

تشخيص محفزات السياحة الصحراوية من خلال التحليل الرباعي SWOT في سياق المخطط الوطني للتنمية السياحية (SDAT)، دراسة حالة: قطب آهقار، تمنراست، الجزائر

Diagnosing Incentives for Desert Tourism Through SWOT Analysis in the Framework of the National Tourism Development Plan (SDAT), Case Study: Hoggar Pole, Tamanrasset, Algeria

خويلدات صالح^{1*}، قريشي حليلة السعدية²، بعلا احمد³

¹ جامعة قاصدي مرباح، ورقلة (الجزائر)، (S.khouildat@yahoo.fr)

² جامعة قاصدي مرباح، ورقلة (الجزائر)، (Halimasaadiakorichi@yahoo.fr)

³ جامعة اق اخاموك، تمنراست (الجزائر)، (Ahsahara01@hotmail.fr)

تاريخ الاستلام: 2021/08/24؛ تاريخ القبول: 2022/02/12؛ تاريخ النشر: 2022/07/01

ملخص : لعبت السياحة في السنوات الأخيرة دورا مهما في اقتصاديات الدول المتطورة والنامية من خلال ارتباطها بالقضايا الاقتصادية والاجتماعية الثقافية، هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على تعزيز وتطوير السياحة الصحراوية في سياق مخطط التنمية السياحية SDAT بمنطقة آهقار التي تقع بولاية تمنراست-جنوبي الجزائر، تقدم الدراسة أيضا نظرة تحليلية عامة حول محفزات السياحة المحلية بمنطقة آهقار من خلال استخدام مصفوفة SWOT وفق نموذج P-TRIZ، خلصت الدراسة إلى أن هناك نقاط قوة وفرص، بالمقابل، هناك العديد من نقاط الضعف والتهديدات البيئية التي قد تؤثر على المقومات السياحية، وتمتلك منطقة آهقار إمكانيات سياحية وجب إدارتها بطريقة احترافية واستراتيجيات مثالية التي قد تساعد على تطوير السياحة الصحراوية كأداة للتنويع الاقتصادي من خلال كسر الهيكل التابع للاقتصاد الريعي.

الكلمات المفتاحية : سياحة صحراوية؛ تحليل SWOT؛ نموذج TRIZ؛ منطقة آهقار؛ تمنراست.

تصنيف JEL : L8, L80, L83.

Abstract: In the recent years, Tourism has played an important role in the economics of developed and developing countries. through its association with economic and socio-cultural issues, this study aimed to highlight promoting and developing desert tourism within the context of SDAT in Ahaggar area which is located in province of tamanrasset- south of Algeria, the study also presents an analytic overview on motivators of local tourism in Ahaggar by utilizing SWOT matrix which is modeled on the P-TRIZE method. The study found that there are a number of strengths and opportunities, And in return, there are many weaknesses and environmental threats that may affect the tourism component, Ahaggar bears a tourism potential that should be managed in a professional way with an optimal strategies, that might be help to develop desert tourism as an economic diversification tool by breaking the dependent structure of rentier economy.

Keywords : Desert Tourism, SWOT Analysis, P-TRIZ, Ahaggar, Tamanrasset.

Jel Classification Codes : L8, L80, L83.

I- تمهيد :

توصف الصحاري دائما على أنها المناطق القاحلة وأماكن العيش الصعبة ذات الأنظمة الهشة، فصورها النمطية المتمثلة في الكثبان الرملية ذات الامتداد غير المحدود جعلت منها مناطق قاسية، وعلى النقيض من ذلك، فالصحاري التي تشكل ثلث سطح الأرض هي موطن الكثير من النظم الإيكولوجية، والمناظر الطبيعية غير العادية، فضلا عن تعدد ثقافات، وألوان، وعادات وتقاليد سكانها الأصليين، وقد أشارت منظمة السياحة العالمية UNWTO أن الصحاري عبر العالم تحوي إمكانات هائلة وجاذبية مميزة خاصة فيما تعلق منها بالسياحة البيئية، وقد حرصت المنظمة سنة 2006 التي أُعتبرت السنة الدولية للصحاري والتصحّر على دراسة كل أشكال السياحة الصحراوية المستدامة من خلال تقريرها "التنمية المستدامة للسياحة في الصحاري- مبادئ إرشادية لصناع القرار Sustainable Development of Tourism in Deserts - Guidelines for Decision Makers" حيث استعرض الخصائص والمحفزات الحضرية والثقافية والريفية والطبيعية لوجهات السياحة الصحراوية.

على المستوى المحلي، يعتبر تحويل الصحاري الفارغة إلى استثمارات مولدة للإيرادات هدفا استراتيجيا للحكومة الجزائرية، فالقيمة المضافة للاقتصاد الريعي قد تدهورت منذ صدمة سوق النفط سنة 2014، فضلا عن انهيار أسعار الطاقات الأحفورية خلال جائحة كورونا COVID-19 وبعدها، حيث قاربت تكلفة انتاجها أسعار بيعها في السوق العالمية، إن التوجه نحو تنويع محافظ الاستثمار المحلية أضحي ضرورة ملحة، فالاهتمام بمقومات السياحة الصحراوية من شأنه أن يجذب أولئك السياح (المحليين أو الدوليين) ذوي الأذواق المختلفة الذين يميلون لاكتشاف الحياة البرية، المناظر الطبيعية الصحراوية، الثقافات والعادات في أقصى الجنوب.

وبالنسبة للمخطط الوطني لتنمية السياحة (SDAT) فقد هدف إلى تطوير القطب السياحي آهقار Ahaggar بمدينة تلمنراست، وذلك بدعم كافة الجهود العامة والخاصة لتعزيز مقومات الجذب السياحي المحلية، خصوصا في جانب الاستثمار، ودعم المعالم التاريخية وايضا تعزيز قطاع الحرف التقليدية traditional crafts اليدوية، فضلا عن توسيع خطط تشجيع السياحة الدولية الوافدة arrivals.

إن خصوصية منطقة قطب آهقار بتمنراست جعل منه مقصدا سياحيا عالميا، حيث ترتبط السياحة بجميع مفاصل المنطقة الاقتصادية والثقافية الاجتماعية، والتجارية، كما ان تقدم الخدمات السياحية بمدينة تمنراست تتم في إطار مكونات الثقافة، المعتقدات الدينية، العادات والتقاليد، فهي طقوس لطالما ارتبطت بتاريخ أمازيغي يعكسه فهم قابل الطوارق متمثلة في الرجل الأزرق والمرأة التارقية. يُطبق التحليل الاستراتيجي الرباعي SWOT (نقاط القوة، الضعف، الفرص والتهديدات) ضمن نطاق كلي أو جزئي، فضمن نطاقه الوظيفي الجزئي المرتبط بالأنشطة السياحة يعمل عموما على تشخيص بيئة القطاع الداخلية والخارجية، فتحليل السياحة المحلية لقطب آهقار تمنراست ضمن سياق مخطط التنمية السياحية SDAT يركز على وضع تصور معمق لأوضاع الجهود السياحية ومحاولة تطوير وتحفيز الأنشطة المرتبطة بها بالقطب.

