

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الاعلان في محافظة النجف الأشرف

**الاستاذ الدكتور
ظلال جواد كاظم ياسين
جامعة الكوفة – كلية التربية للبنات**

**المدرس المساعد
مريم عباس سرحان**



المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الاعلان في محافظة النجف الأشرف

The natural and human components of the advertising industry
in Najaf Governorate

المدرس المساعد
مريم عباس سرحان

Maryam Abbas Sarhan
maram 343400@gmail.com

الاستاذ الدكتور
ظلال جواد كاظم ياسين
جامعة الكوفة – كلية التربية للبنات

Prof . Dr. Dhilal Jawad Kadhim Yassin
dhilalj.kadhim@uokuta.edu.iq
University of Kufa / College of Education for Girls.

القطاع على المستويين القومي والمحلي جاءت
المقومات الجغرافية (الطبيعية والبشرية) لتبين
الدور الكبير في توطنها والنهوض بواقع هذه
الصناعة .

الكلمات المفتاحية: عناصر المناخ – المقومات
السكانية – المقومات الاقتصادية.

المستخلص:

تعد صناعة الاعلان من الصناعات التقنية
المهمة ، فهي بمثابة المحرك الرئيسي لعملية
التنمية الاقتصادية والحضرية للعديد من دول
العالم ، وانطلاقاً من المفهوم العام لهذه
الصناعة التي تعنى بإنتاج عمل ثقافي وفق
مبادئ الانتاج الصناعي وايماننا بأهمية هذا

Abstract:

The advertising industry is one of the important technical industries, as it is the main engine of the process of economic and urban development in many countries of the world. Based on the general concept of this industry, which is concerned with producing cultural work in accordance with the principles of industrial production, and our belief in the importance of this

sector at the national and local levels, the geographic(natural components came and humanity) to demonstrate the major role in its settlement and the advancement of the reality of this industry.

Keywords: climate elements -
demographic components - economic
components

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

تمتلك محافظة النجف الأشرف مجموعة من المقومات الطبيعية والبشرية إذ أسهمت في توطن وتطوير صناعة الإعلان في منطقة الدراسة .

ثالثاً: أهداف البحث Research aims:

يهدف البحث الى بيان تأثير المقومات الجغرافية (الطبيعية والبشرية) الذي تمتلكه محافظة النجف الأشرف والتي ساعدت على توطن صناعة الإعلان .

رابعاً: حدود البحث Search limits:

١ - الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية لمنطقة البحث بمحافظة النجف الأشرف التي تقع فلكيا بين دائرتي عرض (٥٠ - ٢٩ ° - ٢١ - ٣٢ °) شمالا وبين خطي طول (٥٠ - ٤٢ ° - ٤٤ - ٤٥ °) شرقا ، وتقع المحافظة جغرافياً في الحافة الشرقية للهضبة العراقية والحدود الغربية للسهل الرسوبي، إذ ان الأراضي الهضبية تحيط بها من جميع الجهات عدا الأجزاء الشمالية الشرقية وتتميز بموقع قاري بعيد عن المسطحات المائية. وتقع المحافظة في الجزء الجنوبي الغربي من العراق تحدها محافظات كربلاء من الشمال وبابل من الشمال الشرقي والقادسية من الشرق والمثنى من الجنوب الشرقي والجنوب والسعودية من الجنوب الغربي والغرب والانبار من الشمال الغربي، ينظر خريطة(١).

المقدمة: تعد صناعة الاعلان من الصناعات الداعمة للاقتصادات دول العالم لدورها المهم في النشاط الاقتصادي العالمي الامر الذي ادى الى اتساع حجم الفجوة بين العديد من الدول في سعيها وراء استغلال هذه الصناعة والاستفادة من وارداتها مما نتج عنها تغييرا اقتصاديا واجتماعيا في المستقبل لذا اصبحت ضرورة ملحة دعم هذه الصناعة لأهميتها ولما تشغله من حجم كبير في اقتصاديات الدول وقدرتها على احداث التنمية الصناعية بما توفره من زيادة في حجم الانتاج الصناعي والقيمة المضافة وتوفير فرص عمل بمعدلات كبيرة، لذا تنوعت مفاهيمها بين المختصين في حقول العلم المختلفة وبرزت الدراسات الاجنبية والعربية الا ان هذه الصناعة لم تحظ بالبحوث والدراسات الجغرافية ضمن منهجية جغرافية الصناعة في العراق الا القليل لذا جاء البحث لتسليط الضوء على واقع صناعة الاعلان في محافظة النجف الأشرف لعام ٢٠٢٣ .

أولاً: مشكلة البحث Problem of

study: تتمحور مشكلة البحث في السؤال التالي : ماهي المقومات التي اسهمت في توطن صناعة الاعلان ؟ وما هو واقع توزيعها في محافظة النجف الأشرف ؟

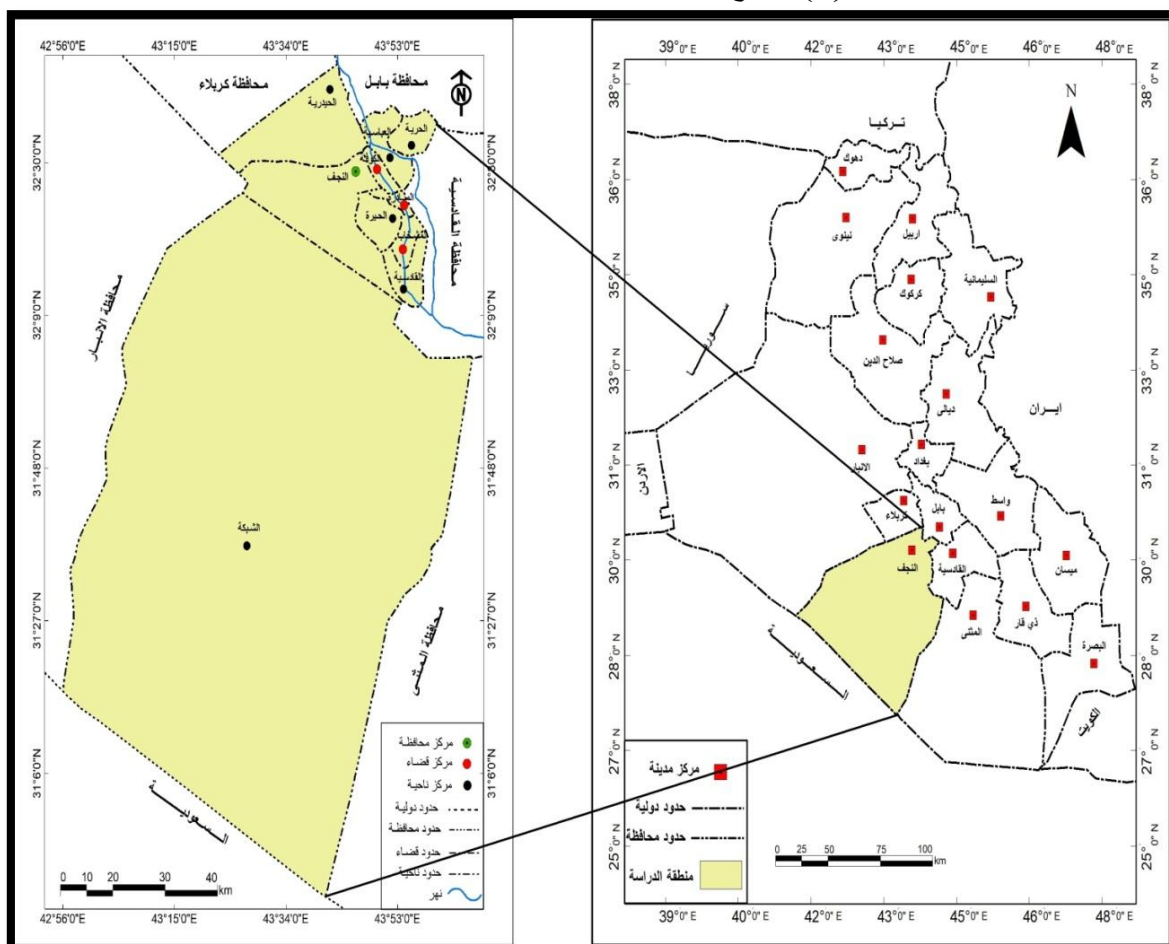
ثانياً: فرضية البحث Hypotheses of

study: تقوم الدراسة على الفرضية الآتية

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

٢- الحدود الزمانية : تتركز على دراسة واقع
صناعة الاعلان في محافظة النجف الاشرف

الخريطة (١) موقع محافظة النجف الاشرف بالنسبة للعراق



المصدر : جمهورية العراق وزارة التخطيط ، دائرة التنمية الاقليمية والمحلية ، مديرية تخطيط النجف الاشرف ، خريطة محافظة النجف الاشرف ، خريطة العراق الادارية ، بمقياس رسم ١: ٥٠٠٠٠٠ ، بغداد ، ٢٠٢٣ .

اولاً : المقومات الطبيعية

١- الموقع والمساحة : يعد الموقع الجغرافي بمثابة حجر الزاوية في التحليل اي منطقة كونه ذات الاثر الواضح في قيام اي اقليم وازدهاره لاتصاله المباشر بتنظيم أنشطة الانسان الاقتصادية^(٢) وللموقع اهمية ليس في توطن

الصناعة فحسب ، بل في اقامة صناعات محدودة في كل اقليم او دولة دون غيرها من الدول ، اذ يكون لها الدور الفعال ومباشر في توجيه المستثمرين نحو الصناعة المزمع اقامتها اعتمادا على المدخلات المحلية ، فالموقع الفلكي

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

للمنطقة له دور هام في تحديد الخصائص المناخية السائدة ومن ثم نوع المنتجات (٣). تقع محافظة النجف الاشرف بالنسبة لدوائر العرض (٢٩° - ٣٢°) شمالا ، وخطي طول (٤٢° - ٤٤° ٤٠') شرقا (٤)، اما موقع المحافظة جغرافيا فأنها تقع في وسط العراق ، وتبلغ مساحتها (٣٨٥٣٣ كم ٢) ، وهي تمثل (٦,٦ %) من مساحة العراق وتعد من محافظات اقليم الفرات الاوسط اذ تحيط بها من جهة الشمال محافظتا كربلاء وبابل ومن جهة الشرق محافظتي القادسية والمنتى ومن الغرب محافظة الانبار ومن جهة الجنوب ممثلة لها بحدودها مع المملكة العربية السعودية وبذلك تعد محافظة النجف من محافظات البادية الجنوبية (٥).

