

مسيرة وواقع التخطيط السياحي في ليبيا

د. امراجع محمد علي الهيلع . د. أحمد فضل الله آدم . أ. أحمد صالح الماجري
قسم - الدراسات السياحية - كلية السياحة والآثار جامعة عمر المختار

المُخَصّص :

تناول هذا البحث مسيرة التخطيط السياحي في ليبيا من سنة 1960- 2018م بالإضافة إلى التعرف على مفهوم التخطيط السياحي و نشأة وتطور مراحل التخطيط السياحي التي مرت بها ليبيا مع بيان العراقيل التي واجهت نجاح كل مرحلة من مراحل التخطيط السياحي، مرتبة على عدة مباحث فتناول الأول منها منهجية الدراسة بينما الثاني وضح مفهوم وأنواع ومراحل التخطيط السياحي أما الثالث فتناول المراحل التي مر بها التخطيط السياحي في ليبيا والتي بلغ عددها ثمان مراحل تخطيطية وأخيراً المبحث الرابع الذي تناول العراقيل التي أعاققت نجاح تنفيذ الخطط والتي كان من أبرزها العوامل السياسية والإدارية والمالية، ثم ختم البحث بالنتائج والتوصيات.

الكلمات المفتاحية:

التخطيط السياحي- خطة التحول- محتوى الخطة السياحية

Abstract:

This research dealt with the tourism planning process in Libya from 1960-2018 with an explanation of the concept of tourism planning and the emergence and development of the stages of tourism planning that Libya went through with a statement of the obstacles that faced the success of each stage of tourism planning. Arranged in several sections, the first of which dealt with the methodology of the study, while the second clarified the concept, types and stages of tourism planning. Political, administrative and financial, then conclude the research with results and recommendations.

المقدمة:

يركّز التخطيط السياحي أساساً على استغلال موارد الدولة في النشاط السياحي ، فإذا كان التخطيط القومي يحدد السياسات العامة للدولة والخطوط العريضة لها، فإن التخطيط السياحي يكون على مستوى القطاع فهو يتناول بالدراسة والبحث وضع المخططات السياحية اللازمة في ضوء التخطيط القومي ، وبناءً على توجيهاته وتناول كل إقليم على حده ، ويتضمن البرامج العلمية التي تضمن حسن استغلال

الإمكانات المتاحة بالبلاد وثروته الطبيعية ووضع خطة للتنمية السياحية به (1)، ووفقاً لذلك تناول هذا البحث مسيرة التخطيط السياحي في ليبيا من سنة 1960-2018م، مع بيان مفهوم التخطيط السياحي و نشأة وتطور المراحل التخطيطية التي مرت بها ليبيا، وكذلك بيان العراقيل التي واجهت نجاح كل مرحلة من مراحل التخطيط السياحي.

المبحث الأول - منهجية الدراسة:

يعد التخطيط السياحي من أحدث ما ظهر من أنواع التخطيط الاقتصادي، فهو متداخل مع كافة قطاعات التخطيط الشامل، ويكاد يكون متطابق معها، فكل مقومات التخطيط الشامل هي مقومات التخطيط السياحي، وقد أصبحت السياحة من أهم مقومات التخطيط الشامل من خلال تنامي نواتج استثماراتها، وارتفاع معدلات نموها. وبذلك يعتبر القطاع السياحي هو أحد أهم القطاعات الذي يدعم اقتصاد الدولة لما يتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكل القطاعات، لذا يعتبر عند كثير من الدول المتقدمة والنامية، من أهم روافد التنمية الاقتصادية كونه يهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وبالتالي يعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي.

وبناءً على ما تقدم ركزت هذه الورقة على دراسة مسيرة وواقع التخطيط السياحي في ليبيا وإبراز المقومات والمعوقات التي تعترض نجاحها.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة وأغراضها العلمية كان من الضروري صياغة عدد من التساؤلات كخطوة منهجية تنظيمية في عملية البحث والتحليل والتقييم، وبذلك تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات الآتية:

- أ- مدى استفادة القطاع السياحي من خطط التنمية الشاملة؟
- ب- ما هي الأسباب التي أعاققت تنفيذ الخطط السياحية؟
- ج- ما مستقبل التخطيط السياحي في ظل وجود العقبات التي تحول دون نجاحها في ليبيا؟

أهداف الدراسة:

- 1- تتبع مراحل الخطط السياحية التي أعدت في ليبيا مع التعرف على المشاكل والعراقيل التي حالت دون نجاح تلك الخطط في بعض الفترات الزمنية.
- 2- الكشف عن المعوقات والسلبيات التي تعترض التخطيط السياحي وتطوره، وإيجاد الحلول المناسبة له.
- 3- تقديم التوجيهات والمقترحات التي قد تسهم في نجاح الخطط السياحية في المستقبل.

وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على جمع البيانات والإحصاءات، والمعلومات من خلال الكتب والدوريات والرسائل العلمية و تقارير الخطط التنموية عبر مراحلها المختلفة وعلى تقارير المخططات الشاملة بالإضافة إلى ذلك اعتمدت هذه الدراسة على التقارير التي أعدتها الوزارات المتعاقبة والشركات المهتمة بالتخطيط السياحي.

بالإضافة إلى ذلك اعتمد هذا البحث على العديد من المناهج والأساليب للوصول إلى أهداف الدراسة منها المنهج التاريخي الذي تم من خلاله دراسة مراحل التخطيط السياحي في ليبيا، نظراً لأنه لا يمكن دراسة أي ظاهرة دون الإلمام بتطورها التاريخي، وكذلك المنهج الوصفي الذي استخدم لوصف و تشخيص الوضع الراهن للخطط السياحية التي أعدت في ليبيا، بالإضافة إلى المنهج التحليلي حيث استخدم هذا المنهج للكشف عن العلاقة بين متغيرات الدراسة بهدف رسم الصورة الواقعية للخطط السياحية وبيان العقبات التي يمكن أن تحول دون نجاحها في المستقبل.

وقد حاول الباحثون التّحقق من وجود دراسات سابقة ليتسنى لهم معرفة مسيرة التخطيط السياحي في ليبيا وما تعثر به من عراقيل حالت دون نجاحه فقد تبين لهم أنه لا توجد دراسات معمقة حول تقييم المخططات السياحية في ليبيا ، إلا بعض الدراسات مثل :

1- دراسة : فتحيّة العمامي سنة 2005م ، والتي تناولت فيها كافة خطط التنمية الاقتصادية في ليبيا مع التّطرق لمكانة السياحة بين القطاعات المستهدفة بالتنمية (2)،

2- دراسة : سعد القزيري حيث تناول في كتابه التخطيط للتنمية السياحية في ليبيا المراحل التي مرّ بها التخطيط السياحي(3)

3- دراسة : عبدالباسط وبالعيد حيث تناولوا في دراستهما تحت عنوان التخطيط السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة بإقليم الجبل الأخضر سنة 2019م (4)، وأكّدا أن لتحقيق استدامة للتنمية يجب أن يكون للنشاط السياحي خطط منظمة تحافظ على البيئة الطبيعية من التدهور.

ومن خلال ما تم ذكره أنفاً اتّضح أن الدراسات السابقة لم تتطرق لتقييم العراقيل التي حالت دون تنفيذ تلك الخطط ، وهذا الأمر هو الذي لفت نظرنا كباحثين إلى ضرورة الاهتمام بدراسة هذه المشكلة ، التي أصبحت أكبر عائق أمام التنمية السياحية في ليبيا.

