

قطاع السياحة في الاقتصاد الليبي بين الواقع والتحديات

أ. فاطمة منصور احسونة

محاضر كلية الاقتصاد والتجارة الجامعة الأسمرية الإسلامية
fatmaeco2015@hmail.com

أ. هاجر عمر منيدر

Hager Omar Mnider
محاضر كلية الاقتصاد والتجارة الجامعة الأسمرية الإسلامية
hager1982@yahoo.com

أولاً/ المقدمة

تعدّ السياحة صناعة حديثة ومجال اقتصادي حيوي وذلك لتأثيرها الفعال في كل من الدخل القومي وحجم الاستثمارات وعلى مستويات التشغيل والبطالة، بالإضافة إلى تأثيرها الكبير على ميزان المدفوعات من خلال مساهمتها في التجارة الدولية كجزء مهم من إجمالي الصادرات حيث تأتي في المرتبة الخامسة من صادرات أكثر من 80% من دول العالم، فضلاً عن ارتباطها بالعديد من القطاعات الأخرى كقطاع الزراعة والصناعة والقطاع المالي وقطاع المواصلات والاتصالات وغيرها .

وعلى المستوى المحلي وبالنسبة للاقتصاد الليبي فإن أكثر التوقعات تفاؤلاً تُرجّح فكرة نضوب النفط بعد حوالي 60 عاماً، في حين أن الاقتصاد الليبي لا يزال يعتمد عليه كمصدر وحيد لدخله ولم يستطع رغم المحاولات الضعيفة أن يفتح المجال لمشاركة قطاعات أخرى لخلق مصادر بديلة للقطاع النفطي.

إن مرحلة بناء الاقتصاد الليبي وإصلاحه تحتاج لتوظيف كل الموارد المالية التوظيف الأمثل والبعد عن هدر المال العام والخاص أيضاً، وبالتالي التركيز على تمويل القطاعات التي تعطي عائداً للدولة يكون هو الأسرع والأقل تكلفة على الأقل في الأجلين القصير والمتوسط، ففي مراحل سابقة كانت المشاريع الاستثمارية تُوجّه إلى قطاع الزراعة والصناعة على الرغم من أن ليبيا تعتبر بلداً صحراوياً يعاني من نقص المياه وكذلك من نقص العمالة في هذا القطاع وبالتالي كان من الصعب مبدئياً الاعتماد على القطاع الزراعي كبديل للقطاع النفطي، كما أنه لا يمكن حالياً على الأقل الاعتماد على البديل الصناعي وذلك لغياب المهارات والخبرات المحلية التي من الممكن الاستفادة منها في تنمية هذا القطاع.

إن تفعيل دور القطاع السياحي في ليبيا من الممكن أن يجعله في مقدمة عملية التنمية المستدامة وتغيير نوعية وهيكلية الإنتاج وذلك لزيادة الطلب على منتجات القطاعات الأخرى وبالتالي نمو تلك القطاعات ، بالإضافة إلى أنه يعتبر تنويع للأنشطة الاقتصادية وعدم الاهتمام بقطاع واحد كمصدر للدخل وإنما خلق بديل آخر يخلق فرصاً جديدة للعمالة ومصادرراً أخرى للعمالة الصعبة التي تتيح للدولة التوسع في معاملاتها الخارجية سواءً في شكل الزيادة في حجم الواردات ونوعيتها أو في شكل تسديد ديونها كأجور العمالة الأجنبية ، إضافة إلى دعم الإنتاج المحلي من خلال توجه الأجانب لطلب السلع والخدمات المنتجة محلياً وبالتالي زيادة الدخل القومي ودعم عمليات الإنفاق .

ثانياً/ مشكلة البحث

يمكن وضع المشكلة محل الدراسة في صيغة جملة من الإشكاليات الفرعية الآتية:

1- ما هو واقع قطاع السياحة في ليبيا وما هي مقوماته؟

- 2- ما هي الآثار الاقتصادية لقطاع السياحة على الاقتصاد الليبي؟
- 3- أين يقع ترتيب ليبيا في اقتصاد العالم وفقاً لمؤشرات تنافسية السفر والسياحة؟

ثالثاً/ أهداف البحث

يهدف البحث للتعرف على النقاط التالية:

- 1- التعرف على مدى مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية في ليبيا.
- 2- التعرف على واقع تنافسية قطاع السياحة في ليبيا دولياً.
- 3- التعرف على أهم التحديات التي تواجه صناعة السياحة في ليبيا.

رابعاً/ منهج البحث

تم في هذا البحث استخدام الأسلوب الوصفي التحليلي، والاعتماد في جمع البيانات والمعلومات اللازمة للبحث على المراجع من الكتب والبحوث والدوريات والتقارير الصادرة عن الجهات الرسمية المحلية والدولية.

المحور الأول / خصائص ومقومات القطاع السياحي في ليبيا

يمكن أن تعرف السياحة بأنها الانتقال من مكان لآخر وذلك لتحقيق عدة أهداف قد تكون ترفيهية أو ثقافية أو علاجية أو غيرها، وهذا التوجه من الأهداف يعتمد على العديد من المقومات السياحية التي قد تتواجد في العديد من البلدان بنسب متفاوتة، وفي بعض الأحيان تكون متواجدة ولكنها غير مستغلة (كافي، 2016، ص38).

تنقسم مقومات السياحة بشكل عام إلى مجموعة مكونات رئيسية وهي:

- 1- المقومات الطبيعية: وتشمل كل ما يخص البيئة من حيث المناخ والشمس والشواطئ والغابات.
- 2- الآثار والمواقع التاريخية: وتشمل كل الحضارات القديمة بما فيها من مدن أثرية ومراكز العلوم والثقافة والبحوث.
- 3- المقومات الثقافية: وهي كل الأنشطة المتعلقة بثقافة البلد والتي تعبر عن الخلفية الفكرية له بما فيها من الفنون الشعبية والفنون التشكيلية والمسرح والسينما التي تعرض الفن المحلي والذي بدوره يعطي خلفية واضحة عن عادات وتقاليد البلد.
- 4- المقومات الحديثة: وتشمل كل المشروعات الكبرى التي تتصف بتأثير اقتصادي مهم على جوهر وشكل الحياة الاقتصادية كالمطارات العالمية والسكك الحديدية والموانئ البحرية والسدود الضخمة .
- 5- المقومات الدينية: وهي كل الأماكن التي ترتبط بالديانات السماوية والموجودة في المدن المقدسة كالمدينة المنورة ومكة والقدس.
- 6- المقومات السياسية: أي النظام السياسي للدولة الذي يعتبر المحرك الرئيسي لكافة الأنشطة (نسبية، بغداد، ص 28-30).

