أهمها انخفاض الانتاجية وقلة العرض قياساً بحجم الطلب.

✓ انخفاض مستوى الخدمات المساعدة للسياحة:

رغم التحسن النسبي لطرق المواصلات ووسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية الداخلية والخارجية في الكثير من دول العالم، إلا أن الدول المعنية بالسياحة في العالم الثالث مازالت تعاني من ضعف خدمات الاتصالات وكذلك من مشكلات أخرى تتعلق بمشاريع الصرف الصحي وشبكات المياه والكهرباء والإنارة وطرق المواصلات التي تربط بين المواقع والأماكن السياحية المتنوعة.

✓ الاستقرار السياسي والأمن الاجتماعي:

رغم اعتراف خبراء السياحة والاقتصاد بضرورة تمتع الدول السياحية بدرجة عالية من الاستقرار الأمني والسياسي، إلا أن العديد من دول العالم الثالث ما زالت تعاني من قلة الاستقرار الأمني والسياسي نظراً لضعف القانون وتدهور الاقتصاد وانتشار البطالة وتفشي الجريمة والفساد.

✓ مشاكل ومعوقات أخرى:

هناك أيضاً مشاكل أخرى تشترك فيها معظم الدول السياحية في البلدان النامية وأهمها:

- . عدم الاهتمام بنظافة الأماكن السياحية خصوصاً الأثرية والدينية منها.
- . عدم وجود شرطة للسياحة في بعض المناطق السياحية وخاصة الأثرية والتاريخية.
- . تخلف خدمات السياحة المصرفية في البنوك وخاصة في الفنادق.
- . سوء المعاملة بمكاتب شركات السياحة والطيران في الداخل والخارج.
- . استغلال سائقي سيارات الأجرة لمجاميع السياح من الأجانب بصفة عامة مما يسيء إلى سمعة البلدان السياحية.

. عدم الاهتمام بالمظهر العام والزي الخاص بالعاملين في قطاع السياحة مع متطلبات العمل.

3/ أثر التنمية الاقتصادية و الاجتماعية على الصناعة السياحية في لبنان

لا بدّ من محاولة الربط بين موضوع التنمية السياحية وارتباطها بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث تترتب على التنمية السياحية مجموعة من التأثيرات التنموية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية في المقصد السياحي (الدول المستقبلية).

- علاقة التنمية السياحية بالتنمية الاقتصادية:

إن التنمية السياحية تلعب دوراً أساسياً في التنمية الاقتصادية حيث يؤثر رواج صناعة السياحة بشكل مباشر على اقتصاد ورواج الصناعات والأنشطة المرتبطة بصناعة السياحة، فالإنفاق على الخدمات والسلع المرتبطة بصناعة السياحة يؤدي إلى انتقال أموال من جيوب السائحين إلى جيوب أصحاب هذه الخدمات والسلع المشتغلين بها فيتفرع عن هذا الانتقال للأموال سلسلة أخرى من الإنفاق (عطية، 2010، <http://www.tahawolat.net/>).

- علاقة التنمية السياحية بالتنمية الاجتماعية:

يمكن اختصار أهم روابط العلاقة بين التنمية السياحية والتنمية الاجتماعية على النحو الآتي:
* قدرة التنمية السياحية على امتصاص البطالة: تعمل التنمية السياحية على خلق فرص عمالة متعددة سواء في القطاع السياحي نفسه، مثل شركات السياحة، المطاعم، الفنادق، شركات النقل السياحي، محلات بيع الهدايا، محلات بيع المصنوعات التقليدية اليدوية.. الخ، أو في الأنشطة والقطاعات التقليدية.

* قدرة التنمية السياحية على رفع المستوى المعيشي للمجتمعات والشعوب وتحسين نمط حياتهم، عبر خلق وإيجاد تسهيلات ترفيهية وثقافية لخدمات المواطنين إلى جانب الزائرين في المناطق كافة .
* قدرة التنمية السياحية على إبراز المقومات السياحية المختلفة للبلد (لبنان) مثلاً وذلك عن طريق دعوة السياح لزيارة لبنان والتمتع بكل ما يتميز به هذا البلد من عناصر جذب سياحي.

