

٣ - جغرافية مجال الخدمات في منظومة الجغرافية البشرية:

يميل غالبية الجغرافيين في الوقت الحالي إلى اعتماد تعريف الجغرافية البشرية (الاقتصادية - الاجتماعية) الذي صاغه الايف (Alaef- 1983) في كونها علم عن خصائص وقوانين (سنن) التنظيم المكاني لحياة المجتمع.

إن مجال الخدمات هو جزء مكون للاقتصاد الوطني للدولة أو أحد مكوناته. وجغرافية مجال الخدمات (جغرافية الخدمات الاجتماعية، وجغرافية الخدمات) هي أحد مكونات للجغرافية البشرية (الاقتصادية - الاجتماعية)، وهي تقف في صف واحد مع العلوم الجغرافية الأخرى مثل جغرافية الزراعة، وجغرافية الصناعة، وجغرافية النقل..

موضوع جغرافية مجال الخدمات هو قطاع الخدمات كحقيقة موضوعية، وكنظام. أما مادة جغرافية مجال الخدمات هي الناحية المكانية لهذه الحقيقة. ووفقاً لرأي كوفاليف (Kovalev- 1974) فقد تشكل فرعان أساسيان في جغرافية الخدمات هما:

أ - دراسة الاختلافات الجغرافية لحاجة السكان إلى الخدمات، وتلبية هذه الحاجات، أي الاختلافات في مستوى الخدمة.

ب - دراسة التنظيم المكاني لمجال الخدمات، وتشكل مراكز الخدمات من مختلف الأنواع والدرجات.

ترتبط جغرافية مجال الخدمات ارتباطاً وثيقاً مع العلوم الجغرافية الأخرى مثل جغرافية السكان، وجغرافية النقل. ولها العديد من نقاط التواصل مع العلوم غير الجغرافية مثل تخطيط المدن. تستخدم في جغرافية مجال الخدمات مناهج البحث الجغرافية - الاقتصادية والعامية، بما فيها الرياضية والكارتوغرافية. وفي الفترة الأخيرة اكتسبت أهمية بالغة مناهج البحث الاجتماعي لسلوك الإنسان كمستهلك للخدمات في المكان.

إن السلعة النهائية (الإنتاج النهائي) للجغرافيين في مجال جغرافية مجال الخدمات هي التحليل المكاني، والتقسيم الإقليمي وإعداد الخرائط المناسبة. ولهم مخرج إلى التطبيق العملي عبر التخطيط الإقليمي وتخطيط المدن، والتخطيط الاقتصادي والاجتماعي المكاني.

تتطور جغرافية مجال الخدمات بوتائر سريعة بدءاً من الستينات. وقد كانت المساهمة الكبيرة في إقامة وتطوير جغرافية مجال الخدمات من قبل كوفاليف، وليستينغورت، ورودمان، وموزيتشكين وخيارمسون وايفانوف، وديمين، وراغوجين، وتيمتشوك، وكنت، وبعض الجغرافيين والاختصاصيين في مجال العمران المدني والتخطيط الإقليمي. إن الأهمية الأساسية في تطوير الأسس النظرية لجغرافية مجال الخدمات تعود لنظرية المواقع المركزية للجغرافي الألماني كريستالر.

ظهرت جغرافية قطاع الخدمات كواحدة من العلوم في منظومة الجغرافية البشرية (الاقتصادية والاجتماعية) لكن مستويات تطور هذا العلم الجديد كانت متباينة بشكل كبير بين دولة وأخرى، ولم تتشكل بعد كعلم جغرافي مستقل قائم بذاته.

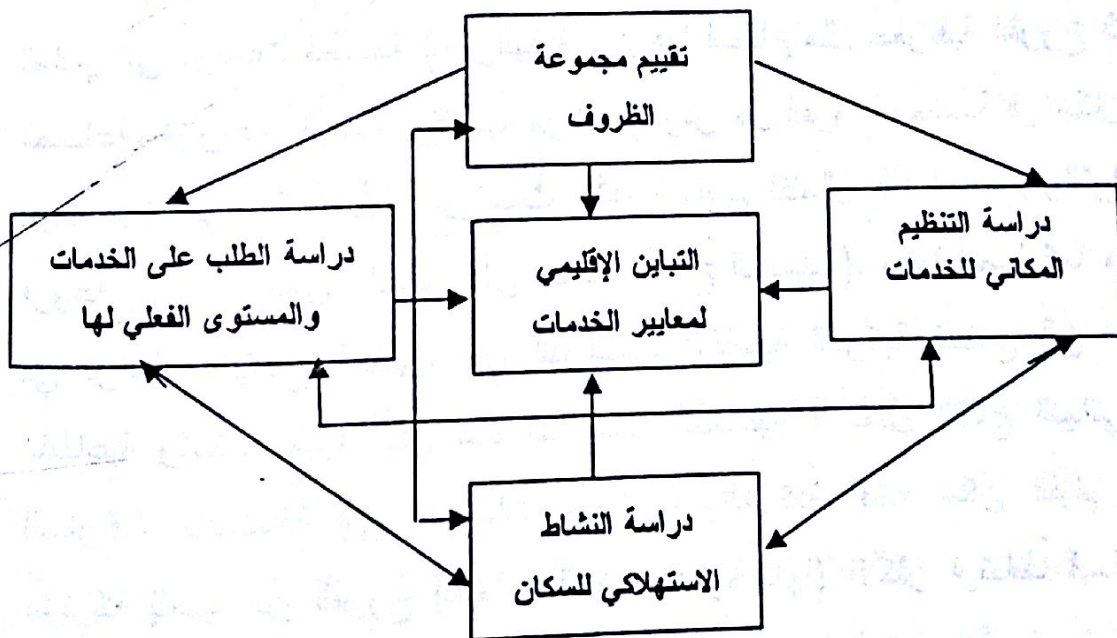
تقسم الدراسات الجغرافية قطاع الخدمات السكانية كما هو الحال في دراسة الإنتاج المادي إلى دراسات قطاعية (جغرافية فروع هذا القطاع مثل جغرافية الفروع المختلفة، الصناعة، الزراعة، البناء)، وإقليمية مركبة (تدرس كل الفروع مجتمعة في مكان معين، حيث يبرز في المقام الأول من حيث الأهمية تقويم اكتمال هذا المجمع والتوازن بين فروعه وسهولة وصول السكان إلى مختلف أنواع الخدمات). وهنا أيضاً كما هو الحال في دراسات الإنتاج المادي، فإن الدراسات الإقليمية المركبة تحتاج إلى الدراسات القطاعية وتستند عليها. لكن هذه الدراسات القطاعية لا تمثل الناتج النهائي بالنسبة للجغرافيا. بالإضافة إلى الدراسات القطاعية والمركبة، فإنه يمكن القيام بدراسات مشتركة للعديد من الفروع (لمجموعة غير كبيرة منها) الأكثر ارتباطاً فيما بينها أو متقاربة من حيث الوظائف (مثال: خدمات التجارة والتغذية العامة، الأندية والمكتبات).