وتتملك ليبيا العديد من الإمكانيات والموارد السياحية التي تجعل منها أرضاً خصبة لإقامة نهضة سياحية ناجحة، وهذه الموارد هي:

1- المقومات الطبيعية

أ- الموقع: تمتلك ليبيا الثلاثية السياحية المشهورة وهي الشمس والبحر والرمال (الغزواني، 2015، ص37) ، وتحتل موقعاً جغرافياً مهماً فهي تقع في الجزء الأوسط من الساحل الجنوبي لقارة أوروبا بساحل يبلغ تقريباً 1900 كيلو متر، وهذا يعطيها ميزة القرب من منابع الطلب السياحي الذي يقلل من تكاليف السفر، فضلاً عن إمكانية استغلاله

في تنمية سياحة العبور، بالإضافة إلى أنها تحتل مساحة شاسعة وسط الجزء الشمالي من القارة الأفريقية وهذا يجعلها حلقة وصل بين المشرق والمغرب العربي وبين الدول الأفريقية مما يجعلها مركزاً هاماً للمواصلات ولتجارة العبور (الهيلع، 2016، ص136).

ب - المناخ : إن وقوع ليبيا من ناحية الساحل الشمالي لها كواجهة للبحر المتوسط جعلها تتأثر بمناخه الذي يتصف بالمناخ المعتدل في معظم فصول السنة ويكون أكثر ملائمة لحركة السياحة في أغلب فترات السنة فيما عدا شتاؤه القصير، بينما تتصف الأجزاء الأخرى بالمناخ الصحراوي الجاف وهذا يمثل في حد ذاته ميزة تجذب من خلالها السواح في فصل الشتاء فتكون الصحراء هي الوجهة الأكثر جذباً للسواح في هذا الفصل (القزيري، 2006، ص 18، 22).

ج - التضاريس : إن اتساع المساحة في ليبيا والتي تبلغ حوالي 1774440 كم² أدى إلى تنوع عوامل الجذب السياحي حيث تجمع تضاريس ليبيا ما بين الشواطئ والمناطق الجبلية والصحراوية وهذا يعد تنوعاً في العرض السياحي ويساهم في تنشيط الحركة السياحية (المنصوري، 2016، ص11).

- تتميز الشواطئ الليبية بوجود العديد من الخلجان مثل خليج السدرة ورأس هلال وخليج جيمبا وطبرق وخليج فروة، إضافة إلى وجود العديد من الجزر كجزيرة فروة بالقرب من مدينة زوارة .
- أما بالنسبة للمناطق الجبلية نجد أن ليبيا تحتضن العديد من الجبال التي تتصف بمناظر وخصائص طبيعية جاذبة للسياح ، فمثلاً في الشرق هناك الجبل الأخضر القريب من السواحل وذا الطبيعة المميزة مناخياً ونباتياً، وفي الغرب هناك جبال نفوسة، أما في الجنوب فهناك جبال أكاكوس والعوينات والهروج وجبل السوداء وجبال تيبستي، وهذه الجبال تضم العديد من الكهوف والأودية والجروف التي من الممكن استغلالها لجذب هواة التسلق.
- أما إذا تحدثنا عن الصحراء فنحن نتحدث عن أكثر من 90% من الأراضي الليبية وهذا يعطينا ميزة كبيرة جداً إذا ما أردنا استغلال نوع مهم جداً من أنواع السياحة وهو السياحة الصحراوية من خلال خصائص الجذب السياحي التي تتمتع بها الصحراء الليبية كبحر الرمال الموجود في الجغبوب ووادي الشاطئ وعتبة وبحيرة الملفا وبحيرة واو الناموس (الحويج، 2005، ص16) .

2- المقومات البشرية

وهي الخصائص التي منحها الإنسان قديماً وحديثاً للدولة والتي تشمل :

أ- المقومات التاريخية والثقافية : تعتبر المعالم التاريخية من أهم عناصر الجذب السياحي والتي تزخر بها ليبيا على مَرّ الحضارات والعصور الفينيقية والإغريقية والرومانية والإسلامية، حيث تحتضن عدداً كبيراً من هذه المواقع التاريخية أشهرها مدينة لبة الأثرية ، ومدينة شحات وصبراتة في المناطق الشمالية ، وفي الجنوب هناك جزمة وقرزة، إضافة إلى العديد من المواقع الأثرية الإسلامية كالمساجد والحصون والمدارس التي تحوي الطابع الإسلامي كمسجد الصحابة بمدينة درنة والمدينة القديمة بطرابلس ومدينة غدامس، إضافة إلى العديد من المتاحف الأثرية التي من أشهرها متحف سرايا الحمراء بطرابلس الذي يضم خمسة متاحف هي المتحف التاريخي

الطبيعي، ومتحف ما قبل التاريخ، ومتحف النحت والمخطوطات، والمتحف التشكيلي، ومتحف الأزياء والعديد من المتاحف الأخرى مثل متحف لبدّة ومتحف صبراته وقصر ليبيا وتوكرة (الطيب، 2001، ص ص 66-68).

ب - البنية التحتية والخدمية: يحتاج قطاع السياحة إلى العديد من المتطلبات والخدمات المساندة والداعمة له لاكتمال عملية العرض السياحي وبالتالي تقديم خدمة سياحية متكاملة وذلك لأنه ومع وجود المنتج السياحي الجيد إلا أنه لا يمكن أن يجذب السياح بدون وجود خدمات وبنية تحتية متمثلة في جانب الاتصالات والمواصلات وخدمات الضيافة والمطاعم والمنتجعات السياحية والفنادق ومراكز الترفيه والتسلية والعديد من الخدمات الأخرى (هاني، 2013، ص 74) .

إن طرق النقل سواء كانت برية أو بحرية أو جوية من أهم ركائز تنشيط الحركة السياحية فالجذب السياحي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتقدم في تكنولوجيا المواصلات، ولا تصبح المواقع السياحية أكثر جذباً طالما لا تتوفر فيها إمكانية الوصول السهلة والميسرة (غنيمة، وآخرون، ص 291).

إن أكثر من 75% من شبكة الطرق الموجودة في ليبيا متركزة في المنطقة الشمالية كثيفة السكان ، بينما النسبة المتبقية متوزعة بين المنطقة الوسطى والجنوبية ذات الرقعة الجغرافية الواسعة والطبيعة الصحراوية ، حيث يوجد الطريق الساحلي الرابط بين شرق البلاد وغربها ، ويربط ليبيا بالشرق العربي عن طريق مصر ، وبالمغرب العربي عن طريق تونس ، إضافة إلى أنه يمر بكل المناطق العمرانية والجبلية ، ويربط المدن بالأرياف ليسهل عملية التنقل والحصول على جميع الخدمات المتوفرة ، حيث بلغت أطوال شبكة المواصلات في ليبيا سنة 2009م ما مقداره 33529 كيلو متراً تقسم إلى 15143 كيلو متراً طرقاتاً رئيسية ، وما مقداره 18386 كيلو متراً طرقاتاً فرعية(الطيب، 2005، ص 74) .

