



دراسة منهجية عن
علاقة علم الجغرافيا بالخدمات

إعداد
دكتور / مصطفى محمد البغدادي
مدرس الجغرافيا
بكلية التربية - جامعة عين شمس

مقدمة:

حاول كثير من العلماء وضع تعريف محدد لمعنى ومغزى مصطلح الخدمات، ورغم كثرة التعريفات، فإنه لا يوجد حتى الآن تعريف متفق عليه بحيث يكون محدداً وشاملاً، كذلك لا يوجد إتفاق موحد على أسس معينة لتصنيف الخدمات.

ويرجع ذلك إلى أن مغزى الخدمات في الإقتصاديات العالمية يعتمد على السياسات القومية المستخدمة في هذه الإقتصاديات. كما أن هناك مشاكل عديدة أخرى -سيأتي ذكرها- منعت من الوصول إلى التصنيف الموحد. وهذه المشاكل كانت سبباً في غياب الجغرافيين والإقتصاديين عن طرُق قطاع الخدمات لفترة طويلة. ومنذ الستينات كان هناك اهتمام ملحوظ بدراسة الخدمات، ذلك بعد الإقتناع التام بأهمية هذا القطاع ودوره البارز في النواحي الإقتصادية والحضرية، ذلك الدور الذي أخذ في النمو والتطور حتى وقتنا الحاضر. واستحواذه على الكم الأكبر من العمالة بين إجمالي القوى العاملة المختلفة، خاصة في الدول المتقدمة.

من هنا اهتم الجغرافيون بهذا القطاع وظهر على المسرح الجغرافى ما يعرف بجغرافية الخدمات والتي أصبحت فرعاً هاماً للجغرافيا يدرس في معظم جامعات الدول الغربية. ونظراً لتشعب أنشطة الخدمات وعدم الإتفاق الواضح على تعريف محدد وتصنيف محدد لذلك يرى بعض العلماء أن تعريف وتصنيف الخدمات سوف يختلف من باحث لآخر حسب غرض أو هدف موضوع البحث، وهو أمر منطقي لأن قطاع الخدمات يتميز بالاتساع والتنوع ولا يمكن لأى باحث أن يقوم بدراسة كل أنواع الخدمات في منطقة ما وإنسا لا بد من التركيز على دراسة خدمة واحدة أو اثنتين على الأكثر، وهذا ما لاحظته الباحث من استعراض الأبحاث ورسائل الدكتوراة التي تمت مناقشتها في هذا

المجال بجامعة أمريكا الشمالية في الفترة ما بين ١٩٧٦ - ١٩٨٦م*
وحتى إذا وقع اختيار الباحث على خدمة واحدة أو أكثر فإن أمامه العديد من
المدائل التي يجب أن يختار بينها، هل يتناول الخدمة من زاوية العلاقة الثلاثية
بين مقدم الخدمة، والمستفيد منها، والمنشأة التي يقدم الخدمة من خلالها؟
أم يتناولها من خلال قياس ناتج الخدمة مثلاً؟ أو حجم العمالة في خدمة
ماء، أو التخطيط لها، أو قياس حجم الإنفاق على هذه الخدمة، أو توزيع
المنشآت الخدمية والعوامل المؤثرة في ذلك التوزيع.

وحتى لو اختار الباحث زاوية واحدة فقط مثل قياس حجم العمالة في خدمة
ماء، فهل يدرسها من جانب النشاط أو المهنة؟ أو الإثنين معاً؟
ذلك لأن العمالة الخدمية توجد في الأنشطة الخدمية والإنتاجية، وعليه أن
يبحث عنها في الأنشطة الإنتاجية (غير الخدمية) وهنا أيضاً نتساءل: هل
سيقتصر الباحث في دراسته على القطاع العام أو الخاص؟ أم الإثنين معاً؟
وعلى الباحث أن يختار المنهج والمدخل المناسب لموضوع بحثه، وأن
يستكمل ماتعجز عنه البيانات المتاحة من الدراسة الميدانية التي هي أساس
لدراسة جغرافية الخدمات.

وبصفة عامة فإن الدراسة الجغرافية للخدمات تقوم على إدراك التوزيعات
ومدى تباينها من موقع لآخر، مع الإهتمام بالموقع وتأثيره الفعال والتجمعات
السكانية بخصائصها المختلفة، وطرق ووسائل النقل، ومعرفة المسافة بين موقع
المنشأة الخدمية والتجمعات السكانية بخصائصها المختلفة، والزمن اللازم
للحصول على الخدمة، والعوائق التي قد تعرقل إمداد الخدمة.

وفيما يلي نستعرض بالتفصيل التعريفات المختلفة للخدمات، والأسس أو
القواعد التي تم على أساسها تصنيف الخدمات، ثم نعرض لتطور أنشطة

* A catalogue of Doctoral Dissertations on Geography 1976 - 1986. University Microfilms
International, Godston, England, May, 1986 - pp. 1-36.

الخدمات: كيف ظهرت؟ ومتى؟ وأين؟ ولماذا؟ وكيف نمت وازدهرت؟ ثم نتقل إلى الإهتمام الجغرافى الذى ظهر بعد تجاهل طويل لقطاع الخدمات، وأخيراً نستعرض الإتجاهات الحديثة فى دراسة جغرافية الخدمات.

أولاً: معنى ومغزى الخدمات

أجمع كثير من الجغرافيين والإقتصاديين على عدم استطاعتهم وضع تعريف محدد وثابت لمفهوم الخدمات(١) ومن بينهم رونالد كنت Ronald Kent عام ١٩٨١ الذى حاول تفسير عناصر الإلتباس فى تعريف الخدمات حينما قال: أن هناك اتجاهين نظريين لتعريف الخدمات.

الأول: يعتمد على طبيعة مخرجات الإنتاج Output، ويؤكد على الطبيعة غير الملموسة Intangible لمنتجات الخدمة.

الثانى: يعتمد على طريقة الإنتاج ويعرف الخدمات على أنها الأنشطة التى ليست بتصنيعية أو تعدينية أو زراعية.