المبحث الثاني - مفهوم التخطيط السياحي:

أولاً - مفهوم التخطيط السياحي: يلعب التخطيط السياحي دوراً بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي ، وذلك لكونه منهجاً علمياً لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه فهو يوفّر إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ، ويزوّد الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها مما يسهل عملها ويوفر كثيراً من الجهد والوقت ، كما أن التخطيط السياحي يساعد على توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي ، وتنسيق عملها ويقلّل من السلبات التي قد تحدث من ازدواجية القرارات ، وتضارب الوسائل المستخدمة لعملية التخطيط ؛ الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى مستوى عالٍ ودقيق لإنجاز الأهداف المرجوة لتنمية القطاع السياحي ، وينبغي أن لا ينظر إلى التخطيط السياحي على أنه ميدان مقتصر على الجهات الرسمية فقط ، وإنما يتعدّى ذلك ليصبح برنامج عمل مشترك بين الجهات الرسمية الحكومية والقطاع الخاص والأفراد ، أي : أنه عملية مشتركة بين (مقدّمي الخدمات السياحية - والمؤسسات ورجال الأعمال والمجتمع المضيف للسياحة) ، وبين (جميع الجهات الحكومية المنظمة للقطاع السياحي والمشرقة عليه) (5).

ثانياً - تعريف التخطيط السياحي: يُعرّف التخطيط السياحي على أنه : رسم صورة تقديرية ومستقبلية للنشاط السياحي على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الوطني خلال فترة زمنية محددة، ويقضي ذلك حصر الموارد السياحية من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية، وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول جميع فروع النشاط السياحي وكافة مناطق الدولة السياحية(6).

ثالثاً - أهداف التخطيط السياحي: يهدف التخطيط السياحي لتحقيق الآتي:

- 1- إعادة التوازن في التنمية المكانية من خلال تنمية المناطق المختلفة والنائية ذات الجذب السياحي إضافة إلى تحفيز صناعات تابعة للنشاط السياحي على نحو متكامل .
- 2- تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى على نحو تكاملي .
- 3- وضع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات اللازمة في المواقع السياحية .
- 4- الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية والمحافظة على النادر منها .
- 5- تعاون كل القطاعات ذات العلاقة بالقطاع السياحي؛ لإنجاح إقامة المحميات الطبيعية والتراثية وإدارتها من قبل كوادر بشرية مؤهلة .
- 6- تشجيع إقامة المشاريع السياحية التي توفر الدخل للسكان المحليين .
- 7- نشر الوعي السياحي والثقافي وكذلك الوعي البيئي بين السكان المحليين (7).

رابعاً - أهمية التخطيط السياحي : تبرز أهمية التخطيط السياحي من خلال الآتي:
1- يساعد التخطيط السياحي على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر وفي المستقبل .

2- يساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها .
3- يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة والمتخلفة سياحياً.

4- يوفّر أرضيه مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها .

5- يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع.

6- يُسهم في استمرارية ومواصلة التقدم في تطوير النشاط السياحي والتأكيد على الايجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة (8) .

خامساً- خصائص التخطيط السياحي :

1- **التخطيط مرن وتديجي** : أي : انه يقبل إجراء أي تعديل إذا ما تطلب الأمر وبناء على المتابعة المستمرة والتغذية الراجعة .

2- **التخطيط شامل**: أي : يشمل جميع جوانب التنمية السياحية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية وغيرها .

3- **التخطيط تكاملي**: أي : أنه تتعامل فيه السياحة على أنها نظام متكامل حيث كل جزء مكمل للأجزاء الأخرى وكل عنصر يتأثر ويؤثر ببقية العناصر .

4- **التخطيط مجتمعي** : بمعنى : أنه يسمح بمشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط بمراحلها المختلفة .

5- **التخطيط البيئي**: أي : أنه يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعية والتاريخية ويعمل على توفير الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر ويضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكنة .

6- **التخطيط واقعي وقابل للتنفيذ** : أي : أنه لا تتجاوز أهدافه حدود الإمكانيات والطموح ولا تخرج عن دائرة ما هو متاح من موارد طبيعية ومالية وبشرية .

7- **التخطيط مرحلي ومنظم** يتكون من مجموعة من الخطوات والنشاطات المتتابعة .

8- **التخطيط** : يتعامل مع السياحة على أنها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محدده (9).

سادساً- **مستويات التخطيط السياحي** : يوجد أربع مستويات للتخطيط السياحي وهي : **المستوى الأول - التخطيط السياحي على المستوى المحلي** : ويكون التخطيط السياحي في هذا المستوى المكاني متخصصاً وتفصيلاً أكثر منه في المستويات المكانية الأخرى وعادةً يتضمن تفاصيل عن جوانب عديدة منها :

- التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ومنشآت الإيواء .
- الخدمات والتسهيلات السياحية .
- مناطق وعناصر الجذب السياحي .

- شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمنتزهات والمحميات .
- نظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية .

وفي العادة تسبق الكثير من الخطط في المستوى المكاني دراسة جدوى اقتصادية أولية، وكذلك دراسات لتقييم المردودات البيئية والاجتماعية والثقافية، وتقييم برامج التنمية والهيكل الإداري والمالية المناسبة للتنفيذ كذلك تحليل حركة الزوار المكانية.

المستوى الثاني - التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي : يركّز التخطيط السياحي في مستواه الإقليمي على جوانب عديدة منها:

- بوابات العبور الإقليمية وما يرتبط بها من طرق مواصلات إقليمية ودولية .
- منشآت الإيواء والإقامة بأنواعها وكافة الخدمات السياحية الأخرى .
- السياسات السياحية والاستثمارية والتشريعية وهيكل التنظيم السياحية والإقليمية .
- برامج الترويج والتسويق السياحي .
- برامج التدريب والتعليم والاعتبارات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية .
- مراحل واستراتيجيات التنمية وبرمجة المشاريع .

ومما سبق يتضح أن التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي متخصص وتفصيلي أقل من المستوى المحلي وأكبر من المستوى الوطني مع العلم بأن البلدان صغيرة المساحة قد لا تحتاج إلي تخطيط وطني وآخر إقليمي .

المستوى الثالث - التخطيط السياحي على المستوى الوطني : يغطي التخطيط السياحي في هذا المستوى جميع الجوانب التي يغطيها في المستوى الإقليمي ولكن بشكل أقل تخصيصاً وتفصيلاً وهو يشمل كامل الدولة بجميع أقاليمها ومناطقها .

المستوى الرابع - التخطيط السياحي على المستوى الدولي : تقتصر عمليات التخطيط السياحي في هذا المستوى على خدمات النقل وطرق المواصلات بين مجموعة من الدول؛ كما هو الحال في مجموعة دول الاتحاد الأوروبي، ويشمل كذلك تطوير وتنمية بعض عناصر الجذب السياحي التي تتوزع جغرافياً في عدة دول متجاورة؛ كما هو الحال في الدول المطلة على جبال الألب في القارة الأوروبية، هذا إلى جانب وجود تخطيط سياحي بين عدة دول في مجالات الترويج والتسويق السياحي علماً بأن المنظمات ولهيئة السياحية الدولية مثل : منظمة السياحة العالمية غالباً ما تشارك في مثل هذا النوع من التخطيط (10).

سابعاً - الاعتبارات التي يجب ان تضمنها خطة التنمية السياحية :

- 1- أن تكون خطة التنمية السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية .
- 2- أن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة .
- 3- أن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية .
- 4- قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي .
- 5- أن يتم تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية التنمية السياحية .
- 6- تشجيع مشاركة المجتمع المحلي في عملية التنمية السياحية .
- 7- التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة .

المبحث الثالث - المراحل التي مر بها التخطيط السياحي في ليبيا:

المرحلة الأولى - بداية التخطيط السياحي في ليبيا : كانت ليبيا قبل اكتشاف النفط بلداً فقيراً ، فقد اعتمد الاقتصاد الليبي على التصدير المحدود لبعض السلع الزراعية، وعلى المساعدات والمنح الأجنبية من قبل بعض الدول الكبرى منها بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية ، ومردّد ذلك ارتباطات سياسية وعسكرية بين الدولتين وليبيا، حيث أن ميزانية ليبيا لم تتعدّ قبل تصدير النفط الـ 51.000 ألف جنية ، عام 1955م، لذلك قد قامت ليبيا بطلب معونة من قبل البنك الدولي للإنشاء والتعمير؛ على شكل قرض لغرض تأسيس برامج للتنمية الاقتصادية فتم قبول الطلب شرط أن يتم إرسال بعثة لتقييم الموارد المتوفرة بالبلاد.

نتائج دراسة البنك الدولي للإنشاء والتعمير سنة 1960م حول التخطيط السياحي : وهي تعتبر أول دراسة لإمكانيات التنمية السياحية في ليبيا ، وأهم ما جاء في تقرير بعثة الخبراء النقاط التالية نوجزها فيما يلي :

1- توفّر مقومات سياحية عدة منها المناخ ومظاهر سطح الأرض المتباينة من شواطئ وجبال وصحراء و معالم أثرية متعددة؛ منها الآثار الإغريقية والرومانية والإسلامية، وبقياء الحرب العالمية الثانية.

2- يمكن أن تكون ليبيا بلد سياحي منافس قوي نتيجة ميل السياح الأوروبيين والأمريكيين إلى السفر جنوباً بحثاً عن الدفء وحرارة الشمس.

3- وضعت أهداف للسياسة السياحية لأول مرة في ليبيا تهدف إلى تحقيق كل من:
أ- توفير دخل من النشاط السياحي.

ب - زيادة مستوى فرص العمل للسكان.

ج - مشاركة أصحاب الصناعات التقليدية في تسويق المنتجات التي يصنعونها للسياح. كما أكدت البعثة على وجود إمكانيات هائلة للتنمية السياحة في ليبيا، غير أنها تحتاج إلى اهتمام من قبل الدولة لاستغلال الموارد السياحية الاستغلال لأمثل ولتحقيق ذلك قدم الخبراء المكلفين من قبل البنك الدولي للإنشاء والتعمير توصيات بناءً على نتائج دراستهم وهي كما يلي:

1- تشجيع المهتمين بالنشاط السياحي في أعمال التنمية السياحة ، ودعمهم على التوسع في إنشاء المنشآت السياحية والفندقية ورفع كفاءة مستوى الموظفين بها، مع تدريب العاملين على الأعمال الفندقية، ووضع خطة لاجتذاب أموال المستثمرين لإنشاء منشآت سياحية جديدة وتوسيع القائم منها.

2- تطوير وسائل النقل والمواصلات للربط بين أقاليم البلاد داخلياً ، وكذلك مع الدول المجاورة لاسيما الدول المصدرة للسياح ، وأهم وسائل النقل حسب رأيها هو النقل الجوي ثم البحري والبري.

3- يجب الاهتمام بجميع أنواع السياحة والمتمثلة في السياحة الرياضية والتي منها رياضة المراكب الشراعية وملاعب التنس والسياسة البيئية مثل الصيد البري والبحري، بالإضافة إلي الوسائل الترفيهية المنشطة للسياحة.

5- تسهيل إجراءات الدخول للسياح والتي تعد من أهم خطوات التنمية السياحية.

6- رسم سياسة عامة لتنمية السياحة في ليبيا مع تقديم المساعدات المالية لأصحاب المنشآت السياحية ووضع الامتيازات المشجعة للمستثمرين.

7- المساواة في توزيع المنح المالية لخلق تنمية متوازنة بين أقاليم البلاد الغرض منها إنشاء المنشآت السياحية أو تجديدها و تحسين أحوال المرافق الخدمية وصيانة وترميم المعالم الأثرية.

8- وضع برامج دعائية في الخارج للتعريف بالسياحة في ليبيا ، وذلك عن طريق تقديم معلومات لمن يرغب في زيارة البلاد ، مع تعيين وكلاء فيما بعد يقومون بحملات الدعاية في بلدان معينة.

9- التعاون مع الدول المجاورة لتقليل وإزالة القيود على السائحين وتنظيم حملات مشتركة للدعاية والإعلان (11).

وفي آخر التقرير وضعت البعثة عدة توصيات هامة في مجال السياحة والتي منها:

1- تكون الأولوية في التوسع بإقامة المنشآت السياحية بمدينة طرابلس وبنغازي وتطوير وتحسين القائم منها.

1- الاهتمام ببناء إدارة جيدة للمنشآت السياحية القائمة في كافة أقاليم البلاد.

2- منح الفنادق جميع الامتيازات المقدمة لها بموجب قانون الاستثمار مع وضع إعفاءات مناسبة من الضرائب، والاستثناء من أحكام قانون العمل الذي ينظم ساعات العمل بها، و تسهيل منح التأشيرات للموظفين الأجانب في الفنادق.

3- وضع خطة خماسية للتنمية السياحية لتطوير كافة المنشآت السياحية الريفية القائمة مع التوسع في إنشاء استراحات حكومية على الطريق الساحلي.

4- تشجيع السفر إلى الواحات الصحراوية، وتحويل بعض القلاع الصحراوية إلى معالم سياحية.

5- إجراء دراسات حول إمكانية إنشاء رصيف عميق في المياه العميقة لكي ترسو عليه سفن السائحين في المناطق السياحية بالبلاد والتي منها راس الهلال وطبرق.

6- تخصيص مبالغ إضافية لمصالح الآثار من الحكومة الاتحادية لا تقل قيمتها عن 15.000 جنيه ليبي سنوياً لكي تمكنها من القيام بأعمال التنقيب عن الآثار والترميم.

7- تشجيع حركة السفر بالنسبة للسائحين المحليين مع وضع رسوم رمزية للمعاملات المالية ، وتسهيل الإجراءات في حالة انتقال السياح بين أقاليم ليبيا.

المرحلة الثانية - التخطيط السياحي ضمن خطة التنمية الأولى 1963 - 1968م.

مع بداية تصدير النفط تحسنت معدلات الدخل في البلاد حيث أصبح الدخل يقاس بالملايين ثم بعشرات الملايين حيث بلغ في عام 1963م نحو 23.800.000 جنيه ليبيا (12)، نتيجة لذلك تغيرت البنية الاقتصادية للبلاد، وذلك بتأثير ارتفاع معدلات تصدير

النفط، مما أدى إلى اهتمام الدولة بالتخطيط الاقتصادي ، فقد صدر في عام 1963م قانون رقم (5) الذي وضعه المشرع لينظم شؤون التخطيط والتنمية بالدولة، وبناءً على ذلك اعتمد وضع الخطة الخماسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في الفترة الممتدة من 1963م إلى 1968م ثم منحت الخطة سنة إضافية من 1968م إلى 1969م. ولتنفيذ الخطة الخماسية. تم تخصيص مبلغ مالي قدرة 169.097.000 مئة وتسعة وستون مليون وسبعة وتسعون ألف جنية ليبي (13)، وأهم ما يميز هذه الخطة أنها استهدفت السياحة ضمن برنامجها التنموي ، غير أنها اقتصرت على تنشيط السياحة الشاطئية والمعالم الأثرية، كما أنها وضعت السياحة ضمن البند التابع لقطاع الاقتصاد والذي بلغ نصيبه من ميزانية الخطة 2.870.000 مليون أي بنسبة 19.76% من إجمالي الميزانية العامة للخطة، كان نصيب بند السياحة منها (1.800.000)دينار ليبي، أي : بنسبة تبلغ بالمائة 62.72% من إجمالي المبلغ المخصص لقطاع الاقتصاد، كما أن الدولة رأت أن يدار النشاط السياحي من قبل القطاع الخاص، إلا أن هذا لم يتحقق فوضعت المهمة على عاتق الدولة كخطوة أولى، وعامل مطمئن لرؤوس الأموال والمستثمرين وبذلك ظهرت أنواع من مرافق الإيواء غير المنشآت الفندقية التقليدية مثل : البنسيونات (نزل أو فندق صغير أو مباني توجر كشق أو غرف للإيواء) ، وذلك لأول مرة عام 1968م ؛ إذ لم يكن لها وجود من قبل ومثلت مع الاستراحات أنواعاً أخرى لمراكز الإيواء فقد وصلت "عدد البنسيونات عام 1968م إلى (34) بنسيوناً، تحوي على 74 غرفة يوجد بها 127 سريراً، أما الاستراحات الموتيلات فقد وصلت إلى 3 موتيلات سنة 1968م ، وتحوي على 92 غرفة بمعدل أسرة يصل إلى 184 سريراً (14).