أما بالنسبة للنقل الجوي فترتبط ليبيا بحركة السياحة الدولية من خلال العديد من المطارات في كل من طرابلس ومصراته وبنغازي وسبها وغيرها والتي توفر الكثير من الوقت والتكاليف وتقلل متاعب السفر ، كما توجد العديد من شركات النقل الجوي التي تعمل في ليبيا كشركة الخطوط الأفريقية وشركة الخطوط الجوية الليبية .

وعلى صعيد النقل البحري فليبيا تتوسط الساحل الجنوبي للبحر المتوسط وهذا جعلها حلقة وصل بين أوروبا وأفريقيا عن طريق تجهيز وتطوير العديد من الموانئ البحرية التي أصبحت تعتمد عليها خصوصاً مع ارتفاع مستوى المعيشة وازدياد مستوى الطلب على استيراد السلع المختلفة ، ومن بين هذه الموانئ ميناء طرابلس ومصراته والخمس وبنغازي وزوارة وغيرها، ولكن يؤخذ على هذه الموانئ تهالك أصولها وتدني مستوى خدماتها.

وفيما يخص شبكات السكك الحديدية تعتبر ليبيا متخلفة عن غيرها من الدول وخاصة دول الجوار حيث لا يوجد في ليبيا شبكة للسكك الحديدية على الرغم من أن ليبيا تعاقدت لإنشاء سكة حديدية مع مجموعة من الشركات الصينية والروسية وتم البدء في تنفيذ مراحل المشروع قبل عام 2011 إلا أن هذه المشاريع توقفت عام (الاسكوا، 2020، ص ص 41-42).

أما فيما يخص المرافق الخدمية والتي تشمل مرافق الإيواء والخدمات السياحية فتلعب الفنادق دوراً مهماً ورئيسياً في تنشيط السياحة وتمييزها في أي بلد من العالم ، فالسائح يقضي أطول مدة في الفنادق مقارنة بأي مكان آخر في البلد المضيف (شعيب، 2018، ص 298) .

إن جل الفنادق في ليبيا من فئة الخمس نجوم مملوكة للدولة كليا كالمهاري وريكسوس أو جزئياً كفندق كورنتيا، وأغلب فنادق الثلاث نجوم أو أقل مملوكة للقطاع الخاص، وعلى الرغم من مساهمة القطاع الخاص في تطوير قطاع السياحة خاصة بإنشاء الفنادق والقرى السياحية في كل ربوع ليبيا إلا أن جودة الخدمات المقدمة لا ترقى إلى المستوى العالمي حيث تقتصر إلى التوحيد القياسي للمعايير الدولية مما يضعف من مركزها التنافسي دولياً في جذب السياح، إضافة إلى أن أغلب الفنادق لا تعتمد على الخدمات الالكترونية حيث محدودية الفنادق التي تسمح بالحجز الكترونياً (الاسكوا، 2020، ص44).

بلغ عدد إجمالي الفنادق المصنفة في ليبيا حسب آخر إحصائية منشوره 138 ويمكن إرجاع ذلك إلى قصور الدولة في جذب الاستثمارات الأجنبية لإنشاء الفنادق والقرى السياحية، وبالرغم من الدور الكبير الذي تلعبه شركات الفنادق الدولية في تطوير صناعة السياحة في البلدان الأقل نمواً، إلا أن هذه الشركات تشكل في ليبيا أقل من 1% من إجمالي عدد الفنادق في ليبيا، ناهيك عن نقص الخبرة والمهارات المحلية لتنفيذ وإنشاء الفنادق بمواصفات عالمية (Elgamodi, 2017, p123).

المحور الثاني / واقع ومؤشرات القطاع السياحي في ليبيا

إن ارتفع عدد السياح الدوليين ارتفاعاً ملحوظاً خلال السنوات السابقة ، ففي سنة 1950م مثلاً كان عدد السياح 25 مليون سائح ليزداد سنة 1980م إلى 277 مليون سائح ، وإلى 438 مليون سائح سنة 1990م ، ثم إلى 684 مليون سائح سنة 2000م ، ارتفع بعد ذلك ليصل إلى 1220 مليون سائح سنة 2016م (تقرير منظمة التعاون الإسلامي، 2017، ص76).

لقد سجل عدد السياح الدوليين معدلات تغير موجبة في معظم الفترات باستثناء بعض السنوات التي أثرت فيها الظروف المختلفة ، فعلى سبيل المثال انخفض عدد السياح في العامين 1982 ، 1983م بمعدل 0.7% ، 0.9% وذلك نظراً لارتفاع معدل البطالة وانخفاض معدل النمو الاقتصادي ، كما انخفض عدد السياح بمعدل 0.6% عام 2001م وذلك بسبب أحداث 11 سبتمبر في أمريكا حيث شهدت نهاية هذا العام أكبر نسبة انخفاض لعدد السياح وسجل هذا الانخفاض ما نسبته 11% وذلك بسبب انعدام الأمن والثقة (عيساني، 2010، ص64). وإذا ما تتبعنا حجم الإيرادات الخاصة بقطاع السياحة دولياً نراها أيضاً تتصف بالزيادة ، ففي العام 1950م كانت لا تتعدى 2.1 مليار دولار ، حيث ارتفعت سنة 1980م لتصل إلى 103.5 مليار دولار ، ثم إلى 264 مليار دولار سنة 1990م بمعدل نمو 14.1%، ثم إلى 475 مليار دولار سنة 2000م ، وإلى 944 مليار دولار سنة 2008م وبمعدل نمو 12.3% ، بينما تعدى عتبة الألف مليار دولار سنة 2011م ليصل إلى 1073 مليار دولار، ووصل هذا العائد إلى 1220 مليار دولار أمريكي سنة 2016م (تقرير منظمة التعاون الإسلامي، 2017، ص 77).

وبالنظر إلى أهمية قطاع السياحة في الدول العربية نلاحظ أن معظم اتجاهات السياحة كانت قد تركزت في خمسة دول وهي مصر والسعودية وتونس والمغرب والإمارات ، حيث استحوذت على ما نسبته 70% تقريباً من إجمالي عدد السياح في البلدان العربية سنة 2005م والتي بلغ فيها عدد السياح في منطقة الشرق الأوسط وفقاً لإحصائيات منظمة السياحة العالمية حوالي 52.8 مليون سائح بما نسبته 6.5% من العدد الإجمالي للسياح في العالم .

