التحليل المكاني لخدمات السياحة الدينية في مدينتي النجف والكوفة باستخدام نظم المعلومات الجغرافية (GIS)

أ.م.د. احمد عبد الكريم كاظم النجم
جامعة الكوفة – كلية الادارة والاقتصاد – قسم السياحة
Ahmeda.alkreem@uokufa.edu.iq

المستخلص

إن دراسة الخدمات السياحية والعناية بها تعد من الضرورات الملحة في وقتنا الحاضر ؛ لأنها تشكل العصب الاقتصادي للتنمية السياحية خصوصاً فيما تطّورت من اجل زيادة الجذب السياحي من طريق العناية بجودتها ونوعيتها .

وتعد منطقة الدراسة من المدن العراقية الدينية التي شكلت موروثاً حضارياً ، وتاريخياً، وسياحياً من خلال تعدد وظائفها الحضرية ، وتطورها العمراني ، واصبحت فيما بعد مثالاً للنشاطات والفعاليات السياحية . ومن ابرزها خدمات السياحة الدينية التي ما تزال تمثل ركناً مهماً في تطور اقتصاد المدينة ، ونظراً لأهميتها السياحية واحتضانها لمراقد الاولياء والصالحين وفي مقدمتهم مرقد الامام علي (عليه السلام) ، ومرقد مسلم بن عقيل وهاني بن عروة (عليهم السلام) فضلا عن المساجد مثل مسجد الكوفة ومسجد السهلة ، مما جعلها تمتاز بصفة الاصالة السياحية ،فيتخذ السائح من منطقة الدراسة محلاً مناسباً للتقرب والعبادة . الامر الذي يتطلب توافر حزمة متنوعة من الخدمات السياحية؛ وفي مقدمتها خدمات الفنادق السياحية والشعبية التي تضم خدمات الغرف والأسرة ، فضلاً عن عدد ليالي المبيت . أما خدمات المطاعم السياحية والشعبية التي تختص بتقديم خدمات الطعام والشراب؛ ومختلف الاطباق من الأكلات الشرقية والغربية فقد أخذت تعتمد على عامل المنافسة من خلال نوعية الطعام المقدم للضيوف وجودته وفيما يخص خدمات شركات السفر والسياحة التي تقدم خدماتها مثل حجز الغرف الفندقية ، وقطع تذاكر الطيران ، فضلا عن البرامج السياحية التي تقوم بإعدادها خلال العطل الصيفية ، فتعتمد في ذلك على الترويج السياحي من خلال الإعلان والدعاية السياحية ، وقد تطورت الخدمات الترفيهية مثل خدمات المقاهي ، والمتنزهات ، والحدائق العامة ، وخدمات الاندية الرياضية ، وعلى غرار تلك الخدمات أخذت الجهات المسؤولة عن المراقد الدينية بتقديم خدمات اخرى للسياح الوافدين مثل خدمات الاقامة في الفنادق التابعة لها وخدمات الطعام والشراب، وهذا بالتأكيد ولّد لدى السياح الوافدين الرغبة في التواصل في تكرار الزيارة في اكثر من مرة، وبعبارة اخرى ان هناك طلباً سياحياً حقيقياً بحاجة الى تقديم خدمات متميزة بكفاءة عالية وبجودة متميزة ، وهذا يتحقق من خلال معرفة التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية المتوافرة في المنطقة ثم معرفة مراكز الثقل الخدمية من أجل الكشف عن مواضع الخلل والضعف ليتسنى لأصحاب القرار في المنشآت السياحية من معالجة نواحي القصور وتقوية نقاط القو ة

الكلمات

Spatial analysis of religious tourism services in the cities of Najaf and Kufa using geographic information systems GIS

Abstract

The study of tourism services and care is one of the most urgent necessities of the present day, as it constitutes the economic nerve of tourism development, especially as it was developed .in order to increase the attraction of tourism by way of care of quality and quality

The study area is one of the religious cities of Iraq, which constituted a cultural, historical and tourist heritage through its multiple urban functions and urban development. It became an example of tourism activities and events. The most important of these are the religious tourism services, which are still an important pillar in the development of the city's economy, due to its importance to tourists and its embrace of the tombs of the faithful and the righteous, especially the shrine of Imam Ali (peace be upon him), the shrine of Muslim bin Aqeel and Hani bin Erwa

Kufa and Masjid al-Sahla, which made it as a tourist attraction. The tourist from the study area is a suitable place to approach and worship. Which requires the availability of a variety of tourist services; foremost of which are tourist and popular hotel services that include room and family services, as well as the number of nights. The catering services are popular and popular for food and drink services. The various dishes of Eastern and Western cisine have been based on the competition factor through the quality of food provided to guests and quality and the services of travel and tourism companies that provide services such as hotel reservations, On the tourism programs that are prepared during the summer holidays, depending on the promotion of tourism through advertising and tourism advertising, has developed entertainment services such as cafes, parks, parks, and services of sports clubs, and style The services provided by the authorities responsible for the religious shrines provide other services to tourists, such as accommodation services in its hotels and services of food and drink, and this was certainly born to tourists wishing to communicate in the repetition of the visit in more than once, in other words that there is a real tourist demand needs to Providing distinguished services with high efficiency and quality. This is achieved by knowing the geographical distribution of tourism services available in the region and then knowing the centers of gravity in order to detect the areas of imbalance and weakness so that the decision makers in the tourism establishments can address the areas of Photos and strengthen the strengths

Key words: tourism, religious tourism, tourism services, tourism concentration

المقدمة :

إن دراسة الخدمات السياحية والعناية بها تعد من الضرورات الملحة في وقتنا الحاضر ؛ كونها تشكل العصب الاقتصادي للتنمية السياحية خصوصاً اذا تطّورت من اجل زيادة الجذب السياحي من طريق العناية بجودتها ونوعيتها .

وتعد منطقة الدراسة من المدن العراقية الدينية التي شكلت موروثاً حضارياً ، وتاريخياً، وسياحياً من خلال تعدد وظائفها الحضرية ، وتطورها العمراني ، واصبحت فيما بعد مثالاً للنشاطات والفعاليات السياحية . ومن ابرزها خدمات السياحة الدينية التي ما تزال تمثل ركناً مهماً في تطور اقتصاد المدينة ، ونظراً لأهميتها السياحية واحتضانها لمراقد الاولياء والصالحين وفي مقدمتهم مرقد الامام علي (عليه السلام) ، ومرقد مسلم بن عقيل وهاني بن عروة (عليهم السلام) فضلا عن المساجد مثل مسجد الكوفة ومسجد السهلة ، مما جعلها تمتاز بصفة الاصالة السياحية ،فيتخذ السائح من منطقة الدراسة محلاً مناسباً للتقرب والعبادة . الامر الذي يتطلب توافر حزمة متنوعة من الخدمات السياحية؛ وفي مقدمتها خدمات الفنادق السياحية والشعبية التي تضم خدمات الغرف والأسرة ، فضلاً عن عدد ليالي المبيت . أما خدمات المطاعم السياحية والشعبية التي تختص بتقديم خدمات الطعام والشراب؛ ومختلف الاطباق من الأكلات الشرقية والغربية فقد اخذت تعتمد على عامل المنافسة من خلال نوعية الطعام المقدم للضيوف وجودته وفيما يخص خدمات شركات السفر والسياحة التي تقدم خدماتها مثل حجز الغرف الفندقية ، وقطع تذاكر الطيران ، فضلا عن البرامج السياحية التي تقوم بإعدادها خلال العطل الصيفية ، فتعتمد في ذلك على الترويج السياحي من خلال الاعلان والدعاية السياحية ، وقد تطورت الخدمات الترفيهية مثل خدمات المقاهي ، والمتنزهات ، والحدائق العامة ، وخدمات الاندية الرياضية ، وعلى غرار تلك الخدمات اخذت الجهات المسؤولة عن المراقد الدينية بتقديم خدمات اخرى للسياح الوافدين مثل خدمات الاقامة في الفنادق التابعة لها وخدمات الطعام والشراب، وهذا بالتأكيد ولّد لدى السياح الوافدين الرغبة في التواصل في تكرار الزيارة في اكثر من مرة، وبعبارة اخرى ان هناك طلباً سياحياً حقيقياً بحاجة الى تقديم خدمات متميزة بكفاءة عالية وبجودة متميزة ، وهذا يتحقق من خلال معرفة التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية المتوافرة في المنطقة ثم معرفة مراكز الثقل الخدمية من اجل الكشف عن مواضع الخلل والضعف ليتسنى لأصحاب القرار في المنشآت السياحية من معالجة نواحي القصور وتقوية نقاط القوة .

اولاً مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث في طرح التساؤلات الاتية :

١- ما الخدمات السياحية في مدينتي النجف والكوفة ؟
٢- لماذا تتركز خدمات السياحة الدينية في مدينتي النجف والكوفة ؟
٣- كيف يمكن تحليل التركز الخدمي السياحي في مدينتي والنجف والكوفة؟

ثانياً فرضية البحث :

تكمن فرضية البحث في الاجابة على التساؤلات الواردة في مشكلة البحث وبالشكل الآتي :

١- تتمثل الخدمات السياحية بخدمات الفنادق والمطاعم السياحية والشعبية وخدمات شركات السفر والسياحة فضلاً عن الخدمات الترفيهية .
٢- تعد مدينتي النجف والكوفة من المدن الدينية التي تمتاز بمقومات الجذب السياحي الديني ، لما تحتويه من مراقد ومزارات دينية .

٣- إن عملية تحليل التركز الخدمي في مدينتي النجف والكوفة يتطلب استعمال بعض التقنيات الحديثة خصوصاً في مجال نظم المعلومات الجغرافية (GIS).

ثالثاً هدف البحث :

١- يهدف البحث الى تحليل التركز الخدمي السياحي في منطقة الدراسة باستعمال التقنيات الحديثة في برنامج نظم المعلومات الجغرافية عن طريق الاداة (Kernel Density) .

