

## البنية التحتية والامكانيات المحتملة لصناعة السياحة في مدينة النجف الأشرف

سعدية كامل حسن

أنصاف جعفر خيون

حسن جبار هميم

جامعة الكوفة- كلية التخطيط العمراني، النجف الأشرف، العراق

[sadiak.hasan@uokufa.edu.iq](mailto:sadiak.hasan@uokufa.edu.iq)

[insaf.jafaar@uokufa.edu.iq](mailto:insaf.jafaar@uokufa.edu.iq)

[hassanj.hamem@uokufa.edu.iq](mailto:hassanj.hamem@uokufa.edu.iq)

### المستخلص

تُعدُّ البنى التحتية من المقومات الأساسية لصناعة السياحة في العراق عموماً، وفي النجف الأشرف خصوصاً، إلا أنه هناك معوقات ومشاكل تعترض سبيل التنمية السياحية في العراق منها ما يتعلق بصناعة السياحة ذاتها، ومنها ما يتعلق بالوضع الأمني والسياسي، ومنها ما يتعلق بالإدارة السيئة للسياحة، إلا أن البنى التحتية تعد حجر الزاوية لنجاح صناعة السياحة في العراق وغيره من البلدان، إن توفرت فهي مؤشر نجاح محتمل وبعكس ذلك فهي معوق. الهدف من هذا البحث تسليط الضوء على مدى توفر متطلبات نجاح صناعة السياحة قدر تعلق الأمر بالبنى التحتية، أما المنهج المتبع هو المسح الأفقي العشوائي، وذلك من خلال توزيع استبيان على عينة عشوائية من الزائرين أو السائحين لمدينة النجف الأشرف، على الرغم من أن صناعة السياحة في العراق لها قدرة على خلق الأنشطة الاقتصادية والتجارية والخدمية وتوسيعهما، والمساعدة على إنشاء مجتمعات عمرانية جديدة وقابلة للتطوير، إلا أن صناعة السياحة تحتاج إلى نوع من الخدمات المتكاملة، التي تبدأ بالعنصر البشري المؤهل والمتدرب، وبنى تحتية متطورة حيث كان التقييم الكلي لخدمات البنى التحتية على أساس الرتبة، الرتبة الأولى متوسط، والرتبة الثانية مقبول، بينما الرتبة الثالثة كانت جيد، والرتبة الرابعة رديء، وعليه فإن البنى التحتية الداعمة للتنمية المكانية لا تحتمل أن يكون أكثر من ثلثي التقييم خارج التقييم الجيد، أو أنها في الرتبة الثالثة كما جاء في التقييم الكلي للبنى التحتية في النجف الأشرف. وهذا يقود إلى إعادة النظر في تخطيط البنى التحتية كعامل مهم في تطور صناعة السياحة في النجف، وعلى الحكومة المحلية والقطاع الخاص أن يستثمروا في نوع من الخدمات المتكاملة، التي تبدأ بالعنصر البشري المؤهل والمتدرب والبنى التحتية.

**الكلمات المفتاحية:** البنى التحتية، التنمية المكانية للسياحة، متطلبات السياحة الروحية، متطلبات السياحة.

## The Infrastructure and the Potential of the Tourism Industry in the Holy City of Najaf.

Hassan J.Hamem

Ansaf. Jafaar. Khauon

Sadia K.Hasan

College of Physical Planning, University of Kufa, Najaf, Iraq

[hassanj.hamem@uokufa.edu.iq](mailto:hassanj.hamem@uokufa.edu.iq) [insaf.jafaar@uokufa.edu.iq](mailto:insaf.jafaar@uokufa.edu.iq) [sadiak.hasan@uokufa.edu.iq](mailto:sadiak.hasan@uokufa.edu.iq)

### Abstract

The infrastructure is one of the basic components of the tourism industry in Iraq in general and in Najaf in particular, in spite of there are obstacles and problems that which are hindered the development of tourism in Iraq, some of them are related to the tourism industry itself, some are related to the security and political situation, and some are related to poor management of tourism. However, the infrastructure is considered the cornerstone of the success of the tourism industry in Iraq and other countries, if it is available, it can be a potential indicator of success, and on the contrary, it is a hindrance to go forward. The aim of this research is to shed light on the availability of requirements for the success of the tourism industry as far as the infrastructure is concerned. As for the method used, it is the random horizontal survey, by distributing a questionnaire to a random sample of visitors or tourists to the city of Najaf. Although the tourism industry in Iraq has the potential to create and expand the economic activities and commercial services, and help to create new and developing urban communities. However, the tourism industry needs a kind of integrated services, which start with the qualified and trained human component, and advanced infrastructure. Overall evaluation of infrastructure services was on the basis of ranks, the first rank is average and the second rank is acceptable while the third rank was good and the fourth rank is poor. Hence, the infrastructure which is supporting the spatial development is not likely to be more than two thirds of the evaluation outside the good evaluation, or it is in the third rank as seem in the overall evaluation of the infrastructure in Najaf, this leads to a review of infrastructure planning as an important factor in the development of the tourism industry in Najaf. The local government and the private sector must invest in a kind of integrated services, which start with the qualified and trained human element and infrastructure.

**Key words:** infrastructures, spatial development of tourism, spiritual tourism requirements, tourism requirements.

## المقدمة :

يمكن القول: إن السياحة هي صناعة المستقبل الذي يُبشر بالازدهار، وتقدمها وتطورها ونموها متسارع، والتوقعات العالمية لمنظمة السياحة العالمية تشير الى أن اعداد السياح لعام 2020 سيصل إلى مليار وستمئة مليون سائح ( حمد، 2011، ص 401). عليه فمساحة التنمية في صناعة السياحة ستكون واعدة في التنمية عموماً والتنمية المكانية بشكل خاص، وهي مزيج من مجموعة العوامل المؤثرة من شأنها أن تغيّر الحال بالاتجاه الأفضل اقتصادياً وعمرانياً وثقافياً وحضارياً، ومن أهم مظاهر التنمية المكانية ذات البعد الاقتصادي هي التنمية السياحية التي في مضمونها وشكلها تهدف إلى المساهمة في زيادة الدخل المحلي النقدي والحقيقي وخلق حالة مضاعفة التشغيل والإنتاج والدخل وتوفير فرص العمل للعاطلين وتشغيل الأيدي العاملة وتقليل مستويات الفقر التي تعاني منها أغلب الدول النامية كما أن العلاقة بين السياحة والفقر علاقة متعددة وديناميكية وفي هذا السياق، هناك تأثير واضح لصناعة السياحة في تقليل الفقر فإن العلاقة بين السياحة والقطاعات ذات الصلة شرط مسبق للحد من الفقر (ILO, 2013, P13). يقدم الشكل رقم 1 تحليلاً مقترحاً للموضوعات الرئيسية التي تحكم العلاقة بين السياحة والفقر. فضلاً عن توفير العملة الأجنبية وإعادة تأهيل البنى التحتية المحلية والإقليمية كافة ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة أو رافعة للتنمية الاقتصادية، ومن الأمور الواجب الانتباه لها هو أن التنمية ليست تنمية طبيعية (نمو) بل هي تنمية قصدية وهذه القصدية تقتضي معرفة شروط ومقومات التنمية ناهيك عن معرفة معوقات التنمية عموماً والتنمية السياحية خصوصاً.