وعليه، يمكن لنا القول إن التنمية السياحية هي جزء لا يتجزأ من عمل تنموي كامل متكامل على الصعد الاقتصادية والاجتماعية، وبالتالي فهي تخضع لمعايير وأبعاد وشروط التنمية المستدامة. لكن هذا يستلزم شرطاً أكيداً لا بدّ من سلوكه، وهو طريق الرؤى والخطط العلمية عن طريق التخطيط والتسويق.

4/ مساهمة مؤسسات المجتمع المدني في التنمية السياحية في لبنان

أولى التشريع اللبناني عناية خاصة لحرية التجمّع، فوردت الإشارة إليها في الدستور، وحرص القانون على عدم تقييد حرية تكوين الجمعيات بأي شرط سوى إبلاغ وزارة الداخلية بنشأة أو تكوين الجمعية. فالجمعية تؤسس بإرادة مؤسسيها لا بموجب ترخيص من الإدارة، وأن هذه الإدارة - وزارة الداخلية- ملزمة بتسليم المؤسسين بعد إيداعها بيانًا بتأليف الجمعية، العلم والخبر من دون إبطاء وهي لا تتمتع في ذلك بأية سلطة استئنافية (وزارة السياحة اللبنانية، <http://mot.gov.lb/a>، 2017).

وبسبب سهولة وحرية تكوين الجمعيات فاق عدد الجمعيات الأهلية في لبنان الـ 8000 جمعية، ولكن الغريب أن عدد الجمعيات الأهلية التي تُعنى بقضايا سياحية أو ذات صلة بالسياحة هي قليلة العدد نسبياً. وتسعى لتحقيق أهداف عديدة نجملها بالآتي :

*التثقيف السياحي بهدف إعداد المواطن السياحي، والمجتمع السياحي عن طريق إصدار مطبوعات، منشورات تثقيفية، استخدام وسائل الإعلام المتوفرة والتوجه نحو المجتمع، الشباب والطلاب.

*مساعدة المؤسسات الرسمية والبلدية وتفعيلها ودعمها، حيث أمكن معنوياً ومادياً لتأمين أقصى حد من الخدمات والظروف التي تشجع السياحة والسياح.

* الدعاية والإعلام بهدف تعريف العالم بالمقومات السياحية لهذه المنطقة (كتب، منشورات، دليل سياحي، مباريات سياحية، تقديم جوائز)

*إبراز المقومات السياحية وتثقيفها لتوفير أكبر طاقة لجذب السياح.

* تشجيع الاستثمارات والمستثمرين للقطاع السياحي.

* القيام بالمهرجانات السياحية والمعارض التراثية على المستويات كافة.. الخ .

ونذكر من هذه الجمعيات: جمعية التنمية السياحية، جمعية كلنا سياحة، الجمعية اللبنانية لإنماء السياحة، هيئة إنماء السياحة، جمعية لبناني ... الخ .

في هذا الإطار لا توجد جمعيات أهلية فعّلة تُعنى بأمور السياحة وتقوم بحملات للتوعية السياحية في المناطق السياحية، وتقدم الدعم المادي لتطوير القطاع السياحي تقوم الجمعيات السياحية في لبنان، بشكل أساسي، بتنظيم نشاطات مختلفة مثل مناسبات ومهرجانات تهدف إلى إثراء المنتج السياحي في المنطقة.

وتساعد الجمعيات السياحية، بالإضافة إلى ذلك، المبادرين الذين يريدون إقامة مشروع سياحي من خلال الإرشاد والتنسيق مع السلطات. فالتنسيق مع الجمعيات المختصة، يتم مثلاً، من أجل إحياء المراكز السياحية التاريخية والبيوت التراثية وصيانتها وإعطائها الدور المناسب كجزء متمم للسياحة. وبالتالي تقوم الجمعيات السياحية باستثمار المباني التاريخية والخانات والحمامات القديمة والدور الواسعة التي هجرها أصحابها وتحويلها إلى متاحف تراثية ومطاعم وفنادق وأسواق للصناعة التقليدية والسياحية. كما وتقوم الجمعيات السياحية بدراسة القطاعات التي يجب اعتبارها مراكز جلب سياحي، وبالتالي وضع مخططات للقطاع السياحي.