I.1- مشكلة الدراسة:

لقرون عديدة كانت ولا زالت صحراء الجزائر معروفة بمكوناتها الطبيعية والحيوانية، فضلا عن السكان الأصليين الذي عاشوا تجارب حياتهم فيها، إن تنوع المكونات حفز الرحلات السياحية لأقاصي الصحراء قبل الاستعمار و خلال و حتى بعد الاستقلال، حيث شهدت الصحراء عموما وإقليم آهقار خاصة موجات كبيرة من السياح خصوصا الأجانب منهم الذين اكتشفوا الثراء المذهل للصحراء ، وقد توجهت الجزائر من خلالها مخططاتها لدعم السياحة الصحراوية حيث تضمنت خطط التنمية عدة سياسات منذ إنشاء أول هيئة وزارية للسياحة في 18 من سبتمبر 1962، وكانت تحت مسمى وزارة الشباب والرياضة والسياحة، وفي ظل جهود النهوض بالسياحة الصحراوية كان لابد من تسليط الضوء على قطب آهقار بمدينة تمنراست التي تعتبر مركزا سياحيا هاما بمعامله و ثقافته ومكوناته الأثنية والعرقية والدينية كلها عوامل مهدت لتأسيس نشاط سياحي مستدام بالمنطقة.

يمكن القول أن التوجهات الحالية نحو دعم القطاعات المنتجة خارج قطاع المحروقات، دفعا لتسليط الضوء على أهمية السياحة الصحراوية بأقصى الجنوب (طاسيلي آهقار) كرافد اقتصادي تجاري، مع دراسة الموضوع من مدخل استراتيجي اعتماد على مصفوفة التحليل SWOT، مما تقدم يمكن طرح الإشكال التالي:

ما مدى أهمية تحليل SWOT في تشخيص المحفزات السياحية لقطب آهقار بمدينة تمنراست؟

I.2- فرضيات الدراسة:

بناء على الإشكالية المدروسة، تبرز فرضيات البحث كالتالي:

يساعد تحليل SWOT في تحديد مقومات تحفيز قطاع السياحة الصحراوية؛

وتنبثق من الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية:

- يساعد تحليل SWOT في تشخيص نقاط القوة والضعف لقطاع السياحة الصحراوية؛
- يساعد تحليل SWOT في تشخيص الفرص والتهديدات لقطاع السياحة الصحراوية.

I.3- أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية البحث في محاولته التطرق لعملية تشخيص عوامل التحفيز السياحي ودورها في تعزيز السياحة الصحراوية بقطب آهقار تماراست، وترمي أيضا إلى تسليط الضوء على تلك الإمكانيات الطبيعية و البنية التحتية، المكونات الثقافية الاجتماعية التي تزخر بها المنطقة محل الدراسة.

I.4- أهداف الدراسة:

- إظهار أهمية مناطق الجذب السياحي المحلية؛
- محاولة التعريف بمقومات السياحة الصحراوية بمدينة تماراست؛
- إبراز الأهمية العملية لتحليل SWOT في تشخيص قطاع السياحة الصحراوية والتعرف على نقاط القوة والضعف، الفرص والتهديدات.

I.5- الإطار النظري للدراسة:

شهد قطاع السياحة على مدى عقود ماضية، نمواً مستمرا وتنوعا عميقا، لتصبح الأنشطة السياحية بمختلف أنواعها بما فيها السياحة الصحراوية واحدة من أهم القطاعات إنتاجية لعدة اقتصاديات عالمية، وتحاول الدراسة تشخيص محفزات الجذب السياحة منطقة آهقار تماراست باستعمال إحدى أدوات التحليل الاستراتيجي مصفوفة SWOT، في هذا السياق سوف نبرز أهم المفاهيم المرتبطة بالدراسة على النحو التالي:

I.5.1- السياحة الصحراوية:

تواجه الصحارى في 53 دولة أو منطقة جغرافية عبر العالم، كما تقع بين خطي عرض 15 ودرجة 40 شمالا وجنوبا، وعلى العموم، تمتاز المناطق الصحراوية أو الشبه صحراوية بقساوتها الشديدة وبمناخ وظروف بيئية خاصة، فمستوى الأمطار فيها أقل من 250 ملم سنويا، أما درجة الحرارة فهي عامل آخر يميز الصحارى حيث تصل إلى 600 أو 700 درجة مئوية في أشد الصحارى حرارة، ويمكن أن ينخفض متوسط درجات الحرارة إلى -300 درجة مئوية في الصحارى الباردة،¹ تعرف السياحة الصحراوية بأنها تلك السلسلة الكاملة من التفاعلات المعقدة التي تضم تقارب أصحاب المصلحة، والمنتجات المقدمة للسياح، وتجاربهم، فضلا عن معيشة السكان الأصليين والتي تتم في بيئة صحراوية، كما يقصد بها كل إقامة سياحية في محيط صحراوي، تقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية، مرفقة بأنشطة بهذا المحيط من تسلية وترفيه واستكشاف.²

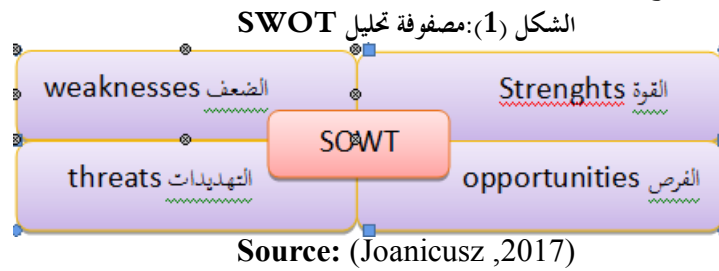
يمكن القول أن السياحة الصحراوية تندرج ضمن تشكيلة السياحة الموسعة، وبالتالي فهي تحقق أهداف إستراتيجية لاقتصاديات الدول، مثل توفير ملايين الوظائف (الماهرة وغير ماهرة)، توفر أيضا النقد الأجنبي وتزيد من الإيرادات العامة، كما تساعد عملية تطوير المرافق السياحية في نمو التجارة والصناعة على المستوى المحلي، للسياحة الصحراوية أثر مضاعف اقتصادي اجتماعي فهي تساهم في الناتج المحلي الإجمالي GDP، وتخلق نشاطات مربحة في الصحارى القاحلة بما يساهم في تحسين مستوى المعيشة ونوعية الحياة للسكان الأصليين.

حسب Mahdi Eshraghi, et al, 2010 تعتبر أنشطة السياحة الصحراوية محدودة ومرتبطة بشكل خاص بالمقومات الطبيعية، حيث تقوم على الموارد السياحية والمناخ الصحراوي والطبيعة الجغرافية للمناطق الصحراوية والشبه الصحراوية، ومن أنشطة السياحة الصحراوية مثلا، حمامات الشمس (العلاج الشمسي)، التزلج على الثلج، قيادة الهجن، زيارة المناظر الصحراوية، المقومات الطبيعية، التسوق من الأسواق المحلية الصغيرة، سياحة المغامرات تسلق الجبال، الصيد، المشي على الرمال، رصد النجوم والأفلاك.

