الحكومة الليبية المؤقتة
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة سرت

كلية الاقتصاد

مكتب الدراسات العليا

قسم الاقتصاد

تقييم واقع قطاع السياحة وإستشراف أفاق تطويره في الأقتصاد الليبي

إعداد الطالبة

فاطمة على ضو لبز

رقم القيد :(075109**)**

بكالوريوس اقتصاد – قسم الاقتصاد

جامعة سرت – 2006 م

إشراف

أ. د. محمد سالم كعيبه

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول

على الإجازة العالية (الماجستير) في الاقتصاد

العام الجامعي 2012 / 2013م

Temporary Government of Libya

Ministry of Higher Education and Scientific Research

of

يَرْفَعِ ٱللَّهُ ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ مِنكُمْ وَٱلَّذِينَ
أُوتُوا۟ ٱلْعِلْمَ دَرَجَٰتٍ ۚ وَٱللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

سورة المجادلة

University
Sirte
Faculty of
Economics

Department of Economics

Evaluation of the State of the Tourism Sector and its Future Development Prospects in the Libya Economy

Prepared by

FATEMA ALI DAW LABAZ

Student No: (075109)

Supervisor

Prof. MOHAMED SALEM KEIBAH

A Thesis Submitted as a Partial Fulfilment of the Requirements for Master's Degree in Economics

2013 / 2012

الآية (11)

سُورَةُ طٰهٰ

الآية (111)

﴿ وَقُل رَّبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾

الإهـــــداء

إلى من قال فيهما رب العزة (وَقَضَى رَبُّكَ أَلاَّ تَعْبُدُواْ إِلاَّ إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا) والدي أمدهما الله بطول العمر ووافر الصحة .

إلى إخوتي ... وفقهم الله ورعاهم

إلى ابنتي راسيل...قرة عيني
إلى زوجي المهدي اطبيقة
إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع تقديراً واعترافاً بفضلهم

الشكر والتقدير

الحمد الله الذي له الفضل في الأولى والآخرة، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى اله وصحبه وسلم وبعد ،،،،،
يسعدني في هذا المقام أن أتقدم بكل وفاء باسم آيات التقدير والعرفان لكل من :
أ. د. محمد سالم كعيبه الذي تفضل مشكوراً بالأشراف على هذه الرسالة ولجنة المناقشة : أ. د.يوسف عبدالله نجي و- د .محمد عامر الحمادي .كما أتقدم بالشكر لأساتذة قسم الاقتصاد بالدراسات العليا .
ويطيب لي أيضا أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير لوالدي وإخوتي وأخواتي لما قدموا لي من توجيهات سديدة ومتابعة مستمرة خلال مراحل إعداد هذه الرسالة .

وأخيراً .... اللهم إني أشهدك أني قد بذلت ما يسرت لي من جهد فأن كنت قد وفقت فمن عندك وأن كنت أخطأت أو قصرت فمن نفسي ومن الشيطان.
اللهم أجعل عملي هذا مقبولاً ...

وآخر دعونا أن الحمد الله رب العالمين

فهرس المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
الآية القرآنية	أ
الإهداء	ب
الشكر والتقدير	ج
فهرس المحتويات	د
فهرس الجداول	و
فهرس الأشكال	ز
ملخص البحث	ح

الفصل الأول
مدخل عام

(1-1) مقدمة	2
(1-2) المشكلة البحثية	2
(1-3) هدف البحث	3
(1-4) فرضيات البحث	4
(1-5) أهمية البحث	5
(1-6) منهجية البحث	5
(1-7) مصادر البيانات والمعلومات	6
(1-8) تقسيمات البحث	7

الفصل الثاني
مراجعة الأدبيات الاقتصادية ذات العلاقة بموضوع البحث

(2-1) مقدمة	9

(2-2) تعريف السياحة	9
(3-2) الطلب السياحي	10
(4-2) العرض السياحي	13
(5-2) المقومات الأساسية للسياحة	16
(6-2) الآثار الاقتصادية للسياحة	17
(7-2)عرض لبعض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع السياحة في ليبيا	18
(8-2) خلاصة	22

الفصل الثالث
واقع قطاع السياحة في ليبيا

(1-3) مقدمة	24
(2-3) الإطار العام لرؤية تطوير قطاع السياحة	24
(3-3) نبده عن المعالم السياحية في ليبيا	26
(4-3) تطور أعداد السواح والزوار الأجانب والوطنيين	28
(5-3) واقع المرافق السياحية الخدمية	30
(6-3) وضع الاستخدام وتنمية العناصر البشرية	32
(7-3) المؤشرات السلبية والايجابية لأداء قطاع السياحة	34

الفصل الرابع
نتائج الدراسة الميدانية

(1-4) مقدمة	37
(2-4) التعريف بالدراسة الميدانية	37
(1-2-4) هدف الدراسة الميدانية	37
(2-2-4) منهجية الدراسة الميدانية	37
(3-4) الخصائص العامة لعينة الدراسة	39
(4-4) تقييم الخدمات التي يقدمها قطاع السياحة	50
(5-4) اختبار صحة فرضيات البحث	56
(6-4) استشراف أفاق تطوير قطاع السياحة	58
(7-4) خلاصة	62

الفصل الخامس
الخاتمة

(1-5) مقدمة	64
(2-5) النتائج	64

(3-5) التوصيات	65
قائمة المراجع	68
الملاحق	72
ملحق رقم (1) استمارة الاستبيان	
ملحق رقم (2) القوانين والقرارات ذات العلاقة بقطاع السياحة	
ملحق رقم (3) ملخص البحث باللغة الانجليزية	

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
(1-3)	مخصصات ومصروفات قطاع السياحة في ليبيا خلال الفترة (2000-2008)	26
(2-3)	أعداد السواح والزوار الأجانب خلال الفترة (1970-1979)	29
(3-3)	أعداد السواح والزوار الأجانب والوطنيين خلال الفترة (1995-2008)	29
(4-3)	إيرادات قطاع السياحة في ليبيا خلال الفترة (1995-2008)	30
(5-3)	أعداد الفنادق في ليبيا خلال الفترة (1995-2008)	31
(6-3)	**أعداد الشركات والتشاركيات والمكاتب السياحية في ليبيا خلال الفترة (2005-2008)**	31
(7-3)	أعداد المستخدمين بقطاع السياحة في ليبيا خلال الفترة (2006-2008)	32
(8-3)	أماكن المعاهد المتوسطة والعليا المتخصصة في مجال المهن الفندقية	33
(9-3)	أعداد خريجي بعض المعاهد العليا المتخصصة في مجال المهن الفندقية	33
(1-4)	توزيع العينة حسب الجنس	39
(2-4)	توزيع العينة حسب الجنسية	40
(3-4)	توزيع العينة حسب الوضع الاجتماعي	41
(4-4)	توزيع العينة حسب العمر	42
(5-4)	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	43
(6-4)	توزيع العينة حسب جهة العمل	44
(7-4)	توزيع العينة حسب الدخل الشهري	45
(8-4)	توزيع العينة حسب الوظيفة	46
(9-4)	توزيع العينة حسب مكان الإقامة	47
(10-4)	توزيع العينة حسب الأماكن الأثرية والمتاحف التي تم زيارتها	48
(11-4)	توزيع العينة حسب الفنادق التي تم السكن بها	49
(12-4)	المتوسط الحسابي ومستوى الرضا	50

(13-4)	التكرارات والمتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن الأماكن الأثرية	51
(14-4)	التكرارات والمتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن الفنادق	53
(15-4)	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري وقيمة t المحسوبة لتقييم الأماكن الأثرية ومستوى خدماتها	57
(16-4)	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري وقيمة t المحسوبة لتقييم الفنادق السياحية ومستوى خدماتها	58
(17-4)	العناصر المطلوب الاهتمام بها في قطاع السياحة خلال المرحلة القادمة	59

فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
(1-4)	توزيع العينة حسب الجنس	39
(2-4)	توزيع العينة حسب الجنسية	40
(3-4)	توزيع العينة حسب الوضع الاجتماعي	41
(4-4)	توزيع العينة حسب العمر	42
(5-4)	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	43
(6-4)	توزيع العينة حسب جهة العمل	44
(7-4)	توزيع العينة حسب الدخل الشهري	45
(8-4)	توزيع العينة حسب الوظيفة	46
(9-4)	توزيع العينة حسب مكان الإقامة	47

مستخلص البحث

أن قطاع السياحة يعتبر من القطاعات الاقتصادية المهمة خصوصاً في الدول التي تتمتع بمعالم سياحية جذابه حيث يساهم هذا القطاع في تنويع مصادر الدخل القومي وزيادة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير فرص عمل لمخرجات النظام التعليمي والتدريبي سواء المتخصصة في مجال المهن السياحية والفندقية أو غيرها. وانطلاقاً من أهمية هذا الموضوع فأن هذا البحث يهدف إلى تقييم واقع قطاع السياحة في ليبيا من واقع البيانات والمعلومات الرسمية المتاحة من جهة ومن واقع دراسة ميدانية اعتمدت على تقييم الإفراد زائري ومستخدمي خدمات قطاع السياحة للأماكن الأثرية والمتاحف والفنادق السياحية من جهة أخرى، وبالإضافة إلى ذلك فأن هذا البحث يهدف إلى استشراف أفاق تطوير قطاع السياحة في الاقتصاد الليبي .

وفى جانب الدراسة الميدانية تم اختيار عينة عشوائية بلغت (384) فرد من مجتمع الدراسة والمتمثل في السواح زائري مستخدمي الخدمات السياحية من الأجانب والوطنيين ، وحتى يتم تحقيق هدف الدراسة الميدانية تم تصميم استمارة استبيان احتوت على أربعة أجزاء ، الجزء الأول احتوى على أسئلة بخصوص الخصائص العامة لعينة الدراسة والجزء الثاني احتوى على أسئلة بخصوص تقييم الأماكن الأثرية والمتاحف والجزء الثالث احتوى على أسئلة بخصوص تقييم الفنادق السياحية. أما الجزء الرابع فقد احتوى على أسئلة بخصوص أخذ رأي عينة الدراسة فيما يتعلق باستشراف أفاق تطوير قطاع السياحة في الاقتصاد الليبي ، ولتقييم واقع قطاع السياحة تم احتساب المتوسط الحسابي لكل عنصر من عناصر الرضا التي تعكسها أسئلة الجزئين الثاني والثالث من استمارة الاستبيان وكذلك تم احتساب متوسط الرضا العام لعناصر الرضا مجتمعة وذلك باستخدام مقياس ليكرت الخماسي ، ولقد تم إخضاع النتائج التي تم التوصل إليها عن طريق استخدام مقياس ليكرت الخماسي لاختبار توزيع (z) ومن أهم النتائج التي توصل إليها البحث مايلي :

أولاً: أن تقييم واقع قطاع السياحة من خلال البيانات والمعلومات الرسمية المتاحة أوضحت أن التطورات التي شهدها قطاع السياحة منذ بداية هذا القرن كان لها بعض الأثر في تحسين وضع السياحة في ليبيا .

ثانياً: أن نتائج الدراسة الميدانية بينت أن أفراد العينة راضيين إلى حد ما عن الخدمات السياحية في الأماكن الأثرية والمتاحف والفنادق .

ثالثاً: أن نسبة الرضا كانت مساوياً إلى (63%) بالنسبة للاماكن الأثرية والمتاحف وكانت مساوياً إلى (67%) بالنسبة إلى الفنادق السياحية ، وهذه النتائج تعني أنه مطلوب بدل مزيد من الاهتمام خلال المرحلة القادمة .

ومن أهم التوصيات التي توصل إليها البحث ما يلي :

أولاً: أن متطلبات نجاح قطاع السياحة خلال المرحلة القادمة تتمثل بصفة عامة في الحاجة إلى نظام إداري مؤسسي مستقر ومراجعة للتشريعات المنظمة لشؤون السياحة وتلك ذات العلاقة بالسياحة ووضع خطة تنمية اقتصادية لقطاع السياحة ومراجعة المخطط العام للتنمية السياحية (2009-2025) بصورة دورية وضرورة وجود قاعدة بيانات والاهتمام بالقطاع الخاص وتشجيعه ليساهم بفاعلية في حركة النشاط الاقتصادي .

ثانياً: تخصيص مبالغ مالية كافية لإنفاقها على متطلبات قطاع السياحة حتى يمكن تفعيل الدور المطلوب منه .

ثالثاً: الاهتمام بالمعالم السياحية من حيث صيانة وترميم وحماية المواقع الأثرية والمدن القديمة وحماية وتنمية وتطوير مواقع الجذب السياحي والاهتمام بالمرافق السياحية والبنية التحتية ذات العلاقة بقطاع السياحة .

رابعاً: توجيه مزيداً من الاهتمام بخصوص تنمية العنصر البشري المتوافق مع الثقافة السياحية .

خامساً: تخصيص مساحات واسعة في الإعلام للتعريف بالسياحة وبيان أهميتها للاقتصاد الوطني.

الفصل الأول
مدخل عام

(1-1) مقدمة :

يعتبر قطاع السياحة بصفة عامة من القطاعات المهمة التي توليها مختلف الدول اهتماماً بالغاً وعناية متزايدة باعتباره أحد الأنشطة الاقتصادية التي تدر دخلاً لأي اقتصاد به مقومات السياحة ويساهم

بالتالي في تنويع مصادر الدخل القومي ولتحقيق هذا الهدف فأن الدول تتنافس فيما بينها لتقديم أفضل العروض وإظهار ما لديها من إمكانيات ومقومات سياحية للجدب السياحي .
ولقد أحتل موضوع السياحة سواء من جانب الطلب أو من جانب العرض أهمية كبيرة في الأدبيات الاقتصادية المعاصرة ، وتنطلق هذه الأهمية من الدور الفعال والايجابي لهذه الخدمات السياحية المقدمة للأفراد زائري ومستخدمي الأماكن السياحية .
وفي الواقع فأن الطلب على خدمات قطاع السياحة يرتبط بمستوى جودة هذه الخدمات وبالتالي فأن السوق السياحي يتطلب توفير خدمات تقدم مستوى متميز حتى يمكن للقطاع السياحي أن يقوم بالدور المطلوب منه على الوجه الأكمل .
وعليه فأنه يتعين الاهتمام بمختلف المرافق السياحية وتبني الأساليب والوسائل التسويقية التي تؤدي إلي زيادة مستوى أداء الخدمات السياحية وتدريب وصقل العاملين بقطاع السياحة بغرض إكسابهم مهارات والتعامل الجيد مع الإفراد زائري ومستخدمي الأماكن السياحية .
ونظراً لأهمية قطاع السياحة فأن هذا البحث يأتي استجابة للحاجة إلى دراسات علمية وذلك بغرض تقييم واقع قطاع السياحة واستشراف أفاق تطويره في الاقتصاد الليبي وذلك من واقع دراسة ميدانية.

(1-2) المشكلة البحثية :

لقد أشارت العديد من التقارير والدراسات التي أجريت على قطاع السياحة في ليبيا إلى إن أداء هذا القطاع في القرن الماضي كان متواضعاً وأن هذا القطاع في حاجة إلى مزيداً من الاهتمام. (1)

---

(1) – انظر:
- الهادي مصطفى الجرو , مستقبل صناعة السياحة في ليبيا في ضوالتحولات الاقتصادية الراهنة , رسالة ماجستير غير منشورة في الاقتصاد, أكاديمية الدراسات العليا , طرابلس , 2000 , ص22 .
- الصادق احمد القلفاط , أهمية السياحة وأثرها في تنويع مصادر الدخل في ليبيا , رسالة ماجستير غير منشورة في الاقتصاد, أكاديمية الدراسات العليا , طرابلس , 2000 , ص33 .
- هدى عبدالله المقيرحى , العوامل المحددة للطلب على السياحة , رسالة ماجستير غير منشورة في الاقتصاد , جامعة قاريونس , بنغازي , 2003 . ص23 .
- عيسى حمد الفارسى , القطاع السياحى والتنمية الاقتصادية في ليبيا , مجلة البحوث الاقتصادية , مركز بحوث العلوم الاقتصادية , العدد 2 , بنغازي , 2003 . ص54 .

ومن أجل تحسين وضع قطاع السياحة فأنه مع بداية القرن الحالي حظى هذا القطاع ببعض الاهتمام حيث تم تأسيس كيان مؤسسي ليقوم بالإشراف على قطاع السياحة وتم إعداد مخطط عام للتنمية السياحية تضمن مسح شامل لجميع مناطق البلاد وحصر خصائص كل منطقة من مناطق الجذب السياحي التي يمكن استغلالها لتقديم منتوج سياحي متميز وبناء صناعة سياحية مزدهرة في البلاد وفضلا عن ذلك صدرت بعض التشريعات ذات العلاقة بهذا القطاع والمشجعة على الاستثمار فيه ، وتم تخصيص وصرف ملايين الدينارات.

وتشير البيانات المتاحة من واقع تقارير المتابعة الصادرة عن وزارة التخطيط بأنه خلال الفترة (2000-2008) قد تم تخصيص مبلغ (186.6) مليون دينار وأن ما تم صرفه على قطاع السياحة قد بلغ (134.4) مليون دينار ونسبة صرف بلغت (72.0%) .
وأخذاً في الاعتبار الاهتمام الذي حظي به قطاع السياحة في السنوات الأخيرة وأن ليبيا بحكم موقعها الجغرافي الواقع في شمال أفريقيا وقربها من القارة الأوروبية وتوفر بها المناطق الأثرية التي تعود إلى الحضارات القديمة وما تتمتع مناطقها الساحلية والجبلية والصحراوية من طبيعة رائعة ، وفي ظل البيئة التنافسية التي يشهدها قطاع السياحة الليبي مع غيره من قطاعات السياحة في الدول الأخرى خاصة الدول العربية المجاورة لليبيا أصبح من الضروري استطلاع رأي الأفراد زائري ومستخدمي الأماكن السياحية وتقييمهم لهذه الأماكن السياحية ومستوى الخدمات المقدمة من قبلها.

أن المشكلة التي يتناولها هذا البحث من الممكن التعبير عليها في السؤال التالي :
ما هو تقييم الأفراد زائري ومستخدمي المواقع السياحية لهذه المواقع ومستوى خدماتها ؟

(1-3) هدف البحث :

أن هذا البحث يهدف إلى :

1- التعرف على واقع قطاع السياحة في ليبيا .

2- التعرف على تقييم الإفراد زائري ومستخدمي المواقع السياحية لهذه المواقع ومستوى خدماتها وبالتحديد الأماكن الأثرية والمتاحف والفنادق السياحية .
3- استشراف أفاق تطوير قطاع السياحة في ليبيا .

(1-4) فرضيات البحث :

يستهدف هذا البحث اختبار الفرضيات التالية :

الفرضية الأولى :

فرض العدم: أن الأفراد زائري ومستخدمي المرافق السياحية غير راضيين عن الأماكن الأثرية ومستوى خدماتها.

الفرض البديل: أن الأفراد زائري ومستخدمي المرافق السياحية راضيين عن الأماكن الأثرية ومستوى خدماتها.

الفرضية الثانية :

فرض العدم: أن الأفراد زائري ومستخدمي المرافق السياحية غير راضيين عن الفنادق السياحية ومستوى خدماتها.

الفرض البديل: أن الأفراد زائري ومستخدمي المرافق السياحية راضيين عن الفنادق السياحية ومستوى خدماتها.

(1-5) أهمية البحث :

يكتسب هذا البحث أهميته من أهمية الموضوع الذي يعالجه وذلك نظراً لما يلعبه قطاع السياحة من دور مهم في الاقتصاد الوطني، أن أهمية القيام بهذا البحث تكمن في الأتي :

أولاً : يعتبر هذا البحث محاولة لتسليط الضوء على تقييم الأفراد زائري ومستخدمي الخدمات التي يقدمها قطاع السياحة.

ثانياً : سد جزء من النقص في الدراسات والبحوث التطبيقية حول موضوع تقييم واقع قطاع السياحة وبالتالي المساهمة في نشر الوعي بأهمية هذا الموضوع الذي قد يفتح أفاقاً جديدة للبحث والدراسة في هذا المجال.

ثالثاً : أن هذا البحث سيكون ذا فائدة للباحثين والمهتمين بواقع خدمات قطاع السياحة في الاقتصاد الليبي .

رابعاً : أن هذا البحث سيوفر قاعدة معلومات عن تقييم الأفراد من الزوار والمستخدمين للخدمات التي يقدمها قطاع السياحة مما قد يساعد صانع القرار في قطاع السياحة على تحسين جودة ما يقدمه هذا القطاع من خدمات .

أن هذه العوامل التي تبرز أهمية هذا البحث كانت الدافع الرئيسي وراء اختبار دراسة موضوع تقييم واقع قطاع السياحة واستشراف أفاق تطويره في الاقتصاد الليبي .

(1-6) منهجية البحث :

منهج البحث عبارة عن طريقة معينة تتبع لدراسة مشكلة بحثية معينة بغرض تحقيق اهداف البحث ، وتشير أدبيات مناهج البحث إلى تعدد تقسيمات مناهج البحث التي يمكن أستخدمها في البحث العلمي ، وأن هذه المناهج متداخلة وأنه بالإمكان استخدام أكثر من منهج واحد عند دراسة موضوع معين وهو ما يعتمد على طبيعة المشكلة المطروحة للدراسة ونوع البيانات المطلوبة .

وقد تم في هذا البحث استخدام المنهج الوصفي التحليلي مقرون ببعض التطبيقات الإحصائية للتعرف على تقييم واقع قطاع السياحة ، ويعتبر هذا المنهج من أكثر المناهج المستخدمة في هذا النوع من الدراسات .

أن الخطوات الإجرائية التي أتبعت لتطبيق منهج البحث بغرض تحقيق أهداف البحث اعتمدت على جانبيين أحدهما نظري و الأخر تطبيقي وذلك كما هو موضح فيما يلي :

أولاً : الإطار النظري للبحث :

يتضمن هذا الجزء من البحث مراجعة الأدب الاقتصادي ذي العلاقة بموضوع البحث وذلك فيما يتعلق بموضوع اقتصاديات السياحة من حيث مراجعة مفاهيم الطلب والعرض السياحي والمقومات الأساسية للسياحة والآثار الاقتصادية للسياحة والتطرق إلى بعض الدراسات السابقة التي تناولت دراسة قطاع السياحة في ليبيا .
بالإضافة إلى ذلك فأن هذا الجزء تضمن عرضاً للتطورات التي شهدها قطاع السياحة في الاقتصاد الليبي .