5/ الأفاق المستقبلية للصناعة السياحية في لبنان

سيتم التركيز في المرحلة المقبلة على تنفيذ ما يلي (عبود، 2010، ص ص 11-15):

✓ إعادة النظر في التشريعات والقوانين وإعادة تنظيم هيكلية الوزارة وتوزيع المهام فيها.

✓ تفعيل الدور الرقابي للوزارة عن طريق:

* تفعيل عمل الشرطة السياحية بالتعاون مع وزارة الداخلية والبلديات مع التركيز على زيادة العديد كمرحلة أولى إلى 200 عنصر وانخراط العنصر النسائي في عمل الشرطة السياحية على غرار البلدان الأجنبية وتفعيل الخط الساخن للوزارة. والتأكيد على أن عمل الشرطة السياحية القمعي لا يشكل إلا جزء بسيط من عملها بل أن مهمتها الأساسية هو إرشاد ورعاية السائح.

كما سيتم العمل على تأمين مكتب للشرطة السياحية في المطار للعمل على مساعدة السياح وممارسة رقابة على تنفيذ تعريفات متعارف عليها. والعمل على تأمين مكاتب للشرطة السياحية على المداخل البحرية والبرية.

* تطوير 200 عنصر بصفة مفتش جديد في وزارة السياحة لتفعيل العمل الرقابي وتوسيعه.

* إعادة النظر في الخدمات السياحية من حيث الجودة والأسعار وتحديث التشريعات على أساس المقاييس الدولية للجودة السياحية.

* إيجاد حلول للمؤسسات العاملة بدون ترخيص والعمل على إعادة تصنيف المؤسسات السياحية.

* العمل على إعادة تفعيل الهيئة العليا للسياحة لتسهيل التعاون بين الوزارات المختصة.

* تشكيل لجنة للسياحة تضم ممثلين عن الوزارات المعنية بالخدمات برئاسة وزير السياحة لتنسيق المواضيع التي تهم القطاع السياحي.

* إنشاء نظام إحصائي وبياني وقاعدة معلومات للقطاع السياحي عن طريق بناء القدرات البشرية والتأهيل والتدريب، عبر تفعيل قسم الإحصاء وتطويره حيث ان صناعة السياحة تعتمد بصورة

مكثفة على المعلومات، وخاصة أن التخطيط للسياحة والتنمية والتسويق والعمليات اليومية يتطلب توافر المعلومات والبيانات الصحيحة والحديثة ذات الصلة. فعلى الرغم من الإمكانيات السياحية في لبنان، فإن المعلومات الأساسية عن السياحة ما زالت غير متوفرة او غير كافية. *تفعيل مصلحة الدراسات والتخطيط والأبحاث. *تسهيل وتبسيط وتسريع المعاملات الإدارية عن طريق إنشاء شبكات موحد في الوزارة.

✓ الترويج السياحي

لا يرقى الترويج السياحي في لبنان إلى مستوى الإمكانيات الحقيقية للسياحة في لبنان وهو لا يعكس الصورة الحقيقية للسياحة فيه، ولا تزال صورة لبنان في الخارج تعاني من التشويه بسبب الأحداث التي مرت بها البلاد، مما ينعكس سلباً على قدرة لبنان على استقطاب سياح جدد وخاصة من الدول الأجنبية.