I.5.2- مصفوفة التحليل SWOT:

تشير مصفوفة SWOT إلى تحليل وتقييم نقاط القوة (Strengths) والضعف (weaknesses)، الفرص (Opportunities) والتهديدات (Threats) بشكل شامل ومنهجي³، وتعتبر واحدة من أكثر طرق التحليل الاستراتيجي الإداري يستخدمها متخذي القرار في وضع الاستراتيجيات، كما يشيع استخدامها كأداة لتحليل عوامل البيئة الداخلية والخارجية من أجل تحقيق رؤية منهجية لتشخيص ومعالجة الوضع الحالي⁴ وفي جانب التطبيق العملي للمصفوفة، ووفقا ل Bell, 2002 فإن إجراء تحليل SWOT بشكل فعال لا يعتبر طريقة سهلة، فعلى المدراء تحديد جميع العوامل ذات الأهمية والتأثير على استراتيجية الشركة، كما تحتاج المصفوفة إلى العمل المكثف أكثر من غيرها من أدوات التحليل الاستراتيجي حيث يتم جمع وتحليل نقاط القوة والضعف و الفرص والتهديدات.⁵

لا يقتصر استخدام مصفوفة SWOT على المنظمات والشركات الاقتصادية بل يتعداه إلى القطاع العام والمنظمات غير الهادفة للربح، فضلا عن استخدامها في تقييم وتحليل الوضع العام للدولة، وتتكون المصفوفة عموما من:



من خلال الشكل رقم 1 يمكن تفسير عناصر SWOT على النحو التالي:⁶

1. نقاط القوة: تشير إلى ما تتفوق وتميز به الشركة أو المنظمة عن منافسيها في السوق، مثل علامة تجارية قوية، قاعدة عملاء مخلصين، ميزانية قوية، وتكنولوجيا فريدة...
2. نقاط الضعف: توصف بأنها جميع العوامل التي تمنع الشركة من تحقيق الأداء الأمثل للبقاء والمنافسة، من نقاط الضعف مثلا، علامة تجارية ضعيفة، أو معدل دوران أعلى من المتوسط، أو مستويات عالية من الديون، أو نقص رأس المال...
3. الفرص: كل العوامل الخارجية المناسبة التي يمكن أن تمنح الشركة ميزة تنافسية، مثل قوانين تخفيض التعريفات الجمركية، تطور الطلب وظهور سوق جديدة، زيادة المبيعات وحصة السوق...
4. التهديدات: كل عوامل البيئة الخارجية التي من المحتمل أن تلحق الضرر بالشركة، مثل ارتفاع تكاليف المواد الأولية، زيادة المنافسة، وتغير أذواق المستهلكين...

قدم العديد من الباحثين دراسات تبرز العلاقة بين تحليل SWOT و القطاع السياحي حيث تم تحديد الفجوات البحثية التي يجب دراستها للتمكن من تحديد الأثر الواضح على السوق السياحية بما فيها السياحة الصحراوية، حيث قدمت (Nermin, 2019) نهج استراتيجي يهدف للمساعدة على تطوير السياحة المستدامة وقد استخدمت النموذج الهجين (A'WOT) الذي يضم تحليل SWOT لتحديد العوامل الإستراتيجية المهمة، ونموذج التسلسل الهرمي التحليلي (AHP) لتعدد أليات تأثير تلك العوامل، وخلصت الدراسة إلى أن أثر النموذج الهجين إيجابي في توضيح العلاقة القوية بين استراتيجيات السياحة المستدامة وهيكل الاقتصاد الحر،⁷ قدم كل من Amalia, 2018 دراسة حول تنمية السياحة الريفية من خلال تحليل SWOT وهدفت إلى التعرف بأوضاع القرى السياحية ومحاولة عرض أهم الاستراتيجيات لتطوير السياحة داخل إقليم KampungTajur بإندونيسيا وتم استخدام تحليل SWOT، خلصت الدراسة إلى أن هنا نقاط ضعف بارزة في المناطق الريفية بسبب الانفتاح على السياح والتي تتطلب مراجعة وتقييم، كما أظهرت أن هناك العديد من الفرص غير المستغلة بالإقليم السياحي.⁸ أما Mutia, 2018 فقد أشاروا إلى أهمية ممارسة التسويق السياحي في تحقيق أهداف السياحة الرائدة في إقليمي BANDUNG و SOPPENG، من خلال تحليل SWOT، وهدفت الدراسة إلى التأكد من مساهمة المصفوفة في تحليل الخدمات و المقومات السياحية للتمكن من تطوير السياحة في الإقليمين، خلصت الدراسة إلى أن هناك قوة في تقديم بعض الخدمات التقليدية لكن مزال هناك ضعف في عمليات التسعير والترويج، فضلا عن أن الفرص المتاحة كثيرة جدا و التهديدات قليلة بالرغم من ذلك تأثر تلك التهديدات على أداء القطاع السياحي.⁹

3.5.I - مخطط التنمية السياحية SDAT2030:

قامت الجزائر بوضع خطة وطنية لتنمية السياحة المستدامة سنة 2008، على أن يمتد المخطط إلى غاية 2025، وبعد التقدم في المخطط رأّت الجهات المختصة بالقطاع السياحي تمديد العمل بالمخطط إلى غاية 2030، وسمي بمخطط التنمية السياحية 2030 (SDAT2030)، وقد قسمت خطة التنمية السياحية إلى ثلاثة فترات استراتيجية، سنة 2009 المدى القصير، سنة 2015 المدى المتوسط، وسنة 2030 المدى الطويل، حيث أبرز المخطط توجهات الحكومة في إطار التنمية المستدامة من خلال ضمان التوازن الثلاثي العدالة الاجتماعية والكفاءة الاقتصادية والاستدامة البيئية،¹⁰ و حسب الرؤية الحديثة لمخطط التنمية السياحية (SDAT 2025)، فإن السياحة في الجزائر ليست فرعاً ولا قطاعاً تابع لنشاط، كما أنها لم تعد خياراً بل واجب وطني، وأعتبرت السياحة محرّكاً للتنمية وأداة هامة لتعزيز التراث الثقافي والتاريخي الوطني ومحفز للنمو المحلي،¹¹ يعمل مخطط SDAT باعتباره مخطط حكومي على تحسين وسائل التدخل وتحديد الأدوات والأجهزة التي تُمكن من تنفيذ السياسة العامة وتنسيقها مع القطاع الخاص لتطوير نظم الإنتاج في المجال السياحي وتهيئة الإقليم، ومن أهداف المخطط:¹²

- إعادة تأهيل مكانة الجزائر كوجهة سياحية مفضلة؛

- دعم احتياجات المواطنين من حيث الإجازات، مرافق الاستحمام والراحة؛
- تطوير الفرص المتاحة في مجال الضيافة، النقل الجوي، البنية التحتية، الصناعات التقليدية؛
- دعم القدرات اللوجستية ونقص العمالة من خلال الاهتمام بعمليات التكوين والتمهين؛
- تأهيل النظام المصرفي والمالي ليتماشى مع متطلبات دعم الاستثمار السياحي.