من الناحية الادارية اذ انها تتألف من اربعة اقصية هي(قضاء النجف ، قضاء الكوفة ،

قضاء المشخاب ، قضاء المناذرة) وثمانية نواحي، اذ تحتل ناحية الشبكة مساحة نسبتها (٨٧%) من مجموع مساحة محافظة النجف وهي نسبة قليلة بسبب طوبوغرافية هذه الناحية كونها منطقة صحراوية جافة ، وجاءت بعدها ناحية الحيدرية بنسبة (٤ ، ٣ %) ومركز قضاء النجف بنسبة (٥٠,١%)، اما بقية النواحي فقد جاءت بنسب متدرجة ينظر الجدول (٢) .

وهذا الموقع منحها اهمية كبيرة عن تركيز اغلب المؤسسات فيها فضلا عن موقعها الاستراتيجي من العراق جعلها تتمتع بشبكة من الطرق الخارجية والذي جعلها ذات اتصال مباشر مع اغلب محافظات الفرات الاوسط هذا الى جانب الطرق الداخلية وقد عملت هذه المؤهلات مجتمعة في انجاح صناعة الاعلان بصورة خاصة .

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

الجدول (1) الوحدات الادارية في محافظة النجف الاشرف لعام (٢٠٢٣)

النسبة من مجموع مساحة المحافظة %	المساحة (كم ٢)	الوحدة الادارية	القضاء
٥,١	١٤٤٨	مركز قضاء النجف	النجف
٣,٤	٩٦٢	ناحية الحيدرية	
---	---	ناحية الرضوية	
---	---	ناحية باتيقي	
٨٧,١	٢٤٨٦٣	ناحية الشبكة	
٩٥,٦	٢٧٢٧٣	مجموع المساحة القضاء	
٠,٤	١٠٦	مركز قضاء الكوفة	الكوفة
٠,٩	٢٥٠	ناحية العباسية	
٠,٤	١٠٩	ناحية الحرية	
١,٧	٤٦٥	مجموع المساحة القضاء	
٠,٢	٦٧	مركز قضاء المناذرة	المناذرة
٠,٩	٢٧١	ناحية الحيرة	
١,١	٣٣٨	مجموع المساحة القضاء	
٠,٥	١٣٥	مركز قضاء المشخاب	المشخاب
١,١	٣٢٢	ناحية القادسية	
١,٦	٤٥٧	مجموع مساحة القضاء	
٣٨٥٣٣		مجموع مساحة المحافظة	

المصدر : جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، المجموعة الاحصائية السنوية ٢٠٢٢-٢٠٢٣ ، جدول ١ ، ٥ ، ٢٠٢٢ ، ص ٩.

٢- عناصر المناخ (Element of climate)

يعد المناخ هو احد العوامل الطبيعية المؤثرة في عملية الانتاج الصناعي واكثرها تحكما في اوجه النشاط البشري^(٦)، اذ تتأثر العديد من الصناعات بالظروف المناخية بشكل واسع من حيث تركزها في بعض المناطق دون غيرها ومن حيث عمليات التبضع (الاستهلاك)^(٧)، ولذلك فان لكل صناعة متطلباتها

المناخية الخاصة اللازمة للحصول على انتاج بجودة وخصائص مميزة^(٨).

لذا سوف يتم عرض اهم المتطلبات المناخية المؤثرة على صناعة الاعلان لمحافظة النجف الاشرف وكما يلي :

٢-١ - درجة الحرارة (Temperature): تعد درجة الحرارة اهم عنصر من عناصر المناخ المؤثر بصورة مباشرة في بقية عناصر المناخ

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

الآخري، وهي في الوقت ذاته من العوامل المؤثرة في البيئة الصناعية بشكل فعال .

يلحظ من تحليل بيانات الجدول (٢) و الشكل (١) تباين معدلات درجات الحرارة في منطقة الدراسة شهريا وفصليا ، اذ نجدها تشهد ارتفاعاً في معدلاتها الشهرية ابتداءً من شهر آذار بسبب حركة الشمس الظاهرية نحو مدار السرطان وما يرافقه من زيادة في الساعات طول النهار ، حيث ترتفع درجة الحرارة في شهر تموز (37.4) م° والعظمى (44.7) م° والصغرى (29.4) م° وفي شهر حزيران وآب بلغ المعدل (34.0 ، 37.8) م° على التوالي ، وبلغت درجة الحرارة العظمى (42.4، 43.3) م° على التوالي ، بينما بلغت درجة الحرارة الصغرى (26.3، 29.8) م° على التوالي ، ثم تبدأ درجة الحرارة بالانخفاض التدريجي بسبب حركة الشمس الظاهرية نحو مدار الجدي وما يرافقه

من تناقص في ساعات طول النهار حتى تصل الى ادنى معدل لها في شهر كانون الثاني (9.2) م° ، الذي سجل ادنى درجات الحرارة العظمى والصغرى (15.4 3.5) م° على التوالي .

ان الارتفاع في درجات الحرارة العظمى والصغرى ومتوسطاتها ولأشهر السنة كافة تأثيراً واضحاً على اللوحات الاعلانية بمختلف انواعها ، اذ تتأثر الالوان والخامات المستخدمة في صناعة الاعلان ، مما يؤدي الى استهلاك عمر اللوح الاعلاني واتلافه ولأجل تقليل من ضرر هذا العنصر عمد اغلب اصحاب المطابع الى استخدام الألوان التي تقاوم درجات الحرارة لمدة اطول ، واستخدام خامات الأكريليك لما لها من قدرة على مقاومة الظروف المناخية ، ينظر صورة (١) .

الصورة (١) تأثير درجة الحرارة على اللوحات الاعلانية



المصدر : الدراسة الميدانية التقطت الصورة في قضاء النجف بتاريخ ٢٠٢٤/٣/١٢ .

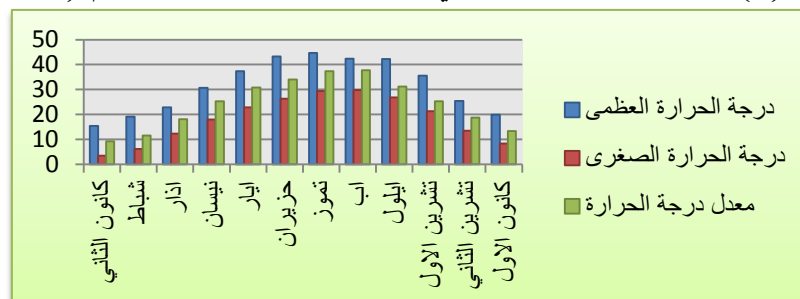
المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

الجدول (٢) معدل درجات الحرارة في محافظة النجف الاشرف لعام (٢٠٢٣)

الاشهر	درجة الحرارة العظمى	درجة الحرارة الصغرى	معدل درجة الحرارة
كانون الثاني	15.4	3.5	9.2
شباط	19.1	6.1	11.6
اذار	22.9	12.3	18.1
نيسان	30.7	18.0	25.3
ايار	37.4	22.9	30.8
حزيران	43.3	26.3	34.0
تموز	44.7	29.4	37.4
اب	42.4	29.8	37.8
ايلول	42.2	26.8	31.2
تشرين الاول	35.6	21.3	25.3
تشرين الثاني	25.4	13.5	18.7
كانون الاول	19.9	8.3	13.3
المعدل السنوي	31.6	18.2	24.4

المصدر : جمهورية العراق ، الهيئة العامة للأنواء الجوية والرصد الزلزالي ، محطة النجف الاشرف ، قسم المناخ ، بيانات غير منشورة ، ٢٠٢٣ .

الشكل (١) معدل درجات الحرارة في محافظة النجف الاشرف لعام (٢٠٢٣)



المصدر : بالاعتماد على بيانات الجدول (٣) .

المحومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

٢-٢- الامطار (Rain): تعد من اهم عناصر المناخ والتي يجب أن تؤخذ بنظر الاعتبار في الدراسات المناخية بشكل عام وذلك لأنها عامل رئيسي في تنوع الانظمة البيئية بكافة اشكالها وفي نموها وتطورها فضلا عن دوره المهم والاساسي في تشكيل مظاهر سطح الأرض نفسها وما عليها من مظاهر تضاريسية مختلفة^(٩) وتسقط الامطار نتيجة لتكاثف بخار الماء الموجود في الجو على شكل قطرات مائية مختلفة الاحجام تتراوح اقطارها ما بين (٠,٥ - ٥) ملم ، ويشترط لتكوينها انخفاض في درجة حرارة الهواء الى دون نقطة الندى ووجود نويات تكاثف وبخار ماء^(١٠)، وتتصف الامطار بالعراق بالتذبذب وعدم الثبات سواء أكان في كمياتها او في مواعيد سقوطها شهريا وفصليا وسنوياً، وهذا ما يعطي اهمية للظاهرة كونها لا يمكن الاعتماد عليها كمورد مائي متاح^(١١). بلغ معدل كمية الامطار الساقطة في منطقة الدراسة (١١,٠) ملم ،وهي بالأساس امطار شتوية تسقط بكميات قليلة جدا تبدأ من شهر تشرين الاول وبمعدل (٨,٠) ملم ثم تبدأ بعد ذلك بالزيادة

حتى تصل الى اعلى كمية لها في شهر شباط وبمعدل (٦٤,٥) يلحظ جدول (٣) وشكل (٢) ثم تبدأ بعد هذا الشهر بالانخفاض لتصل ادناها في شهر مايس بمعدل (٣,٨) ملم ، ثم بعدها تنقطع في الاشهر (حزيران ، تموز ، آب ، ايلول) لأنها تعد اشهر جافة نتيجة لارتفاع درجات الحرارة وانخفاض معدلات الرطوبة النسبية .

والجدير بالذكر ان عنصر الامطار هو اكثر العناصر المناخية تأثيراً على الاعلانات بأنواعها الفليكس والشاشات الضوئية والأحرف الضوئية وتتضح اثاره من خلال اتلافه لأنواع الاصباغ الموجودة على اللوح الاعلانية وتشويه منظرها بمرور الوقت ، وتأثيرها فضلاً على اللوح الاعلانية التي تقع في مناطق مكشوفة وهي تحوي بداخلها على مصابيح كهربائية (ليدات) والتي تتعرض بمرور الوقت الى التلف المستمر مما يؤدي الى زيادة تكاليف الانتاج ، لذا يعتمد اغلب العاملين احكامها جيداً لمنع دخول الماء اليها .