- 1/ إنشاء مجلس الترويج لصورة لبنان في الخارج Promoting Lebanon Board ، وأحد أهم أهداف المجلس هو العمل على اعادة بناء صورة لبنان في الخارج. ففي ظل العولمة والتنافس العالمي تتسارع الدول على الترويج لهويتها من أجل إستقطاب الاستثمارات والسياح، إما تشكيل المجلس فيجب أن يتم بالتعاون مع القطاع الخاص على أن يرأسه وزير السياحة، ويقوم المجلس بوضع وتنفيذ المشاريع لتحسين صورة لبنان في الخارج والترويج لها.
- 2/ إنشاء محطات ومراكز إستقبال في المطار، وعلى الحدود البرية والبحرية وفي الاماكن الاثرية ومختلف المواقع السياحية.
- 3/ التعاقد مع شركات علاقات عامة متخصصة في الخارج للترويج والتسويق للسياحة في لبنان.
- 4/ المشاركة في المعارض الداخلية والخارجية عبر أجنحة لبنانية متطورة.
- 5/ إطلاق حملات إعلانية داخلية وخارجية تهدف إلى تسليط الضوء على المقومات السياحية اللبنانية.
- 6/ تحديد الشرائح السياحية المستهدفة وتعريف اتجاهاتها ورغباتها السياحية .وتصميم وتطوير برامج الترويج السياحي الملائمة لكل شريحة وفئة مستهدفة.
- 7/ تطوير قسم التسويق في الوزارة عبر تطوير ما يعرف ب: Marketing, Research & Development. مما من شأنه أن يعزز من مكانة لبنان التنافسية في القطاع السياحي.
- 8/ تطوير الموقع الالكتروني لوزارة السياحة عن طريق النظام التفاعلي Interactive.

✓ السياحة الداخلية والسياحة المستدامة

الواقع الحالي : بالرغم من الموارد السياحية الغنية في لبنان، ما زال النشاط السياحي محصوراً في مناطق محددة أبرزها العاصمة بيروت، ولم يتوسع هذا النشاط ليساهم في تنمية المناطق اللبنانية على مساحة الوطن وعلى مدار السنة.

* تطوير أنواع السياحات المنتجة

إن تطوير أنواع السياحات المنتجة سيساعد على جعل السياحة نشاطاً دائماً ممتداً على مدار السنة وفي كافة المناطق اللبنانية.

1/ السياحة الصحية: تحتل السياحة الصحية دوراً مهماً في الحركة السياحية في لبنان، فتعتبر مورداً مهماً وفعالاً في الاقتصاد الوطني بحيث تتوفر أهم المستشفيات والمراكز الطبية والتي تعتمد أحدث ما توصل اليه الطب، بالإضافة الى العوامل التقنية والتكنولوجيا المتطورة ودون أن ننسى الكوادر الطبية المشهود لها عالمياً بالكفاءة والمهارة والخبرة. كما تتوفر في لبنان أهم المنتجعات والمراكز الطبية المتخصصة بالعناية الصحية والتجميلية. لذلك سيتم العمل على تطوير هذا النوع من السياحة والترويج لها، حيث سيتم التنسيق مع وزارة الصحة لاقامة معارض صحية في لبنان ووضع استراتيجيات تهدف إلى ترويج لبنان كمركز متقدم للسياحة الصحية في الشرق الأوسط والعالم (Health Tourism Hub) والتوجه إلى توقيع بروتوكولات مع بلدان عربية لاستقطاب واستقبال المرضى بشكل منتظم.

2/ السياحة الدينية: يعد لبنان بلداً غنياً بالمعتقدات الايمانية حيث يشكل تجربة فريدة في العالم لجهة تنوع المعتقدات الدينية، وتعتبر السياحة الدينية من الانماط السياحية التي بدأت تتطور بشكل كبير، ويتوجه أنماط من السياح الى البحث عن أماكن تعبق بالايمان ويتمتع لبنان بغناه بالأماكن الدينية المسيحية والإسلامية ويظهر هذا الأمر بشكل جلي في المعالم الإسلامية والمسيحية القديمة من قانا الجليل إلى وادي قنوبين المقدس، وصولاً الى الجوامع والمساجد الموجودة في طرابلس، ولدينا مئات من الأديرة، التي يمكن أن تفتح أبوابها أمام الحجاج الدينيين، لذلك سيتم العمل على تطوير هذا النوع من السياحة حيث سيتم إستكمال العمل على مشروع « ليبانون روتس » الذي يتضمن 110 مراكز الاستقبال تشمل كل الاراضي اللبنانية وتتوزع على المؤسسات الدينية الإسلامية والمسيحية.

3/ السياحة البيئية الريفية: يفضل العديد من السياح ما يسمى بالسياحة البيئة والسياحة الريفية أي العودة الى كنف الطبيعة، والاهتمام بهذا النوع من السياحة ينعكس إيجاباً على البيئة بشكل

عام، وبالتالي سيتم العمل في المرحلة المقبلة على التعاون الوثيق مع وزارة البيئة لحماية المواقع الطبيعية والبيئية، كما سيتم العمل على ترويج هذا النوع من السياحة لما لها من منافع متعددة تستفيد منها المجتمعات المحلية في إطار السياحة البيئية والريفية.