لا تقتصر دراسة فروع الخدمات على الجغرافيين فحسب وإنما يهتم بها العديد من أصحاب التخصصات العلمية الأخرى كالاقتصاديين الذين يدرسون، أو يتخصصون في اقتصاد وتنظيم الرعاية الصحية والتجارة وغيرهم. (Alexeev.etc.1991).

إذاً تستدعي الدراسات الإقليمية المركبة لمجموعة مجالات القطاع الخدمي التي يحتاجها الإنسان الحاجة إلى جهود الجغرافيين والاختصاصيين في التخطيط الإقليمي، الذين يتم تقسيم العمل فيما بينهم بشكل طبيعي.

إن وصف وتقويم الحالة الراهنة للقطاع الخدمي وتوزيع فروعها في مكان معين مع الأخذ بالاعتبار ظروفه مجتمعة (الطبيعية والاقتصادية والديموغرافية والعمران..). هي مهمة الجغرافي بشكل خاص، كما تتضمن أيضاً كيفية تطوير وتحديث مجمع الخدمات في مكان معين، وهذه كلها تشكل نقطة انطلاق للتخطيط الإقليمي، بالإضافة إلى إعداد نماذج مستقبلية لتوزيع الإنتاج والعمران وقطاع الخدمات لـ ١٥/ - ٢٠/ سنة القادمة.

ويميز كوفاليف (Kovalev) الاتجاهات التالية في جغرافية الخدمات (الشكل ٤).



الشكل (٤) الاتجاهات الأساسية للدراسات الجغرافية لقطاع الخدمات

١ - دراسة احتياجات السكان من الخدمات ومستوى التّخديم الفعلي. يرتبط هذا الاتجاه بشكل وثيق وفي إطار الجغرافية الاقتصادية والاجتماعية مع دراسات الأنماط المعيشية للسكان (الذي يشكل أحد أقسام جغرافية السكان، ولكن يمكن أن يتحول إلى فرع علمي مستقل) ومن بين العلوم غير الجغرافية يرتبط مع علم الاجتماع والأنتوغرافيا، التي تدرس الأنماط الحياتية لمختلف المجموعات السكانية.

٢ - دراسة التنظيم المكاني للخدمات (للمراكز والمنظومات الخدمية المكانية). يرتبط بشكل وثيق مع جغرافية السكان وفروعها الأخرى ومع العلوم غير الجغرافية المجاورة مع التخطيط الإقليمي وبناء المدن، تخطيط النقاط السكانية الريفية، بالإضافة إلى فروع العلوم الاقتصادية التي تدرس كل فرع من فروع القطاع الاقتصادي.

٣ - تقويم مجموعة الظروف المؤثرة في حجم الطلب على الخدمات، ومستوى الخدمات، والتنظيم المكاني للقطاع الخدمي، التي تعطي الصيغة الجغرافية للدراسة وتميزها عن الدراسات الأخرى.

٤ - دراسة النشاط الاستهلاكي للسكان، أي النشاط المرتبط باستهلاك الخدمات ويسمى هذا الاتجاه في بعض الأحيان بجغرافية الاستهلاك.

إن الاهتمام بمجموعة الظروف المحلية والإقليمية يتيح لجغرافية قطاع الخدمات المساهمة في إيجاد الحلول لقضايا كبيرة، بالنسبة للتخطيط الإقليمي والتخطيط الاقتصادي والاجتماعي من خلال إثبات التباين الإقليمي للمعايير على كل أنواع الخدمات، آخذين بالاعتبار الظروف المحلية (هذه المعايير تحددها جهات متخصصة، وعندها فإن الطلب على الخدمات والحصول عليها من قبل السكان يختلف بشكل جوهري من مكان إلى آخر وتحليل هذا الجانب هو عمل الجغرافي.