ومن أهم شروط نجاح هذا النوع من التنمية يعتمد على متغير لا تستطيع التحكم فيه عن بعد بسبب المنافسة الإقليمية والدولية، ألا وهو السائح أي بمعنى زيادة عدد السائحين وعدد الليالي السياحية والإنفاق السياحي والإيرادات السياحية، وهذا يتطلب توفير مقومات نجاح التنمية السياحية، فيما يتعلق بالسكن والإقامة والنقل والغذاء بالإضافة إلى الأمان والاستقرار السياسي. تُعدُّ المراكد المقدسة في المدن العراقية مناطق جذب محلي وإقليمي وعالمي فهي قبلة للكثير للزائرين من مختلف دول العالم مما ولد ضغطاً على الخدمات في هذه المدن، وهذه المشكلة تستدعي تخطيط وإعادة تنظيم وبيان الفرص والتهديدات المحتملة (القزويني، 2017، ص 1). هناك العديد من المقومات السياحية والدينية في العراق عموماً، وفي النجف الأشرف خصوصاً إلا أنه هناك المعوقات والمشاكل التي تعترض سبيل التنمية السياحية في العراق منها ما يتعلق بصناعة السياحة ذاتها، ومنها ما يتعلق بالوضع الأمني والسياسي، ومنها ما يتعلق بالإدارة السيئة للسياحة، لذلك أنصب الاهتمام على ذات المعلم من دون النظر بجديّة

كافية للجوانب المكملة التي تتعلّق بالسائح من مسكن وحركة وخدمات متكاملة، غياب التخطيط لراحة السائح باعتباره العنصر الأساسي لنجاح هذا النوع من الصناعة، وبشكل أدق غياب التخطيط لصناعة السياحة بحيث الجمع بين أهمية المعلم وأهمية راحة السائح على حد سواء.



Source: Harold Goodwin; IIED - Dilys Roe; ODI - Caroline Ashley, 2004. Pro-Poor Tourism Partnership, Sheet No. 3: Tourism and Poverty Reduction – Making the Links . p 6

شكل رقم(1) العلاقة بين صناعة السياحة والفقير

#### مشكلة البحث:

المشكلة غياب التخطيط المُستدام للخدمات المتكاملة وفي مقدمتها البنى التحتية الداعمة لصناعة السياحة الدينية على الرغم من توفر الكثير من متطلبات نجاح صناعة السياحة الدينية المكانية، والروحية، والاقتصادية، والاجتماعية، وحتى التاريخية.

#### فرضية البحث :

النجف الأشرف يزخر بالعديد من الإمكانيات والأنشطة السياحية المتنوعة التي إن استثمرت بشكل أمثل فإنها يمكن أن تساهم في تحريك و دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية إلى الازدهار وفي مقدمتها البنى التحتية المادية عليه فأن فرضية البحث أن نجاح صناعة السياحة مرتبط بتوفر البنى التحتية لأنها إحدى ركائز تنمية صناعة السياحة في مدينة النجف الأشرف.

### البنية التحتية للسياحة في الأدبيات :

تُمثل البنية التحتية للسياحة دعامة رئيسة لتنمية صناعة السياحة ونقطة الانطلاق التي يمكن من خلالها تحقيق الاستفادة من عوامل الجذب التي تتمتع بها الوجهات السياحية، وتنعكس أهمية البنية التحتية للسياحية في قدرتها على الإسهام في رفع مستوى كفاءة إنتاج وتقديم صناعة السياحة، بل وقد تكون سببا في زيادة المعروض من تلك الصناعة في بعض الأحيان، كما في حالة الوجهات السياحية النائية. يجب أن تتوفر بنية تحتية متطورة لوسائل النقل كي يتمكن السياح من الوصول إلى الوجهات السياحية، الأمر الذي يُعد شرطا أساسيا لتحقيق إمكانية استهلاك ما تقدمه صناعة السياحة المتاحة في الوجهة المقصودة. بلا أدنى شك إلى حقيقة واقع صناعة السياحة في النجف الأشرف وذلك للتعرف على مواطن القوة والضعف في هذا القطاع المهم، لأنه لا نبالغ إذا قلنا: إن صناعة السياحة هي صناعة المستقبل لمساهمتها المتوقعة في النمو الاقتصادي والمكاني . العراق والنجف خصوصا فيهما الكثير من عناصر الجذب السياحي التي تتيح لهما المنافسة في هذا القطاع والنمو في الدخل القومي والإقليمي بما يُعزّز التنمية المكانية، والعمرانية، والاقتصادية (حسون، 2015، ص301). وما يبسر ذلك توفر المقومات التاريخية، والمادية، والروحية، والمكانية، والزمانية، والنوعية .

الاكتشاف الأعظم الذي نقل البشرية من التوحش إلى المدنية هو النار وهي الشكل الأول للطاقة التي سخرها الإنسان لخدمته في الطبخ والتدفئة وصناعة أدواته في الدفاع والتنمية، والأعظم من هذا الاكتشاف هو صناعة النار، حيث كان الانسان ينتظر البرق ليضرب الغابة فتشتعل النار، هذا في مرحلة التوحش، في حين في مرحلة التوطن والمدنية البدائية حتمت عليه أن يكتشف طرق لصناعة النار من الشرر جراء ضرب حجرين كبيرين في كومة من القش اليابس إلى أن أكتشف السوائل القابلة للاشتعال من شحوم الحيوانات ومن باطن الارض وصولا للشكل الأنظف والمستدام للطاقة وهي الكهرباء. يختلف العلماء في الكمية التي يجب أن يشربها الإنسان من الماء يوميا، وحتى أن بعضهم وضع ما يسمى بـ"قاعدة اللترين" لتحديد هذه الكمية، دراسة استرالية تخلص إلى نتيجة تغير نظرتنا إلى هذه القاعدة وصحتها. يختلف الباحثون والأطباء حول هذا الأمر منذ مدة طويلة. وصحيح أن الكمية قد تختلف بعض الشيء بحسب بعض العوامل كمناخ المنطقة التي يعيش فيها الإنسان، وكبنية الجسم، إلا أن من الشائع أن الكمية الموصى بها طبيياً هي 2.2 لتر للمرأة يوميا، ونحو 3 لترات للرجال، كما يفيد القسم العلمي في مجلة "فوكوس" الألمانية (ماريا، 2019، ص61).