٢- بيان حالة التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ومدى ارتباطها في مناطق معينية في منطقة الدراسة فضلا عن دراسة اسباب التركز الخدمي وتحليل العوامل التي أدت إلى هذا التركز من الخدمات السياحية.

رابعاً المفاهيم والمصطلحات ذات العلاقة بالبحث :

١- **السياحة :** تعرف السياحة على أنها مجموعة الظواهر و الأنشطة البشرية والعلاقات التي تتولد نتيجة انتقال الاشخاص انتقالاً وقتيا الى مكان خارج اقامتهم الدائمة لأي غرض كان عدا العمل ، او انها النشاط الانساني الذي يعبر عن حركة انتقال الافراد من مكان الى اخر لأغراض متعددة غير أغراض العمل وبصورة مؤقتة إذ لا تقل عن ٢٤ ساعة ولا تزيد عن سنة (القريشي ، ،٢٠٠٦ ، ص١١) .

٢- **السياحة الدينية :** هي زيارة بعض الأماكن الدينية للتبرك مثل زيارة الأضرحة الدينية ، أو لأداء واجب ديني مثل الحج ، فهي حاجة نفسية وروحية واجتماعية كامنة في الفرد يتم اشباعها من خلال زيارته للمراكز الدينية وأداء الشعائر فيها ، ويظهر طبيعة الدافع الروحي بين الزائر والعتبة الدينية من خلال الحاجة المستمرة للاتصال الروحي بالخالق عز وجل ، أذ يعد هذا الاتصال من الضروريات والحاجات الاساسية في حياة الانسان (دريول،٢٠٠٢، ص٢٦) .

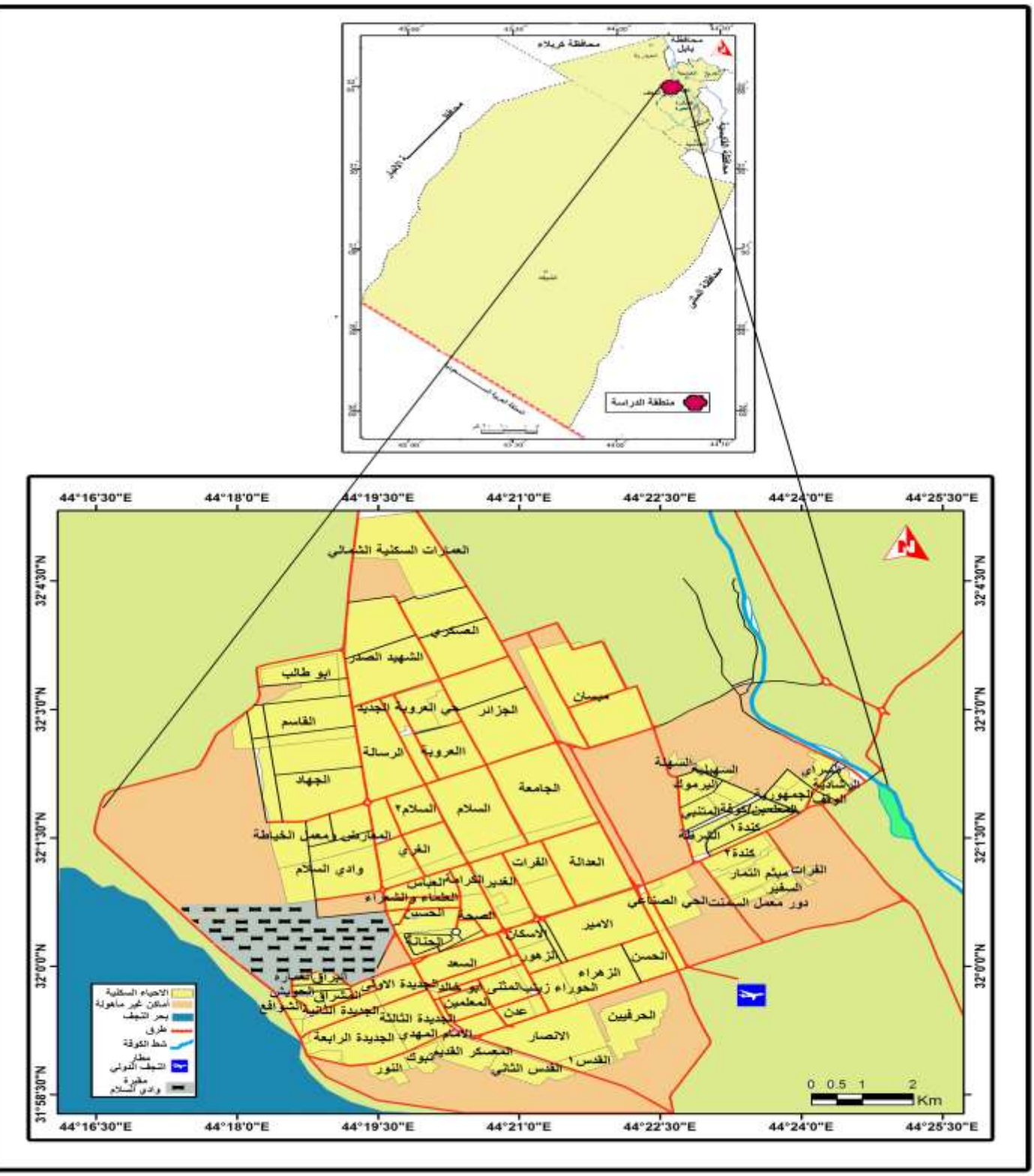
٣- **الخدمات السياحية :** هي مجموعة من الأعمال التي تؤمن للسياح الراحة والتسهيلات عند شراء او استهلاك الخدمات والبضائع السياحية خلال وقت سفرهم او خلال اقامتهم في المرافق السياحية بعيداً عن مكان سكنهم الأصلي ، وتتضمن الفنادق السياحية والشقق والدور والمطاعم السياحية وخدمات النقل السياحي فضلاً عن شركات السفر والسياحة (علي ، ٢٠٠٧ ، ص١٩).

٤- **التركز السياحي :** يقصد بالتركز السياحي وجود عدة خدمات سياحية في منطقة معينة تفوق حصتها الخدمية مما يؤدي الى خلل في اداء الوظيفة الخدمية بسبب التزاحم غير المتناغم مع استعمالات الارض الحضرية ، ومن اهم العوامل التي تساعد على ظهوره تحسن الوضع الاقتصادي للسكان ويقاس بعدد المشاريع الخدمية.

خامساً الحدود المكانية والزمنية للدراسة:

تتحدد منطقة الدراسة بموضع مدينتي النجف والكوفة ، وبلغ عدد الاحياء السكنية (٧١) حياً منها (٥١) حياً في مدينة النجف الاشرف و (٢٠) حياً سكنياً في مدينة الكوفة ،وقد شكلت المدينتين الجزء السياحي المهم من محافظة النجف ، فهي تمثل مركزاً سياحياً دينياً على مستوى العالم الاسلامي،نظراً لاحتضانها مرقد الامام علي (عليه السلام) ومراقد الاولياء والصالحين ، اذ تبلغ مساحتها (٩٦٥١) هكتاراً ، ومن الناحية الفلكية تقع منطقة الدراسة بين خطي طول (30^{o} ١٦ ٤٤ - 30^{o} ٢٥ ٤٤) شرقاً ، وبين دائرتي عرض (30^{o} ٤ ٣٢ - 30^{o} ٥٨ ٣١) فهي تقع في اقصى الشمال والشمال الشرقي من محافظة النجف ، اذ تحدها من جهة الشمال والشمال الشرقي ناحية العباسية والحرية ، ومن جهة الجنوب قضاء المناذرة والمشخاب ومن جهة الشمال ناحية الحيدرية ، ومن الجهة الجنوبية ناحية الشبكة ، اما موقعها الجغرافي من حيث المحافظات العراقية، اذ تحدها من الشمال والشمال الشرقي محافظة القادسية وبابل وكربلاء ، ومن جهة الشمال الغربي محافظة الأنبار؛ ومن جهة الجنوب الشرقي محافظة المثنى كما في الخريطة (١) وستغطي هذه الدراسة المدة الزمنية الممتدة منذ عام (٢٠٠٣- ٢٠١٦)

الخريطة (١)
الموقع الجغرافي لمنطقة الدراسة من محافظة النجف الاشرف



المصدر بالاعتماد على: جمهورية العراق ، وزارة البلديات والاشغال العامة , مديرية التخطيط العمراني في محافظة النجف الاشرف , شعبة التصاميم , ٢٠١٦.

سادسا تطور الخدمات السياحية في مدينتي النجف والكوفة :

تميزت مدينتي النجف والكوفة بحالة الانفتاح الحضاري والثقافي والسياحي على مختلف دول العالم السياحية ، وقد عمل سكان منطقة الدراسة على بناء الفنادق السياحية ، إذ تحولت معظم الدور السكنية في المدينة القديمة الى فنادق سياحية ، ولم يقتصر ذلك على المدينة القديمة، بل ظهرت الفنادق السياحية في الاحياء السكنية مثل حي الامير، والسعد، والمثنى ، والعدالة، نتيجة

لزيادة حجم الحركة السياحية الوافدة على منطقة الدراسة، فضلاً عن ارتفاع نفقات السياح الوافدين ، اذ كان سعر الغرفة الفندقية ولمدة ثلاث سنوات تصل إلى (٣٥) دولاراً للسائح الايراني الواحد، وهذا شجع في تطور مختلف الخدمات ذات الصلة بالخدمات السياحية مثل تطور خدمات المطاعم السياحية حسب طبيعة الأكلات المقدمة؛ وكذلك تطور الخدمات المصرفية، والخدمات الترفيهية، وخدمات طرق النقل، وخصوصاً ما يتعلق بالنقل الجوي إذ كان افتتاح مطار النجف الاشرف الدولي في عام ٢٠٠٨ أحد المؤشرات السياحية في منطقة الدراسة.