أما بالنسبة لإيرادات السياحة في الدول العربية فقد ارتفع من 2.3% سنة 2001م إلى 7.2% سنة 2005م من إجمالي السياحة الدولية بسبب ارتفاع متوسط الإنفاق للسياح في الدول العربية من 370 دولار عام 2001م إلى 930 دولار سنة 2005م ، بينما حققت المنطقة العربية تطوراً في حجم الإيرادات السياحية سنة 2008م ليصل إلى 45.6 مليار دولار كان النصيب الأكبر من نصيب مصر التي تحصلت على حوالي 11 مليار دولار ، ثم السعودية بحصة تقدر بأكثر من 9.7 مليار دولار وذلك باعتبار مصر والسعودية من أهم الأسواق السياحية في المنطقة العربية لما تملكه من مقومات سياحية (نوال، 2013، ص75) .

1- عدد السياح والقادمين إلى ليبيا خلال الفترة (1993 - 2010م)

بالنظر إلى الجدول رقم (1) نلاحظ أن أعداد السياح في معظم السنوات تتصف بالتذبذب ، ففي سنة 1993م كان عدد سياح المبيت 62731 سائحاً في حين أن عدد الزوار كان 596000 زائراً ، ثم انخفض عدد سياح المبيت سنة 1994م ليصل إلى 51740 سائحاً بينما ارتفع عدد الزوار إلى 1441000 زائراً ، ثم ارتفع عدد سياح المبيت عامي 1995 ، 1996م وصولاً إلى 88000 سائحاً لينخفض بعدها حتى العام 2003م وذلك لأن ليبيا في هذه الفترة كانت تقع تحت الحظر الذي فرض عليها .

ارتفع عدد سياح المبيت في العامين 2004 ، 2005م إلى 42638 ، 81319 سائحاً على التوالي ليعاود الانخفاض من جديد نهاية الفترة الزمنية عام 2010م حيث وصل العدد إلى 21492 سائح .

الجدول رقم (1) عدد السياح في ليبيا خلال الفترة (1993-2010م) بالآلاف

السنوات	السياح (زوار المبيت)	الزوار(نفس اليوم)	الإجمالي
1993	62731	596000	658731
1994	51740	1441000	1492740
1995	55884	1776000	1831884
1996	88000	1188000	1276000
1997	50000	1276000	1326000
1998	32000	919000	951000
1999	32000	965000	997000
2000	29302	962559	991861
2001	20339	-	20339
2002	20075	-	20075
2003	23029	-	23029
2004	42638	-	42638
2005	81319	-	81319
2006	41542	83938	125480
2007	38025	67972	105997
2008	33900	8218	42118
2009	28743	6951	35694
2010	21492	10546	32038

المصدر : الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق ، الكتيب الإحصائي ، أعداد مختلفة

إن أعداد القادمين إلى ليبيا سواء كانوا من سياح المبيت أو من الزوار تتصف بشكل عام وفقاً للبيانات السابقة بالانخفاض ، بالإضافة إلى أن النسبة الأكبر من إجمالي السياح في العديد من السنوات هم ممن يزورون البلاد لقضاء بعض الاحتياجات ، أو إتمام بعض الصفقات والعودة في نفس اليوم ، وبالتالي فهم ليسوا سياحاً حقيقيين ، فعلى سبيل المثال سنة 1995م إجمالي السياح كان 1831884 سائح ، يشكل عدد الزوار منهم ما نسبته 96.9% أي أن ما نسبته 3.1% فقط هم سياحاً بالفعل ، وهذا إنما يدل على سوء الخدمات السياحية المقدمة وضعف البرنامج الدعائي للسياحة في ليبيا .

2- عدد الفنادق في ليبيا خلال الفترة (1992-2019م)

بالنظر إلى الجدول رقم (2) نلاحظ أن أعداد الفنادق الموجودة في ليبيا تتصف بالزيادة ولو كانت هذه الزيادة بسيطة ، ففي سنة 1992م كان العدد 105 فندقاً ارتفع ليصل إلى 118 فندقاً ثم انخفض إلى 109 سنة 1996م ، ليعاود الارتفاع من جديد إلى 194 فندقاً سنة 2000 م ، ثم إلى 266 سنة 2004م لينخفض إلى 212 سنة 2005م ، حيث اتصف بعد ذلك بالارتفاع لغاية سنة 2018م بعدد 326 فندقاً لهذا العام انخفض بعدها انخفاضاً طفيفاً ليسجل في نهاية الفترة 313 فندقاً سنة 2019م .

إن هذه الأعداد القليلة لمراكز الإيواء في ليبيا يعتبر مؤشراً على عدم الاهتمام الكافي بهذا القطاع سواء من ناحية توجيه الاستثمارات له أو توفير البيئة المناسبة خاصة الأمنية وهذا يلاحظ في السنوات الأخيرة التي مرت بها البلاد بأحداث سياسية ساهمت بشكل كبير في تواضع تزايد أعداد الفنادق .

الجدول رقم (2) أعداد الفنادق في ليبيا خلال الفترة (1992-2019م)

السنة	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
عدد الفنادق	105	105	107	118	118	109	109	109	194	194	194	194	266	212
السنة	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد الفنادق	256	268	277	303	305	305	305	321	326	326	326	326	326	313

المصدر : الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق ، الكتيب الإحصائي ، أعداد مختلفة

3- تطور حجم الإيرادات السياحية في ليبيا بالدولار خلال الفترة (2000-2010م)

يلاحظ من الجدول رقم (3) أن حجم العوائد السياحية يتصف بالتذبذب حيث كانت قيمته 16409120 مليون دولار سنة 2000م انخفض بعده إلى 11389840 مليون دولار سنة 2001م ، ثم إلى 11242000 مليون دولار سنة 2002م ، وسجل ارتفاعاً بعد ذلك على مدى ثلاث سنوات ليصل سنة 2005م إلى 45538640 مليون دولار ، ثم انخفض خلال العامين 2006 ، 2007م ليعاود الارتفاع سنة 2008م ليصل إلى 28476000 مليون دولار ، واختتمت الفترة بانخفاض متتالي عامي 2009 ، 2010م .

الجدول رقم(3) الإيرادات السياحية في ليبيا خلال الفترة (2000-2010م) بالمليون دولار

السنوات	الإيرادات السياحية	معدل النمو %
2000	16409120	-
2001	11389840	-1.6
2002	11242000	-1.298
2003	12896240	14.7
2004	23844280	85.1
2005	45538640	90.7
2006	29982920	-34.1
2007	26731760	-10.8
2008	28476000	6.5
2009	24561180	-13.7
2010	18686320	-23.9

المصدر : الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق ، المكتب الإحصائي ، أعداد مختلفة

إن هذا التذبذب في الإيرادات السياحية إنما يرجع إلى الارتفاع والانخفاض في أعداد السياح من جهة، ومن جهة أخرى حسب الخدمات المتوفرة والتي يواجه السائح إنفاقه عليها .