تُعد خدمات الصرف الصحي بنوعها مجاري المياه الثقيلة ومياه الأمطار من أهم خدمات البنى التحتية في المدينة لما تمثله من توفير بيئة صحية للمدينة للسكن المريح الآمن وفرص العمل ناهيك عن جذب الاستثمارات، حيث تؤدي إلى تنامي الاستثمارات وتطوير ونمو الاقتصاد الحضري بما توفره من بيئة سكن وعمل نظيفة وبيئة اقتصادية مزدهرة مكانياً (خلود، محمد، 2013، ص236). والمدينة وما تمثله من مركز حضري فيه الكثير من الفعاليات والأنشطة الصناعية والزراعية والخدمية المتنوعة تخلق طلباً متزايداً على المياه النظيفة وهذا الطلب بدوره يخلق عرضاً ملوثاً متزايداً من المياه كمخرجات لفعاليات وأنشطة البيئة الحضرية. وهذا يتطلب تدخل حكومي وتفاعل شعبي إيجابي من أجل التخطيط لسلامة الصرف الصحي وهو ولا شك دليل الاستعمال الآمن والتخلص من مياه الصرف، المياه الرمادية والفضلات البشرية (WHO, 2019, P2). حَقَّقَ العالم اليوم تحولات متسارعة في المجالات الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، والقانونية نتيجة الثورات التي مرت بها التحولات الاقتصادية في العالم ولا سيما ثورة المعلومات والاتصالات التي هيمنت فيها المعلومات فأصبحت العنصر الأساس والمنتج الرئيس في تقدم ونجاح التنمية في العالم وعلى وجه الخصوص الصناعة، وصناعة السياحة ليست استثناء من هذا النجاح (Shambhu, 2018, P591) وقد حظيت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) بأهمية كبيرة من شأنها ان تضمن وتعزز فعالية الدور الذي تؤديه الحكومات مما يتيح للمواطنين الخدمات الميسرة والتطور الاقتصادي. وذلك يُعد ضرورياً بوجه خاص على المستوى المحلي، حيث أن السلطات البلدية والمحلية بحاجة إلى أن تكون قادرة على الاستجابة بكفاءة وفعالية لاحتياجات مواطنيها. فلذا إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تيسر إيصال الخدمات العامة على نحو يتسم بالملاءمة والمسؤولية عن طريق تمكين الحصول على الخدمات المتاحة على شبكة الإنترنت، والمعلومات العامة، وقنوات التواصل مع السلطات المعنية – مما يعزز حرية التعبير عن الرأي، والمساءلة، والشفافية ومسؤولية الجميع. ومن خلال هذه الوسيلة وغيرها من الوسائل المتعددة، تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عاملاً أساسياً بالغ الأهمية لتحقيق التنمية الإقليمية في كل المجالات وصناعة السياحة على وجه الخصوص، بسبب تسريع وتيرة التقدم في مجال التخفيف من الفقر، بينما تعمل في ذات الوقت على تعزيز النمو المكاني المستهدف (لاميه، عبود، 2015، ص254). تضع الأمم المتحدة – منظمة الصحة العالمية وثيقة بعنوان تحويل عالمنا، خطة التنمية المستدامة لعام 2030 الخطوط العريضة لرؤية تحويلية تشمل 17 هدفاً للتنمية المستدامة من أجل التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. وفي حين أن الهدف 3 من أهداف التنمية المستدامة الذي ينص



على ضمان تمتع الجميع بأنماط عيش صحية في جميع الأعمار، هو الهدف الوحيد الذي يركز على صحة الإنسان، فإن جميع الأهداف مترابطة فيما بينها. ويتناول هذا الإصدار من نشرة منظمة الصحة العالمية العلاقة بين صحة الإنسان وأهداف التنمية المستدامة (غلايادا، 2016، ص5).

إن تمتع الفرد والمجتمع بصحة جيدة يُعد ضماناً لتنمية اقتصادية واجتماعية طويلة الأمد، فالاستثمار في تحسين صحة السكان سيمكن في تمديد حياة الانسان وكذلك نوعية حياتهم، وذلك من شأنه أن يخلق بعض التوازنات الاقتصادية والاجتماعية التي يمكن ان تختل في حال تفشي الامراض لا سيما المعدية منها، وكذلك في حالة عدم توفر الموارد المادية والبشرية للرعاية الصحية التكافلية للسكان (الصبيحي، 2019، ص7). الطاقة هي عصب الحياة ومصدر ديمومة التنمية في الوقت الحاضر وستبقى إلى ماء شاء الله، إن البعد المكاني للتنمية الاقتصادية يمكن ان يظهر بشكل اصلاح أسعار الطاقة كما لا يخفى علينا ان إصلاح الأسعار يتسم بالأهمية النسبية للأجندات الدولية التي طالما تدعوا إلى السيطرة على الأسعار او تحديد الأسعار الحقيقية ، سواء أكان بغرض تحقيق أمن الطاقة والمياه، أم المحافظة على الموارد، أم مواجهة تغيرات المناخ والتحديات التي تواجه كوكب الأرض وما يعنيه ذلك من مخاطر محتملة لا بدّ من الاستعداد لها (غزالي، 2017، ص144). كما أن موضوع الطاقة كبير وواسع ومن بين ما يشغل السياحة في هذا المجال محطات الوقود وما تمثله من أماكن تقدم ما نطلق عليه ببرنامج بالخدمة المتكاملة (مبيت، واستراحة، وتزود بالوقود، وتسوق ، وترفيه ) أي استثمار الطرق الإقليمية في صناعة السياحة وهناك محاولات جادة في دول الخليج، مثل برنامج مسار التابع لوزارة الشؤون البلدية والقروية في العربية السعودية، ويعمل على تحويل محطات الوقود الموجودة على الطرق الإقليمية المستهدفة وتحويله إلى مراكز خدمة متكاملة على مستوى عالٍ من الجودة وإيجاد بيئة تنافسية بين الشركات المؤهلة ذات جدوى اقتصادية، وتنويع الخدمات المقدمة لتشمل الخدمات التجارية والترفيهية بما يلبي احتياجات سالكى الطرق السريعة ويشكل نواة لتنمية عمرانية على الطرق الإقليمية (منصهري، 2018، ص359).

### تحليل ومناقشة النتائج :

من واقع توزيع 150 استبيان على السائحين تمكنا من استرداد 138 استبيان وجراء تفرغ البيانات حصلنا على الجدول رقم (1-1) الذي سيكون مصدرنا في تحليل النتائج ومناقشتها. إن تقييم أي نشاط أو فعالية بشرية يتم من خلال مخرجات النشاط المادية والبشرية كما هي في الواقع وللتأكد أكثر يُصار إلى استبيان على عينة تقود إلى التقييم المراد الوصول إليه وفي حالتنا الدراسية هناك مجموعة من الأسئلة ستقود إلى المقوم السابع والمهم جدا لنجاح وتقدم صناعة السياحة ألا وهي خدمات البنى التحتية المادية كما في الجدول رقم (1-1) متمثلة بالماء والمجاري والكهرباء والصحة والاتصالات والوقود وهذا الأخير(الوقود) كلها مرتبطة به ونجاحها مرتبط بتوفره بالكمية والنوعية المطلوبة

المجموع	ردية	العينة	مقبول	العينة	متوسط	العينة	جيد	العينة	تقييم خدمات البنى التحتية
138	9%	12	21%	29	43%	60	27%	37	تقييم خدمات الكهرباء
138	17%	23	19%	26	38%	53	26%	36	تقييم خدمات مياه الشرب
138	14%	20	35%	47	35%	48	17%	23	تقييم خدمات المجاري
138	20%	28	22%	30	36%	50	22%	30	تقييم خدمات الاتصالات
138	17%	24	16%	22	33%	45	34%	47	تقييم الخدمات الصحية
138	7%	9	39%	54	36%	50	18%	25	تقييم خدمات الوقود

جدول رقم (1-1) تقييم البنى التحتية على أساس نسبة العينة ودرجة قبولها(جيد، متوسط، مقبول، رديء)

المصدر: الباحث بالاعتماد على الاستبيان



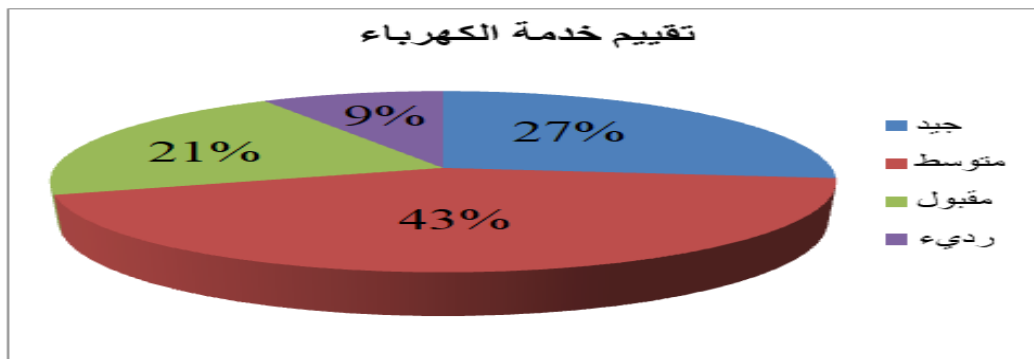
### خدمات البنى التحتية – خدمات الكهرباء