II. الإطار العملي للدراسة:

II.1- تحليل محفزات الجذب لقطب أهقار السياحي:

تتبع منطقة أهقار إداريا لولاية تمنراست تقع جغرافيا بأقصى الجنوب الجزائري، بالتحديد وسط سلسلة الطاسيلي هقار Hoggar الجبلية، وتكتسب أهميتها الإستراتيجية باعتبارها ملتقى التجارية العابرة للصحراء trans-Saharantrade، كما أنها تشكل محطة بربية صحراوية، ترتبط منطقة الطاسيلي أهقار بشمال البلاد بطريق بري يطلق عليه بطريق الوحدة الإفريقية الذي وصل للولاية سنة 1980، وتشير البيانات الجغرافية أن مدينة تمنراست ترتبع على مساحة تقدر ب 113000 كلم²، وترتفع عن سطح البحر ب 1395 متر، وبلغ عدد السكان حوالي 198,691 نسمة (حسب إحصائيات 2008)، بالنسبة لمنطقة الطاسيلي أهقار السياحية فهي تقع على جانبي مدار السرطان حوالي 80 كلم شمال مدينة تمنراست، وتعرف أيضا محليا بتسمية AmachekAhaggar، وتغطي مساحة تقدر بحوالي 540 كلم²، وتحد منطقة الطاسيلي أهقار: شمالا: TassiliN'moudir، شرقا: TassiliN'Ajjer، الجنوب الشرقي: TassiliN'Ahaggar et le Tassili Tin ReroH، في الجنوب الغربي: TassiliMissao، الشمال الغربي: Oued Jerad.¹³

II.1.1- المحفزات السياحية بمنطقة أهقار تمنراست:

صُنفت منطقة أهقار كحظيرة ومحمية وطنية، حيث أنشئت سنة 1987 وأعلنت منطقة أثرية عالمية تابعة لمنظمة UNESCO، وتغطي الصخور حوالي 80% من الحظيرة، فضلا عن المناظر الطبيعية ونباتات المياه العذبة، كما تضم حظيرة الطاسيلي أهقار رسوم ونقوش صخرية وثروة أثرية وتاريخية تعود إلى ما بين 60000 ومليون سنة، وتتميز منطقة الطاسيلي أهقار من حيث المناخ. ويمكن عرض أهم محفزات الجذب السياحي لمنطقة طاسيليا أهقار.

II.1.1.1- محفزات المقومات الأثرية الطبيعية:

تحوي منطقة طاسيلي أهقار على مقومات طبيعية وجغرافية وأثرية وحيوية، حيث تتكامل فيها بينها لتشكيل وجهة سياحية مفضلة للعديد من السياح المحليين والدوليين، ويمكن ذكر ذلك على النحو التالي:¹⁴

- الغابة المتحجر (Bois – Pétrifie): تمثل ديكور سريالي من الأشجار المتحجرة بفعل عوامل طبيعية باعتبار المنطقة بركانية.
- مقبرة تينهنان (Cimetiere Tin Hinan): الموجودة بمنطقة بأبلسة وتعد تينهنان ملكة قبائل التوارق.
- النقوش والرسوم الجدارية: تحوي حظيرة الطاسيلي أهقار على نقوش قديمة ظهرت بين 10 إلى 12 ألف سنة وحديثة ظهرت بين قرن وقرنين، وتجسد تلك النقوش العنصر البشري والحيوانات مثل البقرة، الزرافة، الفيل، النعام، الغزال، الحصان، السبع، التمساح، وتشر الدراسات التاريخية إلى أن أما الرسوم فتعود بدايتها إلى حوالي 9000 سنة، وقد استخدمت فيها ألوان عديدة: الحمراء، الصفراء، الخضراء، البيضاء، السوداء و يعتبر اللون الأحمر الأكثر شيوعا، وقد انتشرت هذه النقوش والرسوم الجدارية بمنطقة الطاسيلي أهقار، والطاسيلي ناچار مثل: تاقريرة، يوفهكت، أبلسة، تين أكاشيكر.
- تافديست TAFIDAST: تمثل سلال جبلية غرانيتية متجهة من الشمال الغربي لمنطقة الأناكور تمثل سلسلة ضخمة تأخذ وجهة الشمال الجنوبي حيث تنتشر عدة قمم مشهورة مثل أودان، أوقارة الجنون.
- ينابيع المياه: تتميز ينابيع المياه الموجودة في الطاسيلي هقار شلالات تامكرست على بعد 50 كلم من مدينة تمنراست.
- الأسكرام: منظر جميل على علو 2800 م على بعد 80 كلم من مدينة تمنراست.

II.1.1.2- محفزات البنية التحتية:

- تنوع وتعدد محفزات الدعم المادي للسياحة في منطقة الهقار، ويمكن ذكرها على النحو التالي:¹⁵
- الفنادق: تعتبر من أهم أماكن الإيواء والاستقبال المساعدة في جذب السياح، كما أن الخدمات التي تقدمها تعكس مدى رضى السياح، عموما توجد بمنطقة الهقار السياحية 23 مؤسسة فندقية، تُشغل أكثر من 365 عامل، منهم 230 دائم، وتبلغ طاقة الاستيعاب 1652 سرير.

- المخيمات: تمثل تلك الأماكن المخصصة لاستقبال السياح، ذات هندسة تقليدية تبرز خصائص الطابع الصحراوي وكيفية التأقلم مع مناخها المميز، ويوجد بالمنطقة حوالي 12 مخيم.
- الوكالات السياحية: تساهم الوكالات في تنمية السياحة الثقافية، من خلال تفعيل وتعزيز البرامج السياحية لجذب السياح، وتعمل تلك الوكالات على تقديم أفضل خدمة للسياح، يبلغ إجمالي عدد الوكالات السياحية بالمنطقة 85 وكالة، تشغل حوالي 1600 عامل منهم 120 دائم.

II.3.1.1- محفز ثقافي اجتماعي:

يعكس هذا المحفز المكونات الثقافية الاجتماعية للمنطقة، خصوصا وأنها تظم خليط متماسك من السكان الأصليين (قبائل الطوارق) والوافدين إليها من ولايات الوطن أو الدول الإفريقية المجاورة، كل هذا أكسب المنطقة ثقافات متعددة ساهمت في دعم وتحفيز الجهات السياحية بالمنطقة.