كما يحدد (كوفالوف) موقع جغرافية قطاع الخدمات وموضوعها على الشكل التالي:] تعد جغرافية الخدمات فرعاً خاصاً من فروع الجغرافية الاقتصادية والاجتماعية، يدرس التباينات المكانية في حجم الطلب على الخدمات، وفي مستوى

تلبية هذا الطلب، وفي خصائص النشاط الاستهلاكي للسكان بالإضافة إلى مسائل التنظيم المكاني لقطاع الخدمات بشكل عام أو لفروعه في مختلف الظروف الطبيعية الاجتماعية - الاقتصادية والديموغرافية، وفي مختلف الأنماط العمرانية (في كتاب Alexeev.etc. 1988).

كنا قد سمينا سابقاً ثلاثة أنواع من الدراسات (قطاعية، قطاعية بينية أي مجموعة قطاعات، ومركبة) وأربع اتجاهات لدراسة القطاع الخدمي، لذلك فإن تنوع الموضوعات في الدراسات الجغرافية كبير للغاية. عادة، تقترن في أية دراسة من الدراسات عناصر العديد من الاتجاهات، وتعد الأعمال التي تتضمن كافة الاتجاهات المذكورة أعلاه هي الأكمل والأعقد في دراسة القطاع الخدمي.

يمكن تقسيم مقياس الدراسة في جغرافية قطاع الخدمات إلى ثلاثة مستويات:

- ١ - على مستوى الدولة.
- ٢ - على مستوى المحافظات (بالنسبة للأقاليم الريفية والمدن).
- ٣ - على مستوى الأقاليم (بالنسبة للمناطق الريفية)، أو داخل المدن (بالنسبة للمدن المتوسطة والكبيرة).

الأسس النظرية لجغرافية الخدمات

١ - الطلب على الخدمات ومعايير الاستهلاك:

١ - مفهوم الطلب:

«يعرف الطلب بأنه حالة العوز، أو عدم الكفاية من الاحتياجات الضرورية للحفاظ على النشاط الحيوي للجسم، أو الشخصية الإنسانية، أو الفئات الاجتماعية، وحتى المجتمع بأكمله»^(١).

تحدد الاحتياجات البيولوجية (احتياجات أي كائن حي إلى الطعام والشراب والنوم...) من خلال طبيعة تبادل الأشياء المادية، والعمليات الفيزيولوجية في الجسم، والتي تحمل طابعاً إيجابياً. أما فيما يخص الاحتياجات الاجتماعية للشخصية، أو الفئات الاجتماعية، فإن معظم علماء الاجتماع يعتبرون الطلب كوحدة للاحتياجات الموضوعية والذاتية. وهناك احتياجات (تمثل ضرورة موضوعية في شيء ما). أما الطلب فيتم التعبير الذاتي عنه من خلال الحالة النفسية.

ما زال تصنيف الطلب موضوعاً جدلياً، ويميل الباحثون إلى تصنيف مستويات الطلب (الاحتياجات) على الشكل التالي:

- المستوى الأول: الاحتياجات الطبيعية ذات الطابع البيولوجي (الطعام، الحفاظ على النوع وغيرها). الاحتياجات العقلانية للحفاظ على النوع واستمراريته في الغذاء، والملابس، والسكن، والحفاظ على الصحة (الراحة، الدواء، العلاج) وغيرها.

- المستوى الثاني: تلك الاحتياجات الطبيعية المرتبطة بالمجتمع (احتياجات مرتبطة بنوعية الطعام والملابس بما فيها الاحتياجات المرتبطة بالمكانة الاجتماعية للشخص وغيرها).

(١) - الموسوعة السوفيتية الك، ع، - ١٩٧٥.

– المستوى الثالث: الاجتماعية في الحوار، الأمن، العدل، الانتماء إلى فئة اجتماعية محددة وفي احترام الذات والاحترام من قبل الأشخاص المحيطين.

– المستوى الرابع: الاحتياجات الانفعالية ذات الطابع السلبي (غير الفعالة)، وتتمثل في المعرفة والمؤثرات الجمالية.

– المستوى الخامس: الاحتياجات الانفعالية ذات الطابع الفعال (وتتمثل في العمل المبدع وإثبات الذات).

ليس الطلب (الاحتياجات) مجرد حاجة فحسب، بل شرطاً ضرورياً لبقاء الإنسان على قيد الحياة.

والاحتياجات التي تمت تلبيتها تستبدل باحتياجات جديدة: هنا يؤثر قانون «تزايد الاحتياجات» والذي يخص بشكل خاص الاحتياجات الكمالية.

نتناول الآن العوامل المؤثرة في التباين الإقليمي لاحتياجات السكان من الخدمات. (Alexeev.etc.1988). ونبدأ بدراسة تأثير الظروف الطبيعية: يرتبط الطلب على نوعية المسكن بالمناخ السائد في المنطقة، الذي يجب أن يؤمن بدرجة ما عزل الإنسان عن الوسط الخارجي. كما تؤثر الظروف المناخية في الطلب على المساحات السكنية، وعلى مخططات الشقق السكنية، وبقدر ما يقضي الفرد وقتاً أطول في منزله، بقدر ما يجب أن تكون مساحته أوسع. في الأقاليم المناخية الحارة يجب أن يتبع للشقة ملحقات صيفية، شرفات، وتراسات من دون واجهات زجاجية. ومن المسائل المهمة هنا أيضاً التهوية الجيدة للمنزل.