ثانياً : الإطار التطبيقي للبحث :

يتضمن هذا الجانب من البحث إجراء دراسة ميدانية بشأن تقييم الخدمات السياحية ، وقد اتبعت في هذا الخصوص الخطوات التالية :

1- تم جمع البيانات المطلوبة لتحقيق أهداف الدراسة عن طريقة تصميم استمارة استبيان أخذت في اعتبارها العوامل التي يستخدمها المترددين على المرافق السياحية في تقييمهم لهذه المرافق، وقد تم تصميم استمارة الاستبيان بحيث قسمت إلى أربعة أجزاء، احتوى الجزء الأول على أسئلة بخصوص الخصائص العامة لعينة الدراسة، واحتوى الجزء الثاني على أسئلة بخصوص الأماكن الأثرية والمتاحف واحتوى الجزء الثالث على أسئلة بخصوص الفنادق وأخيراً احتوى الجزء الرابع على أسئلة بخصوص استشراف الأفاق المستقبلية لقطاع السياحة .
2- تم توزيع استمارة الاستبيان بطريقة عشوائية على عينة من المترددين على المرافق السياحية من الليبيين وغير الليبيين ، دون التقيد بمنطقة جغرافية معينة وقد تم تحديد حجم العينة بالرجوع إلى الجداول الإحصائية المختصة .
3- تم تحليل نتائج الدراسة الميدانية عن طريقة استخدام بعض الأساليب الإحصائية التي تستخدم في تحليل البيانات المجمعة عن طريق استمارة الاستبيان .

وتجدر الإشارة إلى أن قد تم تقييم قطاع السياحة في ليبيا عن طريقة استخدام مقياس ليكرت المكون من خمس نقاط من خلال الإجابة على مجموعة من العبارات بحيث تراوح نقاط الإجابة ما بين رقم (1) ويعبر عن عدم الموافق المطلقة ورقم (5) يعبر عن الموافقة التامة في حين يعبر الرقم (3) عن حيادية المقياس وتم حساب مقياس التقييم عن طريق جمع متوسطات درجات إجابات المترددين على المرافق السياحية على كافة العبارات وقسمته على عدد العبارات للوصول إلى المتوسط العام لدرجات الإجابة وتم استخدام اختبار (z) لاختبار مدى صحة فرضيات البحث .

(1-7) مصادر البيانات والمعلومات :

تنقسم مصادر البيانات والمعلومات في هذا البحث إلى مصادر ثانوية ومصادر أولية وذلك كما هو موضح فيما يلي :

أولاً: المصادر الثانوية :

أن هذا النوع من المصادر يرتبط بموضوع استقراء الأدب الاقتصادي ذي العلاقة بموضوع اقتصاديات السياحة وموضوع تقييم واقع قطاع السياحة في الاقتصاد الليبي . وفى هذا الخصوص اعتمد البحث على الكتب والدوريات والبحوث والدراسات التي تناولت موضوع اقتصاديات السياحة.

ثانياً : المصادر الأولية :

أن هذا النوع من المصادر يرتبط بالبيانات والمعلومات التي تم تجميعها عن طريق استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على المترددين على المرافق السياحية.

(1-8) تقسيمات البحث :

لقد تم تقسيم هذا البحث إلى خمسة فصول ، تضمن الفصل الأول تقديم عام للبحث حيث تم فيه استعراض المشكلة البحثية وهدف البحث وفرضيات وأهمية ومنهجية البحث ومصادر البيانات والمعلومات ، وتم في الفصل الثاني مراجعة الأدب الاقتصادي ذي العلاقة بموضوع البحث وتناول الفصل الثالث واقع قطاع السياحة في ليبيا ، والتطورات التي شهدها القطاع في السنوات الأخيرة ، وتناول الفصل الرابع نتائج الدراسة الميدانية بينما الفصل الخامس خصص لخاتمة البحث .

الفصل الثاني
مراجعة الأدبيات الاقتصادية ذات العلاقة بموضوع البحث

(1-2) مقدمة :

في إطار تكوين خلفية تفيد في تقييم واقع قطاع السياحة في ليبيا واستشراف أفاق تطويره وذلك حتى يمكننا الوصول إلى نتائج تخدم أهداف البحث فأنه من المهم معرفة ما هو المقصود بنشاط السياحة وما هو مفهوم الطلب والعرض السياحي وما هي المقومات الأساسية والآثار الاقتصادية لنشاط السياحة ، أن هذا الفصل يتناول الإجابة على هذه التساؤلات ، بالإضافة إلى ذلك فأنه في هذا الفصل سيتم استعراض ومراجعة بعض الدراسات التي تناولت موضوع السياحة في ليبيا .

(2-2) تعريف السياحة :

تشير أدبيات اقتصاديات السياحة إلى أن هناك العديد من التعريفات للسياحة ومن أهم هذه التعريفات ما يلي:

1- السياحة هي النشاط الذي يقوم به شخص ما خارج بيئته المعتادة لمدة لا تقل عن ليلة واحدة في السياحة المحلية ولا تزيد عن عام في السياحة الدولية دون أن يكون غرضه من السفر تحقيق كسب مادي معين . (1)

2- السياحة هي نشاط الأشخاص الذين يسافرون إلى أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة ويقيمون هناك لمدة لا تزيد عن السنة الواحدة وذلك طلباً للراحة أو الأغراض الأخرى .(2)

3- السياحة هي عملية انتقال يقوم بها عدد كبير من سكان الدول المختلفة فيتركون محل إقامتهم الدائمة منطلقين إلى أماكن أخرى داخل حدود بلادهم (سياحة داخلية) أو إلى بلد أخرى (سياحة خارجية) . (3)

4- السياحة هي الظاهرة التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة .(4)

---

(1)- د. حسين الشيخ , د. محمد عبد الفتاح, الإرشاد السياحي بين النظرية والتطبيق, دار المعرف الجامعية , مصر,2002 , ص16.

(2)- د. محمود الديماس , واخرون , تخطيط البرامج السياحية , دارالمسيرة للنشر والتوزيع , عمان ,2002 , ص14.

(3)- د. نعيم الطاهر , د.سراب الياس , مبادئ السياحة , دار المسيرة للنشر والتوزيع , عمان , 2007 , ص26 .
(4)- روبرت ماكنتوش , واخرون , اقتصاديات السياحة , ترجمة :عطية محمد شحاتة ، المجلس الاعلى للثقافة , القاهرة ,2002, ص33-34.

5- السياحة هي عبارة عن لفظ ينصرف إلى أسفار المتعة وهي مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الإسفار.
6- السياحة هي عملية انتقال الأشخاص إلى بلد غير بلدهم وإقامتهم فيها لمدة لا تقل عن يوم بأي قصد عدا قصد العمل . (1)

ومن خلال دراسة التعريفات السابقة يمكن الإشارة إلى النقاط التالية :
أولاً : إن السياحة تنقسم إلى سياحة محلية وسياحة خارجية ، السياحة المحلية تتعلق بالأنتقال من منطقة إلى أخرى داخل حدود الدولة ،أما السياحة الخارجية تتعلق بالأنتقال إلى دول أخرى والبقاء فيها لغرض السياحة .
ثانياً : أن المدة التي يستغرقها الأنتقال من مكان إلى أخر والبقاء لغرض السياحة يتوقف على عدة عوامل من أهمها: (2)

- الإمكانيات المادية للسائح وقدرته على تحمل أعباء الإنفاق على السياحة .
- وقت الفراغ الكافي للانتقال من مكان إلى أخر .
- مدى تأثير المغريات السياحية في المكان المضيف .
- مدى قوة نجاح الإعلان والترويج السياحي .
- الأمن والسلام في المكان المنتقل إليه .

ثالثاً : أن الانتقال من مكان إلى أخر محلياً أو خارجياً مرتبط بزيارة لغرض سياحي مثل زيارة الأماكن السياحية أو الدينية أو المدن الأثرية . (3)

(3-2) الطلب السياحي :

ـ تعريف الطلب السياحي :

يعرف الطلب بصفة عامة على أنه الكمية التي ترغب مجموعة معينة من المستهلكين شراؤها من سلعة معينة بسعر معين وذلك بافتراض بقاء العوامل الأخرى المؤثرة على الطلب على حالها ، غير أن تعريف الطلب في موضوع السياحة أكثر تعقيداً فالعوامل المركبة والتي تؤثر على السائح في السفر إلى منطقة ما هي مختلفة ومتباينة إلى درجة تجعل الطلب السياحي يبدو مختلفاً .

---

(1)- ماهر عبدا لعزيز توفيق , صناعة السياحة , دار الزاهران , عمان ,1996 , ص22-24.
(2)- نعيم الطاهر ,سراب الياس , مبادئ السياحة , مرجع سبق ذكره , ص26.
(3)-عيسى حمد الفارسي , القطاع السياحي والتنمية الاقتصادية في ليبيا , مرجع سبق ذكره , ص14 .
ويمكن تعريف الطلب على السياحة على أنه علاقة ما بين عدد الزوار لبلد معين والدخل المخصص للإنفاق على السياحة من قبلهم ويجب أن نشير هنا إلى أن المستوى العام للأسعار في البلد المستقبلة للسائحين تعتبر من العوامل الأخرى المؤثرة على الطلب السياحي .

ـ خصائص الطلب السياحي :

أن الطلب السياحي يتميز بعدة خصائص من أهمها ما يلي :

1- أن الطلب السياحي يتميز بالمرونة بمعنى أن درجة استجابته للتغيرات في الظروف الاقتصادية السائدة في السوق ولمدى التغير الطارئ على التراكيب السعرية للخدمات السياحية في الدول المستقبلة للسائحين تكون عالية .
والطلب السياحي ينشأ وتتسع قاعدته في الدول والمناطق المصدرة للسياحة التي تسود فيها ظروف اقتصادية مواتية ،أي بمعنى أن الدخول العائلية يجب أن تكون عالية بحيث يبقى هامش واسع للشخص أو العائلة من فائض الدخل يستطيع أن يوجهه للسفر والسياحة ولمختلف أنشطة وأوقات

الفراغ فضلاً عن توفير معدلات عالية لمدة الإجازات ، ونظراً لان الإنفاق السياحي يمثل بنداً من بنود ميزانية الشخص أو ميزانية العائلة والذي يتنافس مع البنود الأخرى للإنفاق مثل شراء سيارة جديدة أو شراء تجهيزات منزلية، فأن السمة المميزة لهذا الطلب السياحي هو أن يكون مرناً بالنسبة إلى التكلفة من الناحية الأخرى .

ويجب أن نشير هنا إلى أن السعر ليس هو العامل الوحيد المؤثر على الطلب ولا يعنى أن أكثر الدول جذباً للطلب السياحي هي الدول الرخيصة بل أن هناك جملة من العوامل التي يجب أخذها في الاعتبار مثل المستوى العام للأسعار والدخل المتاح للإنفاق على السياحة .

2- أن الطلب السياحي يتميز بالحساسية وهي مدى استجابة الطلب للظروف الاجتماعية والسياسية فالدول التي يوجد بها عدم استقرار سياسي أو اقتصادي يصعب أن يكون بلداً سياحياً مهما تتمتع من مغريات سياحية وخدمات وتسهيلات ومهما اتصفت أسعار خدماتها السياحية بالرخص، ومن الطبيعي أن وجود المناخ السياسي والاقتصادي المستقر هو أساس من أسس زيادة الطلب السياحي حيث وجود علاقات سياسية وتجارية ممتازة ما بين الدول المستقبلة للسائحين والدول المصدرة للسائحين هو عامل مساعد ومهم من عوامل زيادة الطلب السياحي . (1)

---

(1)- فتحي محمد الشرقاوي وآخرون , مبادئ السياحة , الدار الجامعية للنشر , الإسكندرية ,2000 , ص 46 .

3- أن الطلب السياحي يتميز بالتوسع وهذا يعنى أن إجمالي حركة السياحة الدولية تأخذ بصفة عامة اتجاه متزايداً، ومن أهم أسباب التوسع في الطلب على السياحة ما يلي: (1)

- التقدم العلمي والتكنولوجي الذي انعكس على تقدم وتطور وسائل النقل الجوي والبحري والبري ، وقد تزامن ذلك مع اتساع قاعدة الرحلات السياحية الشاملة المنظمة والتي أصبح الكثير من السواح يعتبرها وسيلة فعالة لقضاء إجازاتهم في دول أخرى دون شقاء وفي حدود أسعار مقبولة بوجه عام .
- ثورة المعلومات وتقدم وسائل الإعلام أدت إلى زيادة اهتمام السائحين بزيارة دول جديدة لم يكن يعرفونها من قبل .
- التقدم الاقتصادي وزيادة الدخول في الدول المصدرة للسياحة .
- الظروف المناخية والبيئية للدول المتقدمة المصدرة للسياحة ومعظمها من دول الشمال حيث البرد الشديد والمطر والشتاء الطويل والثلج الذي يدعو إلى السفر إلى دول ومناطق أكثر دفئاً في الجنوب .
- التزايد العالمي المستمر في عدد السكان يؤدى إلى دخول أجيال جديدة تدخل مراحل عمرية جديدة تحتاج إلى إشباع رغباتها من الخدمات السياحية.

4- يتميز الطلب السياحي الدولي بخاصية الموسمية والتي تؤثر على اتجاهاته وحجمه وأن من أسباب الموسمية هي المناخ والعوامل التنظيمية في الدول المصدرة للسائحين وتشمل هذه الأخيرة على سبيل المثال مواعيد العطلات المدرسية في الصيف وأعياد الميلاد والربيع ، وبذلك يرتفع الطلب السياحي من الدول المصدرة للسائحين في هذه المواسم وتنخفض فيما عداها من شهور السنة ليشمل أولئك الذين لا يتقيدون كثيراً بهذه المواسم من كبار السن والمتقاعدين وبعض أصحاب الحرف الحرة والعاملين بالشركات التي توزع الإجازات عليهم دورياً في أوقات مختلفة سنة بعد أخرى .

أنواع الطلب السياحي : (2)

ينقسم الطلب السياحي إلى الأقسام التالية :

- الطلب السياحي المحلي ويشمل جميع السياح الموطنين الذين يحملون جنسية البلد ويقيمون برحلات سياحية داخل حدود البلد المقيمين به ولأي غرض عدا الإقامة أو العمل .
- الطلب السياحي الخارجي ويشمل أولئك السياح الأجانب القادمين من الخارج والذين يحملون جنسيات مختلفة وينتقلون عبر الحدود الدولية للبلدان المختلفة لأي غرض عدا الإقامة أو العمل.

---

(1)- د.احمد فوزي ملوخية , المدخل في علم السياحة , مكتبة بستان المعرفة ط1, الإسكندرية ,2004 , ص102-104 .

(2)- هدى عبدالله المقيرحي , العوامل المحددة للطلب على السياحة , مرجع سبق ذكره , ص74-76.

كما يمكن التميز بين أنواع الطلب السياحي التالية : (1)

- الطلب السياحي العام ويقصد به الطلب العام على أجمالي الخدمات السياحية بغض النظر عن النوع أو الوقت أو المدة ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد منها أو برنامج خاص من برامجها .
- الطلب السياحي الخاص ويرتبط هذا النوع من الطلب بنشاط سياحي معين يجده مشبعاً لرغباته السياحية ومن تم اختص هذا النشاط أو البرنامج السياحي بالسائح وارتبط به ومن هنا فأن الطلب على هذا البرنامج يصبح طلباً خارجياً بسائح معين أو مجموعة معينة من السياح وليس بالسياح ككل .
- الطلب السياحي المشتق ويقصد به الخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي مثل الطلب على الفنادق والخدمات التي تقدمها شركات الطيران...الخ .

(4-2) العرض السياحي :

- تعريف العرض السياحي :

يقصد بالعرض السياحي جميع ما تقدمه المنطقة السياحية إلى سواحها ، والعرض السياحي يشمل عوامل الجدب الطبيعية والتاريخية والتي قد تكون إما من صنع الإنسان أو الطبيعة وكذلك الخدمات والسلع المرتبطة به والتي قد تؤثر على الإفراد لزيارة بلد معين وتفضيله عن بلد أخر.(2)

ويعرف العرض السياحي أيضاً بشكل عام على أنه الخدمات السياحية المعروضة للبيع مقابل سعر معين وفى وقت معين . (3)

كما يعرف العرض السياحي بأنه يشمل كل الخدمات والبضائع وكل شي يحتمل أن يغري الناس لزيارة بلد معين يوصف بأنه بلد سياحي . (4)

---

(1)- هدى عبدالله المقيرحي , العوامل المحددة للطلب على السياحة , مرجع سبق ذكره , ص76-78.

(2)- روبرت ما كنتوش , واخرون , اقتصاديات السياحة , ترجمة , عطية محمد شحاتة ، مرجع سبق ذكره , ص 35 .

(3)- ماهر عبد العزيز توفيق , صناعة السياحة , مرجع سبق ذكره , ص145.

(4)- احمد فوزي ملوخية , المدخل في علم السياحة , اقتصاديات السياحة ، مكتبة بستان للنشر ، ط1, الإسكندرية ، 2004, ص104.

- خصائص العرض السياحي :

من أهم خصائص العرض السياحي ما يلي: (1)

1- عدم قابلية العرض السياحي للتغير طبقاً لأذواق وراغبات وميول واتجاهات السائحين (مشتري السلعة السياحية) وذلك بعكس ما نراه في السلع المادية الملموسة الأخرى التي تتصف بالمرونة لإمكانية تغيرها وتعديلها حتى تتلائم مع مطالب السوق وأذواق المستهلكين لها حيث يتوقف الإنتاج تبعاً لأذواق ورغبات المستهلكين وقدرة جهاز التسويق والمبيعات على تصريفه وبيعه ، وهذا هو جوهر الاختلاف بين التسويق السياحي وتسويق المنتجات المادية الملموسة.

2- العرض السياحي غير قابل للنقل، فالمتعارف عليه أن المستهلك تابت والسلعة هي التي تتحرك حيث يتم نقلها إلى الأسواق القريبة من إقامة المستهلك وهناك بعض السلع التي تصل إلى منزل

المستهلك إلا أن الحالة في العرض السياحي تختلف تماماً فالعرض السياحي هو تابت والمستهلك (السائح) هو الذي ينتقل لكي يستطيع أن يقتني السياحة ، العرض السياحي تمثله السلعة السياحية التي تتميز بأنها لا تنتقل إلى مستهلكيها كما في السلع المادية الملموسة ولكن المستهلكين هم الذين ينتقلون لاستخدامها والاستفادة منها .

3- أعتماد العرض السياحي بشكل كبير على عنصر العمل وبنسب تفوق عرض الأنشطة الأخرى الزراعية أو الصناعية حيث يمتاز النشاط السياحي وكونه نشاط خدمي بصعوبة إحلال الاله محل عنصر العمل حيث يبقى أستخدام الاله محدوداً جداً في عملية تقديم الخدمات السياحية ، ولهذا فأن العرض السياحي يرتبط بعنصر العمل وتنمية العرض السياحي يعنى بالضرورة زيادة أستخدم عنصر العمل .

4- يعتبر العرض السياحي عرض للخدمات فالسائح يقوم عادة بشراء مجموعة خدمات تشكل ما يعرف بالمنتج السياحي وهذه الخدمات هي خدمات النقل والإيواء والطعام والشراب والتسلية والترفية إلى غيرها من الخدمات السياحية الأخرى .

ويمتاز العرض السياحي بتعدد وتنوع وتداخل العناصر المكونة له إذ أن المنتوج السياحي مزيج مركب ويتكون من العديد من السلع والخدمات والمكونات الطبيعية ونتيجة لذلك فأن يصعب الفصل بين هذه العناصر والمكونات عن بعضها فالعوامل الطبيعية تتشابك مع العوامل التاريخية والدينية والتراثية لتشكل بمجموعها العرض السياحي .

---

(1) - صبري عبد السميع , نظرية السياحة , مطابع الطوبجي التجارية , ط2 , مصر ,1993 , ص193-194 .
- احمد فوزي ملوخية , المدخل في علم السياحة , مرجع سبق ذكره , ص82-85.

5- تعدد المنتجين الذين يشاركون في العرض السياحي وطالما أن العرض السياحي متعدد ومتنوع وواسع و شامل فأن هذا يعنى أن هناك عدد كبير من المنتجين الذين يشاركون في تصنيع المنتوج السياحي ومنهم من يكون خارج حدود القطاع السياحي مثل محطات الكهرباء والوقود وقطاعات البنية التحتية .... الخ ، ولهذا فأن لكل منتج دوره في تصنيع جزء من العرض السياحي .

6- خضوع العرض السياحي للمنافسة سواء كان ذلك على مستوى مختلف الدول حيث تتنافس على تسويق العرض السياحي أو حتى مستوى السياحة الداخلية حيث تتنافس المواقع السياحية داخل البلد الواحد على تسويق العرض السياحي .

انواع العرض السياحي: (1)

أن الأنشطة السياحية المختلفة مثل السياحة الثقافية والسياحة الترفيهية والسياحة العلاجية وسياحة الرياضة البحرية والسياحة الدينية والسياحة الصحراوية تمثل أنواعاً للعرض السياحي وفيما يلي عرض مختصر للتعريف بهذه السياحات .

1- السياحة الثقافية :

يقصد بالسياحة الثقافية قيام الإفراد والأسر بالانتقال بشكل مؤقت إلى مدن أخرى بهدف التعرف على الآثار التاريخية والعادات والتقاليد التي كانت تمارسها بعض المجتمعات ، كما يدخل تحت هذا المفهوم سياحة المؤتمرات والندوات الثقافية ومعارض الكتاب .

2- السياحة الترفيهية :

يقصد بالسياحة الترفيهية قيام الإفراد والأسر بالسفر إلى مدن أخرى بحثاً عن الإستجمام والراحة ويتطلب هذا النوع من السياحة توفير الخدمات السياحية التي تجدب السياح وتدفعهم لممارسة هذا النوع من السياحة .

3- السياحة العلاجية :

يقصد بالسياحة العلاجية السفر إلى بعض المناطق المعروفة التي تتوفر فيها الخدمات الطبية والعلاجية المتميزة ، فقد ينتقل الإفراد إلى بعض الأماكن التي توجد بها المستشفيات المتخصصة لعلاج بعض الإمراض أو المناطق التي يتوفر بها العلاج باستخدام الموارد الطبيعية كالمياه المعدنية أو الساخنة أو الشمس أو خصائص مناخية أخرى .

