السياحة الدينية في مدينة النجف الاشرف وافاق تطورها (دراسة في جغرافية السياحة)

المدرس الدكتور
سامر هادي كاظم الجشعمي
جامعة الكوفة - كلية التخطيط العمراني

مخلص البحث

تعد السياحة الدينية ذات اهمية كبيرة من نواحي اقتصادية واجتماعية وثقافية وخاصة في مدينة مثل النجف الاشرف لما تمثله من مكانة قدسية لدى المسلمين على مستوى العراق والعالم لما لها من عمق تاريخي واسلامي.

فقد اكد البحث على دراسة مقومات السياحة في مدينة النجف ابتداءً من ابراز مكانة المزارات والمقامات الدينية فيها وعلى رأسها ضريح الامام علي عليه السلام وباقي المزارات والمؤسسات الدينية الاخرى.

كما اكد البحث على دراسة البنى التحتية التي من شانها الاسهام في قيام وتطور السياحة في هذه المدينة والتي شملت كل ما يحتاجه السائح من وقت دخوله الى مدينة النجف وحتى مغادرتها ،والتي تضمنت اماكن الاقامة ،والمطاعم، تطرق المواصلات،والمعالم التراثية والاسواق وغيرها.

وقدم البحث عدد من المقترحات التي من شانها تطور السياحة في هذه المدينة وفي مقدمتها اقتراح تطوير البنى التحتية للمؤسسات الدينة فضلاً عن مدينة النجف ككل وتثقيف المجتمع بأهمية السياحة الدينية بغية الترويج لمدينة النجف الاشرف سياحياً مما يترتب على ذلك من مردودات اقتصادية .

المبحث الاول

الاطار النظري للبحث.

أولاً:المقدمة.

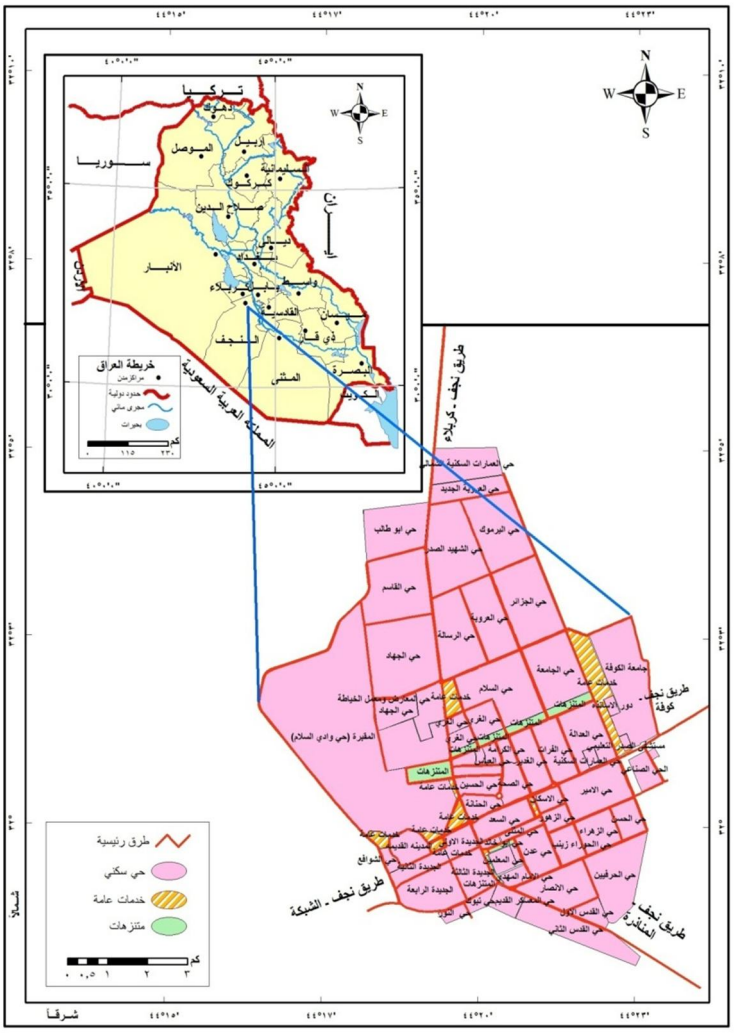
تعد السياحة من الأنشطة الاقتصادية المهمة ، لما لها من آثار اقتصادية واجتماعية و ثقافية تنعكس على اقتصاد الدولة ، إذ إنها تعمل على زيادة التواصل الحضاري و الثقافي بين الشعوب المختلفة ، لأنها حاجة إنسانية و نفسية تساعد على التخلص من ضغوط الحياة اليومية و تزيد من الاطلاع و الاستمتاع بأوقات الفراغ .

تعد مدينة النجف من أهم المدن المقصودة سياحيا ، فقد نشطت فيها قطاعات حيوية عدة ، مثل مطار النجف و الفنادق و الأشغال العمومية، و البنوك و الحرف (اليدوية و التراثية) و التجارة فضلاً عن دور السياحة كعامل انفتاح على الحضارات الأخرى ، و مساهمتها في التعرف على تراث البلد و حضارته ، و بما أن المدينة تحتوي على العديد من الإمكانات السياحية ، فقد أصبحت أحد الركائز الأساسية لنمو النشاط السياحي التي تتصف بالندرة ، و لذلك فان الاستثمار الأمثل لهذه الإمكانات لا ينعكس على مستوى المدينة فقط ، بل على مستوى المحافظة والعراق عموماً .

ثانياً- الحدود المكانية و الزمانية للبحث :

تتمثل الحدود المكانية للبحث بمدينة النجف الاشرف التي تبلغ مساحتها (٨٢٥٠)هكتار (١) والتي تقع في منطقة الفرات الاوسط من العراق كما تحادد كل من ناحية الحيدرية و ناحية الشبكة وقضائي الكوفة والمناذرة ، و بذلك شكلت مدينة النجف الاشرف حلقة الوصل بين الوحدات الإدارية وهذا ما توضحه خريطة (١) ، إذ تعد سوق تجارية للمناطق القريبة منها و يتوافد عليها الزائرون من المحافظات العراقية ومن شتى بقاع العالم . و بما أن السياحة - بوصفها نشاطا اجتماعياً و اقتصادياً - يتميز قيامها على أساس التباين المكاني و الزماني لمصادر الحركة السياحية الوافدة ، فقد تم اعتماد المدة الزمنية من (٢٠٠٨-٢٠١٦) لغرض معرفة خصائص حجم الحركة السياحية وقد وضعت في نهاية الدراسة آفاقاً مستقبلية امتدت حتى ٢٠٢٠م لتطوير النشاط السياحي في مدينة النجف الاشرف.

خريطة(١) الموقع الجغرافي لمدينة النجف من العراق



المصدر :

١- وزارة الموارد المائية الهيئة العامة للمساحة ، خريطة العراق بمقياس رسم ١:١٠٠٠٠٠٠، عام ٢٠١٠ .

٢- المديرية العامة للتخطيط العمراني، خريطة التصميم الأساس لمدينة النجف الاشرف٢٠١٠

ثالثاً- مفاهيم عامة:

١- **التنمية السياحية** : التنمية السياحية هي تعبير عن برامج مختلفة ، تهدف إلى الزيادة المستمرة و المتوازنة في الموارد السياحية ، و تعميق و ترشيد الإنتاجية في النشاط السياحي ، و هي عملية مركبة و متشعبة تضم عناصر عدة متصلة و متداخلة مع بعضها تقوم على اسس علمية و تطبيقية للوصول إلى الاستثمار الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي و ربط ذلك بعناصر البيئة و تفعيل مصادر التنمية البشرية للقيام بدورها في برامج التنمية (٣) .

٢- **السائح** : هو الزائر المؤقت الذي يترتب عليه البقاء في المكان المقصود سياحياً لمدة لا تقل عن أربع و عشرين ساعة و لا تزيد عن (١٢) شهراً و إن يقطع مسافة تزيد عن (١٦٠) كم(٤)

٣- **العرض السياحي** : يعرف العرض السياحي بأنه كل المستلزمات التي يجب أن توفرها الأماكن السياحية للسياح الحقيقيين أو المحتملين و كل الخدمات و البضائع التي قد تغري الناس لزيارة منطقة معينة (٥) .

٤- **التسويق السياحي** : يعرف التسويق السياحي بأنه مجموعة الجهود المبذولة في سبيل إيصال الخدمة من مقدمها إلى المستفيد بالنوعية المطلوبة و في الوقت المناسب عبر قنوات التوزيع (٦) .

٦- **التخطيط السياحي** : عرف التخطيط السياحي بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في منطقة معينة وفي مدة زمنية محددة ، ويقتضي ذلك حصر الموارد السياحية من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية ، وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنتظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي(٧) .