علاوة على الظروف المناخية تؤثر مجموعة الظروف الطبيعية الأخرى في الطلب على المسكن مثل طبيعة التربة (بما فيها وجود أو انعدام الجليد الدائم)، والزلازل (في تلك الأقاليم التي تتعرض للزلازل يتطلب الأمر تصاميم للمنازل أكثر تدعياً ومقاومة للزلازل) وكمية التهطال (التي تؤثر في تصميم السقوف: فالسقوف المستوية تلائم الأقاليم الجافة، في حين تلائم الأسقف الهرمية المناطق الرطبة ذات التهطال الغزير، كما تؤثر كميات التهطال على العزل المائي للبناء).

تحدد الظروف المناخية إلى درجة كبيرة احتياجات السكان من الطعام. حيث تزيد احتياجات الجسم من الطعام (الحريرات) في الظروف المناخية الباردة عن ٢٠% وسطياً. هذا وتؤدي الاحتياجات المختلفة إلى السكن، والملبس والطعام إلى تباين التكاليف المعيشية في ظروف مختلفة.

كما وتحدد الظروف الطبيعية للإقليم إلى درجة كبيرة أيضاً إمكانية الاستجمام، والراحة للسكان.

العوامل البشرية المؤثرة في تأمين احتياجات السكان من الخدمات:

١ - تركيب السكان: ويعد واحد من العوامل الأساسية، وسنتناول تأثير جوانبه المختلفة على الخدمات:

أ - التركيب العمري: يحدد الطلب على الخدمات المخصصة لفئات عمرية معينة: رياض الأطفال، المدارس ودور العجزة والمسنين.

ب - التركيب العائلي: ويحدد الطلب على مساكن من أنماط مختلفة (شقة) لشخص واحد، وشقق للعائلات مختلفة الأحجام والتركيب) كما يحدد الطلب على مواد الاستهلاك الطويل. إن وجود أفراد من العائلة متفرغون للعمل المنزلي يقلص من الطلب على الخدمات الاجتماعية (رياض الأطفال، التغذية العامة، محلات تنظيف الملابس.. وغيرها).

ت - التركيب الاجتماعي المهني، والتركيب وفقاً للحالة التعليمية: فبقدر ما يكون نصيب الأفراد من ذوي مستوى التحصيل العلمي العالي الذي يمارسون العمل المهني خاصة الذهني مرتفع، بقدر ما يكون المستوى العام للطلب، خاصة الروحي أعلى، وكانت الطلبات أكثر تنوعاً.

ث - التركيب الاثني: حيث تحدد العادات والتقاليد والمعتقدات الدينية وغيرها احتياجات السكان.

٢ - حركة السكان: وتضم ما يلي:

أ - مستوى الولادات: يحدد حجم الطلب على المنشآت الصحية التي تقدم الخدمات للأمهات الحوامل والأطفال.

ب - تنقلات السكان: (مثل تبديل مكان الإقامة وغيرها من أنواع تنقلات السكان الأخرى، هجرات العمل الموسمية، والانتقال وراء الخدمات والتنقل من أجل الراحة..). بقدر ما تكون هذه التنقلات أكبر كان المستوى العام للاحتياجات أعلى، إذ إن الإنسان قادر على مقارنة أحوال الخدمات في الأقاليم المختلفة.

٣ - حجم وتركيب مداخل السكان:

تحدد درجة الطلب على الخدمات المأجورة وخاصة على الأنواع الغالية منها، وعلى منتجات الانتفاع الطويل، وعلى التناسب بين الخدمات الذاتية، والخدمات الاجتماعية (إذ تتراجع ضرورة الاقتصاد في النفقات المالية مع ارتفاع الدخل من خلال الخدمات الذاتية، التي يقوم بها الفرد في تدبير شؤون المنزل). وإذا كانت الأسرة تمتلك إلى جانب الدخل المالي دخلاً عينياً (مثل المنتجات الغذائية)، فإنه يوافق انخفاض الطلب على الخدمات التجارية.

٤ - طبيعة العمران وكثافة شبكة النقل:

يؤثر في التنظيم المكاني لقطاع الخدمات ويؤثر من خلاله على احتياجات السكان، فيمقدار تفاعل توضع المراكز السكانية عن بعضها البعض، وتختلف شبكة ووسائل النقل التي تربط فيما بينها، بقدر ما ينبغي أن تكون (درجة الاستقلالية) أكبر، مما يضاعف من الطلب على زيادة طاقة المؤسسات الخدمية وأعداد العاملين في القطاع الخدمي.

٥ - مستوى الخدمات السكانية:

ويؤثر بشدة على تطور الطلب على الخدمات. وفي هذا الإطار يقول علماء الاجتماع: إن المسرحيين يعيشون فقط في المراكز المسرحية. أي أن الطلب على الزيارات المنتظمة للمسارح تتم فقط عند ما تتوفر تلك الإمكانيات. ويمكن قول الشيء

نفسه عن الكثير من الخدمات الأخرى: مثال التغذية العامة والخدمات المعيشية والثقافية وغيرها.

من أجل تحديد الطلب على الخدمات كثيراً ما يستخدم المنهج المعياري والسلوكي.

٢ - السمات الأساسية لإنتاج الخدمات واستهلاكها:

تتمتع هذه السمات بأهمية كبيرة في جغرافية قطاع الخدمات ويحددها كوفاليف في الآتي: (Kovalev- 1991):

١ - بالنسبة للكثير من أنواع الخدمات فإن مكان وزمان إنتاجها واستهلاكها يتوافقان (زيارة الطبيب، التسوق من المحلات وغيرها..). هذا يعني أن المنشآت الخدمية يجب تقربها إما إلى مكان سكن مستهلكي الخدمات، أو إلى أماكن عملهم. لكن هذه السمة غير موجودة بالنسبة لبعض الخدمات الإنتاجية، إذ يمكن تقديم الطلب في مكان معين والحصول على الشيء في مكان آخر، أو في زمن آخر (خدمات التنظيف، وورشات الإصلاح وورشات الخياطة..). هذا يتيح إمكانية التوزيع المستقل لنقاط استلام وتسليم الطلب، وكذلك المؤسسات التي تقدم الخدمات من الدرجة الأولى، والتي يجب توزيعها بالقرب من المستهلك.