وكلا من هذين التعريفين النظريين يبدو ولأول وهلة واضحاً ودقيقاً ولكن تظهر المشاكل أثناء التطبيق فى الواقع فالتعريف الذى يؤكد على عدم مادية المنتج تعريف ضيق ذلك لأن بعض الخدمات مثل التشييد والبناء والطباعة والنشر تنتج سلماً مادية.

والتعريف الثانى تعريف عريض لا يصف أى ميزة خاصة للخدمات، كما أنه تعريف سلبى فى تعريفها بما ليس فيها، لذلك فالتعريف المناسب للخدمات يقع بين التعريفين السابقين.

وأكثر مايقال على المستوى العام هو أن الخدمات تشمل مجموعة متنوعة لأنشطة اقتصادية تشترك فى بعض الخصائص وتكون منتجاتها الأساسية فى

1- John E. Selley. "Introduction: New Directions in Public Service" E.G. Vol. 57, No.1 - Jan. 1981, P.1.

معظمها منتجات غير ملموسة^(١) وفى ذلك قال Daniels عام ١٩٨٥، أن تعدد أنشطة الخدمات وقفت كعقبة لكل المحاولات المنظمة لتحليل هذه الخدمات، ولهذا يجب أن يبدأ الباحث بتعريف وتحليل معنى الخدمة الذى يتضمن وجود فريقين: الأول يقدم الخدمة، والثانى يستقبلها.

ومن ناحية أخرى فإن الخدمات تتدخل اقتصاد الدول المتقدمة والنامية، لذلك يوجد اختلافات فى توزيع وتركيب ونتاجية ونمو الأنشطة الخدمية، وترجع هذه الاختلافات لتباين الأنظمة الإدارية والثقافية والدينية والسياسية التى تحيط باقتصاد هذه البلاد كما يتمثل هذا الاختلاف فى الفرق الواضح بين المنشأة الصناعية والمنشأة الخدمية فالأولى تصنع المواد الخام أو المكونات إلى منتجات تباع للمستهلكين.

أما الثانية فهى ترتبط ببيع مهارات أو معلومات خلال فترة زمنية محددة مثل محلل المعلومات، المستشار القانونى، الوكالات الإعلانية.

أى أن جوهر الخدمات هو بيع وقت وموهبة الأفراد المدربين وذوى الخبر العالية^(٢) وأشار (كان) Kahn إلى نظام تحديد الخدمات وفيه يصف الخدمات بالأهداف العامة لها والتى تشمل زيادة الدخول وإتاحة الفرص الاقتصادية الجيدة وتحسين الأحوال البيئية، والارتفاع بالمستوى الصحى للأفراد، وزيادة المعرفة والثقافة، والتكيف الشخصى والاجتماعى، ووسائل التنمية الاجتماعية المنظمة. كما وضع (لينبرى) Lineberry تعريفاً وظيفياً وهو:

أن الخدمات الأكثر حيوية لحفظ الحياة هى (الأمن والمطافىء والصحة العامة) والأكثر حيوية لحفظ الحرية هى (الأمن والمحاكم).

وللأموال (الضرائب والتخطيط) وللتنوير (الجامعات والمدارس

1- Ronald Kent Shelp "Beyond industrialization Ascendancy of The Gobar Service Economy" Praeger publisher, N.Y 1981, pp. 10-13

2- Daniels, P.W. "Service Industries: Ageographical appraisal" Cambridge Un. press. London. 1985, pp. 1-2.

والمكتبات(١).

يتضح مما سبق أنه لا يوجد حتى الآن تعريف عالمي متفق عليه خاص بالخدمات بالرغم أن السوق الأوروبية عام ١٩٧٠، والتصنيف الدولي الموحد للأنشطة الاقتصادية (ISIC) * الصادر عن الأمم المتحدة عام ١٩٤٨ حاولوا تشجيع هذا التعريف الموحد للخدمات بفرض الوصول إلى تحليلات مقارنة فعالة ولكن يظل تعريف الخدمات مختلف من دارس لآخر حسب غرض أو هدف كل بحث وبالتالي عدم وجود تعريف محدد للخدمات(٢).

وهناك بعض المشاكل التي نواجهها في وضع تعريف للخدمات ومنها :

- أن مغزى الخدمات للإقتصاديات القومية يعتمد على السياسة القومية المستخدمة في هذه الإقتصاديات وبذلك يختلف تعريف الخدمة.
- المشكلة الثانية في كيفية فصل الخدمات عن السلع وقياس حجمها، فمعظم السلع والخدمات لها مكونات من بعضها متضمنة في عملية إنتاجها. على سبيل المثال، فإن السلع تتطلب خدمات تجارية وإعلانات وتأجير أجهزة وخدمات أخرى عديدة، وبالعكس فإن خدمات كثيرة تتطلب عمليات تصنيع، على سبيل المثال خدمة النقل الجوي أو البحري تعتمد على استخدام الطائرات والسفن والتكنولوجيا المتقدمة المرتبطة بهم.
- في قياس قيمة السلع المعطاة، فإنه يضم تكلفة المنتج الكلي وبالتالي لا يفصل تكاليف الخدمة التي دخلت في إنتاجها(٣).
- مشكلة توافر البيانات الخاصة بالسلع المادية والتركيز عليها دائماً على عكس البيانات الخاصة بالخدمات، بالرغم أن الحقيقة تقول أن مستهلك السلع المادية يقرأ ويسمع ويشاهد إعلانات هذه السلع قبل أن يبدأ عملية الشراء

1- John, E. Seley, loc. cit

* International Standard Industrial Classification.

2- Daniels, P. W. OP. Cit. P.4.

3- Ronald Kent, OP. Cit. pp .11-13.

وهذا معناه الإستعانة بالخدمات من أجل ترويج السلع(١).
- بيانات الخدمة كثيراً ما تكون منفصلة، وعدد الخدمات المدرجة تحت بند خدمات أخرى يختلف من دولة إلى أخرى.

مما سبق نلاحظ نقص التعريفات المقبولة للخدمات، والم منظور المتغير للخدمات ما بين عامة وخاصة، بأجر أو مجانية، محلية أو دولية، معمرة أو غير معمرة. إدارة مركزية أو غير مركزية، كم أو كيف، نشاط أو مهنة، ناتج أو عماله كل ذلك يجعل التعريف معقد وبعيد عن الواقع(٢).