- الصناعات التقليدية: تمثل الصناعة التقليدية مجالا حيويا في اقتصاد الولاية بحيث إن النشاطات التي يوفرها هذا القطاع تساهم في خلق مناصب شغل بالولاية، يمكن توضيح عدد الحرفيين بالمنطقة في الجدول التالي:

الجدول (1) : عدد حرفي الصناعات التقليدية- منطقة آهقار تماراست

حرفيين فنيين	حرفي إنتاج المواد	حرفي الخدمات
2072	325	1820

المصدر: الملحق (02_03): الحصيلة السنوية لنشاط قطاع السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2019

- اللباس التقليدي: عادة ما ترتدي النساء فساتين طويلة ملونة (Roba) مع رداء ملفوف (Tesirnest) في الأعلى، وتشتهر المرأة بالملابس الخارجية المعروفة بتسغنست (Tesirnest) هي قطعة قماش ، حوالي 2 × 5 م، أما لباس الرجل الأزرق فعادة ما يرتدي قمصانا قطنية متوسطة الطول فوق القمصان والسراويل الطويلة العريضة والتي تسمى باللغة المحلية بزبان (Ekerbey)، بالرجوع إلى ثقافة الرجل عند قبائل الطوارق فنادرًا ما يتم نزع غطاء الرأس المسمى (تاجيلمست / شيش) حتى أثناء العمل.
- قد تختلف ملابس قبائل الطوارق خلال الاحتفالات مثل الزفاف، الأعياد الدينية أو الاحتفالات المحلية عن ملابس اليومية، حيث تختار النساء الجلباب النبلي (Bukar) أما الرجال فيرتدون قمصانا طويلة مع بنطلون مطابق مصنوع وعمامة كبيرة تسمى تاجولمست.¹⁶

• الموسيقى المحلية:

تختلف الموسيقى الشعبية لقبائل الطوارق عن أنواع الموسيقى في الجنوب الجزائري، وتتميز عموما بالوضوح كما أن تأثير احتكاك قبائل الطوارق بالقبائل العربية ساهمت في ظهور عناصر الموسيقى العربية، كما تتميز أيضا بسهولة تمييز عناصر وأسلوب الموسيقى الأمازيغي، وترتبط الموسيقى المحلية بالأباء الأوائل وتمتد إلى عمق القارة الإفريقية وقد تختلط في بعض الأحيان بلغة الهوسا الشائعة في الساحل الإفريقي. وتشتهر مدينة الهقار بنوع موسيقي يسمى الإمزاد Imzad والتيندي.

موسيقي الإمزاد: هي آلة موسيقية يعتبر صوت موسيقاها فخر لثقافة الطوارق، منطقة آهقار تماراست بالجنوب الجزائر هي موطن إمزاد، آلة الإمزاد لها وتر واحد يعزف عليها بقوس دائري منحنى، جسم الآلة مصنوع من قرع كلاباش أو صندوق خشب يغطي عادة بجلد الحيوان.

موسيقي التيندي TINDI: آلة موسيقية شعبية متداولة في منطقة آهقار تماراست، وتعود جذور موسيقى التيندي إلى سنة 1935، حيث انتقل التيندي من منطقة الطاسيلي إلى منطقة آهقار كما رحل إلى مالي والمناطق المجاورة لها، موسيقى التيندي لها عدة استعمالات بحسب الثقافة الشعبية لمنطقة آهقار، فهي تُعزف للشباب حين يصلون سن البلوغ، وللعاقد من السفر، وللمرأة التي انقضت عدتها وتسمى "تونغالت"، أو ما يشبه احتفالية التفرغ والاستعداد للزواج.¹⁷

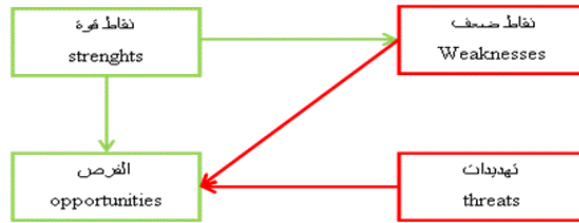
استخدام مصفوفة SWOT لتحليل محفزات السياحة لمنطقة آهقار تماراست:

تُجري العديد من دراسات حول صناعة السياحة في الجزائر عموما وفي أقطاب السياحة الصحراوية خصوصا، حيث تقدم رؤي متعددة للنهوض بالسياحة الصحراوية وتطوير محفزاتها لاستقطاب السياح المحليين والدوليين، نحاول في هذا الجزء من الدراسة تقييم المحفزات الثلاث للسياحة بمنطقة آهقار تماراست (المحفز الطبيعي، محفز البنية التحتية، المحفز الثقافي الاجتماعي) وذلك من خلال اعتماد مصفوفة التحليل SWOT وفق نموذج P-TRIZ. كما سيعتمد على معلومات تقرير الحصيلة السنوية لنشاط قطاع السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2019 لولاية تماراست.

2.II - التعريف بتحليل SWOT وفق نموذج P-TRIZ

• **تعريف نموذج P-TRIZ:** طُوِّر نموذج P-TRIZ من طرف المخترع الروسي Genrich Altshuller سنة 1946، وهي اختصار للكلمات الروسية نظرية حل المشكلات الابتكارية "the theory of inventive problemsolving" وقد جاء نموذج P-TRIZ لابتكار منهج عمليات حل المشكلات بطريقة إبداعية¹⁸ طبق النموذج من طرف الشركات الرائدة في أمريكا الشمالية، أوروبا وآسيا، وتجدر الإشارة، إلى أن عدة شركات ضمن مؤشر Fortune 500 تستخدم أيضا نموذج P-TRIZ لكن تبعد الطريقة عن تقييم جودة العمليات وتقترب لهندسة حلول مشاكل الأعمال والأنشطة¹⁹، إن هدف الجمع بين مصفوفة التحليل SWOT ونموذج P-TRIZ هو محاولة إيجاد وتطوير حلول مثلي لمشاكل الصناعة أو القطاع؛ إن تطبيق نموذج P-TRIZ يقوم بالأساس على الربط المتكامل بين اوضاع مصفوفة SWOT، والموضحة من خلال الشكل التالي:

الشكل (2): نموذج P-TRIZ لمصفوفة SWOT



Source : Howard, S, 2006, op, cit., p 3.

يمكن إعطاء التصور الشامل لشرح النموذج من خلال العلاقات التبادلية التالي²⁰:

العلاقة الأولى: إيجاد طرق بديلة للحصول على نقاط قوة، تتيح استغلال الفرص المتاحة، بالمقابل، تزيل أو تقلل أو تمنع التأثيرات المحتملة لنقاط الضعف.

العلاقة الثانية: إيجاد طريقة مثلي تزيل، تقلل وتمنع من تأثير نقاط الضعف لتجنب التهديدات البيئية.

العلاقة الثالثة: إيجاد طريقة مثلي لمنع التأثير المحتمل لنقاط الضعف والتهديدات المحققة على الفرص البيئية.

العلاقة الرابعة: الأخذ بعين الاعتبار ضرورة استبدال النظام بأكمله بنظام بديل يوفر فرص أكثر.

العلاقة الخامسة: إيجاد طريقة مثلي لإزالة وتقليل ومنع تأثير التهديدات في ظل وجود نقاط ضعف.

3.II - تحليل SWOT للمحفزات السياحية لقطب آهقار-تمنراست

ركزت الدراسة في هذا الجزء، على تحليل SWOT من خلال أهم نقاط القوة والضعف، والفرص والتهديدات الخارجية اعتمادا على البيانات الثانوية المتحصل عليها من تقارير السياحة بمنطقة آهقار تمنراست، وأيضا استطلاع آراء موظفي السياحة والحظيرة الوطنية للآهقار، غرفة الصناعات التقليدية، مدراء الفنادق والوكالات السياحية، فضلا عن مختصين في السياحة الصحراوية بالمنطقة، حيث تم تطوير المصفوفة على النحو التالي:

الجدول (2): مصفوفة SWOT لمحفزات الجذب السياحي لقطب آهقار-تمنراست.