٢ - معظم أنواع الخدمات يمكن أن تنظم بأشكال مختلفة: «إما أن تأتي الخدمات إلى المستهلك». أي توصيلها إلى المنزل أو إلى مكان العمل، أو أن «يذهب الإنسان وراء الخدمة». يمكن أن يكون إيصال الخدمة إلى المنزل دائماً (حيث تخدمنا خدمات المرافق كالماء والكهرباء والهاتف وكذلك خدمات البريد وخاصة إيصال الرسائل، والبرقيات والإصدارات الدورية) دورياً أو عرضياً.

٣ - هناك خدمات ضرورية للجميع وبشكل دائم (خدمات السكن، وشراء السلع)، ومن ثم ضرورية للكثير وبشكل دائم (مثل: نقل الركاب، التغذية

العامة في مكان العمل وغير ذلك) دائماً ولكن ليس للجميع (مجموعة معينة من السكان).

مثال: المنشآت التعليمية ما قبل سن المدرسة والمدارس، ضرورية لجميع العائلات حيث يوجد أطفال، ولا تلزم للعائلات الأخرى وللوحيديين. وأخيراً تتوفر مجموعة كبيرة من الخدمات الضرورية ليس للجميع وأحياناً (مثل المشافي، الخدمات الآلية، الخدمات السياحية وغير ذلك).

٤ - يمكن تقسيم جميع الخدمات اصطلاحياً وبشكل واضح إلى:

خدمات يومية، خدمات دورية، خدمات عرضية. من المهم بالنسبة للخدمات اليومية والدورية قرب مكان إنتاج الخدمات من أماكن سكن أو عمل المستهلكين، أما بالنسبة للخدمات العرضية (شراء أو خياطة ملابس مرتفعة الثمن، والمقتنيات غالية الثمن كالسيارة والعلاج في المشفى.. وغيرها) يفضل أن تتركز مؤسساتها في مراكز معينة، يتوفر فيها الاختصاصيون بشكل كبير، ومجموعة واسعة ومتنوعة من البضائع في حال كان الحديث يدور عن الخدمات التجارية. أما بالنسبة للبعد أو المسافة، فتتراجع إلى الدرجة الثانية.

٥ - إن ما يميز معظم الخدمات هو التذبذب في استهلاكها (الطلب عليها خلال فترات زمنية مختلفة)، الذي يكون حاداً في بعض الأحيان.

فخلال اليوم نلاحظ ساعات الذروة في النقل والتجارة والتغذية العامة. وخلال الأسبوع، نذكر الحمامات والمؤسسات الخدمية المعيشية الأخرى، وأيضاً دور العرض والملاعب والمراكز الرياضية، والتي تعمل بالطاقة القصوى أيام العطل.

وخلال العام، تلاحظ الحملات (الضغط) خلال العطل والإجازات على قطاع الخدمات (وذلك بمقدار كبير في أقاليم الاستجمام، ومناطق الراحة وغيرها..)، وليس في تلك المراكز السكانية التي يعيش فيها المستهلك بشكل

دائم، ويلاحظ ضغطاً واضحاً على التجارة وعلى البريد والهاتف في الأيام التي تسبق الأعياد.

٦ - لكل نوع من أنواع الخدمات مقاييس دنيا وقصوى للمؤسسات (من حيث نوعية الخدمات وتكاليفها). إن كبر هذه المؤسسات يوافق في معظم الحالات تحسين نوعية الخدمات وتنوعها وانخفاض أسعارها، لكن يؤدي في الوقت ذاته إلى ابتعاد هذه المؤسسات عن أماكن سكن القسم الأكبر من المستهلكين، وبالتالي صعوبة الوصول إلى الخدمات، لا تتطابق الحالة المثلى من وجهة نظر اقتصادية في حالات كثيرة مع الحالة المثلى للفعالية الاجتماعية لتقديم الخدمات، ومع راحة المستهلكين.

٧ - من بين أهم المقاييس المستخدمة للدلالة على تطور قطاع الخدمات ومثالية تنظيمه المكاني، سهولة وصول السكان إلى الخدمات، والذي يرتبط وبشكل خاص بوجود المنشآت، والمؤسسات التي تقدم هذا النوع من الخدمات، وكذلك مقدار الوقت اللازم للحصول على هذه الخدمات (والنفقات المادية فيما لو استخدم النقل). وفي نهاية المطاف ليست المسافة هي التي تحدد لوحدها سهولة وصول السكان إلى الخدمات، وإنما الوقت الذي يستغرقه في الطريق إليها. ترتبط سهولة الوصول بتنظيم إنتاج الخدمات، واختصار وقت الانتظار (الوقوف بالدور) بالنسبة للمستهلك. أيضاً من الأمور الهامة بالنسبة للخدمات أسعارها، والتي تحدد درجة الوصول إليها، بالنسبة للعائلات والأشخاص من ذوي الدخل غير المرتفع.

أما بالنسبة للخدمات المجانية فمن المهم حجمها العام (سعتها)، وإمكانية تلبية احتياجات المستهلكين (مثال: عدد الأماكن في رياض الأطفال..) التي تحدد سهولة الوصول إليها من قبل محتاجيها.