بلغ عدد الفنادق السياحية خلال عام ٢٠٠٣ على (٩٣) فندقاً سياحياً ، وعدد العاملين بلغ(٧٢٤) عاملاً وبلغ عدد السياح الوافدين (٣٨٧٥١٦) سائحاً على حين بلغ عدد ليالي المبيت (٨٩٦٦٦٦)سريراً/يوم وانخفض عدد الفنادق السياحية خلال عام ٢٠٠٤ ليصل الى (٥٦) فندقاً سياحياً وان سبب هذا الانخفاض في عدد الفنادق راجع الى تدهور الظروف الامنية التي سادت البلاد بصورة عامة ومنطقة الدراسة بصورة خاصة ، وعام ٢٠٠٥ بلغ عدد الفنادق السياحية (٨٤) فندقاً سياحياً وبزيادة (٢٨) فندقاً سياحياً عن عام ٢٠٠٤ وبلغ عدد المشتغلين في الخدمات الفندقية (٦٨٧) عاملاً ؛وبلغت مجموع الاجور والمزايا المدفوعة لهم (٦٩٥٠٦٥) الف دينار، على حين بلغ عدد السياح الوافدين (٣٧٨٧١٦) سائحاً وعدد ليالي المبيت (٧٦٩٩٢١) سريراً/يوم ، لقد بدأت الزيادة في عدد الفنادق السياحية منذ عام ٢٠٠٨ اذ بلغت (١١٢) فندقاً سياحياً وبزيادة (١٨) فندقاً عن عام ٢٠٠٧ ، وقد بلغ عدد المشتغلين(٧٣٦) عاملاً ، وبلغت مجموع الاجور والمزايا المدفوعة لهم (٤٥٢٩) الف دينار وعدد السياح الذين استعملوا المنشآت الفندقية (٥٩٨٢٣١) سائحاً ،على حين بلغت عدد ليالي المبيت (٥٩٢٣٢١) سريراً/يوم

وقد ارتفع عدد الفنادق السياحية في عام ٢٠٠٩ ليصل إلى (١٢٧) فندقاً سياحياً وبزيادة (١٥) فندقاً وقد ارتفع معها عدد ليالي المبيت لتبلغ (١٨٦٠٦١٩) سريراً/يوم ، وفي عام ٢٠١٢ ارتفع عدد الفنادق ليصل الى (١٨٩) فندقاً وبزيادة (٨٥) فندقاً سياحياً عن عام ٢٠١١ وقد رافق ذلك ارتفاعاً في عدد المشتغلين بالخدمات الفندقية لتصل الى (١٢٠٩) عاملاً، وقد بلغت مجموع الاجور والمزايا المدفوعة لهم (٣٧٦٢) الف دينار ، على حين بلغ مجموع السياح الوافدين الذين استعملوا المنشآت الفندقية (٩٨٦٩٨٢) سائحاً، وعدد ليالي المبيت (٢٢٠٣٨١٠)سريراً/يوم ، حتى بلغ عدد الفنادق السياحية في عام ٢٠١٥ (٢٤٧) فندقاً سياحياً وبزيادة (١٦) فندقاً سياحياً عن عام ٢٠١٤ وارتفع عدد العاملين في الفنادق السياحية الى (١٠٣٣) وارتفعت معها الليالي الفندقية(٤٣٤٤٥٦٤) سريراً/ يوم وقد بلغت خلال عام ٢٠١٦ (٢٩٥) فندقاً سياحياً وهي مقسمة على قسمين: الاول الفنادق السياحية العاملة و تقع بمجملها في المدينة القديمة، و بلغ عددها(٢٠٣) فندقاً سياحياً منها (٧) فنادق من الدرجة الاولى ، و(٥١) فندقاً من الدرجة الثانية؛ و(٥٩) فندقاً من الدرجة الثالثة ، و(٤٤) فندقاً من الدرجة الرابعة ، و(٤٢) فندقاً من الدرجة الخامسة (الفنادق الشعبية) ،اما عدد الفنادق المتوقفة عن العمل بلغت (٩٢) فندقا منها فندقان من الدرجة الاولى ، و(٤٩) فندقاً من الدرجة الثانية، و(٣٦) فندقاً من الدرجة الثالثة ، و(٥) فندقاً من الدرجة الرابعة كما في الجدول (١) .

الجدول (١)

عدد الفنادق السياحية وعدد المشتغلين ومجموع الاجور وعدد السياح وعدد ليالي المبيت سرير / يوم في منطقة الدراسة للمدة (٢٠٠٣-٢٠١٦)

السنة	عدد الفنادق	عدد المشتغلين	مجموع المزايا والاجور (مليون دينار)	عدد السياح	عدد ليالي المبيت(سرير/ يوم)
٢٠٠٣ [١]	93	٧٢٤	٤٣٣٩٤٥	٣٨٧٥١٦	896666
٢٠٠٤ [٢]	٥٦	٣٦٧	١٤٨٨٤٥	١١٣٠٣٤	297478
٢٠٠٥ [٣]	٨٤	٦٨٧	٦٩٥٠٦٥	٣٧٨٧١٦	٧٦٩٩٢١
٢٠٠٦ [٤]	٩٨	٥٣٧	٨٧٣٤٩٥	٥٥٦٥٠٢	1394890
٢٠٠٧ [٥]	٩٤	٦٣١	١٢٣٦٣٥٥	٥٨١٠٧٥	1398194
٢٠٠٨ [٦]	١١٢	٧٣٦	٤٥٢٩	٥٩٨٢٣١	٥٩٢٣٢١
٢٠٠٩ [٧]	١٢٧	١١٢١	٣٢٢٢	٦٧٧٤٥٨	١٨٦٠٦١٩
٢٠١٠ [٨]	119	١١٢٢	٣٤١٣	٧٨٠٠٩٨	٣٠٩١٠٨١
٢٠١١ [٩]	١٠٤	٧٩١	٢٩٨٥	٥٥٣٧٥٩	١٥٢١٠٨٠
٢٠١٢ [١٠]	189	١٢٠٩	٣٧٦٢	٩٨٦٩٨٢	٢٢٠٣٨١٠
٢٠١٣ [١١]	214	١٢٧٢	٥٥٣٢	١٢٥٥١٣٦	٣٤٨٤٨٠٤
٢٠١٤ [١٢]	٢٣١	١١٨٩	٥١٢١	١٣٢١٢١٢	٣٧٨٩٢١٩
٢٠١٥ [١٣]	٢٤٧	١٠٣٣	٤١٤١	٤٩٠٦٣٢	٤٣٤٤٥٦٤
٢٠١٦ [١٤]	٢٩٥	١٣٤٥	٤٩٢٥	٥٩٥٨٠١	٦٧٨٢١٩٢

المصدر :
١- الجمهورية العراقية ،وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، المجموعة الاحصائية السنوية لعام ٢٠٠٣، مطبعة الجهاز المركزي للإحصاء ، بغداد ، ص١٥٠، ص١٥٢.
٢- الجمهورية العراقية ،وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، المجموعة الاحصائية السنوية لعام ٢٠٠٤، مطبعة الجهاز المركزي للإحصاء ، بغداد ، ص٥٤٣ ، ص٥٤٧ .
٣- الجمهورية العراقية ،وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، المجموعة الاحصائية السنوية لعام ٢٠٠٥، مطبعة الجهاز المركزي للإحصاء ، بغداد ، ص٥٤٢، ص٥٤٦ .
٤- الجمهورية العراقية ،وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، المجموعة الاحصائية السنوية لعام ٢٠٠٦، مطبعة الجهاز المركزي للإحصاء ، بغداد ، ص٤٤٦، ص٤٤٨ .
٥- الجمهورية العراقية ،وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، المجموعة الاحصائية السنوية لعام ٢٠٠٧، مطبعة الجهاز المركزي للإحصاء ، بغداد ، ص٤٤٣
٦- جمهورية العراق ، وزارة الثقافة والسياحة والاثار ، هيئة السياحة في محافظة النجف الاشرف ، شعبة التخطيط والمتابعة، بيانات غير منشورة ، ٢٠٠٨.
٧- جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، دائرة احصاءات التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لسنة ٢٠٠٩ ، ص٤، ص١٨.
٨- جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، دائرة احصاءات التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لسنة ٢٠١٠ ، ص٤، ص١٨ .
٩- جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، دائرة احصاءات التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لسنة ٢٠١١ ، ص٦، ص٢٠ .
١٠- جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، دائرة احصاءات التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لسنة ٢٠١٢ ، ص٥، ص١٩.
١١- جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، دائرة احصاءات التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لسنة ٢٠١٣ ، ص٦، ص٣٠.
١٢- جمهورية العراق ، وزارة الثقافة والسياحة والاثار ، هيأة السياحة في محافظة النجف الاشرف ، شعبة التخطيط والمتابعة، بيانات غير منشورة ، ٢٠١٤.
١٣- جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، دائرة احصاءات التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لسنة ٢٠١٥ ،ص٦
١٤- جمهورية العراق ، وزارة الثقافة والسياحة والاثار ، هيأة السياحة في محافظة النجف الاشرف ، شعبة التخطيط والمتابعة، بيانات غير منشورة ، ٢٠١٦.

