

تاريخ الإستلام: 2026-05-25 | تاريخ القبول: 2026-06-15 | تاريخ النشر: 2026-06-30

واقع العرض السياحي لتنمية السياحة الداخلية – دراسة ميدانية على مدينة غدامس

سميرة المنصف القشطي

كلية السياحة والضيافة

Sameramostfa1974@gmail.com

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم واقع العرض السياحي المتاح في مدينة غدامس الليبية، المسجلة ضمن قائمة التراث العالمي لليونسكو، ومدى ملاءمته لتنمية السياحة الداخلية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وشملت عينة قوامها 276 مفردة من المسؤولين والعاملين في القطاع السياحي والسياح المحليين والخبراء. استخدمت الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، وحقت معامل ثبات عالياً (0.937) وكشفت النتائج عن ضعف واضح في جميع مكونات العرض السياحي، حيث بلغ متوسط تقييم البنية التحتية الأساسية (2.15)، والبنية الفوقية (2.09)، وجودة الخدمات (2.13)، وكفاءة الموارد البشرية (2.14)، بينما سجل التسويق والترويج أدنى متوسط (1.75). أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية قوية بين جودة البنية التحتية وتنمية السياحة الداخلية ($r=0.745$)، وبين جودة الخدمات ورضا السياح ($r=0.798$)، مع وجود فروق دالة إحصائية في التقييم تعزى للخصائص الديموغرافية. وأوصت الدراسة بتطوير شامل للبنية التحتية، تحسين جودة الخدمات، تأهيل الموارد البشرية، تبني استراتيجيات تسويقية فعالة، وإشراك المجتمع المحلي، مع تعزيز التنسيق المؤسسي واستقطاب الدعم الدولي لتحقيق تنمية سياحية مستدامة تحافظ على القيمة التراثية للمدينة.

الكلمات المفتاحية: العرض السياحي، السياحة الداخلية، مدينة غدامس، التراث العالمي، التنمية السياحية

المستدامة

Abstract

This study aims to assess the tourism supply available in Ghadames, Libya, a UNESCO World Heritage Site, and its suitability for domestic tourism development. The study adopted a descriptive-analytical approach, involving a sample of 276 participants including officials, tourism sector workers, domestic tourists, and experts. A questionnaire was used as the primary data collection tool, achieving high reliability (Cronbach's Alpha = 0.937). The findings revealed significant weaknesses across all tourism supply components. Basic infrastructure scored (2.15), superstructure (2.09), service quality (2.13), and human resource competency (2.14), while marketing and

promotion recorded the lowest average (1.75). The study confirmed a strong correlation between infrastructure quality and domestic tourism development ($r=0.745$), and between service quality and tourist satisfaction ($r=0.798$), with statistically significant differences in assessment attributed to demographic characteristics. The study recommended comprehensive infrastructure development, improving service quality, human resource training, adopting effective marketing strategies, engaging local communities, enhancing institutional coordination, and attracting international support to achieve sustainable tourism development while preserving the city's heritage value. Despite Ghadames' exceptional heritage potential, the current tourism supply fails to meet development requirements. The study emphasizes prioritizing infrastructure improvement and service quality enhancement as key drivers for domestic tourism growth, alongside establishing integrated governance mechanisms and community participation to ensure sustainability and economic benefit distribution.

Keywords: Tourism Supply, Domestic Tourism, Ghadames City, World Heritage, Sustainable Tourism Development

1. المقدمة

تمثل السياحة الداخلية رافداً أساسياً للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث تسهم في تحريك النشاط الاقتصادي المحلي وخلق فرص العمل وتعزيز الهوية الثقافية الوطنية، فضلاً عن تقليل الاعتماد على السياحة الخارجية المتأثرة بالتقلبات العالمية. وتعد مدينة غدامس الليبية موقعاً تراثياً استثنائياً يجمع بين الأصالة المعمارية والموقع الاستراتيجي والتنوع الثقافي، حيث تمتاز بنسيجها العمراني الفريد من المباني الطينية والممرات المغطاة، مما أهلها للتسجيل على قائمة التراث العالمي لليونسكو عام 1986. (Alkhalaf et al., 2024) رغم هذه المقومات لم تحقق السياحة في غدامس المستوى المأمول بسبب تحديات مركبة تشمل ضعف البنية التحتية وقصور الخدمات ومحدودية التسويق. (Hosseini et al., 2021) ويعد العرض السياحي محدداً رئيسياً لنجاح أي وجهة سياحية، إذ يشمل الموارد الطبيعية والثقافية والبنية التحتية والخدمات والموارد البشرية. (Mandić et al., 2018) وقد أكدت الدراسات على أهمية تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة وإشراك المجتمعات المحلية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة (الحنفي والبراشي، 2025). وأدت الظروف السياسية والأمنية غير المستقرة التي شهدتها البلاد خلال العقد الماضي إلى

تراجع ملحوظ في حركة السياحة الوافدة والداخلية على حد سواء، مما أثر سلباً على استثمارات القطاع السياحي وأضعف قدرته على المنافسة. (Ahmad, 2018, pp. 156-160) من هنا تبرز أهمية تقييم واقع العرض السياحي في غدامس لتحديد نقاط القوة والضعف وفرص التطوير.

2. مشكلة الدراسة

تواجه مدينة غدامس تحديات معقدة تحول دون الاستفادة من مقوماتها السياحية الفريدة كموقع تراث عالمي، تتمثل في ضعف البنية التحتية السياحية، وقصور الخدمات والموارد البشرية المؤهلة، وضعف التسويق والترويج السياحي، وغياب التخطيط الاستراتيجي، وتدهور النسيج العمراني التقليدي، وانخفاض الوعي السياحي المحلي، والظروف الأمنية غير المستقرة، مما يستوجب تقييماً شاملاً لواقع العرض السياحي. وبناءً على ما تقدم، تمت صياغة مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

ما واقع العرض السياحي المتاح في مدينة غدامس وما مدى ملاءمته لتنمية السياحة الداخلية في المدينة؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مستوى جودة البنية التحتية السياحية الأساسية والفوقية المتوفرة في مدينة غدامس؟ وما طبيعة العلاقة الارتباطية بين جودة البنية التحتية السياحية ومستوى تنمية السياحة الداخلية في مدينة غدامس؟
- ما مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة للزوار في مدينة غدامس؟ وما طبيعة العلاقة بين مستوى جودة الخدمات السياحية ودرجة رضا السياح المحليين عن تجربتهم السياحية في مدينة غدامس؟
- هل توجد فروق في تقييم واقع العرض السياحي في مدينة غدامس تبعاً للخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة (العمر، المستوى التعليمي، الوظيفة، سنوات الخبرة)؟

3. فرضيات الدراسة

في ضوء مشكلة البحث وأهدافه ومراجعة الأدبيات النظرية والدراسات السابقة ذات العلاقة، يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة البنية التحتية السياحية (الأساسية والفوقية) المتوفرة في مدينة غدامس وبين مستوى تنمية السياحة الداخلية فيها.
- توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة للزوار وبين درجة رضا السياح المحليين عن تجربتهم السياحية في مدينة غدامس.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ في تقييم واقع العرض السياحي في مدينة غدامس تعزى للخصائص الديموغرافية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة (العمر، المستوى التعليمي، الوظيفة، سنوات الخبرة).

4. أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من إسهامها في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بتنمية السياحة الداخلية في مواقع التراث العالمي بالدول النامية، وتقديم إطار نظري متكامل لمفهوم العرض السياحي ودوره في التنمية السياحية، إلى جانب توفير قاعدة بيانات ميدانية موثوقة عن واقع السياحة في مدينة غدامس، بما يدعم جهود الباحثين وصناع القرار والمهتمين بالتراث الثقافي الليبي.

5. أهداف البحث

يسعى هذا البحث إلى تقييم واقع العرض السياحي المتاح في مدينة غدامس وتحديد مدى ملاءمته لتنمية السياحة الداخلية في المدينة من خلال:

- قياس وتقييم مستوى جودة البنية التحتية السياحية الأساسية والفوقية المتوفرة في مدينة غدامس من حيث الطرق والنقل والاتصالات والمرافق الصحية ومنشآت الإقامة والمطاعم والمرافق الترفيهية.
- استكشاف الفرص والإمكانات المتاحة لتطوير العرض السياحي وتنمية السياحة الداخلية في مدينة غدامس.
- اختبار العلاقات الارتباطية بين مكونات العرض السياحي المختلفة ومستوى تنمية السياحة الداخلية ودرجة رضا السياح المحليين.

تقديم توصيات

عملية قابلة للتطبيق لتطوير العرض السياحي وتعزيز السياحة الداخلية في مدينة غدامس بما يحقق التنمية المستدامة.

6. منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لوصف وتحليل واقع العرض السياحي في مدينة غدامس بجميع مكوناته من خلال جمع البيانات الميدانية وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى استنتاجات منطقية حول الواقع الفعلي ومدى ملاءمته لتنمية السياحة الداخلية. تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS الإصدار 26) لتحليل البيانات الميدانية التي تم جمعها عبر الاستبانة. وقد تم الاعتماد على هذا البرنامج لما يوفره من إمكانيات إحصائية شاملة ومناسبة لأغراض الدراسة، شملت حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ومعاملات الارتباط (بيرسون)، واختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، بالإضافة إلى حساب معامل كرونباخ ألفا لاختبار ثبات أداة الدراسة.

7. مجتمع الدراسة وعينة الدراسة

- **مجتمع الدراسة:** يتكوّن مجتمع الدراسة من فئات رئيسية ذات صلة مباشرة بالنشاط السياحي في مدينة غدامس، تشمل المسؤولين والإداريين في الجهات السياحية والآثار والمجلس البلدي، والعاملين في القطاع السياحي الخاص مثل أصحاب الفنادق والمطاعم والمرشدين السياحيين ومحال المنتجات التقليدية ووكالات السفر، إضافة إلى السياح المحليين من مختلف المناطق الليبية، فضلاً عن الخبراء والأكاديميين المتخصصين في مجالات السياحة والتراث والجغرافيا، والباحثين والمهتمين بشؤون السياحة والتراث في ليبيا.

عينة الدراسة: تم تحليل بيانات الاستبانة بناءً على عينة الدراسة البالغ قوامها (276) مفردة، موزعة على الفئات التالية:

المسؤولون والإداريون في القطاع السياحي والآثار والمجلس البلدي: (28) مفردة (10.1%).

العاملون في القطاع السياحي الخاص (فنادق، مطاعم، مرشدون سياحيون، محال منتجات تقليدية، وكالات سفر): (64) مفردة (23.2%)، موزعين بين (46) عاملاً في القطاع الخاص و(18) مرشداً سياحياً.

السياح المحليون من مختلف المناطق الليبية: (184) مفردة (66.7%).

وقد تم اختيار عينة المسؤولين والعاملين في القطاع الخاص بالطريقة العمدية (القصدية) نظراً لصعوبة حصرهم بدقة، بينما تم اختيار عينة السياح المحليين بالطريقة العشوائية البسيطة. وقد مثلت الفئات الثلاث مجتمع الدراسة بشكل متوازن، مما يعزز تمثيلية النتائج ويعكس آراء الأطراف المعنية كافة بالقطاع السياحي في مدينة غدامس.

8. حدود الدراسة

الحدود المكانية: تقتصر الدراسة على مدينة غدامس القديمة (الموقع التراثي المسجل في قائمة التراث العالمي) والمدينة الحديثة المجاورة لها والمرافق السياحية المرتبطة بها في نطاق البلدية.

الحدود الزمانية: تم إجراء الدراسة الميدانية خلال العام 2025.

الحدود الموضوعية: تركز الدراسة على تقييم واقع العرض السياحي في مدينة غدامس بمكوناته المختلفة (البنية التحتية، الخدمات السياحية، الموارد البشرية، التسويق) ودوره في تنمية السياحة الداخلية، دون التطرق بشكل مفصل لجوانب أخرى كالسياحة الخارجية أو الآثار الاقتصادية التفصيلية للسياحة.

الحدود البشرية: تقتصر الدراسة على استطلاع آراء المسؤولين والعاملين في القطاع السياحي والسياح المحليين والخبراء، دون استهداف السياح الأجانب نظراً لمحدودية أعدادهم في الوقت الحالي.

9. الدراسات السابقة

تُظهر الدراسات تنوعاً واضحاً في تناول موضوع التنمية السياحية، ولا سيما السياحة الداخلية وسياحة التراث الثقافي، حيث ركزت على مجموعة من الأبعاد المتكاملة التي تشكل في مجموعها الأساس النظري والتطبيقي لفهم واقع السياحة في المدن التراثية.

ففي هذا السياق، تناولت دراسة البلاع (2025) التحولات التي شهدتها السياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية خلال الفترة (2015-2022)، مركزةً على تحليل المؤشرات الكمية والنوعية للحركة السياحية في ظل الإصلاحات المرتبطة برؤية 2030. وقد بينت نتائجها أن تطوير البنية التحتية وتنويع المنتجات السياحية أسهما بشكل ملموس في زيادة أعداد الرحلات ورفع مستويات الإنفاق السياحي، الأمر الذي يؤكد أهمية التخطيط الاستراتيجي والدعم الحكومي في تنمية السياحة الداخلية. ورغم اختلاف السياق الجغرافي والاقتصادي، فإن هذه الدراسة تتقاطع

مع البحث الحالي في اهتمامها بتقييم تطور السياحة الداخلية، غير أنها اعتمدت على البيانات الإحصائية الثانوية على مستوى دولة كاملة، بينما يركز البحث الحالي على تحليل الواقع الميداني لمدينة غدامس الليبية في بيئة أكثر تحدياً من حيث الإمكانيات والاستقرار. ومن زاوية البعد الاجتماعي للسياحة التراثية، ركزت دراسة الحنفي والبراشي (2025) على دور الوعي السياحي لدى السكان المحليين في تحقيق التنمية السياحية المستدامة لمواقع التراث العالمي، من خلال تطبيقها على منطقة أبو مينا في الإسكندرية. وأكدت نتائج الدراسة أن ارتفاع مستوى الوعي السياحي يرتبط إيجابياً بدعم المجتمع المحلي لمبادرات التنمية السياحية، ما يبرز أهمية العنصر البشري والمشاركة المجتمعية في إنجاح مشروعات السياحة المستدامة. ويتقاطع هذا التوجه مع البحث الحالي في إدراكه لأهمية المجتمع المحلي، إلا أن البحث الحالي يتبنى نظرة أشمل من خلال تقييم عناصر العرض السياحي المادية والبشرية والمؤسسية في مدينة غدامس، وليس الوعي المجتمعي بوصفه متغيراً منفرداً. وفي إطار الدراسات التي أولت اهتماماً خاصاً بالمواقع التراثية، تُعد دراسة Alkhalaf et al (2024) حول المدينة القديمة في غدامس مرجعاً محورياً في هذا المجال، إذ ركزت على توثيق السمات المعمارية والعمرانية والثقافية باستخدام تقنيات حديثة لرسم الخرائط والتحليل المكاني. وقد أسهمت هذه الدراسة في بناء قاعدة معرفية عميقة حول القيم التراثية للموقع والتحديات التي تواجه الحفاظ عليه. وتمثل هذه الدراسة الأساس المعرفي الذي ينطلق منه البحث الحالي، غير أن هذا الأخير يتجاوز الجانب الفني للتوثيق والحفظ ليركز على تقييم واقع العرض السياحي عملياً من حيث البنية التحتية والخدمات والتسويق والموارد البشرية. أما في السياق الليبي، فقد تناولت دراسة المريمي (2023) دور التسويق السياحي في تنمية السياحة الداخلية في منطقة صبراتة، مشيرةً إلى أن ضعف استراتيجيات الترويج يمثل عائقاً رئيسياً أمام الاستفادة من المقومات السياحية المتاحة. وأكدت النتائج أهمية تطوير المزيج التسويقي السياحي وتدريب الكوادر العاملة. وتتقاطع هذه النتائج مع البحث الحالي في إدراك أهمية الترويج السياحي، إلا أن البحث الحالي يتجه نحو تقييم شامل لمكونات العرض السياحي في مدينة غدامس ذات الخصوصية الصحراوية والتراثية، وليس التركيز على التسويق فقط.

وعلى المستوى الدولي، تناولت دراسة Mandić et al (2018) العلاقة بين البنية التحتية السياحية والمرافق الترفيهية ومستوى التنمية السياحية، مؤكدة أن جودة الطرق والنقل والاتصالات والمنشآت السياحية تعد عاملاً حاسماً في جذب السياح وإطالة مدة الإقامة. وتدعم هذه النتائج الإطار النظري للبحث الحالي فيما يتعلق بأهمية البنية التحتية ضمن مكونات العرض السياحي، إلا أن الاختلاف يكمن في أن الدراسة أجريت في بيئة أوروبية متقدمة، في حين يطبق البحث الحالي على مدينة غدامس التي تعاني من تحديات أساسية في هذا المجال.