(1) - عيسى حمد الفارسي , القطاع السياحي والتنمية الاقتصادية في ليبيا , مجلة البحوث الاقتصادية العدد 2 , بنغازي ,2003, ص15-16.
- نور الدين هرمز , التخطيط السياحي والتنمية السياحية , مجلة جامعة تشرين للدراسات العلمية , سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية , مجلد 28 العدد3 , اللاذقية , سوريا ,2006 , ص22 .

4- سياحة الرياضة البحرية :

سياحة الرياضة البحرية يعتمد على وجود الماء (البحار والبحيرات) وتتفاوت المدة التي يقضيها السائح في ممارسة الرياضات البحرية المختلفة مثل الغوص والتزلج على الماء والعوم وسباق اليخوت أو القوارب

5- السياحة الدينية :

السياحة الدينية يقصد بها زيارة الأماكن المقدسة مثل زيارة مكة المكرمة والمدينة المنورة وزيارة مدافن صحابة رسول الله ومدافن العلماء ، والسياحة الدينية تعتبر من السياحات التي تعتمد عليها بعض الدول مثل السعودية .

6- السياحة الصحراوية :

السياحة الصحراوية يقصد بها زيارة البلدان التي تتوفر بها أماكن صحراوية حيث تكون الصحراء مقصد لكثير من السواح للإستجمام والتمتع بالمناظر الصحراوية حيث توجد الرمال والكثبان والواحات.

(2-5) المقومات الأساسية للسياحة :

من أهم المقومات الأساسية للسياحة ما يلي: (1)

1- المقومات الطبيعية ويقصد بها الموقع الجغرافي المميز للدولة السياحية والذي يكون قريب من الأسواق المحتملة لجدب السياح والطقس والمناخ ومدى ملائمته للسياح ورغبتهم في نوع معين من الطقس والمناخ والطبيعة الجغرافية من حيث وجود الجبال والغابات والسهول والأنهار والصحاري .

2- البنية التحتية ويقصد بها مدى توفر الطرق والمواصلات وشبكة الكهرباء والإتصالات كما يدخل ضمن البنية التحتية توفر الفنادق الملائمة للسياح بدرجات مختلفة وتوفر الوكالات السياحية التي تسهل للسياح برامجهم السياحية .

3- أماكن الجدب السياحي وتشمل الآثار التاريخية والمتاحف الأثرية والمدن الحضارية و المنتجعات السياحية إلى غيرها من أماكن الجدب السياحي .

وسيتم في الفصل الثالث من هده الدراسة التعرف على المقومات الأساسية للسياحة في ليبيا و إعطاء نبده عن المعالم السياحية المتوفرة في ليبيا.

---

(1)- سعد خليل القز يري , التخطيط للتنمية السياحية في ليبيا , دار النهضة العربية , جامعة قار يونس , بنغازي ,2006 , ص36 .

(2-6) الآثار الاقتصادية للسياحة :

أولاً : الآثار السلبية :

1- قد يؤدى تدفق السائحين إلى منطقة معينة وفى مواسم معينة إلى حدوث زيادة في الأسعار وذلك نظراً لأن ما هو مطلوب سيكون أكبر مما هو معروض من الخدمات السياحية . (1)

2- نظراً لأن النشاط السياحي يعتبر نشاطاً موسمياً فأن بعض المنشآت السياحية تظل لفترة من الوقت دون تشغيل لما يؤثر على الاقتصاد ويؤدى إلى تعطيل الطاقات الاقتصادية فترة من الوقت . (2)

ثانياً : الآثار الايجابية : (3)

1- القطاع السياحي من الممكن أن يساهم في توفير جزء من النقد الأجنبي اللازم لتنفيذ خطط التنمية عن طريق مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة بالإضافة إلى ذلك فأن قطاع السياحة من الممكن أن يساهم في توفير جزء من النقد الأجنبي عن طريق الإنفاق الذي يقوم به السائحين مقابل الحصول على الخدمات السياحية ، وبالتالي فأن مثل هذه المحصلات من النقد الأجنبي من الممكن أن تساهم في تحسين وضع ميزان المدفوعات وتكون ذات تأثير إيجابي على ميزان المدفوعات .
2- أن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية سواء كان ذلك عن طريق مساهمة رأس المال الأجنبي أو رأس المال الوطني (العام والخاص) يساعد على خلق فرص عمل وزيادة إيرادات الدولة من ضرائب الإعمال.
3- أن النمو والتوسع في قطاع السياحة نتيجة الإنفاق الذي يتم على القطاع والزيادة في فرص العمل وما يقوم به السائحين من إنفاق سيكون له تأثير وذلك عن طريق زيادة مساهمة قطاع السياحة في تنويع مصادر الدخل القومي من مختلف الأنشطة الاقتصادية الأخرى , الخدمية والصناعية والزراعية .

---

(1)- وفاء زكي إبراهيم ,دور السياحة في التنمية الاجتماعية , المكتب الجامعي الحديث , ط1, الإسكندرية ,1987, ص200-201 .
(2)- نبيل الروبي , نظرية السياحة , مؤسسة الثقافة الجامعية , ط1 , الإسكندرية ,1987 , ص44-45 .
(3)- نزيه الدباس , إدارة القرى السياحية , دار النشر الحامد , ط2 , عمان , 2002, ص11-27 .

(2-7) عرض لبعض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع السياحة في ليبيا :

أن مراجعة الدارسات السابقة التي تناولت موضوع السياحة في ليبيا يعتبر مهماً لأنه يفيد في إستكمال الإطار النظري للبحث من جهة ومن جهة أخرى يعتبر مفيد في تعزيز ما قد يتم التوصل إليه من نتائج في هذا البحث وسوف يتم فيما يلي تقديم عرض مختصر لبعض هذه الدراسات :

الدراسة الأولى : (1)

تناولت هذه الدراسة أهمية السياحة وأثرها في تنويع مصادر الدخل في ليبيا وقد هدفت هذه الدراسة إلى ما يلي :

- التعريف بالسياحة وأنواعها ومقوماتها وأهميتها .
- بيان أثار السياحة في تنويع مصادر الدخل في ليبيا.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلائم مع دراسة وتحليل طبيعة المشكلة التي تتناولها الدراسة ، وغطت الدراسة الفترة الزمنية (1999-1998) .

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

- السياحة تؤدى إلى زيادة الدخل القومي وتساهم في تنويع مصادره .
- السياحة تؤدى إلى خلق فرص عمل جديدة سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة .
- السياحة تؤدي إلى تحسين وضع ميزان المدفوعات .
- السياحة تؤدى إلى تشجيع الاستثمارات وزيادة حركة النمو الاقتصادي بصفة عامة .

كما أوضحت الدراسة إلى أن السياحة في ليبيا في الفترة الماضية لم تعطى الاهتمام الكافي الذي تستحقه واتجه الاهتمام بدلاً عن ذلك نحو قطاعي الزارعة والصناعة بصفتهما قطاعات إنتاجية يمكن أن يكونا من مصادر الدخل البديلة عن النفط ، ورغم ضخامة الإنفاق على هذين القطاعين لم يساهما في الدخل القومي إلا بنسبة ضعيفة ومازالت البلاد تعتمد على إيرادات النفط التي تصل إلى حوالي 98% من إيرادات الدولة من النقد الأجنبي .

الدراسة الثانية : [2]

تناولت هذه الدراسة أفاق تطوير تسويق الخدمات السياحية في ليبيا وقد هدفت هذه الدراسة إلى دراسة مدى تطبيق بعض المفاهيم التسويقية من قبل المرافق السياحية في أداء الخدمات السياحية والظروف القانونية والإدارية التي تنظم عمل هذه المرافق وتوضيح المعوقات المصاحبة لأداء الخدمات التسويقية .

(1)- الصادق احمد القلفاط , أهمية السياحة وأثرها في تنويع مصادر الدخل القومي , مرجع سبق ذكره .

(2)- محمد على الزوي , أفاق تطوير تسويق الخدمات السياحية الداخلية في ليبيا , رسالة ماجستير في الاقتصاد غير منشورة , قسم الاقتصاد , كلية الاقتصاد , جامعة قار يونس , بنغازي , 1995 .

وقد اعتمدت الدراسة على تجميع بيانات عن طريق استمارة استبيان وقد تم استخدام أساليب إحصائية مختلفة في تحليل البيانات التي تم تجميعها مثل النسب المئوية والتكرارات ومقياس ليكرت ... الخ .

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك قصور شديد في تطبيق وممارسة الأنشطة التسويقية باستخدام المفاهيم التسويقية ، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك عوائق تعترض عملية استخدام المفاهيم التسويقية متمثلة في العوائق الإدارية والقانونية .

الدراسة الثالثة : [1]

تناولت هذه الدراسة العوامل المحددة للطلب على السياحة في ليبيا وقد هدفت الدراسة إلى تحليل العوامل المحددة للطلب على السياحة المحلية وذلك بغرض معرفة أهم العوامل التي تؤثر في اتخاذ السائح المحلي قرار السياحة الداخلية ، وقد تم التركيز على سياحة الاصطياف كنموذج للسياحة المحلية .

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعتمد على دراسة الواقع والاستعانة بأسلوب استمارة الاستبيان والمقابلة ، وقد تم تطبيق الدراسة على منطقة بنغازي خلال صيف عام 2001 .

وتوصلت الدراسة إلى أن حركة السياحة المحلية لها ارتباطات قوية بعدد من العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي لها تأثير على قرارات الإفراد نحو طلب السياحة المحلية ، ومن أهم هذه العوامل الدخل ووقت الفراغ والترويج السياحي والمستوى العلمي والثقافي والاستقرار الأمني .

الدراسة الرابعة : [2]

تناولت هذه الدراسة دورالائتمان المصرفي في تمويل قطاع السياحة في ليبيا ، وقد هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية التمويل وأثره على تنمية قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني ، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي المعتمد على جمع البيانات الإحصائية خلال الفترة (1984-2003) وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها وجود علاقة طردية بين القروض الممنوحة لقطاع السياحة والناتج المحلي الإجمالي .

(1)- هدي عبداللة المقيرحي , العوامل المحددة للطلب على السياحة , مرجع سبق ذكره .

(2)- عبد السلام عمران نفد , عماد محمد عبد الرسول ,دور الائتمان المصرفي في تمويل قطاع السياحة في ليبيا , مجلة الرسائل تصدر من جامعة 7 من أكتوبر , مصراتة , العدد الأول , ديسمبر ,2006 , السنة الأولى .

الدراسة الخامسة : [1]

تناولت هذه الدراسة موضوع القطاع السياحي والتنمية الاقتصادية في ليبيا وقد هدفت الدراسة إلى التعريف بقطاع السياحة الليبي وما تملكه البلاد من موارد سياحية والعمل على رفع مستوى مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية . وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الإحصائي في تحليل البيانات ، وقد توصلت الدراسة إلى ضرورة الاهتمام بقطاع السياحة لأن ذلك

يؤدى إلى الحد من تدفق رؤوس الأموال إلى الخارج ، وأوصت الدراسة إلى أهمية توفير مختلف التسهيلات للقطاع الخاص مثل توفير المواقع السياحية وتوفير البنية التحتية في المناطق السياحية .

الدراسة السادسة : (2)

تناولت هذه الدراسة مشكلة توفير الأيدي العاملة المؤهلة والكفؤة في القطاع السياحي وأثرها في جودة الخدمات السياحية ، وقد تم تطبيق هذه الدراسة على واقع الأيدي العاملة في فنادق مدينة بنغازي من حيث مؤهلات القوى العاملة وإمكانية النهوض بمستوى الأيدي العاملة عن طريق برامج التدريب واقتراح السبل والوسائل الممكن تبنيها من اجل تعزيز دور الأيدي العاملة في الفنادق وقد تم في هذه الدراسة تجميع البيانات المطلوبة عن طريق إستمارة استبيان صممت لغرض تطبيق أهداف الدراسة .

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها ما يلي :

- أن نسبة الأيدي العاملة الوطنية مرتفعة مقارنة بالعمالة الأجنبية .
- أن التدريب إثناء العمل من أهم الوسائل التي يجب أن تقوم بها الفنادق لكي يستطيع العامل أن يكتسب الخبرة في كيفية أداء العمل الفندقي .

الدراسة السابعة : (3)

تناولت هذه الدراسة مستقبل صناعة السياحة في ليبيا في ضوء التحولات الاقتصادية الراهنة وذلك خلال الفترة (1994-2004) ، وقد هدفت الدراسة إلى ما يلي :

- تحديد الصعوبات التي تواجهها ليبيا للقيام بالإستثمارات السياحية ومن تم نمو القطاع السياحي.
- تحديد أفضل السبل التي يمكن إتباعها للتخلص أو للحد من المشاكل التي يمكن أن تعيق هذه الإستثمارات .

---

(1)- عيسى حمد الفارسي , القطاع السياحي والتنمية الاقتصادية في ليبيا , مرجع سبق ذكره .

(2)- عبد الرحيم جاسم عمر, مشكلة توفير الأيدي العاملة المؤهلة والكفؤة في القطاع السياحي وأثرها في جودة الخدمات السياحية كلية الاقتصاد , درنة , السياحة في ليبيا , تحرير سعد القزيرى , جامعة قاريونس, 2002 .

(3)- الهادي مصطفي الجرو , مستقبل صناعة السياحة في ليبيا في ضوء التحولات الاقتصادية الراهنة , مرجع سبق ذكره .

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك لوصف وتحليل البيانات المتحصل عليها .

وتوصلت الدراسة إلى أن قطاع السياحة يمكن أن يلعب دوراً هاماً في دعم الاقتصاد الليبي والمساهمة في تنويع مصادر الدخل القومي .

الدراسة الثامنة : (1)

تناولت هذه الدراسة مؤشرات حول واقع السياحة في ليبيا وقد هدفت هذه الدراسة إلى ما يلي :

- إعطاء صورة عن اقتصاديات السياحة في ليبيا .
- التعرف على المشاكل والمعوقات التي تحول دون رفع مستوى صناعة السياحة .
- الإطلاع على الجانب الاجتماعي والتعليمي والاقتصادي للمترددين على المناطق السياحية ومعرفة مشاكلهم ومقترحاتهم .

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك لوصف وتحليل البيانات بإستخدام بعض المعايير الإحصائية .

وقد تم في هذه الدراسة الاستعانة بإستمارة استبيان وتم أجراء الجانب الميداني لهذه الدراسة في منطقتي بنغازي وشحات .

وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج ومن أهمها ما يلي :

1- عدم وجود مسح سياحي شامل لكافة المناطق السياحية في ليبيا من قبل الجهات الوطنية.

2- عدم وجود مراكز بحوث متخصصة في هذا المجال .

3- أن البيانات المتوفرة قليلة وعامة لا تعطي صورة واضحة للبحث والتحليل العلمي والتخطيط .
4- نقص خدمات الإعلام السياحي وقلة شركات السفر والسياحة .

---

(1)- فيصل مفتاح شلوف , د على محمود فارس , واقع قطاع السياحة في ليبيا مجلة قاريونس العلمية , السنة الثانية عشر , العدد الثالث والرابع , منشورات جامعة قاريونس , بنغازي ,1999.

(2-8) خلاصة :

من خلال ما تم استعراضه في هذا الفصل من مراجعة للأدبيات الاقتصادية ذات العلاقة بموضوع السياحة يمكن الإشارة إلى النقاط التالية :

1- السياحة هي النشاط الذي يقوم الإفراد عند الانتقال إلى غير بيئتهم المعتادة لفترة قصيرة أو طويلة دون الإقامة الدائمة بهدف أساسي هم التمتع بوقت فراغهم .
2- الطلب السياحي هو طلب الأفراد على الخدمة السياحية المتمثلة في المعالم السياحية وهذا الطلب قد يكون محلياً أو دولياً ومن أهم العوامل المؤثرة على الطلب السياحي الدخل المخصص للإنفاق من قبل السائحين والمستوى العام للأسعار.
3- العرض السياحي وهو يتمثل في كمية الخدمات والسلع المعروضة داخل البلد بغرض إشباع الرغبات المتوقعة للسائحين .
4- من أهم الآثار الايجابية للسياحة هو توفير النقد الأجنبي وتوفير فرص العمل والمساهمة في تنويع مصادر الدخل القومي .
5- أن الدراسات السابقة التي تناولت السياحة في ليبيا تركزت حول دراسة المواضيع التالية :

- أهمية السياحة وأثرها في تنويع مصادر الدخل القومي .
- أفاق تطوير وتسويق الخدمات السياحية .
- العوامل المحددة للطلب علي السياحة .
- دور الائتمان المصرفي في تمويل قطاع السياحة .
- القطاع السياحي والتنمية الاقتصادية .
- دور الأيدي العاملة المؤهلة والكفؤه في القطاع السياحي وأثرها في جودة الخدمات السياحية.
- مستقبل صناعة السياحة في ضوء التحولات الاقتصادية الراهنة .
- مؤشرات حول واقع السياحة .

أن هذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة وذلك لأنها تقييم العرض السياحي من خلال أخذ رآي الطالبين للخدمات السياحية وذلك من واقع دراسة ميدانية.

الفصل الثالث
واقع قطاع السياحة في ليبيا

(3-1) مقدمة :

من أجل التعريف بواقع قطاع السياحة في ليبيا فأنه في هذا الفصل سيتم عرض الإطار العام لرؤية تطوير قطاع السياحة وإعطاء نبذة عن المعالم السياحية في ليبيا وتطور أعداد السواح والزوار الأجانب والوطنيين ، وبالإضافة إلى ذلك فأنه سيتم أيضاً استعراض واقع المرافق السياحية والاستخدام وتقديم لمحه عن مؤسسات التعليم السياحي ، كما سيتم في هذا الفصل تناول المؤشرات السلبية والايجابية لأداء قطاع السياحة .

(3-2) الإطار العام لرؤية تطوير قطاع السياحة :

خلال العقود الثلاثة الأخيرة من القرن الماضي لم يعطي قطاع السياحة الاهتمام الكافي فهو لم يظهر كقطاع مستقل في البيانات الرسمية سواء من حيث المخصصات المالية أو الإنفاق التنموي والإداري الذي ينفق على أنشطة القطاع ولم يتم تقدير القيمة المضافة للقطاع في الحسابات القومية ، ويمكن أعزاء ذلك إلى أن الدولة لم تعتبر قطاع السياحة من أولويات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، وفي الواقع فأنه خلال هذه الفترة تركزت جل مشاريع قطاع السياحة في تنفيذ بعض المشاريع الفندقية ، إضافة إلى بعض المشاريع الأخرى التي يحتاجها القطاع مثل إقامة بعض الاستراحات والمنتزهات والمخيمات والقرى السياحية . (1)

وفي بداية القرن الحالي وجهت الدولة مزيداً من الاهتمام نحو قطاع السياحة سواء من حيث المخصصات المالية والأنفاق التنموي والإداري أو من حيث البنيان المؤسسي للقطاع (2) وصدور بعض التشريعات ذات العلاقة بقطاع السياحة والمشجعة على الاستثمار فيه (3) ويأتي هذا الاهتمام انطلاقاً من الدور الذي من الممكن أن يلعبه القطاع في تحقيق الأهداف التالية : (4)

1- توفير فرص العمل لمخرجات مؤسسات التعليم السياحي بصفة خاصة وللباحثين عن العمل في القطاع السياحي بصفة عامة .
2- المساهمة في تنويع مصادر الدخل القومي .

---

(1) - الهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية ، البرنامج التنموي (2012-2008) ص3 .
(2) - وزارة التخطيط ، معهد التخطيط ، إمكانيات ومقومات التنوع القطاعي في الاقتصاد الليبي , طرابلس , ص174.
(3) - للاطلاع على عناوين هذه التشريعات ذات العلاقة بقطاع السياحة انظر الملحق رقم (2).
(4) - الهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية ، البرنامج التنموي (2012-2008) , مرجع سبق ذكره , ص 6,10 .

3- تشجيع الإستثمار في القطاع السياحي من قبل المستثمرين الأجانب والوطنيين ولتحقيق أهداف قطاع السياحة فأن الجهات المسؤوله عن إدارة القطاع قد قامت بإعداد المخطط العام للتنمية السياحية (1999- 2018) تم قامت لاحقاً بتنقيح هذا المخطط للفترة (2009-2025) .

أن العناصر الأساسية في مخطط التنمية السياحية (2018-1999) تمحورت حول تولي القطاع العام عمليات التخطيط والتمويل الشامل لكل الأنشطة التنموية بقطاع السياحة ، بينما في المخطط العام للتنمية السياحية (2025-2009) والذي يسعى لتفعيل دور قطاع السياحة وتحسين أدائه ، فأن عدة متغيرات أخذت في الأعتبار عند أعداد هذا المخطط ومن بين هذه المتغيرات رفع الحظر الجوي على البلاد وحدوث تحسن في علاقات ليبيا الخارجية مع الدول الأوروبية وغيرها والتوجه نحو دعم القطاع الخاص والانفتاح الاقتصادي وتسهيل إجراءات منح التأشيرات للسياح الأجانب .(1)

وأخذاً في الاعتبار ما تم ذكره أعلاه من توجه في المخطط العام للتنمية السياحية (2009-2025) ولتطوير قطاع السياحة فأنه خلال الفترة (2000-2008) تم إنفاق ملايين الدينارات على قطاع السياحة ، ومن خلال الاطلاع على البيانات الواردة بالجدول رقم (1-3) يمكن الإشارة إلي النقاط التالية :

1- خلال الفترة (2000-2008) بلغ ما تم تخصيصه لقطاع السياحة في ميزانيات التنمية مبلغ قدره (186,589,318) دينار ليبي .
2- خلال الفترة (2000-2008) بلغ ما تم إنفاقه على قطاع السياحة من المبالغ المخصصة مبلغ قدره (134,428,579) دينار ليبي وهو ما يشكل ما نسبته (72%) من مخصصات القطاع .

وقد تركز هذا الإنفاق على المشاريع التالية :(2)

1- صيانة وترميم وحماية المواقع الأثرية والمدن القديمة .
2- حماية وتنمية وتطوير مواقع الجذب السياحي .
3- تطوير وتجهيز وحماية المتاحف .
4- تجهيز وصيانة وتطوير بعض المباني الإدارية للمنتزهات.

---

(1) - الهيئة العامة للسياحة ، الصناعات التقليدية ، واقع صناعة السياحة في ليبيا (2000-2008) ص1 .
(2) - الهيئة العامة للسياحة , الصناعات التقليدية ، البرنامج التنموي (2012-2008) ص4 .