4/ سياحة المغامرات: إن هذا النوع من السياحة يساهم في استقطاب السياح إلى المناطق الداخلية حتى في غياب مواسم التزلج والسباحة، إذ أن موسمي الخريف والربيع في لبنان مثاليين لممارسة انواع متعددة من النشاطات، مثل السير في الطبيعة، الدراجات، القفز بالمظلة، تسلق الصخور، استكشاف المغاور، وغيرها الكثير. لذلك ستعمل الوزارة على لقاء الضوء والترويج للأنشطة المماثلة، وتشجيع المجتمع المدني والبلديات على اقامة نواد تعنى بهذا النوع من النشاطات.

5/ سياحة التزلج: التزلج في لبنان ثروة قيمة يجب العمل على تطويرها وخاصة أنها تساهم في إنماء المناطق الجبلية، وبالتالي سنعمل على تحويل لبنان الى مركز تزلج عالمي عبر ربط كل مراكز التزلج بعضها ببعض كما العمل على مبادئ السلامة العامة والترويج لرياضة التزلج في المحافل الدولية.

6/ السياحة الثقافية: لا تزال السياحة الثقافية تحتل موقعا هاما، ويمتلك لبنان العديد من المواقع الاثرية والثقافية، وبالتالي ستولي الوزارة اهتماما خاصا لموضوع تأهيل المواقع الاثرية والتاريخية وتحسين شروط وظروف استثمارها وإنارتها ووضع إشارات في الخارج و إنشاء مكاتب للاستعلام السياحي، وتشمل تنمية السياحة الثقافية على سبيل المثال: الآثار. التراث العمراني. المتاحف. الحرف اليدوية والصناعات التقليدية.

7/ سياحة المؤتمرات والمعارض: إن تفعيل هذا النوع من السياحة سيساعد لبنان على تنشيط دوره كمركز للأعمال، وسنعمل بالتعاون مع وزارة الاقتصاد على إنشاء مركز للمؤتمرات والمعارض وفق المعايير الدولية.

8/ سياحة الموضة: لقد أصبح لبنان بلدا رائدا في الموضة وتصميم الازياء والمجوهرات، فحاز المصممون اللبنانيون على الشهرة العالمية ولمعت اسمائهم في مختلف العواصم العالمية، وبالتالي يجب الاستفادة من هذه العناصر لاستقطاب السائح الى لبنان بقصد التسوق والتعرف على ذوق وأناقة اللبنانيين، وستقوم وزارة السياحة بتنظيم مهرجان عالمي للموضة يساهم في لقاء الضوء على المهارات اللبنانية في هذا المجال.

9/ السياحة البحرية: على الرغم من أن لبنان يتمتع بميزة طبيعية متمثلة بشاطئه الفريد الممتد من أقصى الشمال إلى الجنوب، إلا أن هذا الشاطئ لم يعد يشكل عنصر جذب بسبب التغيرات على

الأماك البحرية والإهمال البيئي الكارثي، فالسباحة في البحر لم تعد من عناصر الجذب، من هنا يجب العمل سريعاً على انقاذ ما تبقى من مواقع صالحة للاستثمار وإطلاق حملة وطنية لتنظيف كامل الشاطئ اللبناني وتشجيع النشاطات البحرية من الغطس والمراكب الشراعية واليخوت وغيرها . كما تشجيع ما يسمى ال cruise tourism عبر إعادة استقطاب البواخر التي تنظم الرحلات البحرية في البحر الابيض المتوسط.

10/سياحة المطبخ اللبناني: باتت هوية المطبخ اللبناني عالمية وتستهوي العديد من السياح والمغتربين وبما أن سياحة المطبخ والتذوق هي جزء اساسي من زيارة أي سائح لبلد ما، بالإضافة إلى أن المطبخ اللبناني يعكس تراثاً عريقاً، سيتم التركيز على هذا الجانب للترويج للبنان بالإضافة إلى إقامة « أسابيع تذوق » تبرز تنوع وتميز المطبخ اللبناني.