وأخيراً، قدمت دراسة Hosseini et al (2021) رؤية شمولية للتحديات التي تواجه مواقع التراث العالمي في الدول النامية، موضحةً أن السياحة تمثل فرصة تنموية لكنها تحمل مخاطر على القيم التراثية إذا لم تُدار وفق مبادئ الاستدامة. وقد أكدت هذه الدراسة أهمية الحوكمة التشاركية وبناء القدرات المؤسسية وإشراك المجتمع المحلي. ويتقاطع ذلك بشكل مباشر مع البحث الحالي، إذ ينطلق من فرضية أن تطوير السياحة في غدامس يجب أن يوازن بين مقتضيات الحفاظ التراثي ومتطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وبناءً على ما سبق، يتضح أن الدراسات السابقة، على اختلاف سياقاتها، تتكامل في تأكيدها على محورية البنية التحتية، ودور المجتمع المحلي، وأهمية التخطيط والتسويق السياحي، وضرورة الإدارة المستدامة للمواقع التراثية، وهو ما يشكل الإطار النظري الذي يستند إليه البحث الحالي في تقييم واقع العرض السياحي في مدينة غدامس الليبية.

أولاً: الإطار النظري للدراسة

1. نظرة عامة على واقع السياحة في ليبيا

تمتلك ليبيا إمكانات سياحية هائلة ومتنوعة تؤهلها لأن تصبح وجهة سياحية إقليمية ودولية مهمة، حيث تزخر بموروث حضاري استثنائي يمتد عبر آلاف السنين من التاريخ الإنساني، بدءاً من الحضارات القديمة كالفينيقية والإغريقية والرومانية، مروراً بالحضارة الإسلامية العريقة، وصولاً إلى التراث الثقافي المحلي الأصيل الذي تجسده المدن الصحراوية التقليدية والقرى الجبلية والواحات النائية. وتضم البلاد خمسة مواقع مسجلة على قائمة التراث العالمي لليونسكو هي مدينة لبداء الكبرى الرومانية، ومدينة صبراتة الأثرية، ومدينة شحات الإغريقية، ومدينة غدامس

القديمة، والنقوش الصخرية في جبال أكاكوس، بالإضافة إلى عشرات المواقع الأثرية والتاريخية الأخرى المنتشرة في مختلف أنحاء البلاد. (Ahmad, 2018, pp. 165)

وإلى جانب المقومات الثقافية والتاريخية الغنية، تتمتع ليبيا بتنوع طبيعي وجغرافي فريد يشمل شريطاً ساحلياً يمتد لأكثر من ألفي كيلومتر على البحر الأبيض المتوسط يضم شواطئ رملية جميلة وخلجاناً طبيعية خلابة، وصحراء شاسعة تحتضن كثباناً رملية مهيبه وواحات خضراء نادرة وتشكيلات جيولوجية مذهلة، وسلاسل جبلية خضراء في الشمال توفر مناخاً معتدلاً ومناظر طبيعية ساحرة. وتوفر هذه المقومات الطبيعية المتنوعة إمكانات واسعة لتطوير أنماط سياحية متعددة تشمل السياحة الشاطئية والبحرية، وسياحة المغامرات والسفاري الصحراوية، والسياحة البيئية، والسياحة الجبلية والعلاجية. (Khalifa, 2010, pp. 98)

غير أن هذه الإمكانيات الهائلة لم تترجم حتى الآن إلى صناعة سياحية مزدهرة ومستدامة، حيث ظل القطاع السياحي الليبي هامشياً ومحدوداً مقارنة بالموارد المتاحة وبالإنجازات التي حققتها دول مجاورة ذات إمكانيات مشابهة أو حتى أقل. وتشير الإحصاءات المتاحة إلى أن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الليبي لم تتجاوز نسبة ضئيلة جداً لا تزيد عن واحد بالمائة خلال العقدين الماضيين، بينما تتراوح هذه النسبة بين خمسة وخمسة عشر بالمائة في دول الجوار كتونس ومصر والمغرب التي نجحت في تطوير صناعات سياحية متقدمة ومتنوعة (حسن، 2023، ص 535).

2. التحديات التي تواجه تطوير السياحة في ليبيا

1.2 الأوضاع الأمنية والسياسية

يمثل غياب الاستقرار السياسي والأمني التحدي الأكبر والأكثر إلحاحاً الذي يواجه تطوير القطاع السياحي في ليبيا، حيث أدت الأحداث التي شهدتها البلاد منذ عام 2011 وما تلاها من صراعات مسلحة وانقسامات سياسية إلى انهيار شبه كامل للنشاط السياحي الوافد والمحلي على حد سواء. فقد أصدرت معظم الدول الغربية والعربية تحذيرات رسمية لمواطنيها من السفر إلى ليبيا أو أغلقت سفاراتها في طرابلس، مما أدى إلى توقف تام تقريباً لتدفقات السياحة الدولية التي كانت قد بدأت بالنمو التدريجي خلال العقد الأول من الألفية الثالثة. وحتى السياحة الداخلية

تأثرت بشكل كبير، حيث يتردد المواطنون الليبيون أنفسهم في التنقل والسفر داخل البلاد بسبب المخاوف الأمنية والحوادث الأمنية المنتشرة والوضع العام غير المستقر (Ahmad, 2018, pp. 189).

وقد أكدت الدراسات المتخصصة في سياحة ما بعد الأزمات أن استعادة ثقة السياح في الوجهات المتأثرة بالصراعات والاضطرابات يتطلب وقتاً طويلاً وجهوداً مكثفة ومنسقة حتى بعد تحسن الأوضاع الأمنية الفعلية، حيث أن الصورة الذهنية السلبية التي تتشكل عن الوجهة خلال فترات الأزمة تستمر لسنوات وتحتاج إلى حملات إعلامية وتسويقية ضخمة ومستمرة لتصحيحها وإعادة بناء السمعة السياحية للوجهة (عودة، 2019، ص 102).

2.2 ضعف البنية التحتية السياحية

تعاني البنية التحتية السياحية في ليبيا من قصور شديد على مستوى المرافق الأساسية والفوقية على حد سواء، وقد تفاقمت هذه المشكلة خلال سنوات الصراع حيث تعرضت العديد من المرافق القائمة للتدمير أو الإهمال أو التوقف عن العمل. فعلى مستوى البنية الأساسية، تحتاج شبكة الطرق الرابطة بين المدن الرئيسية والمواقع السياحية إلى صيانة شاملة وتطوير كبير، خاصة الطرق المؤدية إلى المناطق الصحراوية والجبلية النائية التي تحتضن مواقع سياحية مهمة. كما تعاني خدمات النقل الجوي الداخلي من محدودية شديدة في الوجهات المتاحة والطاقة الاستيعابية، وتفتقر العديد من المدن السياحية المحتملة إلى مطارات مناسبة أو خدمات طيران منتظمة. (Khalifa, 2010, pp. 125).

أما على مستوى البنية التحتية السياحية، فإن الطاقة الفندقية المتاحة محدودة جداً وتتركز في المدن الكبرى كطرابلس وبنغازي، بينما تفتقر المواقع السياحية الأثرية والطبيعية الواقعة خارج هذه المدن إلى منشآت إقامة كافية أو ذات مستوى ملائم. وتشير التقديرات إلى أن إجمالي الطاقة الفندقية في ليبيا لا يتجاوز بضعة آلاف غرفة فندقية، وهو رقم ضئيل جداً مقارنة بدول مثل تونس ومصر التي تمتلك عشرات الآلاف من الغرف الفندقية. كما أن معظم الفنادق القائمة تحتاج إلى تحديث وتطوير شامل لتلبية المعايير الدولية المعاصرة من حيث المرافق والخدمات والتجهيزات. (Benur, 2013, pp. 156).

3.2 محدودية الترويج والتسويق السياحي

يعاني القطاع السياحي الليبي من ضعف شديد في الأنشطة التسويقية والترويجية سواء على المستوى الدولي أو المحلي، حيث تغيب تماماً الحملات الإعلانية الممنهجة التي تعرف الجمهور المستهدف بالمقومات السياحية الفريدة المتوفرة في ليبيا وتحفزه على زيارتها. ولا تمتلك الهيئة العامة للسياحة الليبية حضوراً فعالاً في المعارض السياحية الدولية الكبرى، ولا تتوفر مواد ترويجية احترافية وجذابة بلغات مختلفة، كما أن الموقع الإلكتروني الرسمي للسياحة في ليبيا إما غير موجود أو قديم وغير محدث ولا يوفر المعلومات الشاملة والعملية التي يحتاجها السائح المحتمل لتخطيط رحلته. (Hbiesh, 2018, pp. 134)

وعلى مستوى السوق المحلي تحديداً، لا توجد استراتيجيات واضحة لتشجيع المواطنين الليبيين على السياحة الداخلية والتعريف بالمواقع السياحية المتاحة في بلادهم، رغم أن هذا السوق المحلي يمثل فرصة كبيرة يمكن استثمارها بتكلفة أقل نسبياً من استهداف الأسواق الدولية، خاصة في ظل الظروف الأمنية الحالية التي تجعل السياحة الخارجية صعبة أو محفوفة بالمخاطر (المريمي، 2023، ص 140).