الجدول رقم (1-3)
مخصصات و مصروفات قطاع السياحة في ليبيا خلال الفترة (2000 - 2008)

السنة	المخصصات (د.ل)	المصروفات (د.ل)	نسبة المصروفات إلي المخصصات (%)
2000	10,016,000	3,032,000	30.27
2001	17,313,000	12,656,000	73.10
2002	10,053,000	3,705,210	36.86
2003	7,356,700	3,559,849	48.39
2004	31,000,000	18,600,000	60.00
2005	32,400,000	21,900,000	67.59
2006	28,500,000	27,000,000	94.74
2007	42,823,000	39,877,670	93.12
2008	7,127,618	4,097,850	57.49
المجموع	**186,589,318**	**134,428,579**	**72.00**

المصدر : من إعداد الباحثة من واقع تقارير المتابعة الصادرة عن وزارة التخطيط.

(3-3) نبذه عن المعالم السياحية في ليبيا :

تتميز ليبيا بامتلاكها ثروة سياحية متنوعة مما يعطيها قيمة تاريخية وثقافية وطبيعية عالية جداً ، وتتوزع الموارد السياحية على مساحات شاسعة تشمل الكثير من مناطق ليبيا الجغرافية ومن أهم المعالم السياحية في ليبيا ما يلي : (1)

1- الآثار التاريخية :

أن ليبيا تتمتع بموقع فريد فهي تتوسط شمال القارة الأفريقية لتكون حلقة وصل ما بين شرق وغرب القارة وهي تتوسط الساحل الجنوبي للبحر الأبيض المتوسط مُشكلة بذلك موقع استراتيجي بالنسبة للقارة الأوروبية ، ونتيجة لذلك أصبحت ليبيا منذ آلاف السنين مركزاً لتجمعات إنسانية توالت عليها العديد من الحضارات مثل حضارات الفينيقيين والإغريق والرومان تاركين ورائهم معالم أثرية تشكل عامل جذب سياحي .

(1)- للاطلاع علي المقومات الأساسية للسياحة في ليبيا انظر :
- عيسي حمد الفارسي. القطاع السياحي والتنمية الاقتصادية في ليبيا , مرجع سبق ذكره , ص26-28.
- سعد خليل القزيري , التخطيط للتنمية السياحية في ليبيا,مرجع سبق ذكره , ص22.
- عرفان تقي الحسني , سعد افرام الصائغ . السياحة في ليبيا الواقع والأفاق , جامعة طرابلس ، تحرير سعد القزيرى ، السياحة في ليبيا ، جامعة قار يونس , دار أساريا للطباعة والنشر ،2002 , ص18.
- خالد محمد الهدار , المتاحف الأثرية في ليبيا ودورها في السياحة بين الواقع والطموح ، جامعة قاريونس ، دار اساريا للنشر, 2002 ، ص240.
- وزارة التخطيط , معهد التخطيط , إمكانيات ومقومات التنوع القطاعي في الاقتصاد الليبي , مرجع سبق ذكره ,ص170-171.

ومن أهم هذه المعالم الأثرية النادرة والتي تغطي حقبة تاريخية طويلة من تاريخ البشرية المدن الأثرية القديمة وأهمها شحات وصبراته و لبده ، وبالإضافة إلى المدن الأثرية فأنه يوجد في ليبيا معالم تاريخية أخرى نادرة ترجع إلى ثقافات ما قبل التاريخ مثل النقوش الصحراوية الموجودة في الجنوب الغربي من البلاد في جبال أكاكوس.

2- المدن التاريخية :

المدن التاريخية القديمة الموجودة في ليبيا تمثل جزء مهم من المعالم السياحية الليبية وذلك على أعتبار أنها تمثل ثراثاً تاريخياً يرجع إلى عشرات القرون ، وهذه المدن التاريخية مثل مدينة غدامس القديمة والمدينة القديمة بطرابلس وغات والكفرة وغيرها .

3- مقومات البيئة الطبيعية :

مقومات البيئة الطبيعية تشمل المنتزهات والمخيمات والبحيرات الطبيعية والشواطئ والجبال والصحراء ، وهذه المعالم السياحية تغطي مساحات شاسعة من ليبيا ، ومن أهم المنتزهات الطبيعية غابة وادي الكوف في الجبل الأخضر ، ومن أهم البحيرات الطبيعية بحيرة قبرعون في جنوب ليبيا ، أظف إلى ذلك أن الساحل الليبي المطل على البحر الأبيض المتوسط يزخر بشواطي طبيعية جميلة ، كما أن الجنوب الليبي يتمتع بصحراء ذات أبعاد متنامية وواحات متناثرة في أرجاء الصحراء الليبية مثل واحات أوجلة وجالو والكفرة وسوكنة وهون وودان .

4- المتاحف :

يوجد في ليبيا العديد من المتاحف التي تعطي فكرة عن المحطات التاريخية المختلفة لحياة الإنسان مند ما قبل التاريخ ، ومن أهم هذه المتاحف متحف السرايا الحمراء والمتحف الاسلامي بطرابلس ومتحف مصراته ومتحف لبده ومتحف صبراته ومتحف جرمة ومتحف غدامس ومتحف سوسه .

5- عناصر جذب سياحية أخرى :

من أهم عناصر الجذب السياحية الأخرى في ليبيا ما يلي :
- الصناعات التقليدية وهي تمثل عنصراً مهماً من عناصر الجذب السياحي بما تقدمه من تنوع وحرفيه وجمال مثل صناعة الأواني الخزفية والكليم والحصران وغيرها من الصناعات التقليدية الأخرى .
- المهرجانات التي تقام من وقت إلى أخر والتي تعتبر ذات طبيعة خاصة بالثقافة الليبية حسب كل منطقة من مناطق البلاد مثل المهرجانات السنوية التي تقام في غات وغدامس.
- المأكولات الشعبية الليبية وهي تعتبر من عناصر جذب للسياح نظراً للخصوصية التي تنفرد بها المأكولات الليبية عن غيرها من المأكولات بالدول الأخرى .
- الامن والامان .

(3-4) تطور أعداد السواح والزوار الأجانب والوطنيين :

من خلال تشخيص تطور أعداد السواح والزوار الأجانب والوطنيين يمكن الإشارة إلى النقاط التالية :

1- أن البيانات المتاحة عن أعداد السواح والزوار الأجانب خلال فترة السبعينيات من القرن الماضي تبين أن أعدادهم كانت متواضعة وذلك كما هو مبين في الجدول رقم (2-3) .

2- خلال فترة الثمانينيات وحتى منتصف التسعينيات من القرن الماضي لا تتوفر بيانات عن أعداد السواح والزوار للمعالم السياحية إلا أنه يعتقد بأن أعدادهم كانت صغيرة وبنفس الوضع الذي كانت علية خلال فترة السبعينيات من القرن الماضي . ويمكن إرجاع ذلك لعدم اهتمام الدولة بقطاع السياحة بالإضافة إلى أن البلاد كانت تحت الحظر الجوي خلال الفترة (1992-2000) .

3- يتبين من الجدول رقم (3-3) بأنه خلال الفترة (2000-2008) قد حدثت زيادة في أعداد السواح والزوار الأجانب من (281,675) زد إلى (685,120) فرد وذلك بمعدل نمو سنوي مركب قدره (11.8%) في حين كانت الزيادة في أعداد السواح والزوار الأجانب خلال الفترة (1995-1999) من (182,930) فرد إلى (250,730) فرد وبمعدل نمو سنوي مركب قدره (8.2%) وأن جل هؤلاء السواح هم من الدول الأوروبية .

وفي الواقع أن الزيادة التي طرأت على أعداد السواح والزوار الأجانب خلال الفترة (2000-2008) يمكن إرجاعها إلى العوامل التالية :

أ- رفع الحظر الجوي على البلاد منذ عام 2000 ورجوع الدولة إلى علاقتها الطبيعية مع الدول الأخرى وحدوث تحسن في العلاقات الدبلوماسية خاصة مع الدول الغربية.
ب- أعطاء اهتمام من قبل الدولة للقطاع السياحي مند عام 1999.

4- أن الملاحظة الجديرة بالاهتمام عند تحليل وضع قطاع السياحة في ليبيا هو حدوث تطور في الثقافة الليبية من حيث زيارة المعالم السياحية من قبل الليبيين , وخلال الفترة (1995-2008) زاد عدد السواح الليبيين من (102,590) فرد إلى (286,195) فرد وبمعدل نمو سنوي مركب قدره (8.2%) انظر الجدول رقم(3-3).
5- تشير بعض التقديرات إلى أن إيرادات قطاع السياحة قد تزايد من(91,6) مليون دينار عام 1995 إلى(487,7) مليون دينار عام 2008 وذلك كما مبين بالجدول رقم (4-3).

الجدول رقم (2-3)
أعداد السواح والزوار الأجانب خلال الفترة (1970-1979)

السنة	العدد	السنة	العدد
1970	76,621	1975	238,033
1971	133,297	1976	144,817
1972	165,679	1977	125,692
1973	257,887	1978	163,473
1974	295,984	1979	151,235

المصدر :
- مصرف ليبيا المركزي النشرة الاقتصادية , المجلد 17 العدد(6,5) ,1977 , تطور السياحة في ليبيا خلال الفترة 1969-1976 .
- وزارة التخطيط , مصلحة الإحصاء والتعداد , المجموعة الإحصائية لعام 1979 .

الجدول رقم (3-3)
أعداد السواح والزوار الأجانب والوطنيين خلال الفترة (1995-2008)

السنة	عدد السواح الزوار الأجانب	عدد السواح الوطنيين	المجموع
1995	182,930	102,590	285,520

308,638	111,823	196,815	1996
336,297	121,887	214,410	1997
362,992	132,857	230,135	1998
395,544	144,814	250,730	1999
440,102	158,427	281,675	2000
498,032	173,477	324,555	2001
574,833	189,958	384,875	2002
666,884	208,004	458,880	2003
779,389	227,764	551,625	2004
887,671	249,401	638,270	2005
994,690	273,095	721,595	2006
958,030	297,673	660,357	2007
971,315	286,195	685,120	2008
685,795	**183,605**	**502,190**	**التغير خلال الفترة (2008-1995)**

المصدر: الهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية ، واقع صناعة السياحة في ليبيا (2008-2000) ص161.

الجدول رقم (4-3)
إيرادات قطاع السياحة في ليبيا خلال الفترة(2008-1995)

القيمة بالمليون دينار	السنة	القيمة بالمليون دينار	السنة
233,6	2002	91,6	1995
277,4	2003	102,5	1996
331,0	2004	115,7	1997
387,8	2005	129,8	1998
449,3	2006	146,9	1999
433,3	2007	169,1	2000
487,7	2008	197,3	2001

المصدر: الهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية , واقع صناعة السياحة في ليبيا (2008-2000). ص161.

(3-5) واقع المرافق السياحية الخدمية :

أن المعلومات والبيانات المتاحة عن أعداد الفنادق تشير إلى الأتي :

1- أن عدد الفنـادق قد زاد من (118) فندق عام 1995 إلى (277) فندق عام 2008 وأن أعداد الغرف قد زاد من (8097) غرفة عام 1995 إلى (13916) غرفة عام 2008 وأن عدد الأسرّة قد زاد من (15065) سرير عام 1995 إلى (27334) سرير عام 2008 (انظر الجدول رقم(5-3)) .

ويلاحظ هنا أن أعداد الفنادق والغرف الأسرة قد زاد في عام 2008 عن وضعها في عام 1995 بعدد (159) فندق و(5819) غرفة و(12269) سرير على التوالي . ويمكن أعزاء هذه الزيادة إلى الدور الذي يقوم به القطاع الخاص في المشاركة في عملية التنمية الفندقية وتأثير بداية الاهتمام بموضوع القطاع السياحي من جانب الدولة مند بداية القرن الحالي .

2- وعلى الرغم من زيادة أعداد الفنادق من الناحية الكمية سواء تلك المدارة من قبل القطاع العام أو تلك المدارة من قبل القطاع الخاص فأنه في عام 2008 من بين (277) فندقاً منتشرة في البلاد هناك فقط (89) فندقاً مصنفاً على أنه مناسب للسياح ومن بين (13916)غرفة هناك فقط (709) غرفة مصنفة على أنها مناسبة للسياح [1] وأن هذا الوضع يتطلب المزيد من الاهتمام بالقطاع الفندقي من حيث منح القروض وتسهيل وتبسيط الإجراءات المتعلقة بهذا الجانب .

---

(1) - الهيئة العامة للمعلومات ، الكتاب الإحصائي لعام ، 2008، ص319 .

ومن حيث وضع الشركات والتشاركيات ومكاتب السياحة والتي تعتبر أحد المرافق الخدمية المهمة لقطاع السياحة فأنه يلاحظ خلال الفترة (2008-2005) أن أعدادها قد زادت وذلك كما هو مبين في الجدول رقم (6-3) ، وهذه الزيادة متناسقة مع الزيادات التي طرأت على أعداد السواح والزوار في السنوات الأخيرة .

الجدول رقم (5-3)
أعداد الفنادق في ليبيا خلال الفترة (2008-1995)

البيان	1995	2000	2005	2008	التغير خلال الفترة (2008-1995)
عدد الفنادق	118	194	245	277	159
عدد الغرف	8097	11815	12439	13916	5819
عدد الأسره	15065	19969	23051	27334	12269

المصدر: من إعداد الباحثة من واقع الكتاب الإحصائي الصادر عن الهيئة العامة للمعلومات لعدة سنوات .

الجدول رقم (6-3)
أعداد الشركات والتشاركيات والمكاتب السياحية في ليبيا خلال الفترة(2008-2005)

البيان	2005	2006	2007	2008	التغير خلال الفترة (2008-1995)
عدد الشركات السياحية	114	167	239	304	190
عدد التشاركيات السياحية	230	361	418	459	229
عدد المكاتب السياحية	17	33	50	65	48
المجموع	**361**	**561**	**707**	**828**	**467**

المصدر : من إعداد الباحثة من واقع الكتاب الإحصائي الصادر عن الهيئة العامة للمعلومات لعدة سنوات .

(3-6) وضع الاستخدام وتنمية العناصر البشرية :

من خلال الإطلاع على البيانات الواردة بالجدول رقم (3-7) يلاحظ بأن أعداد المستخدمين بقطاع السياحة قد زاد من (10,039) مستخدم عام 2006 إلى (12,522) مستخدم عام 2008 أي بزيادة قدرها (2483) مستخدم خلال نفس الفترة ، وقد كانت الزيادة في أعداد المستخدمين في قطاع السياحة تشمل العاملين في مجال الإرشاد السياحي والعاملين بخدمات المطاعم والمقاهي والفنادق والعاملين بالشركات والتشاركيات والمكاتب السياحية .

الجدول رقم (3-7)
أعداد المستخدمين بقطاع السياحة في ليبيا خلال الفترة (2006-2008)

البيان	2006	2007	2008	التغير خلال الفترة (2006-2008)
أعداد المرشدين	159	215	271	112
العاملين بخدمات المطاعم والمقاهي والفنادق	6198	6418	6786	588
العاملين بالشركات والتشاركيات والمكاتب السياحية	3682	4580	5465	1783
المجموع	**10039**	**11213**	**12522**	**2483**

المصدر: - الهيئة العامة للمعلومات ، الكتاب الإحصائي، أعداد مختلفة .
- مصرف ليبيا المركزي ، التقرير السنوي الثالث والخمسون ،2009 .
- الهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية ، واقع صناعة السياحة في ليبيا (2000-2008) .

وأخذاً في الاعتبار أهمية تنمية العناصر البشرية المتخصصة في مجال السياحة فأنه قد تم تأسيس العديد من المعاهد المتوسطة والعليا المتخصصة في مجال المهن الفندقية وذلك كما هو مبين في الجدول رقم (3-8) .

وتجدر الإشارة إلى أن هذه المعاهد تتولي تدريب العناصر الوطنية اللازمة لتشغيل المرافق السياحية المختلفة مثل الأماكن السياحية والفنادق والمقاهي ، وهي بالتالي تخرج أفراد متخصصين في مجال السياحة والمهن الفندقية ، علماً بأن هذه المعاهد يتم تمويلها والإشراف عليها من قبل الدولة .

وبالإضافة إلى هذه المعاهد فأنه في السنوات الأخيرة قد تم افتتاح أقسام علمية تهتم بموضوع السياحة على المستوى التعليم الجامعي وذلك في كل من جامعة المرقب وجامعة مصراته وجامعة الزاوية وجامعة طرابلس وأكاديمية الدراسات العليا بجنزور.

وفي أطار الحديث عن تنمية العناصر البشرية المتخصصة في مجال السياحة فأنه قد بلغ عدد الخرجين من المعاهد العليا بكل من طرابلس ومصراته وسوسه (1741) خريج وذلك خلال الفترة (1998-2008) كما هو مبين في الجدول رقم (3-9) .

الجدول رقم (3-8)
أماكن المعاهد المتوسطة والعليا المتخصصة في مجال المهن الفندقية

ر.م	المعاهد المتوسطة	المعاهد العليا
1	-	طرابلس
2	بنغازي	بنغازي
3	مصراته	مصراته
4	-	زواره
5	-	سوسه

6	-	وادي الحياة
7	الزاوية	-
8	صبراته	-
9	شحات	-

*** المعهد العالي بوادي الحياة متخصص في السياحة والصناعات التقليدية**
المصدر : الهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية ، واقع صناعة السياحة في ليبيا (2000-2008) .

الجدول رقم (9-3)
أعداد خريجي بعض المعاهد العليا المتخصصة في مجال المهن الفندقية

المعهد	الفترة الزمنية	عدد الخرجين	المتوسط السنوي
طرابلس	2008-1998	864	86
مصراته	2007-1999	467	58
سوسه	2007-1999	410	51
المجموع	**-**	**1741**	**195**

المصدر: الهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية ، واقع صناعة السياحة في ليبيا (2000-2008) .

(3-7) المؤشرات السلبية والإيجابية لأداء قطاع السياحة :

تشير المعلومات المتاحة إلى أن هناك بعض المؤشرات السلبية بشأن أداء قطاع السياحة في ليبيا ومن بين هذه المؤشرات ما يلي : (1)

1- وجود صعوبات وعراقيل بخصوص الأراضي الواقعة في مناطق التنمية السياحية حيث أن الكثير من هذه الأراضي هي أملاك خاصة وهذا ما يعيق عملية الاستثمار السياحي وإقامة المشاريع عليها .

2- صعوبة الحصول على القروض من المصارف التجارية لتمويل المشاريع السياحية للمستثمر الوطني وذلك نظراً لتقييد الإقراض بشروط صعبة ومعدلات فائدة عالية .

3- ضعف البنية الأساسية لأنظمة النقل والاتصالات ومرافق الإيواء في العديد من أماكن الجذب السياحي أو المعروضة للاستثمار السياحي لمواكبة حركة السياحة .

4- أن الحسابات القومية لا تبين تقديرات للقيمة المضافة في قطاع السياحة وهنا يجب ملاحظة أن هذا القطاع مترابط ومتداخل مع الكثير من الأنشطة الاقتصادية بالقطاعات الأخرى ، وتشير بعض التقديرات بأن نسبة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للأنشطة غير النفطية بالأسعار الثابتة لعام 2003 لم تتجاوز 1% خلال الفترة (2009-2007) .

وعلى الرغم من وجود هذه المؤشرات السلبية فأن قطاع السياحة من جهة أخرى قد شهد خلال العشر السنوات الأخيرة بعض التحسن من حيث :

1- الاهتمام بالمعالم السياحية.
2- حدوث زيادة في أعداد السياح والزوار الأجانب والوطنيين لأماكن المعالم السياحية.
3- حدوث زيادة في أعداد الفنادق.
4- حدوث زيادة في أعداد الشركات السياحية والتشاركيات والمكاتب السياحية .

5- حدوث زيادة في أعداد المستخدمين بقطاع السياحة من مرشدين وعاملين بخدمات المطاعم والفنادق والمقاهي والعاملين بالشركات والتشاركيات والمكاتب السياحية.
6- وجود عدد من معاهد المهن الفندقية المتوسطة والعليا والمهتمة بتخريج أفراد من العناصر الوطنية اللازمة لتشغيل المرافق السياحية المختلفة .

---

(1) - أنظر :
- الهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية ، البرنامج التنموي (2000-2008) , مرجع سبق ذكره , ص5.
- مجلس التخطيط العام ، تقييم التنافسية في ليبيا ، ص75.
- وزارة التخطيط ، معهد التخطيط ، إمكانيات ومقومات التنوع القطاعي في الاقتصاد الليبي , مرجع سبق ذكره , ص172-174.
- مصرف ليبيا المركزي ، التقرير السنوي 54 لعام 2010 , ص43.

وفي الواقع فأن مثل هذه المؤشرات الإيجابية والتي تم الوصول إليها من خلال تحليل البيانات المتاحة والمنشورة عن طريق القنوات الرسمية تشير إلى أن هناك بعض التحسن في أداء القطاع السياحي في ليبيا ، وللتأكد من وجود هذا التحسن من عدمه من طرف رأي أخر يعتبر متلقي للخدمات السياحية فأن في هذا البحث سيتم تقييم واقع قطاع السياحة واستشراف أفاق تطويره في الاقتصاد الليبي وذلك من خلال وجه نظر الأفراد زائري ومستخدمي المرافق السياحية .

الفصل الرابع
نتائج الدراسة الميدانية

(4-1) مقدمة :

إن هذا الفصل يتناول التعريف بالدراسة الميدانية من خلال بيان النطاق الجغرافي للدراسة وهدف الدراسة وتوضيح منهجية الدراسة الميدانية، بالإضافة إلى ذلك فأنه قد تم في هذا الفصل عرض الخصائص العامة لعينة الدراسة , كما تناول الفصل تقييم الخدمات المقدمة من قطاع السياحة من وجهة نظر الأفراد زائري ومستخدمي هذه الخدمات واختبار صحة فرضيات **البحث**.

(4-2) التعريف بالدراسة الميدانية :

يتناول موضوع التعريف بالدراسة الميدانية تحديد هدف الدراسة وبيان منهجية الدراسة من حيث أدوات جمع البيانات ومجتمع وعينه الدراسة والية توزيع واستعادة استمارة الاستبيان.

(4-2-1) هدف الدراسة الميدانية :

تهدف الدراسة الميدانية إلى الأتي :

1- دراسة وتحليل خصائص العينة العشوائية التي تم اختيارها من الإفراد زائري ومستخدمي الخدمات السياحية .