نقاط القوة (Strengths)	نقاط الضعف (Weaknesses)
- طبيعة ونظام إيكولوجي وبيئي متنوع	- مسالك سياحية وعرة وغير محددة جغرافيا
- وجهات طبيعية (جبال، وديان، مغارات) مميزة	- تأهيل ضعيف للمناطق الطبيعية السياحية
- نقوش ورسوم حجرية تاريخية	- حضور ضعيف للفنادق والمخيمات على منصات الحجوزات العالمية مثل Trivago, bookinghotel
- أفضل شروق وغروب شمس عالمي (الاسكرم)	- لا يوجد سلاسل لفنادق عالمية أو شراكة أجنبية
- فنادق ومخيمات ذات بيئة تقليدية	- لا يوجد اسم تجاري وعلامة تجارية قوية للمرافق السياحية
- خدمات فندقية مميزة (وجبات، أسعار، استقبال)	- ضعف تعاون القطاع العام والخاص في مجال تقديم الخدمات السياحية
- وكالات سياحية ذات خبرة	- رواتب ضعيفة ودوران كبير للعمالة المحلية
- خدمات سياحية متنوعة (سفاري، تخييم، مغامرات)	
- التنوع الثقافي (تمنراست بوابة إفريقيا)	

<p>- عدم وجود ترويج كافي للوجهات السياحية (منصات التواصل الاجتماعي)</p> <p>- غياب لغات التواصل مثل الإنجليزية، الإسبانية</p> <p>- ضعف التغطية الإعلامية والإلكترونية للفلكلور، اللباس العادات والتقاليد، الموسيقى</p> <p>- اغاني عالمية، تفتد للترجمة اللغوية (لغات العالم الأخرى)</p> <p>- الوصول الصعب لقبائل السكان الأصليين في القرى النائية</p>	<p>- مجتمع محلي مستقر ومسالم (التعايش مع السياح)</p> <p>- منتجات تقليدية ويديوية خاصة</p> <p>- ملابس تقليدية وفلكلور محلي مميز</p> <p>- حفلات عالمية وفرق موسيقية عالمية (إمزاد، تيندي)</p>
التحديات (threats)	الفرص (Opportunities)
<p>- التهديدات الأمنية لمنطقة الساحل (الاختطاف، الاغتيال...)</p> <p>- إغلاق عدة معابر ومسالك تتواجد بها مناطق جذب سياحي مهمة للحولات والرحلات السياحية</p> <p>- التخطيط الاستراتيجي المركزي للسياحة المحلية</p> <p>- تصنف الجزائر لدى بعض الدول بوجه سياحية غير آمنة مثل بريطانيا</p> <p>- إجراءات معقدة منح التأشيرات السياحية لبعض الدول</p> <p>- تقييم الخدمات السياحية المحلية من منظور دولي في ترتيب ضعيف</p> <p>- تمثيل دبلوماسي ضعيف في الترويج للسياحة المحلية</p> <p>- المنافسة الشرسة من بعض الدول الافريقية التي تملك نفس مقومات أهقار تمارست</p> <p>- تدهور سوق الخدمات السياحية قبل وبعد جائحة كورونا</p> <p>- جائحة COVID-19 والأمراض الموسمية و الأوبئة القادمة من دول الساحل</p>	<p>- دعم حكومي للمشاريع السياحي (مخطط التنمية السياحية SDAT)</p> <p>- السياسات المالية والاقتصادية الداعمة</p> <p>- التواجد الجغرافي للمنطقة الرابط بين عمق إفريقيا وأوروبا</p> <p>- تبسيط الإجراءات الجمركية والإعفاءات الضريبية على النشاط السياحي</p> <p>- قوانين الاستثمار، الشراكات الأجنبية، قوانين الفنادق الوكالات السياحية</p> <p>- المعارض الدولية للسياحة والأسفار مثل معرض London الدولي</p> <p>- سوق سياحي واعد (الطلب)، محي المناطق الجبلية، الفلك، الشروق والغروب</p> <p>- زيارة جميع السفراء والبعثات الدبلوماسية للمنطقة في إطار سياحي</p> <p>- زيارة مشاهير العالمين للمنطقة الهقار بتمنراست</p> <p>- مواقع الأنترنت الدولية للترويج متاحة ومجانية</p>

المصدر: من إعداد الباحثين

إستخدام نموذج P-TRIZE لتحليل SWOT لمحفزات السياحة لمنطقة آهقار-تمنراست

يساعد نموذج P-TRIZE في إظهار الإيجابيات والسلبيات، فقطاع السياحة الصحراوية بالمنطقة لا يدل أن يحلل بطريقة تمكن متخذي القرار (جهات وصية مركزية أو محلية) من معرفة جميع المحفزات، التي تعمل بشكل صعودي Upside والتي تعمل بشكل سلمي، كل هذه العناصر يحاول النموذج حلها بطريقة مثلي، وتوجد خطوات مهمة وجب التقيد بها لتحقيق الاستخدام الفعال لنموذج P-TRIZ:

- **الخطوة الأولى:** ترميز مصفوفة SWOT لمحفزات الجذب السياحي: هنا تتم عملية ترميز المصفوفة، حيث يعطي الرمز S للنقاط القوة والرمز W لنقاط الضعف، أما الفرص فيرمز بها بالرمز O والتهديدات يرمز لها ب T ويمكن لإعطاء تفصيل مصفوفة SWOT للمحفزات الجذب السياحي في الجدول التالي:

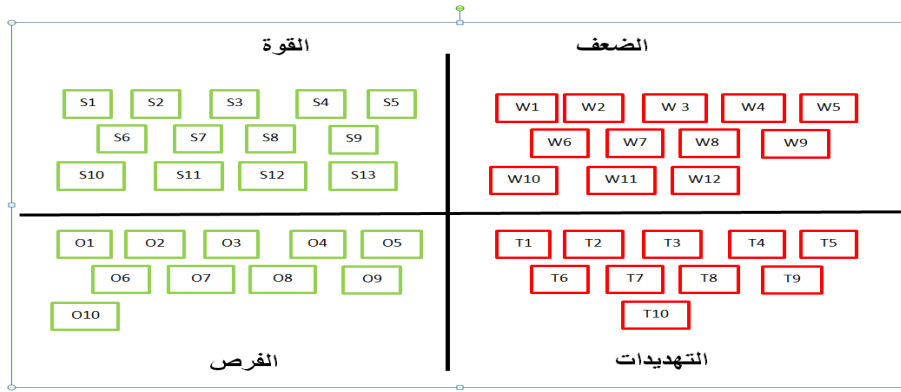
الجدول (3): ترميز عناصر مصفوفة SWOT

العنصر	عدد العناصر	الترميز المعمول به
نقاط القوة	13	S1 S2, S3,S13
نقاط الضعف	12	W1,W2,W3,W12
الفرص	10	O1,O2,O10
التهديدات	10	T1,T2,T10

المصدر: من إعداد الباحثين

- **الخطوة الثانية:** تصميم المصفوفة SWOT: من خلال هذه الخطوة يتم رسم وتصميم مصفوفة SWOT الجديدة من منظور تحليل P-TRIZ ويمكن إعطاءها في الرسم التالي:

الشكل (3): تصميم SWOT من منظور P-TRIZ



المصدر: من إعداد الباحثين

يمكن الآن رؤية عناصر SWOT بوضوح، حيث يمكن وضع العلاقات التبادلية التي تمكن من حل المشكلة وفق P-TRIZ من خلال مبدأ السبب والنتيجة (cause-effect) فيتم الربط بين جميع عناصر المصفوفة المتعارضة والتي قد تحدث تناقضات أو اختلافات عند تطوير حلول لمخبرات الطلب السياحي منطقة آهقار-تمنراست.