المرحلة الثالثة - التخطيط السياحي ضمن الخطة التنموية الثانية من 1969-1973م:
وأهم ما تتميز به هذه الخطة وجود سياسات أكثر وضوحاً على جميع الأصعدة كما أن هذه الخطة تطرقت إلى قطاعات اقتصادية جديدة وتناولتها بمنتهى الوضوح ، ولم يتم ذكرها أو التطرق إليها بالخطة السابقة ومنها قطاع السياحة والآثار ، وبذلك أصبح لقطاع السياحة أهمية خاصة ضمن خطة التنمية الاقتصادية ، بل وصلت إلى أنها اعتبرت السياحة صناعة مهمة يجب الاهتمام بها وتنميتها، وظهر ذلك جلياً من خلال زيادة مخصصات السياحة والآثار في هذه الخطة ليصبح 14.395.000 مليون للسياحة منها 10.000.000 والباقي للآثار، وللمقارنة بين الخطة الأولى والثانية، نستخلص الحقائق الآتية:

أ- الاهتمام الواضح بقطاع السياحة في الخطة الثانية والذي كان نتيجة زيادة المخصصات له حيث تجاوزت ما تم رسده للقطاع في الخطة الأولى بحوالي 12.595.000 مليون دينار (15).

ب- تركيز المشرع في الخطة الثانية على قطاع السياحة واعتباره من أهم القطاعات التي تستحق الاهتمام والتطوير والنهوض بها باعتبارها صناعة مهمة تساهم في زيادة بمعدلات الدخل للدولة والأفراد.

مما تقدم عرضه يمكن القول إن هذه الفترة شهدت الآتي:

- أن قطاع السياحة كان من ضمن القطاعات التي تضمنها خطة التنمية الخماسية الأولى.

- كنتيجة طبيعية للاهتمام بالقطاع السياحي كان لابد من تنظيم العمل الإداري والهيكل التنظيمية الخاصة به الأمر الذي أدى إلى إنشاء وزارة السياحة في عام 1968م.

- تضمين قطاع السياحة في الخطة الخماسية الأولى وتخصيص مبلغ 1.800.000 مليون لأغراض التنمية السياحية نتج عنه وجود حركة وتطور في مجال الخدمات السياحية، بالإضافة إلى الزيادة في إنشاء المنشآت الفندقية وتوسيع وصيانة القائم منها (16).

المرحلة الرابعة - التخطيط السياحي ضمن الخطة التنموية الثالثة من 1973 -

1975م: جاءت هذه الخطة باستراتيجية مغايرة عن الخطة السابقة فأن التركيز في هذه الخطة كان على تنمية قطاعي الزراعة والصناعة دون غيرهما؛ وبالتالي أهمل قطاع السياحة كباقي القطاعات الأخرى التي أهملت ولم تحضى بالاهتمام الكافي، وبما أن التركيز في هذه الخطة الثلاثية على قطاعي الزراعة والصناعة وإعطائهما كل الاهتمام، والنسبة الكبيرة من المخصصات المالية عكس باقي القطاعات الأخرى، ومنها قطاع الاقتصاد والذي وضعت السياحة تابعة لهذا القطاع، حيث أن نسبة المخصصات له لم تتجاوز 0.5% من إجمالي المخصصات، وكما أسلفنا جاءت السياحة تابعة لقطاع الاقتصاد كبند من ضمن بنود أخرى مثل التجارة والتسويق والمعارض، وبالتالي لم يكن هناك تطوير بالمعنى الحقيقي للقطاع، أنما تم الاكتفاء بمتابعة تنفيذ المشروعات السياحية السابقة والواردة في الخطط السالفة واستكمالها؛ مثل: استكمال فندق سبها وقرية تاجوراء ومركز مصراته السياحي وفندق غريان ومخيمي طلميثة ورأس الهلال، كذلك تم اقتراح تنفيذ فندق غدامس وفندق المرج، والاشترك في بعض المعارض الدولية مثل إنشاء جناح بمعرض الجزائر الدولي ووضع مقترح لإنشاء معرض طرابلس الجديد (17).

المرحلة الخامسة - التخطيط السياحي ضمن الخطة التنموية الرابعة من 1976-
1980م: جاءت هذه الخطة مثل الخطة السابقة في توزيع مخصصاتها المالية، التي تم فيها التركيز على قطاعي الزراعة والصناعة مع زيادة بسيطة في مخصصات قطاع الاقتصاد، وكذلك ظهور فكرة تحرير قطاع الاقتصاد ومحاولة دعمه، وتغيير هيكلته لدخوله إلى جانب النفط باعتباره مصدراً للإيرادات، ومثل الخطة السابقة لم يحظى قطاع السياحة بالاهتمام الكافي حتى أنه في هذه الخطة لم يكن تابعاً لقطاع الاقتصاد مباشرة؛ بل وضع تحت مخصصات بند التجارة التابع لقطاع الاقتصاد ، وكذلك هذه الخطة لم تأتي بجديد فيما يخص السياحة بل ركزت على استكمال المشروعات الواردة بالخطط السابقة، وإنشاء بعض الفنادق منها فندق امساعد وسرت وهون واستراحة بن جواد (18).

وبصفة عامة هذا البرنامج لم يضيف شيئاً جديداً إلى البرنامج السابق للخطة السابقة 1973 - 1975م ، حيث ذكرت المشاريع السياحية نفسها، وبذلك تتضح ضالة التنمية السياحية حيث اقتصر البرنامج على إنشاء بعض مراكز الإيواء في مناطق دون غيرها وإهمال باقي متطلبات التنمية السياحية، وصغر نصيب مخصصات السياحة التي جاءت في الخطة من ضمن مخصصات قطاع التجارة والتسويق والتي بلغت (20.730) ألف دينار فقط .

المرحلة السادسة - التخطيط السياحي ضمن الخطة التنموية الخامسة من 1981-
1985م: ركزت هذه الخطة على رفع كفاءته قطاعي الصناعة والاقتصاد، ومحاولة زيادة الإنتاجية بهما وكذلك تشجيع الاستثمار بكليهما، وقد ورد ذكر السياحة في هذه الخطة ضمن قطاع الاقتصاد بعدما كان بالخطة السابقة من ضمن بنود التجارة وكانت مخصصاته ضئيلة لم تتجاوز (500.000) دينار ليبي (19).

المرحلة السابعة - التخطيط السياحي ضمن الميزانيات التسييرية من 1986 - حتى
عشر سنوات لاحقة : خصص للميزانية التسييرية لعام 1986م والسنوات العشر اللاحقة مبلغ وقدره (1.364.306.500) دينار ليبي وجاءت السياحة هنا تابعة لقطاع التخطيط والاقتصاد تحت مسمى مصلحة السياحة وكانت مخصصات القطاع ككل (3.750.000) دينار ليبي كان نصيب مصلحة السياحة منه مبلغ (500.000) دينار ليبي وهو ما يمثل نسبة تقدر بحوالي 0.4% من إجمالي مخصصات قطاع التخطيط والاقتصاد والذي كانت نسبته 0.2% من إجمالي المخصصات الميزانية العامة.