2- تقييم الخدمات السياحية من وجهه نظر الإفراد زائري ومستخدمي هذه الخدمات .

(4-2-2) منهجية الدراسة الميدانية :

إن المنهجية التي اتبعت في الدراسة الميدانية تمثلت في الأتي:

أولاً: أدوات جمع البيانات :

لتقييم الخدمات السياحية من وجهة نظر الأفراد زائري ومستخدمي هذه الخدمات تطلب الأمر الأخذ بأساليب وأنواع محددة من الأدوات وذلك بغرض تجميع البيانات المطلوبة ومن تم تحليلها ، والأدوات التي تم الاعتماد عليها للحصول على البيانات الخاصة بالعينة هي كالتالي :

1- استمارة الاستبيان :

حتى يتم تحقيق هدف الدراسة الميدانية فقد تم تصميم استمارة استبيان تحتوى على أربعه أجزاء من الأسئلة :

الجزء الأول : يحتوي على أسئلة بخصوص الخصائص العامة لعينة الدراسة الميدانية .

الجزء الثاني : يحتوى على أسئلة بخصوص الأماكن الأثرية .

الجزء الثالث : يحتوى على أسئلة بخصوص الفنادق .

الجزء الرابع : يحتوي على أسئلة بخصوص استشراف الأفاق المستقبلية لقطاع السياحة .

وقد روعي في الأسئلة التي تضمنتها استمارة استبيان الأتي :

أ- تم صياغة الأسئلة بشكل واضح وسهل والابتعاد عن التعقيد حتى يتمكن الأفراد من الإجابة على أسئلة بسهولة ودقة .

ب- الأسئلة المغلقة هي الأسئلة السائدة وذلك حتى يمكن الحصول على بيانات ومعلومات دقيقة وقد كان الغرض من الأسئلة المطروحة في الاستبيان هو تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على الخصائص العامة لعينة الدراسة الميدانية كالجنس والعمر والمستوى التعليمي وغيرها من الخصائص الأخرى .
- التعرف على تقييم الخدمات التي يقدمها قطاع السياحة من وجهة نظر الأفراد زائري ومستخدمي الخدمات السياحية .

2- المقابلة الشخصية :

تم الاعتماد على أسلوب المقابلة الشخصية في بعض الأحيان لأنها تساعد المبحوث على فهم الأسئلة المطروحة ولضمان تعبئة الاستمارة بشكل صحيح .

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة :

أن مجتمع الدراسة هو عبارة عن جميع الأفراد زائري ومستخدمي الخدمات السياحية في ليبيا من الأجانب والوطنيين ، وقد تم اختبار عينة عشوائية بلغت (384) مفردة من مجتمع الدراسة وذلك استناداً إلى الجداول الإحصائية المختصة بتحديد أحجام العينة وفقاً لحجم المجتمع .

ثالثاً : آلية توزيع واستعادة استمارة الاستبيان :

بعد أن تم تصميم استمارة استبيان وتحديد حجم العينة العشوائية المستهدفة اتخذت الخطوات التالية :

1- بعد الانتهاء من وضع الأسئلة بصورة مبدئية تم إجراء اختبار (قبلي) وذلك لتحديد مدى وضوح وسهولة فهم الأسئلة وذلك بغرض التغلب على أي قصور قد يحصل ، واستبعاد الأسئلة غير الواضحة في الإجابة عنها .

2- من أجل التأكد من أتساق فقرات الاستبيان تم إجراء اختبار(ألفا كرونباخ) وبلغت قيمة هذا الاختبار(0.853) وهي نسبة ثبات مرتفعة ومقبولة لأغراض التحليل الإحصائي.

3- بعد أجراء الاختبار القبلي واختبار اتساق فقرات الاستبيان ووضع أسئلة الاستبيان في صورتها النهائية تم توزيع استمارات الاستبيان على الإفراد زائري مستخدمي الخدمات السياحية .

وقد أجريت الدراسة الميدانية خلال الفترة (2010-5-1)- (2011-1-31) ,أي أن عملية توزيع واستعادة استمارة الاستبيان استغرقت تسع شهور وقد تم استعادة كافة استمارات الاستبيان الموزعة ولم يكن هناك فاقد في استمارات الاستبيان .

(4-3) الخصائص العامة لعينة الدراسة :

فيما يلي عرض وتحليل للخصائص العامة لعينة الدراسة الميدانية المتمثلة في الأفراد زائري ومستخدمي الخدمات السياحية :

1- توزيع أفراد العينة حسب الجنس :

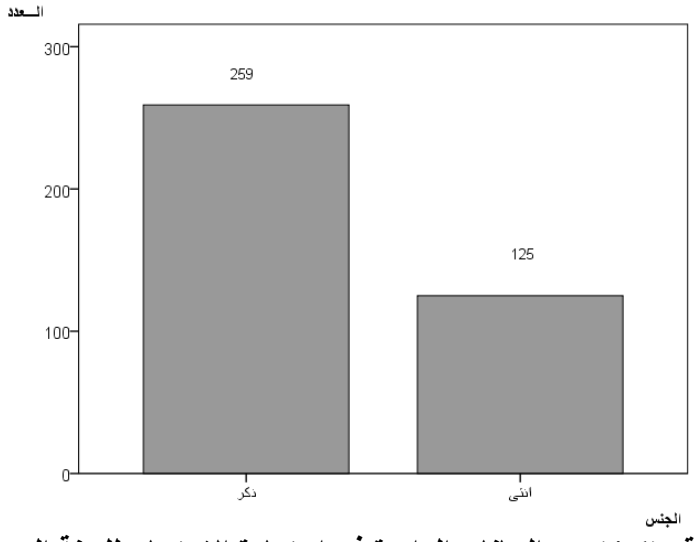
يتبين من الجدول رقم (4-1) أن مجموع أفراد العينة من الذكور قد بلغ (259) ومجموع أفراد العينة من الإناث قد بلغ (125) وبالتالي فأن نسبة الإناث في العينة تبلغ (32.6%) والذكور (67.4%) وهذا يشير إلى أن أغلبية أفراد العينة هم من الذكور.

الجدول رقم (4-1)
توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكور	259	67.4
إناث	125	32.6
المجموع	**384**	**100**

المصدر: حسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

الشكل رقم (4-1)
توزيع العينة حسب الجنس



المصدر: بيانات

الجدول رقم (4-1) من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

2- توزيع أفراد العينة حسب الجنسية :

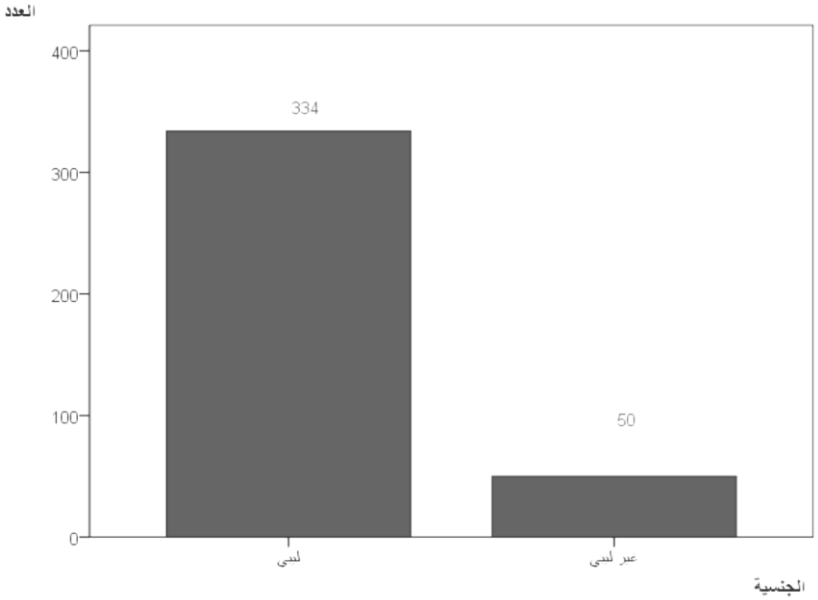
يشير الجدول رقم (2-4) إلى أن عدد الليبيين قد بلغ (335) و عدد غير الليبيين قد بلغ (49) أي نسبة غير الليبيين بلغت (12.76%) ونسبة الليبيين بلغت (87.24%) .
وتجدر الإشارة إلى أن أفراد عينة غير الليبيين هم من المقيمين في ليبيا .

الجدول رقم (2-4)
توزيع العينة حسب الجنسية

الجنسية	التكرار	النسبة %
ليبي	335	87.24
غير ليبي	49	12.76
المجموع	**384**	**100**

المصدر: حسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

الشكل رقم (2-4)
توزيع العينة حسب الجنسية



المصدر: بيانات الجدول رقم (2-4) من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

3- توزيع أفراد العينة حسب الوضع الاجتماعي :

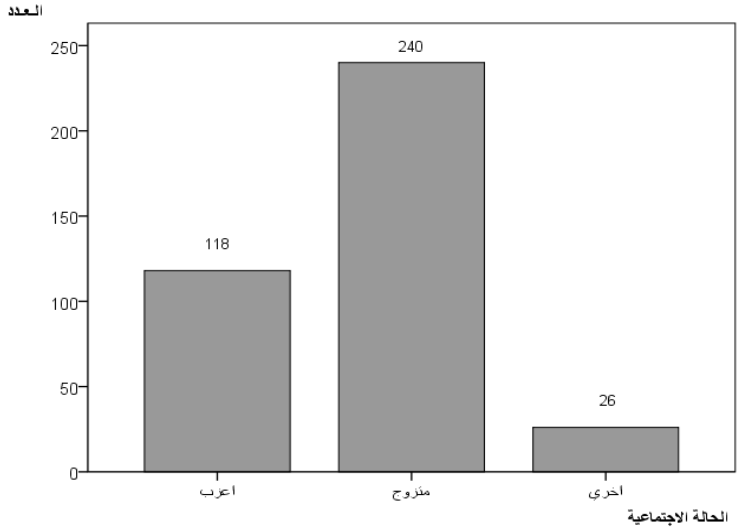
يتضح من البيانات الجدول رقم (3-4) إلى أن عدد أفراد العينة العزاب قد بلغ (118) وبنسبة (30.7%) وعدد أفراد العينة المتزوجين قد بلغ (240) وبنسبة (62.5%) والحالات الأخرى قد بلغت (26) وبنسبة (6.8%) وبالتالي فأنه يتبين أن أغلب أفراد العينة هم من المتزوجين .

الجدول رقم (3-4)
توزيع العينة حسب الوضع الاجتماعي

الوضع الاجتماعي	التكرار	النسبة %
اعزب	118	30.7
متزوج	240	62.5
أخرى	26	6.8
المجموع	**384**	**100**

المصدر: حسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

الشكل رقم (3-4)
توزيع العينة حسب الوضع الاجتماعي



المصدر: بيانات الجدول رقم (3-4) من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

4- توزيع أفراد العينة حسب العمر :

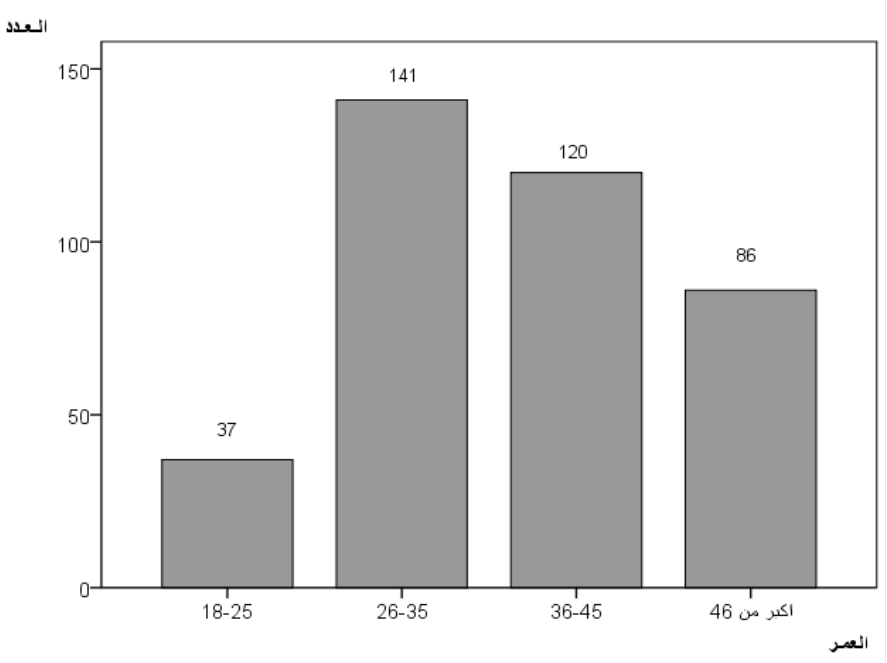
يتبين من الجدول رقم (4-4) أن (9.6%) من مجموع أفراد العينة تنحصر أعمارهم في الفئة العمرية (18-25) وأن (36.7%) من مجموع أفراد العينة تنحصر أعمارهم في الفئة العمرية (26-35) وأن (31.25%) من مجموع أفراد العينة تنحصر في الفئة العمرية (36-45) وأن (22.4%) من مجموع أفراد العينة تزيد أعمارهم عن 46 ومن هنا أن أغلبية أفراد العينة تنحصر أعمارهم في الفئة العمرية (26-35) .

الجدول رقم (4-4)
توزيع العينة حسب العمر

الفئات العمرية	التكرار	النسبة %
18-25	37	9.6
26-35	141	36.7
36-45	120	31.25
اكبر من 46	86	22.4
المجموع	**384**	**100**

المصدر: حسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

الشكل رقم (4-4)
توزيع العينة حسب العمر



المصدر: بيانات الجدول رقم (4-4) من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

5- توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي :

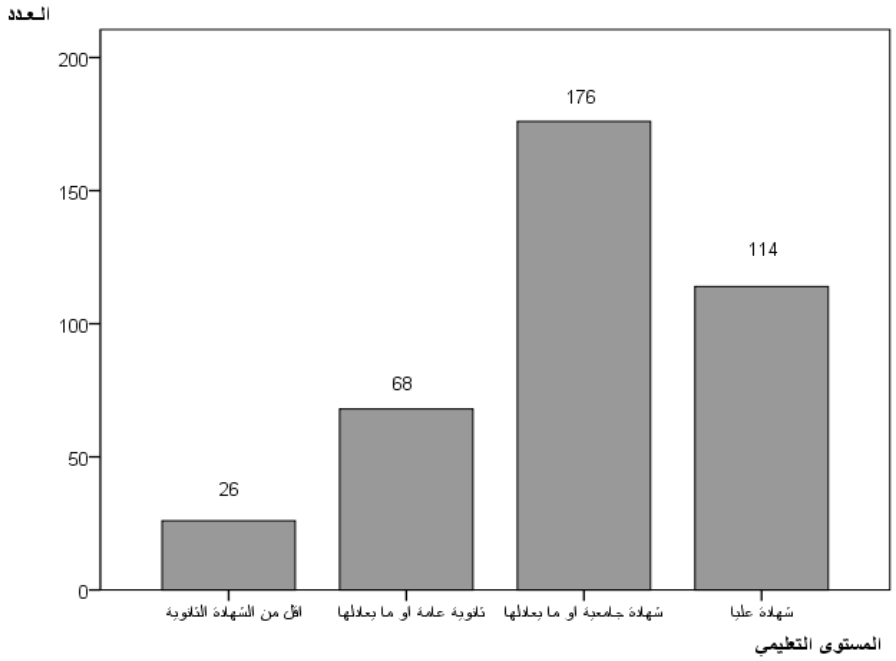
يتضح من بيانات الجدول رقم (5-4) أن(6.8%) من أفراد العينة مستواهم التعليمي أقل من الشهادة الثانوية و (17.7%) من أفراد العينة متحصلون على الثانوية العامة أو ما يعادلها وأن (45.8%) من أفراد العينة متحصلون على الشهادة الجامعية أو ما يعادلها وأن (29.7%) من أفراد العينة متحصلون على شهادة عليا ، وهذه البيانات تبين أن أغلبية أفراد العينة هم من المتحصلين على شهادات جامعية أو ما يعادلها .

الجدول رقم (5-4)
توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
اقل من الشهادة الثانوية	26	6.8
ثانوية او ما يعادلها	68	17.7
شهادة جامعية او ما يعادلها	176	45.8
شهادة عليا	114	29.7
المجموع	**384**	**100**

المصدر: حُسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

الشكل رقم (5-4)
توزيع العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: بيانات الجدول رقم (5-4) من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

6- توزيع أفراد العينة حسب جهة العمل :

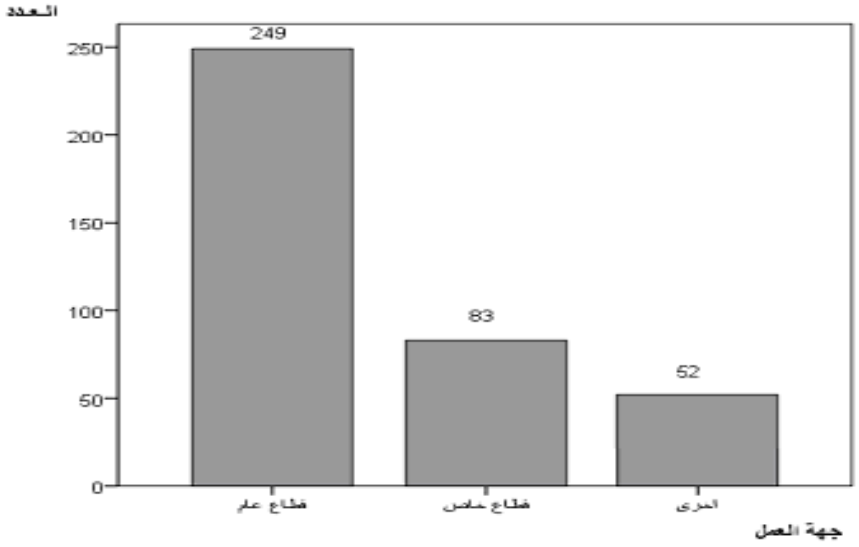
يتضح من بيانات الجدول رقم (6-4) أن نسبة (64.8%) من أفراد العينة يعملون بالقطاع العام، وأن نسبة (21.6%) من أفراد العينة يعملون بالقطاع الخاص ، والحالات الاخرى من افراد العينة كانت نسبتهم (13.54%) , وهذه البيانات تبين أن أغلبية أفراد العينة هم يعملون في القطاع العام .

الجدول رقم (6-4)
توزيع العينة حسب جهة العمل

جهة العمل	التكرار	النسبة %
القطاع العام	249	64.8
القطاع الخاص	83	21.6
أخرى	52	13.54
المجموع	**384**	**100**

المصدر: حسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

الشكل رقم (6-4)
توزيع العينة حسب جهة العمل



المصدر: بيانات الجدول رقم (6-4) من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

7- توزيع أفراد العينة حسب الدخل الشهري :

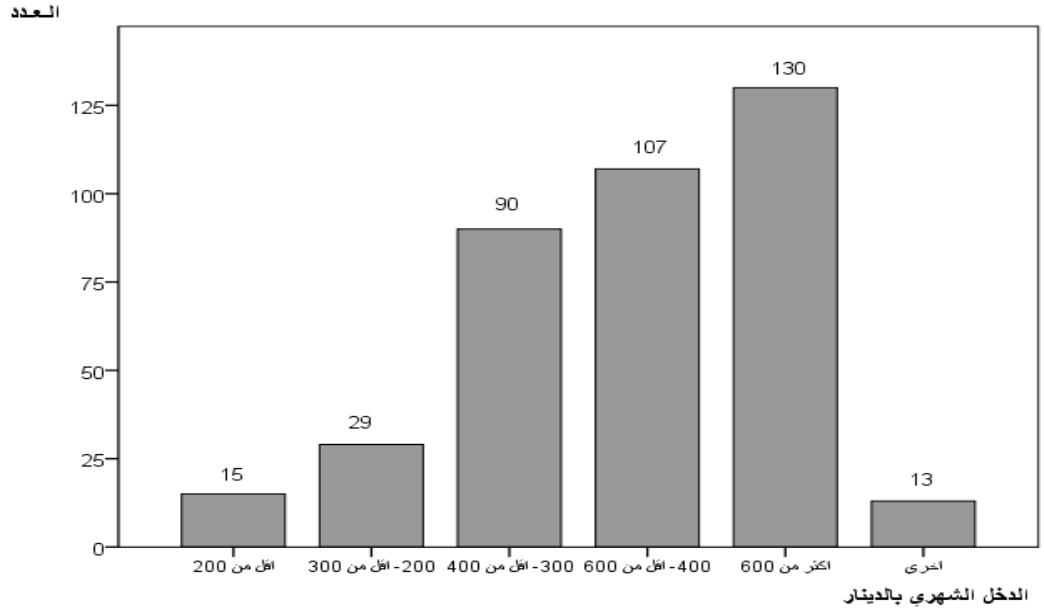
يتضح من بيانات في الجدول رقم (7-4) أن (3.9%) من أفراد العينة يتحصل على دخل أقل من (200) دينار وأن (7.6%) من أفراد العينة يتحصل على دخل ما بين (200- 300) دينار وأن نسبة (23.4%) من أفراد العينة يتحصل على دخل ما بين (300- 400) دينار وأن نسبة (27.9%) من أفراد العينة يتحصل على دخل ما بين (400- 600) دينار وأن نسبة (33.9%) من أفراد العينة يتحصل على دخل أكبر من (600) دينار وأن نسبة (3.3%) من أفراد العينة هي حالات أخرى، وهذه البيانات تشير إلى أن أغلبية أفراد العينة يتحصلون علي دخل أكبر من(600) دينار.

الجدول رقم (7-4)
توزيع العينة حسب الدخل الشهري

دخل الشهري	التكرار	النسبة %
اقل 200	15	3.9
300 -200	29	7.6
400 – 300	90	23.4
600 -400	107	27.9
اكثر من 600	130	33.9
أخرى	13	3.3
المجموع	**384**	**100**

المصدر: حسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

الشكل رقم (7-4)
توزيع العينة حسب الدخل الشهري



المصدر: بيانات الجدول رقم (7-4) من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

8- توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة :

يتضح من البيانات في الجدول رقم (8-4) أن (18.5%) من أفراد العينة هم أعضاء هيئة تدريس جامعيين وأن (10.7%) من أفراد العينة هم معلمين في التعليم العام وأن(5.2%) من أفراد العينة هم أطباء ، وكانت نسبة المهندسين(12.0%) والمحاسبين (8.6%) والمحامين (4.2%) والموظفين (21.4%) والإعمال الحرة (6.4%) والحالات الأخرى كانت نسبتهم (13.0%).