III- تشخيص علاقات التبادل التبادلية وفق نموذج P-TRIZ لمخبرات السياحة الصحراوية منطقة آهقار تمنراست:

من خلال العلاقات التبادلية وبالرجوع إلى آراء موظفي السياحة وحظيرة الأهقار وغرفة الصناعة التقليدية ومسيري الفنادق والوكالات السياحية، وجب إعطاء تشخيص واضح يقوم على ربط متغيرات مصفوفة SWOT ببعضها البعض للرفع من نقاط القوة، اغتنام الفرص، تقليل التهديدات و القضاء على نقاط الضعف، ومن خلال مربعات المصفوفة فإن النقاط القوة تحفز على بناء تصور متكامل لحل مشاكل التي تواجه مقومات ومخبرات السياحة الصحراوية في منطقة آهقار تمنراست، ويمكن عرض أهم العلاقات على النحو التالي:

- **العلاقة التبادلية الأولى:** يمكن لنقاط القوة (- طبيعة ونظام إيكولوجي وبيئي متنوع، وجهات طبيعية (جبال، وديان، مغارات) مميزة نقوش ورسوم حجرية تاريخية)، أن تساهم في استغلال فرصة الطلب المحلي أو الدولي على السياحة الصحراوية بمنطقة آهقار، وتأثر على تفضيلات السياح، كما يمكن أن تقلل من نقطة الضعف (المسالك الوعرة) حيث أن أغلب المناطق ذات الجذب السياحي المميز تتميز بمسالك وعرة، وحب المغامرة والتحدي قد يقلل من نقطة الضعف تلك.
- **العلاقة التبادلية الثانية:** تفسر العلاقة بين نقاط القوة (فنادق ومخيمات ذات بيئة تقليدية خدمات فندقية مميزة (وجبات، أسعار، استقبال) وكالات سياحية ذات خبرة خدمات سياحية متنوعة (سفاري، تخييم، مغامرات)) وبالاعتماد على فرصة الدعم الحكومي المتعدد من خلال مخطط SDAT (- دعم حكومي للمشاريع السياحي (مخطط التنمية السياحية SDAT، السياسات المالية والاقتصادية الداعمة) أن تتغلب على نقاط الضعف (لا يوجد سلاسل لفنادق عالمية أو شراكة أجنبية، لا يوجد إسم تجاري وعلامة تجارية قوية للمرافق السياحية، ضعف تعاون القطاع العام والخاص في مجال تقديم الخدمات السياحية) حيث يمكن من خلق اسم تجاري قوة خاص بالمنطقة وإقامة الشركات المتعددة مع سلاسل فندق عالمية، فضلا عن اكتساب تجارب للسياحة الصحراوية العالمية.
- **العلاقة التبادلية الثالثة:** بالاستفادة من فرصة الدعم الحكومي (مخطط SDAT) الذي ارتكز على ضرورة التوجه نحو إنشاء المؤسسات الصغيرة والصغيرة ذات الأنشطة السياحية، نجد أن العديد من الشباب توجه إلى تقديم خدمات دعم للسياحة الصحراوية المحلية (كراء السيارات، الدليل والمرشد السياحي، الترجمة، الفرق الموسيقية) هذا يقلل من نقطة ضعف الرواتب ودوران العمالة حيث تستفيد تلك الشركات من ارباح وإيرادات مقبولة، فضلا عن انعكاس ذلك على دعم نقاط القوة وتحسينها خصوصا المرتبطة منها بالوجهات والوكالات السياحية.
- **العلاقة التبادلية الرابعة:** كان لتهديد الأمراض الموسمية و(COVID-19) أثر بالغ خلال ظهورها وبعدها على سوق الخدمات السياحية العالمية، النقل الجوي، الفنادق والمنتجعات... لكل مع الفتح الجزئي للوجهات السياحة لعدة دول كان لا بد من استغلال نقاط القوة مثل الفنادق والمخيمات والترويج للمنتجات التقليدية، والوكالات السياحية من خلال استراتيجيات القيادة بالتكلفة أو تمييز المنتجات في بيئة صحراوية مفضلة، أو تقديم حزمة خدمات سياحية إضافية لكل من السياح المحليين والدوليين وهذا لتعزيز الفرص السوقية مثل الطلب المتزايد على وجهات سياحية هادئة مثل منطقة آهقار تمنراست.

● **العلاقة التبادلية الخامسة:** انطلاقاً من توافر فرص القوانين والتشريعات الداعمة من خلال مخطط (SDAT) فهناك خطط لتعزيز الأمن بدول الساحل من طرف الحكومة الجزائرية، وبالرجوع إلى نقاط القوة حيث يتقبل السكان الأصليين السياح المحليين والأجانب، فهذا من شأنه أن يساهم في وضع مخططات أمنية متكاملة تساعد في التغلب على تهديد العمليات الإرهابية ضد السياح وتحسين صورة الجزائر كوجهة سياحة آمنة.

- تطوير وتأهيل المنطقة من خلال مخططات التنمية السياحية 25, 30 SDAT؛

- تحيين المواقع الجغرافية الرقمية للوجهات السياحية؛

- الرفع من أداء الوكالات السياحية من خلال قوانين الاستثمار، الإعفاءات الضريبية والجمركية؛

IV- الخلاصة :

توجهت الجزائر إلى دعم سبل النهوض بالسياحة الصحراوية من خلال إنشاء أقطاب سياحية ولعل من أهمها قطب أهقار، حيث ركزت مخططات التنمية السياحية 25, 30 SDAT على تامين المقومات السياحية بالمنطقة والتي من شأنها أن تعطي بعداً استراتيجياً للسياحة في الجزائر، وفق هذا التوجه كان لابد من تحليل بيئة القطاع السياحي الصحراوي باستخدام أدوات التحليل الاستراتيجي مثل مصفوفة SWOT حيث ساعدت في إعطاء تصور واضح عن نقاط القوة والضعف، والفرص والتهديدات في بيئة النشاط السياحي بمنطقة طاسيلي أهقار بتمنراست.