والجدير بالذكر أن هناك بعض المحاولات التخطيطية لوضع خطة متكاملة إلا أنها بقيت على الورق ولم تنفذ ، وهو مشروع خطة التحول الاقتصادي والاجتماعي سنة 1986م -1990م ، والتي تم تقدير مخصصاتها بنحو (10.9) مليار دينار ليبي ولم تتحقق على أرض الواقع بالإضافة إلى مسودة مشروع خطة التحول الاقتصادي والاجتماعي سنة 1991م إلى 1995م والتي لم يتعد العمل بها أكثر من إعداد إطارها العام . لكل ما سبق لم تكن هناك خطة بالمعنى الحقيقي والصريح بعد عام 1986م إلا بعد عشر سنوات إي في عام 1996م مع اعتماد أسلوب جديد وهو الميزانيات التسييرية.

المرحلة الثامنة - التخطيط السياحي ضمن الميزانيات التسييرية من 1996 - 2000م:
ظهرت هذه الخطة بأسلوب جديد الغرض منه محاولة حل الأزمات والمشاكل التي واجهت الخطط السابقة؛ بالإضافة إلى محاولة الابتعاد عن فكرة الاقتصاد الأحادي والذي أثر بالسلب على مجرى تنفيذ الخطط السابقة، وظهر بعض المشاكل والتي أصبح لا بد من إيجاد الحلول لها نتيجة لذلك برزت فكرة الميزانيات التسييرية، والتي تعاملت مع كل قطاع بشكل مستقل ومفصل، و من بينها قطاع السياحة الذي ظهر كقطاع منفصل لأول مرة حيث تحصل قطاع السياحة على مخصصات تبلغ (3.000.000) مليون دينار ليبي من إجمالي مخصصات الميزانية التسييرية عام 1996م، والتي بلغت (800.000.000) مليون دينار ليبي بنسبة مئوية بلغت 0.4% (20)، كما تحصل قطاع السياحة عام 1997م على (4.500) مليون دينار ليبي من إجمالي مخصصات الميزانية التسييرية عام 1997م، والتي بلغت (943.000.000) مليون دينار ليبي كان نسبة مخصصات قطاع السياحة منه 0.5 % (21)، بينما كانت مخصصات قطاع السياحة لعام 1998م (5.300.000) مليون دينار ليبي من إجمالي مخصصات الميزانية التسييرية لها والتي بلغت (1.074) مليار وأربعة وسبعون مليون دينار ليبي) ثم جاءت الميزانية التسييرية عام 1999م بمخصصات بلغت (895) مليون دينار ليبي، وهي تقل عن مخصصات العام السابق بحوالي (179) مليون دينار ليبي) كان نصيب السياحة من المخصصات (7.400) مليون دينار ليبي (22)، أما مخصصات الميزانية التسييرية لعام 2000م بلغت (1.765) مليار وسبع مائة وخمسة وستون مليون دينار ليبي، أي : بزيادة تبلغ (870) مليون دينار ليبي) عن ميزانية 1999م، ورغم هذه الزيادة إلا أن نسبة قطاع السياحة بهذه الميزانية لم تتجاوز 10.160.000 مليون دينار ليبي (23).

مما سبق يتضح لنا بأن قطاع السياحة لم يحظ بالاهتمام الكافي في جميع خطط التنمية التي أقرت في ليبيا، وتم ذكرها سابقاً وإنما كان دائماً إما تابع لقطاعات أخرى أو تابع لبنود داخل القطاعات أو يصل في بعض الأحيان إلى عدم ذكره أو جودة بالكامل نتيجة لذلك كان دائماً يعاني من قلة المخصصات المالية المستقطعة له، والتي لا تكاد أن تذكر في بعض الأحيان هذا مع توافر بعض الدراسات التي دعت إلى الاهتمام بقطاع السياحة ليكن مصدراً مهماً للدخل القومي، وخصوصاً في ظل توفر الموارد السياحية الأزمة بالبلاد لإنشاء نشاط سياحي مميز لذلك كانت النتيجة أنه مهمل على الدوام وخارج اهتمام السلطة السياسية، ولم يبرز كقطاع اقتصادي مستقل إلا في فترة ظهور الخطط أو الميزانيات التسعيرية من عام 1996م إلى عام 2000م.

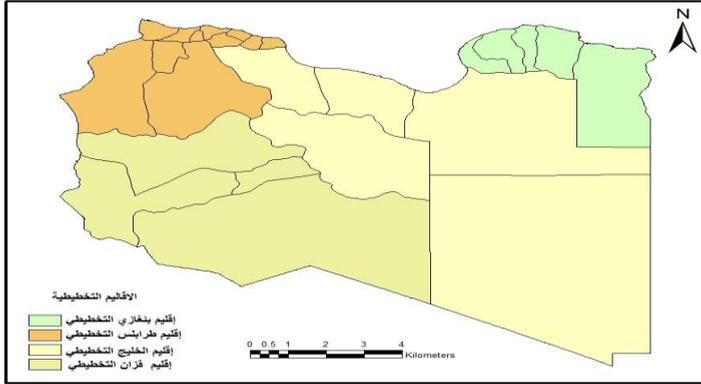
المرحلة التاسعة - التخطيط السياحي ضمن المخطط الوطني شامل للتنمية السياحية في ليبيا. 1999 - 2018 م: تناول المخطط الوطني 1999-2018م أربعة مشاريع تخطيطية رئيسية والتي تتمثل في التالي :

- المخطط العام لتنمية السياحة بليبيا.
- البرنامج الخماسي التنفيذي للخطة.
- مشروعات نمطية للتنمية السياحية.
- الملخص التنفيذي للخطة السياحية.

تناول المشروع الأول من المخطط الوطني تقييم الوضع الراهن للنشاط السياحي بالإضافة إلى ذلك القيام بحصر كافة المقومات والإمكانات السياحية ووضع خطوط عريضة للمخطط السياحي، أما الثاني تناول السياسات والنواحي التنظيمية والهيكلية للمخطط السياحي على المدى القصير، بينما الثالث اهتم بالاستراتيجيات المقترحة للتنمية السياحية والذي يشمل السياسة السياحية وتسويق المنتج السياحي ومعالجة المعوقات التي تواجه الخطة، بينما تناول المشروع الرابع الملخص التنفيذي يحتوي على البيانات والإحصاءات السياحية والتشريعات والعوائد المتوقعة من تنفيذ الخطة (24).

المرحلة العاشرة - التخطيط السياحي ضمن مخطط الجيل الثالث في ليبيا. 2005-2025 م : قسّم هذا المخطط ليبيا إلى أربعة أقاليم تخطيطية كبرى ينقسم كل إقليم منها إلى عدة أقاليم فرعية كما هو واضح في الشكل رقم (1) فتم من خلالها مسح الموارد السياحية وتقييم الوضع الراهن للأنشطة السياحية قائمة في ليبيا، إلا أن هذا المخطط أعاققت مسيرة تنفيذ أهدافه عدة عراقيل من أهمها العوامل السياسية التي مرت بها البلاد

شكل (1) تقسيم ليبيا إلى أربعة أقاليم تخطيطية



المصدر:- ليبيا، مصلحة التخطيط العمراني، برنامج مشروع الجيل الثالث 2005-2025م.