ويرى الباحث أنه من الأفضل لو تم الربط بين التعريفات السابقة، بحيث تعرف الخدمة على أنها:

عمل مفيد يستهدف تحسين نوعية الحياة للفرد والمجتمع، وينتج في معظم الأحوال سلماً غير مادية لأنه في الغالب يقدم خبرة ومهارة فئات مدربة (علمياً وعملياً) إلى عامة الشعب وإلى هيئات وشركات محلية أو إقليمية أو عالمية.

ثانياً: ظهور ونمو الأنشطة الخدمية

ينقسم النشاط الإقتصادي لأي دولة إلى ثلاث مجموعات أساسية:
استخراجية، تحويلية، خدمية، وعامة مانفترض أن التطور الإقتصادي للدولة يسبب تغير مترابط في التركيب الوظيفي من الإستخراجي إلى التحويلي إلى الأنشطة الخدمية، وبعض الإقتصاديات وصلت بالفعل إلى مرحلة استقرار الأنشطة الخدمية(٣).

وبينما كُتب الكثير عن انحدار الوظيفة الزراعية رستو عام ١٩٦٠ Rostow،

1- James L. Heskett "Managing in Service Economy" Harvard Business School press, Boston Massachusetts. 1986. p.18.

2- John E. Seley, op. Cit., p.2.

3- Daniels, P.W. "Service Industries: Growth and Location" Cambridge. Un. press. London, 1982. P.6.

كوزنتز عام ١٩٦٦ Kuznets، لم نعرف إلا القليل عن نمو الأنشطة الخدمية (بل) عام ١٩٧٣ Bell، جرينفلد عام ١٩٦٦ Green Field.

ومند الستينات كان هذا القطاع هو محور الإهتمام لدراسة أكثر شمولاً بالرغم من أنها ذات مستوى منخفض بالمقارنة بالدراسات الخاصة بالزراعة أو الصناعة.

ومن الواضح أن الأنشطة الخدمية هي وليدة الثورة الصناعية وعملية التصنيع والتي صاحبها هجرة السكان من الريف إلى المدن أدت بصورة حتمية إلى خلق بيئة يحتاج فيها إنتاج السلع إلى مساندة من الأنشطة التي تدعم المنافسة بين المؤسسات، هذا من ناحية وتزيد من جمال الحياة في المناطق المدنية بصفة خاصة، وهذا هو الدور الذي قامت به الخدمات في الفترات الأولى والذي يستمر في عالمنا المعاصر (١).

والإختلاف الأساسي هو أن هذه الخدمات أصبحت أكثر تعدداً، وتخصصاً من ذي قبل بسبب استخدام تكنولوجيا جديدة، أو زيادة الدخول وتنوع متطلبات الأفراد واتجاه القيم الاجتماعية، هذا فضلاً عن عامل الذوق والمودة المتغيرين.

ومن وجهة النظر الجغرافية فإن مغزى هذه التغيرات لا يقتصر تأثيره على تركيب الإقتصاد أو النشاط، بل يمتد إلى نتائج التوزيع المكاني للأنشطة. ولسوء الطالع فإن الكثيرين يفكرون في كيفية الحصول على المنتج النهائي للعملية الصناعية بدلاً من التفكير في التنظيم والتفاعل المطلوب لإخراجها، والنتيجة هي أنه إلى وقت قريب لم تحظ الأنشطة الخدمية بالإهتمام الذي تستحقه، خاصة وأنه يعتقد أن الصناعة التحويلية هي العمود الفقري للثروة الفردية أو القومية، ويُتجاهل حقيقة أننا في احتكاك يومي مع قطاع الخدمات عند استخدام التليفون أو الذهاب إلى المدرسة أو المستشفى أو تصليح

1- Daniels P.W., "Service Industries: A Geographical appraisal" op. Cit., p - 2.

السيارة (١).

وعلى أى حال فإن الأنشطة الخدمية توجد فى كل اقتصاد ولكن أهميتها تعتمد على مستوى النمو الإقتصادى الذى تصل إليه، ولقد تطورت إقتصاديات الخدمات فى الدول المتقدمة على أثر الإتصال المتبادل بين الشركات والأفراد وتبادل المعلومات وزيادة الطلب على هذه الخدمات فمثلاً فى المملكة المتحدة تشير احصائيات انفاق المستهلك إلى انخفاض نسبة الإنفاق على الطعام والملابس والأحذية على عكس الإنفاق المتزايد فى استخدام وسائل النقل والكهرباء والوقود ووسائل الإتصال المختلفة. ومن الملاحظ أن هناك صعوبة فى التعميم حول ظهور ونمو قطاع الخدمات ففى دراسة لسنجلمان عام ١٩٧٨ (Singelmann) على سبع دول فى الفترة ما بين ١٩٠٠ - ١٩٣٠ لاحظ تقلص العمالة الزراعية وزيادة العمالة الصناعية فى كل من المملكة المتحدة وفرنسا وألمانيا وإيطاليا وهذه الخطوة المعتدلة حدثت قبل التحول إلى الخدمات، وهذا يتناقض مع كل من كندا والولايات المتحدة الأمريكية حيث نمت العمالة فى الخدمات على قدم وساق مع الصناعة فى البداية. وبعد ذلك حدث الإنخفاض فى العمالة الصناعية وزادت العمالة فى قطاع الخدمات، أما فى اليابان التى تعتبر ثانى اقتصاد خدمى عالمى فإن الإنخفاض فى العمالة الزراعية صاحبه ارتفاع فى العمالة الصناعية وارتفاع أكثر فى عمالة الخدمات (٢).

وعلى أساس التعريف المقبول (أن الأمة يصبح اقتصادها خدمى عندما يعمل أكثر من نصف عمالها فى إنتاج الخدمات) فإن الولايات المتحدة وهى أول اقتصاد خدمى قد عبرت هذه المرحلة عام ١٩٤٠ وبحلول عام ١٩٧٥ وظَّف ٣/٢ من قوة العمل فى الخدمات كما أسهمت الخدمات بثلثى الناتج الكلى. وهذه الإحصائيات ترتبط بالإنفاق حيث أنفق المستهلكين فى الولايات

1- Daniels P.W., "Service Industries: Growth and Location" op. Cit., pp. 6-7.