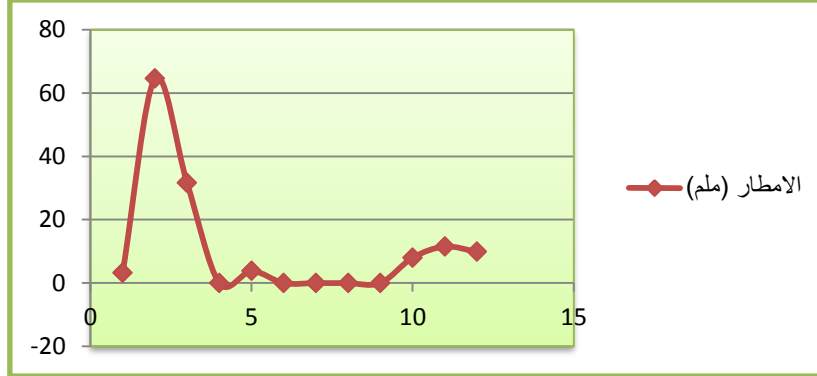
الجدول (٣) معدل الامطار بـ (ملم) في محافظة النجف الاشرف لسنة 2023

الاشهر	كانون الثاني	شباط	اذار	نيسان	مايس	حزيران	تموز	اب	ايلول	تشرين الاول	تشرين الثاني	كانون الاول	المعدل السنوي
الامطار	3.2	64.5	31.6	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0	11.5	9.9	11.0

المصدر: جمهورية العراق ، الهيئة العامة للأنواء الجوية والرصد الزلزالي ، محطة النجف الأشرف ، قسم المناخ ، بيانات غير منشورة ،

٢٠٢٣ .

الشكل (٢) معدل الامطار بـ (ملم) في محافظة النجف الاشرف لعام (٢٠٢٣)



المصدر : بالاعتماد على بيانات الجدول (٤) .

كانون الأول الى (١,٣ - ١,١) م | ثا على التوالي .وعلى هذا الأساس يمكن القول ان الرياح هي احد العوامل التي لايمكن اهمالها اذ انها تؤثر على الواح اعلانات الفليكس ليس من خلال شدتها في معظم ايام السنة فحسب بل وبمساعدة عنصر درجة الحرارة مما تؤدي الى جعل الخامة المستخدمة في صناعة الاعلان باهتة وهزيلة لذا يصبح من السهولة على الرياح تمزيقها واتلافها ، فضلا عن تأثيره على اللوحات الكبيرة الحجم اذ كلما كبر حجم اللوحات الاعلانية اصبح تأثير الرياح عليها اكبر لذا يستلزم من اصحاب المطابع تنقيب الواح اعلانات الفليكس الغير ضوئية محاولة منهم تقليل اثر هذ العنصر ، وأما الضوئية منها لابد من تثبيتها بصورة دقيقة ومحكمة خاصة في المناطق التي تهب الرياح فيها بشدة فتسبب تداخل من مكانها الرئيسي . ينظر الصورة (٢).

٢-٣- الرياح (wind) : تعد الرياح عنصر من عناصر المناخ المهمة ، وهي حركة الهواء الافقية التي تحدث نتيجة اختلاف قيم الضغط الجوي بين منطقتين اذ تتحرك بصورة عامة من مناطق الضغط المرتفع الى مناطق الضغط الواطئ ولرياح دور في تنظيم مكونات الغلاف الجوي وتؤثر في اعادة توزيع بعض عناصر الطقس كالحرارة والرطوبة ^(١٢)، ويسبب الموقع الجغرافي والفلكي للعراق وتنوع اشكال تضاريسه تنوعت الرياح التي تهب على منطقة الدراسة والتي تتبع نظام الرياح السائدة في البلد وهي شمالية والشمالية الغربية ^(١٣). ويلحظ من الجدول (٤) والشكل (٣) بأن المعدل السنوي لسرع الرياح وصل الى (٢,٥) م/ثا ، اذ تنشط حركة الرياح في فصل الصيف لتسجل اعلى معدلاتها في الأشهر الحارة (حزيران ، تموز) وبمعدل (٤,٥ - ٤,٢) م | ثا على التوالي ، في حين تقل سرع الرياح عن هذه المعدلات في الاشهر الباردة لتصل في شهر تشرين الثاني وشهر

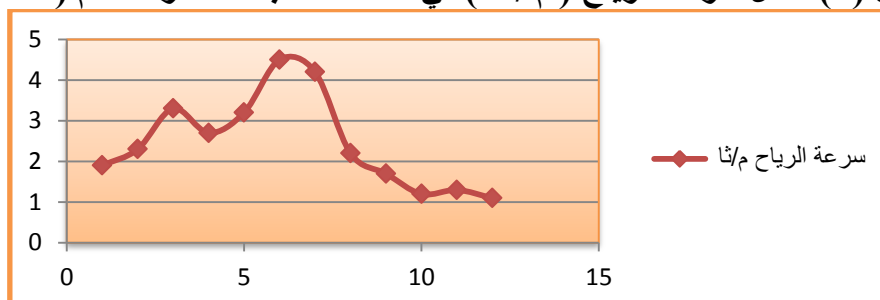
المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

الجدول (٤) معدل سرعة الرياح (م / ثا) في محافظة النجف الأشرف لعام (٢٠٢٣)

الاشهر	كانون الثاني	شباط	آذار	نيسان	ايار	حزيران	تموز	آب	ايلول	تشرين الاول	تشرين الثاني	كانون الاول	المعدل السنوي
الرياح م / ثا	1.9	2.3	3.3	2.7	3.2	4.5	٤,٢	٢,٢	١,٧	1.2	1.3	1.1	2.5

المصدر: جمهورية العراق ، الهيئة العامة للأنواء الجوية والرصد الزلزالي ، محطة النجف الأشرف ، قسم المناخ ، بيانات غير منشورة ، ٢٠٢٣ .

الشكل (٣) معدل سرعة الرياح (م / ثا) في محافظة النجف الأشرف لعام (٢٠٢٣)



المصدر : بالاعتماد على بيانات الجدول (٥) .

الصورة (٢) تأثير الرياح على اللوحات الاعلانية



المصدر : الدراسة الميدانية التقطت الصورة في قضاء الكوفة بتاريخ ٢٨/٣/٢٠٢٤ .

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

ثانيا : المقومات السكانية :

١- السكان وتوزيعهم الجغرافي : يعد حجم السكان وتوزيعهم الجغرافي من اهم الحقائق الديموغرافية التي تحاول الحكومات الحصول عليها لأهميتها البالغة في معرفة عدد السكان وتوزيعهم حسب الوحدات الادارية للدولة، والتعرف على خصائصهم الديموغرافية والاقتصادية والاجتماعية^(١٤)، ومن المعلوم ان التغيرات السكانية تترك اثارا مهمة في عملية التنمية الاقتصادية والذي يعد النشاط الصناعي حجر الزاوية فيها اذ لايمكن حصول تنمية اقتصادية دون نشاط صناعي^(١٥).

ويعرف النمو السكاني على انه التغير الكمي في حجم السكان سواء اكان التغير باتجاه الزيادة او النقصان خلال مدة زمنية معينة ، ومصدره ثلاث متغيرات وهي المواليد والوفيات والهجرة ويحدث التغير الفجائي غالبا بفعل عامل الهجرة نظرا لمتغيرين المواليد والوفيات هما الأكثر ثباتا واستقرارا^(١٦) .

ولذلك فأن توافر السكان بأعداد كبيرة اهمية في مجال تحقيق التنمية المكانية من خلال توافر الايدي العاملة اللازمة للأنشطة الصناعية والاقتصادية منها على وجه الخصوص فضلا عن مساهمة السكان في عمليات ادارة الانتاج والتسويق والأنشطة الخدمية الاخرى ، كما تشكل بدورها سوقا لتصريف المنتجات الصناعية^(١٧).

يلحظ من الجدول (٥) بأن اعداد السكان بلغ (١٦٧٢٣١٢ نسمة) بحسب تقديرات محافظة النجف الأشرف لسنة ٢٠٢٣ ، وهناك تباين في توزيع السكان على مستوى الوحدات الادارية ، اذ احتل مركز قضاء النجف المرتبة الأولى بعدد السكان (٨٨١٠٣٠) نسمة بنسبة (٥٢,٧ %) وبالمرتبة الثانية جاء مركز قضاء الكوفة بلغ (٢٧٤٩٦٦ نسمة) ونسبة (١٦,٤ %) وجاءت بالمرتبة الثالثة ناحية العباسية (١٠٦٨٦٤ نسمة) بنسبة (٦,٤ %) ، وجاءت بعدها بالمرتبة الرابعة مركز قضاء المشخاب (١٠٦٠٤٨ نسمة) بنسبة (٦,٣ %) ، ومركز قضاء المنادرة المرتبة الخامسة (١٠٥٨٤٦ نسمة) بنسبة (٦,٣ %) (وكل من ناحية الحيدرية ، القادسية ، الحيرة ، الحرية) أذ بلغت (٦٢٣٩٠ . ٥٣٢٠٠ . ٤٥٥٧٨ . ٣٥٨٦١ نسمة) ونسبة (٣,٧ % - ٣,٢ % - ٢,٧ % - ٢,٢ %) على التوالي ، وأما ناحية الشبكة فكانت اعدادها سكانية منخفضة قدرت (٥٢٩ نسمة) ونسبة (٠,١ %) نظرا لطبيعة الناحية ذات المناخ الصحراوي وقلة الأراضي الزراعية فيها . ان التباين في اعداد السكان ونسبهم على مستوى الوحدات الادارية يعزى الى الاختلاف في الناحية الادارية والوظيفية والاقتصادية والاجتماعية لكل وحدة ادارية عن الأخرى.

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

الجدول (٥) توزيع سكان محافظة النجف الاشرف حسب الوحدات الادارية لعام (٢٠٢٣)

الوحدة الادارية	٢٠٢٣	النسبة المئوية %
مركز قضاء النجف	٨٨١٠٣٠	٥٢,٧
الحيدرية	٦٢٣٩٠	٣,٧
الشبكة	٥٢٩	٠,١
مركز قضاء الكوفة	٢٧٤٩٦٦	١٦,٤
العباسية	١٠٦٨٦٤	٦,٤
الحرية	٣٥٨٦١	٢,٢
مركز قضاء المناذرة	١٠٥٨٤٦	٦,٣
الحيرة	٤٥٥٧٨	٢,٧
مركز قضاء المشخاب	١٠٦٠٤٨	٦,٣
القادسية	٥٣٢٠٠	٣,٢
المحافظة	١٦٧٢٣١٢	١٠٠

المصدر : جمهورية العراق ، مديرية التخطيط ، دائرة التنمية الاقليمية والمحلية ، محافظة النجف ، تقديرات ٢٠٢٣.