والجدول رقم (1) وشكل رقم(3) أظهر لنا في سلم التقييم لخدمة الكهرباء أن العينة في سلم التقييم متوسط كانت 60 مستجوب بنسبة 43% من العينة وهو الأقرب لنصف العينة وهي ولا شك نسبة كبيرة وتعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة ، بحيث أحتلت الرتبة 1 وتلتها في الرتبة 2 في سلم التقييم جيد 37 مستجوب بنسبة 27% من العينة وهو الأقرب لربع العينة وهي ولا شك نسبة كبيرة وتعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة، أما الرتبة 3 كانت من حصة سلم التقييم مقبول 29 مستجوب بنسبة 21% من العينة وهو الأقرب لربع العينة، وهي ولا شك أيضا نسبة كبيرة وتعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة، بينما الرتبة 4 كانت من حصة سلم التقييم رديء 12 مستجوب بنسبة 9% من العينة وهي وإن كانت منخفضة وهي ولا شك تعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة. الكهرباء بالنسبة للسياحة كالدّم بالنسبة لجسم الانسان، إن لم يكن تدفق الدم بجسم الانسان بشكل جيد كليا لا يمكن أن نقول عن هذا الانسان أنه بصحة جيدة، والتقييم ينسحب على صناعة السياحة في موضوع الكهرباء، ونسبة الربع جيد ليست مؤشر عافية في هذا القطاع ونحتاج إلى جهد ووقت ومال اكثر للنهوض بهذه الخدمة التي تشكّل عصب نجاح السياحة إن لم أقل عصب نجاح الحياة.

#### جدول رقم (1) تقييم خدمات الكهرباء

تقييم الخدمة	جيد	%	متوسط	%	مقبول	%	رديء	%	العينة
الكهرباء	37	27%	60	43%	29	21%	12	9%	138
الرتبة	2		1		3		4		

المصدر: الباحث بالاعتماد الاستبيان



المصدر: الباحث بالاعتماد على جدول رقم(1)  
شكل رقم (3) تقييم خدمات الكهرباء

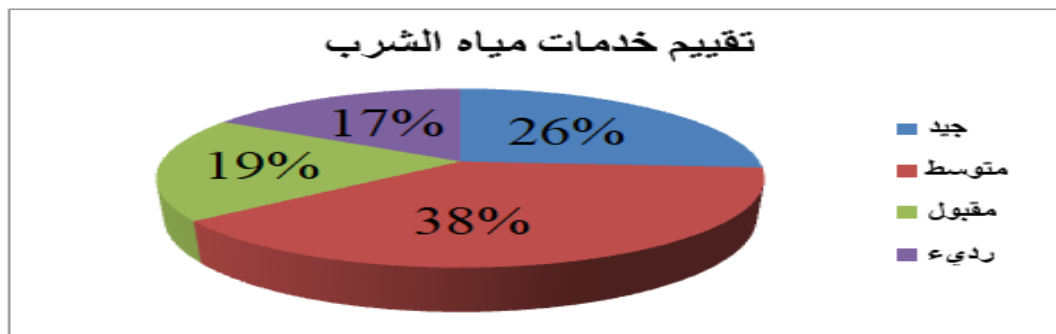
### خدمات البنى التحتية – خدمات مياه الشرب :

الجدول رقم (2) وشكل رقم(4) أظهر لنا في سلم التقييم لخدمة مياه الشرب أن العينة في سلم تقييم الرتب متوسط كانت 53 مستجوب بنسبة 38% من العينة، وهو الأقرب لثلث العينة وهي ولا شك نسبة كبيرة وتعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة ، بحيث أحتلت الرتبة 1 وتلتها في الرتبة 2 في سلم التقييم جيد 36 مستجوب بنسبة 26% من العينة وهو الأقرب لربع العينة وهي ولا شك نسبة كبيرة وتعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة، أما الرتبة 3 كانت من حصة سلم التقييم مقبول 26 مستجوب بنسبة 19% من العينة وهو الأقرب لربع العينة وهي ولا شك أيضا نسبة كبيرة وتعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة، بينما الرتبة 4 كانت من حصة سلم التقييم رديء 23 مستجوب بنسبة 17% من العينة وهي مرتفعة نسبيا وهي ولا شك تعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة. الماء بالنسبة للسياحة كالدّم بالنسبة لجسم الانسان، إن لم يكن تدفق الدم بجسم الانسان بشكل جيد كليا لا يمكن ان نقول عن هذا الانسان بصحة جيدة، والتقييم ينسحب على صناعة السياحة في موضوع الماء، أن نسبة الربع جيد ليست مؤشرا عافية في هذا القطاع ونحتاج إلى جهد ووقت ومال اكثر للنهوض بهذه الخدمة التي تشكل عصب نجاح السياحة إن لم أقل عصب نجاح الحياة .

جدول رقم (2) تقييم خدمات مياه الشرب

تقييم الخدمة	جيد	%	متوسط	%	مقبول	%	رديء	%	العينة
مياه الشرب	36	26%	53	38%	26	19%	23	17%	138
الرتبة	2		1		3		4		

المصدر: الباحث بالاعتماد الاستبيان



المصدر: الباحث بالاعتماد على جدول رقم(2)  
شكل رقم (4) تقييم خدمات مياه الشرب

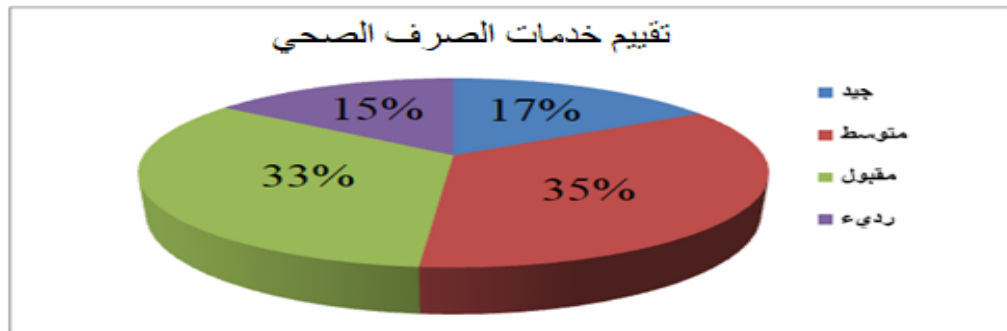
### خدمات البنى التحتية – خدمات الصرف الصحي :