الجدول رقم (8-4)

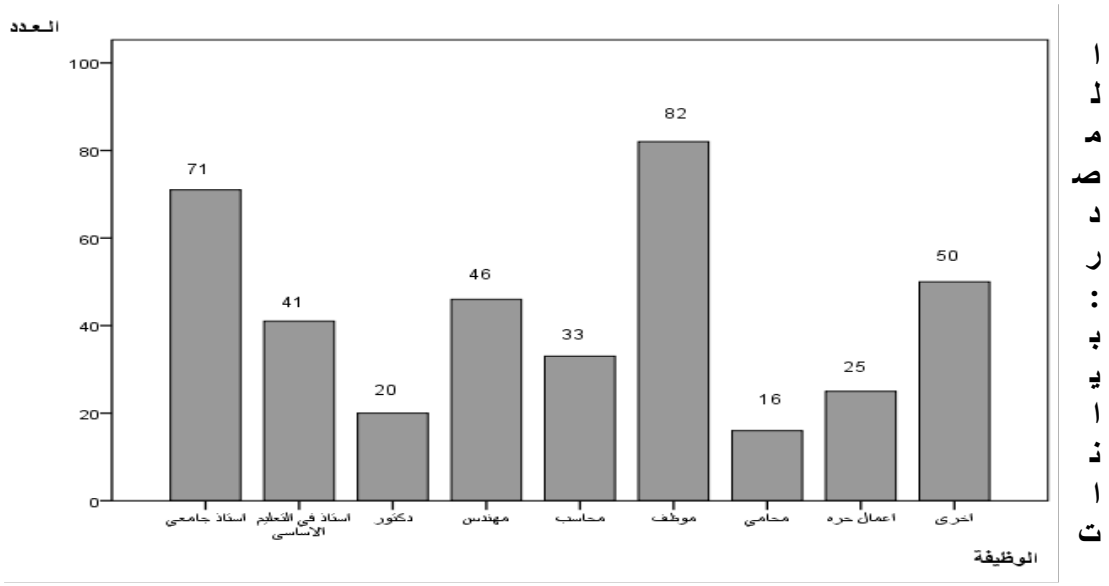
توزيع العينة حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة
عضو هيئة تدريس جامعي	71	18.5
معلم في التعليم العام	41	10.7
طبيب	20	5.2
مهندس	46	12.0
محاسب	33	8.6
محامي	16	4.2
موظف	82	21.4
اعمال حره	25	6.4
أخرى	50	13.0
المجموع	**384**	**100**

المصدر: حسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

الشكل رقم (8-4)

توزيع العينة حسب الوظيفة



الجدول رقم (8-4) من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

9- توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة :

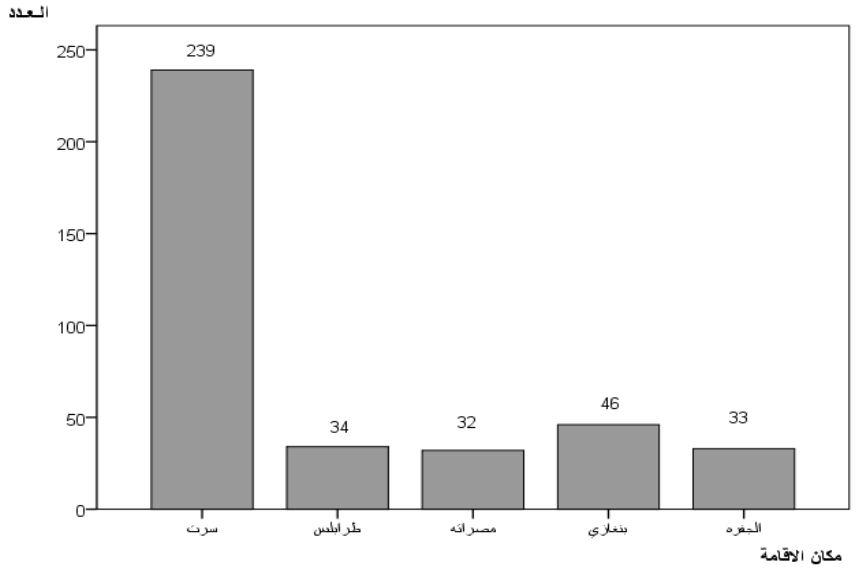
نلاحظ من الجدول رقم(9-4) أن(62.2%) من أفراد العينة هم من مدينة سرت و(8.9%)هم من مدينة طرابلس و(8.3%) من مدينة مصراته و(12.0%) هم من مدينة بنغازي و (8.6%) من مدينة الجفرة ، وبالتالي فأن هذا يعني أن أفراد العينة موزعين على عدة مدن ليبية .

الجدول رقم (9-4)
توزيع العينة حسب مكان الإقامة

مكان الإقامة	التكرار	النسبة
سرت	239	62.2
طرابلس	34	8.9
مصراته	32	8.3
بنغازي	46	12.0
الجفره	33	8.6
المجموع	**384**	**100**

المصدر: حسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

الشكل رقم (9-4)
توزيع العينة حسب مكان الإقامة



المصدر: بيانات الجدول رقم

(4-9) من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

10- توزيع أفراد العينة حسب الأماكن الأثرية والمتاحف التي تم زيارتها :

يبين الجدول رقم (10-4) أن أغلبية أفراد العينة قاموا بزيارة لبده وشحات والسرايا الحمراء ونسبتهم على التوالي (74.21%) ,(47.65%) , (44.53%) وأقل نسبة كانت في القلعة ومحمية مسلاته وهي (1.30%) , (0.26%). وقد بلغ إجمالي الأماكن الأثرية والمتاحف التي تم زيارتها (29) متحف . وهذه المعلومات تشير إلى أن العديد من المعالم الأثرية التي تم الإشارة إليها في الفصل الثالث من هذه الدراسة قد تم زيارتها، وبالتالي فأن تقييم أفراد العينة سيكون موضوعي من واقع الأسئلة التي تحتويها استمارة الاستبيان.

الجدول رقم (10-4) توزيع العينة حسب الأماكن الأثرية والمتاحف التي تم زيارتها

ر.م		الأماكن الأثرية والمتاحف	التكرار	النسبة%
1	الأماكن الأثرية	لبدة الكبرى– لبده	285	74.21
2		شحات	183	47.65
3		القلعة - الجبل الغربي	5	1.30
4		سلطان– سرت	138	35.93
5		صبراتة	119	30.98
6		الجبل الاخضر- بنغازي	98	25.52
7		قبرعون - وادي الحياة	75	18.75
8		سوسة	72	18.75
9		درنة	61	15.88
10		تاجوراء	6	1.56
11		راس هلال - الجبل الاخضر	39	10.15
12		محمية مسلاتة - مسلاته	1	0.26
13		غدامس	27	7.03
14		قرزة - سرت	25	6.51
15		المدينة القديمة بطرابلس	22	5.72
16		جزيرة فروة	21	5.46
17		البيضاء	21	5.46
18		عين كبريت - العقيلة	15	3.90
19		الجبل الغربي	13	3.38
20		المدينة القديمة بهون	13	3.38
21		جبل غريان –غريان	12	3.12
22		جرمه	10	2.60
23		غات	10	2.60
24		واو الناموس - جنوب ليبيا	8	2.08
25		القريات القديمة – الحمادة الحمراء	6	1.56
26	المتاحف	السرايا الحمراء – طرابلس	171	44.53
27		متحف ليبيا – طرابلس	37	9.63
28		متحف بنغازى - بنغازي	42	10.93

29		المتحف الاسلامى – طرابلس	7	1.82

المصدر: حُسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

11- توزيع أفراد العينة حسب الفنادق التي تم السكن بها :

يتبين من الجدول رقم (11-4) أن أفراد العينة قد سكنوا في عدد كبير من الفنادق الموجودة في المدن الليبية المختلفة أخذين بعين الاعتبار أن بعض الفنادق هي أكثر استخداماً دون غيرها ، غير أن النقطة التي ينبغي الإشارة إليها هنا أن أفراد العينة وفقاً لهذه المعلومات يفترض أن يكونوا قادرين على تقييم الوضع الفندقي من خلال تجربتهم السابقة مع هذه الفنادق.

الجدول رقم (11-4)
توزيع العينة حسب الفنادق التي تم السكن بها

ر.م	اسم الفندق	النسبة%	التكرار
1	الواحات – طرابلس	31.25	120
2	باب البحر- طرابلس	24.73	95
3	الكبير- طرابلس	24.21	93
4	تبستي – بنغازي	21.09	81
5	اوزو – بنغازي	13.80	53
6	المهاري – طرابلس	11.45	44
7	قوزالتيك – مصراتة	9.89	38
8	قصور الضيافة – سرت	9.37	36
9	المدينة – طرابلس	8.33	32
10	السلام – طرابلس	7.03	27
11	المهاري- سرت	6.51	25
12	إفريقيا – بنغازي	5.98	23
13	المدينة- سرت	5.46	21
14	الجوهرة- بنغازي	5.46	21
15	الفصول الأربعة- طرابلس	5.46	21
16	قصرالبيضاء- الجبل الأخضر	4.68	18
17	قصر ليبيا – طرابلس	4.42	17
18	الواحات – هون	3.90	15
19	مرحبا- بنغازي	3.90	15

ر.م	اسم الفندق	النسبة%	التكرار
20	المسيرة- طبرق	3.90	15
21	الأصيل- صبراته	3.64	14
22	الجبل الأخضر- بنغازي	2.86	11
23	الشاطئ - طرابلس	2.34	9
24	عمر الخيام - بنغازي	2.08	8
25	اللولؤة الجبل - الأخضر	2.08	8
26	القلعة - سبها	1.82	7
27	الجودة - طرابلس	1.56	6
28	القرية السياحية- طرابلس	1.56	6
29	النجمة- بنغازي	1.30	5
30	زليتن السياحي- زليتن	1.30	5
31	الفتح- طرابلس	1.04	4
32	البحرالمتوسط - صبراته	1.04	4
33	طيبة - طرابلس	1.04	4
34	كورنتيا - طرابلس	0.78	3
35	السريا - طرابلس	0.78	3
36	سوسة - سوسة	0.52	2
37	أطلس- طرابلس	0.26	1
38	الودان - طرابلس	0.26	1

المصدر: حُسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

(4-4) تقييم الخدمات التي يقدمها قطاع السياحة :

لتقييم الخدمات التي يقدمها قطاع السياحة تم احتساب المتوسط الحسابي لكل عنصر من عناصر الرضا التي تعكسها العبارات العشرين المحددة باستمارة الاستبيان وكذلك متوسط الرضا العام لعناصر الرضا مجتمعة وذلك باستخدام مقياس ليكرت الخماسي .(1)
وقد ارتبطت العبارات العشرين بمقياس ليكرت المكون من (5) نقاط تراوحت ما بين رقم (1) ويعبر عن عدم الموافقة المطلقة ورقم (5) ويعبر عن الموافقة التامة في حين يعبر الرقم (3) عن حيادية المقياس ، وعليه فإننا سنفترض في هذا الخصوص أن أي درجة أكبر من (3) تعني أن تقييم الزوار ومستخدمي الخدمات التي يقدمها قطاع السياحة هو تقييم إيجابي وأن أي درجة أقل من (3) تعني أن تقييم الزوار والسياح للخدمات التي يقدمها قطاع السياحة هو تقييم سلبي ، وقد تم ربط مقياس ليكرت مع المتوسط الحسابي المتحصل عليه كما هو مبين في الجـــدول (4-12) .

الجدول رقم (12-4)
المتوسط الحسابي ومستوى الرضا

المتوسط الحسابي	مستوي الرضا
أكبر من (4) إلي (5)	راضي تماما
أكبر من (3) إلى (4)	راضي
أقل من (3) إلى (2)	غير راضي
أقل من (2) إلى (1)	غبر راضي تماما

وتحقيقاً لأهداف البحث فقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي مرتين ، استخدم المرة الأولى لقياس مستوى الخدمة المقدمة في الأماكن الأثرية واستخدم في المرة الثانية لقياس مستوى الخدمة المقدمة من قبل الفنادق ، ويبين الجدول رقم (4-13) التكرارات والمتوسطات الحسابية لإجابات الزوار ومستخدمي الأماكن الأثرية ، أما الجدول رقم (4-14) فيبين التكرارات والمتوسطات الحسابية لإجابات الزوار ومستخدمي الفنادق .

---

(1)- مقياس ليكرت هو مقياس يستخدم للتحليل الإحصائي وأول من طوره هو Rensis Likert عام 1932 من جامعة ميتشغان بالولايات المتحدة الأمريكية . وهذا المقياس يستخدم لتقييم الردود الشخصية للأفراد الذين شاركوا في الإجابة على أسئلة الاستبيان الذي يدرس موضوع معين . ومقياس ليكرت يستخدم على عدة مستويات منها مقياس ليكرت الثلاثي ومقياس ليكرت الخماسي وهو الأكثر شيوعاً. وعلى سبيل المثال مقياس ليكرت الخماسي يمكن أن يأخذ المستويات التالية : موافقا تماماً وموافق ولا أدري وغير موافق وغير موافق تماماً وتعطى لكل مستوي من هذه المستويات درجة معينة حيث تعطي (5) لموافق تماماً وتنخفض هذه الدرجات إلى (1) لغير موافق على الإطلاق ومن ثم يمكن حساب المتوسط الحسابي المرجح والمتوسط الحسابي العام وربط ذلك بمستوي الرضا .

ومن خلال الاطلاع على البيانات والنتائج الواردة بالجدولين رقمي (4-13) و(4-14) يمكن الإشارة إلى النقاط التالية :
أولاً : أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن الأماكن الأثرية ومستوى خدماتها كما هو مبين في الجدول رقم (4-13) تراوحت ما بين (2.47) كحد أدنى و (3.91) كحد أعلى ، وهذا يعني أن هؤلاء الأفراد في وضع ما بين راضي وغير راضي على بعض العناصر المكونة للخدمات السياحية ، وفي الواقع فأن العناصر التي أشارت إليها نتائج الدراسة الميدانية بأن هؤلاء الأفراد غير راضيين عليها يمكن حصرها في العناصر التالية :

1- يوجد بالأماكن الأثرية والمتاحف مرشدين بعدد كاف .
2- المرشدون بالأماكن الأثرية والمتاحف مؤهلين للرد على استفسارات الزوار .
3- هناك اهتمام من جانب الأجهزة المسؤولة بالأعداد والتأهيل الجيد للعاملين بالأماكن الأثرية والمتاحف .
4- الخدمات المقدمة في الأماكن الأثرية والمتاحف جيدة وكافية لتلبية احتياجات الزوار (مثل وجود المطاعم والمقاهي ودورة المياه والمظلات ...).

5- يتم استخدام الوسائل الإعلامية الحديثة لتعريف بالأماكن الأثرية والمتاحف (مثل الإعلان عن هذه الأماكن في شبكة المعلومات الدولية وفي الصحف والمجلات...).
6- تقوم الجهات المسؤولة عن الأماكن الأثرية والمتاحف بوضع علامات إرشادية .
7- يتم توزيع مطويات تعريفية عند زيارة الأماكن الأثرية والمتاحف.
8- يوجد اهتمام من حيث المظهر العام بالأماكن الأثرية والمتاحف (من حيث النظافة والمحافظة على الإدامة والصيانة) .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذه العناصر متوسطاتها الحسابية واقعة ما بين (2.47) كحد أدني و (2.82) كحد أعلى وهي في المدى الذي يعبر عن عدم الرضا أما بالنسبة لبقية العناصر المكونة للخدمات السياحية من جانب الأماكن الأثرية فأن متوسطاتها الحسابية واقعة ما بين(3.15) كحد أدنى و(3.91) كحد أعلى وهما في المدى الذي يعبر عن الرضا .
وفيما يتعلق بالمتوسط الحسابي العام فقد كان مساوياً (3.14) وهو ما يفيد بأن أفراد العينة راضيين عن الخدمات السياحية في الأماكن الأثرية بصفة عامة.

ثانياً : أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن الفنادق ومستوى خدماتها كما هو مبين في الجدول رقم (14-4) فقد تراوحت ما بين (2.12) كحد أدنى و (4.10) كحد أعلى وهذا يعني أن هؤلاء الأفراد هم في وضع غير راضي و راضي تماماً على بعض العناصر المكونة للخدمات السياحية ، وفي الواقع فأن العناصر التي أشارت إليها نتائج الدراسة الميدانية بأن هؤلاء الأفراد غير راضيين عليها يمكن حصرها في العناصر التالية :

1- أسعار الإقامة بالفنادق مناسبة .
2- أسعار المطاعم والمقاهي بالفنادق مناسبة .
3- الخدمات المقدمة بالفنادق جيدة وكافية لتلبية احتياجات الزبائن (تحويلات العملة الأجنبية ، الانترانت، حاملي الحقائب ، الغسيل ، الكي... الخ) .
4- تقوم إدارة الفنادق بتنفيذ برامج ترفيهية للزبائن بصورة دورية (حفلات) .
5- تستخدم الفنادق وسائل إعلامية حديثة لتعريف الزبائن به وعن خدماته .
6- يوجد بالفندق مطويات تعريفية عن الأماكن السياحية .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذه العناصر متوسطاتها واقعة ما بين (2.12) كحد أدنى و (2.91) كحد أعلى وهي في المدى الذي يعبر عن عدم الرضا أما بالنسبة لبقية العناصر المكونه للخدمات السياحية من جانب الفنادق فأن متوسطاتها الحسابية واقعة ما بين(3.01) كحد أدنى و(4.10) كحد أعلى وهما في المدى الذي يعبر عن الرضا.
وفيما يتعلق بالمتوسط الحسابي العام فقد كان مساوياً (3.352) وهو ما يفيد بأن أفراد العينة راضيين عن الخدمات الفندقية .

(5-4) اختبار صحة فرضيات البحث :

لاختبار صحة فرضيات البحث إحصائياً تم القيام بالإجراءات التالية :
1- أن الاختبار الإحصائي للفرضيات يمكن صياغته كما يلي :

H_0: $U = 3$
H_1: $U > 3$

حيث : H_0 فرضية العدم .
H_1 الفرض البديل والذي يشير إلى الرضا بصفة عامة .
2- تحديد مستوى المعنوية عند القيمة (0.05) وذلك لشيوع استخدامه في مثل هذا النوع من البحوث .
3- نظراً لكبر حجم العينة فأنه في إطار اختبار فرضيات البحث تم اختيار توزيع (z). وفي هذا الخصوص فأنه تجدر الإشارة إلى إن قيمة (z) الجدولية عند مستوى معنوية قدره (0.05) لحجم العينة (384) ستكون مساوياً إلى :

$Z_{(0.05)} = 1.645$

4- تم احتساب قيمة (z) عن طريق المعادلة التالية :

$$z = \frac{\bar{x} - u}{\left(sl\sqrt{n}\right)}$$

حيث $\overline{X}$:

: المتوسط الحسابي العام

u : قيمة فرض العدم

s : الانحراف المعياري للعينة

n : حجم العينة

5- وأخذاً في الاعتبار ما تم ذكره أعلاه فأنه قد تم اختبار صحة فرضيات البحث وذلك كما هو مبين فيما يلي :

أ- اختبار صحة الفرضية الأولى :

فرض العدم : أن الإفراد زائري ومستخدمي المرافق السياحية غير راضيين عن الأماكن الأثرية ومستوى خدماتها .

الفرض البديل : أن الإفراد زائري ومستخدمي المرافق السياحية راضيين عن الأماكن الأثرية ومستوى خدماتها .

بالنظر إلى الجدول رقم (15-4) نجد أن قيمة (z) المحسوبة قد بلغت (3.878) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) وحيث أن (z) المحسوبة اكبر من (z) الجدولية التي وهي مساوياً (1.645) ، فأننا بالتالي نرفض الفرض العدم ونقبل الفرض البديل ، وهذه النتيجة تؤكد ما تم التوصل إليه في السابق من أن المتوسط الحسابي العام كان مساوياً إلى (3.14) وهو يأتي في منطقة التقييم الموجب للأماكن الأثرية ومستوى خدماتها (أنظر الجدول رقم (12-4)) ويجب أن نلاحظ إلى أنه على الرغم من قبول الفرض البديل والذي يشير إلى رضا أفراد العينة عن الأماكن الأثرية ومستوى خدماتها ألا أن هذا التقييم كان مساوياً (63%) من القيمة العليا للتقييم حسب مقياس ليكرت .

الجدول رقم (15-4)

المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري وقيمة Z المحسوبة لتقييم الأماكن الأثرية ومستوى خدماتها

البيان	القيمة
المتوسط الحسابي العام	3.14
الانحراف المعياري	0.707
قيمة Z المحسوبة	3.878

المصدر: حُسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

ب- اختبار صحة الفرضية الثانية :

فرض العدم : الإفراد زائري ومستخدمي المرافق السياحية غير راضيين عن الفنادق السياحية ومستوى خدماتها .

الفرض البديل : الإفراد زائري ومستخدمي المرافق السياحية راضيين عن الفنادق السياحية ومستوى خدماتها.

بالنظر إلى الجدول رقم (16-4) نجد أن قيمة (z) المحسوبة قد بلغت (10.634) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) , وحيث أن (z) المحسوبة أكبر من (z) الجدولية والتي هي مساوية إلى (1.645) فأننا بالتالي نرفض فرض العدم ونقبل الفرض البديل .

وهذه النتيجة تؤكد ما تم التوصل إليه في السابق من أن المتوسط الحسابي العام كان مساوياً إلى (3.352) وهو يأتي في منطقة التقييم الموجب للفنادق السياحية ومستوى خدماتها(انظر الجدول رقم (12-4)) ، ويجب أن نلاحظ هنا أنه على الرغم من قبول الفرض البديل والذي يشير إلى رضا أفراد العينة عن الفنادق السياحية ومستوى خدماتها إلا أن هذا التقييم كان مساوياً (67%) من القيمة العليا للتقييم حسب مقياس ليكرت .