11/سياحة التعليم: يتميز لبنان بنظام تعليمي متميز يتمثل بعدد كبير من الجامعات الخاصة الرائدة والمعاهد المتطورة، ولتشجيع هذا النوع من السياحة ستتعاون وزارة السياحة مع وزارة التربية لاعتماد وسائل ترويج مناسبة لاستقطاب طلاب جدد إلى لبنان.

خاتمة

إن السعي إلى خلق صناعة سياحية متطورة يتطلب تضافر الجهود كافة، بدءاً من إيجاد التشريعات الملائمة والتنسيق بين كافة الوزارات وصولاً إلى التعاون مع القطاع الخاص والاهم اعتماد إستراتيجية وطنية لمواجهة التحديات في الألفية الثالثة، إن برنامج العمل المقدم يعتبر برنامج أولي يهدف إلى تحديد النشاطات التي ستسعى الوزارة إلى تطبيقها على المدين القريب والمتوسط، وستعمل الوزارة على تحديث الخطة الشاملة لإنماء القطاع السياحي في لبنان الموضوعة من قبل منظمة السياحة العالمية وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي والحكومة الفرنسية والحكومة اللبنانية والذي أقره مجلس الوزراء اللبناني عام 1996 وعلى التنسيق بين الجهود كافة لزيادة الوعي الحكومي والوطني حول أهمية تطوير الصناعة السياحية في لبنان وجعلها صناعة تنافسية بامتياز .

قائمة المراجع

*المؤلفات

- ^{1/} السعيد، عصام حسن.(2008). الدلالة والإرشاد السياحي. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.
- ^{2/} عبوي، زيد منير.(2007). السياحة في الوطن العربي دراسة لأهم المواقع السياحية العربية. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.

³ / عدنان، موفق.(2010). أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة. عمان: الوراق للنشر و التوزيع.

4 / البلتاجي، محمود.(2009). أهمية السياحة والتنمية السياحية وارتباطها بالتنمية الاقتصادية الشاملة. القاهرة: دار المعرفة.

*المقالات

¹ / بومعراف، الياس، عماري، عمار.(2009). من أجل تنمية صحية مستدامة في الجزائر. مجلة الباحث جامعة ورقلة.(العدد 07).

² / طالب، محمد، ساحل، محمد.(2008). أهمية الطاقة المتجددة في حماية البيئة لأجل التنمية المستدامة. مجلة الباحث جامعة ورقلة.(العدد 08).

*المؤتمرات والندوات

1/ رابيس، مبروك، دردوري، لحسن، خاطر، طارق.(يومي 09-10 مارس 2010). دور السياحة البيئية في السياحة المستدامة، جامعة بسكرة: ورقة بحثية في الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة.

2/ عبود، فادي.(برنامج عمل 2010-2014). نحو صناعة سياحية متطورة مستدامة مسؤولة وتنافسية، لبنان: وزارة السياحة اللبنانية.

*مواقع الانترنت

¹ / جوزيف شليطا(2017)، مرتكزات صناعة السياحة بين الازدهار والتعثر مقارنة اقتصادية اجتماعية (لبنان نموذجا)، <http://nna-leb.gov.lb>، زيارة الموقع 2017/01/23 ؛

² وزارة السياحة اللبنانية (2017)، <http://mot.gov.lb/ar> ، زيارة الموقع 2017/01/18 ؛

3/ وزارة السياحة اللبنانية (2017)، <http://mot.gov.lb/ar> ، زيارة الموقع 2017/01/30 ؛

4/ كلود عطية(2017)، دور مؤسسات المجتمع المدني في التنمية السياحية اللبنانية-فكر، <http://www.tahawolat.net/>، زيارة الموقع يوم 2017/02/02 ؛

5/ وزارة السياحة اللبنانية(2017)، <http://mot.gov.lb/ar> ، تمت زيارة الموقع يوم 2017/02/05

قائمة الجداول

*جدول رقم(01): يوضح حركة السياحة اللبنانية 2011-2016 ؛

*جدول رقم (02): يوضح أعداد الزوار (بالآلاف) بحسب بعض المواقع (2013-2016) ؛