المبحث الثاني

المؤسسات الدينية وسبل تطور الواقع السياحي في مدينة النجف الاشرف

أولا: التوزيع الجغرافي للمؤسسات الدينية في مدينة النجف الاشرف

يعد العامل الديني المتمثل بالمرقد الشريف الاساس الذي نشأت بموجبه مدينة النجف(٨). وان مظاهر النشاط الديني في المدينة تكشف عن العديد من المؤسسات

الدينية التي تشمل المراقد والجوامع والحسينيات والمساجد والمقابر والمقامات والمزارات الدينية،وقد شغلت هذه الوظيفة مساحة قدرها (١١.٣٢) هكتاراً أي بنسبة (٠.١٧ ٪)(٩) من مساحة المدينة، واقيمت هذه المؤسسات لأغراض دينية كأداء الفرائض الدينية التعبدية واقامة المأتم الحسينية والاحتفالات الدينية او حلقات الدرس الفقهية التي يقيمها طلبة الحوزة العلمية.

اهتم سكان المدينة اهتماما كبيرا بالمؤسسات الدينية الامر الذي انعكس على زيادة اعدادها لتعطي انطباعا ينسجم مع سمة المدينة الدينية، وتمثل الركيزة الاساسية لمعيشة السكان بدليل ارتباط اغلب نشاطاتهم الاخرى بنشاط او فعالية هذه المؤسسات .

يعد مرقد الامام علي (عليه السلام) اول المراقد الدينية المقامة وابرزها. اذ نشأت حوله المدينة القديمة التي تعد نواة مدينة النجف الكبرى ، ويمثل هذا المركز البؤرة التي تتركز حولها النشاطات البشرية المختلفة، و تمارس في المرقد الشريف مراسيم عبادية من قبل سكان المدينة للتقرب إلى الله تعالى ويرتاده الاف الزائرين من العراقيين والاجانب لإداء مراسيم الزيارة خلال المناسبات الدينية التي تتوزع على اشهر السنة. ومر المرقد منذ نشأته بالعديد من عمليات التوسع والاعمار حتى وصل إلى الى ما هو عليه الان ، واما العاملون في مرقد الامام علي (عليه السلام) من خدمة الروضة الحيدرية فقد بلغ عددهم (٤٠٠٠) شخصاً .

وهناك عدد من المزارات والمقامات التي تنتشر ضمن اجزاء المدينة، فيوجد اثنان منهما في مقبرة وادي السلام ، واربعة ضمن المدينة القديمة ، وواحد في منطقة الاحياء الحديثة ، ويتوزع في مدينة النجف لعام ٢٠١٠ (١٠١) جامعاً و (٦٣) مسجداً و(٣٣) حسينية . ومن خلال ملاحظة الجدول (١) والخريطة (٢) ، يتضح لنا ان المؤسسات الدينية تتركز قرب المرقد بواقع (٨٣) مؤسسة، ولكنها في منطقة الجديدات تصل الى(٤٧) مؤسسة، إما في الاحياء الحديثة فترتفع كثافة هذه المؤسسات إلى (٦٧) مؤسسة دينية وهذا العدد يُعد كبيراً مقارنة بعددها عام ١٩٧٣ الذي كان لا يتعدى (٥) مؤسسات دينية ويعود سبب ذلك إلى رغبة الكثير من سكان الاحياء الحديثة في بناء تلك المؤسسات لتكون قريبة من مناطق سكناهم وبالتالي يمكنهم اداء فرائضهم التعبدية بسهولة .

جدول رقم (١)توزيع المؤسسات الدينية حسب مناطق مدينة النجف المختلفة لسنة ٢٠١٦

مناطق المدينة	جوامع	مساجد	حسينيات	مقامات	مقابر خاصة
المدينه القديمه	٣٥	٣٢	١٦	٤	١١٦
منطقه الجديدات	١٩	٢٣	٥	-	٢٣
الاحياء الحديثه	٤٧	٨	١٢	١	٢٥
المقبرة العامة	١	-	-	٢	-
المجموع	١٠٢	٦٣	٣٣	٧	١٦٤

المصدر :

١- مديرية الوقف الشيعي في محافظة النجف، سجلات خاصه بأعداد المساجد والجوامع والحسينيات، بيانات غير منشوره لعام ٢٠١٦.

٢- دائرة ضريبة عقار محافظة النجف، سجلات محلات النجف القديمة والجديدات، بيانات غير منشورة.

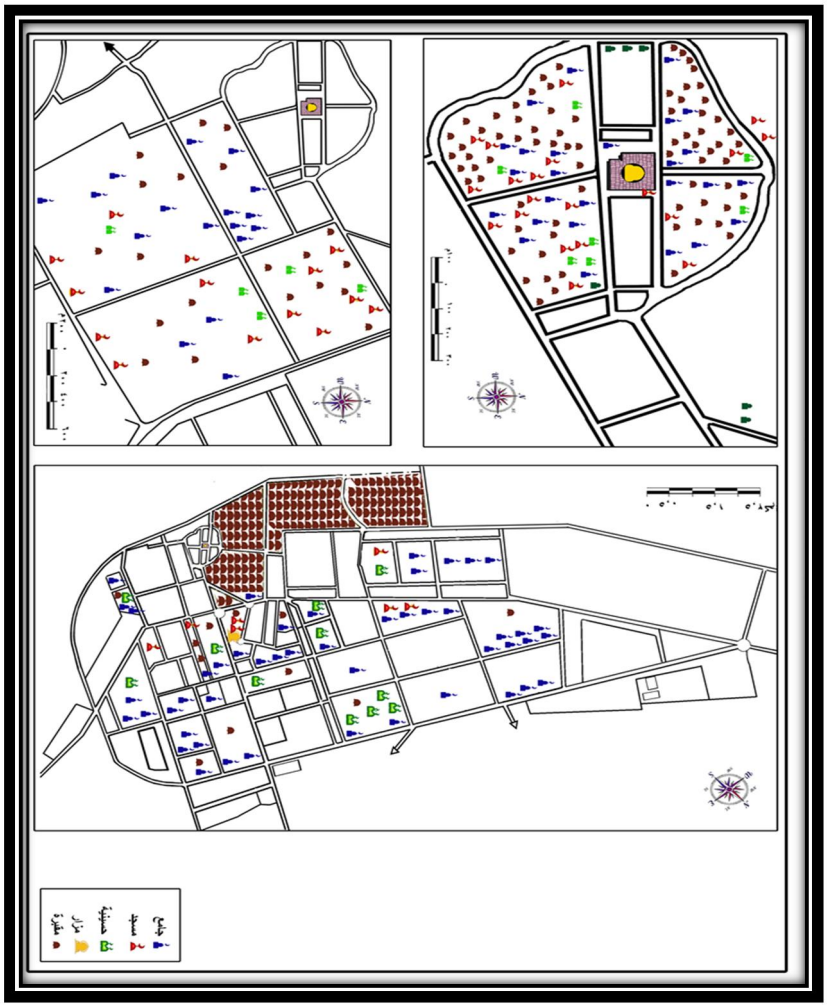
٣- الدراسة الميدانية .

إما فيما يتعلق بوظيفة الدفن التي تضطلع بها مدينة النجف فيمكن تمييز نوعين من المقابر الاول يسمى بالمقابر المنفصلة عن المنطقة السكنية في المدينة القديمة التي بلغ عددها (١٦٤) مقبرة، وهي مقابر خاصة بموتى سكان مدينة النجف اذ جاءت عملية الدفن في هذه المقابر استجابة لرغبة ذويهم في دفن موتاهم قريباً من مرقد الامام علي (عليه السلام)، لذا يلاحظ قلة اعدادها كلما ابتعدنا عن المدينة القديمة، إما النوع الثاني فيتمثل بالمقبرة العامة او(وادي السلام)(١٠) التي تقع إلى الشمال والشمل الغربي من مدينة النجف القديمة، وتشغل مساحة (١٦.٨)هكتاراً أي ما نسبته (١٢.١٣٪) من مساحة المدينة وهي نسبة كبيره جداً اذا ما قورنت بالنسبة التي تشغلها المدافن في المدينة المنورة في المملكة العربية السعودية و البالغة (٠.٢٪) من مساحة المنطقة المبينة(١١). ولهذه المقبرة اهمية خاصة من الناحية المحلية والعالمية ، اذ يجري فيها الدفن لاعتبارات دينية تتمثل بوجود المرقد الشريف لذا يقوم عدد كبير من المسلمين من داخل العراق وخارجة بدفن موتاهم فيها، وعليه بدأت تأخذ طابعاً جديداً تمثل في انها اصبحت تشارك المدينة في خدماتها كالماء والكهرباء والهاتف وخطوط النقل اضافة إلى انها تعد مصدراً مهما لمعيشة الكثير من العوائل في المدينة، ومن الجدير بالذكر ان هذه المقبرة عملت على تحديد توسع مدينة النجف باتجاه الجنوب الغربي والشمال الغربي.