بمعدل نمو بلغ (٢,١%) ، تليها مركز قضاء المناذرة بالمرتبة السابعة بمعدل نمو بلغ (١,٨%)، تليه ناحية القادسية بالمرتبة الثامنة بمعدل نمو بلغ (١,٣%) وقد جاءت ناحية الشبكة بالمرتبة الأخيرة بمعدل نمو بلغ (٠,٥%) وهذا يعني انها منطقة طاردة للسكان ، وقد بلغ المعدل العام للمحافظة (٢,١%)، نستنتج مما تقدم ان اعداد السكان بحسب تعداد (١٩٩٧) شهد انخفاض في جميع الوحدات الادارية ويعزى السبب الى الازعاج الاقتصادي والأمنية والهجرة الخارجية اما عند مقارنتها بسنة ٢٠٢٣

ومن خلال جدول (٦) يلحظ ان معدل النمو السكاني في محافظة النجف الاشرف مستمر وقد تبين بين الوحدات الادارية ، فقد جاء مركز قضاء النجف بالمرتبة الأولى بمعدل نمو بلغ (٣,٣%)، يليه مركز قضاء الكوفة بالمرتبة الثانية بمعدل نمو (٢,٩%)، تليه ناحية الحيدرية بالمرتبة الثالثة بمعدل نمو بلغ (٢,٧%)، تليها مركز قضاء المشخاب بالمرتبة الرابعة بمعدل نمو بلغ (٢,٣%) ، تليه ناحية العباسية بالمرتبة الخامسة بمعدل نمو بلغ (٢,٢%)، تليها ناحية الحرية بالمرتبة السادسة

الحقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

يلحظ الزيادة العالية للسكان ويعزى سبب تلك الزيادة الى اسباب عدة منها اجتماعية التي تنتج عن الهجرة من المحافظات الطاردة ، فضلا عن الاسباب السياسية ومنها التهجير القسري وتردى أوضاع الكثير من المحافظات لعدم استقرار الوضع الأمني فيها لاسيما بعد (٢٠٠٣) الامر الذي نتج عنه موجات النازحين الى المحافظة ، فضلا عن الاسباب الاقتصادية فقد وفرت فرص عمل لجذب الايدي العاملة التي شجعت على

الهجرة ، والجدير بالذكر نجد ان مطابع الاعلان في منطقة الدراسة قد استقبلت اعداد محددة من العاملين كونها مطابع ذات ملكية خاصة ، وكل هذه الأسباب أدت مجتمعة إلى الزيادة الطبيعية للسكان مما أدى بدوره إلى توفير قاعدة كبيرة من السكان وبالتالي توفر اعداد من القوى العاملة الامر الذي يفضي الى اتساع الأسواق التجارية لدعم وأنجاح صناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف .

الجدول (٦) تباين اعداد السكان بين الوحدات الادارية في محافظة النجف الاشرف ومعدل نموها بين تعداد (١٩٩٧) مقارنة مع تقديرات (٢٠٢٣)

الوحدات الادارية	عدد السكان ١٩٩٧	عدد السكان ٢٠٢٣	معدل النمو بين التعدادين (%)
م. ق. النجف	٣٩٠٥٢٥	٨٨١٠٣٠	٣,٣
الحيدرية	٢٢٠١١	٦٢٣٩٠	٧,٢
الشبكة	٥٣٩	٥٢٩	٥,٠
م. ق. الكوفة	١٣١٨٨٢	٢٧٤٩٦٦	٩,٢
العباسية	٥٣٦٣٨	١٠٦٨٦٤	٢,٢
الحرية	١٨٨٤٨	٣٥٨٦١	١,٢
م. ق. المنادرة	٦٣٠٢٠	١٠٥٨٤٦	٨,١
الحيرة	—	٤٥٥٧٨	—
م. ق. المشخاب	٥٨٦٦٨	١٠٦٠٤٨	٣,٢
القادسية	٣٥٩١١	٥٣٢٠٠	٣,١
المحافظة	٧٧٥٠٤٢	١٦٧٢٣١٢	١,٢

- ١- المصدر : العراق ، وزارة التخطيط / الجهاز المركزي للإحصاء ، توزيع السكان حسب الوحدات الادارية البينة والجنس ، محافظة النجف الاشرف جمهورية ، (بيانات غير منشورة) ١٩٩٧ لسنة .
- ٢- جمهورية العراق ، مديرية التخطيط ، دائرة التنمية الاقليمية والمحلية ، توزيع السكان حسب الوحدات الادارية البينة والجنس ، محافظة النجف الاشرف ، (بيانات غير منشورة) لسنة ٢٠٢٣ .

الحكومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

٢- السياسات الحكومية (Government Policies)

وهي مجمل الإجراءات والتشريعات التي تتخذها الدولة، والتي تقوم الدولة بموجبها دعم النشاط الاقتصادي بمختلف مفاصله بشكل عام بغية تشجيعه من خلال سن مجموعة من القرارات والأنظمة والقوانين الجديدة، أو تعديل المسن منها سابقاً، إذ تقوم الدولة بتشجيع ودعم الاستثمار والمستثمر سواء أكان محلي أم أجنبي، مع إعطاء الأولوية للمستثمر المحلي، وهو الأكثر استعداداً على حماية وتطوير الصناعات المحلية، ومن جانب آخر فإن هذه التشريعات يجب ان تراعي في الوقت ذاته ضرورة حماية المستهلك والمنتج المحلي من منافسة السلع المستوردة، وتشجيع المستثمر في بعض الأحيان، وتهيئة الظروف المناسبة لتشجيع ودعم القطاع الخاص^(١٨).

وعليه برزت فكرة تدخل الدولة بتوجيه التوطن الصناعي كنتيجة للدعوة المتزايدة للضرورة تدخل الدول بدرجة أكبر في توجيه النشاط الاقتصادي . ثم أن تزايد المهام والمسؤوليات الملقاة على عاتق الدولة في العصر الحالي، كان هو الآخر حافزاً يدعو الى استخدام سلطة الدولة في هذا المجال، ذلك أن خدمات التعليم والصحة والإسكان والضمان الاجتماعي والخدمات العامة كلها أصبحت من الأعباء التي تشغل خزانة الدولة

لذلك أصبح من غير الممكن للدولة أن تتجاهل قرارات مشاريع أصحاب الأموال أو منظمي المشروعات^(١٩).

وبصورة عامة يمكن تلخيص وسائل الدعم الحكومي للقطاع الصناعي بالاتي :

١ - حماية منتجات الصناعة الوطنية والتخفيض من حدة ضغوط المنافسة الاجنبية .

٢ - التخفيض من حدة البطالة^(٢٠) .

٣ - الحد من التركيز السكاني في مناطق دون اخرى نتيجة للنمو الصناعي .

٤ - الرغبة في نشر الصناعات على الاقاليم المختلفة للدولة^(٢١) .

ويتلخص دور الدولة لصناعة الاعلان في منطقة الدراسة اتخاذ بعض التعليمات من خلال منح المطابع الاجازات وفقا لمعايير خاصة ، فضلا عن التدخل في اختيار اهم المواقع الخاصة بوضع الملصقات والاعلانات التجارية لهم حفاظا على البيئة ومحاسبة المقصرين او المتجاوزين للشروط بفرض غرامات مالية

٣- الرغبات الشخصية (Personal Desires)

بموجب هذا الاعتبار يختار صاحب المشروع الموقع لمصنعه بما يناسب رغبته الشخصية، حتى وإن كان هذا الموقع غير مثالي للصناعة، فهو قد يكتفي بما يعتقده من أرباح معقولة وهي نسبية لنشاطه الصناعي في موقع معين يفضل على مواقع أخرى محتملة مع أنها قد تحقق له ربحية أعلى^(٢٢) .

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

لذا فإن قرار اختيار الموقع الصناعي المناسب للمستثمر ، يتخذ اما بدوافع شخصية او لجوانب اجتماعية او لاعتبارات اخرى ، ومن اكثر الاعتبارات المألوفة في هذا المجال هو قرب المستثمر عن المكان الذي يعيش فيه ، ومما لاشك فيه هو ان انشاء المشروع الصناعي في منطقة سكن المستثمر ومن ثم نجاح المشروع ومن ثم توسعه ونموه في موقعه الاصلي (٢٣).

وقد تبين من خلال البحث والتقصي ان نسبة (٩٤ %) من مجموع المطابع المبحوثة كانت للرجبة الشخصية الدور الاهم في اختيار مواقع مؤسساتهم ويعزى السبب عن قرب تلك المؤسسات من سكن اصحاب المطابع والعاملين فيها ، وقدرة هذه المؤسسات على الاستفادة من عامل الموقع التجاري المهم الذي يعمل على امكانية زيادة مبيعاتهم وبالتالي زيادة الارباح .

ثالثا - المقومات الاقتصادية :

المواد الأولية : وهي المواد التي تصنع منها السلع المختلفة والتي يستخدمها الانسان ، وقد تكون موادا نباتية او حيوانية او معدنية (٢٤) ، اذ ان معظم المواد الخام تنتزع بشكل مشتت وغير منتظم، لذا فان المواقع الصناعية تحصل عليها بتكاليف متفاوتة وتختلف درجة جذب المواد الخام للمواقع الصناعية حسب المادة الخام نفسها، وحسب العمليات التصنيعية التي تستخدمها، وحسب الوسيلة التي يمكن استعمالها

في استغلال المادة الخام وتوزيعها (٢٥). ويلحظ ان هنالك صناعات معينة تتجه نحو المواد الخام فضلا عن التقدم التقني لعمليات الانتاج قد قلل تأثير هذا العامل او بدأت تهبط مكانته في اقرار مكان الصناعة (٢٦).

اذ لا يمكن إنشاء أي صناعة بدون توافر المواد الأولية لها لان جميع الفعاليات الخاصة بالتصنيع تتطلب موادا أولية ما دام جوهر أي عملية صناعية هو تحويل المواد الأولية إلى حاجات إنسانية متنوعة وان ضمان الحصول عليها بسهولة وبكميات اقتصادية وبصورة منتظمة ودائمية وبكلفة منخفضة تعد مزايا رئيسة تسعى جميع الصناعات التمتع بها (٢٧). وجاءت المواد الاولية وفق نوعين وهي المواد الرئيسية والفرعية .

اولا - اهم المواد الاولية الرئيسية التي تدخل في صناعة الاعلان :

١- **الأحبار (Inks):** وهو سائل يحتوي على مكونات صبغية وكيميائية وجزئيات متنوعة يستخدم في الكتابة والطباعة على اسطح مختلفة من الورق أو غيرها لإظهار نصوص الكتابة والرسومات الملونة المختلفة والتصاميم ، وتحتوي الأحبار على مركبات وخلائط كيميائية محتويات ليست بسيطة إذ تحتوي على مختلف أنواع المذيبات والمواد الصبغية والزيوت وجزئيات من مركبات كيميائية تمتزج وتتحد مع بعضها لتعطي خواص مختلفة من ناحية الكثافة

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

وتدقق السائل وتتاغم وتضاد الألوان في مختلف الاستخدامات المطلوبة^(٢٨). وتتكون احبار الطباعة من مزيج من ثلاثة مكونات هي^(٢٩) :

أ- المادة الحاملة .

ب- الصبغة .

ت- مادة مجففة .