من الضروري لتخطيط قطاع الخدمات معرفة الفئة السكانية التي تستخدم فعلياً هذا النوع من الخدمات أو غيره، وأي الخدمات التي لا ينتفعون بها ولماذا)، مثال: (لا يوجد طلب، لا توجد هذه الخدمة في مكان الإقامة وغيرها).

يمكن تقسيم مستهلكي الخدمات من حيث الاستهلاك الفعلي لنوع ما من أنواع الخدمة، والحاجة إليها إلى المجموعات التالية:

١ - مستهلك غير متطور: وهو الذي لا يستهلك نوعاً معيناً من أنواع الخدمة ولا يحتاج إليه.

٢ - مستهلك احتمالي: وهو الذي لا يستهلك الخدمة لكنه يحتاج إليها.

٣ - مستهلك راضٍ: يستهلك لكن لا يطالب باحتياجات أخرى (لا يطالب بتوسيع تشكيلة الخدمات، أو تحسين نوعية الخدمات أو ببناء منشآت جديدة تقدم هذه الخدمات..).

٤ - مستهلك غير راضٍ: مستهلك للخدمة لكنه يطالب باحتياجات إضافية من هذه الخدمات.

إن التناسب بين هذه الأنماط الأربعة من المستهلكين مختلف تبعاً لاختلاف أنواع الخدمات: مثال نسبة المستهلكين الراضين بالنسبة للأندية تشكل ٥٧% أما بالنسبة لورش التنظيف فقط ٧%. أما بالنسبة لدى غير المتطورين ٩% للأولى و ٩٠% للثانية.

هناك مقياس آخر لتصنيف المستهلكين تبعاً لتوفر هذه الخدمة في مكان الإقامة والاستهلاك الفعلي، مما يسمح بتمييز المجموعات التالية من المستهلكين:

١ - مستهلكون لا يمتلكون منشأة لهذا النوع من الخدمة في مكان الإقامة ولا يستهلكون (مُدَبَّرُون).

٢ - مستهلكون يمتلكون هذا النوع من الخدمة لكنهم لا يستهلكونها (الغرباء).

٣ - مستهلكون ليس لديهم هذه الخدمة في مكان الإقامة لكنهم يستهلكونها (متنقلون).

٤ - مستهلكون لديهم الخدمة ويستهلكونها (محلليون).

يدخل في المجموعة الثالثة ممثلو تلك المجموعة من السكان الذين يترددون وفقاً لنوع العمل على المراكز الخدمية من المراتب الأعلى (مراكز الإقليم، مراكز المحافظات) يمثلهم السائقون والميكانيكيون والمدراء من الحلقتين الوسطى والعليا. تبعاً

لنوع الخدمة فإن نسبة المستهلكون المتنقلون كبيرة نسبياً في بعض أنواع الخدمات (صالونات الحلاقة، وورش تفصيل الملابس حوالي ١٥%). وإن وجود المستهلكين الغرباء يدل على تراجع طلب السكان على الخدمات، لعدم إمكانية تلبية الطلب الذي يمكن أن يكون نتيجة للنوعية السيئة للخدمات (مثل المطاعم) والأسعار المرتفعة. تم إعداد التصنيف السابق وفقاً لمؤشرين اثنين وأن اقترانهما يعطي تصنيفاً ثلاثي الأبعاد يأخذ بالاعتبار ما يلي:

أ - درجة توفر منشآت القطاع الخدمي.

ب - الاستهلاك الفعلي.

ت - درجة تلبية الاحتياجات.

بالنتيجة يمكن تمييز سبعة أنماط من المستهلكين.

في البداية لا يمتلك السكان هذه الخدمة في مكان الإقامة ولا يحتاجون إليها، (النمط الأول) ومن ثم يمكن للتطور أن يأخذ ثلاثة اتجاهات:

١ - يظهر المستهلكون (المتنقلون) الذين يحصلون على هذه الخدمة من بلدات

أخرى (نمط ٢). يتشكل لديهم مع الزمن عدم اكتفاء لغياب هذه الخدمة في

مكان الإقامة (نمط ٣).

٢ - تتشكل لدى السكان المستقرين عدم الكفاية من الاحتياجات (نمط ٤).

٣ - تبنى منشآت القطاع الخدمي ولكن لم يظهر الطلب عليها بعد (نمط ٥).

و فقط عند ظهور الطلب الذي يتوافق مع وجود المنشآت (يمكن اعتبار أن هدف

التطور الاجتماعي قد تحقق في هذه اللحظة) يظهر النمط ٦.

لكن ومع نمو طلب السكان يظهر عدم الكفاية في مستوى الخدمات الموجودة

(نمط ٧) ويمكن من جديد أن يظهر (المستهلك المتنقل) وغير ذلك أي أن كل الدورة

على ما يبدو يجب أن تتكرر.

