



جمهورية العراق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة تكريت_ كلية التربية للعلوم

الانسانية

قسم_ الجغرافيا - المرحلة الثانية

المادة : جغرافية التنمية والتخطيط

المحاضرة العاشرة

نظريات انظمة المستوطنات البشرية- الشبكة الهرمية

م . م . ياسر حمد خلف

٢٠٢٥ - ٢٠٢٦

نظرية المكان المركزي

تعتبر نظرية المكان المركزي من أشهر النماذج للبنية المكانية والتي فسرت العلاقة بين الية واقليمها تفسيراً جزئياً، لأنها اعتمدت على القطاعات الخدمية فقط، حيث يقوم الكان المركزي بتزويد السكان القاطنين فيه وسكان إقليمه بالخدمات لذلك فإنها تقدم راً الجزئياً للبنية الاقتصادية الإقليمية. وترتبط نظرية المكان المركزي باسم الجغرافي الاقتصادي الألماني فالتر كريستالر Walter Christaller والتي نشرها عام (١٩٣٣م) في دراسته الشهيرة التي جاءت بعنوان الأماكن المركزية في جنوب ألمانيا The Central Place of Souther Germany وبالتحديد في مقاطعة بافاريا في كتابه Die Zentralen orte in Suddeutschland والذي تم ترجمته عام (١٩٦٦م) إلى اللغة الانجليزية من قبل باسكين Baskin (١). تناول كريستالر في نظرية ترفيع الأماكن المركز الى الترفي المدن وا حياتها وتباعدها ومناطق تأثيرها ووظائفها، وهو بذلك يحاول أن يجيب على سؤال هام وهو .. لماذا تتوزع المحلات العمرانية المختلفة على سطح الأرض بنمط معين؟ وما الذي يحدد بعد محلة عمرانية عن أخرى (٢)؟ وقد جاءت النظرية لدراسة العلاقة بين مراكز توزيع الخدمات والبضائع في إقليم ما وائر ذلك على هرمية النظام الحضري في ذلك الإقليم، وقد قدم كريستالر عدة افتراضات من أجل تقليص أثر العوامل الأخرى في تحديد المواقع المركزية باستثناء العوامل الاقتصادية نلقد افترض (٣) :

١. إقليم منبسط استواء سطح الإقليم ومتجانس لا تعترضه أية عوائق أو عن طبيعية مثل الجبال والأنهار والأودية.
٢. تتوزع الموارد الطبيعية على كافة أنحاء الإقليم بالتساوي.
- ٣ يتوزع السكان في الإقليم بالتساوي، كما تتساوى قوتهم الشرائية.
٤. تتوفر شبكة من طرق المواصلات موزعة في كافة الاتجاهات بنفس المستوى وتحلم جميع أنحاء الإقليم بالتساوي.

٥- يقطع المستهلك مسافة من أجل الحصول على السلع والخدمات التي يقدمها المكان المركزي في الإقليم، حيث يتصرف المستهلكون بعقلانية فيتسوقون من أفراد الأماكن المركزية، أي يعمدون إلى تقليل المسافة من أجل الحصول على السلعة الخدمة التي يحتاجونها فإذا تحقق الحد الأدنى من عدد المستهلكين اللازم للوظيفة المركزية * Threshold تقدم هذه الوظيفة من قبل المكان المركزي، وإذا قل عدد المستهلكين عن الحد الأدنى فإنها تختفى من المكان المركزي أي : يسمها .

٦. يتوفر لدى المستهلكين معلومات كاملة عن مراكز التسوق البديلة في الإقليم.

٧. يتحدد مجال البضاعة والخدمات التي تقدم من مكانين مركزيين بمنتصف المسافة بينهما.

٨. افترض المهنة السائدة هي الزراعة. هدف كريستالر من خلال هذه الافتراضات إلى إيجاد نموذج نظري لتوزيع الأماكن المركزية ثم مقارنة هذا التوزيع النظري مع الواقع وحصر أوجه الشبه والاختلاف بينها فيما يتعلق بالنظام الحضري يبدأ والتر كريستالر بتعريف المركزية والتي تعني درجة وظيفية، أي هنالك مراتب حرمية للأماكن المركزية أو المحلات فبعضها عالي المرتبة وبعضها الآخر من مرتبة أدنى على احتراء الإقليم أن الأقاليم التي ترتبط بها تلك المحلات أو الأمكنة تبعا لمراتبها. كريستالر أن الأهمية أو المرتبة لا ترتبط بعدد السكان لأن الأماكن المركزية لا تتساوى الله إذا تساوى عدد سكانها، ولكن الوزن الاقتصادي للسكان هو الذي يحدد الأهمية فقط حيث توجد مدينة صغيرة بالنظر إلى عدد سكانها ولكن تكون ذات أهمية كبيرة. المحالة مركزية تبعا لامتداد الإقليم الذي تخدمه وهذا ما نطلق عليه مركزية المحلة Centrality of Place ، بمعنى آخر تقاس درجة مركزية المدينة بمدى وحجم السلع والخدمات التي تقدمها لمنطقة الظهير، ويميز كريستالر بين نوعين من المركزية (١): لمركزية الموقع والتي تعني نقطة الوسط الهندسي وهذه لا يكون لها قيمة إلا إذا كان توزيع سكان متعادلا حولها من عرفه الوظيفة المركوبة