فضلا عن مواد اخرى تضاف لكي تكسب الاحبار مميزات خاصة والمادة الحاملة تقوم بدورها في حمل الصبغة وكما ان لاصقة تساعد الصبغة في أن تثبت نفسها على السطح وكقاعدة اساسية فان كلا من آلة الطباعة ونظام التجفيف يحددان نوع المادة الحاملة المستخدمة اما الصبغات فهي تقوم بتزويد اللون الصلب في الاحبار، وتنقسم الاحبار الطباعية إلى نوعين هما: الألوان الأساسية والثانوية، أما الأساسية فهي (الاحمر ، الأصفر والأزرق) والتي لا تشتق من ألوان أخرى، وأما الثانوية فهي (الأخضر، والبرتقالي، والبنفسجي أو الأرجوازي) والتي يمكن إشتقاقها من إمتزاج بعض الألوان الأساسية، تصنع الاحبار في الوقت الحاضر من الاصباغ التي غالبا ما تكون مواد غير عضوية مختلفة الألوان ولا تذوب في الماء^(٣٠).

٢- الفليكس (Falls) : وهي مادة لينة مصنوعة من المطاط وجزء من المنتجات النفطية توجد بداخلها بضع من المعادن على شكل خيوط خامة خاصة باللافتات التي تعرض

ليلا اذ تكون الإضاءة خلف الخامة وبدخل هيكل اللوح الإعلاني وتمتاز هذه الخامة بأنها داكنة أثناء النهار، وناصعة جداً أثناء الليل ذات سماكة عالية وتتميز بقدرتها على مقاومة الماء والحرارة وأشعة الشمس لأنها تعرض خارجياً وتتعرض لعوامل الجو المتعددة وتكون كثيفة الحبر.

٣- البنر Banner : وهو ذو مادة لاصقة ذات نضاعة عالية لا يحتاج ان يضع بعد انارة وتكون احبارها خفيفة ، ويستخدم في اللوحات الاعلانية التي تعرض داخليا اي داخل المكان بسبب ضعف مقاومتها للعوامل الجوية ولا يشترط تركيبها صنع هيكل خاص بها .

٤- السايين : وهي مادة لاصقة عالية التحمل من ناحية الشد ، وله نسبة قليلة ، وكلما كانت ذات وزن اثقل كلما زاد تحمل قوة الشد وبعد عمره اطول من البنر كونه يتحمل العوامل الجوية.

٥- الفينيل (Vinyl) : وهي مادة لاصقة يتم الطباعة عليها، بعض منها حراري يستعمل على الجلود والاقمشة والاشكال الدقيقة بواسطة اجهزة الليزر الحرارية.

٦- الستيك (Sticker) : وهي مادة لاصقة طباعية متعددة الانواع ولكل نوع خاصية مختلفة واستعمالات متغيرة تتمتع بوجود طبقة عاكسة للضوء موجودة في وجه الخامة تساعد على عكس الضوء المسلط عليها فتظهر بصورة

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

وحجر الكلس والسيليكا والكبريت، وعند التصنيع تلحق بها مكونات أخرى، ولهذه اللدائن فوائد عديدة تخدم صناعة الألواح الإعلانية، ذلك لخفة وزنها ومقاومتها للتوصيل الكهربائي، وقابليتها على امتصاص الاهتزازات (٣٣).

٣- خام الألمنيوم (Aluminum) : يمتاز هذا المعدن بمقاومته لعملية التآكل والتآكل ويكون سهل التشكيل بالضغط فضلا عن لونه الجميل وخفته مقارنة بالحديد ، ويدخل في صناعة اللوح الاعلاني اذ يكون بحسب المواصفات سواء من زوايا أو مقاطع أو طبقات صفائح أو أدوات الربط كقطع الوصل ، والمسامير ، ويدخل الألمنيوم في صناعة الألواح الاعلانية من خلال (٣٤).

أ- صناعة حاضنات ارضية لخامة العرض الاعلاني .

ب- صناعة عرض اساس ومباشر للوح الاعلاني .

ت - صناعة شكلا تزينا يستخدم في تغليف وتأطير شكل اللوح الاعلاني .

٤- الفوم (Foam) : وهو نوع من انواع الفلين المضغوط ذات صفات مشابهة للبلاستيك وذلك من خلال قابليته لعدم التحلل بسهولة ، الا اذا تعرض الى مواد عضوية وكيميائية ، ويستعمل في تثبيت الليدات داخل اللوحة الاعلانية وكذا في المجسات .

مضيئة ، تستخدم عادة في اعلانات الطرق الخارجية ومن اهم انواع الستيك الميش (Mich) وهي خامة لاصقة تشبه خامة الفينيل لكنها تحتوي على ثقب موزعة على الخامة تتيح من خلالها الرؤيا، تستخدم للطباعة على الزجاج .

٧- الأقمشة (Tights) : وتستخدم باختلاف أنواعها للطباعة عليها حسب رغبة المستهلك (٣١).

ثانيا - المواد الاولية الفرعية التي تدخل في صناعة الاعلان :

١- خامات الحديد : يمتاز بخاصية المغنطة وتوصيله للحرارة والكهرباء فضلا عن قابليته للطبي والانحناء وذو صلادة ومتانة جيدة ولا ينكسر عند تعرضه للصدمات، وتستخدم صفائح الصلب في صناعة الأجزاء المهمة في مكونات الألواح الإعلانية كالأطر المحيطة أو المطوقة لمساحات اللوح الإعلاني أو الأرضيات السائدة لوجه مادة عرض الإعلان أو واجهات العرض المباشر لمادة اللوح الإعلاني، وقد استخدم الصلب المقاوم في معظم صناعات القضبان والانابيب والأعمدة والصفائح والألواح الرقيقة ولاسيما الألواح الإعلانية التي تتطلب ظروف عملها ان تكون ذات مظهر جيد وسهلة التطبيق ولا تتعرض للصدأ (٣٢)

٢- خامات اللدائن : تتكون من مواد عضوية ومركبات معدنية ومن ضمنها النفط الفحم

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

الإعلاني المعد مسبقاً، ويتم توصيلها بواسطة أسلاك كهربائية ويتم التحكم بها بواسطة برنامج محدد يوضع داخل ذاكرة اللوح الإعلاني^(٣٥) .

وتعد صناعة الإعلان من الصناعات التي تنقل موادها الأولية لمسافات بعيدة وأغلب موادها الأولية هي مواد نصف مصنعة مثل الفليكس، والأحبار، والمعادن، والبلاستيك وغيرها. وجميع المواد الأولية التي تدخل في صناعة الإعلان هي مواد مستوردة باستثناء خامات معدن الحديد والألمنيوم والبلاستيك، إذ يكون الجزء الأكبر منها محلياً، ويسهم هذا الأمر بشكل كبير في ارتفاع كلفة الإعلان، ولا يقتصر هذا الارتفاع على صناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف فحسب بل يتعداه إلى عموم العراق، ينظر جدول (١٠).

٥- الزجاج : إذ يتم الطباعة عليه بأحد أجهزة الطباعة أو يصنع منه إعلان أو عبارة توضيحية بواسطة آلة آل (CNC) من خلال عمليات النقش والتخريم .

٦- البوردات (Borders) : وهي عبارة عن ألواح مضيئة ذات أبعاد ثابتة (١٦×٣٢سم) تحتوي على مجموعة مصابيح صغيرة تضيء بلون واحد أو بعدة ألوان أو ، يتم إيصالها مع بعضها البعض لتكوين شاشة إعلانية .

٧- الشاحنات والمحولات (Trucks and transformers) : وهي عبارة عن أجهزة توضع داخل اللوح الإعلاني لإيصال الكهرباء للوح الإعلاني .

٨- الليدات (The Lions) : وهي عبارة عن مصابيح إنارة صغيرة الحجم توضع داخل اللوح

الجدول (٧) المواد الرئيسية والفرعية لصناعة الاعلان في محافظة النجف الأشرف لعام (٢٠٢٣)

المواد الرئيسية	المواد الفرعية
الاحبار	الحديد
الفليكس	خامات اللدائن
البنر	خام الالمنيوم
الساين	الفوم
الفينيل	الزجاج
الستيكر	البوردات والليدات
الاقمشة	الشاحنات والمحولات

المصدر : الاعتماد على تحليل استمارة الاستبانة فقرة (٧).

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

٢- رأس المال (Capital): ترجع أهمية رأس المال الى كونه ابرز واهم مقومات الصناعة الذي يمكن بواسطته توفير احتياجاته من المعدات والآلات والمواد الخام والمواد نصف المصنعة ووسائل النقل فضلا عن دفع اجور النقل وقيمة الارض واجارها واجور العمال وتأتي أهميته في تحقيق التنمية الصناعية لاسيما ان المشاريع الحديثة أصبحت اليوم تقوم اساسا على طاقات انتاجية ضخمة ما يتطلب قيامها لرأس مال كبير لاقامة متركزاتها الاساسية^(٣٦)، ويعرف رأس المال بأنه جميع الموارد النقدية والمالية التي تستخدم في انجاز العملية الانتاجية الصناعية الذي لايمكن الاستغناء عنه في اقامة اي مشروع صناعي^(٣٧).

ويقسم رأس المال الى : رأس مال ثابت ومتغير ، فأما رأس المال الثابت فهو جزء من رأس المال المتواجد على شكل وسائل انتاج و تشمل كلاً من المنشآت الصناعية والابنية ، والمكائن والآلات ، والاجهزة والتجهيزات ، والطاقة المحركة ، والمواد الاولية ، والمواد المساعدة ، واما رأس المال المتغير فهو الجزء الذي يدفع مقابل قوة العمل في شكل اجر^(٣٨) .

وتعد صناعة الاعلان كغيرها من الصناعات التي تحتاج الى رؤوس اموال لشراء الآلات والمكائن ودفع أثمان المواد الأولية، الا انها لا تتطلب رؤوس أموال كبيرة كبقية الصناعات، ويعزى السبب في ذلك أن هذه الصناعة قائمة

أساساً على عنصر الإبداع واغلب المؤسسات تعود للقطاع الخاص فهي عبارة عن مؤسسات صغيرة اومتوسطة الحجم ، أما بالنسبة إلى طبيعة الحصول فيها على الأموال، فتكون عن طريق الادخار بالدرجة الأساس، اعتماداً على إمكانياتها المحدودة، فضلاً عن الاقتراض من المصارف الحكومية والأهلية ولكن بصورة اقل نسبياً اذ وفر المصرف الصناعي تسهيلات مصرفية لأصحاب المشاريع الصناعية الصغيرة ومن ضمنها صناعة الاعلان في محافظة النجف الاشرف .