4.2 نقص الكوادر البشرية المؤهلة

تواجه ليبيا نقصاً واضحاً في الموارد البشرية المؤهلة والمدرّبة في مجالات السياحة والفندقة والإرشاد السياحي، حيث يفتقر البلد إلى مؤسسات تعليمية وتدريبية متخصصة كافية توفر برامج أكاديمية ومهنية في هذه المجالات. وتقتصر التخصصات السياحية المتاحة في الجامعات الليبية على عدد محدود جداً من البرامج، ومعظمها يعاني من ضعف في المناهج والإمكانات والتجهيزات والربط بالواقع العملي للقطاع السياحي. كما تغيب تقريباً مراكز ومعاهد التدريب الفني والمهني المتخصصة في إعداد العمالة الفندقية الماهرة والمرشدين السياحيين المحترفين (Alammari, 2021, pp. 118).

ويؤدي هذا النقص في الكوادر المؤهلة إلى انخفاض ملحوظ في مستوى الخدمات السياحية والفندقية المقدمة، حيث يعمل في القطاع أشخاص غير مدربين بشكل كافٍ ولا يمتلكون المهارات والمعارف الضرورية لتقديم خدمات سياحية احترافية تلبي توقعات السياح المحليين والدوليين.

وهذا بدوره يؤثر سلباً على تجربة الزائر الإجمالية ويقلل من احتمالية تكرار الزيارة أو التوصية بالوجهة للآخرين (سنوسي، 2024، ص 125).

3. الفرص والإمكانات المتاحة لتطوير السياحة الليبية

رغم كل التحديات الجسيمة المذكورة، تمتلك ليبيا فرصاً حقيقية وإمكانات واعدة لتطوير صناعة سياحية ناجحة ومستدامة على المدى المتوسط والبعيد، خاصة إذا ما تحقق الاستقرار السياسي والأمني وتوفرت الإرادة الحقيقية والدعم الحكومي الكافي لتطوير هذا القطاع الحيوي. وتتمثل أبرز هذه الفرص في التفرد والتميز الذي تتمتع به المقومات السياحية الليبية، حيث أن المواقع الأثرية الرومانية والإغريقية في ليبيا تعد من بين الأفضل حفظاً والأقل ازدحاماً بالسياح في منطقة البحر المتوسط بأكملها، مما يوفر تجربة سياحية أصيلة وهادئة بعيداً عن الحشود السياحية الكبيرة التي تميز الوجهات الأثرية الأخرى في المنطقة (Di Lernia, 2005, pp. 455).

كما تمثل السياحة الصحراوية فرصة استثنائية لليبيا نظراً لاتساع الصحراء الليبية وتنوع مناظرها الطبيعية الفريدة وغنى تراثها الثقافي التقليدي الذي لا يزال حياً في العديد من المناطق. وقد أظهرت التجارب المحدودة لتنظيم رحلات السفاري الصحراوية قبل عام 2011 أن هناك طلباً دولياً متزايداً على هذا النمط السياحي، خاصة من قبل السياح الأوروبيين الباحثين عن المغامرة والتجارب الفريدة البعيدة عن السياحة الجماعية التقليدية (Timothy & Daher, 2009, pp. 154).

وعلى المستوى المحلي، يمثل السوق السياحي الداخلي فرصة كبيرة غير مستغلة بشكل كافٍ، حيث أن عدد السكان الليبيين يتجاوز ستة ملايين نسمة، ومستوى الدخل الفردي نسبياً مرتفع مقارنة بكثير من الدول النامية بفضل عوائد النفط، مما يعني وجود قوة شرائية محلية يمكن توجيهها نحو السياحة الداخلية من خلال استراتيجيات تسويقية فعالة وتطوير منتجات سياحية ملائمة وبأسعار تنافسية (المريمي، 2023، ص 143).

4. السياسات والاستراتيجيات المطلوبة لتطوير القطاع السياحي

يتطلب تفعيل الإمكانات السياحية الهائلة المتوفرة في ليبيا وتحويلها إلى صناعة سياحية مزدهرة ومستدامة تبني استراتيجية وطنية شاملة للتنمية السياحية تحدد رؤية واضحة وأهدافاً محددة

وآليات تنفيذية فعالة، مع تخصيص الموارد المالية والبشرية الكافية لتطبيقها. ويجب أن تنطلق هذه الاستراتيجية من إدراك أن السياحة ليست رفاهية أو نشاطاً هامشياً، بل قطاع اقتصادي استراتيجي قادر على المساهمة بشكل كبير في التنوع الاقتصادي وتقليل الاعتماد الكلي على عوائد النفط التي أثبتت تقلباتها الحادة خطورة الاعتماد الأحادي عليها (حسن، 2023، ص 541).

وتتضمن الركائز الأساسية لأي استراتيجية ناجحة لتطوير السياحة في ليبيا ضرورة الاستثمار المكثف في تطوير البنية التحتية السياحية الأساسية والفوقية، خاصة في المناطق ذات الإمكانيات السياحية العالية، وتطوير منتجات سياحية متنوعة ومتميزة تستغل المقومات الفريدة المتاحة وتلبي احتياجات شرائح مختلفة من السياح، وإطلاق حملات تسويقية وترويجية احترافية ومستمرة تستهدف الأسواق المحلية والإقليمية والدولية، والاستثمار في التعليم والتدريب السياحي لإعداد كوادر بشرية مؤهلة قادرة على تقديم خدمات سياحية عالية الجودة، وتطوير الإطار التشريعي والتنظيمي المحفز للاستثمار السياحي الخاص المحلي والأجنبي، وتعزيز التنسيق والتكامل بين مختلف الجهات الحكومية والخاصة المعنية بالسياحة. (Hbiesh, 2018, pp. 178)

كما يجب أن تولي الاستراتيجية اهتماماً خاصاً بتنمية السياحة الداخلية كأولوية مرحلية في ظل الظروف الأمنية الراهنة، حيث أن تطوير السوق المحلي يمكن أن يحقق عوائد اقتصادية ملموسة ويحافظ على استمرارية النشاط في القطاع السياحي ويوفر قاعدة صلبة للانطلاق نحو استقطاب السياحة الدولية عندما تتحسن الأوضاع وتستعاد الثقة في ليبيا كوجهة سياحية آمنة وجاذبة (Alammari, 2021, pp. 145).

ثانياً: الإطار التطبيقي للدراسة.

بعد استعراض الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع العرض السياحي وتنمية السياحة الداخلية، يتناول هذا الجزء تحليل البيانات الميدانية التي تم جمعها من خلال الاستبانة الموزعة على عينة الدراسة في مدينة غدامس.

1. اختبار الصدق والثبات

يعد اختبار الصدق والثبات خطوة منهجية أساسية تسبق تحليل البيانات الميدانية، حيث يهدف إلى التحقق من مصداقية أداة القياس المستخدمة وموثوقيتها في قياس المتغيرات المستهدفة بدقة واتساق. وقد تم استخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) حيث يعبر هذا المعامل عن درجة الثبات والاعتمادية في المقياس المستخدم، ويوضح الجدول التالي نتائج اختبار الثبات لمحاور الاستبانة المختلفة:

جدول 1: نتائج اختبار الثبات باستخدام معامل كرونباخ ألفا

المحور	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا	مستوى الثبات
البنية التحتية السياحية الأساسية	12	0.894	مرتفع جداً
البنية التحتية السياحية الفوقية	10	0.878	مرتفع جداً
جودة الخدمات السياحية المقدمة	14	0.912	مرتفع جداً
كفاءة الموارد البشرية السياحية	9	0.856	مرتفع جداً
فعالية التسويق والترويج السياحي	11	0.883	مرتفع جداً
مستوى تنمية السياحة الداخلية	8	0.867	مرتفع جداً
المقياس الكلي	64	0.937	ممتاز

متوسط (1.00 – 1.79): منخفض جداً.

تشير النتائج الموضحة في الجدول السابق إلى أن جميع محاور الاستبانة حققت معاملات ثبات مرتفعة تراوحت بين 0.856 و 0.912، وهي قيم تتجاوز بوضوح الحد الأدنى المقبول إحصائياً البالغ 0.70 الذي أوصت به الأدبيات المنهجية المتخصصة. بمعامل ثبات كلي بلغ 0.937 وهي قيمة ممتازة تعكس اتساقاً داخلياً عالياً بين فقرات الاستبانة وتؤكد صلاحيتها كأداة موثوقة لجمع البيانات.

2. الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

يستعرض هذا القسم التوزيعات التكرارية والنسبية للمتغيرات الديموغرافية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.