وبالنظر إلى معدل النمو السنوي لحجم إيرادات السياحة في ليبيا نلاحظ أنه اتصف في أغلب السنوات بقيم سالبة بداية من سنة 2001م والتي كان معدل النمو فيها 1.6% بالسالب وصولاً إلى 34.1% بالسالب سنة 2006م، إلى غاية سنة 2010م حيث سجل معدل النمو ما نسبته 23.9% أيضاً بالسالب ، ويرجع هذا إلى الظروف التي يعيشها الاقتصاد الليبي سواء الاقتصادية منها أو البيئية أو التشريعية والقانونية وغيرها ، فمثلاً في القانون الليبي هناك مادة تنص على إلزامية وجود الترجمة العربية في جواز السفر الأجنبي، إضافة إلى أن ارتفاع إيرادات القطاع النفطي واعتماد الدولة الليبية على هذا القطاع كدخل رئيسي لها جعل السياحة ليست من أولويات هذا البلد .

4- تطور القوى العاملة في القطاع السياحي في ليبيا خلال الفترة(2005-2010م)

بالنظر إلى بيانات العمالة في ليبيا في مجال السياحة نجدها تتصف بالزيادة البسيطة في بعض السنوات وبالثبات في بعض السنوات الأخرى ، ففي سنة 2005م ضمّ قطاع السياحة 8494 عاملاً منهم 5710 عاملاً ضمن العمالة في مرافق الإيواء المباشر ، وعدد 2784 عامل في شركات ومكاتب السفر والسياحة ، زاد هذا العدد حتى سنة 2010م ليصل إلى 11331 عامل في مرافق الإيواء ، أما مكاتب وشركات السفر والسياحة فضمنت 5944 عامل ، ليتصف هذا العدد بالثبات خلال السنوات 2010، 2011، 2012م انخفض بعدها سنة 2013م ليكون الإجمالي 16837 عاملاً في قطاع السياحة ، ثم ارتفع إجمالي اليد العاملة من سنة 2014 إلى سنة 2020م ليصل إلى 28460 عاملاً .

إن هذا التذبذب في أعداد القوى العاملة يرجع إلى ضعف إيرادات قطاع السياحة المربوطة بشكل مباشر بأعداد السياح في السنوات السابقة والذي اتصف بالتذبذب خاصة في الفترة التي تبعت التغييرات السياسية التي شهدتها ليبيا بعد العام 2011م ، إضافة إلى ضعف وقلة برامج التأهيل والتدريب للعمالة السياحية ، وعدم الاهتمام بالمراكز والمعاهد المتخصصة في مجال السياحة والذي أدى إلى عدم تقديم خدمات ذات جودة تنافسية ترضي رغبات السياح .

الجدول رقم (4) القوى العاملة في القطاع السياحي في ليبيا خلال الفترة (2005-2020م) بالآلاف

السنة	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
عدد العمال في مرافق الإيواء	5710	6324	6700	6700	10442	11331	11331	11331
عدد العمال في الشركات ومكاتب السفر والسياحة	2784	4263	4580	5465	5318	5944	5944	5944
السنة	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد العمال في مرافق الإيواء	10893	10920	10920	10920	10920	10920	10920	10920
عدد العمال في الشركات ومكاتب السفر والسياحة	9544	13536	13536	13536	14820	14820	16800	17540

المصدر :

- الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق ، الكتيب الإحصائي ، أعداد مختلفة
- مركز المعلومات والتوثيق السياحي ، التقرير الإحصائي للسنوات 2017-2018

5- تطور حجم الائتمان السياحي في ليبيا خلال الفترة (1994-2009م)

يتضح من الجدول رقم (5) أن هناك تطوراً ملحوظاً في حجم الائتمان الموجه لقطاع السياحة حيث كانت القيمة تقدر بحوالي 0.011 مليون دينار سنة 1994م ارتفعت إلى 32.365 مليون دينار سنة 1998م ، انخفضت بعدها سنة 1999م قيمة التسهيلات إلى 32.227 مليون دينار لتعاود الارتفاع من جديد لتصل سنة 2003م إلى 61.008 مليون دينار ، بينما سجلت سنة 2004 ، 2005م انخفاضاً في قيمة التسهيلات لتصل إلى 60.044 مليون دينار، 38.213 مليون دينار على التوالي ، ارتفعت بعدها القيمة حتى العام 2008م لتتحقق أعلى قيمة في هذه السنة بمبلغ 219.574 مليون دينار ، وسجلت قيمة الائتمان في ختام هذه الفترة انخفاضاً وصل إلى 177.854 مليون دينار.

الجدول رقم (5) تطور حجم الائتمان الموجه لقطاع السياحة في ليبيا خلال الفترة (1994-2009م) بالمليون دينار

السنة	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
حجم الائتمان	0.011	0.133	11.644	19.470	32.365	32.227	42.483	49.354
السنة	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
حجم الائتمان	57.243	61.008	60.144	38.213	45.288	89.979	219.574	177.854

المصدر: مصرف ليبيا المركزي ، إدارة البحوث والإحصاء ، النشرة الاقتصادية ، أعداد مختلفة

إن الملاحظ من خلال بيانات حجم الائتمان المصرفي الممنوح للقطاع السياحي وبمقارنته بعدد الفنادق الموجودة في ليبيا والذي اتصف بالتذبذب والتطور البطيء أن التسهيلات الممنوحة لهذا القطاع لم تستغل الاستغلال

الأمثل، ولم تكن هناك أسس سليمة في منح الائتمان السياحي لتطوير هذا القطاع خاصة إذا علمنا أنه يتصف بكثافة العنصر البشري ولا يحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة لتطويره .

المحور الثالث: تحديات قطاع السياحة في ليبيا حسب مؤشرات القدرة التنافسية للسفر والسياحة العالمي:

يعتمد قطاع السياحة في تطوره على توافد السياح من مختلف البلدان والذي عزز من ارتباطه بقطاع السفر، وترتب عليه اعتبار كلاً من السفر والسياحة قطاعاً واحداً ذا علاقة تكاملية .

1- مفهوم تنافسية السفر والسياحة

يعرفها المعهد الدولي للتنمية والإدارة بكونها تعظيم القيمة المضافة ومستوى الإنتاجية في قطاع السياحة والسفر من خلال جذب الاستثمارات في قطاع السياحة وكفاءة عمليات وصول وعودة السياح، واختراق وتسويق البلد في عدد كبير من دول العالم، وتحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية وتقديم خدمات سياحية ذات مستوى عالٍ من التقنية والجودة يتماشى مع متطلبات العولمة (زين، وآخرون، 2020، ص41).

ويعد هذا المؤشر من أهم المؤشرات التي تعبر عن القوة الاقتصادية لقطاع السياحة في الدولة، فهو يعكس أداء الدول من خلال الاستراتيجيات التي تم تنفيذها والتي تعد الأساس لتحول الميزة النسبية للسياحة إلى ميزة تنافسية تعتمد على الموارد المبتكرة (بوروي، وعيساوي، 2015، ص73).