٣- السوق (Market): يعد السوق من اهم عوامل الجذب في الصناعة إذ يلعب دورا هاما في تحديد مواقع الصناعة ونوعيتها ونمو العلاقات التي تتضمنها^(٣٩)، و السوق كمفهوم اقتصادي حديث هو مجموعة من العلاقات المتبادلة بين البائعين والمشتريين الذين تشترك رغباتهم في تبادل السلع، وخدمات معينة ومحددة في عرضها وطلبها. وعلى وفق هذا المفهوم فإن نطاق السوق للسلع لا يتحدد بحيز أو نطاق مكاني معين، وإنما يتحدد بمدى سهولة الاتصال بين البائع والمشتري، ومدى قابلية السلعة للنقل من مكان الى اخر^(٤٠) ، و يعتمد حجم السوق على السكان ومستوى دخل الافراد واسعار البضائع وطرق النقل فضلا عن العادات والتقاليد... الخ ، اذ يبرز اثر السوق في الصناعة من خلال حجمه، الذي يحدد بدوره

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

حجم الطلب الفعال على منشآت معينة مما له الأثر في الإنتاجية بشكل غير مباشر، لأن ذلك يعد أحد المعايير الرئيسة التي تقرر حجم المشروع الصناعي ومدى اقترابه من الحجم الاقتصادي الأمثل^(٤١).

لذا يبرز اثر السوق في صناعة الاعلان من خلال حجمه الذي يحدد حجم الطلب على المنتجات الصناعية المنتجة لصناعة الاعلان مما يساعد في قيامها اما بالنسبة الى منطقة الدراسة فأنها امتازت بمجموعة من الخصائص الهامة التي ساعدت على نجاح صناعة الاعلان فيها ، مثل حجم السكان الذي يعمل على زيادة القدرة الشرائية اذ امتازت محافظة النجف الاشرف بحجم سكاني كبير تمثلت (١٦٧٣٢١٢) نسمة لعام ٢٠٢٣^(٤٢)، لكونها تعد من المراكز الحضرية والدينية بسبب وجود العديد من مرقد الانبياء (عليهم السلام) والمرقد الشريف للأمام علي (عليه السلام) فضلاً عن المزارات الأخرى في مناطق كثيرة من المحافظة الى جانب وجود مدينة الكوفة المقدسة ومدينة الحيرة التاريخية ومن ثم فإن هذه المحافظة تتمتع بكثرة الوافدين اليها ومن جنسيات مختلفة ، فضلاً عن عنصر الأمان الذي تتمتع به المحافظة و الذي شجع الهجرة المستمرة اليها ، كما ان تحسن الأوضاع الاقتصادية فيها قد ساعد على ارتفاع دخول الافراد والذي انعكس بشأنه على زيادة الطلب على المنتجات

الصناعية ولاسيما الاستهلاكية ، الى جانب ذلك فقد ساعد موقع المحافظة كونها تمثل حلقة وسط تربط اقليم الفرات الاوسط هو الآخر اسهم في ان تكون سوقاً مفتوحاً على اغلب المحافظات ، والذي ساعد في امكانية توسع الاسواق وتعددتها ، ولاننسى التسهيلات المالية والنقدية والمصرفية ،جميع هذه العوامل اسهمت بصورة كبيرة في انجاح صناعة الاعلان في المحافظة ونموها .

الاستنتاجات:

١- اظهر البحث ان للمقومات الطبيعية والبشرية في منطقة الدراسة اثراً هاماً على انجاح صناعة الاعلان، اذ تبين ان للموقع الجغرافي وعناصر المناخ أثراً واضحاً ، فضلاً عن تأثير المقومات السكانية المتمثلة بـ (السكان وتوزيعهم الجغرافي ، والسياسات الحكومية، والرغبات الشخصية،) والمقومات الاقتصادية المتمثلة بـ (المواد الأولية ، ورأس المال ، والسوق)

٢- غياب الدور الحكومي سواء أكان هذا الدعم عن طريق توفير الحماية لمنتجاتها او بتوفير التسهيلات المصرفية.

المقترحات:

١- ايلاء الدولة دور اكبر في خدمة هذا القطاع من الصناعة وتوفير التسهيلات المصرفية لأصحاب المطابع عن طريق تفعيل دور

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

٢- تفعيل دور فرض الضرائب والرسوم الكمركية على بعض المواد الأولية الداخلة في العمليات الانتاجية للتقليل من المواد المستوردة وتشجيع المنتج الوطني.

المصرف الصناعي وتخفيض نسبة الفوائد المترتبة على القروض الممنوحة ، سيما وانه قطاع نامي وله مستقبل كبير على مستوى المحافظة.

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

الهوامش:

تتوزع النطاقات المطرية في العراق ، مجلة مداد الآداب ، كلية الآداب ، الجامعة العراقية ، ، مج ١٣ عدد خاص بمؤتمر قسم الجغرافية ، ٢٠٢٣ ، ص ١٢٦٩ .

١٠ - عقيل عباس حسين وآخرون ، التنبؤ باتجاهات ومجموع كميات الأمطار الساقطة في العراق لشهر كانون الثاني ، المجلة العراقية للبحوث الانسانية والاجتماعية والعلمية ، جامعة البصرة ، ع ٩ ، ٢٠٢٣ ، ص ٤٠ .

١١- رعد سعيد جواد ، التلوث المناخي للمواقع الصناعية في مدينة النجف الأشرف ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الآداب جامعة الكوفة ، ٢٠١٨ ، ص ٣٣ .

١٢ - بنين فلاح حسن تويج ، الامكانات المناخية لمحافظة النجف الأشرف ودورها في توليد بعض مصادر الطاقة المتجددة ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية التربية للبنات ، جامعة الكوفة ، ٢٠٢٢ ، ص ٣١ .

١٣ - مثنى فاضل علي الوائلي ، الموازنة المائية المناخية في محافظة النجف دراسة في المناخ التطبيقي ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الآداب ، جامعة الكوفة ، ٢٠٠٤ ، ص ٣٣ .

١٤ - شاكور محمود عيال الاميري ، النمو السكاني في العراق (التأثيرات والتحديات) ، مجلة جامعة الانبار للعلوم الانسانية ، مج ٢ ، ع ١ ، ٢٠٢١ ، ص ١٤٣ - ١٤٤ .

١٥ - حسين موسى جاسم الاوسي ، النمو الصناعي في محافظتي كربلاء والنجف للمدة (١٩٨٠ - ١٩٩٧) اطروحة دكتوراه (غير منشورة) ، كلية الآداب ، جامعة بغداد ، ١٩٩٩ ، ص ٨٣ .

١٦ - حسين علي فهد الوائلي ، ورسل محمد كاظم الجبوري ، خصائص السكان والسياسة السكانية في المملكة العربية السعودية ، مجلة القادسية للعلوم

١ - عادل رشيد حسين الدليمي ، التوطن الصناعي في محافظات البصرة وميسان وذي قار ، اطروحة دكتوراه (غير منشورة) ، كلية الآداب ، جامعة بغداد ، ٢٠٠٠ ، ص ٣٣ .

2- Klaus, Acbim Boesler, akey concept in Modren economic Geography and Development, institute for scientific Co, operation, Tubingen, volume. 1, P. 44.

٣ - محمد يوسف حاجم ، احلام نوري منشد ، التكامل الصناعي واليات التوزيع المكاني ، ط ١ ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ٢٠١٩ ، ص ٨٢ .

٤ - جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، دائرة التنمية الاقليمية والمحلية ، مديرية تخطيط النجف الاشرف ، ٢٠٢٣ .

٥- موسى جعفر عطية ، ارض النجف التاريخ والتراث الجيولوجي ، مجلة التراث النجفي ، العدد (١) ، ٢٠٠٩ ، ص ٩٥ .

٦- محمد خميس الزوكة ، الجغرافية الاقتصادية ، ط ١ ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، ٢٠٠٨ ، ص ٦١ .

٧- فراس ناظم احمد ، البنية الصناعية في محافظتي النجف الأشرف وبابل ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الآداب ، جامعة الكوفة ، ٢٠١٥ ، ص ٣١ .

٨- علي احمد غانم ، المناخ التطبيقي ، ط ١ ، دار المسيرة للنشر والطباعة ، عمان ، الاردن ، ٢٠١٠ ، ص ٢٤٩ .

٩ - عبد الباقي خميس حمادي ، عمار مجيد مطلق العزاوي ، الاتجاه والتغيير في كمية الامطار وأثره على

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

- الانسانية ، مجلة كلية الاداب ، جامعة القادسية ، مج ٢٣ ، ع ٣ ، ٢٠٢٠ ، ص ١١١ .
- ١٧ - عبد الرحمن عليوي المعموري ، اثر النشاط الصناعي على النظام الحضري دراسة للمدن متوسطة الحجم ، دار امجد للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ٢٠١٥ ، ص ١٥٨ .
- ١٨ - عبد الزهرة الجنابي وفراس ناظم احمد ، التكامل الصناعي منافعه لياته وتطبيقاته ، ط ١ ، مؤسسة دار الصادق الثقافية ، بغداد ٢٠٢١ ، ص ١٢٦ .
- ١٩ - احمد حبيب رسول ، جغرافية الصناعة ، دار النهضة العربية ، بيروت ، ٢٠٠٩ ، ص ٧٤ .
- ٢٠ - عبد الله نجم عبد الشاوي ، دور الدولة في دعم القطاع الصناعي في العراق ، مجلة الادارة والاقتصاد ، ع ٨٩ ، ٢٠١١ ، ص ٥ .
- ٢١ - كامل كاظم بشير الكناني ، دراسات في نظرية الموقع الصناعي ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٨ ، ص ٢٨٤ .
- ٢٢ - عبد الزهرة الجنابي ، الجغرافية الصناعية ، ط ١ ، دار الصفاء ، عمان ، ٢٠١٢ ، ص ١١٥ .
- ٢٣ - عمران بندر مراد ، سلام فاضل علي ، جغرافية الصناعة بين الدراسة المنهجية والمعاصرة ، كلية التربية للعلوم الانسانية . ابن رشد ، جامعة بغداد ، بغداد ، ٢٠١٧ ، ص ٤٧ .
- ٢٤ - ابراهيم شريف ، جغرافية الصناعة ، دار الرسالة للطباعة ، بغداد ، ١٩٧٦ ، ص ٣٢ .
- ٢٥ - حسن عبد القادر صالح ، مدخل الى جغرافية الصناعة ، ط ١ ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان ، ١٩٨٥ ، ص ٢٤٠ - ٢٤١ .
- ٢٦ - عبد خليل فضيل ، دراسات في الجغرافية الصناعية ، مطبعة التعليم العالي ، بغداد ، ١٩٨٩ ، ص ٤٣ .
- ٢٧ - حامد سفيح عجرش الركابي ، التوزيع الجغرافي للصناعات الكبيرة في محافظات البصرة وذي قار وميسان (دراسة كارتوكرافية)، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الآداب ، جامعة البصرة ٢٠٠٦ ، ص ٤٩ .
- ٢٨ - <https://ar.m.wikipedia.org> ، تاريخ اخر زيارة للموقع ٢٨ / ٣ / ٢٠٢٤ .
- ٢٩ - Sten Berg , 500, year of printing , 4th ed , 1994, p: 137
- ٣٠ - الدراسة الميدانية ، مقابلة شخصية مع السيد حيدر الحمراني مدير مطبعة الحمراني بتاريخ ١٦/١١/٢٠٢٤ .
- ٣١ - الدراسة الميدانية ، مقابلة شخصية مع السيد صفاء كامل سلمان ، مدير شركة الشروق ، النجف ، بتاريخ ٩ | ٣ | ٢٠٢٤ .
- ٢٣ - بيلي ، ف ، مبادئ هندسة المعادن والمواد ، ترجمة د. حسين باقر ، جامعة الموصل ، الموصل ١٩٨٥ ، ص ١٤٣ .
- ٣٣ - ابراهيم محمود منصور ، نوال عزت عبد اللطيف ، استخلاص المعادن الحديدية ، مطبعة دار الحكمة ، بغداد ، ١٩٩٠ ، ص ٣٣٠ .
- ٣٤ - محمد فريد صحن ، الإعلان ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، مصر ، ٢٠١٣ ، ص ٢٦٦ .
- ٣٥ - الدراسة الميدانية ، مقابلة شخصية مع كل من السيد منصور عاد مسلم مدير مطبعة الامير الحديثة والسيد عمار حسان فاضل مدير مطبعة عدن بتاريخ ٢١-٢٢/٢/٢٠٢٤ .
- ٣٦ - حميد وكاع سيسان الجياشي ، القوى العاملة واثرا في التنمية الصناعية في محافظة المثنى لعامي ١٩٩٧ و ٢٠١٤ ، اطروحة دكتوراه (غير منشورة) ، كلية التربية للبنات ، جامعة الكوفة ، ٢٠١٥ ، ص ١١٩ - ١٢٠ .