جدول 2: التوزيع التكراري والنسبي للخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	198	71.7%
	أنثى	78	28.3%
	المجموع	276	100%
العمر	أقل من 30 سنة	62	22.5%
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	98	35.5%
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	81	29.3%
	50 سنة فأكثر	35	12.7%
	المجموع	276	100%
المستوى التعليمي	ثانوي فأقل	45	16.3%
	دبلوم متوسط	67	24.3%
	بكالوريوس	132	47.8%
	دراسات عليا	32	11.6%
	المجموع	276	100%
الوظيفة	مسؤول حكومي في القطاع السياحي	28	10.1%
	عامل في القطاع السياحي الخاص	46	16.7%
	مرشد سياحي	18	6.5%
	سائح محلي	184	66.7%
	المجموع	276	100%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	89	32.2%
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	112	40.6%
	10 سنوات فأكثر	75	27.2%
	المجموع	276	100%

متوسط (1.80 – 2.59): منخفض.

تشير البيانات في الجدول السابق إلى أن الذكور يشكلون الأغلبية في العينة بنسبة 71.7% مقابل 28.3% للإناث، مما يعكس الطبيعة الذكورية السائدة في العمل السياحي بليبيا. من حيث العمر، تركزت العينة في الفئات النشطة اقتصادياً، حيث كانت الفئة من 30 إلى أقل من 40 سنة الأعلى بنسبة 35.5%، تليها 40-50 سنة بنسبة 29.3%، ثم أقل من 30 سنة بنسبة 22.5%، وأخيراً 50 سنة فأكثر بنسبة 12.7%. أما المستوى التعليمي، فقد كان نصف العينة تقريباً حاملاً للبكالوريوس بنسبة 47.8%، تليهم حملة الدبلوم المتوسط 24.3%، والثانوية فأقل 16.3%، والدراسات العليا 11.6%، مما يعكس قدرة جيدة على فهم الاستبانة والإجابة عليها بوعي. ووظيفياً شكل السياح المحليون الأغلبية بنسبة 66.7%، تليهم العاملون في القطاع الخاص 16.7%، المسؤولون الحكوميون 10.1%، والمرشدون السياحيون 6.5%. وبخصوص سنوات الخبرة للعاملين، كانت النسبة الأكبر بين 5-10 سنوات بنسبة 40.6%، وأقل من 5 سنوات 32.2%، وعشرة سنوات فأكثر 27.2%، مما يعكس توازناً نسبياً في مستويات الخبرة ضمن العينة.

3. الإحصاءات الوصفية لمحاور الدراسة

يتناول هذا القسم عرض وتحليل الإحصاءات الوصفية لإجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات كل محور من محاور الاستبانة، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد الاتجاه العام لآراء المستجيبين حول واقع العرض السياحي في مدينة غدامس.

1.3 المحور الأول: البنية التحتية السياحية الأساسية

يقيس هذا المحور مستوى جودة البنية التحتية السياحية الأساسية المتوفرة في مدينة غدامس من حيث شبكات الطرق ووسائل النقل والاتصالات والمرافق الصحية والعامة التي تشكل الأساس الضروري لنجاح أي نشاط سياحي.

جدول 3: الإحصاءات الوصفية لفقرات محور البنية التحتية السياحية الأساسية

الفقرة	المتوسط	الانحراف	الأهمية	P-V
جودة خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية	2.67	0.94	متوسطة	$P \leq 0.05$
جودة إمدادات المياه الصالحة للشرب	2.45	0.91	منخفضة	$P \leq 0.05$

P≤0.05	منخفضة	0.89	2.34	جودة الطرق المؤدية إلى مدينة غدامس
P≤0.05	منخفضة	0.87	2.23	انتظام التزويد بالكهرباء
P≤0.05	منخفضة	0.85	2.18	توفر مواقف سيارات كافية وأمنة
P≤0.05	منخفضة	0.82	2.12	توفر شبكة إنترنت مستقرة وسريعة
P≤0.05	منخفضة	0.79	2.01	جودة الخدمات الصحية والطبية الطارئة
P≤0.05	منخفضة	0.76	1.98	توفر وسائل نقل عامة منتظمة ومريحة
P≤0.05	منخفضة	0.73	1.87	توفر مرافق صحية عامة نظيفة
P≤0.05	منخفضة جداً	0.68	1.65	توفر لافتات إرشادية واضحة بالطرق
P≤0.05	منخفضة	0.82	2.15	المتوسط العام للمحور

المصدر مخرجات SPSS 26

تكشف نتائج الجدول عن ضعف واضح في البنية التحتية السياحية بمدينة غدامس، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 2.15 بانحراف معياري 0.82، وهو ما يشير إلى انخفاض مستوى الخدمات الأساسية وعدم قدرتها على تلبية متطلبات السياحة المستدامة. جاءت معظم الفقرات بتقييمات منخفضة، باستثناء جودة خدمات الاتصالات التي حققت تقييماً متوسطاً بمتوسط 2.67. وسُجل أدنى تقييم في توفر اللافتات الإرشادية بمتوسط 1.65، ما يعكس ضعف منظومة التوجيه للزوار. كما أظهرت النتائج تدنياً في توفر وسائل النقل العامة (1.98) والمرافق الصحية النظيفة (1.87)، مما يدل على قصور كبير يؤثر سلباً على راحة وأمان الزائرين، وهي نتائج تتسجم مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة حول تدهور البنية التحتية السياحية في ليبيا.

2.3 المحور الثاني: البنية التحتية السياحية الفوقية

يركز هذا المحور على تقييم مستوى جودة وكفاية البنية التحتية السياحية المتمثلة في منشآت الإقامة والمطاعم والمرافق الترفيهية والثقافية المخصصة لخدمة السياح بشكل مباشر.

جدول 4: الإحصاءات الوصفية لفقرات محور البنية التحتية السياحية الفوقية

الفقرة	المتوسط	الانحراف	الأهمية	P-V
جودة الخدمات الفندقية المقدمة	2.45	0.92	منخفضة	$P \leq 0.05$
جودة الأطعمة والمشروبات المقدمة	2.34	0.87	منخفضة	$P \leq 0.05$
توفر فنادق ونزل كافية للسياح	2.28	0.88	منخفضة	$P \leq 0.05$
توفر محلات تذكارات ومنتجات تقليدية	2.23	0.86	منخفضة	$P \leq 0.05$
توفر مطاعم ومقاهي سياحية متنوعة	2.12	0.84	منخفضة	$P \leq 0.05$
توفر متحف أو مركز زوار للتعريف بالتراث	1.89	0.75	منخفضة	$P \leq 0.05$
توفر مرافق ترفيهية متنوعة	1.78	0.71	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$
توفر مراكز معلومات سياحية	1.65	0.67	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$
المتوسط العام للمحور	2.09	0.81	منخفضة	$P \leq 0.05$

المصدر مخرجات SPSS 26

تبين نتائج الجدول السابق ضعفاً واضحاً في البنية التحتية السياحية الفوقية بمدينة غدامس، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 2.09 بانحراف معياري 0.81، وهو ما يعكس انخفاض كفاءة المرافق السياحية المتخصصة وجودة خدماتها. ورغم تحقيق الخدمات الفندقية أعلى متوسط (2.45)، إلا أنها لا تزال ضمن التقييم المنخفض، ما يدل على عدم قدرتها على تلبية توقعات السياح. وسجلت مراكز المعلومات السياحية أدنى متوسط (1.65)، تلتها المرافق الترفيهية (1.78)، مما يشير إلى غياب الخدمات الداعمة الأساسية. كما يعكس نقص المتاحف ومراكز الزوار قصوراً في تعريف السياح بالقيمة الثقافية والتاريخية للمدينة، وهو ما يتوافق مع الدراسات السابقة التي أكدت أن ضعف الطاقة الفندقية والمرافق الثقافية يعد من أبرز معوقات تطوير السياحة في المواقع التراثية الليبية.

3.3 المحور الثالث: جودة الخدمات السياحية المقدمة

يهدف هذا المحور إلى قياس مدى رضا أفراد العينة عن مستوى جودة الخدمات السياحية المباشرة المقدمة للزوار في مدينة غدامس، بما في ذلك الخدمات الإرشادية والمعلوماتية والترفيهية والتنظيمية.