ان معرفة عدد الجنائز المنقولة إلى المقبرة العامة تتطلب الرجوع إلى تاريخ الدفن في مراحلة الاولى عندما اخذت جماعة من المسلمين بنقل موتاهم إلى مدينة النجف، اذ قدر نيبور المجموع العام للموتى المنقولين إلى المدينة عام ١٧٦٥ بـ(٢٥٢٠) جنازة سنوياً(١٢)، أي بمعدل سبع جنائز في اليوم الواحد(١٣) اما لماذا يدفن الناس موتاهم في هذه المقبرة فهناك روايات تشير الى فضائل تلك البقعة الطاهرة (١٤).

وصل عدد المنقولين الى المقبرة عام ١٩٧٣ (٢٧٠٠٠)(١٥) جنازة، إما في الوقت الحاضر فقد ارتفع هذا العدد كثيراً ليصل إلى (٣١٥٢٠)(١٦) جنازة خلال عام ٢٠٠٤.

الخريطة (٢) التوزيع الجغرافي للمؤسسات الدينية لمدينة النجف



المصدر:

١- مديرية الوقف الشيعي في مدينة النجف ، بيانات غير منشورة لعام ٢٠١٦.

٢- الدراسة الميدانية .

ثانيا: دور المؤسسات الدينية في تنمية الحركة السياحية :

تعد مدينة النجف من المدن التي تتمتع بإمكانات السياحة الدينية و ذلك لما تحتويه من مزارات دينية فهي سياحة مستدامة ، إذ يتوافد عليها الزائرون و من مختلف بقاع العالم لغرض التبرك و الدعاء و الاستشفاء ، و بذلك فهي تختلف عن باقي الأنماط السياحية الأخرى من ناحية الهدف و الدافع . و قد تضمن البحث دراسة المزارات الدينية على أساس كثافة الزائرين من داخل و خارج القطر ، و على الرغم من أن الزائر يزور مرقد الإمام علي (عليه السلام) و مسجد الحنانة بالإضافة إلى مقامات الأولياء و الصالحين إلا أن التباين يظهر بصفة العموم من داخل منطقة الدراسة و محافظات القطر فعلى سبيل المثال تكون أيام الخميس و الجمعة و السبت أيام الذروة الأسبوعية إذ يتوافد الزائرون من مختلف المحافظات لتوفر العطلة بالإضافة إلى وقت الفراغ لزيارة المراقد و المقامات و المساجد بينما يفضل سكان مدينة النجف الزيارة في ايام معلومة فمثلا زيارة مرقد الإمام علي (عليه السلام) في يوم الأحد و زيارة و مسجد السهلة في يوم الثلاثاء و زيارة المقبرة في يومي الخميس و الجمعة، و بذلك سوف يظهر لنا تباين واضح في الطلب السياحي ما بين سكان المدينة و المحافظات .

تكمن أهمية المؤسسات الدينية مثل (مرقد الامام علي (عليه السلام) والمزارات الاخرى(❖)) من الناحية السياحية من حيث أعداد الزائرين لهذه المؤسسات ، اذ اتضح أن عدد الزائرين (٥٨٥٧) زائراً ، انظر الجدول(٢) . و قد بلغ مجموع الزائرين من العراقيين (٤٩٤٠) زائراً ، وقد بلغ عدد الزائرين من الدول العربية (١٧٥) زائراً ، في حين بلغ عدد الزائرين الأجانب (٧٤٢)(١٧) .علما ان هذا العدد يزداد في مواسم الزيارات المخصوصة وبالأخص مرقد امير المؤمنين(عليه السلام) ليصل الى (٢٢١٩٩٧) زائر(١٨)

جدول (٢) اعداد الزائرين الوافدين الى المؤسسات الدينية (المراقد المقدسة) عام ٢٠١٦م خلال اسبوع

اعداد الزائرين الى مرقد الامام علي (عليه السلام)		
العراقيين	العرب	الاجانب
٤٧٦٠	١٣٠	٣٤٥
اعداد الزائرين الى مرقد الصحابي الجليل كميل بن زياد النخعي (رضي الله عنه)		
٩٨	٢٠	٢٧٤
اعداد الزائرين الى مسجد الحنانة (موضع رأس الامام الحسين (عليه السلام))		
١٠٢	٢٥	١٢٣
المجموع		
٤٩٤٠	١٧٥	٧٤٢

المصدر: الدراسة الميدانية بتاريخ ١٧ – ١٨ -٢٠١٦/١١/١٩ .

اما مقبرة النجف تعد اليوم مدفن لسكان منطقة الدراسة و المحافظات العراقية و منها بغداد و بلغ عددهم(١٤٠) زائر و بلغ عدد الزائرين من محافظة البصرة (١٠٥) زائراً ، و من محافظة ذي قار(٨٥) زائراً و من محافظة ميسان (٨٠) زائراً و من محافظة القادسية(٩٥) زائراً(١٩) ، و كان سبب توافد الزائرين لهدفين أساسيين هما زيارة مرقد الإمام علي(ع) و زيارة موتاهم في أيام الخميس و الجمعة كون تلك الأيام يتوفر فيها وقت الفراغ و خصوصا الموظفين.

وقد احتلت المقبرة مكانة سياحية متميزة من خلال أعداد الزائرين و قد اكتسبت أهميتها من الولاء العقائدي كونها قريبة من مرقد الإمام علي (ع) و برزت أهميتها الاقتصادية في تشغيل الأيدي العاملة و خصوصا الباعة المتجولين[٢٠] .

ثالثا: الخدمات المقدمة الى الزائرون الوافدون الى مدينة النجف :

أ- الفنادق:

و يعد وجود الفنادق احد المستلزمات الأساسية لتطور السياحة ،اذ يكون لها دور فاعل في التنمية السياحية كونها تعطي انطباعات عن البلد الذي يفد إليه السياح وتشير الإحصاءات العالمية إلى أن (٤٠٪) من دخل السائح ينفق داخل الفندق(٢١) . و بهذه الأهمية تعد الفنادق السياحية من عوامل الخدمة السياحية التي تساعد على جذب السياح و تسهم في نمو الدخل السياحي. و الفندق يعد مكان الإقامة الذي يقضي فيه السائح أطول فترة ممكنة فسيعطيه الفكرة الحقيقية عن المنطقة و يكون لديه انطباع عن

وسائل الراحة و المتعة و يقدر ما يقضيه السائح في مكان الإيواء(٥٠٪) من مجموع أوقاته في البلد المزار(٢٢) . وبلغ عدد الفنادق في مدينة النجف (١٦٨) فندقا(٢٣) سياحيا تتوزع على مختلف احياء المدينة، فضلاً عن وجود (٩٢) فندقا شعبيا تتركز في المدينة القديمة ،خريطة(٣).

ب- المطاعم :

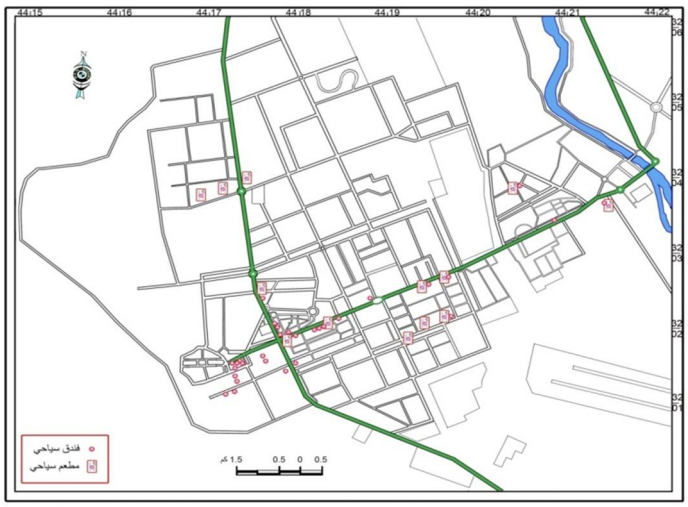
تعد المطاعم و المقاهي من الخدمات السياحية العامة التي يستخدمها السائح و الساكن في آن واحد فقد بلغ عدد المطاعم السياحية (١٣)(٢٤)، و تقدم تلك المطاعم المأكولات ، و تخضع إلى عمليات التفتيش و المراقبة من قبل اللجان الصحية ، إذ يتوافد عليها الزائرون من مختلف المحافظات مثل محافظة بغداد و البصرة و ذي قار و المثنى و واسط . و أن بعض الوافدون من تلك المحافظات ، و بلغ عدد المطاعم الشعبية (٦٧) (٢٥) مطعماً ، إذ إنها غير مصنفة من قبل هيئة السياحة وفق الشروط الاتية(٢٦) ،خريطة(٣):-

١- لا تقل مساحة صالة الطعام عن (١٤٠م٢) .

٢- يجب أن تكون أرضية المطعم مبنية بالمرمر و مفروشة بالسجاد .