اتخذت بعض المطاعم الشوارع التجارية مثل مطعم الروان السياحي ومطعم طنجرة على حين توزعت مطاعم الدرجة الثانية على شارع أبو صخير وخان المخضر وشارع الروان ، اذ يرتادها معظم السكان والسياح خصوصاً خلال المناسبات والاحتفالات الرسمية وغير الرسمية

اما الصنف الثاني من المطاعم في منطقة الدراسة فهي المطاعم الشعبية والتي بلغ عددها (١٣٦) مطعماً شعبياً والتي صنفت على ثلاثة اصناف ، الصنف الاول هي المطاعم المتخصصة وتسمى بهذا الاسم نسبة الى تخصصها وشهرتها في طريقة تحضير وتقديم الاطعمة وقد بلغ عددها (٣٩) مطعماً متخصصاً توزعت على المناطق التجارية والترفيهية ضمن منطقة الدراسة، اما الصنف الثاني من المطاعم الشعبية فهي مطاعم البيتزا والتي بلغ عددها (٤٥) مطعماً شعبياً اذ توزعت على المناطق التجارية مثل شارع الروان وشارع نجف - كوفة وشارع حي الغدير وشارع الكورنيش، اما الصنف الثالث من المطاعم الشعبية هي مطاعم المأكولات السريعة اذ بلغ عددها (٥٢) مطعماً وعادة ما تضم الكافتيريا والاكشاك وبعض المأكولات الجاهزة المنتشرة على الشوارع المؤدية الى مرقد الامام علي (عليه السلام)هي شارع الرسول، وشارع الصادق، وشارع السور، وشارع الكورنيش (شط الكوفة).

تُعد خدمات شركات السفر والسياحة من الخدمات السياحية المهمة كونها المفتاح الاساس في انتقال السياح وممارسة الفعاليات السياحية المختلفة (الدينية والثقافية والعلاجية والرياضية) سواء كانوا من سكان منطقة الدراسة ام من خارجها ، وان تعدد شركات السفر والسياحة في المنطقة ادى الى ظهور المنافسة فيما بينها من حيث طبيعة البرامج المقدمة ومستوى الاسعار، ومعدل الاقامة ومستوى وجبات الاطعمة ، اذ يبحث معظم السياح على مستوى ملائم من حيث الاسعار وعلى مستوى عالٍ من الراحة من حيث وسائل النقل المتوافرة في الشركة السياحية ، ويوضح الجدول (٢) تطور شركات السفر والسياحة في منطقة الدراسة اذ بلغت في عام ٢٠٠٣ شركة سياحية واحدة ولها مكاتب فرعية نظراً لقلة عملها في بداية الامر وبدأ عددها يزداد بصورة مستمرة نظراً لافتتاح مطار النجف الاشرف الدولي في عام ٢٠٠٨ اذا بلغ عدد الشركات السياحية (٢٦) شركة وقد زاد عددها خلال عام ٢٠١٤ رغم الاحداث الامنية التي مر بها البلد ، اذ بلغ عددها (٢٩) شركة سياحية ، وفي عام ٢٠١٥ بلغ عددها (٣٣) شركة سياحية ، الى ان وصل عددها في عام ٢٠١٦ الى (٤٦) شركة سياحية كما في الشكل (١) ، وتوجد عدة انواع من شركات السفر هي:

أ- **شركات السفر الخاصة للطيران :** يختص هذا النوع من الشركات السياحية برحلات الطيران عن طريق مطار النجف الأشرف الدولي، وذلك إما عن طريق برامج سياحية معدة لهذا الغرض تشمل النقل والاقامة وضمن اسعار معينة ، وفي اغلب الاحيان تنشر العروض السياحية على مواقع الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي .

ب- **شركات السفر الخاصة بالترفيه:** يشمل هذا النوع من الشركات بالرحلات الترفيهية الداخلية مثل الرحلات الى الاهوار وحدائق بابل وشمال العراق ، ولدى هذه الشركات برامجها الخاصة في الاعلان عنها خصوصاً في العطل الصيفية ومناسبات الاعياد والاحتفالات الخاصة .

ت- **شركات السفر الخاصة بالزيارات الدينية :** تعمل بعض شركات السفر ببرامج دينية تخصصية في نقل وإيواء السياح في زيارة الأماكن الدينية المقدسة مثل الحج والعمرة وزيارة بعض المراقد الدينية خارج العراق . هذا ان دل على شيء فانه

يدل على تطور حجم الحركة السياحية في منطقة الدراسة سواء من سكان منطقة الدراسة ام من خلال السياح الوافدين إلى منطقة الدراسة .

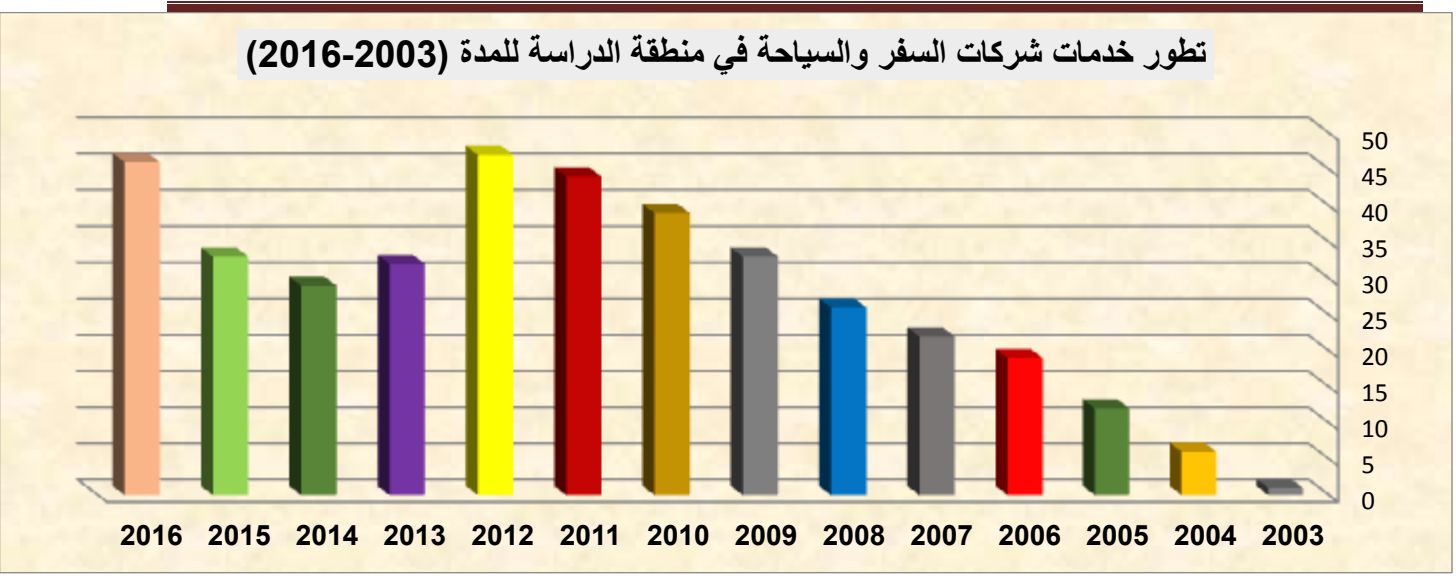
الجدول (٢)
تطور شركات السفر والسياحة في منطقة الدراسة للمدة (٢٠٠٣-٢٠١٧)

ت	السنة	عدد الشركات السياحية	السنة	عدد الشركات السياحية
	٢٠٠٣	١	٢٠١٠	٣٩
	٢٠٠٤	٦	٢٠١١	٤٤
	٢٠٠٥	١٢	٢٠١٢	٤٧
	٢٠٠٦	١٩	٢٠١٣	٣٢
	٢٠٠٧	٢٢	٢٠١٤	٢٩
	٢٠٠٨	٢٦	٢٠١٥	٣٣
	٢٠٠٩	٣٣	٢٠١٦	٤٦

المصدر:

١- جمهورية العراق ، وزارة السياحة والاثار ، هيأة السياحة في محافظة النجف الاشرف ، شعبة التخطيط والمتابعة ، بيانات غير منشورة
٢ -الدراسة الميدانية بتاريخ ٢٠١٦/١١/٥

الشكل (١)



المصدر: بيانات الجدول (٢)

خدمات السياحة الدينية في مدينتي النجف والكوفة:

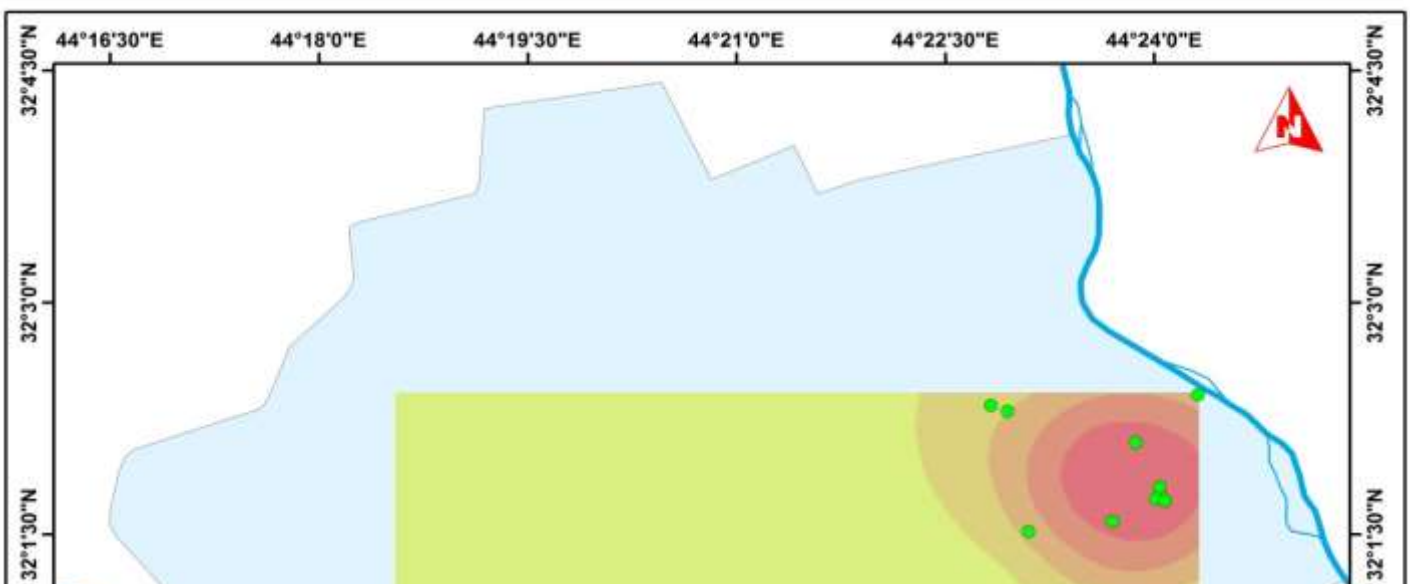
يعد تحليل بردر ،لصواهر النقطية من التحليلات الاحصائية التي تعنى بحساب البيانات النقطية بطريقة سلاسل هرمية منحنية ، تعطى لأعلى الكثافات نواة تتضاءل مع تزايد المسافة بين النقاط ، وتُستعمل هذه الطريقة الاحصائية للكشف عن مناطق أعلى التركزات واقلها، ومن خلالها يمكن استقراء وتحليل الأشكال الناتجة في الخريطة وقد استُعملت هذه الاداة من اجل استخراج تركز الخدمات السياحية بهيأة نقاط ، فتظهر الاداة التركز الاكثر على هيأة حلقات تحيط بتجمعات الخدمات المدروسة وتمتاز هذه الاداة بالدقة والواقعية، وان هذا الاختبار الاحصائي يقوم بحساب كثافة النقاط حول نقطة المركز وتكون القيمة الأعلى عند المركز و تتناقص بالابتعاد عنه ،و يعبر عن مناطق التركز بـ(القمة) التي تشير الى مناطق التركز الأكثر ثم تتدرج نحو الاقل كثافة وأنتشاراً ، إن هذا الاسلوب يكشف لنا مدى ارتباط الخدمات السياحية بمواقعها الجغرافية بهيأة قمم مكانية عن طريق استعمال الاداة (Kernel Density) في نظم المعلومات الجغرافية (GIS) ، اذ توضح التدرجات اللونية خاصية التركز للخدمات السياحية وكما يأتي :