2- Peter Hall "The World Cities" McGraw-Hill Book company. N.Y. 1971. p. 222.

المتحدة نحو ٣١٪ من الدخل على الخدمات، ٥٦٪ على السلع عام ١٩٥٠، أما عام ١٩٧٩ فإن هذه النسبة أصبحت على التوالي ٣٧٪ - ٤٣٪ (١).

وتعتبر صادرات الخدمات أكثر أهمية من صادرات السلع في بعض الدول مثل أسبانيا والبرتغال واليونان رغم المستوى المنخفض نسبياً للتنمية، ولكن يرجع ذلك إلى ازدهار الخدمات السياحية (٢).

وصعوبة التعميم حول نمو قطاع الخدمات تتضح أيضاً في ترتيب خدمات من حيث الأهمية في كل دولة فمثلاً في الولايات المتحدة يعتبر كل من التجارة والاستثمار في المركز الأول من حيث الأهمية يليها التمويل التأمين ثم النقل، وفي الدول الصناعية الأخرى يأتي النقل في المرتبة الأولى يليه التأمين والبناء والتشييد وصناعة السينما ثم السياحة وهناك بعض الدول ما ذكر سابقاً تأتي الخدمات السياحية بها في المرتبة الأولى وكل المؤشرات كد أن قطاع الخدمات سوف يكون الأكثر أهمية في المستقبل (٣).

نثاً: تصنيف أنشطة الخدمات

تعدد الخدمات جعل من المستحيل تعميم الأنماط المكانية التي تمثلها لهذه الخدمات دون اللجوء إلى محاولة تحديد مجموعات معينة من الأنشطة لمتشابهة مع بعضها البعض، وهذه التصنيفات تضع الأساس الذي يمكن عليه تحليل هذه الخدمات.

ومهمة التصنيفات تعتبر مهمة صعبة نظراً لتعدد البدائل الممكنة فيها المشكلة ليست فقط في كيفية ابتكار عملية تجميع داخلية لهذه الخدمات لكنها تكمن أيضاً في تحديد الخط الفاصل بين الأنشطة التي تقدم خدمات

1- Ronald Kent, op. Cit., pp13-16.

2- I bid., p.33.

3- Noyelle thierry "The rise of a advanced Services: Some implication for econom Development in U.S cities" Jrol of The American planning Association. Vol.49. N 1983. pp. 280-290.

والأخرى التي لا تقدم أية خدمات وكان ستيجلز 1956 (Stigler) واضح في قوله: لا يوجد إجماع آراء ذو قيمة كبيرة على تصنيف محدد للخدمات(١).

وهناك عديد من التصنيفات للخدمات نذكر منها مايلي:

١- التصنيف على أساس قطاع النشاط Industry Sector :

وهذا التصنيف من أكثر الطرق المستخدمة في تصنيف الأنشطة الاقتصادية ككل. وقد أشارت الدراسات المبكرة لبعض الإقتصاديين مثل فيشر عام 1953 (Fisher) وكلاارك 1940 (Clark) إلى الخدمات كقطاع ثالث. ولم يكن هناك جهد جاد لتعريف هذا القطاع، وعندما بدأت المحاولات الجادة، دار الجدل حول ادخال أو استبعاد بعض متطلبات النشاط مثل التشييد والبناء والغاز والمياه والكهرباء والنقل(٢).

٢- الخدمات الخاصة بالمستهلك والمنتج:

Consumer & producers services

ويعتمد هذا التصنيف على أساس ناتج أنشطة الخدمات وهو يمثل تصنيف السلع الذي قدمه (Kuznets) عام 1938 وفيه قسم السلع إلى سلع خاص بالمنتج وأخرى خاصة بالمستهلك، وبدوره يمكن تقسيم السلع إلى سلع معمرة ونصف معمرة وغير معمرة وإن كان من الصعب استخدام وتطبيق هذه الصفات على الخدمات ولكننا سوف نحاول فالخدمات الخاصة بالمستهلك: مثل الذهب للكوافير هنا تكون الخدمة ذات فائدة قصيرة الزمن. ويمكن اعتبارها غير معمرة، أما الخدمات المعمرة فهي التي تدوم لفترة طويلا (استمرارية الفائدة) مثل الخدمات التعليمية. وبالمثل يمكن تصنيف الخدمات الخاصة بالمنتج فالخدمات غير المعمرة مثل شركات الإعلان التي يجب أن تعلن عن كل منتج جديد، أماالخدمات المعمرة فيقدمها خبيرا

1- Daniels, P.W. "Service industries: Ageographical appraisal" op. Cit., pp. 2-4.

2- I bid., P. 5.

الإدارة ونظم المعلومات لأي شركة، أي مساعدتها على اختيار نظام معين للعمل به. ولو تم قبول هذه الطريقة في التصنيف، فإنه يجب توضيح أن السلع والخدمات تسير في خطوط متوازية. وكذلك يجب ملاحظة أنه من الممكن تحليل الخدمات باستخدام البنود الخاصة بتحليل السلع^(١).

١- خدمات محلية، أخرى غير محلية Local & nonlocal services :

يمكن تقسيم الخدمات المحلية إلى قسمين: خدمات ترتبط باحتياج السكان المحليين وأخرى تقابل الإحتياجات الخاصة بالصناعات المحلية. أما الخدمات غير المحلية فهي التي ترتبط بخدمة الأسواق الدولية سواء كانت لأفراد أو لشركات. ومفهوم التسويق على نطاق بعيد (هو نظام الكمبيوتر والتليفون ووسائل الإتصال الحديثة) أي نظام يستخدم التكنولوجيا العالية التي تسمح للشركات بالإتصال بعدد كبير من المستهلكين في مناطق جغرافية واسعة وقد استخدم هذا النظام بنجاح كبير في خدمات المعلومات (بنوك المعلومات) وشركات التأمين.