٣- أن يكون الأثاث و المفروشات و البياضات من النوع الفاخر و متلائمة مع ديكور المطعم.

خريطة (٣) التوزيع الجغرافي للمطاعم والفنادق السياحية في مدينة النجف



١- المصدر: جمهورية العراق، وزارة البلديات والإشغال العامة، مدينة النجف الاشرف ، التحديث الأساس ، التقرير الأولي المعدل حول إعمال المسح وجمع البيانات ، تشرين الثاني ، ٢٠٠٦.
٢- الدراسة الميدانية .

المبحث الرابع

افاق تطوير السياحة الدينية في مدينة النجف :

أولا: استراتيجيات تطوير السياحة الدينية في مدينة النجف:

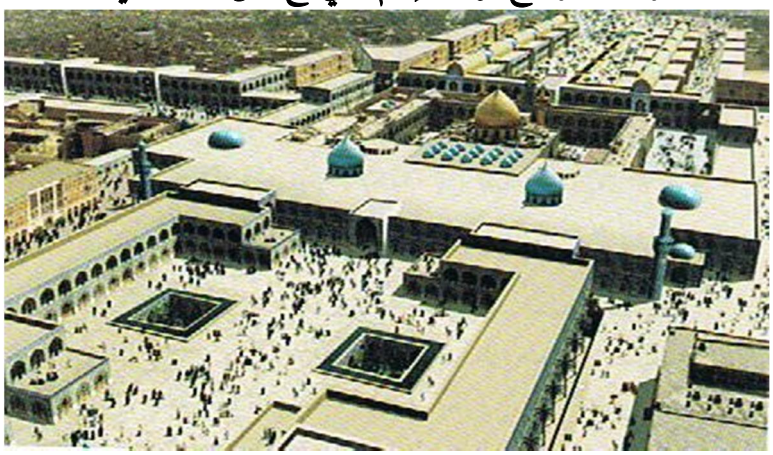
هناك عدد من المقترحات لتطوير السياحة الدينية في منطقة الدراسة منها:-

١- إيجاد برامج تسويقية(كل المسالك التي تتدفق من خلالها الخدمات السياحية) متخصصة بالسياحة الدينية و العمل على أهمية تنظيم حجم الحركة السياحية .
٢- تشجيع الفعاليات و الاحتفالات الدينية خارج المراقد الدينية بهدف التخفيف من حدة الازدحام الشديد ، وهذا يتطلب توفير كافة المستلزمات الضرورية و التي تتوفر في التوسعات الجديدة فهناك خطوات مقترحة للتخطيط و التطوير العمراني لمرقد الامام علي (ع) ومن جهاته الثلاث وعلى مسافة(٤٠)م من كل جهة ، ويكون الصحن المقترح مع عمارة الروضة كياناً عمرانياً واحداً متجانساً ، وكذلك المنطقة الواقعة في ساحة الميدان و الممتدة من شارع الامام الصادق وشارع زين العابدين وبينهما السوق الكبير ، و المقترح مضمونه ايجاد صحن واسع مفتوح من جهة ساحة الامام (ع) وبعرض (٤٥) م وسيكون محور الحركة الرئيسة المؤدي إلى المرقد الشريف ، إذ يعد محور الحركة الرئيسة السوق الكبير الذي يبلغ عرضه(٤,٧٥) م (٢٧).

ويكون الارتباط الفضائي بين عمارة الروضة والصحن المقترح عبر البوابات المقترحة المتصلة بالصحن المقترح بالروضة الحيدرية ، وعلى كل جانب من جوانب الصحن المقترح الممتد من ساحة الامام علي (ع) إلى الروضة الحيدرية ، يوجد في الطابق الارضي رواق عريض مسقف لحماية الزائرين من مطر الشتاء وحرارة الصيف بحيث يشرف الصحن المقترح وتعلوه العقود و الاقواس المشابهة في طرازها الأواوين في الصحن الحيدري الشريف ، اما الطابق الاول فوق الرواق الارضي فيشيد كرواق

مسقف يشرف على الصحن المقترح ، وفي الطابق الارضي توجد فيه ساحة لإيواء الزائرين التي تحتوي على خدماتها العامة ، اما المنطقة الثالثة الواقعة بين الروضة الحيدرية و الجهة المطلة على بحر النجف وتسمى حالياً بمدينة الزائرين المقترح هو ايجاد مصلى واسع يرتبط بالحضرة الشريفة من جهة (مسجد الرأس) ، وكذلك تكون هناك مكتبة ومتحف للمرقد الشريف وصحن واسع يمتد من جهة بحر النجف يسمى بـ (صحن فاطمة الزهراء(ع)) ويقع على جانبي الصحن عدد من الصحون التي تحيط بها الاواوين و الاروقة المشابهة في طرازها المعماري ، وتتكون من اربعة طوابق ، فالطابق الارضي و الطابق الاول و التي تضم قاعات وغرف تستخدم لإيواء الزائرين و لتدريس طلبة المعاهد الدينية ، اما الطابق تحت الأرضي فيتكون من طابقين ويستخدمان لأغراض متعددة منها قاعات للمحاضرات ومعارض للكتب وقاعات للأنترنت ومركز للإعلام والنشر وقسم البحوث و الدراسات وقسم الشؤون الإدارية والهندسية وقسم الإرشاد السياحي وقسم الصيانة للمرقد المطهر، والمنطقة الرابعة هي المنطقة الممتدة بين الروضة الحيدرية من جهة باب الطوسي ومقبرة النجف ، فهي تربط المقبرة بالمرقد الشريف كما في الصور(١) و(٢) و(٣).

صورة (١)توسيع مرقد الإمام علي (ع) من جهة صافي صفا



المصدر: الانصاري، رؤوف محمد علي، السياحة في العراق ودورها في التنمية والاعمار، الطبعة الاولى، مطبعة هادي برس ، بيروت ، لبنان ، ٢٠٠٨، ص ٨٠ .

صورة(٢)توسيع مرقد الإمام علي (ع) من جهة الميدان (ساحة الامام علي ع)

المصدر: الانصاري، رؤوف محمد علي ، السياحة في العراق ودورها في التنمية والاعمار، الطبعة الاولى، مطبعة هادي برس ، بيروت، لبنان ، ٢٠٠٨، ص ٨٠ .

صورة(٣) تصميم الطوابق المقترحة للصحن الحيدري الشريف

المصدر: الانصاري، رؤوف محمد علي ، السياحة في العراق ودورها في التنمية والاعمار ، الطبعة الأولى ، مطبعة هادي برس ، بيروت، لبنان ، ٢٠٠٨، ص ٨٠.

وان ذلك المشروع ينفذ على ثلاثة مراحل:

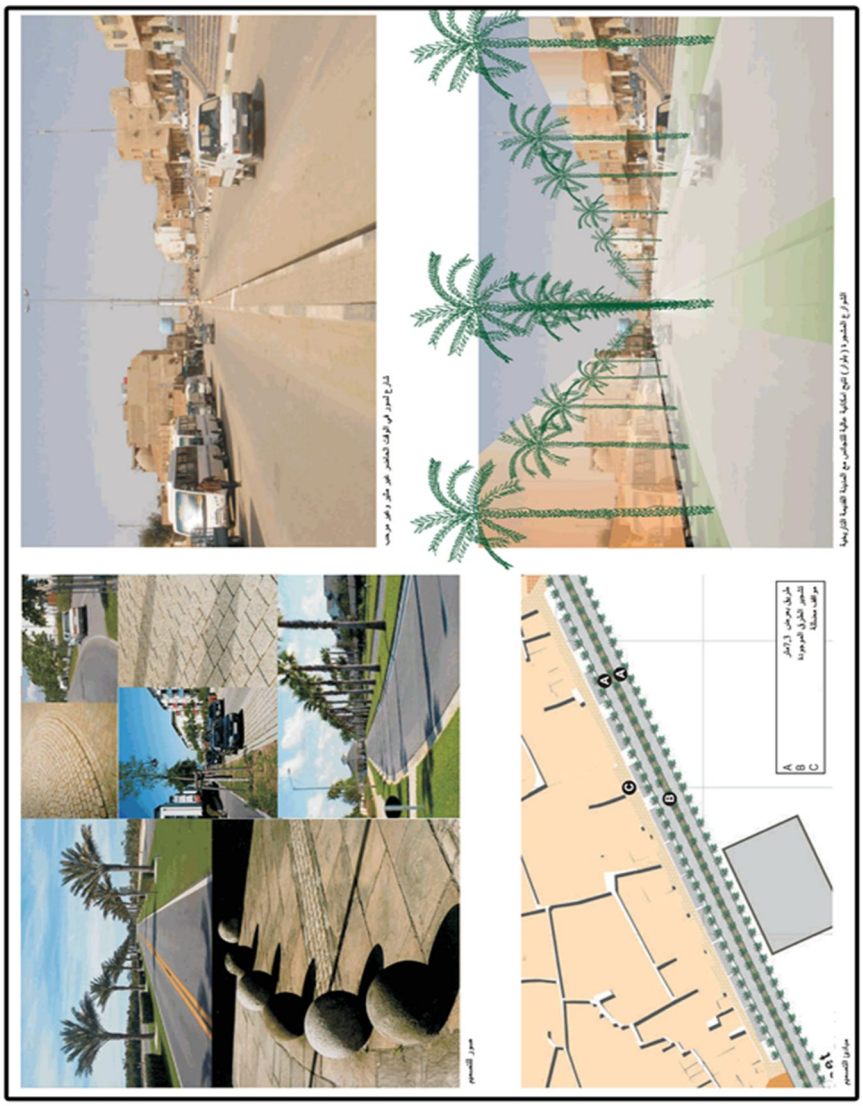
المرحلة الاولى : - تبدأ هذه المرحلة بمنطقة مدينة الزائرين وصحن فاطمة و الصحون الاخرى الملحقة به.