١- التركز الخدمي للمراقد والمساجد ومقامات الاولياء والصالحين:

توضح الخريطة (١) كثافة تركز المراقد الدينية باستعمال الاداة (Kernel Density) ويتضح منها وجود قمتين ، اذ شملت القمة الاولى على (٩) مراقد دينية في مدينة الكوفة هي مسجد الكوفة المعظم ومرقد مسلم بن عقيل ومرقد هاني ابن عروة ومرقد خديجة بنت الامام علي ومرقد ميثم التمار (عليهم السلام) ومسجد السهلة المبارك ومسجد صعصعة ومقام النبي يونس ومرقد ابراهيم الغمر (عليهم السلام) على حين جاءت القمة الثانية بـ(٨) مراقد دينية كان في مقدمتها مرقد الامام علي(عليه السلام) والمزارات المحيطة به مثل مرقد نبيّ الله هود وصالح ومقام الامام زين العابدين (عليه السلام) ومرقد صافي صفا ، ومقام بنات الحسن (عليهم السلام) اذ تشكل هذه القمة الاساس المهم في عملية الجذب السياحي الديني والمقصد الأول للسياح الوافدين ان تفسير هذا التركز من حيث عدد المراقد الدينية ومدى ارتباطها المكاني يعود إلى أن مدينة الكوفة كانت مركز للعاصمة الاسلامية التي اتخذها الامام علي سنة (٣٦هـ) وهذا يعني أن المراقد الدينية في مدينة النجف كانت لاحقة للمراقد الدينية في مدينة الكوفة ، وان درجة الترابط المكاني فيما بينها كان وثيقاً من حيث امتداد القمة الثانية نحو القمة الاولى عن طريق مرقد كميل بن زياد النخعي (عليه السلام) ومسجد الحنانة .

الخريطة (١)

التركز الخدمي للمراقد الدينية في منطقة الدراسة



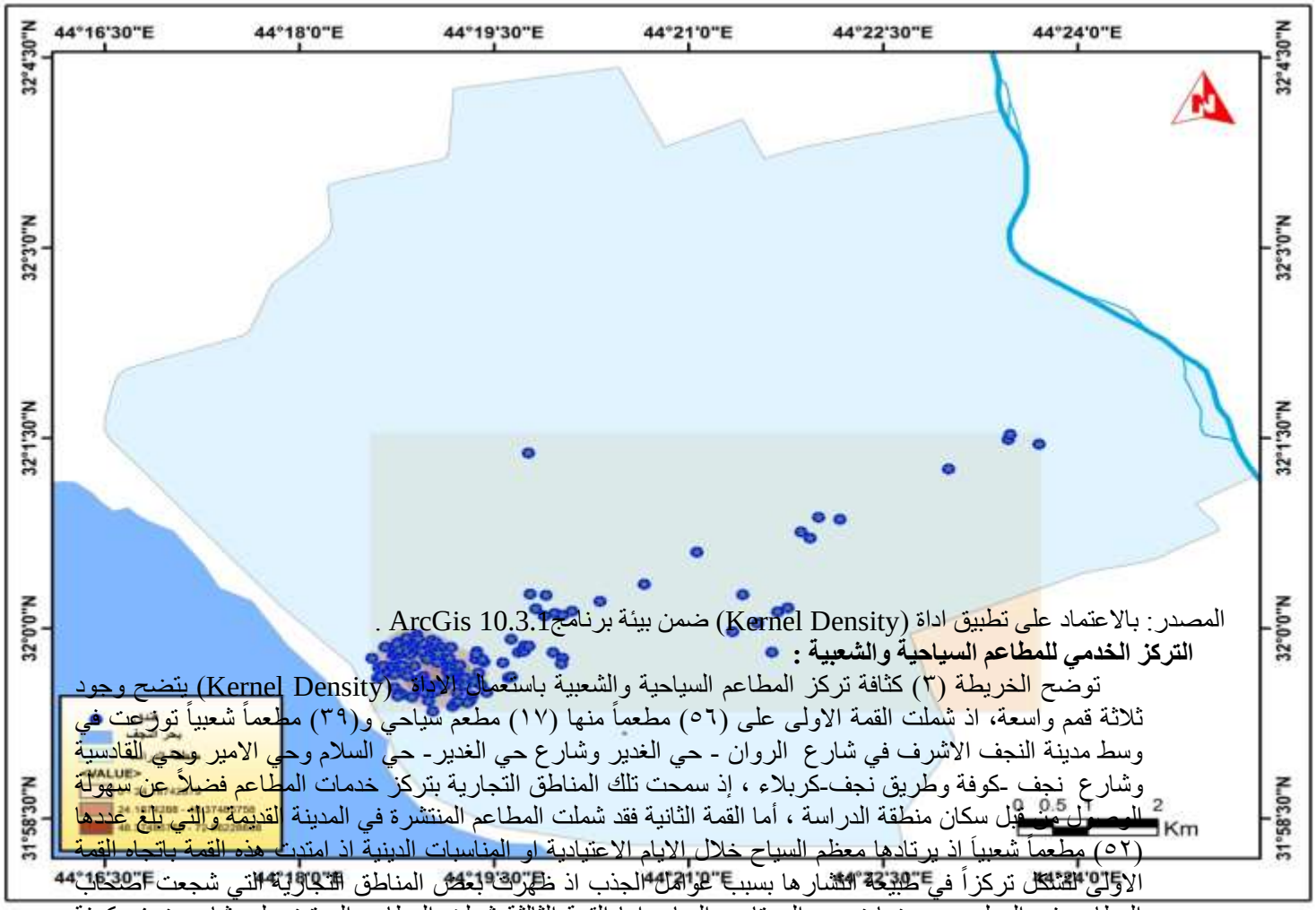
المصدر: بالاعتماد على تطبيق اداة (Kernel Density) ضمن بيئة برنامج ArcGis 10.3.1 .

٢-التركز الخدمي للفنادق السياحية والشعبية :

توضح الخريطة (٢) كثافة تركز الفنادق السياحية والشعبية باستعمال الإداة (Kernel Density) وان التركز الخدمي كان في المدينة القديمة بالقرب من مرقد الامام علي (عليه السلام) وبوجود قمة واحدة ضيقة تركزت في المدينة القديمة بمحلاتها الاربعة (البراق والحويش والمشراق والعمارة) أما بقية الفنادق فقد امتدت على طول طريق نجف - كوفة ولم يظهر اي تركز في مركز مدينة الكوفة وسبب ذلك التركز يعزى إلى أن المركز التجاري والديني يقع في مدينة النجف الاشرف ، اذ ان معظم السياح الوافدين يقصدون مدينة النجف الاشرف ثم بقية المزارات الدينية الاخرى وبمعنى آخر ان ارتفاع التركز العددي للفنادق السياحية في داخل المدينة القديمة يرجع الى ان السياح الوافدين يفضلون المبيت في مدينة النجف الاشرف بالقرب من مرقد الإمام علي (عليه السلام) ، وإن هذا الاعتقاد الديني من السياح قد اسهم بشكل فاعل ومؤثر في زيادة عدد الفنادق السياحية والشعبية ضمن هذه القمة المكانية .