IV

(٧) المستهلك غير الراضي
في الوسط المتطور

بداية الإدارة الجديدة

III

(٦) المستهلك الراضي في
الوسط المتطور

المنشآت القائمة في مركزها
العمراني

ظهور الطلب

II

(٢) المستهلك المتنقل
في الوسط غير المتطور،
الذي يلبي قطاع
الخدمات في مركزه
العمراني احتياجاته

(٣) المستهلك المتنقل
في الوسط غير المتطور،
الذي لا يلبي قطاع
الخدمات في مركزه
العمراني احتياجاته

(٤) المستهلك
المحتمل في الوسط
غير المتطور

(٥) المستهلك الذي
لم يظهر بعد في
الوسط المتطور

تستخدم المنشآت الخدمية في
المراكز العمرانية الأخرى

يظهر الطلب على الخدمة، لكن
المنشآت الخدمية غير موجودة

المنشآت الخدمية موجودة لكن
لم يظهر الطلب عليها بعد

(١) لم يظهر المستهلك بعد في الوسط غير المتطور (لا توجد منشآت خدمية، ولا يستهلك
الخدمات، ولا يحتاج إليها)

الشكل (٥) مخطط تطور الطلب والاستهلاك الفعلي لسكان الريف من الخدمات
(٧ - ١) أنماط المستهلكين - I - IV مراحل تطوره (Alexeev.etc.1991)

٣ - المفاهيم الأساسية وقانونيات التوزيع المكاني لقطاع الخدمات:

وضع كريستالر الأسس النظرية لجغرافية قطاع الخدمات، وتابع دراستها فيما بعد العديد من الجغرافيين. من الممكن اعتبار قطاع الخدمات كنظام (منظومة) يقع تحت تأثير المؤشرات النظامية الأساسية وهي: الكلية، البنوية، العلاقة المتبادلة مع الوسط، التراتبية وتعددية الوصف وغيرها. يؤدي مبدأ تعددية الوصف من حيث الجوهر إلى ما يلي:

بحكم الصعوبة المبدئية لكل نظام، فإن المعرفة المماثلة له تتطلب بناء الكثير من الموديلات المختلفة، التي يصف كل واحد منها ناحية معينة فقط من النظام. تنحصر مهمة الجغرافيا في إعطاء موديل الناحية المكانية لمجال الخدمات، وشكلت نظرية الأماكن المركزية لكريستالر الأساس لبناء هذا النموذج. وقد ساعدت في صياغة المفاهيم الأساسية والقوانين العامة للتوزيع المكاني لقطاع الخدمات.

من بين المفاهيم الأساسية في جغرافية الخدمات نذكر: التنظيم المكاني، عتبة الخدمات، مدى تحقيق الخدمات، مركز الخدمات، منطقة الخدمات، درجات الخدمات ومراكز الخدمات، تراتبية مراكز الخدمات.

- التنظيم المكاني:

إن الاقتران القائم في لحظة زمنية معينة وعلى مساحة محددة للمنظومات والبنى المكانية الخدمية، يمكن أن يُحدد بوصفه تنظيم مكاني لقطاع الخدمات، يتصف مفهوم التنظيم المكاني مثله مثل المفاهيم الجغرافية الأخرى (التوضع والعمران) بالازدواجية: فهو من جانب يسجل الحالة الراهنة، ومن جانب آخر فإنه يحتوي في ذاته عمليات التطور والتغيير (التنظيم كعملية منطوية).

يتم التغيير في التنظيم المكاني لقطاع الخدمات من خلال ما يلي:

أولاً: التغيير في قطاع الخدمات ذاته.

ثانياً: التغييرات في جذب السكان.

تتضمن المجموعة الأولى من التغييرات: تطور شبكة المنشآت (افتتاحها، إغلاقها،

إعادة تنظيمها)، والتغييرات في تفاعل المنشآت (في تبعيتها، في تنظيم علاقاتها

التكنولوجية (الإنتاجية) والتغير الجذري لمناطق منشآت الخدمات المجانية. أما التغير في جذب السكان فإنه يمكن أن يرتبط بديناميكية السكان والعمران وبتطور شبكة الطرق. (Alexeev-etc.1991).

— عتبة الخدمات:

لقيام أية مؤسسة بتقديم الخدمات من الضروري وجود زبائن. إذا كان الزبائن (٠٠) فإن من الواضح بأن وجود المؤسسة محال بزيادة عدد الزبائن / ٠ ، ١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ .. الخ/ سنقف أخيراً على عدد ما..

عندما يصبح وجود الخدمات اقتصادياً (مربحاً)، فإن ربحية المؤسسة الخدمية يُعد عنصراً مهماً للإدارة الاقتصادية. حتى في تلك الحالة التي تقدم فيها الخدمات للزبائن بلا مقابل فإن ذلك يهم المجتمع من خلال الأثر الذي تعطيه الأموال المصروفة. يمكن تعريف عتبة الخدمة بأنه الحد الأدنى من الأشخاص اللازمين لتأدية هذه الخدمة. يجري حسابها في بعض الحالات على كل السكان، وفي حالات أخرى على مستهلكي هذه الخدمة فقط، أي على الزبائن الفعليين.

— مدى تسويق الخدمة (مدى الخدمة):

ستحدد قيمة الخدمة لكل زبون بسعرها + المصاريف على التنقل للحصول عليها. لا يدخل في تعداد الأجرة مصاريف السفر فقط، بل نفقات الوقت، والطاقة.. الخ. تنجم عن ذلك حالة جغرافية صرفة. كلما كانت المسافة أكبر، ارتفع ثمن الخدمة. لدى زيادة المسافة / ١٠٠م، ٢٠٠م، ٣٠٠م.. الخ/ سنصل إلى المقدار الذي يرفض فيه الزبون التحرك للحصول على الخدمة. فهي تكلفه كثيراً، ويختفي الزبون. يمكن تعريف مدى تسويق الخدمة بالمسافة التي يوافق عليها الزبون للانتقال من أجل الحصول على الخدمة.