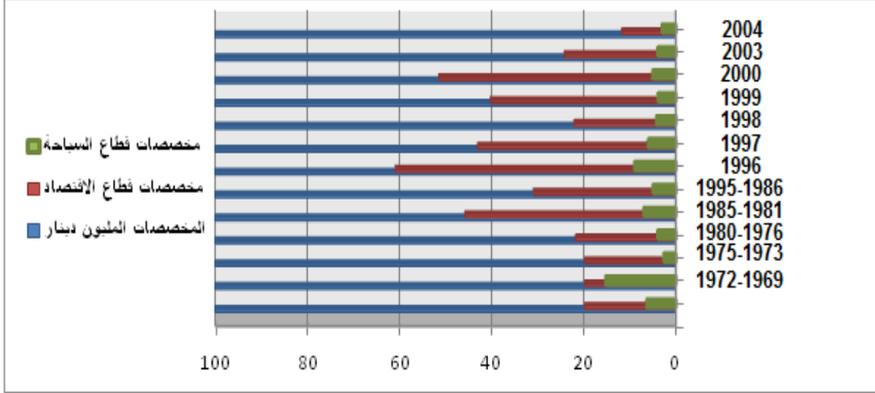
المبحث الرابع - معوقات تنفيذ مخططات التخطيط السياحي عبر المراحل:

يرجع قصور تنفيذ الخطط السياحية في ليبيا إلى عدة معوقات إدارية و اقتصادية وسياسية متعددة أثرت في عدم تنفيذ تلك الخطط؛ مما أدى إلى تدني مستوى تطور التنمية السياحية والمتمثلة في التالي:-

1- انخفاض مخصصات قطاع السياحة في كافة مخططات التنمية الشاملة: اتضح من خلال الدراسة كما هو واضح في الشكل رقم (2) أن القطاع السياحي في ليبيا لم يحظ بالاهتمام نفسه الذي حظيت به قطاعات أخرى، لأن القطاع السياحي كان في اغلب الخطط تابعاً لقطاعات أخرى لا يتحصل على المخصصات الكافية لتحقيق انطلاقة فعلية إنما كانت الدولة تعمل على تطويره بوتيرة بطيئة تلخصت حول أحاطته بالتشريعات التشجيعية باعتبار السياحة أحد المصادر المهمة للدخل القومي، إضافة إلى كونه مصدراً يوفر فرصاً للعمل والتشغيل، وعليه يتضح أن أهم ما طرأ على السياحة من تغيير كان في الفترة اللاحقة لعام 1996م حيث شهدت هذه الفترة استقلاله كقطاع منفصل بعد تكوين هيئة خاصة له، والتي كانت تتبع لفترات طويلة قطاعات أشمل، وربما هذا راجع لسياسة الدولة في تلك المرحلة، وقد حظي قطاع السياحة في السنوات الأخيرة بمخصصات مالية قيمة بدأت تظهر منذ عام 1996م حتى أنها ازدادت بشكل ملحوظ مع منح ناشطيها من الأفراد والقطاع الخاص التسهيلات المالية كما سبق ذكره، والتي تتطابق مع المخصصات في الزيادة نفسها للسنوات، وأخيراً أنعكس الاهتمام بالقطاع في ظهور دراسة وخطة لتنمية السياحة تستهدف إعطاء اهتمام خاص لصيانة البيئة وتحسينها والمحافظة على الموارد الطبيعية والتاريخية بها، وذلك بتعاقد وزارة السياحة مع كل من برنامج الأمم المتحدة الإنمائي والمنظمة العالمية للسياحة والمكتب الوطني

الاستشاري الذين أعدوا مشروعاً للمخطط العام للتنمية السياحة بليبيا والصادر سنة 1999م وهو مخطط طويل المدى حتى 2018م، وبمراحله المختلفة اعتبر بداية جادة وطموحة نحو تنمية السياحة.

شكل رقم (2) يوضح نسبة مخصصات التنمية السياحية مقارنة مع كافة مخصصات التنمية الشاملة



المصدر: جمعت البيانات وحسبت من كافة تقارير المخصصات المالية للمخطط التنموية.

2- تبعية قطاع السياحة لقطاع أشمل من قطاعات التنمية : إن عدم الاهتمام من قبل الدولة بقطاع السياحة وعدم رصد المخصصات المالية اللازمة له لتحقيق طفرة كبيرة ضمن خطط التنمية سألفة الذكر كان له الأثر البالغ على فاعلية القطاع السياحي، وجعل دوره محدوداً جداً؛ يتمثل في إنشاء بعض المنشآت الفندقية وأماكن الإيواء والاستراحات السياحية، وترميم بعض المواقع الأثرية، بالإضافة إلى عدم الثبات الإداري وبروزة كقطاع مستقل فهو أما يتبع قطاعات أخرى أو بنود داخل قطاعات(25)، لذلك أصبح قطاع غير فعال ، ولم يتم التعامل معه كقطاع منفصل إلا مع ظهور الخطط التسييرية ما بين عامي1996م إلى 2000م . أن تأخر الاهتمام بقطاع السياحة جعل ليبيا تهدر كثيراً من الموارد السياحية عبر الزمن دون استغلالها ، خاصة الآثار التي تعرضت أجزاء كثيرة منها للتلف وأخرى للسرقة والتلوث ، ولم يحظ قطاع السياحة بأولوية في عمليات التنمية إلا مؤخراً ، ونتيجة لذلك جاءت المشاريع والخطط السياحية الرامية إلى تنمية السياحة وتوسيعها في وقت متأخر نسبياً، وهذا عرقل وجود أساسيات كثيرة للنمو السياحي لوقت طويل، وادي عدم إعطاء أهمية للسياحة كعامل اقتصادي إلى ضعف مساهمتها في الناتج القومي وتدني مستوى الأداء السياحي لفترة طويلة (26).

3- نقص الدراسات والأبحاث والبيانات المسجلة بالقطاع السياحي : يعتبر نقص البيانات والإحصاءات والدراسات التي تتناول السياحة في ليبيا سواء الخارجية أو الداخلية أو الخدمات السياحية أو أماكن الإيواء من أكبر المشاكل التي واجهت خطط

التنمية السياحية في ليبيا ويعتبر من أهم المعوقات التي واجهت السياحة ولكي يتم معالجة هذا النقص في البيانات والإحصاءات لابد من وضع نظام يوفر هذه البيانات السياحية بكل إقليم أو منطقة على حده بالإضافة إلى تشجيع الدراسات والأبحاث التفصيلية، والتي تتناول كافة المواقع السياحية وحركة السياح الوافدين إليها، وبيانات أماكن الإيواء، وأعداد الغرف والأسرة ومستوى الخدمات والعمالة كل ذلك يساعد في توفير قاعدة من البيانات والمعلومات تساعد المشرع للاسترشاد بها أثناء وضع الخطط الخاصة بالتنمية السياحية (27).

4- تضارب الاختصاصات وتشابهها مع بعض الوزارات ووزارة السياحة: عدم الثبات الإداري واستقلالية قطاع السياحة والذي ظهر جلياً من خلال عرضنا السابق بخطط التنمية السياحية في ليبيا حيث أنه لم يعامل كقطاع مستقل في أغلب الخطط أما تابع لقطاعات أخرى كما هو واضح في الجدول رقم (1) الأمر الذي أدى إلى التداخل في الاختصاصات بينه وبين القطاعات التي كان يتبعها على سبيل المثال تدخل قطاع الإعلام والثقافة وإشرافه على أنشطة ترميم الآثار، وكذلك التنقيب وإقامة المعارض السياحية خارج البلاد؛ مما يعد تدخل واضحاً في اختصاص القطاع السياحي، وكذلك تدخل أجهزة أو هيئات الحكم المحلي في وضع أو زيادة الرسوم الخاصة بالدخول إلى الأماكن الأثرية والمنتزهات كل هذه التدخلات تؤدي بلا شك إلى عرقلت عمل القطاع السياحي وبالتالي يؤثر على مدى نجاح خطط التنمية وكفاءتها وسهولة إنجازها. إن هذا التعارض يؤدي بلا شك إلى عرقلة القطاع السياحي، كما يزيد من صعوبة الحكم على مدى نجاح خطط التنمية والتطور السياحي بصفة عامة وكفاءة إنجازها، ولا بد من تنسيق العمل المشترك، وتنظيمه بين الأجهزة الحكومية؛ لضمان حسن أداء الخدمة.