الخريطة (٢)

التركز الخدمي للفنادق السياحية والشعبية في منطقة الدراسة



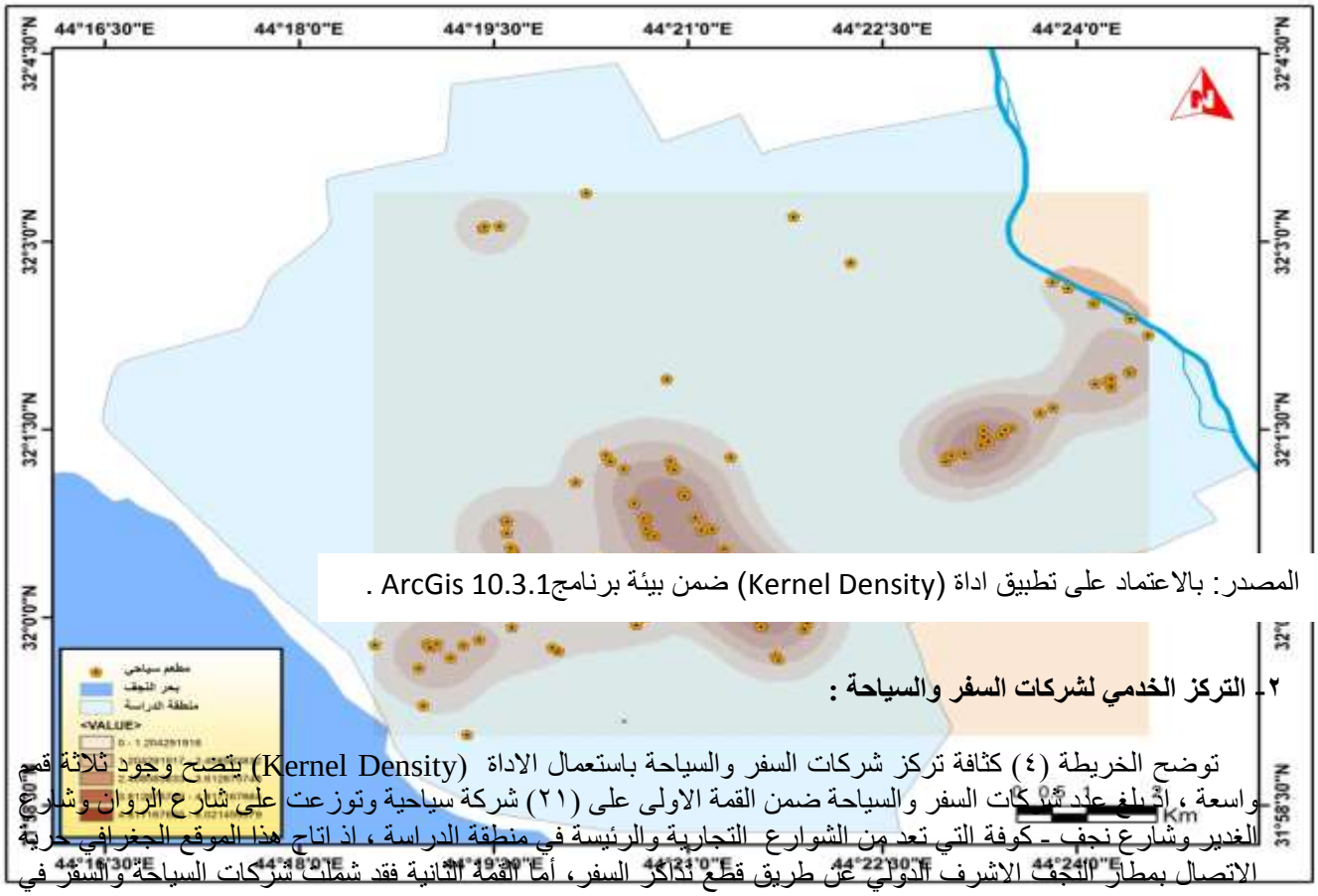
المصدر: بالاعتماد على تطبيق اداة (Kernel Density) ضمن بيئة برنامج ArcGis 10.3.1 .

التركز الخدمي للمطاعم السياحية والشعبية :

توضح الخريطة (٣) كثافة تركز المطاعم السياحية والشعبية باستعمال الاداة (Kernel Density) يتضح وجود ثلاثة قمم واسعة، اذ شملت القمة الاولى على (٥٦) مطعماً منها (١٧) مطعم سياحي و(٣٩) مطعماً شعبياً توزعت في وسط مدينة النجف الاشرف في شارع الروان - حي الغدير وشارع حي الغدير- حي السلام وحي الامير وحي القادسية وشارع نجف -كوفة وطريق نجف-كربلاء ، إذ سمحت تلك المناطق التجارية بتركز خدمات المطاعم فضلاً عن سهولة الوصول من قبل سكان منطقة الدراسة ، أما القمة الثانية فقد شملت المطاعم المنتشرة في المدينة القديمة والتي بلغ عددها (٥٢) مطعماً شعبياً اذ يرتادها معظم السياح خلال الايام الاعتيادية او المناسبات الدينية اذ امتدت هذه القمة باتجاه القمة الاولى لتشكل تركزاً في طبيعة انتشارها بسبب عوامل الجذب اذ ظهرت بعض المناطق التجارية التي شجعت اصحاب المطاعم في العمل بسبب زيادة عدد المرتادين اليها ، اما القمة الثالثة شملت المطاعم الممتدة على شارع نجف-كوفة وباتجاه مدينة الكوفة فضلاً عن المطاعم المنتشرة على كورنيش شط الكوفة إذ بلغ عددها ضمن هذه القمة (٤٥) مطعماً شعبياً ، و تتميز هذه القمة بامتدادها على الشارع الرئيس نجف - كوفة المؤدي إلى المراقد الدينية فضلاً عن امتدادها ضمن المنطقة الترفيهية على شارع الكورنيش شط الكوفة .

الخريطة (٣)

التركز الخدمي للمطاعم السياحية والشعبية في منطقة الدراسة

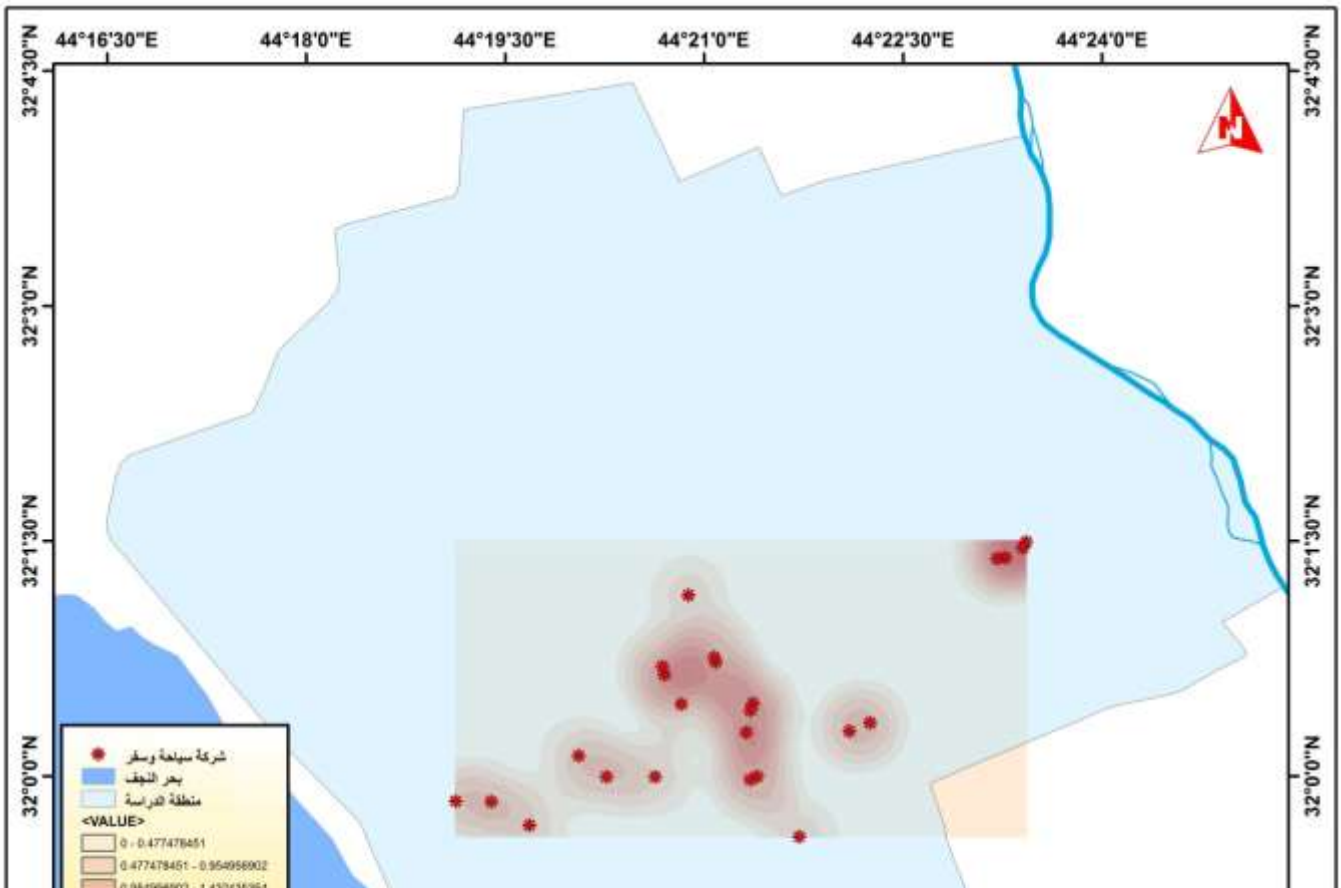


المصدر: بالاعتماد على تطبيق اداة (Kernel Density) ضمن بيئة برنامجArcGis 10.3.1 .

٢- التركز الخدمي لشركات السفر والسياحة :

توضح الخريطة (٤) كثافة تركز شركات السفر والسياحة باستعمال الاداة (Kernel Density) يتضح وجود ثلاثة قمم واسعة ، اذ بلغ عدد شركات السفر والسياحة ضمن القمة الاولى على (٢١) شركة سياحية وتوزعت على شارع الروان وشارع الغدير وشارع نجف - كوفة التي تعد من الشوارع التجارية والرئيسة في منطقة الدراسة ، اذ اتاح هذا الموقع الجغرافي حرية الاتصال بمطار النجف الاشرف الدولي عن طريق قطع تذاكر السفر، أما القمة الثانية فقد شملت شركات السياحة والسفر في مدينة الكوفة والبالغ عددها (١٦) شركة سياحية وبسبب قربها من المراقد الدينية جعلها تحتل مكان الصدارة في زيارة المراقد الدينية التي تقع خارج منطقة الدراسة مثل الكاظمية وكربلاء وسامراء فضلا عن الحج والعمرة أما القمة الثالثة فقد توزعت في المدينة القديمة اذ بلغ عدد شركات السياحة والسفر (٩) شركات وعملها الأساس توزيع السياح الوافدين على الفنادق السياحية خصوصاً خلال المناسبات الدينية .