— مركز الخدمة (الموضع المركزي):

تتميز معظم الخدمات بظهور واضح لسمة المركزية — أي القدرة على جذب السكن المقيمين خارج حدود النقطة السكانية التي تقدم فيها الخدمة. تشكل الخدمات

التي يمكن استهلاكها في مكان إقامة المستهلك فقط حالة استثنائية (الخدمات المنزلية - مؤسسات الأطفال).

هناك طريقتين لتصنيف المراكز الخدمية:

الأولى: يتم فيها التصنيف وفقاً لباقة الخدمات التي يتم تقديمها. والثانية: وفقاً لتبعية المراكز. النتيجة التي يمكن التوصل إليها بهاتين الطريقتين تتوافق بشكل أساسي، إذ أن مجموعة المنشآت تحدد بدرجة ما ملامح المركز.

أو بكلام آخر هو النقطة التي تقدم الخدمة لمكان أكبر من المكان الذي تشغله. يمكن أن يكون من الناحية العملية كشك منفرد (مخزن، مدرسة، دار للسينما)، أو القسم المركزي للنقطة السكانية أو لوحدته التنظيمية، أو نقطة سكانية ككل (قرية، مدينة.. الخ).

- منطقة الخدمة (منطقة تقديم الخدمة):

هي المنطقة التي تقدم الخدمات لهذا المكان المركزي، وهي محدودة من جانب عتبة الخدمة ومدى تسويقها.

المهم أثناءها أن يكون مدى تسويق الخدمة أكبر، أو في أسوأ الأحوال لا تقل عن المدى العتبي. خلافاً لذلك يمكن أن تكون المؤسسات الخدمية لهذا المركز قد تأسست على أساس احتساب الزبائن الوهميين.

- درجة (مرتبة) الخدمة:

تختلف الخدمات فيما بينها من حيث المقدار العتبي، ومدى التسويق، ومن حيث مناطق تقديم الخدمات أيضاً. دار السينما شيء، ومسرح الأوبرا والباليه شيء آخر. وهكذا يمكن ترتيب جميع الخدمات بحسب مقدار عتبتها الحدية، ومدى التسويق ومنطقة الترخيم. تتميز خدمات المراتب الدنيا بعتبة حدية منخفضة، مدى صغير للتسويق أيضاً ومنطقة تخديم صغيرة. في حين تمتلك خدمات الدرجة (المرتبة) العليا عتبة حدية كبيرة، ومدى كبير للتسويق ومنطقة كبيرة للتخديم. الأولى أكبر، الثانية أقل.

– مراتب (درجات) مراكز تقديم الخدمات:

إذا توضع عدة خدمات من مراتب (درجات) مختلفة على مساحة متساوية من الأرض مع سكان متجانسين ومتعادلين وإمكانات نقل متشابهة (ما يسمى بالاندشافت الاقتصادي البشري)، فإنه يصبح واضحاً أن مراكز الخدمات غير متساوية. إن عدم التجانس هذا يتناول كل من الجانب الكمي (عدد الخدمات المقدمة)، والجانب النوعي (مراتب) درجات الخدمة المقدمة. يفترض عدم تجانس المراكز إمكانية ترتيب هذه الخدمات. تمتلك مراكز الخدمة من المرتبة الدنيا خدمات من المرتبة الدنيا ومجموعة محدودة من الخدمات. في حين تمتلك مراكز الخدمة من المرتبة العليا خدمات من المرتبة العليا، ومجموعة كبيرة من الخدمات إلى جانب خدمات المرتبة الدنيا. تشاهد المجموعة الأولى أكثر من الثانية.

– تراتبية (هيراركية) مراكز الخدمة:

أي توزع الأجزاء (العناصر) من الأعلى إلى الأدنى. تتم تراتبية مراكز الخدمة عادة ضمن حدود مساحة معينة من الأرض (دولة، مقاطعة، إقليم، مدينة، الوحدة التنظيمية المدنية).

– قوانين التوزيع المكاني العامة لقطاع الخدمات:

- ١ – كلما كانت النقطة السكانية كبيرة ازدادت فيها مؤسسات هذه الخدمة.
- ٢ – مع تزايد عدد السكان تزداد في النقطة السكانية مجموعة الخدمات (تنوعها)، ولكن هذه الزيادة تسير بخطى متناقصة مع الزيادة السكانية.
- ٣ – يمكن مشاهدة خدمات المرتبة العليا (الدرجة العليا) في المراكز السكانية الكبيرة. هذه المراكز الخدمية من الدرجة العليا.
- ٤ – وجود تراتبية لمراكز الخدمة:

أ – تنتمي إلى الدرجة (المرتبة) العليا منها القليل من النقاط السكانية بالإضافة إلى ذلك فإن على المرتبة (الدرجة) العليا أن تكون مؤلفة من مركز واحد.

ب – تزداد أعداد مراكز الخدمة في كل مرتبة من المراتب بمقدار تراجع ترتيب المرتبة (الدرجة).

ج - تمتلك مراكز الخدمة لهذه المرتبة جميع خدمات المراكز الخدمية من المرتبة الأدنى.

٥ - مع ازدياد السكان في هذا المركز، فإن قطاعه الخدمي سوف تحدده بشكل أكبر احتياجات المركز نفسه، وليس المناطق المحيطة.

٦ - بمقدار تطور القوى المنتجة، فإن عدد مراكز الخدمة من المرتبة الدنيا يميل نحو الانخفاض (Yourkovsky-1987).

يمكن اعتبار القوانين الواردة أعلاه، كنموذج نظري للتنظيم المكاني لقطاع الخدمات، انعكاسه الجغرافي يتمثل في ما يسمى «نموذج كريستالر».