الجدول رقم (3) وشكل رقم (5) يستعرض نسب عينة البحث وتقييمها ورتبها عينة بهذا الخصوص، إن العينة في سلم التقييم متوسط كانت 48 مستجوب بنسبة 35% من العينة وهو أكثر من الربع الأقرب لثالث العينة وهي ولا شك نسبة كبيرة وتعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة ، بحيث أحتلت الرتبة 1 وثلاثها في الرتبة 2 في سلم التقييم مقبول 37 مستجوب بنسبة 34% من العينة وهو أكثر من الربع الأقرب لثالث العينة وهي ولا شك نسبة كبيرة وتعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة، أما الرتبة 3 كانت من حصة سلم التقييم جيد 23 مستجوب بنسبة 17% من العينة وتعتبر نسبة متدنية وهي ولا شك تعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة، بينما الرتبة 4 كانت من حصة سلم التقييم رديء 15 مستجوب بنسبة 21% من العينة وهي وإن كانت منخفضة وهي ولا شك تعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة. المجاري بالنسبة للمدينة كالأمعاء بالنسبة لجسم الانسان، إن لم تكن تتدفق المواد بجسم الانسان بشكل جيد لا يمكن ان نقول عن هذا الانسان أنه بصحة جيدة، والتقييم ينسحب على صناعة السياحة في موضوع المجاري، إن نسبة الربع جيد ليست مؤشر عافية في هذا القطاع ونحتاج إلى جهد ووقت ومال اكثر للنهوض بهذه الخدمة التي تشكل عدم توفرها بشكل جيد سوف تكون مصدر تهديد للبيئة الحضرية ومعرقل إن لم يكن معطل للتنمية المكانية اقتصاديا واجتماعيا.

جدول رقم (3) تقييم خدمات الصرف الصحي

تقييم الخدمة	جيد	%	متوسط	%	مقبول	%	رديء	%	العينة
المجاري	23	17%	48	35%	46	33%	21	15%	138
الرتبة	3		1		2		4		

المصدر: الباحث بالاعتماد الاستبيان



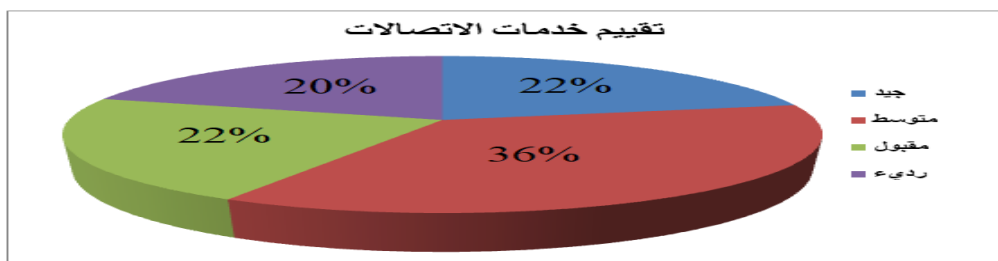
المصدر: الباحث بالاعتماد على جدول رقم (3)  
شكل رقم (5) تقييم خدمات الصرف الصحي

### خدمات البنى التحتية – خدمات الاتصالات :

الجدول رقم (4) وشكل رقم (6) يستعرض نسب وتقييم ورتب عينة البحث بخصوص خدمات الاتصالات، إن العينة في سلم التقييم متوسط كانت 50 مستجوب بنسبة 36% من العينة وهو أكثر من الربع وأقل من ثلث العينة وهي ولا شك نسبة كبيرة وتعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة ، بحيث أحتلت الرتبة 1 ومن المفارقات أن الرتبة 2 في سلم التقييم كانت من حصة التقييم جيد 30 مستجوب وبنسبة 22% والتقييم مقبول 30 مستجوب بنسبة 22% من العينة وهو أكثر من الربع الأقرب لثلث العينة وهي ولا شك نسبة كبيرة وتعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة، أما الرتبة 3 كانت من حصة سلم التقييم رديء 28 مستجوب بنسبة 20% من العينة وتعتبر نسبة مرتفعة وهي ولا شك تعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة. الاتصالات بالنسبة للمدينة كالعين والأذن بالنسبة لجسم الانسان، إن لم تكن هذه الحواس تعمل بشكل جيد لا يمكن ان نقول عن هذا الانسان بصحة جيدة، والتقييم ينسحب على صناعة السياحة في موضوع الاتصالات، إن نسبة الربع جيد ليست مؤشر عافية في هذا القطاع ونحتاج إلى جهد ووقت ومال اكثر للنهوض بهذه الخدمة التي تشكل عدم توفرها بشكل جيد سوف تكون مصدر تهديد لقطاع السياحة خصوصا وللتنمية الحضرية عموما ، لأنه السائح لا يريد ان ينقطع عن بيئته التي جاء منها ويريد ان يتحرك بيسر وسهولة في البيئة الجديدة وبكلفة اقل نسبيا كما انه السائح هو الناقل المجاني للترويج السياحي وهذا لا يتحقق إلا عبر قطاع اتصالات متطور ويتجاوب مع متطلبات العصر ويستجيب لذوق السائح وطلبه. جدول رقم (4) تقييم خدمات الاتصالات

تقييم الخدمة	جيد	%	متوسط	%	مقبول	%	رديء	%	العينة
الاتصالات	30	22%	50	36%	30	22%	28	20%	138
الرتبة	2		1		2		3		

المصدر: الباحث بالاعتماد الاستبيان



المصدر: الباحث بالاعتماد على جدول رقم (4)  
شكل رقم (6) تقييم خدمات الاتصالات

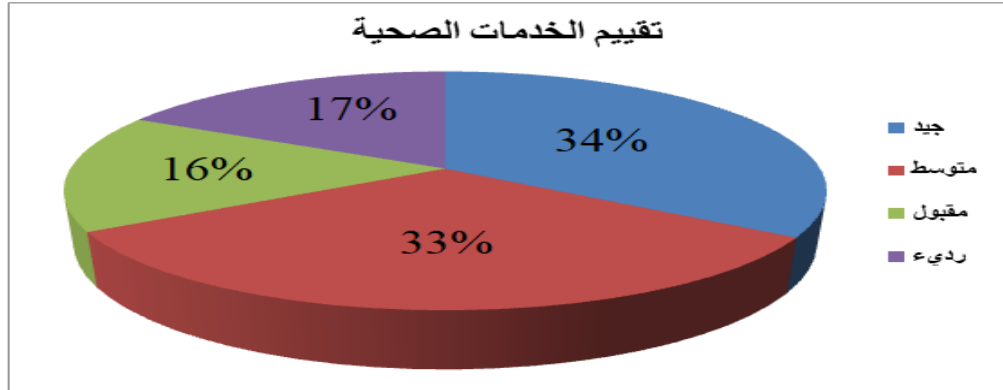
### خدمات البنى التحتية – الخدمات الصحية :