يقيس المؤشر الكلي لتنافسية السفر والسياحة الاستراتيجيات والسياسات المحفزة على تطوير هذا القطاع في مختلف دول العالم، إذ يتم ترتيب الدول حسب قدرتها على المنافسة وبناءً على الجهود التي تقوم بها لدعم السياحة والمقومات التي تمتلكها (زيان، وراتول، 2016، ص142)، حيث يضم هذا التقرير دراسة ما مجموعه 14 مؤشراً فرعياً جمعت في ثلاثة مؤشرات رئيسية وهي (بودخدخ، وبودخدخ، 2012، ص29):

- مؤشر الإطار التنظيمي.
- مؤشر بيئة الأعمال والبنية الأساسية.
- مؤشر الموارد البشرية والثقافية والطبيعية.

تتصدر قيمة كل مؤشر بين 1 و 7 مع الإشارة إلى أنه كلما كانت النقاط التي يحققها المؤشر أكبر كلما دل ذلك على قوته التنافسية وأداء اقتصادي له أفضل (زيان، وراتول، 2016، ص142).

2- واقع ومكانة القدرة التنافسية لقطاع السفر والسياحة في ليبيا

على الرغم من امتلاك ليبيا للعديد من المقومات السياحية الأمر الذي يترتب عليه حصولها على ميزة نسبية في السياحة، إلا أنه ينبغي معرفة واقع القدرة التنافسية لقطاع السياحة بين مختلف الدول للوقوف على جوانب القوة والضعف ومن ثم إبراز أهم التحديات التي تعيق تطور تنافسية قطاع السياحة في ليبيا من خلال المراتب التي حققها مؤشر تنافسية السفر والسياحة دولياً وعربياً.

الجدول رقم (6) تطور القدرة التنافسية لقطاع السفر والسياحة في ليبيا خلال السنوات 2008-2009-2011

2011		2009		2008		السنوات
عربياً (14)	دولياً (139)	عربياً (14)	دولياً (133)	عربياً (14)	دولياً (130)	
14	124	12	112	13	104	الترتيب العام
3.25		3.38		3.45		قيمة المؤشر

المصدر:

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008, 2009, 2011.

يتبين من الجدول السابق أن القدرة التنافسية للسياحة في ليبيا دولياً كانت ضعيفة حسب قيمة مؤشر التنافسية للسفر والسياحة خلال السنوات 2008-2009-2011 حيث كانت قيمته 3.45 ، 3.38 ، 3.25 والذي أسفر عنه وجود ليبيا في مراتب متأخرة جداً على الصعيد الدولي والعربي ، وهذا يشير إلى الوضع الصعب الذي يمر به قطاع السياحة الليبي، حيث أن تنافسيته بعيدة عن المعايير الدولية رغم ما تمتلكه ليبيا من ميزة نسبية تسمح لها بالنهوض بهذا القطاع للتأثير على النشاط الاقتصادي وهذا يعزز من التحديات التي تواجهه قصد النهوض به.

وفيما يلي توضيح لمؤشرات القدرة التنافسية للسفر والسياحة حسب المؤشرات الفرعية التي يضمها هذا القطاع:

- القدرة التنافسية للإطار التنظيمي لقطاع السياحة في ليبيا

شهدت القدرة التنافسية لقطاع السياحة الليبي على مستوى الإطار التنظيمي التطورات الآتية:

الجدول رقم (7) تطور القدرة التنافسية للسفر والسياحة بناءً على مؤشر الهيكل القانوني والتنظيمي خلال السنوات 2008-2009-2011

2011			2009			2008			السنوات
عربياً (14)	دولياً (139)	النقاط	عربياً (14)	دولياً (133)	النقاط	عربياً (14)	دولياً (130)	النقاط	
14	122	3.6	10	97	4.1	9	75	4.3	المؤشر الفرعي الأول الهيكل القانوني والتنظيمي
	135	3		125	3.2		122	3.1	القوانين واللوائح الفرعية
	134	3.7		122	3.8		118	3.8	المحافظة على البيئة
	100	4.2		34	5.8		24	5.8	الأمن والسلامة
	83	4.3		77	4.3		50	5.2	الصحة والنظافة
	132	3.1		120	3.3		109	3.4	مكانة السفر والسياحة

المصدر:

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008, 2009, 2011.

يتضح من الجدول السابق أن قطاع السياحة في ليبيا متخلف بناءً على مستوى الإطار التنظيمي ، حيث شهدت قدرتها التنافسية حسب تطور نقاط المؤشرات المكونة لمؤشر الإطار التنظيمي بالإضافة إلى قيمة المؤشر بشكل عام تراجع ملحوظة عملت على تراجع ترتيب ليبيا دولياً وعربياً عاماً تلو الآخر، وحصولها على المركز الأخير على مستوى الدول العربية سنة 2011 ، وهذا يعكس الفجوة التنظيمية التي يمكن إرجاعها إلى عوامل داخلية تتمثل في ضعف وعدم مرونة السياسات والقواعد التنظيمية والإدارية الخاصة بالحصول على التأشيرات، إضافة إلى التعقيدات القانونية فيما يتعلق بقوانين الاستثمار السياحي الأجنبي والتي يمكن الإشارة إليها في النقاط التالية (الخرابي، 2019، ص211):

- يفرض على المستثمر الأجنبي الترخيص من الدولة قبل البدء في الاستثمار .
- يتم فرض ضرائب مباشرة على الأرباح التي ستحول إلى الخارج من العملة المحلية.
- هناك صرامة في القوانين الليبية تصل إلى مصادرة الاستثمار الأجنبي إذا أخل المستثمر بالشروط .
- إجبار المستثمر على استخدام اللغة العربية مثل تعريب جواز السفر للأجانب وينطبق هذا الإجراء أيضا على السياح.

- القدرة التنافسية لبيئة الأعمال والبنية التحتية لقطاع السياحة في ليبيا

يشير هذا المحور إلى مدى تطور البنية التحتية سواءً فيما يتعلق بالنقل البري أو البحري أو النقل الجوي، فالدول التي تمتلك المطارات وعدد كبير من شركات الطيران، وعدد الرحلات الدولية والموانئ ومحطات القطارات والطرق البرية التي تصل بين مناطق البلاد يسهل تدفق السياح لديها (الحاج، عبد السلام محمد، 2019، ص14)، وكذلك في مجال الاتصالات والمعلومات، بحكم ما توفره البنية التحتية من مرونة أكبر في انتقال السياح، إضافة إلى التركيز على مدى تنافسية الأسعار سواءً من خلال أسعار التذاكر أو معدل التضخم المحلي وأسعار الوقود والفنادق (بودخدخ، وبودخدخ، 2012، ص34-35).