المرحلة الثانية:- توفير أسواق مؤقتة لأصحاب محلات السوق الكبير قبل البدء بتهديمه وتشمل ايضاً المنطقة التي تبدأ من ساحة الإمام علي (ع)(ساحة الميدان) إلى الروضة الحيدرية و المحصورة بين شارعي الامام زين

العابـدين و الامـام الصـادق (ع) بإقامـة صـحن جديـد وعلـى جانبيـه السوقيين الجديدين.

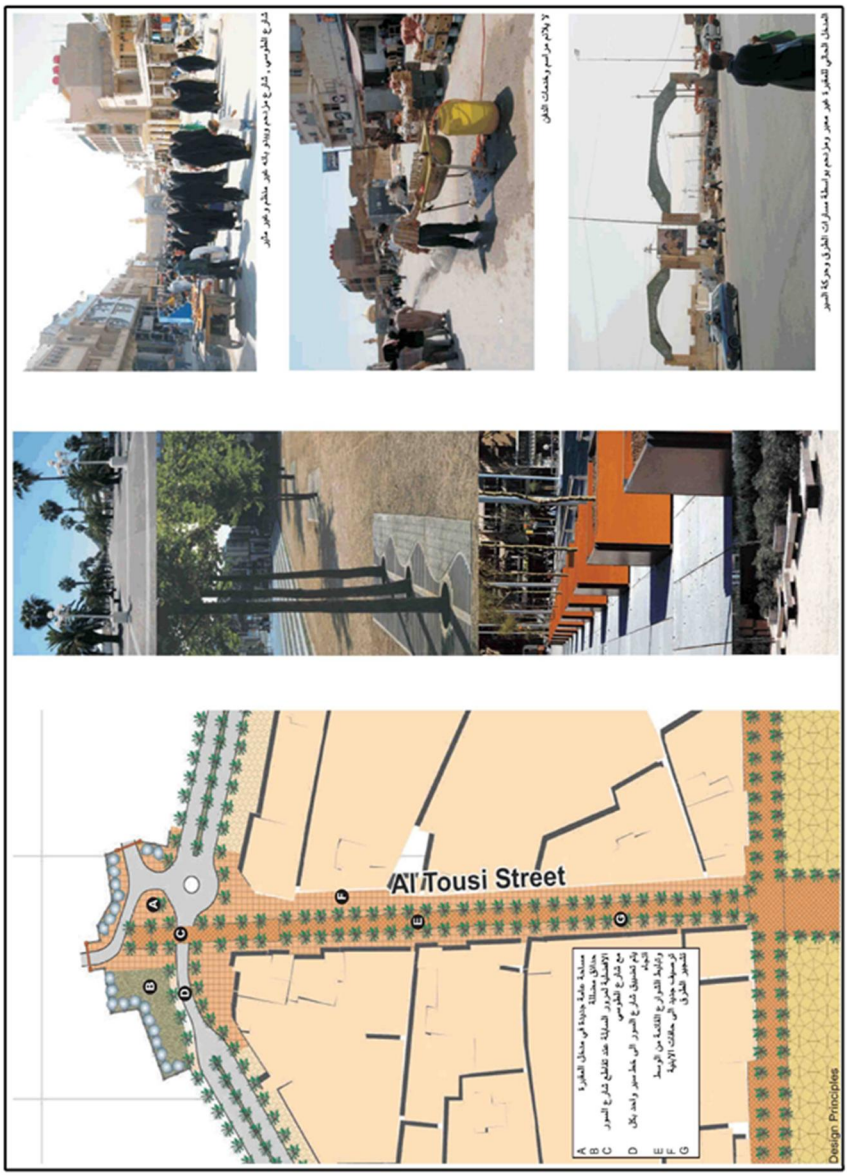
المرحلة الثالثة:- تبدأ بشارع الطوسي وربط المرقد المطهر بالمقبرة كما في الصورة (٤) و(٥).

صورة (٤) تطوير شارع الرابطة



المصـدر: جمهوريـة العـراق، وزارة البلـديات والاشـغال العامـة ، مديريـة التخطـيط العمراني في النجف، التصميم الأساس لمدينة النجف ، شركة المصمم المعماري ADRC ومشاركوه TriBal urbun studie, liewelgn yeango .

صورة (٥) تطوير شارع الطوسي



المصدر: جمهورية العراق، وزارة البلديات والاشغال العامة ، مديرية التخطيط العمراني في النجف، التصميم الاساس لمدينة النجف، شركة المصمم المعماري ADRC ومشاركوه TriBal urbun studie, liewelgn yeango.

ثانيا: مستقبل الخدمات السياحية وسبل تطويرها :-

يتوقف نجاح الخدمات السياحية في منطقة الدراسة على مدى تحقيق حالة الرضا للسائح ، فمهما كان نوع الخدمات السياحية إلا إن درجة الرضا ضعيفة لا يمكن أن تكون جاذبة للسياح الوافدون ، فمنطقة الدراسة تحتوي على (١٦٨) فندقاً سياحياً و(٩٢) فندقاً شعبياً ، وقد بلغ عدد المطاعم السياحية (١٣) والشعبية منها(٦٧) مطعماً ، إلا أن الخدمات السياحية تقاس بجودتها وحسن أدائها ، فتنظيم الموائد في المطاعم تترتب عليها امور عديدة منها(٢٨) :-

يجب أن يكون في المطعم اكثر من شكل وحجم للموائد(دائري- مربع- مستطيل).

٢- سهولة مرور الضيوف و العاملين بين الموائد .

٣- يجب أن تجهز الموائد بقوائم (menu) تحتوي بداخلها على انواع الاطعمة والمشروبات المتوفرة وأسعارها.

٤- ترتيب المأكولات على الموائد حسب اولوياتها في القوائم الموجودة .

كل ذلك من شأنه أن يزيد من جودة الخدمة السياحية للمطعم وتكون حالة الاقبال مستمرة وفي حالة زيادة متواصلة .

ثالثاً:عوامل نجاح الخدمات السياحية(٢٩) :-

مدى تميز الخدمة :- يقصد بتميز الخدمة السياحية مقدار ما تتصف به هذه الخدمات من مزايا غير موجودة في خدمات الدول السياحية المنافسة ، وبمعنى آخر أن يكون للخدمة اسلوب معين أو شكل خاص أو مستوى جودة مرتفع .

طبيعة الخدمة السياحية :- كلما اتصفت الخدمات السياحية بالسهولة واليسر في طريقة تقديمها ، كلما كانت أكثر فائدة وجذباً للسائحين لان السائح يبحث دائماً عن الراحة والهدوء والاستقرار .

أسلوب تقديم الخدمات السياحية :- يهتم السياح عادة بأسلوب تقديم الخدمات السياحية بجانب اهتمامهم بمستوى جودتها ومقدار ما تحققه

لهم من خدمات ومنافع ، فالخدمة السياحية سواء كانت في مجال الاتصالات أو النقل أو الإقامة يجب أن تقدم بأسلوب يليق بمكانة السائح ويتفق مع القواعد او البروتوكولات التي تنظم العمل السياحي بمختلف مجالاته.

وضوح الخدمة السياحية :- يعد وضوح الخدمة السياحية من العوامل المؤثرة في نجاح الخدمات السياحية ، فإن معرفة السياح بأنواع الخدمات المقدمة في مدينة النجف الكبرى ومعرفة مزاياها تسهم في زيادة حالة الاقبال و التوافد .

أسعار الخدمات السياحية :- تعد أسعار الخدمات السياحية ذات تأثير في نجاح الخدمات السياحية ، في منطقة الدراسة فالأسعار المناسبة هي جوهر العمل السياحي الناجح لان السائح دائماً ذو حساسية شديدة ويبحث عن الأفضل وبأسعار مناسبة .