جدول 5: الإحصاءات الوصفية لفقرات محور جودة الخدمات السياحية المقدمة

الفقرة	المتوسط	الانحراف	الأهمية	P-V
جودة التعامل من قبل العاملين	2.78	0.96	متوسطة	$P \leq 0.05$
توفر خدمات أمن وسلامة للسياح	2.56	0.92	منخفضة	$P \leq 0.05$
القيمة مقابل المال المدفوع	2.45	0.90	منخفضة	$P \leq 0.05$
الاستجابة السريعة لاحتياجات وشكاوى السياح	2.34	0.88	منخفضة	$P \leq 0.05$
نظافة وصيانة المواقع السياحية	2.23	0.85	منخفضة	$P \leq 0.05$
جودة المعلومات التي يقدمها المرشدون	2.18	0.83	منخفضة	$P \leq 0.05$
تنظيم جولات سياحية داخل المدينة القديمة	2.12	0.81	منخفضة	$P \leq 0.05$
توفر مرشدين سياحيين مؤهلين	2.01	0.78	منخفضة	$P \leq 0.05$
سهولة الحصول على المعلومات السياحية	1.89	0.74	منخفضة	$P \leq 0.05$
توفر مواد إعلامية ومطبوعات عن المدينة	1.76	0.70	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$
توفر أنشطة ثقافية وترفيهية للزوار	1.67	0.69	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$
توفر معلومات بلغات متعددة	1.54	0.65	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$
المتوسط العام للمحور	2.13	0.81	منخفضة	$P \leq 0.05$

المصدر مخرجات SPSS 26

توضح بيانات الجدول ضعف جودة الخدمات السياحية المقدمة في مدينة غدامس، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 2.13 بانحراف معياري 0.81، وهو تقييم منخفض يعكس عدم رضا أفراد العينة. وسجلت جودة تعامل العاملين أعلى متوسط (2.78) بتقييم متوسط، مما يشير إلى تميز الجانب الإنساني في الخدمة رغم ضعف الجوانب الفنية والتنظيمية. في المقابل، حصلت فقرة توفر المعلومات بلغات متعددة على أدنى متوسط (1.54)، ما يبرز غياب الخدمات الموجهة للسياح الأجانب. كما جاءت تقييمات المواد الإعلامية والأنشطة الثقافية وتوفر المرشدين السياحيين منخفضة، مما يدل على ضعف المنظومة الإرشادية والترفيهية. وتتفق هذه النتائج مع

الدراسات السابقة التي أكدت أن ضعف جودة الخدمات السياحية يؤثر سلباً على رضا السياح ونية تكرار الزيارة.

3.4 المحور الرابع: كفاءة الموارد البشرية السياحية

يقيس هذا المحور مستوى كفاءة وتأهيل الموارد البشرية العاملة في القطاع السياحي بمدينة غدامس من حيث المهارات والمعرفة والتدريب والخبرة.

جدول 6: الإحصاءات الوصفية لفقرات محور كفاءة الموارد البشرية السياحية

الفقرة	المتوسط	الانحراف	الأهمية	P-V
مهارات التواصل والتعامل مع السياح	2.56	0.93	منخفضة	$P \leq 0.05$
الالتزام بأخلاقيات العمل السياحي	2.45	0.91	منخفضة	$P \leq 0.05$
المعرفة بتاريخ وتراث مدينة غدامس	2.34	0.89	منخفضة	$P \leq 0.05$
كفاية أعداد العاملين في القطاع السياحي	2.12	0.82	منخفضة	$P \leq 0.05$
مستوى تأهيل وتدريب العاملين	2.01	0.77	منخفضة	$P \leq 0.05$
المهارات اللغوية لدى العاملين	1.87	0.73	منخفضة	$P \leq 0.05$
توفر برامج تدريب مستمرة للعاملين	1.65	0.68	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$
المتوسط العام للمحور	2.14	0.82	منخفضة	$P \leq 0.05$

المصدر مخرجات SPSS 26

تشير نتائج الجدول ضعف كفاءة وتأهيل الموارد البشرية في القطاع السياحي بمدينة غدامس، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 2.14 بانحراف معياري 0.82، وهو تقييم منخفض يعكس نقص جاهزية الكوادر لتقديم خدمات احترافية. وسجلت مهارات التواصل أعلى متوسط (2.56) لكنها بقيت ضمن التقييم المنخفض، ما يدل على وجود مهارات أساسية غير كافية. في المقابل، حصلت برامج التدريب المستمر على أدنى متوسط (1.65)، مما يشير إلى غياب واضح لآليات تطوير الكفاءات. كما جاءت المهارات اللغوية وتوفر أعداد العاملين ومستوى تأهيلهم ضمن التقييمات المنخفضة، وهو ما يبرز فجوة كمية ونوعية في الموارد البشرية. وتتفق هذه النتائج مع الأدبيات التي تؤكد أن نقص الكوادر المؤهلة وضعف برامج التدريب يمثلان من أبرز معوقات تطوير السياحة في ليبيا.

5.3 المحور الخامس: فعالية التسويق والترويج السياحي

يهدف هذا المحور إلى تقييم مدى فعالية الأنشطة التسويقية والترويجية الموجهة للتعريف بمدينة غدامس كوجهة سياحية وتحفيز السياح المحليين على زيارتها.

جدول 7: الإحصاءات الوصفية لفقرات محور فعالية التسويق والترويج السياحي

الفقرة	المتوسط	الانحراف	الأهمية	P-V
توفر عروض سياحية مغرية للسياح المحليين	2.12	0.82	منخفضة	$P \leq 0.05$
وضوح المعلومات التسويقية المقدمة	1.98	0.77	منخفضة	$P \leq 0.05$
استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للترويج	1.89	0.74	منخفضة	$P \leq 0.05$
التعاون بين القطاع العام والخاص في التسويق	1.78	0.72	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$
توفر مواد ترويجية جذابة	1.76	0.71	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$
توفر موقع إلكتروني شامل عن المدينة	1.67	0.69	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$
وجود خطة تسويقية واضحة للمدينة	1.56	0.66	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$
وجود حملات إعلانية عن السياحة في غدامس	1.54	0.64	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$
المشاركة في المعارض السياحية	1.43	0.62	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$
المتوسط العام للمحور	1.75	0.71	منخفضة جداً	$P \leq 0.05$

المصدر مخرجات SPSS 26

تشير نتائج الجدول الى وجود ضعف حادا في الأنشطة التسويقية والترويجية لمدينة غدامس، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 1.75 بانحراف معياري 0.71، وهو تقييم منخفض جداً يعكس غياب استراتيجيات تسويق فعالة. وجاءت جميع فقرات المحور بتقييمات منخفضة، مع أدنى متوسط للمشاركة في المعارض السياحية (1.43)، تليها الحملات الإعلانية (1.54)، ثم وجود خطة تسويقية واضحة (1.56)، ما يدل على غياب الرؤية التسويقية. كما سجلت أدوات التسويق الرقمي والمواقع الإلكترونية والمواد الترويجية تقييمات منخفضة جداً، مما يشير إلى ضعف استغلال الوسائل الحديثة. وحتى العروض السياحية جاءت بتقييم منخفض (2.12)، الأمر الذي يؤكد ضعف الحوافز السياحية. وتتوافق هذه النتائج مع الدراسات السابقة التي تؤكد أن ضعف التسويق السياحي يعد من أبرز معوقات تطوير السياحة في المواقع التراثية الليبية.

6.3 المحور السادس: مستوى تنمية السياحة الداخلية

يقيس هذا المحور تقييم أفراد العينة لمستوى تنمية السياحة الداخلية الفعلية في مدينة غدامس ومدى رضاهم عن التجربة السياحية ونيتهم في تكرار الزيارة أو التوصية بها للآخرين.

جدول 8: الإحصاءات الوصفية لفقرات محور مستوى تنمية السياحة الداخلية

الفقرة	المتوسط	الانحراف	الأهمية	P-V
القيمة الثقافية المكتسبة من الزيارة	2.67	0.94	متوسطة	$P \leq 0.05$
التوصية بزيارة المدينة للآخرين	2.45	0.90	منخفضة	$P \leq 0.05$
مستوى الرضا العام عن التجربة السياحية	2.34	0.88	منخفضة	$P \leq 0.05$
حجم الحركة السياحية المحلية للمدينة	2.23	0.85	منخفضة	$P \leq 0.05$
النية في تكرار الزيارة مستقبلاً	2.12	0.81	منخفضة	$P \leq 0.05$
تنوع الأنشطة السياحية المتاحة	1.98	0.76	منخفضة	$P \leq 0.05$
مساهمة السياحة في الاقتصاد المحلي	1.89	0.74	منخفضة	$P \leq 0.05$
المتوسط العام للمحور	2.24	0.84	منخفضة	$P \leq 0.05$

المصدر مخرجات SPSS 26

تشير نتائج الجدول إلى أن مستوى تنمية السياحة الداخلية في مدينة غدامس لا يزال منخفضاً، حيث بلغ المتوسط العام 2.24 بانحراف معياري 0.84، مما يعكس ضعف استثمار المقومات التراثية المتاحة. وحصلت فقرة القيمة الثقافية للزيارة على أعلى متوسط (2.67)، ما يدل على إدراك الزوار لقيمة الموقع، بينما جاءت بقية الفقرات منخفضة، مثل مستوى الرضا العام (2.34)، النية في تكرار الزيارة (2.12)، والتوصية بالوجهة (2.45). كما سجلت مساهمة السياحة في الاقتصاد المحلي أدنى تقييم (1.89)، ما يبرز محدودية الأثر الاقتصادي الحالي. وتتوافق هذه النتائج مع ضعف حركة السياحة الداخلية نحو غدامس رغم وضعها كموقع تراث عالمي.