الجدول رقم (4-16)
المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري وقيمة Z المحسوبة لتقييم الفنادق السياحية ومستوى خدماتها

البيان	القيمة
المتوسط الحسابي العام	3.352
الانحراف المعياري	0.648

العبارات	نعم	لا	

المصدر: حُسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

(4-6) استشراف أفاق تطوير قطاع السياحة :

كما تبين من خلال ما تم عرضه في الفصل الثالث من هذا البحث إلى أنه مع بداية هذا القرن قد تم توجيه بعض الاهتمام من قبل الدولة نحو قطاع السياحة وقد انعكس هذا الاهتمام في الآتي:

1- إنفاق ملايين الدينارات الليبية على قطاع السياحة .
2- الاهتمام بالمعالم السياحية .
3- حدوث زيادة في أعداد السواح والزوار الأجانب والوطنيين لأماكن المعالم السياحية.
4- حدوث زيادة في أعداد الفنادق.
5- حدوث زيادة في أعداد الشركات السياحية والتشاركيات والمكاتب السياحية .
6- حدوث زيادة في أعداد المستخدمين بقطاع السياحة.
7- وجود عدد من معاهد المهن الفندقية المتوسطة العليا.

وكما تبين من خلال عرض نتائج الدراسة الميدانية في هذا الفصل أن أفراد العينة راضيين إلى حد ما عن خدمات قطاع السياحة حيث نسبة الرضا بالنسبة للمعالم الأثرية تساوي (63%) من أجمالي النسبة العليا للرضا وكانت نسبة الرضا بالنسبة للفنادق السياحية تساوي (67%) من أجمالي النسبة العليا للرضا، وبالتالي فأن هذه النتائج تشير إلى أنه مطلوب مزيد من الاهتمام الذي يجب أن يوجه إلى قطاع السياحة خلال المرحلة القادمة.

الجدول(4-17)

ر.م					المجموع	
		التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)
1	يجب تخصيص مبالغ مالية كافية لتنشيط قطاع السياحة	372	96.9	12	3.1	384	100
2	تسهيل وتبسيط إجراءات منح القروض للقطاع الخاص لإنشاء مشاريع بقطاع السياحة	337	87.8	47	12.2	384	100
3	يجب إن تكون كافة التشريعات متلائمة مع آليه تنشيط قطاع السياحة	361	94.0	23	6.0	384	100
4	التركيز على بناء العنصر البشري في مجال الفندقة والخدمات السياحية	376	97.9	8	2.1	384	100
5	تكثيف الجهود الإعلامية من اجل خلق ثقافة سياحية ما بين المواطنين	376	97.9	8	2.1	384	100
6	تكثيف الجهود الإعلامية من اجل التعريف بالمناطق السياحية	374	97.4	10	2.6	384	100
7	أسعار الخدمات السياحية يجب أن تكون مشخصة على خلق رواج في قطاع السياحة	363	94.5	21	5.5	384	100
8	الخدمات المقدمة في الأماكن السياحية يجب أن تكون جيدة وكافية لتلبية احتياجات الزوار	378	98.4	6	1.6	384	100
9	الاهتمام بالأماكن السياحية من حيث الصيانة و الإدامة والنظافة	380	99.0	4	1.0	384	100
10	التأكيد على وجود إدارة جيدة ومؤهلة في الأماكن السياحية	372	96.9	12	3.1	384	100
11	ضرورة استقرار الجهاز الإداري المسئول عن قطاع السياحة	362	94.3	22	5.7	384	100
12	التشجيع على إقامة المزيد من الفنادق المؤهلة	371	96.6	13	3.4	384	100
13	التشجيع على إقامة وكالات السفر والسياحة مؤهلة وقادرة على جلب السياح	372	96.9	12	3.1	384	100
14	زيادة أجور و رواتب العاملين بقطاع السياحة	365	95.1	19	4.9	384	100
15	ضرورة وجود خطة اقتصادية تحتوي على المشاريع والبرامج والسياسات المختلفة لتنشيط قطاع السياحة مع متابعتها و مراجعتها بصورة دورية	373	97.1	11	2.9	384	100
16	يجب أن يعتمد على القطاع الخاص في موضوع تنشيط قطاع السياحة	233	60.7	151	39.3	384	100
17	من الممكن الاعتماد على قطاع السياحة في المرحلة القادمة للمساهمة في تنويع مصادر الدخل القومي	345	89.8	39	10.2	384	100
18	من المهم وجود شركات نقل خاص بقطاع السياحة	302	78.6	82	21.4	384	100
19	تبسيط إجراءات الدخول للبلاد تعتبر من العوامل التي تشجع على الجدب السياحي	267	69.5	117	30.5	384	100
20	يعتبر الاهتمام بقطاع البنية التحتية شاملا الموصلات والنقل والاتصالات من العوامل التي تشجع على الجدب السياحي	375	97.7	9	2.3	384	100
21	التأكيد على وجود رحلات طيران داخلية منتظمة ما بين المناطق والأماكن السياحية المختلفة	377	98.2	7	1.8	384	100

العناصر المطلوب الاهتمام بها في قطاع السياحة خلال المرحلة القادمة

المصدر: حُسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

وقد تبين من نتائج الدراسة الميدانية من وجهة نظر أفراد العينة بالإضافة إلى ما تم ذكره في السابق أن أفاق تطوير قطاع السياحة تتمثل في العناصر الواردة في الجدول رقم (17-4) ، وأخذاً في الاعتبار إجابات أفراد العينة والتي تؤيد الاهتمام بقطاع السياحة خلال المرحلة القادمة حتى يكون له دور فاعل في حركة النشاط الاقتصادي والمساهمة في تنويع مصادر الدخل القومي وتوفير فرص عمل للباحثين عن عمل فأنه من أهم متطلبات نجاح قطاع السياحة خلال المرحلة القادمة تتمثل في الأتي :

1- الحاجة إلى نظام مؤسسي مستقر بقطاع السياحة :

لقد مر قطاع السياحة خلال المرحلة السابقة بحالة من عدم الاستقرار المؤسسي من حيث الجهة التي تقوم بالأشراف عليه وبالتالي فأن عدم الاستقرار المؤسسي أدى إلى التأثير على أداء قطاع السياحة، وعليه فأنه خلال المرحلة القادمة الوضع يتطلب وجود نظام مؤسسي مستقر.

2-مراجعة التشريعات المنظمة لشؤون السياحة أو ذات علاقة بالسياحة:

من أجل تفعيل أداء قطاع السياحة فأن ذلك يتطلب مراجعة كافة القوانين والقرارات المنظمة لقطاع السياحة وحتى تلك التي لها علاقة بقطاع السياحة مثل القرارات ذات العلاقة بتشجيع رؤوس الأموال الأجنبية .

3- وضع خطة تنمية اقتصادية لقطاع السياحة :

أن هذه الخطة يجب أن تكون ضمن الخطة العامة للدولة ويجب أن تتضمن البرنامج الاستثماري خلال المرحلة القادمة من أجل الاهتمام بالمعالم السياحية والمرافق الخدمية والتعليم والتدريب السياحي بقطاع السياحة أضافه إلى الاهتمام بالبنية الأساسية من مواصلات ونقل واتصالات .

4- وجود قاعدة بيانات ومعلومات عن قطاع السياحة :

أن متابعة وضع قطاع السياحة يتطلب توفر قاعدة بيانات ومعلومات، وأن نقص أو غياب هذه البيانات والمعلومات يعتبر عامل مؤشر يحد من فاعلية أداء القطاع لتحقيق مستهدفاته بصورة جيدة . وبالتالي فأنه يجب على الجهات المسؤولية الاهتمام بموضوع قاعدة بيانات ومعلومات قطاع السياحة من ضمن الإطار العام لمنظومة البيانات والمعلومات بليبيا .

5-تشجيع المبادرة الفردية والجماعية (تشجيع القطاع الخاص) :

تعني المبادرة الفردية أو الجماعية أن يقوم الأفراد من تلقاء أنفسهم وبدافع من المصلحة الذاتية بتكوين مشروعات اقتصادية سواء فردية أو جماعية، وللمبادرة الفردية والجماعية ثلاثة خصائص أساسية مترابطة الأولى هي القدرة على معرفة فرص الاستثمار المربحة ، والثانية الاستعداد للتصرف بناءاً على ذلك ، والثالثة هي توفر المهارات التنظيمية المرتبطة بالمشروع .

وعلى هذا الأساس فأن المبادرة الفردية والجماعية تلعب دوراً أساسياً في تعبئة الموارد الاقتصادية في شكل وحدات خدمية منظمة، ولاشك أن الملكية الخاصة وأزاله العراقيل التي تحد من حرية النشاط الاقتصادي وتوفير المناخ الاستثماري التنافسي وحافز الربح من بين العوامل التي تشجع على ظهور وتطوير المبادرة الفردية والجماعية .

أن الرؤية المستقبلية لقطاع السياحة يجب أن تأخذ بعين الاعتبار أهمية عامل تشجيع المبادرة الفردية والجماعية باعتبارها عامل مهم ومحرك للنشاط الاقتصادي حتى يمكن زيادة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي وامتصاص جزء من مخرجات النظام التعليمي والتدريبي والتخفيف من البطالة ، وفي هذا الإطار يجب على الجهات المسئولة عن أدارة المواد الاقتصادية بالبلاد الأخذ في الاعتبار الملاحظات التالية :

1- منح القروض الاستثمارية والتشجيع عليها بغرض تأسيس مشاريع استثمارية في قطاع السياحة .
2- تسهيل الإجراءات الإدارية وتقليل القيود بما تضمن حرية النشاط الاقتصادي حتى يمكن تفعيل دور القطاع الخاص في مجال السياحة .
3- العمل على وجود استقرار في التشريعات وإلغاء التعارض في التشريعات أينما وجد.

(7-4) خلاصة :

من خلال ما تم استعراضه وتحليل للبيانات المجمعة عن طريق استمارة الاستبيان الموزعة على العينة العشوائية البالغة (384) مفردة من مجتمع الدراسة المكون من الأفراد الذين يشكلون زوار ومستخدمي الخدمات التي يقدمها قطاع السياحة وذلك فيما يتعلق بالأماكن الأثرية والفنادق السياحية يمكن استخلاص ما يلي :

1- لقد تميزت العينة العشوائية المختارة بأنها شاملة للذكور والإناث والليبيين وغير الليبيين وهي تشكل حالات مختلفة من حيث الوضع الاجتماعي والتوزيعات العمرية والمستويات التعليمية والدخول وجهات العمل والمهن وأماكن الإقامة .

2- أن أفراد العينة قد زاروا العديد من المعالم السياحية التي تم الإشارة أليها في الفصل الثالث كما أن أفراد العينة قد سكنوا في العديد من الفنادق المتاحة في المدن الليبية وبالتالي فأن تقييم أفراد العينة للاماكن السياحية كان من واقع تجربة وأن تقييم أفراد العينة سيكون موضوعي من واقع الأسئلة التي احتوتها استمارة الاستبيان.

3- باستخدام منهج التحليل الإحصائي بغرض اختبار فرضيات البحث تم التوصل إلى النتائج التالية :

- قبول الفرضية التي تفيد بأن زائري ومستخدمي المرافق السياحية راضيين عن الأماكن الأثرية ومستوى خدماتها بنسبة رضا بلغت (63%) من القيمة العليا للرضا.
- قبول الفرضية التي تفيد بأن زائري ومستخدمي المرافق السياحية راضيين عن الفنادق السياحية ومستوى خدماتها بنسبة رضا بلغت (67%) من القيمة العليا للرضا.

4- من واقع إجابات أفراد العينة فأنه خلال المرحلة القادمة يجب توجيه مزيداً من الاهتمام إلى قطاع السياحة باعتباره أحد القطاعات الواعدة التي من الممكن أن تساهم في تنويع مصادر الدخل القومي وتوفير فرص العمل للباحثين عن عمل وفي هذا الإطار يجب تشجيع المبادرة الفردية والجماعية باعتبارها عامل مهم في حركة النشاط الاقتصادي .

الفصل الخامس
الخاتمة

(5-1) مقدمة :

أن هذا البحث يهدف إلى التعرف على واقع قطاع السياحة في ليبيا والتعرف على تقييم الإفراد زائري ومستخدمي المواقع السياحية لهذه المواقع ومستوى خدماتها واستشراف أفاق تطوير قطاع السياحة في ليبيا .
وكخلفية عن الإطار النظري لهذا البحث تم مراجعة الأدب الاقتصادي ذي العلاقة بموضوع السياحة ، كما تم دراسة واقع قطاع السياحة في ليبيا .
وفي جانب الدراسة الميدانية تم استعراض الخصائص العامة لعينة الدراسة والقيام بتقييم الخدمات التي يقدمها قطاع السياحة لكل من الأماكن الأثرية والمتاحف والفنادق السياحية وذلك في أطار الفرضيات التي يسعى البحث إلى اختبارها ، كما تم في جانب الدراسة الميدانية عرض استشراف أفاق تطوير قطاع السياحة في ليبيا .

(5-2) النتائج :

من أهم النتائج التي توصل إليها البحث ما يلي :

أولاً: أن البيانات والمعلومات المتاحة أوضحت أن التطورات التي شهدها قطاع السياحة منذ بداية هذا القرن كان لها بعض الأثر في تحسين وضع السياحة في ليبيا وقد انعكس هذا التحسن على سبيل المثال في زيادة أعداد السواح والزوار الأجانب والوطنيين للمعالم السياحية وزيادة عدد الفنادق والشركات والتشاركيات والمكاتب التي تقدم خدماتها لقطاع السياحة .

ثانياً: أوضحت عينة الدراسة الميدانية أن الأفراد زائري ومستخدمي الخدمات التي يقدمها قطاع السياحة هم من الذكور والإناث ومن الليبيين وغير الليبيين وذوي أوضاع اجتماعية وذوي فئات عمرية ومستويات تعليمية وجهات عمل ومهن ودخول مختلفة مع ملاحظة أن التوزيع النسبي كان مختلف ما بين هذه الفئات .

ثالثاً: أن المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد العينة بخصوص تقييم الأماكن الأثرية والمتاحف كان مساوياً إلى (3.14) وهو ما يفيد أن أفراد العينة هم راضيين عن الخدمات السياحية في الأماكن الأثرية والمتاحف بصفة عامة ، وقد كانت نسبة الرضا مساوياً إلى (63%).

رابعاً: أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة بخصوص تقييم الفنادق ومستوى خدماتها كان مساوياً إلى (3.352) وهو ما يفيد أن أفراد العينة هم راضيين عن وضع الفنادق ومستوى خدماتها بصفة عامة ، وقد كانت نسبة الرضا مساوياً إلى (67%).

خامساً: أن نتائج الاختبارات الإحصائية لصحة فرضيات البحث كانت كما يلي :

1- قبول فرضية البحث التي تفيد بأن أفراد العينة راضيين عن الخدمات السياحية في الأماكن الأثرية والمتاحف وهذه النتيجة تؤكد ما تم التوصل إليه من أن المتوسط الحسابي العام كان مساوياً إلى (3.14) وهو يأتي في منطقة التقييم الموجب حسب مقياس ليكرت.
2- قبول فرضية البحث التي تفيد بأن أفراد العينة راضيين عن الفنادق ومستوى خدماتها وهذه النتيجة تؤكد ما تم التوصل أليه من أن المتوسط العام كان مساوياً إلى (3.352) وهو يأتي في منطقة التقييم الموجب حسب مقياس ليكرت .

أن نتائج الاختبارات الإحصائية جاءت متناسقة مع ما تم عرضه في الفصل الثالث من هذا البحث والذي أفاد من خلال تحليل البيانات والمعلومات المتاحة عن واقع قطاع السياحة بأن هذا القطاع منذ بداية هذا القرن قد شهد بعض التحسن في مستوى أدائه .

سادساً: نظراً لان مستوى الرضا كان مساوياً إلى (63%) فيما يتعلق بالأماكن الأثرية والمتاحف ، وكان مساوياً إلى (67%) فيما يتعلق بالفنادق ومستوى خدماتها فأن هذه النتائج تعني أنه مطلوب بدل المزيد من الاهتمام بقطاع السياحة خلال المرحلة القادمة .

وقد تبين من نتائج الدراسة الميدانية من وجهة نظر أفراد العينة أن أفاق تطوير قطاع السياحة خلال المرحلة القادمة تمثلت في جمله من العناصر من بينها تخصيص مبالغ مالية كافية لتنشيط قطاع السياحة وتسهيل وتبسيط إجراءات الحصول على القروض وأن تكون التشريعات متلائمة مع آلية تنشيط قطاع السياحة والاهتمام بالمعالم السياحية واستقرار الجهاز الإداري المسؤول عن قطاع السياحة والاهتمام بالبنية التحتية لقطاع السياحة إلى غيرها من العوامل الأخرى والتي تم الإشارة إليها في صحيفة الاستبيان .

(3-5) التوصيات :

من أهم التوصيات التي يمكن تقديمها في هذا البحث ما يلي :
أولاً: تخصيص مبالغ مالية كافية لأنفاقها على متطلبات قطاع السياحة حتى يمكن تفعيل دوره في حركة النشاط الاقتصادي بالبلاد .
ثانياً: أن متطلبات نجاح قطاع السياحة خلال المرحلة القادمة تتمثل في الأتي:

1- الحاجة إلى نظام إداري مستقر.
2- الحاجة إلى مراجعة التشريعات المنظمة لشؤون السياحة أو ذات العلاقة بالسياحة.
3- الحاجة إلى وضع خطة تنمية اقتصادية لقطاع السياحة وبصورة دورية.
4- الحاجة إلى مراجعة المخطط العام للتنمية السياحية (2025-2009) بصورة دورية.
5- الحاجة إلى وجود قاعدة بيانات ومعلومات عن قطاع السياحة.
6- الحاجة إلى تشجيع القطاع الخاص لتنشيط قطاع السياحة وذلك عن طريق تقديم القروض له وتبسيط إجراءات الحصول على التراخيص المرتبطة بالأنشطة السياحية المختلفة .

ثالثاً: الاهتمام بالمعالم السياحية من حيث صيانة وترميم وحماية المواقع الأثرية والمدن القديمة وحماية وتنمية وتطوير مواقع الجذب السياحي .

رابعاً: الاهتمام بالمرافق السياحية الخدمية في الفنادق السياحية والشركات والتشاركيات والمكاتب السياحية والقرى السياحية والمطاعم بحيث تكون في مستوى يتلائم مع متطلبات السياحة التنافسية.

خامساً: الاهتمام بالبنية التحتية المتلائمة مع السوق السياحي التنافسي والمتمثلة في المواصلات والاتصالات والكهرباء وغيرها.

سادساً: توجيه مزيداً من الاهتمام بتنمية العنصر البشري المتوافق مع الثقافة السياحية وذلك من حيث :

1- متابعة معاهد المهن الفندقية المتوسطة والعليا القائمة حالياً بحيث تكون مناهجها وأعضاء هيئة التدريس بها في مستوى جيد ،على أن تكون هذه المتابعة بصورة دورية وأن يتم دعمها مالياً وإظهارها بصورة لائقة.
2- تدريب وتأهيل العاملين حالياً في القطاع السياحي بحيث تكون لديهم ثقافة سياحية تؤهلهم بشأن كيفية التعامل مع السواح والعمل على تشجيعهم.
3- الاهتمام بتدريب الموظفين في إدارات الجمارك والجوازات على كيفية استقبال السواح ومعاملتهم معاملة حسنه والعمل على سرعة أنجاز المعاملات الخاصة بالدخول والخروج.
4- تشجيع الاستثمار السياحي بفتح الكليات السياحية والدورات السياحية .

سابعاً: تخصيص مساحات واسعة في الإعلام للتعريف بالسياحة ومزاياها وإقامة الندوات والمؤتمرات المتخصصة في السياحة وضرورة العمل على وضع برامج توعية للمواطنين بأهمية السياحة بغرض تكوين ثقافة سياحية لدى المواطن الليبي ، كما يجب العمل على إصدار المطبوعات السياحية مثل إصدار كتيبات الإرشاد السياحي باللغة العربية وغيرها من اللغات الأخرى .

ثامناً: تطوير وتحديث القطاع المصرفي ليواكب التطورات العالمية في مجال جودة الخدمات المصرفية وإمكانية الاستفادة من الخدمات المصرفية عن طريقة شبكة المعلومات الدولية واستخدام البطاقات الائتمانية وخدمات الصراف الآلي.
تاسعاً: تشجيع الباحثين والمهتمين بقطاع السياحة على القيام بأجراء الدراسات التي يتطلبها تطوير القطاع السياحي وتنميته.

عاشراً: العمل على تشخيص المشاكل التي تواجه قطاع السياحة ووضع السياسات والحلول الكفيلة للتغلب على هذه المشاكل .