- خدمات القطاع الخاص والعام Private & public services :

يعرف هذا التصنيف بخدمات السوق واللاسوق Market & no market services والخاصة تخضع للقوى المتحركة في السوق مثل عوامل العرض والطلب وسلوك المتنافسين وكم ونوع الخدمات المتاحة، واستمرارية هذه الخدمات مرتبطة بالربح على عكس الخدمات التي تؤدي مجاناً أو بأجر رمزي والتي تنتشر في البلدان النامية^(٢).

- تصنيف الخدمات باستخدام الخصائص المهنية

Classification of services using occupational characteristics

يعتبر تصنيف الخدمات على أساس نوع النشاط مفضلاً حيث أن أنشطة

1- I bid., pp. 6-8.

2- Zcithaml valerie, Berry Leonard "problems & strategies in services marketing" Jrnl Marketing" Vol.49 - N.2 N-Y 1985. pp. 3346.

الخدمات قد تأخذ مكاناً في المؤسسات المنتجة للسلع، والعكس صحيح. وعلى ذلك فمن الأفضل تصنيف الخدمات بالرجوع إلى المهام التي يؤديها العاملون في كل نشاط أي الخصائص المهنية للقوى العاملة. والأعمال الخاصة بالخدمات تم تعريفها في التصنيف الدولي الموحد للمهن (ISCO)* حيث يميز بين ذوى الياقات البيضاء (White - Coller) وذوى الياقات الزرقاء (Blue - Coller) ولكن هذا التمييز أصبح غير ملائم للصناعات الحديثة كالإلكترونيات مثلاً التي تتطلب خليط من المهارات اليدوية والعقلية، لذلك تطلب وجود طبقة ثالثة من العاملين من ذوى الياقات البنفسجية (Purple - Coller)، وباستخدام هذا التصنيف فإن المجموعة التي تعمل في التخطيط أو المبيعات أو التسويق أو العلاقات العامة في شركة هندسية يمكن تعريفها بأنها (جزء من إجمالي عدد العاملين في قطاع الخدمات ككل)^(١).

واقترح كوتوزيان (KatouZian) عام ١٩٧٠ تصنيف آخر قسم به الخدمات إلى: خدمات قديمة وأخرى حديثة.

والخدمات القديمة يقصد بها تلك التي كانت موجودة من قبل الثورة الصناعية أما الحديثة فهي تلك التي ترتبط بقطاع الصناعة كالبنوك، والتمويل، والنقل، وتجارة الجملة والتطاعى، فضلاً عن الصحة والتعليم والترفيه^(٢).

ويمكن أن أضيف تصنيفاً آخر إلى سلسلة التصنيفات السابقة يعتمد على تقسيم الخدمات إلى: خدمات راقية ومتطورة وأخرى بدائية غير راقية ويعتمد هذا التصنيف أساساً على مستوى التعليم الذى تتطلبه الخدمة، وإذا كان

* The International Standard Classification of Occupations.

1- Daniels, P.W. "Service Industries: Ageographical appraisal" op. Cit., pp. 275-277.

2- ————— "Service Industries: Growth & location op. Cit., p. 30 Citing Katouzian

M.A. "The development of the service sector: a new appers 22 362-382.

التعليم يعتبر بالغ الأهمية في تركيب أنشطة القطاع الثالث، فإنه يبدو أن هناك تباين كبير بين المهن الخدمية التي يضمها هذا القطاع إذ أن بعض المهن تتطلب مستوى تعليمي مرتفع وتخصص دقيق مثل عمل الطبيب، ومحلل المعلومات والنظم، والمهندس، وأعمال البنوك، ورجال القانون بينما هناك مهن أخرى لا تعتمد على التعليم ولا تتطلب الحصول على شهادات، فمثلاً في خدمات النظافة العامة حيث جمع القمامة ونقلها وتنظيف الشوارع، كذلك في الخدمات الشخصية مثل الغسيل والكي وخدمات الحمالين والسائقين والبوابين ومسائقي عربات الكارو والشغالات. ومما سبق يتضح أن في كل تصنيف من التصنيفات السابقة مشكلة ما وهو ما يؤدي إلى عدم الاتفاق على تصنيف موحد للخدمات وبالتالي فإن كل باحث عليه اختيار التصنيف الذي يناسب موضوع وهدف بحثه.

رابعاً: تأخر دراسة جغرافية الخدمات

لقد أهمل دارسوا جغرافية المدن والإقتصاديون أنشطة الخدمات، بإستثناء واضح لتجارة التجزئة والنقل-حيث لعبت مشكلات تعريف الخدمة وتصنيفها دوراً كبيراً في هذا التجاهل^(١) هذا فضلاً عن المشاكل الأساسية التي اعترضت جمع وتحليل بيانات الخدمة ومعنوية الخدمات وتشعب مخرجاتها^(٢) والتأكيد الأكبر على السلع المادية في الإقتصاد العالمي^(٣).

وكان كلارك (Clark) عام ١٩٤٠ من أوائل الدارسين الذين لاحظوا أهمية دراسة اقتصاديات القطاع الجديد الثالث، بينما كان معاصروه غير راغبين في دراسة الخدمات. وقد عانت هذه الأنشطة الكثير من عدم التقدير من جانب الدارسين حيث كان يُنظر للأنشطة الأساسية كعصب للحياة الإقتصادية.

1- Daniels, P.W., "Service Industries. Ageographical appraisal" op. Cit., p. 14.

2- Bear Chester "Stratigic view of service expenses" Mortgage Banking. Vol.46. M. 11 Aug. 1986. pp. 42-53.

3- Ronald Kent. op. Cit., pp. 60-61.

بينما يُنظر للأنشطة غير الأساسية (الخدمات) على أنها حصيلة للنمو الذي يحدث في قطاع الأنشطة الأساسية والنتيجة أنه إلى وقت قريب لم تحظ الأنشطة الخدمية بالإهتمام الذي تستحقه(١).