الخريطة (٤)
التركز الخدمي لشركات السفر والسياحة في منطقة الدراسة

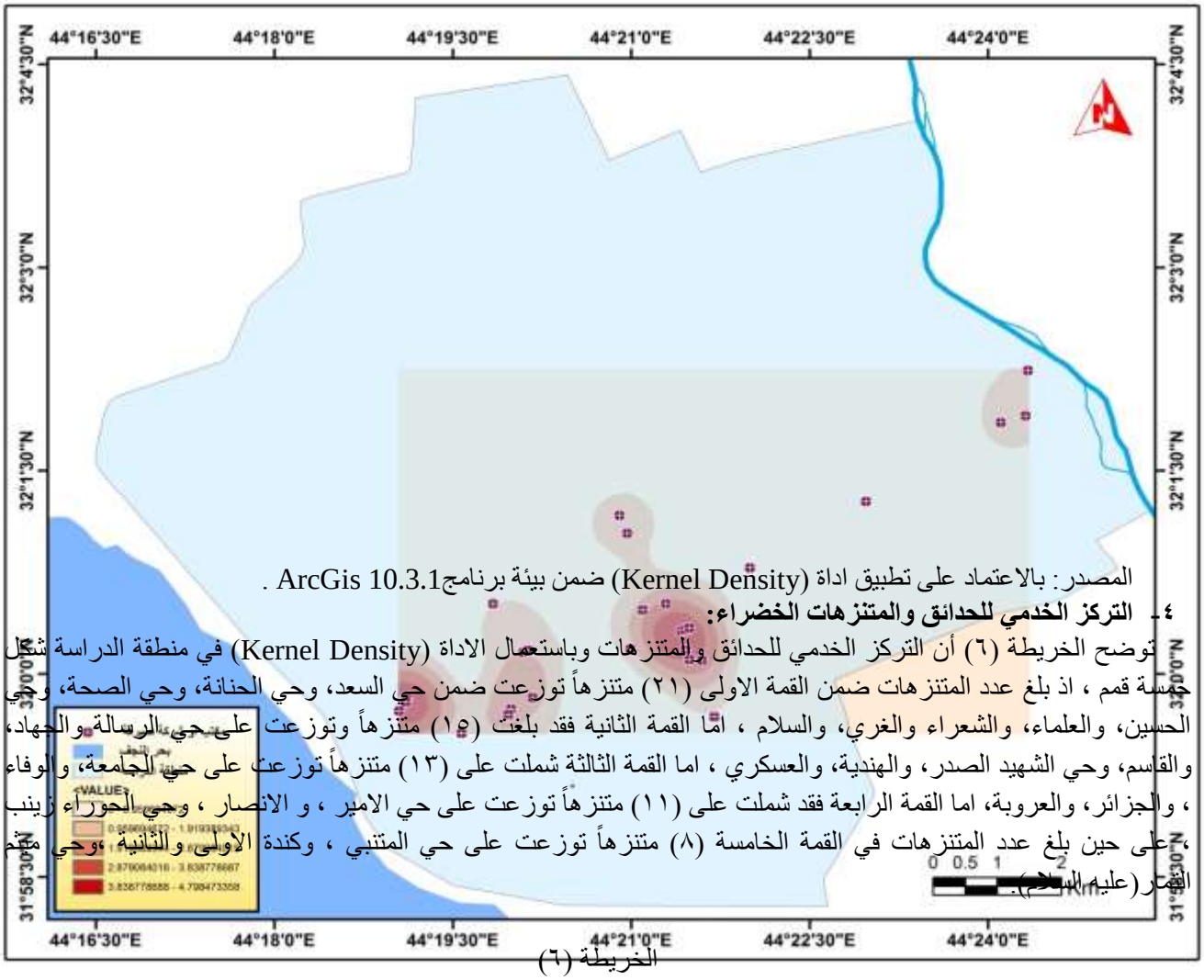


المصدر: بالاعتماد على تطبيق اداة (Kernel Density) ضمن بيئة برنامج ArcGis 10.3.1 .

توضح الخريطة (٥) أن التركز الخدمي لمكاتب وشركات الصيرفة وباستعمال الاداة (Kernel Density) في منطقة الدراسة كانت على شكل ثلاثة قمم ، فقد شملت القمة الاولى على (١٤) شركة توزعت في شارع الروان وشارع الغدير التي ظهرت بوصفها مناطق تجارية يرتادها معظم سكان منطقة الدراسة وذلك لسهولة الوصول الى تلك المناطق ، اما القمة الثانية فقد تركزت في المدينة القديمة اذ بلغ عددها (١٢) شركة صيرفة فهي تمثل مركز النشاط التجاري والاقتصادي لمعظم السياح الوافدين فضلا عن توافر خدمات الفنادق والمطاعم السياحية والمقاهي والمحلات التجارية ، وكل هذه الخدمات تحتاج الى خدمات الصيرفة والتحويل المالي بسبب الأعمال التجارية المستمرة وقد امتدت هذه لتشمل السوق الكبير وساحة الميدان ، في جاءت القمة الرابعة في مدينة الكوفة إذ بلغ عددها (٤) شركات صيرفة وبالقرب من مسجد الكوفة المبارك والمزارات الدينية الملحقة به على شكل قمة ضيقة مثلت الخدمات المقدمة إلى سكان منطقة الدراسة من حيث تحويل وتصريف العملات الصعبة .

الخريطة (٥)

التركز الخدمي لمكاتب و شركات الصيرفة في منطقة الدراسة



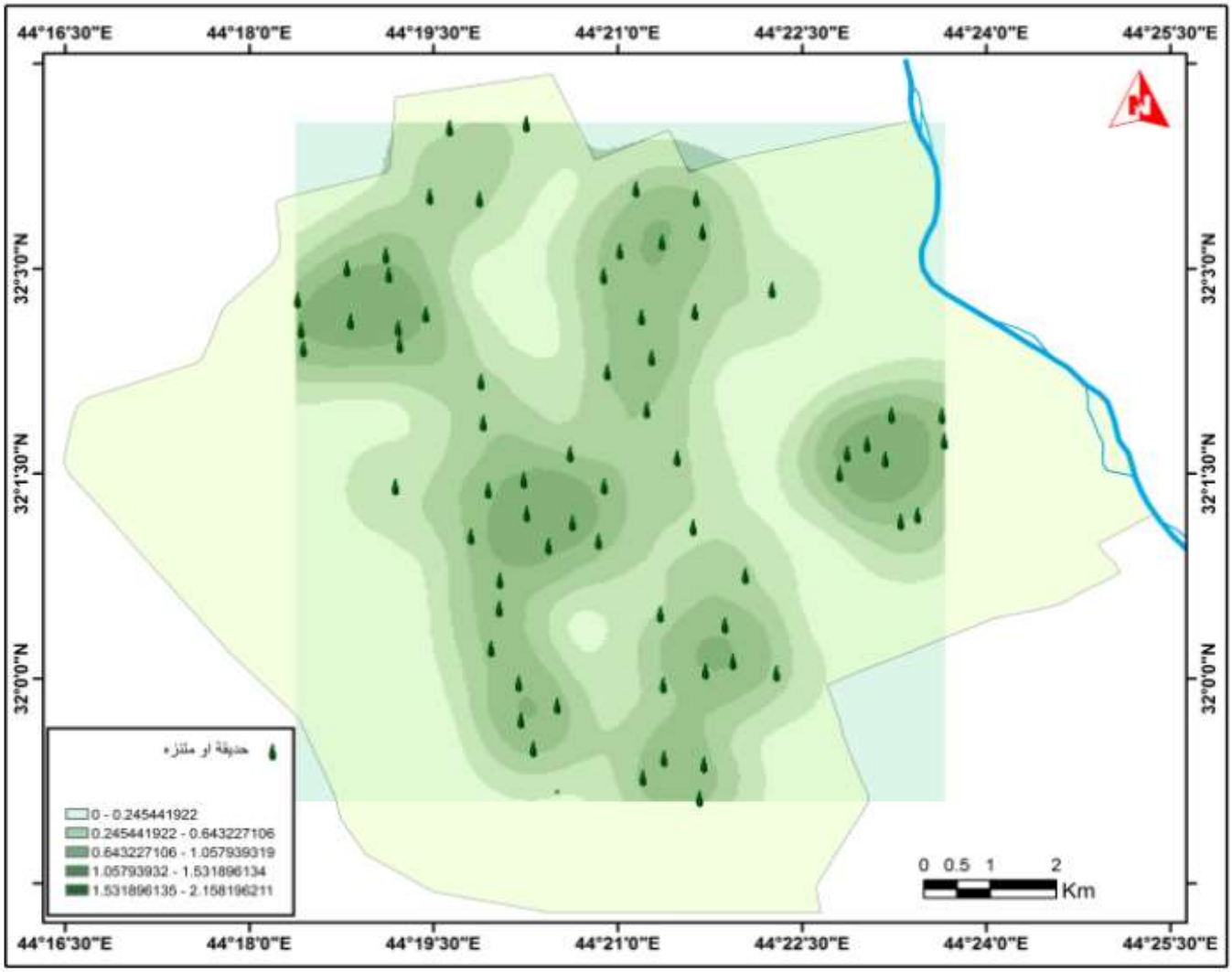
المصدر: بالاعتماد على تطبيق اداة (Kernel Density) ضمن بيئة برنامج ArcGis 10.3.1 .