فرضيات البحث التي ارتبطت بالإشكالية الرئيسية، ومن خلال الجانب التطبيقي، خلصت الدراسة إلى قبول الفرضية الأولى، H1: حيث أن SWOT تعطي تحليل لنقاط القوة والضعف في قطاع السياحة الصحراوية لكن في إطار شمولي يربط بين تغطية نقاط الضعف من خلال نقاط القوة الداخلية. ايضاً تم قبول الفرضية الثانية H2: حيث أن SWOT تعطي تحليل للفرص والتهديدات، لكن في إطار شمولي يربط بين الفرص وطرق اغتنامها واستخدامها في دعم نقاط القوة وتقليل التهديدات المتأتية من متغيرات البيئة الداخلية.

في سياق ما تم التطرق له من خلال الدراسة النظرية والعملية تم التوصل إلى عدة نتائج:

- السياحة الصحراوية مصدر اقتصادي لمناطق اقصى الجنوب مثل منطقة أهقار؛

- ساعدت التحولات في مجتمع مدينة تمنراست إلى تكوين علاقة مستدامة بين مفهوم السياحة والخدمات المقدمة من منظور اجتماعي ثقافي؛

- بقدر ما تساهم مخططات SDAT في دعم السياحة الصحراوية، لكنها بحاجة إلى تبنى أفكار محلية خارج التوجه الاستراتيجي الذي يُجَد من القدرات الابتكارية للسياحة الصحراوية بمنطقة الأهقار؛

- لا يمكن التطرق لخدمات السياحة الصحراوية في منطقة أهقار بمعزل عن المكون الإنثي العرقي، اللباس، العادات، الموسيقى؛

- تحليل SWOT مهم جدا لتحليل السوق المحلي، لكن تبقى النظرة التشخيصية قاصرة في حال عدم ربط كل متغيرات المصفوفة ببعضها البعض؛

- المهتمين بالسياحة المحلية بحاجة إلى فهم وتحليل السوق (نقاط القوة، الضعف، الفرص والتهديدات) أكثر من توفير خدمات سياحية، فالخيار الأول يولد خدمات تنافسية أما الخيار الثاني فيعطي نمطية للخدمات السياحية حيث تتقدم مع الوقت؛

- أظهرت المقابلات والنقاشات مع خبراء القطاع، إلى أن السياحة الصحراوية بمنطقة الأهقار بحاجة إلى تحليل شامل يتم من خلاله توصيف القطاع، تحديد المشاكل، إعطاء حلول مبتكرة محلية تخضع للفهم ممارسي السياحة بالمنطقة.

- الإحالات والمراجع :

1. Mehdi Eshraghi, e. a. (2010). Sustainable Ecotourism In Desert Areas In Iran: Potential And Issues. *Journal of bangi*, 38-51.

2. رضا مهياني، فريد بخني. (2020). السياحة الصحراوية كأسلوب لترقية السياحة الداخلية في الجزائر، دراسة حالة ولاية تمنراست. مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة ، 158-172.

3. Jia, W. Z. (2020). Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) Analysis of China's Prevention and Control Strategy for the COVID-19 Epidemic. *International journal of environmental research and public health*, 2-17.

4. Dijana, O. (2012). Strategy development by using SWOT – AHP. *TEM journal*, 383-391.

5. Habimana, T. M. (2018). The Contribution of SWOT Analysis in the Competitiveness of Business Enterprises in Rwanda. *Journal of Economics, Business and Management*, 56-60.

6. Mitchell, g. (2020). *Strength, Weakness, Opportunity, and Threat (SWOT) Analysis*. online. Consulté le 12 26, 2020, sur <https://www.investopedia.com/terms/s/swot.asp>

7. Nermin, K. (2019). A Strategic Approach To Sustainable Tourism Development Using The A'wot Hybrid Method: A Case Study Of Zonguldak, Turkey. *Journal of sustainability*, 1-19.
8. Amalia, M. M. (2018). SWOT Analysis of Rural Tourism Development: Case Study of KampungTajur, Purwakarta. *2nd international conference on tourism, gastronomy, and tourist destinatoin*.
9. Amit, G., James F., (2014). Desert Tourism – Mirage or Sustainability Challenge, Annual Travel and Tourism Research Association International Conference, Brugge, Belgium, 1188-1193.
10. MATET. (2018). *Saison estival/2018*. Consulté le 12 26, 2020, sur www.interieur.gov.dz/images/Prsentation-de-Monsieur-Ahmed-Said-representant-du-Ministre-du-tourisme-et-de-lartisanat.pdf
11. Rofia, A. S. (2019). Le tourisme en Algérie un choix ou une évidence? *International JournalofHumanSettlements, Association Nationale des EnseignantsArchitectesUniversitaires*, 3-17.
12. MATET. (2018). *Schema DirecteurD'amenagementTouristique "SDAT 2025" Livre 4 La mise en œuvre du SDAT 2025 : Le plan opérationnel*.
13. ONT., O. N. (2015). *Le Hoggar et Tamanrasset*. Consulté le 12 25, 2020, sur www.ont.dz.com
14. Parc tassili Hoggar (PTH), (2019). *rapport touristique*, N 4, W. tamanrasset. Algérie.
15. IBID
16. Imuhar, (2017). *Clothing : Iselsa*. Online imuhar.eu/site/en/imuhartuareg/clothing.php. Visited on : 26/12/2020
17. www.alaraby.co.uk حديد، نورالدين. (2018). الإمزاد والتيندي.. موسيقى الصحراء الجزائرية. تاريخ الاسترداد 12 26, 2020, من
18. Lionelb, G. C. (2010). *TRIZ : uneméthodologie d'aide*. Consulté le 12 26, 2020, sur l'invention.enligne.eduscol.education.fr/sti/sites/eduscol.education.fr/sti/files/ressources/pedagogiques/6513/6513-triz-une-methodologie-daide-linvention-ensps.pdf
19. Howard, S. (2006). *Beyond SWOT And Towards ChangePart 6 in a series on P-TRIZ*. Consulté le 12 26, 2020, sur www.bptrends.com/publicationfiles/07-06-COL-P-TRIZ-6-SMITH.pdf
20. IBID

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA:

خويلدات صالح، قريشي حليلة السعدية، بعلا احمد (2022). تشخيص محفزات السياحة الصحراوية من خلال التحليل الرباعي SWOT في سياق المخطط الوطني للتنمية السياحية (SDAT). دراسة حالة: قطب أهقار، تمنراست، الجزائر. مجلة المؤسسة، المجلد 11 (العدد 01)، الجزائر: جامعة الجزائر-3، ص.ص 97-87.



يتم الاحتفاظ بحقوق التأليف والنشر لجميع الأوراق المنشورة في هذه المجلة من قبل المؤلفين المعنيين وفقا لـ **رخصة المشاع الإبداعي نسب المصنّف - غير تجاري - منع الاشتقاق 4.0 دولي (CC BY-NC 4.0)**.
مجلة المؤسسة مرخصة بموجب **رخصة المشاع الإبداعي نسب المصنّف - غير تجاري - منع الاشتقاق 4.0 دولي (CC BY-NC 4.0)**.



The copyrights of all papers published in this journal are retained by the respective authors as per the **Creative Commons Attribution License**.

Entreprise Review is licensed under a **Creative Commons Attribution-Non Commercial license (CC BY-NC 4.0)**.