مثلما يحتاج السائح الماء والكهرباء والاتصالات يحتاج الخدمات الصحية مع العلم أن هناك نوعاً من السياحة تسمى السياحة العلاجية وهي مصدر لا يُستهان به للدخل القومي إذا أحسننا التخطيط لهذا النوع من صناعة السياحة والتنفيذ والإدارة، وذلك يتطلب مستوى من الخدمة الصحية تُجاري مثيلاتها في الدول المتقدمة، الجدول رقم (5) وشكل رقم (7) يستعرض نسب وتقييم ورتب عينة البحث بخصوص الخدمات الصحية، إن الرتبة 1 في سلم التقييم جيد كانت 47 مستجوب بنسبة 34% من العينة وهو أكثر من ثلث العينة وهي ولا شك نسبة كبيرة والشكل رقم (7) يستعرض نسب عينة البحث وتقييمها ورتبها بخصوص الخدمات الصحية هذه الخدمة إلا أنه لا يكفي للتقييم الإيجابي، حيث احتلت الرتبة 2 سلم التقييم كانت من حصة التقييم متوسط 45 مستجوب بنسبة 33% وهذا يمثل تراجعاً كبيراً في مستوى الخدمة الصحية، بينما الرتبة 4 احتلتها التقييم مقبول 22 مستجوب بنسبة 16% من العينة وهو يمثل زيادة متناقصة في مستوى الخدمة الصحية وبلا شك تعطي مؤشراً ليس في صالح هذه الخدمة، أما الرتبة 3 كانت من حصة سلم التقييم رديء 24 مستجوب بنسبة 17% من العينة وتعد نسبة مرتفعة، وهي ولا شك تعطي مؤشراً ليس في صالح هذه الخدمة. الخدمات الصحية بالنسبة لصناعية السياحة كالدواء والاستشفاء بالنسبة لجسم الإنسان، وصناعة السياحة تحتاج إلى نوع من الخدمات الصحية المتكاملة، التي تبدأ بالعنصر البشري المؤهل والمتدرب ومن ثم المشفى العام والمتخصص في القطاعين: العام، والخاص والتقييم لصناعة السياحة في موضوع الخدمات الصحية لا تحتمل أن يكون ثلثي التقييم خارج التقييم الجيد، أن نسبة الثلث جيد ليست مؤشر عافية في هذا القطاع ونحتاج إلى جهد ووقت ومال أكثر للنهوض بهذه الخدمة التي تشكلت عدم توفرها بشكل جيد سوف تكون مصدر تهديد للمجتمع ولقطاع السياحة خصوصاً وللتنمية الحضرية عموماً، لأن السائح مثل ما هو مصدر للدخل فقد يكون مصدراً للوباء وفي أحسن الأحوال السياحة والسياحة العلاجية لا تتحقق في مستوى من الخدمات الصحية أكثر من ثلثي التقييم خارج التقييم الجيد، وهذا يعني السياحة بدل أن تكون مصدراً للدخل تُصبح مصدراً للتهديد المحتمل.

### جدول رقم (5) تقييم الخدمات الصحية

تقييم الخدمة	جيد	%	متوسط	%	مقبول	%	رديء	%	العينة
الصحية	47	34%	45	33%	22	16%	24	17%	138
الرتبة	1		2		4		3		

المصدر: الباحث بالاعتماد الاستبيان



المصدر: الباحث بالاعتماد على جدول رقم (5)  
شكل رقم (7) تقييم الخدمات الصحية

#### خدمات البنى التحتية – خدمات الوقود :

الجدول رقم (6) وشكل رقم (8) يستعرض نسب عينة البحث وتقييمها ورتبها بخصوص خدمات الوقود، إن الرتبة 1 في سلم التقييم جيد كانت 54 مستجوب بنسبة 39% من العينة وهو أكثر من ثلث العينة وهي ولا شك نسبة كبيرة وتعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة إلا انه لا يكفي للتقييم الإيجابي، حيث احتلت الرتبة 2 سلم التقييم كانت من حصة التقييم متوسط 50 مستجوب وبنسبة 36% وتعطي مؤشر لصالح هذه الخدمة إلا انه لا يكفي للتقييم الإيجابي، بينما الرتبة 3 احتلتها التقييم جيد 25 مستجوب بنسبة 18% من العينة وهو يمثل زيادة متناقصة في مستوى الخدمة وبلا شك تعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة من حيث المرتبة وعدد المستجوبين، أما الرتبة 4 كانت من حصة سلم التقييم رديء 9 مستجوب بنسبة 7% من العينة وتعتبر نسبة منخفضة وهي ولا شك على الرغم أنها احتلت الرتبة الرابعة وبنسبة منخفضة قياسا بغيرها من الرتب تعطي مؤشرا ليس في صالح هذه الخدمة.

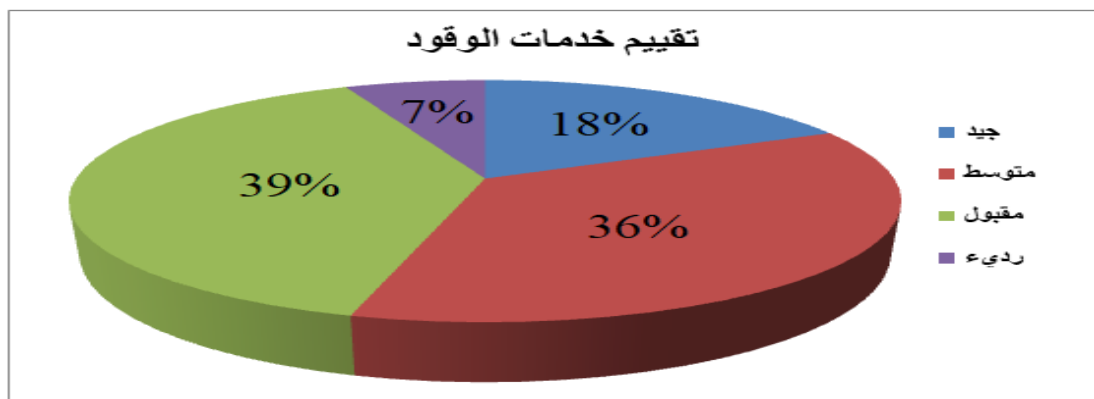
خدمات الوقود بالنسبة لصناعية السياحة كالدلم الذي يحتاج إلى قلب نشيط وشرايين واوردة بصحة جيدة بالنسبة لجسم الانسان، وصناعة السياحة تحتاج إلى نوع من الخدمات المتكاملة، التي تبده بالعنصر البشري المؤهل والمتدرب ومن ثم محطات الوقود في القطاعين: العام، والخاص والتقييم لصناعة السياحة في موضوع خدمات الوقود لا تحتمل أن يكون أكثر من ثلثي التقييم خارج التقييم الجيد، أن نسبة أقل من الثلث جيد ليست مؤشر عافية في هذا القطاع ونحتاج إلى جهد ووقت ومال أكثر للنهوض بهذه الخدمة التي تشكل عدم توفرها بشكل جيد سوف تكون مصدر تعطيل لكل الخدمات

الأخرى و لقطاع السياحة خصوصا وللتنمية الحضرية عموما ، هذا الخلل من شأنه أن يقتل الحلم في توفير خدمات وقود تُقدم الخدمات المتكاملة، لأنه السائح بقدر ما تحتاج سيارته الشخصية او باصات السائحين إلى الوقود يحتاج هو شخصا إلى الراحة والترفيه والتسوق والتمتع بوقته بحيث نخلق وقت انتظار او فترة التزود بالوقود وقت تسوق مريح مهما طال للسائح وفي الوقت ذاته يكون مصدرا للدخل والربح بالنسبة لمزود الخدمة، لذلك محطات الوقود هي ليست دكاكين لبيع الوقود فقط ، بل هي محطات استراحة وتسوق واحتكاك ناعم بالمحيط العمراني والإنساني وهذا لا يتحقق إلا بالخدمات المتكاملة.