وكما هو مبين في الجدول أدناه سجل قطاع السفر والسياحة في ليبيا تحسناً طفيفاً خلال السنوات 2008-2009-2011 وذلك وفق مؤشر بيئة الأعمال والبنية التحتية والمؤشرات الفرعية المكونة له ترتب عليه أيضاً تحسن في ترتيب ليبيا دولياً وعربياً، ويلاحظ من المقارنة خلال السنوات وعلى صعيد المؤشرات الفرعية أن ليبيا حققت ميزة تنافسية بناءً على قيمة مؤشر تنافسية الأسعار مما يعكس تحسن في الأداء محققاً المرتبة 39 دولياً على مستوى 139 دولة خلال 2011، إلا أن ذلك غير كافٍ في ظل

عدم توافر بنية تحتية جيدة في مجال النقل الجوي والبري والبحري والاتصالات مسجلاً نقاط تعكس ضعف تنافسيتها حيث لم تزد قيمة النقاط المسجلة عن 2.6 نقطة من أصل 7 نقاط على الرغم من وجود تحسن في المراتب التي حققتها هذه المؤشرات دولياً.

جدول رقم (8) تطور القدرة التنافسية للسفر والسياحة بناءً على مؤشر بيئة الأعمال والبنية التحتية خلال السنوات 2008-2009-2011

المؤشرات	السنوات	2008			2009			2011		
		عربياً (14)	دولياً (130)	النقاط	عربياً (14)	دولياً (133)	النقاط	عربياً (14)	دولياً (139)	النقاط
المؤشر الثاني: بيئة الأعمال والبنية التحتية	12	13	2.7	115	2.7	13	109	2.7	2.9	107
			2.4	103	2.5				99	
			2.3	130	2.3				127	
			1.8	110	1.7				107	
			2.1	91	2.2				101	
			4.8	57	4.9				39	

المصدر:

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008, 2009, 2011.

- القدرة التنافسية للموارد البشرية والثقافية والطبيعية لقطاع السفر والسياحة في ليبيا

يعتبر محور الموارد البشرية والثقافية والطبيعية على درجة كبيرة من الأهمية في تنافسية قطاع السفر والسياحة لأي بلد، حيث أنه يشير إلى مدى تطور الموارد البشرية من ناحية التأهيل والمستوى المعرفي والدراسي للعاملين في القطاع فهو نشاط كثيف العمل، ويعتمد على إنشاء المعاهد والمراكز المتخصصة للتأهيل السياحي ومدى مواكبتها للتطورات الدولية، بالإضافة إلى عدد المواقع الثقافية والطبيعية ذات الصيت العالمي والتي تبرز في مجملها القدرات السياحية للبلد (بوددخ، وبوددخ، 2012، ص36).

واستناداً إلى ما سبق يمكن توضيح واقع القدرة التنافسية للسفر والسياحة لليبيا اعتماداً على مؤشر تنافسية الموارد البشرية والطبيعية والثقافية .

جدول رقم (9) القدرة التنافسية للسفر والسياحة في ليبيا بناءً على مؤشر مستوى تنافسية الموارد البشرية والطبيعية والثقافية خلال السنوات

2011 - 2009 - 2008

2011			2009			2008			السنوات المؤشرات
عربياً (14)	دولياً (139)	النقاط	عربياً (14)	دولياً (133)	النقاط	عربياً (14)	دولياً (130)	النقاط	
13	125	3.2	11	114	3.4	11	106	3.4	المؤشر الثالث: الموارد البشرية والثقافية والطبيعية
	115	4.2		104	4.5		99	4.5	الموارد البشرية
	122	4.2		110	4.4		105	4.4	قابلية المجتمع للسياحة
	134	1.9		124	2.2		114	2.2	الموارد الطبيعية
	66	2.5		61	2.5		56	2.6	الموارد الثقافية

المصدر:

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008, 2009, 2011.

يتضح من الجدول السابق أن ترتيب قطاع السفر والسياحة حسب مؤشر الموارد البشرية والطبيعية والثقافية في مراتب متأخرة دولياً محققاً تراجعاً لتحتل ليبيا المرتبة 106 و 114 و 125 على التوالي للسنوات 2008 - 2009 - 2011 على الرغم من محافظة ليبيا على قيمة المؤشر للسنوات 2008-2009 عند 3.4 نقطة، وقد يرجع ذلك لتحسن الوضع التنافسي للدول الأخرى من خلال تبني إجراءات لتطوير خدماتها لتحقيق ميزة تنافسية على الساحة الدولية ، وجاء ترتيب ليبيا على مستوى الدول العربية 11-11-13 محققة مراتب متأخرة جداً، أيضاً شهد مؤشر الموارد البشرية ومؤشر قابلية المجتمع للسياحة تراجعاً ترتيبها دولياً حيث احتل مراتب متأخرة، وينعكس هذا في ضعف التأهيل التدريبي والمعرفي للكوادر البشرية العاملة في القطاع وهذا يعد مؤشر سلبي على توافد السياح، كما تعكس النقاط التي حققها معيار الموارد الطبيعية ومعيار الموارد الثقافية ضعفاً واضحاً من خلال انخفاض في قيمة المؤشرات إلى الأقل من المتوسط وتراجع ترتيبها دولياً وقد يرجع هذا إلى عدم مشاركة المواقع السياحية لمنظمة السياحة العالمية، حيث سجلت ليبيا خمس مواقع سياحية فقط في اليونيسكو على الرغم من امتلاكها للعديد من المقومات التاريخية والثقافية.

النتائج

- 1- تعتبر السياحة عامل مؤثر في اقتصاديات الدول التي تولي اهتماماً بها وذلك من خلال تأثيرها المباشر وغير المباشر في عمليات التنمية المستدامة .
- 2- تمتلك ليبيا ميزة نسبية في المقومات السياحية وذلك لتنوع مواردها من طبيعة جبلية وصحراوية وساحل يتيح القيام بالعديد من الأنشطة، بالإضافة إلى الحضارات المتعاقبة والتي تركت إرثاً ثقافياً كبيراً.
- 3- هناك ضعف كبير في مشاركة قطاع السفر والسياحة في الاقتصاد الليبي وذلك من خلال قلة أعداد السياح وضعف حجم الإيرادات السياحية ، وقلة مراكز الإيواء وضعف جودة الخدمات المقدمة ، وهذا جعلها تقع في مراكز متأخرة في تنافسية السياحة بين العديد من الدول.
- 4- عدم توفر البيانات الدقيقة عن النشاط السياحي في ليبيا وذلك لقلة مراكز المعلومات وغياب الخدمات الالكترونية ، إضافة إلى ضعف الخطط السياحية والترويجية والتسويقية .
- 5- هناك العديد من المعوقات السياسية والأمنية والتشريعية للقطاع السياحي في ليبيا ، إضافة إلى قلة الثقافة السياحية المحلية .
- 6- قلة الكفاءات والعناصر المدربة في مجال السياحة وعدم توفر الخدمات المصرفية والمالية الحديثة .