مصادر أفكار تطوير الخدمات السياحية(٣٠) :

هناك نوعان من مصادر الافكار الخاصة بتطوير الخدمات السياحية :-

أ- مصادر داخلية أي في داخل الشركات السياحية التي من شأنها أن تعطي أفكاراً لتطوير العمل السياحي أو لتحسين أداء الخدمات السياحية في الفنادق ، من خلال ابتكار برامج سياحية جديدة تترك أثراً في نفسية السائح ، و تسهم في زيادة حجم الحركة السياحية ، إذ نقترح أن تقوم الشركات السياحية في مدينة النجف الكبرى ، بإنشاء إدارة متخصصة تتولى دراسة السوق السياحية في منطقة الدراسة ، لمعرفة رغبات السياح ومن ثم اقتراح سياسات ضمن برامج سياحية من شأنها أن تزيد من حالة الاقبال للسياح الوافدون (٣١) . وتعتمد آليات الترويج السياحي من خلال الاحتكاك المباشر مع السائح ، ومعرفة انطباعاته عن البرامج السياحية التي تقوم بها الشركة ، وبالتالي يمكن لإدارة التسويق في الشركات السياحية تقديم أفكار جديدة لتطوير الخدمات السياحية .

ب- المصادر الخارجية لأفكار تطوير الخدمات السياحية ، إذ إن تلك المصادر غنية بالأفكار الخاصة بالتطوير وان اصحابها عادة ما تكون لديهم آراء أو تعليقات على

الخدمات السياحية مقارنة مع خدمات الشركات الأخرى ، و تنقل تجارب و خبرات من دول سياحية لكي تضمن نجاح الخدمات المقدمة للسياح واهم تلك المصادر :

عملاء الشركات السياحية :- كثيراً ما يقوم السياح المتعاملون مع الشركة السياحية بالتعبير عن آرائهم وتعليقاتهم عن الخدمات السياحية المقدمة لهم ، وقد تحتوي الشركات السياحية على صندوق للشكاوى فيعبر السائح عن رأيه الشخصي و اقتراحاته.

رابعاً: جامعة الكوفة ودورها في تطوير الخدمات السياحية :- إن جامعة الكوفة تمتلك من المؤهلات العلمية لامتلاكها كوادر متخصصة ، و قد بلغ مجموع الكادر التدريسي في جامعة الكوفة (٢١٠٧) تدريسياً ، و قد بلغ عدد الذكور من التدريسيين (١٤٢٠) تدريسياً ، أما عدد الإناث فبلغ(٦٨٧) تدريسية(٣٢).

فعرض آراء الأساتذة في مؤتمراتها العلمية تكون بمثابة الاسس العلمية التي يمكن الاعتماد عليها ، فعلى سبيل المثال أن يكون في كلية الإدارة و الاقتصاد في جامعة الكوفة قسم للسياحة و إدارة الفنادق يأخذ على عاتقه إعداد كوادر سياحية ، و بإمكان أن تدرس الجغرافيا السياحية في قسم الجغرافيا في كلية الآداب في جامعة الكوفة لتكون هناك مجموعة من الآراء و الأفكار عن تطوير الخدمات السياحية في مدينة النجف الكبرى .

ولم يقتصر تطوير الخدمات السياحية على تلك الآراء و الأفكار ، فحسب بل هناك عوامل أخرى ومنها جمالية تصميم مكان الخدمة السياحي ، وهذا من شأنه أن يزيد من حالة اعجاب السائح ، فالتصميم الداخلي للفندق يعكس نجاح تقديم الخدمة السياحية ، فالشعور بالراحة في داخل الفندق لا يعني وجود أجهزة التدفئة والتبريد و الاطعمة وغيرها من الخدمات فقط وإنما ما يتعلق بتصميم الفندق الذي يؤثر فيه جملة من العوامل منها:

١-**واجهات المباني (المظهر الخارجي)** :- تعد واجهات المباني من العناصر المهمة في تجميل الفنادق ، إذ إن الفنادق السياحية في منطقة الدراسة لم يراعَ فيها نمط التصميم الواحد ، فشارع نجف- كوفة كان لابد من أن يكون بنمط التصميم الواحد لكي

يتميز ذلك الشارع من غيره من الشوارع الأخرى في طبيعة نمط التصميم ، تلك الصفة هي ليست مظهراً جمالياً فحسب ، و إنما حالة من التحضر في نمط البناء ، وهذه وسيلة من وسائل الإغراء للسياح ، فضلاً عن ذلك فإنها تعكس الفن المعماري لمنطقة الدراسة ، وهذا ما ينطبق على الشوارع الاخرى التي توجد فيها الفنادق بكثرة مثل شارع الصادق وزين العابدين والطوسي والرسول وشارع المدينة وغيرها من الشوارع الأخرى .

٢- **التوافق** :- يشير التوازن إلى الانسجام الفني من ناحية الوان السقوف والجدران والاثاث(٣٣) ، وفي مدينة النجف الكبرى قد جرت عمليات تحوير في بعض المنازل وتحولت الى فنادق شعبية ، و البعض منها الى فنادق سياحية ، وهذا لا ينسجم مع معايير التنمية السياحية فلابد من وضع آلية سياحية في عمليات البناء والاعمار تنسجم مع معايير الخدمات السياحية ، يأخذ بنظر الاعتبار المكانة الدينية والتاريخية لمنطقة الدراسة .

خامساً: **استراتيجية الترويج السياحي** :- تعد عملية الترويج السياحي من مهام النشاط التسويقي وبعد دراسة السوق السياحية و جمع المعلومات الميدانية والمكتبية يتم وضع الخطط الترويجية ، والترويج هو التعريف بألشي والحث على استعماله أو الاستفادة منه باستمرار ، وإن الهدف الأساس للترويج السياحي هو التعريف بمقومات الجذب السياحي وحثهم على الاستمتاع وبقاء السياح لمدة أطول ثم تكرار الزيارة مرة أخرى(). ويمكن أن نتناول استراتيجية الترويج السياحي في منطقة الدراسة بالشكل الآتي:

١- **الإعلان (الدعاية السياحية)** :- إن الإعلان السياحي أو ما يسمى أحياناً بالدعاية السياحية هو شكل من أشكال الاتصال بالجماهير وهو عامل مؤثر في الجذب السياحي إلى منطقة الدراسة وتتمثل أهميته السياحية بما يأتي:

أ- حث السياح على شراء الخدمات السياحية في المنطقة .

ب - إقناع السياح بصرف مبالغ اكثر في شراء الخدمات السياحية .

ج- التأثير على السياح لغرض تكرار الزيارة مرة أخرى(٣٤).

٢- **الانترنت** Internet :-

يعد الانترنت من وسائل الترويج السياحي ، إذ يتميز بصفة النشر و الاتصال وهاتين الميزتين أهلت الانترنت ليكون ضمن وسائل الترويج السياحي ليتعرف السائح على المزيد من المعلومات عن المنطقة السياحية ، و في عام ١٩٩٥ بدأ الانطلاق للمستثمرين في نشر إعلاناتهم الاستثمارية نظراً لإمكانية تفاعل المتلقي مع الاعلانات على الشبكة الالكترونية كما أن إحصاء عدد زائري مواقع الاعلانات يكون أكثر دقة لأنها تسجل أوتوماتيكياً وهذا الامر غير متاح في وسائل الاعلام الأخرى ، وعملت بذلك شركة مايكروسوفت تحت اسم (اسفار اكسبيديا) في عام ١٩٩٨ وقد حققت مبيعات (مليوني دولار) اسبوعياً لحجز تذاكر السفر وحجز الفنادق(٣٥).

٣- **الفضائيات التلفزيونية(٣٦)** :- للفضائيات التلفزيونية دور في تحقيق الترويج السياحي لمنطقة الدراسة ، خصوصاً مع انتشار وتنوع القنوات الفضائية وامتداد الارسال في اغلب القنوات على مدى الاربع والعشرين ساعة ، مما الغى الحواجز والمسافات وتعدد اللغات فهذه التقنية تتيح التقاط الارسال باللغة التي يعرفها او لا يعرفها المشاهد مما يكون لها دور في جذب المشاهدين بكثافة عالية . إذ إن عمل قناة فضائية سياحية تعرض فيها الموارد السياحية لمدينة النجف الكبرى لها اهميتها في جذب السياح والمستثمرين .

٤- **اللوحات والملصقات و الخرائط السياحية على جوانب الطرق** :- إن اللوحات الإعلامية الموجودة على جوانب الطرق في مدينة النجف الكبرى لا تمثل معنى سياحي يخدم منطقة الدراسة ، فالكثير من اللوحات تكون غير مناسبة في مواقعها وبالتالي تشكل اثراً سيئاً للمدينة اما الملصقات - وان اغلبها على الجدران وخصوصاً في فترات الحملات الانتخابية - مما يشوه الكثير من الابنية الجميلة ، وحلاً لتلك الاشكالية نقترح ان تكون هناك أمكنة خاصة للحملات الاعلانية توضع فيه تلك الملصقات وموزعة على مداخل المدينة بصورة منتظمة وعلى لوحات خاصة .