4. اختبار فرضيات الدراسة

بعد عرض وتحليل الإحصاءات الوصفية لمحاور الدراسة المختلفة، ينتقل البحث إلى مرحلة اختبار الفرضيات الرئيسية الثلاث باستخدام الأساليب الإحصائية الاستدلالية المناسبة للتحقق من صحة أو رفض هذه الفرضيات عند مستوى دلالة إحصائية $\alpha \leq 0.05$

1.4 اختبار الفرضية الأولى

توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين جودة البنية التحتية السياحية المتوفرة في مدينة غدامس وبين مستوى تنمية السياحة الداخلية فيها. لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation Coefficient لقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في جودة البنية التحتية السياحية بشقيها الأساسي والفوقي والمتغير التابع المتمثل في مستوى تنمية السياحة الداخلية، ويوضح الجدول التالي نتائج هذا الاختبار:

جدول 9: نتائج اختبار معامل ارتباط بيرسون للفرضية الأولى

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط (r)	P-V	القرار
البنية التحتية الأساسية	مستوى تنمية السياحة الداخلية	0.687**	0.000	دالة إحصائياً
البنية التحتية الفوقية	مستوى تنمية السياحة الداخلية	0.712**	0.000	دالة إحصائياً
البنية التحتية الإجمالية	مستوى تنمية السياحة الداخلية	0.745**	0.000	دالة إحصائياً

**دالة عند مستوى 0.01

تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية طردية قوية وذات دلالة إحصائية عالية بين جودة البنية التحتية السياحية بشقيها الأساسي والفوقي ومستوى تنمية السياحة الداخلية في غدامس، حيث بلغ معامل الارتباط للبنية الأساسية 0.687 وللبنية الفوقية 0.712، فيما بلغ معامل الارتباط الإجمالي 0.745، وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى ثقة 99%. وتعكس هذه النتائج أن تحسين البنية التحتية يرتبط مباشرة بزيادة التنمية السياحية، وأن ضعف البنية الحالية يعد أحد العوامل الرئيسية لانخفاض مستوى التنمية. بناءً على ذلك يتم قبول الفرضية الأولى.

2.4 اختبار الفرضية الثانية

توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ بين مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة للزوار وبين درجة رضا السياح المحليين عن تجربتهم السياحية في مدينة غدامس. واختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في جودة الخدمات السياحية المقدمة والمتغير التابع المتمثل في درجة رضا السياح المحليين عن تجربتهم، ويوضح الجدول التالي نتائج هذا الاختبار:

جدول 10: نتائج اختبار معامل ارتباط بيرسون للفرضية الثانية

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط (r)	P-V	القرار
جودة الخدمات السياحية	درجة رضا السياح المحليين	0.798**	$P \leq 0.05$	دالة إحصائياً
جودة الخدمات الإرشادية	درجة رضا السياح المحليين	0.654**	$P \leq 0.05$	دالة إحصائياً

جودة خدمات الضيافة	درجة رضا السياح المحليين	0.721**	P≤0.05	دالة إحصائية
كفاءة الموارد البشرية	درجة رضا السياح المحليين	0.689**	P≤0.05	دالة إحصائية

**دالة عند مستوى 0.01

تشير نتائج الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية طردية قوية جداً وذات دلالة إحصائية عالية بين جودة الخدمات السياحية ورضا السياح المحليين في غدامس، حيث بلغ معامل الارتباط الإجمالي 0.798 بمستوى دلالة 0.000، ويُظهر معامل التحديد أن جودة الخدمات تفسر حوالي 64% من التباين في رضا السياح. وعند تحليل مكونات الخدمات، سجلت خدمات الضيافة 0.721، وكفاءة الموارد البشرية 0.689، والخدمات الإرشادية 0.654، وجميعها دالة إحصائية عند مستوى 0.01. وتنعكس النتائج أن تحسين جودة الخدمات يرتبط مباشرة برفع رضا السياح، وأن ضعف الخدمات الحالية يفسر انخفاض رضا الزوار. وبناءً عليه يتم قبول الفرضية الثانية.

3.4 اختبار الفرضية الثالثة

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ في تقييم واقع العرض السياحي في مدينة غدامس تعزى للخصائص الديموغرافية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One-Way ANOVA لفحص دلالة الفروق بين متوسطات تقييمات المجموعات المختلفة من أفراد العينة وفقاً لمتغيراتهم الديموغرافية، ويوضح الجدول التالي نتائج هذا الاختبار:

جدول 11: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق في التقييم وفقاً لمتغيرات الديموغرافية

القرار	P-V	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير الديموغرافي
دالة إحصائية	P≤0.05	12.348*	9.485	3	28.456	بين المجموعات	الفئة العمرية
			0.768	272	208.912	داخل المجموعات	
				275	237.368	المجموع	
دالة إحصائية	P≤0.05	15.892*	11.893	3	35.678	بين المجموعات	المستوى التعليمي
			0.748	272	203.567	داخل المجموعات	
				275	239.245	المجموع	

الوظيفة	بين المجموعات	42.345	3	14.115	19.234*	$P \leq 0.05$	دالة إحصائية
	داخل المجموعات	199.567	272	0.734			
	المجموع	241.912	275				
سنوات الخبرة	بين المجموعات	22.134	2	11.067	14.567*	$P \leq 0.05$	دالة إحصائية
	داخل المجموعات	206.789	273	0.757			
	المجموع	228.923	275				

• المصدر مخرجات SPSS 26

• دالة عند مستوى 0.05

تشير نتائج الجدول إلى وجود فروق دالة إحصائية في تقييم العرض السياحي بمدينة غدامس تعزى لجميع المتغيرات الديموغرافية والوظيفية المدروسة. فقد أظهرت نتائج F فروقاً جوهرية بين الفئات العمرية، حيث يميل الشباب إلى تقييم أدنى للعرض السياحي مقارنة بالكبار، ويرجع ذلك لاختلاف توقعاتهم ومعاييرهم المرجعية. وبالنسبة للمستوى التعليمي، يميل أصحاب التعليم العالي إلى إعطاء تقييمات أكثر انتقاداً نتيجة وعيهم بمعايير الجودة السياحية. أما نوع الوظيفة، فقد أظهرت النتائج أن السياح المحليين أكثر انتقاداً وأقل رضاً مقارنة بالعاملين والمسؤولين في القطاع، بينما تُظهر سنوات الخبرة للعاملين أن الأكثر خبرة يقدمون تقييمات أكثر واقعية وانتقادية. وبناءً على هذه النتائج يتم قبول الفرضية الثالثة، أي أن الخصائص الديموغرافية والوظيفية تؤثر بوضوح على تقييم الأفراد للعرض السياحي، مما يبرز أهمية مراعاة هذا التباين عند وضع استراتيجيات التنمية السياحية.

أولاً: النتائج

تتسق نتائج الدراسة مع الأطر النظرية السابقة وتضيف أدلة ميدانية جديدة من السياق الليبي من خلال:

1. البنية التحتية السياحية ودورها في التنمية: أظهرت الدراسة ضعفاً حاداً في البنية التحتية الأساسية (2.15) والفوقية (2.09) في غدامس، بما يتوافق مع نتائج Mandić et al. (2018) و Khalifa (2010) حول أهمية الطرق والنقل والاتصالات وجودة البنية التحتية

- للمواقع اليبية النائية. كما أكدت معاملات الارتباط العالية ($r=0.745$) أهمية تطوير البنية التحتية لتعزيز الحركة السياحية وزيادة الإنفاق، وفق ما أشار إليه البلاع.(2025)
2. **جودة الخدمات السياحية ورضا الزوار:** سجلت الدراسة ارتباطاً قوياً جداً بين جودة الخدمات ورضا السياح المحليين ($r=0.798$) ، بما يتوافق مع (Cronjé & du Plessis (2020) و Mior Shariffuddin et al. (2023) حول تأثير جودة الخدمات على رضا الزوار وإطالة مدة الإقامة. ورغم انخفاض متوسط جودة الخدمات (2.13)، فإن الجانب الإنساني في التعامل (2.78) يمثل نقطة إيجابية يمكن البناء عليها.
3. **أهمية الموارد البشرية المؤهلة:** كشفت الدراسة ضعفاً في كفاءة الموارد البشرية (2.14)، وغياب برامج التدريب المستمر (1.65) والمهارات اللغوية (1.87)، مما يتوافق مع نتائج Alammari (2021) والكاسح (2021) وسي أعمر وبخوش (2018) حول ضرورة الاستثمار في التعليم والتدريب السياحي لتطوير القطاع.
4. **التسويق والترويج السياحي:** سجل محور التسويق أدنى متوسط (1.75) مع تقييمات منخفضة جداً، متوافقاً مع المريمي (2023) و Hbiesh (2018) وبخوش ومهري (2024) حول ضعف الحملات التسويقية والحضور الرقمي، مما يستدعي تبني استراتيجيات تسويقية حديثة وفعالة.
5. **دور المجتمع المحلي والوعي السياحي:** تشير النتائج إلى ضعف الإشراف المجتمعي والخدمات التوعوية، بما يتماشى مع الحنفي والبراشي (2025) و Chase et al. (2023) حول أهمية رفع الوعي السياحي ومشاركة المجتمع المحلي لضمان حماية المواقع وتحقيق منافع اقتصادية عادلة.
6. **التحديات الخاصة بالمواقع التراثية:** تتفق نتائج الدراسة مع Hosseini et al. (2021) و Dans & González (2019) و Alkhalaf et al. (2024) حول محدودية الموارد المالية وضعف البنية المؤسسية والحاجة لتحقيق التوازن بين الحفاظ على التراث والتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
7. **الظروف الأمنية والسياسية:** تؤكد الدراسة أن غياب الاستقرار السياسي والأمني يشكل تحدياً أساسياً أمام تطوير السياحة في ليبيا، بما يتوافق مع Ahmad (2018) وعودة (2019)، حيث استعادة ثقة السياح تتطلب وقتاً وجهوداً كبيرة حتى بعد تحسن الأوضاع.
5. **التوصيات**
- استناداً إلى نتائج الدراسة، يمكن تقديم التوصيات التالية لتطوير العرض السياحي في مدينة غدامس:

1. تطوير البنية التحتية والفوقية: تحسين الطرق والنقل العام، استقرار الكهرباء والمياه، تطوير الاتصالات والإنترنت، إنشاء مرافق صحية ولافتات إرشادية، وتشجيع الاستثمار في فنادق ومطاعم ومرافق ترفيهية.
 2. رفع جودة الخدمات السياحية: تأسيس مركز زوار حديث، تطوير الإرشاد السياحي والمواد الإعلامية متعددة اللغات، وتنظيم مهرجانات ومعارض ثقافية، وإطلاق موقع إلكتروني وتطبيق هاتفي شامل.
 3. تأهيل الموارد البشرية: إنشاء معهد تدريب سياحي وفندقي، تنظيم دورات للعاملين لتعزيز المهارات واللغات والمهارات الرقمية، وتأهيل المرشدين السياحيين، مع رفع وعي المجتمع المحلي.
 4. تعزيز التسويق والترويج: حملات إعلامية للسوق المحلي، عروض ترويجية، التعاون مع وكالات السفر، والتوسع مستقبلاً للتسويق الدولي والمعارض الإلكترونية.
 5. الحفاظ على التراث وإدارته: صيانة وترميم المدينة القديمة، تحديد القدرة الاستيعابية، وإشراك المجتمع المحلي مع ضمان استفادته من العوائد.
 6. تعزيز الحوكمة والتنسيق المؤسسي: إنشاء لجنة عليا تضم جميع الأطراف، وضع خطة عمل متكاملة، تبسيط الإجراءات، وتقديم حوافز للمستثمرين.
 7. التمويل والإجراءات العاجلة: استقطاب الدعم الدولي، شراكات مع مؤسسات التنمية، تنفيذ إجراءات عاجلة تشمل صيانة المواقع، تحسين الضيافة، حملات توعية، تفعيل وسائل التواصل، وتنظيم فعاليات تجريبية.
- قائمة المراجع والمصادر

أولاً: الدراسات والأبحاث المنشورة في المجلات والدوريات العلمية المحكمة

المراجع العربية:

1. المريمي، سالم أبودور. (2023). دور التسويق السياحي في تنمية السياحة الداخلية: منطقة صبراتة أنموذجاً. مجلة كلية الآداب، جامعة الزاوية، (35)، 122-145.
2. حسن، أحمد سعيد. (2023). الصناعة السياحية ودورها في تنويع القاعدة الاقتصادية الوطنية: دراسة حالة ليبيا. مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 23(2)، 528-545.

3. البلاع، هيفاء يحيى عبيد. (2025). التغيرات في المؤشرات الرئيسية للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية (2015-2022م). المجلة الجغرافية العربية، 57(1)، 89-124.
4. سنوسي، أسامة؛ ساهل، الويزة خلفه. (2023). دور الاستثمار السياحي في التنمية السياحية الداخلية. مجلة القانون والعلوم البيئية، 2(2)، 231-252.
5. إبراهيم الحنفي، أسماء؛ أحمد البراشي، محمود. (2025). الوعي السياحي لدى السكان المحليين كمتطلب أساسي للتنمية السياحية المستدامة لمناطق التراث الثقافي: بالتطبيق على منطقة أبو مينا بالإسكندرية. مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة، 14(1)، 156-189.
6. بخوش، بلال؛ مهري، عبد المالك. (2024). الصناعة السياحية في الجزائر كركيزة لبناء نموذج اقتصادي ناجح من منظور التنويع الاقتصادي، Journal of Economic Geography, 1(2), 185-210.
7. عودة، محمد الأمين. (2019). أثر العامل الأمني على توجهات السائح الأجنبي وترقية القطاع السياحي بالجزائر. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 3، الجزائر، ص 78-145.
8. الكاسح، منى أحمد. (2021). دور المواقع الإلكترونية في ترويج السياحة الداخلية. رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة 3، الجزائر، ص 56-123.
9. سي أعمر، يسمينه؛ بخوش، غيلاس. (2018). القطاع السياحي ودوره في التنمية الاقتصادية في دول غرب جنوب المتوسط: دراسة حالة تونس (2010-2017). رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مولود معمري، الجزائر، ص 95-156.
10. سنوسي، عياشي. (2024). الاستثمار في السياحة ودوره في التنمية المستدامة: حالة الجزائر. أطروحة دكتوراه، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، ص 85-198.

المراجع الأجنبية:

11. **Alkhalaf, H., Elhabashi, A., Hesham, Y., & Hiba, A. (2024).** Mapping attributes and managing heritage sites: The case of the Old Town of Ghadames-Libya. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 14(3), 412-438.
12. **Hosseini, K., Stefaniec, A., & Hosseini, S. P. (2021).** World Heritage Sites in developing countries: Assessing impacts and handling complexities toward sustainable tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100614.
13. **Mandić, A., Mrnjavac, Ž., & Kordić, L. (2018).** Tourism infrastructure, recreational facilities and tourism development. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 41-62.
14. **Cronjé, D. F., & du Plessis, E. (2020).** A review on tourism destination competitiveness. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 256-265.
15. **Mior Shariffuddin, N. S., Azinuddin, M., & Hanafiah, M. H. (2023).** A comprehensive review on tourism destination competitiveness (TDC) literature. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 33(3), 478-502.
16. **Chase, L. C., Phillips, R. G., & Amsden, B. (2023).** Stakeholder engagement in tourism planning and development. In *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research II* (pp. 517-534). Springer.
17. **Di Lernia, S. (2005).** Incoming tourism, outgoing culture: Tourism, development and cultural heritage in the Libyan Sahara. *The Journal of North African Studies*, 10(3-4), 447-464.
18. **Timothy, D. J., & Daher, R. F. (2009).** Heritage tourism in Southwest Asia and North Africa: Contested pasts and veiled realities. In *Cultural Heritage and Tourism in the Developing World* (pp. 147-164). Routledge.
19. **Dans, E. P., & González, P. A. (2019).** Sustainable tourism and social value at World Heritage Sites: Towards a conservation plan for Altamira, Spain. *Annals of Tourism Research*, 74, 68-80.
20. **Ahmad, A. (2018).** Transitional Response Model for Post-Crisis Tourism: A Case Study of Libya. PhD Thesis, University of Derby, United Kingdom, pp. 156-234.
21. **Khalifa, A. E. O. (2010).** Destination Libya: Developing Libya as an Internationally-Competitive Tourism Destination. PhD Thesis, Cardiff Metropolitan University, UK, pp. 89-167.

22. **Benur, A. M. (2013).** Product Diversification, Product Relationships, and the Economic Resilience of Libyan Tourist Destinations. PhD Thesis, Sheffield Hallam University, UK, pp. 134-198.
23. **Hbiesh, N. (2018).** An Investigation of the Dynamic Relationship between Tourism Expenditure and Non-Oil Growth with the Planning of a Blue Ocean Strategy: The Case of Libya. PhD Thesis, University of Huddersfield, UK, pp. 112-189.
24. **Alammari, A. (2021).** Challenges and Opportunities in the Development of the Libyan Tourism Sector. PhD Thesis, Eszterházy Károly University, Hungary, pp. 78-156.

25-Al-Sabbagh, M. (2019). Statistical Methods in Social Sciences Research. Dar Al-Yazouri, Amman, Jordan.

26-Al-Gharbi, T. (2020). Methodology of Scientific Research: Concepts and Applications. Dar Al-Fikr, Beirut, Lebanon.