ويشترك (Alexander) مع كلارك في الفرض الخاص بالإقتصاديات الأساسية وغير الأساسية The Basic/Non-Basic (٢). وجاء دارسون آخرون مثل كالدور Kaldor عام ١٩٦٦، وبيكون (Bacon) والتز (Eltis) عام ١٩٧٦ وأحرزوا تقدماً نظرياً باعترافهم بأن أنشطة الخدمات تمتص الكثير من العمالة وإن كانت دلائهم على ذلك تقوم على أساس ضعيف، أي أنه بالرغم من تعاظم أهمية قطاع الخدمات إلا انه لم يكن خاضعاً لأي دراسة تفصيلية، وقد أوضح شانون (Channon) ذلك بقوله: لم تخضع أنشطة الخدمات للدراسة التفصيلية وهو أمر غير عادي خاصة وأن هذا القطاع حل محل قطاع الصناعة من حيث العمالة كما أن الحيوية الإقتصادية للمدن أصبحت تقوم على قدرتها على المنافسة كمراكز للخدمات(٣).

لذلك يجب علينا أن نوجه أفكارنا وجهة جديدة فيما يختص بالدور الذي تلعبه الخدمات في الأنشطة المختلفة، إذا ما أردنا أن نحرز تقدماً في النظرية الخاصة بتطور هذه الخدمات في الإقتصاد الحديث(٤).

1- Sara, L.M. "Distributional considerations in the location of public services" Ph.D. Iowa Un., 1979. p. 14.

2- John, W. Alexander "The Basic/Non-Basic Concept of Urban economic functions" B.G. Vol.30, 30, July, 1954. pp. 246-260.

3- Daniels, P.W. "Service Industries: Agcographical appraisal" op. Cit., p. 15.

4- I bid., p.15. Citying Beyers, W.B. "Services and industrial systems, paper presented of the Annual Meeting of the Association of Amencan Geographers, Denever Colo. 24-27 April 1993.

خامساً: الإهتمام الحالى بجغرافية الخدمات:

طرح جتمان Gottman عام ١٩٨٣ سؤال قال فيه: هل توجد جغرافية للخدمات؟ وأجاب بأن الخدمات المتنوعة يمكن تصنيفها إلى مجموعات ومعالجة كل مجموعة على حدة، وتنوع هذه الخدمات يظهر تنوع مكاني خاص بتوزيع هذه الخدمات، فربط بعض الخدمات المحددة بأماكن معينة وتوضيح أسباب هذا الربط يساعدنا على فهم الجغرافية البشرية. Human.geo من ناحية، والوظيفة الاجتماعية الاقتصادية The Socioeconomic Functioning فى أى مجتمع من ناحية أخرى(١).

والإهتمام الجغرافى بالخدمات هو عامل هام فى فعالية هذه الخدمات ومحدد أساسى للمكاسب التى يحصل عليها الفرد من هذه الخدمات. فالمعنى المتضمن فى تحديد أو اختيار موقع خدمة معينة هو مؤشر إلى أن هناك أفراداً معينين سوف يستفيدون أكثر من غيرهم ولتحديد من الذى يستفيد من الخدمات يجب معرفة المدخل الجغرافى للخدمات عبر مجموعات السكان وهو ما يعرف بالمؤشر التوزيعى المكاني لنمط الخدمات Spatial-Distributional Impact. ومعايير التوزيع المكاني تتغير باستمرار بإضافة مراكز خدمات جديدة أو غلق أخرى قديمة، أو عندما تتغير الأنماط الموقعية للإقامة وكل قرار لتحديد موقع الخدمات يؤثر على جاذبية المنطقة المحيطة بهذا الموقع. ولفهم طبيعة المؤثرات التوزيعية المكانية للخدمات يجب التركيز على مواقع الخدمات وأماكن إقامة الأفراد وبالتالي المسافة الكيلومترية والزمنية بينهما، وتأثيرات المسافة تسمى بالمكاسب أو الفوائد الموقعية Locational benefits التى تتلخص فى استخدام خدمة جيدة منخفضة التكاليف، والملاحظ أن تكلفة السفر أو تكلفة زمن السفر تتزايد بطول المسافة، واستخدام الخدمات ينخفض مع زيادة التكلفة.

1- Sara, L.M. op. Cit., pp. 1-4.

وإن كان هذا الشكل الوظيفي ليس ثابتاً، حيث يتأثر بأهمية المكان ومدى سرعة الحاجة للخدمة، كذلك الاختلاف في الأذواق يؤثر أيضاً على المسافة (١) فهناك بعض الأفراد على استعداد لقطع مسافة طويلة في سبيل الحصول على خدمة عالية الجودة أو مناسبة لرغباتهم وميولهم (٢).

أى ان الصورة المثلى لتوزيع مراكز الخدمات بالشكل الذى يحقق تطلعات الدولة ورغبات الأفراد تتطلب معرفة العديد من الجوانب ذات العلاقة المباشرة بهذا الحقل من الدراسة وقد أوضح Jakle & others عام ١٩٧٦ بعض الجوانب التى يجب أخذها فى الاعتبار عند دراسة التوزيع الجغرافى للخدمات وهى:

١- التوسط فى توزيع الخدمة Centrality: أى أن تكون المسافة بين موقع كل خدمة وآخر مدروسة ومقننة بحيث تكون الخدمة مناسبة لجميع الأفراد سواء كان ذلك فى الحى أو المدينة أو الإقليم، أى أن تقترب الخدمة من أماكن توزيع السكان وكثافتهم العالية.

٢- إمكانية الوصول إلى الخدمات Accessibility: أى أن يكون موقع الخدمة يمكن الوصول إليه بسهولة وبسرعة وبالتالي يمكن الحصول على الخدمة بأقل تكلفة للمجهود والوقت والسعر.

٣- الأمثلية فى أهمية الخدمة Optimization: وهى تعنى مدى ملائمة موقع الخدمة لكى تؤدي وظيفتها على الوجه الأمثل الذى يجب أن تكون عليه (٣).

٤- اللامركزية فى توزيع الخدمة Decentralization: وهى تحقق مفهوم عدالة توزيع مراكز الخدمات، أى ألا نركز على مواقع معينة ونهمل أخرى وبالتالي

1- I bid, pp. 4-8.

2- Anonymous "Regional service center proves its efficiency to equitable life". Office Vol.94. N.3 - N.Y. 1981. pp. 106-107.

3- AL-Ghamdi, A.S. "An approach to planning a primary health care delivery system in Jeddah, Saudi Arabia" ph.D., Michigan un. 1981, p. 9. Citing Jakle. & others Human spatial behavior: A social Geography" North scituate, Massachusetts, Duxburg press, 1976.