جدول رقم (1) تضارب الاختصاصات وتشابهها مع بعض الوزارات ووزارة السياحة من سنة 1963-2004م

السياحة مدمجة مع قطاعات أخرى								
السنوات	السياحة مستقلة	السياحة مع الاقتصاد	السياحة مع الآثار	السياحة مع التخطيط	السنوات	السياحة مستقلة	السياحة مع الاقتصاد	السياحة مع التخطيط
1963-1968					1996			
1969-1973					1997			
1973-1975					1998			

				1999					1976- 1980
				2000					1981- 1985
				2003					1986- 1995
				2004					1996
				-2005 2022م					

المصدر: جمعت البيانات وحسبت من كافة مخصصات الخطط التنموية.

5. **نقص الكوادر البشرية المؤهلة** : نقص الأيدي العاملة المدربة والكوادر البشرية المؤهلة في القطاع السياحي كان و لايزال من أهم المعوقات التي تواجهه القطاع وخطط التنمية الخاصة به، فالحاجة ملحة إلى ضرورة رفع مستوى أداء العاملين بالقطاع السياحي عن طريق تكثيف التدريب على كافة الخدمات إلى تطوير مهارات اللغة والتسويق ورفع مستوى أداء العاملين بالمنشآت السياحية والتوسع في إنشاء المعاهد والكليات كل ذلك يساهم بتأهيل هذه الكوادر من أجل تقديم كافة الخدمات السياحية بالشكل المطلوب، ولرفع مستوى النشاط السياحي في ليبيا، والتي تعاني من تدني مستوى أداء الموظفين العاملين بها، نظراً لقلة الخبرة وعدم تعرضهم للتعليم في التخصصات السياحية، وهذا يؤثر سلباً على عملية التنمية السياحية وتنشيطها في ليبيا (28).

6- **الاعتماد على القطاع العام وضعف مشاركة القطاع الخاص** : من خلال العرض السابق نجد أن قطاع السياحة يعتمد اعتماداً كلياً على دعم القطاع العام وإهمال القطاع الخاص الأمر الذي أدى إلى عدم التطور في أداء الخدمات السياحية وضعف وتدني هذه الخدمات في أغلب الأحيان، ولكي يتم تجاوز هذه المشكلة لابد من وضع سياسات تساعد على إشراك القطاع الخاص في تنمية السياحة، وكذلك وضع التسهيلات والقوانين المشجعة على الاستثمار سواء للمستثمر المحلي أو الخارجي؛ بالإضافة إلى تبسيط الإجراءات والقيام بالإعفاءات الجمركية كل ذلك يساهم مساهمة إيجابية في إشراك القطاع الخاص في عملية التنمية السياحية (29).

7- **القصور في قطاع الإعلام السياحي، والترويج والتسويق للسياحة** : القصور الواضح في الدعاية والإعلام والتسويق للمنتج السياحي سواءً على المستوى المحلي أي السياحة الداخلية أو على المستوى الخارجي أي السياحة الدولية نجد أنه لا توجد حملات إعلامية لتسويق المنتج السياحي وإن وجدت فهي ضعيفة ومستوى أدائها متدني أو تجدها تركز على نوع واحد من أنواع السياحة الموجودة في ليبيا، وتهمل بقية الأنواع الأخرى

مثل تركيز الإعلام في فترة معينة على السياحة الصحراوية، وإهمال لكافة عوامل الجذب الأخرى المتعددة والتي تزخر بها ليبيا أو القيام ببعض الحملات الإعلامية الخجولة لأشكال من المهرجانات الشعبية أو المعارض المحلية مثل مهرجان سباق المهاري ومهرجان التمور ومهرجان الخريف ومهرجان بنغازي وللمعارض مثل معرض طرابلس الدولي، وبعض المعارض الصغيرة التي أقيمت في فترات، ولم تستمر الأمر الذي جعلها تختفي مع الوقت، كذلك من ضمن المعوقات للجانب الإعلامي عدم الاستقرار الإداري وعدم وجود هيكلية إدارية واضحة خاصة بالأعلام والتسويق السياحي، كل ذلك كان له الأثر السلبي لتدهور قطاع الأعلام والتسويق السياحي.

1- **عدم وجود البيانات والمعلومات الخاصة بقطاع السياحة** : أي : عدم معرفة حركة النشاط السياحي ونقص الأبحاث والدراسات التي تتناول عوامل الجذب السياحية في ليبيا كل ذلك أدى إلى ضعف التخطيط السياحي وعدم وجود استراتيجية واضحة تدعم صناعة السياحة المحلية والدولية.

2- **قلة المستثمرين وعدم وجود رؤوس الأموال المحلية اللازمة لتنشيط السياحي**: وهي أحد مشاكل التخطيط السياحي بصفة عامة، فالمستثمر له دور في تنفيذ خطط التنمية السياحية على مستويات محلية مثل إنشاء فنادق أو موتيلات أو مراكز استجمام ومقاهي، إلخ (30).

3- **عدم الاهتمام من قبل الجامعات والمعاهد والمراكز البحثية بالنشاط السياحي** : أي : ندرة البحوث والدراسات التي تتناول هذا النشاط فهي لم تشجع على دراسة التخطيط السياحي، إلا بشكل متواضع وقليل جدا يكاد لا يذكر بالمقارنة بالجامعات والمراكز البحثية الأخرى على الصعيدين العربي والعالمي.

4- **غياب نظم المعلومات والإحصائيات السياحية في ليبيا** : أي : الغياب التام للمعلومات الإحصائية في مكاتب السياحة ومراقبات الآثار والإدارات المختصة بذلك فنجد أنه تكاد تخلو من كافة البيانات والمعلومات الأساسية عن حركة السياحة سواء الداخلية أو الخارجية و الخدمات السياحية المقدمة للسائحين وبيانات حركة السياح وزيارتهم وترتيبها وفق جدول زمني كل ذلك كان له الأثر السلبي في ضعف العمليات التخطيطية الخاصة بالتنمية السياحية.

مما سبق نستخلص بأن القطاع السياحي يعاني صعوبات جمة، منها الآتي :

1- عدم تخصيص مبالغ مالية كافية لتنمية قطاع السياحة.