#### جدول رقم (6) تقييم خدمات الوقود

تقييم الخدمة	جيد	%	متوسط	%	مقبول	%	رديء	%	العينة
الوقود	25	18%	50	36%	54	39%	9	7%	138
الرتبة	3		2		1		4		

المصدر: الباحث بالاعتماد الاستبيان



المصدر: الباحث بالاعتماد على جدول رقم (6)  
شكل رقم (8) تقييم خدمات الوقود



### التقييم الكلي للبنية التحتية السياحية :

جدول رقم (7) وشكل رقم (9، و10) يوضحان أن استعراض ومناقشة البنى التحتية المادية كل على انفراد قد يفضي إلى تحيز في البعض منها على حساب الأخرى ولتلافي التحيز المحتمل لا بد من مؤشر كلي واحد يجمعهما فيكون أقل تحيز وأكثر موثوقية ، وهذا نابع من أن أهمية تطوير البنى التحتية التي تعد الأساس الأول الذي تنطلق منه كافة القطاعات الأخرى، التي من بينها قطاع صناعة السياحة الذي يعد أحد البدائل الفعالة لقطاع النفط في العراق. ناهيك ان المؤشر الكلي الموحد يُعطي الأهمية اللازمة لكل من قطاع البنية التحتية وقطاع السياحة الذي من شأنه أن يساعد على تحقيق التنمية الاقتصادية هذا إذا كان المؤشر إيجابياً، أما إذا كان قطاع السياحة ضعيفاً وبعيداً عن المستوى الذي يتناسب مع المقومات والامكانيات التي يتميز بها العراق او أي بلد آخر فهذا يحتاج لمراجعة جادة وفعالة. كما هناك أكثر من سبب يؤكد مكانة صناعة السياحة كبديل في التنمية الاقتصادية المستدامة في العراق وفي غيره من البلدان، فقطاع النفط قليل الامتصاص للبطالة ومتذبذب بسبب تذبذب أسعار النفط العالمية و كما انه يتطلب كثافة في رأس المال عالية بعكس قطاع صناعة السياحة الذي يُعد صناعة غير مكلفة ، كثيفة العمل و سريعة المردودية، كما توفر فرصاً مضاعفة لليد العاملة مباشرة وغير مباشرة وبلا مبالغة الصناعة الأولى في خلق مناصب الشغل و النشاط السياحي صديق للبيئة ومصدر لا يُستهان به للدخل القومي.



المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي، البنية التحتية للسياحة، أبريل ٢٠١٨ - كولورادو إنترناشيونال

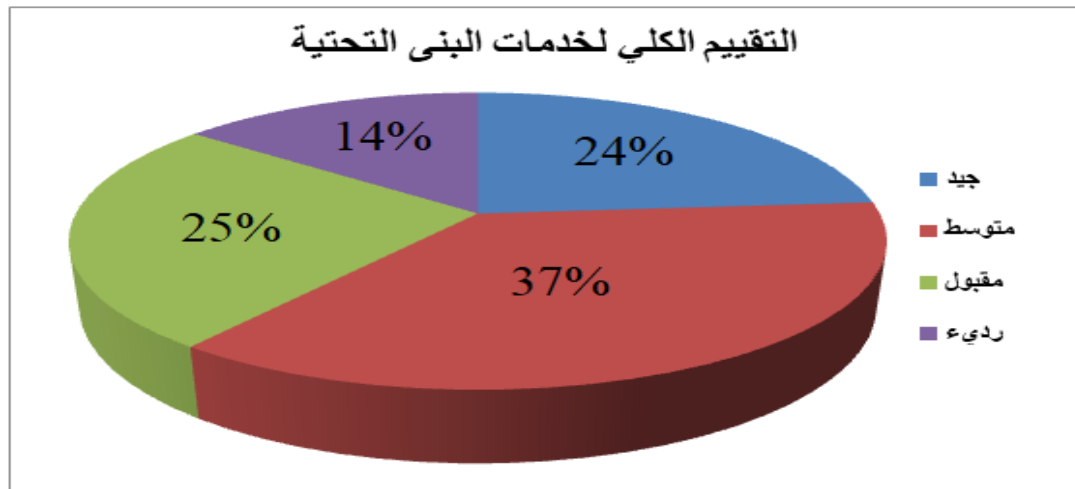
شكل رقم (9)

### البنية التحتية للسياحة

### جدول رقم (7) التقييم الكلي لخدمات البنى التحتية

العينة	%	رديء	%	مقبول	%	متوسط	%	جيد	تقييم الخدمة
138	14%	20	25%	35	37%	51	24%	33	تقييم كلي
		4		2		1		3	الرتبة

المصدر: الباحث بالاعتماد الاستبيان



المصدر: الباحث بالاعتماد على جدول رقم (7)  
شكل رقم (10) التقييم الكلي لخدمات البنى التحتية

### الاستنتاجات :

1- مقومات السياحة الدينية في العراق عموماً والنجف خصوصاً تؤكد قدرة المعالم السياحية الدينية على خلق الأنشطة الاقتصادية والتجارية والخدمية وتوسيعهما، والمساعدة على إنشاء مجتمعات عمرانية جديدة وقابلة للتطوير.

2- مرونة السياحة الدينية في النجف كماً وكيفاً ونوعاً، قياساً بالأنماط السياحية الأخرى، وهو ما يعني صلاحيتها وقابليتها؛ لأن تحتل مكان الصدارة في إنعاش الوضع السياحي اقتصادياً وحضارياً واجتماعياً ليس في النجف فحسب بل لتشمل العراق بما للنجف من مكانة بالنسبة لكل العراقيين.

3- تنوع خريطة السياحة الدينية في النجف وثرأؤها، وانفتاحها على مزيد من الانسجام والتطوير، فضلاً عن ديمومة أنشطتها وفعاليتها، وشمولية استقطابها الشعبي والجماهيري وامتلاكها ثرواتٍ غير مستغلة.

4- مؤشر تقييم خدمات الكهرباء في النجف الاشرف مؤشر رمادي لا يحتمل التأويل أي غير إيجابي في الكم والنوع ويتطلب مراجعة وتخطيط وإدارة وتنفيذ سريع للنهوض بقطاع الكهرباء لإنجاح صناعة السياحة خصوصا والحياة عموما.

5- مؤشر تقييم خدمات الماء في النجف الاشرف في محتواه الإيجابي أن ربع العينة قالت جيد، بينما الثلث ارباع العينة جانبت هذا التقييم وهذا مؤشر لا يبعث على التفاؤل، كل ما تقدم في موضوع الماء يتطلب مراجعة وتخطيط وإدارة وتنفيذ سريع للنهوض بخدمة الماء لإنجاح صناعة السياحة، خصوصا أن حصة الفرد من ماء الشرب لا يمكن تجزئتها او تخفيضها تحت أي ظرف.

6- خدمات الصرف الصحي بالنسبة للمدينة كالأمعاء بالنسبة لجسم الانسان، والتقييم ينسحب على صناعة السياحة في موضوع الصرف الصحي، وأن نسبة الربع في (جيد) ليست مؤشر عافية بل هو مصدر تهديد للبيئة الحضرية ومعرقل إن لم يكن معطل للتنمية المكانية اقتصاديا واجتماعيا ومصدر للأوبئة التي تهدد الحياة عموما والتنمية المكانية خصوصا بكل اشكالها.

7- صناعة السياحة في موضوع الاتصالات و نسبة الربع جيد ليست مؤشر عافية لأن السائح لا يريد أن ينقطع عن بيئته التي جاء منها ويريد ان يتحرك ببُسر وسهولة في البيئة الجديدة وبكلفة اقل نسبيا كما انه السائح هو الناقل المجاني للترويج السياحي.

8- السائح مثل ما هو مصدر للدخل قد يكون مصدرا للوباء وفي احسن الاحوال السياحة والسياحة العلاجية لا تتحقق في مستوى من الخدمات الصحية أكثر من ثلثي التقييم خارج التقييم الجيد، وهذا يعني أن السياحة بدلا من ان تكون مصدرا للدخل تُصبح مصدرا للتهديد المحتمل.