لا تكون الخدمة قاصرة على فئة من الناس دون الأخرى^(١) هذا فضلاً عن الإعتبارات الأخرى التي ترى أن البيئة التي تقدم فيها الخدمة متطورة وقابلة للنمو، كما أن الاستجابة للإحتياجات متغيرة أيضاً. وزيادة اهتمام المستهلك تكون من خلال خدمة أفضل وتكلفة أقل^(٢). إذن فعلماء الجغرافيا يهتمون بدراسة مواقع الخدمات العامة، ويركزون على نتائج فعالية -Efficiency مواقع الخدمات، ومنهم تيتز (Tietz) عام ١٩٧٥ الذي كان يهدف في تقرير له إلى تخفيض تكلفة الحصول على الخدمة ويمدنا بالمعايير العامة لتقييم مواقع الخدمات، والإعتراف بأهمية اعتبارات العدل والمساواة في توزيع الخدمة.

كذلك دراسات ولبرت Wolpert عام ١٩٧٦ وهي عبارة عن تحليلات للمنافسة الموقعية Locational conflict في قرار تحديد مواقع خدمات عامة، فالمنافسة هي سمة ملازمة لإختيار موقع خدمة عامة ينبع من الطبيعة الجغرافية جداً لقرار الموقع الخدمي. ذلك، أن هناك عوامل تؤثر على مستويات المنافسة الموقعية كفاءة الموقع للخدمة، وتباين الفائدة الموقعية للفرد، وعدد التسهيلات الخدمية المتدمة، وبالرغم من أن العامل الموقعي هو أهم سبب للتنافس الخدمي، فإن قرارات التحديد تساهم بصورة واضحة في مستوى التنافس^(٣).

ومن ناحية أخرى قام هسكت (Hesket) عام ١٩٨٦ برصد عناصر الرؤية الإستراتيجية للخدمة Strategic Service Vision والتي تنحصر فيما يلي:

١- خصائص مستهلكي الخدمة.

٢- مفهوم واضح ومحدد للخدمة.

1- Idem.

2- Anonymous, op. Cit., p. 107.

3- Sara, L.M. op. Cit., pp. 14-20.

٣- خطة عمل مركزة وفعالة.

٤- نظام تقديم الخدمة المصمم جيداً.

١- خصائص مستهلكي الخدمة:

يمكن تحديد مجموعات المستهلكين للخدمة بخصائص مشتركة لنتمكن من تصميم الخدمة التي تحتاجها كل مجموعة والأبعاد الديموجرافية Demographic من حيث النوع، والعمر، والدخل، ومستوى التعليم، وحجم الأسرة، والإقامة والتي يمكن على أساسها تقسيم سوق الخدمة، وكل له تأثير مختلف على عمل معين، هذا فضلاً عن الأبعاد النفسية المكانية للأفراد والظروف البيئية للمكان.

٢- مفهوم الخدمة المحدد جيداً:

The well defined service concept

أى تحديد العناصر الهامة فى الخدمة المقدمة ليدرك المستهلك أبعاد هذه الخدمات وأهميتها له.

٣- خطة العمل المركزة. The focused operating strategy :

وهى نتاج قرارات كثيرة حول التمويل والموارد البشرية المدربة القادرة على تقديم الخدمة على أعلى مستوى، والتسويق، والإدارة وهى المفتاح الذى يفتح الأبواب للأداء الناجع فى كل مجال.

٤- نظام تقديم الخدمة المصمم جيداً

The well designed service delivery system

وهو النظام الذى يعتمد على كفاءة مقدمى الخدمة وثقة المستهلكين فى الخدمة المقدمة إليهم وهى من الأمور الهامة فى تقديم الخدمة(١).

كل هذه الاعتبارات يجب الاهتمام بها عند دراسة موقع الخدمة أو توزيع الخدمة ويجب مراعاتها من عام لآخر حتى تساير التغيرات التى تطرأ على

1- James, L. Heskett, op. Cit., pp. 7-9 and Joseph Alune, poyner Alison "Interprating patterns of public service utilization in Rural areas" E.G. Vol.58. N.3. 1982. pp. 262-263.

الخدمات (١)

ومما سبق نكون قد أجبنا على عدة أسئلة:

- ما هي الأنشطة الخاصة بتقديم الخدمات؟
- كيف تم التغيير في هذه الخدمات بمرور الوقت؟
- ما هي العلاقة المكانية التي تربط هذه الخدمات بالمكونات الأخرى للنظام الإقتصادي مع بعضها البعض؟
- ما هي الاعتبارات الخاصة بتوزيع الخدمات؟
- ما هي عناصر الرؤية الإستراتيجية للخدمة؟
- ما هي أهمية الخدمات؟

ولعل الإجابة على هذه الأسئلة يؤكد وجود جغرافية الخدمات، ويؤكد وجود اهتمام حقيقي بالخدمات خاصة في الدراسات الجغرافية الحديثة (٢).

وبالرغم من هذا الإهتمام الجغرافي، إلا أن هناك بعض الحواجز التي تعوق حركة الجغرافيين في هذا المجال هذه الحركة التي تحتاج إلى الإستجابة للتغيرات البيئية العامة أو الإقتصادية أو السكانية، ومقابلة الإحتياجات المتغيرة، وتقليل الأشكال السلبية للموقع. وأهم هذه الحواجز تتمثل في النواحي الأيدلوجية والسيكولوجية والتاريخية والتسويلية ولهذه النواحي تأثيرها على دراسة كم، وكيف الخدمة المقدمة (٣).

سادساً: الإتجاهات الحديثة في دراسة الخدمات

اقترح سيلبي Seley عام ١٩٨١ أربعة مكونات لدراسة الخدمات تتمشى مع الإتجاهات الحديثة New Directions وهذه المكونات هي:

1- Bear Chester, op. Cit., p. 35.

2- Daniels, P.W. "Service Industries: Ag-ogographical appraisal" op. Cit., p. 16.

3- John, Seley, op. Cit., p.8.

١- الغرض Purpose .

٢- البناء/التركيب Structure .

٣- التقييم Evaluation .

٤- تحديد المواقع Allocation .