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

- ٣٧ - نيراس طلال حميدي الهاشمي، التحليل الجغرافي لصناعة الاعلان في محافظة صلاح الدين ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية التربية للعلوم الانسانية ، جامعة تكريت، ٢٠٢٣ ، ص ٥٥ .
- ٣٨- حربي محمد ، مفاهيم اقتصادية ، دار الحرية للطباعة والنشر ، بغداد ، ١٩٨٠ ، ص ١٤ .
- 39- F .J. Monk house . A dictionary of geography London I ward Arnold 1970 . p70.
- 40 - نبيل قاسم حميد ، التحليل المكاني للصناعات الثقافية في مدينة بغداد وابعادها التنموية ، اطروحة دكتوراه (غير منشورة) ، كلية التربية ابن رشد ، للعلوم الانسانية، جامعة بغداد، ٢٠٢٣، ص ٨٤.
- ٤١- محمد جواد عباس شبع ، الصناعة واثرها في التنمية الاقليمية في محافظة النجف ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الآداب ، جامعة الكوفة، ٢٠٠٧ ، ص ٧٨ .
- المصادر**
- ١ -الدليمي ، عادل رشيد حسين، التوطن الصناعي في محافظات البصرة وميسان وذي قار ،اطروحة دكتوراه (غير منشورة) ، كلية الآداب ، جامعة بغداد، ٢٠٠٠ .
- 2- Klaus, Acbim Boesler, akey concept in Modren economic Geography and Developoment, institute for scientific Co, operation, Tubingen, volume. 1, P. 44.
- ٣ - حاجم محمد يوسف ، منشد ، احلام نوري، التكامل الصناعي واليات التوزيع المكاني ، ط١ ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ٢٠١٩ .
- ٤ - جمهورية العراق ، وزارة التخطيط ، دائرة التنمية الاقليمية والمحلية ، مديرية تخطيط النجف الاشرف ، ٢٠٢٣ .
- ٥- عطية ، موسى جعفر ، ارض النجف التاريخ والتراث الجيولوجي ، مجلة التراث النجفي ، العدد ١ ، ٢٠٠٩ .
- ٦- الزوكة ، محمد خميس، الجغرافية الاقتصادية ، ط١ ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، ٢٠٠٨ .
- ٧- احمد ، فراس ناظم، البنية الصناعية في محافظتي النجف الأشرف وبابل ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الآداب ،جامعة الكوفة، ٢٠١٥ .
- ٨- غانم ، علي احمد ، المناخ التطبيقي ، ط١ ، دار المسيرة للنشر والطباعة ، عمان ، الاردن ، ٢٠١٠ .
- ٩ - حمادي ، عبد الباقي خميس ، العزواي ، عمار مجيد مطلق ، الاتجاه والتغيير في كمية الامطار وأثره على ترشح النطاقات المطرية في العراق ، مجلة مداد الآداب ، كلية الآداب ، الجامعة العراقية ، ، مج ١٣ عدد خاص بمؤتمر قسم الجغرافية ، ٢٠٢٣ .
- ١٠ - حسين ، عقيل عباس ، واخرون ، التنبؤ باتجاهات ومجموع كميات الامطار الساقطة في العراق لشهر كانون الثاني ، المجلة العراقية للبحوث الانسانية والاجتماعية والعلمية ، جامعة البصرة ، ع ٩ ، ٢٠٢٣ .
- ١١- جواد ، رعد سعيد ، التلوث المناخي للمواقع الصناعية في مدينة النجف الأشرف ، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الآداب جامعة الكوفة ، ٢٠١٨ ..
- ١٢ - تويج ، بنين فلاح حسن، الامكانات المناخية لمحافظة النجف الأشرف ودورها في توليد بعض مصادر الطاقة المتجددة ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية التربية للبنات ، جامعة الكوفة، ٢٠٢٢ .
- ١٣ -الوائلي ، مثنى فاضل على ، الموازنة المائية المناخية في محافظة النجف دراسة في المناخ التطبيقي

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

- ٢٣- مراد ، عمران بندر ، علي ، سلام فاضل ، جغرافية الصناعة بين الدراسة المنهجية والمعاصرة ، كلية التربية للعلوم الانسانية . ابن رشد ، جامعة بغداد ، بغداد ، ٢٠١٧ .
- ٢٤ - شريف ، ابراهيم ، جغرافية الصناعة ، دار الرسالة للطباعة ، بغداد ، ١٩٧٦ .
- ٢٥- صالح ، حسن عبد القادر ، مدخل الى جغرافية الصناعة ، ط ١ ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان ، ١٩٨٥ .
- ٢٦ - فضيل ، عبد خليل ، دراسات في الجغرافية الصناعية ، مطبعة التعليم العالي ، بغداد ، ١٩٨٩ .
- ٢٧- الركابي ، حامد سفيح عجرش ، التوزيع الجغرافي للصناعات الكبيرة في محافظات البصرة وذي قار وميسان (دراسة كارتوغرافية)، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الآداب ، جامعة البصرة ٢٠٠٦ .
- ٢٨ - <https://ar.m.wikipedia.org> ، تاريخ اخر زيارة للموقع ٢٨ / ٣ / ٢٠٢٤ .
- ٢٩ 4thed , 500,year of printing , Sten Berg - 1994, p: 137 ,
- ٣٠ - الدراسة الميدانية ، مقابلة شخصية مع السيد حيدر الحمراني مدير مطبعة الحمراني بتاريخ ١٦/١٠/٢٠٢٤ .
- ٣١- الدراسة الميدانية ،مقابلة شخصية مع السيد صفاء كامل سلمان ، مدير شركة الشروق ، النجف ، بتاريخ ٩ | ٣ | ٢٠٢٤ .
- ٢٣ - ف ، بيلي، مبادئ هندسة المعادن والمواد ، ترجمة د. حسين باقر، جامعة الموصل ، الموصل ١٩٨٥ .
- ٣٣ - منصور ، ابراهيم محمود، نوال عزت عبد اللطيف ، استخلاص المعادن الحديدية ، مطبعة دار الحكمة ، بغداد ، ١٩٩٠ .
- رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الآداب ، جامعة الكوفة، ٢٠٠٤ .
- ١٤ - الاميري ، شاكر محمود عيال ، النمو السكاني في العراق (التأثيرات والتحديات) ، مجلة جامعة الانبار للعلوم الانسانية ، مج ٢ ، ع ١ ، ٢٠٢١ .
- ١٥- الاوسي ، حسين موسى جاسم، النمو الصناعي في محافظتي كربلاء والنجف للمدة (١٩٨٠ - ١٩٩٧) (اطروحة دكتوراه (غير منشورة) ، كلية الآداب ، جامعة بغداد ، ١٩٩٩ .
- ١٦ -الوائلي ، حسين علي فهد ،الجبوري ، ورسلمحمد كاظم ، خصائص السكان والسياسة السكانية في المملكة العربية السعودية ، مجلة القادسية للعلوم الانسانية ، مجلة كلية الاداب ، جامعة القادسية ، مج ٢٣ ، ع ٣ ، ٢٠٢٠ .
- ١٧ - المعموري ، عبد الرحمن عليوي، اثر النشاط الصناعي على النظام الحضري دراسة للمدن متوسطة الحجم ، دار امجد للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ٢٠١٥ .
- ١٨ - الجنابي ، عبد الزهرة، احمد ، فراس ناظم، التكامل الصناعي منافعه الياته وتطبيقاته ، ط ١ ، مؤسسة دار الصادق الثقافية ، بغداد ٢٠٢١ .
- ١٩ - رسول ، احمد حبيب ، جغرافية الصناعة ، دار النهضة العربية ، بيروت ، ٢٠٠٩ .
- ٢٠ - الشاوي ، عبد الله نجم عبد، دور الدولة في دعم القطاع الصناعي في العراق ، مجلة الادارة والاقتصاد ، ع ٨٩ ، ٢٠١١ .
- ٢١ - الكناني ،كامل كاظم بشير ، دراسات في نظرية الموقع الصناعي ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٨ .
- ٢٢ - الجنابي ، عبد الزهرة، الجغرافية الصناعية ، ط ١ ، دار الصفاء، عمان ، ٢٠١٢ .

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

- ٣٤ - صحن ، محمد فريد، الإعلان ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، مصر ، ٢٠١٣ ، ص ٢٦٦ .
- ٣٥ - الدراسة الميدانية ، مقابلة شخصية مع كل من السيد منصور عاد مسلم مدير مطبعة الامير الحديثة والسيد عمار حسان فاضل مدير مطبعة عدن بتاريخ ٢٠٢٤/٢/٢٢-٢١ .
- ٣٦ - الجياشي ، حميد وكاع سيسان، القوى العاملة واثرها في التنمية الصناعية في محافظة المثنى لعامي ١٩٩٧ و ٢٠١٤ ، اطروحة دكتوراه (غير منشورة) ، كلية التربية للبنات ، جامعة الكوفة ، ٢٠١٥ .
- ٣٧ - الهاشمي ، نبراس طلال حميدي، التحليل الجغرافي لصناعة الاعلان في محافظة صلاح الدين ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية التربية للعلوم الانسانية ،جامعة تكريت، ٢٠٢٣ .
- ٣٨ - محمد ، حربي، مفاهيم اقتصادية ، دار الحرية للطباعة والنشر ، بغداد ، ١٩٨٠ .
- 39- F .J. Monk house . A dictionary of geography London I ward Arnold 1970 . p70.
- 40 - حميد ، نبيل قاسم، التحليل المكاني للصناعات الثقافية في مدينة بغداد وابعادها التنموية ، اطروحة دكتوراه (غير منشورة) ، كلية التربية ابن رشد ، للعلوم الانسانية، جامعة بغداد، ٢٠٢٣ .
- ٤١ - شبع ، محمد جواد عباس، الصناعة واثرها في التنمية الاقليمية في محافظة النجف ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية الآداب ، جامعة الكوفة، ٢٠٠٧ .