- 2- عدم تسييل أية مبالغ مالية من الميزانية التسييرية في الكثير من الأعوام بالرغم من اعتمادها بالميزانية مما يترتب عليه عجز الهيئة بالتزاماتها بما فيه دفع مرتبات العاملين بالقطاع (31).
 - 3- صعوبة الحصول على معلومات كافية ومتكاملة.
 - 4- النقص في مرافق الإيواء لإقامة السياح وانخفاض مستوى الخدمات التي يحتاجها السياح.
 - 5- النقص في الكوادر البشرية المؤهلة والمدرّبة وذلك على الرغم من وجود كليات ومعاهد سياحية إلا أنه هناك حاجة ماسة إلى رفع مستوى التدريب كما ونوعاً في القطاع السياحي (32).
 - 6- النقص في توفير المنتجات الوطنية اللازمة لاستهلاك السياح والاعتماد على السلع المستوردة، وهذا يقلل من مدخلات السياحة في ليبيا.
 - 7- نقص وسائل النقل السياحي لاسيما وسائل النقل الصحراوي.
 - 8- عدم استخدام البطاقات الائتمانية إلى الآن ومواكبة التطور الحاصل في العالم.
 - 9- قلة وجود مراكز الإيواء بالمناطق السياحية النائية يعرقل إقامة ليال سياحة.
 - 10- عدم مراعاة المظهر البيئي العام حيث تكس القمامة والفضلات في مناطق جذب السياح والآثار والشواطئ، وعلى طول الطرق المؤدية إليها.
 - 11- عزوف المستثمر الليبي عن المشاركة في الاستثمار في المشروعات السياحية.
 - 12- قلة الشركات الوطنية التي تتولى تنفيذ المشروعات السياحية.
 - 13- عدم توفير العديد من المواد والتجهيزات لإنشاء المشروعات السياحية وتشغيلها محلياً.
 - 14- قلة الوعي لدى الكثير من المواطنين وعدم تعاملهم مع السائح بشكل لائق مما يعكس جانباً سلبياً خارج الدولة (33).
 - 15- ضعف التجهيزات والخدمات مثل المقاهي والمطاعم ووحدات المساعدة السياحية ودورات المياه في المواقع السياحية، كمناطق الآثار والشواطئ وغيرها.
- إن التغلب على هذه المعوقات يحتاج إلى نظرة طويلة الأجل تكون جزءاً من عملية التنمية الاقتصادية وذلك نظراً للترابط بين السياحة وسائر القطاعات الاقتصادية الأخرى وفق خطة متكاملة العناصر تقوم على الاستغلال الأمثل لجميع الموارد السياحية المتوفرة في ليبيا للوصول إلى إمكانية تنويع مصادر الدخل القومي، مع ضرورة التركيز على السياحة الداخلية والتي تكون بمثابة الركيزة الأساسية، وبديل للسياحة الدولية فيما

لو طرأت أية ظروف أو مشاكل سواء سياسية أو اقتصادية تؤثر على التدفق السياحي الدولي وخصوصا وأن ليبيا لها العديد من المقومات وعوامل الجذب السياحي التي لم يتم استغلالها الاستغلال الأمثل إلى الآن(34)

الخاتمة

- أولاً- النتائج :** تم التوصل من خلال البحث إلى مجموعة من النتائج ، وهي :
- 1- حظيت كافة الفترات الزمنية من بعد استقلال ليبيا منذ سنة 1954م بوجود مخططات سياحة داخل إطار المخطط العام للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
 - 2- اشتملت كافة خطط التحول الاقتصادي والاجتماعي على خطط لتطوير التنمية السياحية إلا أنه لم ينفذ منها أي شيء على ارض الواقع.
 - 3- أخذت مسيرة التخطيط السياحي بكثير من الدراسات المحلية والأجنبية إلا انه واجهتها الكثير من العقبات الإدارية والاقتصادية حالت دون تنفيذها .
 - 4- أغلب العقبات التي حالت دون نجاح التخطيط السياحي ترجع إلى عدم وجود كوادر مدربه على تنفيذ الخطط السياحية التي تساعد على نجاحها.
 - 5- توافرت خلال كافة المخططات الإقليمية عقبات متعددة أدت إلى عرقلة مسار كافة المخططات الإقليمية التي مرت بها البلاد.

ثانياً - التوصيات:

- 1- معالجة كافة العراقيل التي تواجه التخطيط السياحي في المستقبل مع وضع لجان فنية تتابع مسيرة تنفيذ الخطط المستهدف تنفيذها .
- 2- الإسراع في الانتهاء من مشروع المخطط الوطني شامل للتنمية السياحية في ليبيا.
- 3- العمل على إعداد سياسات استراتيجية لوضع خطط سياحية جديدة لكافة المناطق السياحية تناسب مع ظروف البيئة الجغرافية لكل منطقة سياحية.
- 4- الاستفادة من الأخطاء التي وقعت فيها المخططات السياحية السابقة ومعالجتها خلال الخطط السياحية اللاحقة.

الهوامش :

- 1- الهيلع ، أمراجع محمد علي ،(2015) مسيرة التخطيط الإقليمي في ليبيا، من سنة 1968-2010م، بحث منشور في مجلة الفكر والإبداع،مصر ،الجزء التسعون ، شهر يناير ،ص483.
- 2- العمامي ، فتحية مفتاح ، (2005)، التخطيط السياحي في ليبيا، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعه قاريونس.
- 3- القزيري، سعد خليل ،(2006)، التخطيط التنمىة السياحية في ليبيا، الطبعة الأولى دار النهضة الحديثة .
- 4- عبدالجليل، عبدالباسط علي و بلعيد محمد ،(2019) التخطيط السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة بإقليم الجبل الأخضر ، بحث منشور بالمجلة العلمية ، كلية السياحة والفنادق ، جامعة المنصورة ، مصر ، العدد الخامس ، يونيو ،
- 5- زيتون ،مصطفى محمد (1998)، التخطيط السياحي ، الهيئة المصرية العامة للشباب ، مكتبة الأسرة، الطبعة الأولى ،ص37.
- 6- بها الدين، رانيا محمد،(2017)التخطيط السياحي، مكتبة الفراغة للنشر والتوزيع، المنصورة ، مصر، الطبعة الأولى، ص109-113.
- 7- زيتون،1998م،ص37.
- 8- بها الدين،2017،ص114-116.
- 9- بها الدين،2017،ص118-120 .
- 10- بها الدين،2017،ص120.
- 11- البنك الدولي للإتشاء والتعمير، التنمية الاقتصادية في ليبيا، واشنطن ابريل، 1960م،ص77-79.
- 12- العمامي، 2005، ص67.
- 13- العمامي، 2005، ص175.
- 14- العمامي، 2005، ص77.
- 15- دراسة تطوير السياحة في ليبيا ومعالم مستقبلها(1968)، تقرير مقدم من وزارة السياحة والآثار إلى رئاسة الوزراء ، ص1-8.
- 16- العمامي، 2005، ص180.
- 17- القزيري، 2006، ص78.
- 18- القزيري، 2006، ص186.
- 19- مخطط التنمية السياحية(1981)، دراسة المسح الشامل للجماهيرية، المكتب الوطني الاستشاري، مصلحة السياحة والمعارض طرابلس، ص179.
- 20- العمامي، 2005، ص190.
- 21- مصرف ليبيا المركزي، التقرير السنوي الثاني والأربعون، السنة المالية 1998م، ص90 .
- 22- اللجنة الشعبية العامة للاقتصاد والمالية، متابعه تنفيذ ميزانية التنمية للعام 1999 . ص20 .
- 23- مجلس التخطيط العام، تقرير متابعه تنفيذ في ميزانيه التنمية للعام المالي، 2000 -سبتمبر 2001، ص3
- 24- المخطط العام لتنمية السياحية 1999-2018م، ص1-6 .
- 25- الهيلع، امراجع محمد علي ،(2016) التنمية السياحية في ليبيا بين المقومات والمعوقات بحث منشور في مجلة الاتحاد الجغرافي العربي، الأردن، العدد 33، ص20.

- 26- العمامي، 2005، ص216.
- 27- الهيلع، 2016، ص21.
- 28- الحسني، عرفان تقي، (2002) الصائغ، سعد أفرام ، السياحة في الجماهيرية الواقع والأفاق، من كتاب السياحة في ليبيا الإمكانات والمعوقات، دار أساريا للطباعة والنشر، تحرير سعد خليل القزيري ، ص31.
- 29- العمام ي، 2005، ص218.
- 30- أبو خطبه، طارق سعيد ، الزوي، هاشم محمد ، ورقه بحثيه بعنوان: أهمية الاستثمار السياحي وأثره على التنمية الاقتصادية، المؤتمر الوطني حول الاستثمار في الجماهيرية، طرابلس، 29 ابريل 2006، ص15.
- 31- العمامي ، 2005، ص221.
- 32- أبوخطبه ، والزوي 2006، ص16.
- 33- الحسني والصائغ، 2002، ص30.
- 34- المقيرحي ، هدى عبد الله عبد العزيز، (2003) العوامل المحددة للطلب السياحي المحلي، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد جامعة قارونس، ص164.