٥- **الكتب و الإصدارات الثقافية** :- تأخذ الكتب والإصدارات الثقافية هدفين هما إصدار إعلاني ، أي أسلوب ترويجي لمدينة النجف الكبرى والآخر هو علمي يأخذ

طابع المنهج الاكاديمي ، فيسهم مساهمة فاعلة سواء لسكان منطقة الدراسة أو للسياح الوافدون.

٦- **الإرشاد السياحي** :- للإرشاد السياحي جذور تاريخية قديمة وان فكرته تم ترسيخها في مهام هيئة المتنزهات القديمة بالولايات المتحدة الأمريكية ، وقد اعتقد مبتكروها بوجود أماكن معينة تتميز بالروعة لكي يتم المحافظة عليها ، وهدف الإرشاد السياحي يتطلب نقل او توصيل الاحساس بروعة المكان والتنويه عن تراثه والتأثير الفاعل على السياح .

وعلى هذا الأساس فإن المرشد السياحي يعد سفير البلد أو المدينة السياحية ، ومن خلال المسح الميداني لمنطقة الدراسة اتضح عدم وجود مرشد سياحي بجميع الفنادق السياحية والشعبية وكانت رغبة أصحاب الفنادق بوجود المرشد السياحي ، ليخفف عنهم العبء في تعريف نوع الخدمات المقدمة داخل الفندق وعن واقع حال مدينة النجف الكبرى وطريقة الدخول و الخروج من الفندق ، إذ إن اغلب السياح لا يلتزمون بالموعد المحدد لهم وموعد الزيارة ، فاليوم الأول لزيارة مرقد الامام علي (ع) ، واليوم الثاني زيارة مسجد الكوفة ، و اليوم الثالث لزيارة مسجد السهلة (٣٧) .

الاستنتاجات:

١- يوجد في مدينة النجف عدد كبير من المراقد المقدسة يأتي في مقدمتها مرقد الامام علي (ع) مما كان له الاثر في تطور السياحة الدينية من خلال استقطابها الزائرين من مختلف بقاع العالم.

٢- تمتلك المدينة العديد من الفنادق والمطاعم التي ساهمت بشكل فعال في تقديم الخدمات الى الزائرين الوافدين الى مدينة النجف ، الا ان هذه المؤسسات تختلف في طبيعة تقديمها للخدمات فبعضها سياحي (اي ان خدمتها تعطى وفق معايير محلية او عالمية) واخرى شعبية وهي عكس النوع الاول وهذا الكلام ينطبق حتى على المطاعم ايضا .

٣- هناك العديد من المشاريع التنموية المستقبلية التي تسعى الى توسعة المرقد العلوي الشريف وذلك لزيادة اعداد الزائرين القادمين الى مدينة النجف حتى تتمكن تلك التوسعة الى استيعاب تلك الزيادة ، اضافة الى ذلك هناك العديد من الاليات

الموضوعة من قبل الباحثين للنهوض بالواقع السياحي الديني في المدينة مثل (الاعلانات السياحية ، تسخير الانترنت لخدمة السياحة الدينية ، تسخير القنوات الفضائية لهذا الامر ايضا، ...الخ).

Abstract

Religious tourism in An Najaf City is Considered to be of a great Importance from economic,social and cultural aspects for two reasons.Firstly,it represents a holy place among Muslims in Iraq and the world and secondly,it has a historical and Islamic depth.

This study sheds light on the fundamentals of tourism in An Najaf City,starting with highlighting the status of religious shrines,mainly Imam Ali(peace be upon Him)Holy Shrine and the other religious shrines and institutions.

This paper also has stressed the study of Infrastructure which contributes to the development of tourism in this city.The city provides all services the tourist needs,such as,residency,restaurants,transportation,

Historical sites,markets and etc.

The current study has presented a number of recommendations that would develop tourism in this city.One of which is to improve the infrastructure of the religious institutions and spread education of the importance of religious tourism among locals to attract the attention of the tourists.So,this will revives the economy of the city.

هوامش البحث

(١) ضفاف رياض صالح مهدي العبودي ،الاثار المترتبة على النمو الحضري في مدينة النجف، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية التربية للبنات / جامعة الكوفة (غير منشورة) ، ٢٠١٣،ص٥٩.

(٢) جمهورية العراق ، وزارة التخطيط و التعاون الإنمائي ، الجهاز المركزي للإحصاء و تكنولوجيا المعلومات ، المجموعة الإحصائية السنوية ، بيانات غير منشورة ، ٢٠٠٧ ، ص٩ .

(٣) رؤوف محمد علي الأنصاري ، السياحة في العراق و دورها في التنمية و الأعمار ، الطبعة الأولى ، مطبعة هادي برس ، للنشر و التوزيع بيرت ، لبنان ، ٢٠٠٨ ، ص٩٧.

(٤) نور صبحي عبد الدليمي ، إمكانات مركز قضاء المدائن دراسة في جغرافية السياحة و الترفيه باستخدام الصور الجوية و نظم المعلومات الجغرافية GIS ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية للبنات ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٦، ص١٤.

(٥) مصطفى يوسف كافي ، اقتصاديات السياحة ، الطبعة الأولى ، دار الرضا للنشر ، سوريا ، ٢٠٠٨ ، ص ٥٨ .

(٦) داود أنعام حنا ، ظافر عبد شبر ، دور المكاتب الوطنية في تسويق خدمات المؤسسة العامة للسياحة ، مجلة الإدارة و الاقتصاد ، العدد(٨) ، كلية الإدارة و الاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، ١٩٨٨ ، ص٢٨١. (٧) نور الدين هرمز ، التخطيط السياحي والتنمية السياحية ، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية المجلد (٢٨) ، العدد (٣) ، جامعة تشرين ، اللاذقية ، سوريا ، ٢٠٠٦ ، ص١٤.

(٨) للمزيد من التفاصيل ينظر :

محسن عبد الصاحب المظفر ، مدينة النجف الكبرى دراسة في نشأتها و علاقاتها الإقليمية ، منشورات وزارة الثقافة و الإعلام ، دار الرشيد للنشر ، بغداد ، ١٩٨٢ ، ص٤٩ – ٥٢ .

(٩) علي لفتة سعيد ،الاقليم الوظيفي لمدينة النجف الكبرى ، اطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية الآداب / جامعة بغداد (غير منشورة) ، ٢٠٠٧،ص١٩٠.

(١٠) سميت بهذا الاسم لان مقبرة النجف مجمع وسيع الرقعة لجميع ارواح المؤمنين .

المصدر:- محسن عبد الصاحب المظفر ، وادي السلام في النجف من اوسع مقابر العالم ، مطبعة النعمان ، النجف الاشرف ، ١٩٦٢ ، ص٤٨ .

(١١) محمد احمد الرويثي، جوانب من الشخصية الجغرافية للمدينة المنورة، مجلة المنهل الصادرة في جامعة الملك عبد العزيز – المدينة المنورة، العدد ٤٩٩، ١٩٩٣، ص١٨.

(١٢) كاوتس نيبور ، مشاهدات نيبور في رحلته إلى البصرة سنة ١٧٦٥ م ، ترجمة سعاد العمري ، مطبعة المعرفة ، بغداد ، ١٩٥٥ ، ص٧٧-٧٩ .

(١٣) جعفر الخياط ، المشهدان في رحلة نيبور ، مجلة الايمان ، العددان (١-٢) ، السنة الثانية ، مطبعة القضاء ، النجف ، بلا تاريخ ، ص٤٩ .

(١٤) للمزيد من التفاصيل ينظر ،

جعفر باقر محبوبة، ماضي النجف وحاضرها، ط٢، مطبعة الآداب ، النجف الاشرف ، ١٩٥٨، ص١٢- ١٦.

(١٥) محسن عبد الصاحب المظفر ، مصدر سابق ، ص١٨٣ .

(١٦) نجاح مرزة ابو صبيع ، مقبرة النجف الاشرف (دراسة ميدانية) ، مخطوطة محفوظة لدى المؤلف ، النجف الاشرف، ورقة (٣) .

(❖) شملت الدراسة مرقد الامام علي (ع) ومرقد كميل بن زياد (ع) ومسجد الحنانة (موضع رأس الحسين) فقط وذلك لأهمية هذه المراقد من جهة وكثرة المؤسسات الدينية في المدينة من جهة اخرى.

(١٧) الباحث بالاعتماد على الدراسة الميدانية التي اجريت بتاريخ ١٧-١٨-١٩/١١/٢٠١٦.

(١٨) أحـمد عبد الكـريم كاظـم النجـم ،تحليل جغرافي للإمكانات السياحية و آفاقـها المستقبلية لمدينة النجف الكبرى حتى ٢٠٢٠، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية / جامعة الكوفة (غير منشورة) ، ٢٠٠٩،ص١٢٢.