التوصيات

- هناك العديد من التحديات التي تواجه قطاع السياحة وتعيق تطوره أسوة بدول أخرى سجلت مراكز متقدمة في تنافسية قطاع السفر والسياحة يمكن تلخيصها في النقاط الآتية:
- 1- زيادة مخصصات قطاع السياحة من الإنفاق الحكومي وإعطاءه الأولوية في مقدمة القطاعات الاقتصادية لما له من دور فعال في تحريك عجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة ، حيث تتمتع ليبيا بقدرة مالية تستطيع من خلالها تطوير هذا القطاع.
 - 2- العمل على تسهيل الإجراءات الإدارية والقانونية ورفع القيود على المستثمر الأجنبي وذلك لتحسين مناخ الاستثمار، فالتشريعات والقوانين الحالية تحتاج إلى تحديث وتطوير لتذليل الصعاب أمام السائح والمستثمر الأجنبي وتشجيعه ومنحه حوافز لتسهيل دخوله إلى ليبيا في مجال الاستثمارات السياحية.
 - 3- العمل على تحقيق الاستقرار السياسي حيث يعد من العوامل المهمة لجذب السياح الدوليين، فالحروب والصراع المسلح أدى إلى نفور السياح واختيارهم وجهات سياحية أخرى ذات استقرار سياسي.
 - 4- العمل على تحسين صورة السياحة في ليبيا من خلال نشر الوعي والترويج لها باستخدام الوسائل التقنية والإعلامية الحديثة، فقلة الوعي أثرت سلباً على إعطاء صورة جيدة لقطاع السياحة في ليبيا.

5- توفير البنية التحتية الملائمة للنقل من خلال تطوير شبكة الطرق البرية الجيدة ، وكذلك إنشاء السكك الحديدية وتحسين خدمات النقل البحري والجوي، فالوضع الحالي لقطاع النقل لم يشجع ولم يعط قطاع السياحة ميزة تنافسية بين الدول ناهيك عن التأخر في إنشاء السكك الحديدية في ليبيا.

6- الحاجة إلى توفير عمالة على مستوى عالٍ من المهارة بما يضمن تحقيق ميزة تنافسية بين الدول في قطاع السياحة ، وذلك من خلال تحديث المعاهد والمراكز التدريبية المتخصصة والاستعانة بخبرات من الدول الأخرى التي حققت نجاحاً في هذا المجال.

قائمة المراجع

- 1- الاسكوا. 2020. دراسة تمهيدية عن الاقتصاد في ليبيا الواقع والتحديات والافاق. الامم المتحدة .
- 2- الحاج، عبد السلام محمد. (2019). التخطيط للسياحة المستدامة وانعكاسه على قدرتها التنافسية في المناطق شبه الصحراوية (دراسة حالة منطقة بني وليد). *المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الابحاث العلمية والتربوية*. (15):1-20 .
- 3- الحويج، حسين فرج. (2015). القطاع السياحي وامكانيات التنويع الهيكلي في الاقتصاد الليبي. *المؤتمر العلمي الأول لكلية الآداب، جامعة طرابلس*.
- 4- الخروبي، زياد مفتاح. (2019). الاستثمار السياحي في ليبيا التشريعات والمعوقات القانونية للاستثمار السياحي. *مجلة جامعة مصراته العلمية*. (5): 196-220.
- 5- الطيب، سعيد صفي الدين. (2001). *مقومات التنمية السياحية في ليبيا*، رسالة دكتوراه منشورة. كلية الآداب، جامعة القاهرة. جمهورية مصر العربية
- 6- الغزواني، ناصر عبد الكريم، (2015). تقييم امكانيات وفرص نجاح قطاع السياحة الليبي في تطوير البيئة المحلية على ضوء معطيات التنافس الدولي السلبيات والعلاج، *المجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث*. 1(3): 35-48.
- 7- القزيري، سعد. (2006). *الجاهيرية دراسة في الجغرافيا*. الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع والإعلان. سرت
- 8- المنصوري، أحمد فضل الله. (2016). النشاط السياحي ومدى مساهمته في تحقيق التنمية الاقتصادية في ليبيا. *مجلة العلوم والدراسات الاسلامية، جامعة بنغازي*. (15): 1-21.
- 9- الهيلع، مراجع محمد. (2016). التنمية السياحية في ليبيا بين المقومات والمعوقات. *مجلة الجغرافي العربي*. (33): 139-163.
- 10- بودخدخ، كريم. وبودخدخ، مسعود. (2012). تحديات قطاع السياحة في الجزائر من خلال قراءة حول واقع تنافسيته العالمية. *مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات*. (2): 23-42.
- 11- بوراوي، ساعد. وعيسانى، عامر. (2015). تقييم تنافسية قطاع السفر والسياحة في بلدان المغرب العربي دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس والمغرب. *مجلة العلوم الانسانية*. جامعة محمد خضير بسكرة الجزائر. (40): 69-84.
- 12- زيان، بروجع علي. ورائول، محمد. (2016). تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال أفريقيا وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة 2007-2015. *مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا*. 14(14): 133-160.

- 13- زين، يونس. وآخرون. (2020). تحليل تنافسية القطاع السياحي في الدول المغاربية قراءة تقييمية لحالة الجزائر. *Alternatives Manageriales Economiques* 2(3): 37-58.
- 14- شعيب، سندس جاسم. (2018). واقع وامكانيات الاستثمار السياحي في العراق دراسة تحليلية للمدة 2003-2015. *مجلة كلية الادارة والاقتصاد للدراسات الادارية والاقتصادية*. 10(1): 29-54.
- 15- عيساني، عامر. (2010). *الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة*، رسالة دكتوراه منشورة. جامعة الحاج لخضر، الجزائر
- 16- غنيم، عبد الفتاح. (1999). *الآثار البيئية للتدفق السياحي في مصر*. دار العلوم العلمية . الإسكندرية
- 17- كافي، مصطفى. (2016). *فلسفة اقتصاد السياحة والسفر ط1*. دار الحامد للنشر . عمان
- 18- نسيبة، سماعيلني. (2014). *دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر*، رسالة ماجستير منشورة . جامعة وهران ، الجزائر
- 19- هاني، نوال. (2013). تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية، *مجلة الباحث*. (13): 73-82.
- 20- مركز المعلومات والتوثيق ، التقرير الإحصائي للسنوات 2017-2018
- 21- مصرف ليبيا المركزي ، إدارة البحوث والإحصاء ، النشرة الاقتصادية ، أعداد مختلفة
- 22- منظمة التعاون الإسلامي، (2017) ، *السياحة الدولية في الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي*.
- 23- Elgamodi, K. (2017). *The motivational factors for foreign direct investment (FDI) in tourism in Libya*. Unpublished ph.D. thesis. School of the built environment. University of Salfador. UK.
- 24- The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008, 2009, 2011.