9- صناعة السياحة تحتاج إلى نوع من الخدمات المتكاملة، التي تبده بالعنصر البشري المؤهل والمتدرب ومن ثم محطات الوقود في القطاعين العام والخاص والتقييم لصناعة السياحة في موضوع خدمات الوقود لا تحتمل أن يكون أكثر من ثلثي التقييم خارج التقييم الجيد، هذا الخلل من شأنه ان يقتل الحلم في توفير خدمات وقود تُقدم الخدمات المتكاملة، لذلك محطات الوقود هي ليست دكاكين لبيع الوقود فقط ، بل هي محطات استراحة وتسوق واحتكاك ناعم بالمحيط العمراني والإنساني وهذا لا يتحقق إلا بالخدمات المتكاملة.

## التوصيات :

- 1- على الحكومة المركزية والمحلية أن تستثمر في صناعة السياحة الدينية وذلك لقدرتها على خلق الأنشطة الاقتصادية والتجارية والخدمية وتوسيعهما، والمساعدة على إنشاء مجتمعات عمرانية جديدة.
- 2- على الحكومة المحلية والقطاع الخاص أن يوظف مرونة السياحة الدينية في النجف كماً وكيفاً ونوعاً، قياساً بالأنماط السياحية الأخرى، وهو ما يعني صلاحيتها وقابليتها؛ لأن تحتل مكان الصدارة في إنعاش الوضع السياحي اقتصادياً وحضارياً واجتماعياً ليس في النجف .
- 3- على الحكومة المحلية والقطاع الخاص أن يستثمران تنوع خريطة السياحة الدينية في النجف واثرائها، وافتتاحها على مزيد من الانسجام والتطوير، فضلاً عن ديمومة أنشطتها وفعاليتها، وشمولية استقطابها الشعبي والجماهيري وامتلاكها ثرواتٍ غير مستغلة.
- 4- على الحكومة المحلية والقطاع الخاص أن يستثمروا في قطاع الطاقة و مراجعة وتخطيط وإدارة وتنفيذ سريع للنهوض بقطاع الكهرباء لإنجاح صناعة السياحة خصوصاً والحياة عموماً.
- 5- على الحكومة المحلية والقطاع الخاص أن يستثمروا في قطاع الماء مما يتطلب مراجعة وتخطيط وإدارة وتنفيذ سريع للنهوض بخدمة الماء لإنجاح صناعة السياحة، خصوصاً أن حصة الفرد من ماء الشرب لا يمكن تجزئتها أو تخفيضها تحت أي ظرف.
- 6- على الحكومة المحلية والقطاع الخاص أن يستثمرا في قطاع الصرف الصحي، وتراجعه يعتبر مصدر تهديد للبيئة الحضرية ومعرقلاً إن لم يكن معطلاً للتنمية المكانية اقتصادياً واجتماعياً ومصدراً للأوبئة التي تهدد الحياة عموماً والتنمية المكانية خصوصاً بكل أشكالها.
- 7- على الحكومة المحلية والقطاع الخاص أن يستثمرا في قطاع الاتصالات وتراجعه ليس مؤشر عافية لأنه السائح لا يريد ان ينقطع عن بيئته التي جاء منها ويريد ان يتحرك ببسر وسهولة في البيئة الجديدة وبكلفة اقل نسبياً كما انه السائح هو الناقل المجاني للترويج السياحي.

8- على الحكومة المحلية والقطاع الخاص أن يستثمران في قطاع السياحة العلاجية من مستشفيات ومصحات تخصصية من خلال التوسع في من الخدمات الصحية كما ونوعا، وذلك لتفادي مشاكل السياحة المحتملة وذلك بدلا من أن تكون مصدرا للدخل تُصبح مصدرا للتهديد المحتمل.

9- على الحكومة المحلية والقطاع الخاص أن يستثمروا في نوع من الخدمات المتكاملة، التي تبدأ بالعنصر البشري المؤهل والمتدرب ومن ثم محطات الوقود، التي هي أيضا محطات استراحة وتسوق واحتكاك ناعم بالمحيط العمراني والإنساني وهذا لا يتحقق إلا بالخدمات المتكاملة.

#### المصادر:

- 1- الصبيحي محمد (2019). برنامج مسار لتحسين محطات الوقود إلى مراكز خدمة متكاملة على مستوى عالٍ من الجودة والكفاءة. الشرق الأوسط الأحد - 3 جمادى الأولى 1441 هـ - 29 ديسمبر 2019 رقم العدد 15006، ص7
- 2- القزويني ، محمد حسن رضا ( 2017 ). السياحة الدينية وسبل تنظيمها بمنظور استراتيجي، دراسة حالة محافظة كربلاء جامعة القادسية كلية الادارة والاقتصاد الدراسات العليا الدبلوم العالي – تخطيط استراتيجي، بحث تخرج غير منشور، ص 1
- 3- حمد، سعد ابراهيم (2011). واقع العرض والطلب السياحي في العراق، دراسة تحليلية، مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية المجلد 10 العدد4. الموصل، 401
- 4- حسون، رافد موسى عبد، ( 2015 ). التحليل المكاني لخدمات الصرف الصحي في المراكز الحضرية لمحافظة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الإنسانية ، المجلد الثامن عشر: العدد 4/ 2015م ، ص 301
- 5- لامية حمايزة، عبود زرقين (2015). التنمية الصحية المستدامة و نتائجها على المورد البشري -دراسة مقارنة الجزائر، تونس و المغرب .جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، الجزائر. مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، العدد 9 ،ديسمبر 2015 ،ص254
- 6- ماريا نيرا وآخرون (2019). التخطيط لسلامة الصرف الصحي دليل الاستخدام الآمن والتخلص المياه الرمادية والفضلات البشرية، منظمة الصحة العالمية جنيف، ص61
- 7- منصهري فتيحة ( 2018 ). صناعة السياحة كبديل للثروة النفطية في الجزائر " دراسة حالة : السياحة الصحراوية، مجلة الباحث 374-359 Volume 7, Numéro 13, Pages

- 8- خلود عاصم، محمد ابراهيم (2013). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بمؤتمر الكلية 2013، ص236
- 9- غزالي زينب. غزالي رحمة (2017). البنية التحتية كأحد متطلبات صناعة السياحة وترقيتها في الجزائر، الريادة لاقتصاديات الأعمال، Volume 6, Numéro 3, Pages 144-162
- 10- غلايدا لان (2016). إصلاح أسعار الوقود والغذاء وخدمات المرافق العامة في دول مجلس التعاون الخليجي. إدارة الطاقة والبيئة والموارد - يونيو/حزيران 2016، ص5

### Refrence:

- 1- Harold Goodwin; IIED - Dilys Roe; ODI - Caroline Ashley, 2004. Pro-Poor Tourism Partnership, Sheet No. 3: Tourism and Poverty Reduction – Making the Links . p 6
- 2- Shambhu Acharya, a Vivian Linb & Natasha Dhingraa (2018). The Role of Health in Achieving the Sustainable Development Goals. *Bulletin of the World Health Organization* 2018;96:591-591A
- 3- ILO, 2013. Toolkit on poverty reduction through tourism / International Labour Office.-- 2013 ed. -- Geneva: ILO, 2013. 1 v. P13
- 4- WHO, 2019. Sanitation safety planning: manual for safe use and disposal of wastewater, greywater and excreta ISBN 978-92-4-654924-5. P2