وفيما يلي تحليل سريع لهذه المكونات:

١- الغرض:

هو إهتمام يحدد لماذا توجد الخدمة في مكان ما، والإهتمام بالغرض هو الإهتمام بالعلاقة الأساسية بين الخدمة والمجتمع ومشكلة الخدمة ليست مجرد خدمة فردية ولكنها خدمة بيئية اجتماعية واقتصادية وسياسية وهذا هو مادعا فوكالت Foucault إلى أن يفترض وجود ترابط بين الإتجاهات المجتمعية ووجود السجون أو المصححات النفسية، فالإهتمام بالغرض يجعل البعض يتساءل هل تصمم الخدمات لتحسين الحياة لكل مواطن؟ وهل الخدمة حق للفئات المنبوذة أو المنحرفة أو غير الطبيعية في المجتمع؟

وهل الخدمة العامة حق للمواطن؟ أم منحة؟

٢- البناء:

يوضح البناء الإهتمام بإدارة الخدمات، ونظم البرامج الخدمية، وشكل البلامركية في توزيع مركز الخدمة(١).

٣- التقييم:

وهو من أهم المعايير في دراسة الخدمات العامة لأنه يركز على قياس الفعالية (تأثير الخدمات على الفرد) كما أنه ذو أهمية كبيرة في تحسين وإعادة

1- Ibid., pp. 4-5.

بناء الخدمة، وفي قياس مدى الحاجة إلى خدمة جديدة(١). ويرتبط التقييم بالإستخدام الفعال والمؤثر للخدمة والعمل على تحسين معدلات أداء الخدمة وبالتالي إلى زيادة فعالية الخدمات.

٤- تحديد المواقع:

من الممكن الربط بين استهلاك الخدمة وخصائص المستهلكين، ومعظم دراسات التقييم يبدو أنها تفترض فرض الخدمة المميزة مثل الجذب - الفعالية - إمكانية الوصول - الطريقة التي تقدم بها الخدمة يمكن أن تؤثر على الإستهلاك وتخلق أنماطاً جديدة للحاجة. وهذا ما يمكن أن يسمى ب (فرض إيجاد الخدمة) وهو إمتداد لإهتمام العالم الجغرافى بتأثير المكان على السلوك كما فى الدراسات القديمة للترابط الموضوعى بين ظروف إمداد المياه والصرف الصحى فى المناطق الفقيرة، والحالة المرضية.

وهذا يسمح للجغرافى أن يكشف روابط ويتتبع اتجاهات ويحدد الأماكن التى تحتاج إلى الخدمات(٢).

نلاحظ مما سبق أن هناك اتجاه يركز على دور الخدمة أو الغرض منها، واتجاهات أخرى تهتم أكثر بجعل تقديم الخدمة فعال واقتصادى، وهنا يظهر خلط جوهرى حول أهداف ووسائل الخدمة العامة وعلاقتها الطبيعية، خلط ينشأ عن عدم القدرة على تصور الارتباط بين المكونات الأربع السابقة ولم يدع أحد الجغرافيين حل مشكلة ربط هذه المكونات، ومع ذلك يساهم كل منهم فى أحد المطالب المحددة.

فمثلاً اهتم رينر Reiner وولبرن، وويليامز وويليامز وسيلى Seely بالفرض، واهتم ابلىر Abler بالبناء، واهتم فيندمان Feldman وبريز Bresse واوبيتير Obeiter بالتقييم كما اهتم شاكو Shakow بتحديد المواقع بالنسبة

1- Ronald Kent. op. Cit., p. 3

2- John Seley, op. Cit., pp. 5-6.

للخدمات(١).

وفي دراسة حالة لمنطقة صناعية وجد أن الخدمات الأساسية (الشرطة -
الصحة - النقل ... إلخ) تعتبر من «عائم استقرار الشركات ونموها، وهنا مغزى
لنظرية الموقع Location theory فهل تعتمد الأعمال على الخدمات العامة؟

Are businesses dependent on public services?

وماهى أسباب تحرك الأعمال أو نياتها فى موقعها؟(٢).

لعل الإجابة على هذه الأسئلة يتدأب مزيد من الانغمام بجغرافية الخدمات.

* * *

1- Ibid., pp. 7-8.

2- Daniels, P.W. "Service Industries: Ageographical appraisal" op. Cit., pp. 12-13.

المراجع

- 1- Abdulaziz, S. AL-Ghamdi "An approach to planning a primary health care delivery system in Jeddah Saudi Arabia" ph.D, Michigan Un. 1981.
- 2- Anonymous "Regional service center proves its efficiency to equitable life" Office, Vol.94. N.3. N.Y. 1981.
- 3- Bear, R. Chester, "Strategic view of service expenses" Mortgage Banking, Vol.45. N.11. Aug. 1985.
- 4- Daniels, P.W. "Service Industries: Growth and Location" Cambridge Un. press, London, 1982.
- 5- ----- "Service Industries: A geographical appraisal" Cambridge Un. press, London. 1985.
- 6- James, L. Heskett "Managing in service economy, Harvard Business School press, Boston, Massachusetts. 1986.
- 7- John, W. Alexander "The Basic/Non. Basic concept of urban economic functions" E.G. Vol.56. July, 1954.
- 8- John, E. Seloy "Introduction. New directions in public service" E.G. Vol.57. No.1. Jan. 1981.

- 9- Joseph Alune, poyner Alison "Interpreting patterns of public service utilization in Rural areas" F.G. Vol.58. N.3. 1982.
- 10- Noyelle, R. Thierry "The rise of advanced services: some implication for economic development in U.S cities" Jrnl of the American planning association. Vol.49. N3. 1983.
- 11- Peter Hall "The World Cities" McGraw-Hill Book Company, N.Y. 1971.
- 12- Ronald, K. Shelp "Beyond industrialization Ascendancy of the the global service economy" praeger publisher, N.Y. 1981.
- 13- Sara, M. Lows :Distributional Considerations in the location of public service" ph.D. IOWA Un. 1979.
- 14- Zeithaml Valarie, Berry Leonard "problems & strategies in services marketing" Jrnl of marketing, Vol.49. N.2. N.Y. 1985.