الجدول رقم (13-4)
التكرارات والمتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن الاماكن الأثرية

العبارات	موافق تماماً		موافق		لا ادري		غير موافق		غير موافق تماماً		المجموع	
	5		4		3		2		1			
	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)
أماكن الأثرية والمتاحف مع الزوار جيد	100	26,0	191	49,7	50	13,0	29	7,6	14	3.6	384	100
متاحف مرشدين بعدد كاف	42	10,9	69	18,0	51	13,3	134	34,9	88	22.9	384	100
ة والمتاحف مؤهلين للرد على استفسارات الزوار	49	12,8	90	23,4	70	18,2	88	22,9	87	22,7	384	100
جهزة المسؤولة بالإعداد والتأهيل الجيد للعاملين بالأماكن	33	8,6	64	16,7	111	28,9	94	24,5	82	21,4	384	100
الأثرية والمتاحف مناسبة	103	26,8	178	46,4	52	13,5	30	7,8	21	5,5	384	100
لأثرية والمتاحف(شاملة المطاعم و المقاهي...الخ) مناسبة	60	15,6	134	34,9	64	16,7	79	20,6	47	12,2	384	100
إلى الأماكن الأثرية والمتاحف (من حيث توفر وسائل	82	21,4	138	35,9	46	12,0	89	23,2	29	7.6	384	100
ى الأماكن الأثرية والمتاحف مناسبة.	84	21,9	125	32,6	98	25,5	50	13,0	27	7.0	384	100
قبل المرشدين السياحيين في الأماكن الأثرية والمتاحف	51	13,3	102	26,6	149	38,8	71	18,5	11	2.9	384	100
والكتيبات التعريفية مناسبة	36	9,4	117	30,5	133	34,6	64	16,7	34	8.9	384	100
كن الأثرية والمتاحف جيدة وكافية لتلبية احتياجات الزوار تاهي ودورة المياه والمظلات ...الخ)	24	6,3	83	21,6	43	11,2	133	34,6	101	26.3	384	100
رية والمتاحف مناسبة	94	24,5	199	51,8	43	11,2	35	9,1	13	3,4	384	100
لامية الحديثة لتعريف بالأماكن الأثرية والمتاحف (مثل في شبكة المعلومات الدولية وفي الصحف والمجلات ...الخ)	33	8,6	76	19,8	102	26,6	86	22,4	87	22,7	384	100
ن الأماكن الأثرية والمتاحف بوضع علامات إرشادية	34	8,9	127	33,1	49	12,8	85	22,1	89	23,2	384	100
ة عند زيارة الأماكن الأثرية والمتاحف	28	7,3	81	21,1	53	13,8	103	26,8	119	31,0	384	100
تاحف بوجود قدر كبير من الأمن	140	36,5	151	39,3	31	8,1	44	11,5	18	4,7	384	100
جيدة للأماكن الأثرية والمتاحف	77	20,1	119	31,0	68	17,7	75	19,5	45	11.7	384	100

الأثرية والمتاحف محلات لبيع السلع التقليدية	56	14,6	125	32,6	66	17,2	98	25,5	39	10,2	384	100
ب ومناسب عند زيارة الأماكن الأثرية والمتاحف	76	19,8	169	44,0	36	9,4	71	18,5	32	8,3	384	100
ظهر العام بالأماكن الأثرية والمتاحف (من حيث النظافة الصيانة)	40	10,4	98	25,5	19	4,9	107	27,9	120	31.3	384	100

*** المتوسط الحسابي العام (3.14)**

المصدر: حُسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

الجدول رقم (14-4)

التكرارات والمتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن الفنادق

العبارات	موافق تماماً		موافق		لا ادري		غير موافق		غير موافق تماماً		المجموع	
	5		4		3		2		1			
	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)	التكرار	(%)
ن بالفنادق مع الزبائن جيد	119	31.0	213	55.5	15	3.9	25	6.5	12	3.1	384	100
تأهيل جيد بالثقافة الفندقية والسياحية	62	16.1	115	29.9	117	30.5	66	17.2	24	6.3	384	100
بملابسهم وهندامهم	125	32.6	202	52.6	15	3.9	34	8.9	8	2.1	384	100
مناسبة	37	9.6	80	20.8	16	4.2	150	39.1	101	26.3	384	100
ي بالفنادق مناسبة	31	8.1	57	14.8	22	5.7	143	37.2	131	34.1	384	100
من وإلى الفندق مناسبة	42	10.9	109	28.4	103	26.8	72	18.8	58	15.1	384	100
ن الحجز بسهولة ويسر	56	14.6	124	32.3	42	10.9	110	28.6	52	13.5	384	100
دق جيدة وكافية لتلبية احتياجات الزبائن (تحويلات العملة عاملي الحقـائب,الغسيل, الكي..الخ)	32	8.3	118	30.7	82	21.4	86	22.4	66	17.2	384	100
مات فورية عند الطلب	66	17.2	148	38.5	45	11.7	100	26.0	25	6.5	384	100
ق جيدة	87	22.7	201	52.3	33	8.6	43	11.2	20	5.2	384	100
يذ برامج ترفيهية للزبائن بصورة دورية (حفلات)	10	2.6	24	6.3	103	26.8	111	28.9	136	35.4	384	100

ن إيه مشاكل فأن إدارة الفندق تهتم بحلها	74	19.3	117	30.5	99	25.8	59	15.4	35	9.1	384	100
لفنادق	129	33.6	166	43.2	43	11.2	29	7.6	17	4.4	384	100
إعلامية حديثة لتعريف الزبائن به وعن خدماته	50	13.0	87	22.7	69	18.0	111	28.9	67	17.4	384	100
ومقاهي تلبى احتياجات الزبائن	112	29.2	198	51.6	12	3.1	48	12.5	14	3.6	384	100
قريب ومناسب من مكان الفندق	160	41.7	158	41.1	16	4.2	44	11.5	6	1.6	384	100
ر بالفندق مناسبة	151	39.3	173	45.1	18	4.7	29	7.6	13	3.4	384	100
تعريفية عن الأماكن السياحية	44	11.5	55	14.3	110	28.6	82	21.4	93	24.2	384	100
لعام للفنادق من الناحية الخارجية	125	32.6	182	47.4	13	3.4	47	12.2	17	4.4	384	100
لعام للفنادق من الناحية الداخلية	131	34.1	164	42.7	16	4.2	53	13.8	20	5.2	384	100

*** المتوسط الحسابي العام (3.352)**

المصدر: حُسبت من البيانات الواردة في استمارة الاستبيان للعينة المدروسة

قائمة المراجع

اولاً : الكتب :

(1)- احمد فوزي ملوخية ، المدخل في علم السياحة ، مكتبة بستان ط1، الإسكندرية ،2004 .

(2)- احمد فوزي ملوخية ، اقتصاديات السياحة ، مكتبة بستان ط1, الإسكندرية ، 2004.

(3)- حسين الشيخ ،محمد عبد الفتاح ، الإرشاد السياحي بين النظرية والتطبيق ، دارالمعرفة الجامعية ، مصر، 2002.
(4)- خالد محمد الهدار ، المتاحف الأثرية في ليبيا ودورها في السياحة بين الواقع والطموح ، جامعة قاريونس ، تحرير سعد خليل القزيري ، دار أساريا للطباعة والنشر، بنغازي ، 2002 .
(5)- روبرت ماكنتوش واخرون ، اقتصاديات السياحة ، ترجمة عطية محمد شحاتة, المجلس الأعلى للثقافة ، القاهرة ، 2002 .
(6)- سعد خليل القزيرى (تحرير) ، التخطيط للتنمية السياحة في ليبيا ، دار النهضة العربية , جامعة قاريونس بنغازي ، 2006 .
(7)- سعد خليل القزيرى ، السياحة في ليبيا ، جامعة قاريونس ، بنغازي , دار أساريا للطباعة والنشر, 2002.
(8)- صبري عبدالسميع ، نظرية السياحة ، مطابع الطوبخى التجارية ، ط2 ، مصر، 1993.
(9)- عبدالرحيم جاسم محمد ، مشكلة توفير الأيدي العاملة المؤهلة والكفوءة في القطاع السياحي وأثره في جودة الخدمات السياحية ، كلية الاقتصاد بدرنة ، تحرير سعد القزيرى، السياحة في ليبيا ، دار أساريا للطباعة والنشر، بنغازي ،2002 .
(10)- عرفان تقي الحسنى ، سعد افرام الصائغ ، السياحة في ليبيا الواقع والأفاق ، جامعة طرابلس ، تحرير سعد القزيرى ، السياحة في ليبيا ، جامعة قار يونس , دار أساريا للطباعة والنشر، بنغازي ،2002 .
(11) - فتحي محمد الشرقاوي وآخرون ، مبادئ علم السياحة ، الدار الجامعية للنشر, الإسكندرية ، 2000 .
(12)- ماهر عبدالعزيز توفيق ، صناعة السياحة ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان ،1996.
(13)- محمود الديماس ، وأخرون ، تخطيط البرامج السياحية ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2002.
(14)- نبيل الروبي ، نظرية السياحة ، مؤسسة التفافة الجامعية الإسكندرية ،1987 .
(15)- نزيه الدباس ، إدارة القرى السياحية ، دار النشر الحامد، عمان الأردن ، 2002 .
(16)- نعيم الطاهر، سراب اليأس ، مبادئ السياحة ، دار المسيرة للنشر و التوزيع , عمان ،2007 .
(17)- وفاء زكى إبراهيم ، دور السياحة في التنمية الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 1987 .

ثانياً: الدوريات

(1)- عبدالسلام عمران نفد ، عماد محمد عبد الرسول ، دور الائتمان المصرفي في تمويل قطاع السياحة في ليبيا ، مجلة السائل , العدد الأول ، جامعة 7 أكتوبر, ديسمبير 2006 .
(2)- عيسى حمد الفارسي ، القطاع السياحي والتنمية الاقتصادية في ليبيا ، مجلة البحوث الاقتصادية ، مركز بحوت العلوم الاقتصادية , بنغازي العدد (2) ,2003 .
(3)- فيصل مفتاح شلوف ، علي محمود فارس ، واقع قطاع السياحة في ليبيا ، مجلة قاريونس العلمية , السنة الثانية عشر ، العددين الثالث والرابع, منشورات جامعة قاريونس ، بنغازي ، 1999.
(4)- نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية ، مجلة تشرين للدراسات والبحوث العلمية ، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية , سوريا , المجلد (28) , العدد (3) ، 2006 .

ثالثاً: البحوث والتقارير والرسائل العلمية

(1)- الهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية ، البرنامج التنموي ، 2002-2008 .
(2)- الهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية ، البرنامج التنموي ، 2008-2012.
(3)- الهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية ، واقع صناعة السياحة في ليبيا (2000-2008)
(4)- الهيئة العامة للمعلومات ، الكتاب الإحصائي ، أعداد مختلفة .
(5)- مصرف ليبيا المركزي ، النشرة الاقتصادية ، أعداد مختلفة .

(6)- مصرف ليبيا المركزي ، التقارير السنوية , أعداد مختلفة .
(7)- مجلس التخطيط العام ، تقييم التنافسية في ليبيا .
(8)- وزارة التخطيط ، مصلحة الإحصاء والتعداد، المجموعة الإحصائية لعام 1979.
(9)- وزارة التخطيط ، معهد التخطيط ، إمكانيات ومقومات التنوع القطاعي في الاقتصاد الليبي.
(10)- الصادق احمد القلفاط ، أهمية السياحة وأثرها في تنويع مصادر الدخل القومي في ليبيا ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الاقتصاد ، أكاديمية الدراسات العليا ، طرابلس , 2000 .
(11) الهادي مصطفي الجرو ، مستقبل صناعة السياحة في ليبيا في ضؤ التحولات الاقتصادية الراهنة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الاقتصاد ، أكاديمية الدراسات العليا ، طرابلس ، 2000.
(12)- محمد على الزوي ، أفاق تطوير تسويق الخدمات السياحية الداخلية في ليبيا, رسالة ماجستيرغير منشورة ، قسم الإدارة ،كلية الاقتصاد , جامعة قار يونس ،1995 .
(13)- هدى عبد الله المقيرحي ، العوامل المحدد للطلب على السياحة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الاقتصاد ، كلية الاقتصاد , جامعة قاريونس ، بنغازي ، 2003 .

الملاحق

جامعة - سرت

كليـــــــة الاقتصاد

قسم الاقتصاد

الدراســـات العليا

استمارة استبيـــان

أخي الكريـــم...
أختي الكريمـــة ...

تحية طيبة وبعـد ...

يهدف هذا الاستبيان إلى التعرف على تقييم الأفراد زائري ومستخدمي الخدمات التي يقدمها قطاع السياحة لمستوى جودة هذه الخدمات واستشراف أفاق تطوير قطاع الســـياحة في الاقتصاد الليبي

وانـــطلاقـــاً مـــن هذا الـــهدف أرجو قـــراءة جميـــع الأســـئلة التـــي تشـتمل علـيها الاستمـــارة المرفقة،

والإجابة عليها بشكل صريح يعبر عن وجه نظرك الشخصية دون أيه اعتبارات أخـــــــرى علماً بأن بيانات هذه الاستمـــارة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمـــــي فقط ولغرض استكمـــــــال متطلبات الحصول على الإجازة العليا الماجستير في الاقتصـــاد .

وآمل حسن تعاونكم للوصول إلى نتائج صادقة تخدم هدف الدراسة وأهداف البحث العلمي .

ويرجى مراعاة إن يكون من سيقوم بتعبئة الاستمارة المرفقة قد قام بالاتي:

1- زيارة بعض الأماكن الأثرية والمتاحف .

2 - سكن في بعض الفنادق العامة أو الخاصة .

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

اولاً : معلومات عامة

ضع علامة ☑ أمام الإجابة المناسبة .

(1) الجنس :

ذكر ☐ أنثى ☐

(2) الجنسية :

ليبي ☐ غير ليبي ☐

(3) الوضع الاجتماعي :

أعزب ☐ متزوج ☐ أخرى ☐

(4) العمر:

18- 25 سنة ☐ 26-35 سنة ☐

36-45 سنة ☐ أكبر من 46 سنة ☐

(5) المستوى التعليمي :

أقل من الشـــهادة الثانوية ☐ ثانوية عامة أومايعادلها ☐

شهادة جامعية أو ما يعادلها ☐ شهادة عليا ☐

(6) جهة العمل :

قطاع عام ☐ قطاع خاص ☐

أخرى ☐

(7) الدخل الشهري بالدينار :

أقل من 200 ☐ 200 – اقل من 300 ☐

300 – اقل من 400 ☐ 400 – اقل من 600 ☐

أكثر من 600 ☐

(8) الوظيفة :

(9) مكان الإقامة (تذكر منطقة السكن الحالية) :

(10) الأماكن الأثرية والمتاحف التي تمت زيارتها :

(11) الفنادق التي تم السكن بها :

ثانياً :

العبـــــارة	درجة الموافقة				
	موافق تماماً	موافق	لا ادري	غير موافق	غير موافق تماماً
	5	4	3	2	1
1-أسلوب تعامل العاملين بالأماكن الأثرية والمتاحف مع الزوار جيد.					
2- يوجد بالأماكن الأثرية والمتاحف مرشدين بعدد كاف .					
3- المرشدون بالأماكن الأثرية والمتاحف مؤهلين للرد على استفسارات الزوار.					
4- هناك اهتمام من جانب الأجهزة المسؤولة بالإعداد والتأهيل الجيد للعاملين بالأماكن الأثرية والمتاحف.					
5- أسعار الدخول إلى الأماكن الأثرية والمتاحف مناسبة.					
6- أسعار الخدمات بالأماكن الأثرية والمتاحف(شاملة المطاعم و المقاهي...الخ) مناسبة.					
7- هناك سهولة في الوصول إلى الأماكن الأثرية والمتاحف (من حيث توفر وسائل المواصلات).					
8- أسعار الموصلات من وإلى الأماكن الأثرية والمتاحف مناسبة.					
9- أسعار الخدمة المقدمة من قبل المرشدين السياحيين في الأماكن الأثرية والمتاحف مناسبة.					
10- أسعار بيع السلع التقليدية والكتيبات التعريفية مناسبة.					
11- الخدمات المقدمة في الأماكن الأثرية والمتاحف جيدة وكافية لتلبية احتياجات الزوار (مثل وجود المطاعم والمقاهي ودورة المياه والمظلات ...الخ).					
12- مواعيد زيارة الأماكن الأثرية والمتاحف مناسبة					
13- يتم استخدام الوسائل الإعلامية الحديثة لتعريف بالأماكن الأثرية والمتاحف(مثل الإعلان عن هذه الأماكن في شبكة المعلومات الدولية وفي الصحف والمجلات ...الخ).					
14- تقوم الجهات المسؤولة عن الأماكن الأثرية والمتاحف بوضع علامات إرشادية.					
15- يتم توزيع مطويات تعريفية عند زيارة الأماكن الأثرية والمتاحف.					

ضع علامة (✓) في الخانة التي تعبر عن رأيك :

العبـــــارة	درجة الموافقة				
	موافق تماماً	موافق	لا ادري	غير موافق	غير موافق تماماً
	5	4	3	2	1
16- تتميز الأماكن الأثرية والمتاحف بوجود قدر كبير من الأمن.					
17- الزائر يشعر بوجود إدارة جيدة للأماكن الأثرية والمتاحف.					
18- يوجد بالقرب من الأماكن الأثرية والمتاحف محلات لبيع السلع التقليدية.					
19- هناك موقف للسيارات قريب ومناسب عند زيارة الأماكن الأثرية والمتاحف.					
20- يوجد اهتمام من حيث المظهر العام بالأماكن الأثرية والمتاحف (من حيث النظافة والمحافظة على الإدامة والصيانة).					

ثالثاً :

ضع علامة (✓) في الخانة التي تعبر عن رأيك :

العبـــــارة	درجة الموافقة				
	موافق تماماً	موافق	لا ادري	غير موافق	غير موافق تماماً
	5	4	3	2	1
1- أسلوب تعامل العاملين بالفنادق مع الزبائن جيد.					
2- العاملين بالفنادق لديهم تأهيل جيد بالثقافة الفندقية والسياحية.					
3- موظفو الفنادق يعتنون بملابسهم وهندامهم.					
4- أسعار الإقامة بالفنادق مناسبة.					
5- أسعار المطاعم والمقاهي بالفنادق مناسبة.					
6- أسعار سيارات الأجرة من وإلى الفندق مناسبة.					
7- توجد فنادق كافية ويمكن الحجز بسهولة ويسر.					
8- الخدمات المقدمة بالفنادق جيدة وكافية لتلبية احتياجات الزبائن (تحويلات العملة الأجنبية,الانترنت حاملي الحقـــائب,الغسيل, الكي..الخ).					
9- الزبون يحصل على خدمات فورية عند الطلب.					
10- خدمات الاستقبال بالفندق جيدة.					
11- تقوم إدارة الفنادق بتنفيذ برامج ترفيهية للزبائن بصورة دورية (حفلات).					
12-عندما يكون لدى الزبائن إيه مشاكل فأن إدارة الفندق تهتم بحلها.					
13- درجة الأمان متوفرة بالفنادق.					

14- تستخدم الفنادق وسائل إعلامية حديثة لتعريف الزبائن به وعن خدماته.					
15- يوجد بالفنادق مطاعم ومقاهي تلبى احتياجات الزبائن.					

العبـــــارة	درجة الموافقة				
	موافق تماماً	موافق	لا ادري	غير موافق	غير موافق تماماً
	5	4	3	2	1
16- هناك موقف للسيارات قريب ومناسب من مكان الفندق					
17- صالات ومقاعد الانتظار بالفندق مناسبة					
18- يوجد بالفندق مطويات تعريفية عن الأماكن السياحية					
19- يوجد اهتمام بالمظهر العام للفنادق من الناحية الخارجية					
20- يوجد اهتمام بالمظهر العام للفنادق من الناحية الداخلية					

رابعاً :

ضع علامة (✓) أمام الإجابة المناسبة :

العبـــــــــــــارة	نعم	لا
1- يجب تخصيص مبالغ مالية كافية لتنشيط قطاع السياحة .		
2- تسهيل وتبسيط إجراءات منح القروض للقطاع الخاص لإنشاء مشاريع بقطاع السياحة.		
3- يجب إن تكون كافة التشريعات متلائمة مع آليه تنشيط قطاع السياحة.		
4- التركيز على بناء العنصر البشري في مجال الفندقة والخدمات السياحية.		
5- تكثيف الجهود الإعلامية من اجل خلق ثقافة سياحية ما بين المواطنين .		
6- تكثيف الجهود الإعلامية من اجل التعريف بالمناطق السياحية.		
7- أسعار الخدمات السياحية يجب أن تكون مشخصة على خلق رواج في قطاع السياحة		
8- الخدمات المقدمة في الأماكن السياحية يجب أن تكون جيدة وكافية لتلبية احتياجات الزوار		
9- الاهتمام بالأماكن السياحية من حيث الصيانة و الأدمة والنظافة.		
10- التأكيد على وجود إدارة جيدة ومؤهلة في الأماكن السياحية.		
11- ضرورة استقرار الجهاز الإداري المسئول عن قطاع السياحة.		
12- التشجيع على إقامة المزيد من الفنادق المؤهلة.		
13- التشجيع على إقامة وكالات السفر والسياحة مؤهلة وقادرة على جلب السياح.		
14- زيادة أجور و رواتب العاملين بقطاع السياحة.		
15- ضرورة وجود خطة اقتصادية تحتوي على المشاريع والبرامج والسياسات المختلفة لتنشيط قطاع السياحة مع متابعتها و مراجعتها بصورة دورية.		
16- يجب أن يعتمد على القطاع الخاص في موضوع تنشيط قطاع السياحة.		
17- من الممكن الاعتماد على قطاع السياحة في المرحلة القادمة للمساهمة في تنويع مصادر الدخل القومي .		
18- من المهم وجود شركات نقل خاص بقطاع السياحة.		

العبـــــــــــــارة	نعم	لا
19- تبسيط إجراءات الدخول للبلاد تعتبر من العوامل التي تشجع على الجدب السياحي		
20- يعتبر الاهتمام بقطاع البنية التحتية شاملا الموصلات والنقل والاتصالات من العوامل التي تشجع على الجدب السياحي.		
21- التأكيد على وجود رحلات طيران داخلية منتظمة ما بين المناطق والأماكن السياحية المختلفة.		

إيه ملاحظات بخصوص أفاق تطوير قطاع السياحة في ليبيا تذكر :

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

انتهى الاستبيان

ملحق رقم (2)

القوانين والقرارات ذات العلاقة بقطاع السياحة

- القوانين رقم (3) / 1424 و.ر بشأن حماية الآثار والمتاحف والمدن القديمة والمباني التاريخية
- القانون رقم (7) / 2004 م بشأن السياحة .
- القرار رقم (7) / 2008 م بشأن تحديد الحد الأعلى لتسعيرة الإيواء بالوحدات الفندقية المصنفة سياحياً .
- القرار رقم (6) / 2008 م بشأن تحديد الحد الأعلى لتسعيرة الإيواء بالقرى السياحية المصنفة سياحياً .
- القرار رقم (87) /2007 م بشأن أنشاء الهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية .
- القرار رقم (80) / 2007 م بشأن إصدار الهيكل التنظيمي للهيئة العامة للسياحة والصناعات التقليدية .
- القرار رقم (158) / 2005 م بشأن لائحة أسعار الأراضي المملوكة للدولة الواقعة بمناطق التنمية السياحية .
- القرار رقم (140) / 2005 م بتقرير حكم استثناء من اللائحة التنفيذية .
- القانون رقم (21) / 1369 و.ر بشأن مزاولة الأنشطة الاقتصادية .
- القرار رقم (89) / 2006 م بتقرير بعض الإعفاءات والحوافز للمشروعات الاستثمارية السياحية
- القرار رقم (88) / 2006 م باعتبار بعض المناطق مناطق تنمية سياحية .
- القرار رقم (148) / 2005 م لنقل تبعية بعض المرافق السياحية لمصلحة الأملاك العامة .
- القرار رقم (86) / 2006 م بشأن تشجيع رؤوس الأموال الأجنبية.
- القرار رقم (560) / 2007 م بتعديل حكم في القرار رقم (125) / 2006 بإنشاء جهاز إدارة المدن التاريخية .
- القرار رقم (559) /2007 م بإنشاء جهاز الشرطة السياحية وحماية الآثار.