(١٩) الباحث بالاعتماد على الدراسة الميدانية التي اجريت بتاريخ ٢٠١٦/١١/٢٠.

(٢٠) أحـمد عبد الكـريم كاظـم النجـم ،تحليل جغرافي للإمكانات السياحية و آفاقـها المستقبلية لمدينة النجف الكبرى حتى ٢٠٢٠، مصدر سابق، ص١٣٩.

(٢١) نعيم الظاهر، سراب اليأس ، مبادئ السياحة ، ، الطبعة الأولى ، دار الميسرة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠١ ، ص١٥٢.

(٢٢) مروان أبو رحمة ، و آخرون ، إدارة المنشآت السياحية ، الطبعة الأولى ، دار البركة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠١ ، ص٢١ .

(٢٣) أحـمد عبد الكـريم كاظـم النجـم ،تحليل جغرافي للإمكانات السياحية و آفاقـها المستقبلية لمدينة النجف الكبرى حتى ٢٠٢٠، مصدر سابق، ص٩٣.

(٢٤) الباحث بالاعتماد على الدراسة الميدانية.

(٢٥) الباحث بالاعتماد على الدراسة الميدانية.

(٢٦) سعد عبيد جودة الربيعي ، الخدمات الترفيهية و السياحية في مدينة بغداد دراسة في جغرافية المدن ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة بغداد ، ١٩٩١ ، ص١١٥.

(٢٧) أحـمد عبد الكـريم كاظـم النجـم ،تحليل جغرافي للإمكانات السياحية و آفاقـها المستقبلية لمدينة النجف الكبرى حتى ٢٠٢٠، مصدر سابق، ص١٦١.

(٢٨) الشركة المصرية العامة للسياحة والفنادق ، رئاسة قطاعات التدريب والمعاهد الفندقية ، قطاع المعاهد الفندقية ، ٢٠٠٨ ، ص٢٧.

(٢٩) ماهر عبد الخالق السيسي ، مبادئ السياحة ، الطبعة الاولى ، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ،٢٠٠١ ، ص٢٥٨.

(٣٠) نعيم الظاهر ، سراب الياس ، مبادئ السياحة ، مصدر سابق ، ص٢٦٤.

(٣١) أحـمد عبد الكـريم كاظـم النجـم ،تحليل جغرافي للإمكانات السياحية و آفاقـها المستقبلية لمدينة النجف الكبرى حتى ٢٠٢٠، مصدر سابق، ص١٧٧.

(٣٢) الموقع الالكتروني الرسمي لجامعة الكوفة .

(٣٣) عمار عبد الهادي وآخرون ، إدارة الإيواء ، الطبعة الاولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠١ ، ص١٧٤.

(٣٤) حميد عبد النبي الطائي ، فاعلية التسويق لوكالات السفر والسياحة العاملة في القطر العراقي ، مجلة الإدارة والاقتصاد ، العدد (١٢) ، كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، ١٩٩٠ ، ص٢٢٦.

(٣٥) أحـمد عبد الكـريم كاظـم النجـــم ،تحليل جغرافي للإمكانات السياحية و آفاقـها المستقبلية لمدينة النجف الكـبرى حتى ٢٠٢٠، مصدر سابق، ص١٨٢.

(٣٦) أحـمد عبد الكـريم كاظـم النجـــم ،تحليل جغرافي للإمكانات السياحية و آفاقـها المستقبلية لمدينة النجف الكـبرى حتى ٢٠٢٠، نفس المصدر ، ص١٨٣.

(٣٧) أحـمد عبد الكـريم كاظـم النجـــم ،تحليل جغرافي للإمكانات السياحية و آفاقـها المستقبلية لمدينة النجف الكـبرى حتى ٢٠٢٠، مصدر سابق، ص١٨٥.

قائمة المصادرو المراجع

١- ابو صبيع ، نجاح مرزة، مقبرة النجف الاشرف (دراسة ميدانية) ، مخطوطة محفوظة لدى المؤلف ، النجف الاشرف.

٢- أبو رحمة ، مروان ، و آخرون ، إدارة المنشآت السياحية ، الطبعة الأولى ، دار البركة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠١.

٣- حنا ، داود أنعام ، ظافر عبد شبر ، دور المكاتب الوطنية في تسويق خدمات المؤسسة العامة للسياحة ، مجلة الإدارة و الاقتصاد ، العدد(٨) ، كلية الإدارة و الاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، ١٩٨٨.

٤- كافي ، مصطفى يوسف ، اقتصاديات السياحة ، الطبعة الأولى ، دار الرضا للنشر ، سوريا ، ٢٠٠٨.

٥- سعيد ، علي لفتة ،الاقليم الوظيفي لمدينة النجف الكبرى ، اطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية الآداب / جامعة بغداد (غير منشورة) ، ٢٠٠٧.

٦- عبد الهادي ، عمار وآخرون ، إدارة الإيواء ، الطبعة الاولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠١.

٧- الخياط ، جعفر ، المشهدان في رحلة نيبور ، مجلة الايمان ، العددان (١-٢) ، السنة الثانية ، مطبعة القضاء ، النجف ، بلا تاريخ .

٨- الدليمي ، نور صبحي عبد ، إمكانات مركز قضاء المدائن دراسة في جغرافية السياحة و الترفيه باستخدام الصور الجوية و نظم المعلومات الجغرافية GIS ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية للبنات ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٦.

٩- الربيعي ، سعد عبيد جودة ، الخدمات الترفيهية و السياحية في مدينة بغداد دراسة في جغرافية المدن ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة بغداد ، ١٩٩١.

١٠- الرويثي ، محمد احمد ، جوانب من الشخصية الجغرافية للمدينة المنورة، مجلة المنهل الصادرة في جامعة الملك عبد العزيز – المدينة المنورة، العدد ٤٩٩، ١٩٩٣.
١١- السيسي، ماهر عبد الخالق ، مبادئ السياحة ، الطبعة الاولى ، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ،٢٠٠١ ، ص٢٥٨.
١٢- الطائي ، حميد عبد النبي ، فاعلية التسويق لوكالات السفر والسياحة العاملة في القطر العراقي ، مجلة الإدارة والاقتصاد ، العدد (١٢) ، كلية الإدارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، ١٩٩٠.
١٣- الظاهر ، نعيم ، سراب اليأس ، مبادئ السياحة ، ، الطبعة الأولى ، دار الميسرة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠١.
١٤- العبودي ، ضفاف رياض صالح مهدي ،الاثار المترتبة على النمو الحضري في مدينة النجف، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية التربية للبنات / جامعة الكوفة (غير منشورة) ، ٢٠١٣.
١٥- المظفر ، محسن عبد الصاحب ، مدينة النجف الكبرى دراسة في نشأتها و علاقاتها الإقليمية ، منشورات وزارة الثقافة و الإعلام ، دار الرشيد للنشر ، بغداد ، ١٩٨٢.
١٦- المظفر، محسن عبد الصاحب ، وادي السلام في النجف من اوسع مقابر العالم ، مطبعة النعمان ، النجف الاشرف ، ١٩٦٢.
١٧- محبوبة، جعفر باقر، ماضي النجف وحاضرها، ط٢، مطبعة الآداب ، النجف الاشرف ، ١٩٥٨.
١٨- نيبور، كاوتس ، مشاهدات نيبور في رحلته إلى البصرة سنة ١٧٦٥ م ، ترجمة سعاد العمري ، مطبعة المعرفة ، بغداد ، ١٩٥٥.
١٩- النجـــم ،أحـمد عبد الكـريم كاظـم ،تحليل جغرافي للإمكانات السياحية و آفاقـها المستقبلية لمدينة النجف الكـبرى حتى ٢٠٢٠، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية / جامعة الكوفة (غير منشورة) ، ٢٠٠٩.
٢٠- الأنصاري ، رؤوف محمد علي ، السياحة في العراق و دورها في التنمية و الأعمار ، الطبعة الأولى ، مطبعة هادي برس ، للنشر و التوزيع بيرت ، لبنان ، ٢٠٠٨.
٢١- هرمز، نور الدين ، التخطيط السياحي والتنمية السياحية ، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية المجلد (٢٨) ، العدد (٣) ، جامعة تشرين ، اللاذقية ، سوريا ، ٢٠٠٦.
٢٢- جمهورية العراق ، وزارة التخطيط و التعاون الإنمائي ، الجهاز المركزي للإحصاء و تكنولوجيا المعلومات ، المجموعة الإحصائية السنوية ، بيانات غير منشورة ، ٢٠٠٧.
٢٣- الشركة المصرية العامة للسياحة والفنادق ، رئاسة قطاعات التدريب والمعاهد الفندقية ، قطاع المعاهد الفندقية ، ٢٠٠٨.