٤- التركز الخدمي للحدائق والمتنزهات الخضراء:

توضح الخريطة (٦) أن التركز الخدمي للحدائق والمتنزهات وباستعمال الاداة (Kernel Density) في منطقة الدراسة شكل خمسة قمم ، اذ بلغ عدد المتنزهات ضمن القمة الاولى (٢١) متنزهاً توزعت ضمن حي السعد، وحي الحنانة، وحي الصحة، وحي الحسين، والعلماء، والشعراء والغري، والسلام ، اما القمة الثانية فقد بلغت (١٥) متنزهاً وتوزعت على حي الرسالة والجهاد، والقاسم، وحي الشهيد الصدر، والهندية، والعسكري ، اما القمة الثالثة شملت على (١٣) متنزهاً توزعت على حي الجامعة، والوفاء ، والجزائر، والعروبة، اما القمة الرابعة فقد شملت على (١١) متنزهاً توزعت على حي الامير ، و الانصار ، وحي الحوراء زينب ،على حين بلغ عدد المتنزهات في القمة الخامسة (٨) متنزهاً توزعت على حي المتنبي ، وكندة الاولى والثانية ،وحي مقام الشهداء (عليه السلام).

الخريطة (٦)

التركز الخدمي للحدائق والمتنزهات العامة في منطقة الدراسة



المصدر: بالاعتماد على تطبيق اداة (Kernel Density) ضمن بيئة برنامجArcGis 10.3.1 .

الاستنتاجات :

تتضمن الخدمات السياحية أشكالا وأنواعاً مختلفة من الخدمات التي تكون حزم متنوعة من حيث درجة التقدم التقني والفني ، وبفعل التطورات الحديثة والتكنولوجيا اصبح يطلق على الخدمات الجاذبة للسياح بـ(صناعة الضيافة)، أي الخدمات التي تتمكن من اغراء السياح ، وتزيد من معدلات انفاقهم ؛ عن طريق زيادة مدة الإقامة ، وشراء السلع والهدايا ،فضلاً عن ذلك تحقق لهم الرضا ، من ذلك خدمات النقل ، وخدمات الطعام والشراب ، وخدمات الايواء ، وخدمات المحلات التجارية، والخدمات الترفيهية ويشمل الانفاق على الخدمات السياحية التي تقدم للسياح داخـــل السوق السياحية من لحظة دخولهم حدود البلد المستقبل وحتى مغادرتهم .

تعد الفنادق السياحية أحد العناصر المهمة في صناعة الضيافة ، نتيجة للارتباط الوظيفي والخدمي؛ فهي ذات صلة مباشرة مع السياح الوافدين ، وتعد الوسيلة الخدمية التي تمثل نقطة استقرار السياح خارج مساكنهم الاصلية ، لأنها من الخدمات التي تحقق الرفاه الاقتصادي والاجتماعي والثقافي لسكان المجتمع المضيف وتعد من المؤشرات السياحية المهمة ، فتطور الخدمات الفندقية هو انعكاس لتطور الخدمات المجتمعية الاخرى مثل الصحة والتعليم ، وتعد خدمات الفنادق السياحية المحور الاساس الذي ترتكز عليه السياحة بوجه عام ، فضلا عن ذلك فان الخدمات الفندقية هي من القطاعات الانتاجية بحد ذاتها وتشكل احد الموارد الاقتصادية الفاعلة في التنمية السياحية وتسمى في بعض الاحيان بـ (المغريات السياحية) لقدرتها على الجذب السياحي وتحقيق اعلى الارباح من خلال زيادة مدة الاقامة

لم تكن الخدمات السياحية في منطقة الدراسة بالمستوى السياحي المطلوب ، اذ أنها اتخذت النمط المتجمع داخل المدينة القديمة مما ادى الى ضعف كفاءتها الوظيفية والخدمية وقد كشفت لنا الدراسة الميدانية من خلال استعمال اسلوب المؤشرات الكمية ،ان الخدمات السياحية تعاني من عدة مشكلات اذ لم يراع فيها المؤشرات التخطيطية والتنموية في مراحل انشائها وانما جاءت بشكل عشوائي وغير منتظم مما ادى الى انخفاض كفاءتها الخدمية .

وقد بينت الدراسة ان عدد الفنادق السياحية قد بلغ (٢٩٥) فندقاً سياحياً منها (٢٠٣) فندقاً سياحياً تعمل بصورة مستمرة و(٩٢) فندقاً سياحياً متوقفة عن العمل ومن حيث الدرجات الفندقية تم تصنيف الفنادق السياحية خلال عام ٢٠١٦ الى

الدرجات السياحية ، اذ بلغ عدد فنادق الدرجة الاولى (٩) فندقاً سياحياً وفنادق الدرجة الثانية (١٠٠) فندقاً سياحياً ، و(٩٥) فندقاً سياحياً من الدرجة الثالثة ، و(٤٩) فندقاً سياحياً من الدرجة الرابعة و(٤٢) فندقاً سياحياً من الدرجة الخامسة .

المـــقـــترحـــــات : suggestion

١- إن دراسة الخدمات السياحية يتطلب زيادة الوعي الاجتماعي عند افراد المجتمع من سكان منطقة الدراسة ، بوصف السياحة تشكل العمود الفقري للعصب الاقتصادي وتشغيل الايدي العاملة والقضاء على ظاهرة البطالة ويتم ذلك من خلال الاعلان السياحي في المحطات الفضائية من خلال برامج تربوية واجتماعية وسياحية تنظمها عدة دوائر في محافظة النجف الاشرف مثل هيئة السياحة في محافظة النجف الاشرف ومنظمات المجتمع المدني .

٢- زيادة حجم الاستثمارات السياحية خصوصاً ما يتعلق بالفنادق والمطاعم السياحية وذلك من خلال الإسراع بتشريع قانون الاستثمار السياحي وبموجبه يتم منح الإعفاءات الضريبية والتسهيلات المصرفية وتقديم القروض المالية لأصحاب المشاريع الخدمية وهذا يتم بالتعاون بين وزارة السياحة والاثار والثقافة و وزارة المالية .

٣- توصي دراستنا أن تعقد مؤتمرات سياحية دولية لغرض مناقشة آليات تطوير الخدمات السياحية في منطقة الدراسة على غرار ما معمول به في المدن السياحية ويتم هذا التعاون بين الجامعات العراقية وهيئة السياحة والاقسام العلمية ذات الصلة بهذا الموضوع .

٤- تحفيز طلبة الدراسات العليا (الماجستير والدكتوراه) التركيز على الدراسات ذات الصلة بالجغرافية السياحية ، وهذا سوف يسهم بشكل فاعل في رفد سوق العمل بالمختصين ذات الكفاءة العملية والمهنية .

المصـــادر

اولاً الرسائل والاطاريح

١- الجبوري ، سالم حميد سالم ، القيم الأخلاقية للمُنْتِج السياحي ودورها في خصائص الخدمة السياحية (دراسة تطبيقية لآراء عينة من العاملين في الفنادق والشركات السياحية في مدينة بغداد) ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الادارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، ٢٠١٥ .

٢- القريشي ، زهير عباس عزيز ، المتغيرات المؤثرة في تنمية السياحة الدينية الإسلامية في العراق (دراسة ميدانية للمشهد الكاظمي) ، رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية الادارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، ٢٠٠٦ .

٣- دريول ، حنان حسين ، السياحـــة الدينيـة في مدينة بغداد ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٢ .

٤- عبد كاظم ، عبد الامير ، ادارة المطاعم وتنظيم المؤتمرات والحفلات ، الطبعة الاولى ، جامعة تعز ، اليمن ،٢٠٠٩ .

٥- علي ، يعقوب صفر ، التخطيط لتأهيل خدمات وفعاليات السياحة الدينية في محافظة النجف وأثرها في نمو النشاط السياحي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الادارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، ٢٠٠٧ .

ثانياً الدوائر الحكومية :

١- الجمهورية العراقية ،وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، المجموعة الاحصائية السنوية لعام ٢٠٠٣، مطبعة الجهاز المركزي للإحصاء ، بغداد .

٢- الجمهورية العراقية ،وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، المجموعة الاحصائية السنوية لعام ٢٠٠٤، مطبعة الجهاز المركزي للإحصاء ، بغداد .

٣- الجمهورية العراقية ،وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، المجموعة الاحصائية السنوية لعام ٢٠٠٥، مطبعة الجهاز المركزي للإحصاء ، بغداد .

٤- الجمهورية العراقية ،وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، المجموعة الاحصائية السنوية لعام ٢٠٠٦، مطبعة الجهاز المركزي للإحصاء ، بغداد .

٥- الجمهورية العراقية ،وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، المجموعة الاحصائية السنوية لعام ٢٠٠٧، مطبعة الجهاز المركزي للإحصاء ، بغداد .

٦- جمهورية العراق ، وزارة الثقافة والسياحة والاثار ، هيئة السياحة في محافظة النجف الاشرف ، شعبة التخطيط والمتابعة، بيانات غير منشورة ، ٢٠٠٨.

٧- جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، دائرة احصاءات التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لسنة ٢٠٠٩ .

٨- جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، دائرة احصاءات التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لسنة ٢٠١٠ .
٩- جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، دائرة احصاءات التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لسنة ٢٠١١ .
١٠-جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، دائرة احصاءات التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لسنة ٢٠١٢ .
١١-جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، دائرة احصاءات التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لسنة ٢٠١٣ .
١٢-جمهورية العراق ، وزارة الثقافة والسياحة والاثار ، هيأة السياحة في محافظة النجف الاشرف ، شعبة التخطيط والمتابعة، بيانات غير منشورة ، ٢٠١٤.
١٣-جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، الجهاز المركزي للإحصاء ، دائرة احصاءات التجارة ، تقرير مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لسنة ٢٠١٥ .
١٤-جمهورية العراق ، وزارة الثقافة والسياحة والاثار ، هيأة السياحة في محافظة النجف الاشرف ، شعبة التخطيط والمتابعة، بيانات غير منشورة ، ٢٠١٦.