Sources:

- 6- alzuwkat , muhamad khamis, aljughrafiat aliaiqtisadiat , ta1 , dar almaerifat aljamieiat , alaiskandariat , 2008 - Al-Dulaimi, Adel Rashid Hussein, Industrial Settlement in the Governorates of Basra, Maysan, and Dhi Qar, doctoral thesis (unpublished), College of Arts, University of Baghdad, 2000.
- 2- Klaus, Acbim Boesler, key concept in Modern economic Geography and Development, institute for scientific co-operation, Tubingen, volume. 1, p. 44.
- 3 - Hajim Muhammad Youssef, vocalist, Ahlam Nouri, industrial integration and spatial distribution mechanisms, 1st edition, Dar Ghaida for Publishing and Distribution, Amman, Jordan, 2019.
- 4 - Republic of Iraq, Ministry of Planning, Department of Regional and Local
- ١-aldilmy , eadil rashid husayn, altawatun alsinaeiu fi muhafazat albasrat wamaysan wadhi qara ,atruhatan dukturah (ghayar manshura) , kuliyat aladab , jamieat baghdad, 2000 .
- 2- Klaus, Acbim Boesler, akey concept in Modren economic Geography and Development, institute for scientific Co, operation, Tubingen, volume. 1, P. 44.
- 3 - hajim muhamad yusif , munshid , ahlam nuri, altakamul alsinaeiu waliaat altawzie almakani , ta1 , dar ghayda' lilnashr waltawzie , eamaan , alardin , 2019 .
- 4 - jumhuriat aleiraq , wizarat altakhtit , dayirat altanmiat alaqaalimiati walmahaliyat , mudiriati takhtit alnajaf alashraf , 2023 .
- 5- eatiat , musaa jaefar , ard alnajaf altaarikh walturath aljiulujiu , majalat alturath alnajafii , aleadad (1) , 2009 .

- 13 - Al-Waeli, Muthanna Fadel Ali, Climate Water Budgeting in Najaf Governorate, A Study in Applied Climate, Master's Thesis (unpublished), College of Arts, University of Kufa, 2004.
- 14 - Al-Amiri, Shaker Mahmoud Ayal, Population Growth in Iraq (Impacts and Challenges), Anbar University Journal for the Human Sciences, Volume 2, Issue 1, 2021.
- 15- Al-Awsi, Hussein Musa Jassim, industrial growth in the governorates of Karbala and Najaf for the period (1980 - 1997), doctoral thesis (unpublished), College of Arts, University of Baghdad, 1999.
- 16 - Al-Waeli, Hussein Ali Fahd, Al-Jubouri, and Russell Muhammad Kadhim, Population Characteristics and Population Policy in the Kingdom of Saudi Arabia, Al-Qadisiyah Journal for the Humanities, Journal of the College of Arts, Al-Qadisiyah University, Volume 23, No. 3, 2020.
- 17 - Al-Mamouri, Abdul Rahman Aliwi, The impact of industrial activity on the urban system, a study of medium-sized cities, Dar Amjad for Publishing and Distribution, Amman, Jordan, 2015.
- 18 - Al-Janabi, Abdel-Zahra, Ahmed, Firas Nazim, Industrial Integration, Its Benefits, Mechanisms, and Applications, 1st edition, Dar Al-Sadiq Cultural Foundation, Baghdad 2021.
- 19 - Rasoul, Ahmed Habib, Geography of Industry, Arab Renaissance House, Beirut, 2009.
- 20 - Al-Shawi, Abdullah Najm Abd, the role of the state in supporting the industrial Development, Najaf Planning Directorate, 2023.
- 5- Attiya, Musa Jaafar, The Land of Najaf, History and Geological Heritage, Najafi Heritage Magazine, Issue (1), 2009.
- 6- Al-Zouka, Muhammad Khamis, Economic Geography, 1st edition, University Knowledge House, Alexandria, 2008.
- 7- Ahmed, Firas Nazim, Industrial Structure in the Governorates of Najaf and Babel, Master's Thesis (unpublished), College of Arts, University of Kufa, 2015.
- 8- Ghanem, Ali Ahmed, Applied Climate, 1st edition, Dar Al-Masirah for Publishing and Printing, Amman, Jordan, 2010.
- 9 - Hammadi, Abdel-Baqi Khamis, Al-Azzawi, Ammar Majeed Mutlak, the trend and change in the amount of rain and its impact on the shifting of rain bands in Iraq, Medad Journal of Arts, College of Arts, Iraqi University, vol. 13, a special issue of the Geography Department Conference, 2023.
- 10 - Hussein, Aqeel Abbas, and others, Forecasting trends and total amounts of rainfall in Iraq for the month of January, Iraqi Journal of Human, Social and Scientific Research, University of Basra, No. 9, 2023.
- 11- Jawad, Raad Saeed, Climate Pollution of Industrial Sites in the City of Najaf, Master's Thesis (Unpublished), College of Arts, University of Kufa, 2018..
- 12 - Tawij, Boys Falah Hassan, The climate potential of the Najaf Governorate and its role in generating some renewable energy sources, Master's thesis (unpublished), College of Education for Girls, University of Kufa, 2022.

- 24 - Sharif, Ibrahim, Geography of Industry, Dar Al-Resala Printing, Baghdad, 1976.
- 25- Saleh, Hassan Abdel Qader, Introduction to Industrial Geography, 1st edition, Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution, Amman, 1985.
- 26 - Fadil, Abdul Khalil, Studies in Industrial Geography, Higher Education Press, Baghdad, 1989.
- 27- Al-Rikabi, Hamed Safih Ajrash, The geographical distribution of large industries in the governorates of Basra, Dhi Qar, and Maysan (cartographic study), doctoral thesis (unpublished), College of Arts, University of Basra, 2006.
- 28- <https://ar.m.wikipedia.org>, date of last visit to the site: 3/28/2024.
- 29- Sten Berg, 500, years of printing, 4th, 1994, p. 137
- 30 - Field study, personal interview with Mr. Haider Al-Hamrani, Director of Al-Hamrani Printing Press, on 1/16/2024.
- 31- Field study, personal interview with Mr. Safaa Kamel Salman, Director of Al-Shorouk Company, Najaf, dated 9 | 3 | 2024.
- 23 - F. Bailey, Principles of Metallurgy and Materials Engineering, translated by Dr. Hussein Baqir, University of Mosul, Mosul 1985.
- 33 - Mansour, Ibrahim Mahmoud, Nawal Ezzat Abdel Latif, Extraction of Ferrous Metals, Dar Al-Hekma Press, Baghdad, 1990.
- 34 - Sahn, Muhammad Farid, Al-Advertising, University House, Alexandria, Egypt, 2013, p. 266.
- 35- Field study, personal interview with Mr. Mansour Aad Muslim, Director of Al-sector in Iraq, Journal of Management and Economics, No. 89, 2011.
- 21 - Al-Kanani, Kamel Kazem Bashir, Studies in the Theory of Industrial Location, Dar Safaa for Publishing and Distribution, Amman, 2008.
- 22 - Al-Janabi, Abdul Zahra, Industrial Geography, 1st edition, Dar Al-Safa', Amman, 2012.
- 23- murad , eimran bandar ,eli , salam fadil , jughrafiat alsinaeat bayn aldirasat almanhajiat walmueasarat , kuliyyat altarbiat lileulum alansania . aibn rushd , jamieat baghdad , baghdad , 2017 .
- 24 - sharif ,abarahim , jughrafiat alsinaeat , dar alrisalat liltibaeat , baghdad , 1976 .
- 25-salih , hasan eabd alqadir , madkhal alaa jughrafiat alsinaeat , tal , dar alshuruq lilmashr waltawzie , eamaan , 1985.
- 26 - fudil , eabd khalil , dirasat fi aljughrafiat alsinaeat , matbaeat altaelim aleali , baghdad , 1989 .
- 27- alrikabi , hamid safih eajrash , altawzie aljughrafiu lilsinaeat alkabirat fi muhafazat albasrat wadhi qar wamaysan (dirasat kartukrafiatin), atruhad dukturah (ghayr manshuratin), kuliyyat aladab , jamieat albasrat 2006.
- 28- <https://ar.m.wikipedia.org> , tarikh akhir ziarat lilmawqie 28 /3 / 2024 .
- 29- Sten Berg ,500,year of printing , 4thed , 1994, p: 137
- 23- Murad, Imran Bandar, Ali, Salam Fadel, Geography of Industry between Systematic and Contemporary Study, College of Education for the Humanities. Ibn Rushd, University of Baghdad, Baghdad, 2017.

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف

baghdad waibeaduha altanmawiat , atruhat dukturah (ghayr manshura) , kuliyyat altarbiat aibn rushd , lileulum alansaniati, jamieat baghdad, 2023.

41- shabae , muhamad jawad eabaas, alsinaeat wathiruha fi altanmiat alaqalimiat fi muhafazat alnajat , risalat majistir (ghayr manshura) , kuliyyat aladab , jamieat alkufat, 2007 .

40 - Hamid, Nabil Qasim, Spatial analysis of cultural industries in the city of Baghdad and their development dimensions, doctoral thesis (unpublished), Ibn Rushd College of Education, for the Humanities, University of Baghdad, 2023.

41- Shabaa, Muhammad Jawad Abbas, Industry and its impact on regional development in Najaf Governorate, Master's thesis (unpublished), College of Arts, University of Kufa, 2007.

Amir Modern Printing Press, and Mr.

Ammar Hassan Fadel, Director of Aden Printing Press, on 21-22/2/2024.

36- Al-Jayashi, Hamid and Kaa Sesan, the workforce and its impact on industrial development in Al-Muthanna Governorate for the years 1997 and 2014, doctoral thesis (unpublished), College of Education for Girls, University of Kufa, 2015.

37 - Al-Hashemi, Nibras Talal Hamidi, Geographical Analysis of the Advertising Industry in Saladin Governorate, Master's Thesis (unpublished), College of Education for Humanities, Tikrit University, 2023.

38- Muhammad, Harbi, Economic Concepts, Dar Al-Hurriya for Printing and Publishing, Baghdad, 1980.

39- F.J. Monk house. A dictionary of geography London I ward Arnold 1970. p70.

40 - hamayd , nabil qasimi, altahlil almakaniu lilsinaeat althaqafiat fi madinat

المقومات الطبيعية والبشرية لصناعة الإعلان في محافظة النجف الأشرف