المركزية الوظيفية: وتتعلق بالوظائف المركزية Central Profession والسلع والخدمات المركزية Central Good Services وهي تلك الوظائف أو السلع التي تقدم أو تنتج في محلات مركزية، ويصنف كريستالر: المركزية كالاتي: إلى مراتب عليا ودنيا حسبوا المحلات

ما هي الوظيفة المركزية

- ١- ان سلع محدودة الكمية وثابتة السعر مثل الطبيب الذي له وقت وقدرة على استقبال المرضى وأجرة الكشف عنده ثابتة، أو المستشفى الذي به عدد محدود من الأسرة.
- ٢ سلع محدودة الكمية وسعرها يخضع للسوق، مثل دار السينما ذات المقاعد الثابتة العدد، ولكن رفع رسم الدخول قد يتم إذا اشتد الإقبال وتم شغل المقاعد كلها.
٣. سلع يمكن زيادة إنتاجها مع ثبات السعر مثل مركبات الباص التي يمكن زيادة ساعات عملها مع بقاء الأجرة ثابتة. سلع يمكن زيادة إنتاجها تبعا للسوق مثل دكاكين البضائع. كما يفترض التفرقة بين أنواع السلع المركزية فبعضها كمالية يمكن الاستغناء عنها وبعضها ضرورية وهذا يظهر تأثير عامل كلفة النقل التي لا تكون مهمة بالنسبة وهناك دراسة : ينتا (FTA) تصفها إلى أربعة مجاميع تجارية متجانسة على ؟

الخواص الوظيفية :

- ١ - أعمال الصيانة والخدمات الأخرى المطبقة على الأشياء المادية.
 - ٢ - نقل وتوزيع البضائع.
 - ٣ - صياغة المعلومات وتوزيعها وبضمنها التنظيم والإدارة والثقافة.
 - ٤ - الاهتمام بالمتطلبات الشخصية والجماعية المتنوعة مثل الصحة والأمان.
- ويعرف كريستالر الإقليم المتكامل (٢) Region mentaryComple بأنه الإقليم يتكامل مع المحلة المركزية، وهذا الإقليم يوضح العلاقات المتبادلة بين الريب والمدينة ومن علاقات موجبه للطرفين كما يعتبر كريستالر المسافة بأنها ليست طولية وتقاس بالكل مترات مثلا؛ لأن

ذلك لا يعطي تفسيراً دقيقاً وعليه من الأفضل أن تكون وسيلة القياس المسافة الاقتصادية Economic Distance التي تحدد مدى الخدمة، و تتأثر بتكلفة الله والتخزين والفاقد في الوقت أو الوزن، ويعني بذلك تحويل المسافة من مقياس طولي إلى نيا نقدية؛ لأن المسافة الاقتصادية تقرر مدى استعداد السكان للقدوم إلى المحلة المركزية لأم الحصول على السلعة، فإذا كانت المسافة بعيدة جداً ترتفع التكلفة ويحجم السكان عن التمر على المحلة المركزية ويبحثون عن محلة أخرى، كما أن مدى السلعة يتحدد بعدد السلام وبكثافتهم ودخلهم وتركيبهم الاجتماعي وهذه متغيرات تؤدي لتباين مدى كل . ويرتبط استهلاك السلع المركزية بتطور المحلات المركزية التي تنمو بزيادة الاستهلاك دوره بالتركيب الاجتماعي والوظيفي للسكان وبسعر السلعة في المحلة المركزية الذي. كل الخدمة مساحة تأثير تحدد عدد السكان وأثر البعد عن المحلة المركزية، ويرى كريستالر ان على السلعة أو المسافة التي يكون السكان مستعدون فيه لشراء سلعة معينة من المحلة المركزية يوقف على العوامل التالية:

١- حجم المحلة المركزية ومرتبته.

٢- التركيب الاقتصادي والحضاري للسكان.

٣- قابلية دفع الثمن مهمه

الناصر الرئيسية لنظرية المكان المركزي عند كريستالر

التسلسل الزمني للخدمات: يوجد تسلسل الشاصات الخدمية المختلفة والمتنوعه تدرج من خدمات المرتبة الأدنى Lower Order الموجودة في كل مركز (مدينة - بلدة قرية مثل صندوق البريد، أماكن بيع بالتجزئة (تجارة المفرد) إلى خدمات المرتبة الأعلى High Order الموجودة فقط في المراكز الرئيسية مثل مكتب بريد عام، المتاجر الكبيرة، الجامعات ومراكز البحث العلمي، وهكذا فإن البلدات الرئيسية والمدن يمكن أن يكون لها أغلب الخدمات في حين أن البلدات والقرى الصغيرة لها عدد محدود جداً. الحد السكاني لكل الخدمة وقد عبر عنه

كريستالر بالعتبة أو المحدد السكاني ، ويقصد به الحد الأدنى من السكان (المستهلكين) الضروري الاستمرار النشاط الخدمي وبقائه، ويمكن أن يكون هذا الحد منننا حوالي ٢٥٠ نسمة من اجل مخزن بيع بالتجزئة في القرية أو المدينة أو مرتقعا حوالي ١٥٠ ألف نسمة للمسرح المتحف في المدينة فقط، فإذا قل عدد المستهلكين عن الحد الأدنى فإن النشاط الخدمي سيخسر وعلى المدى الطويل سيتم توقيف هذه الخدمة بسبب الخسارة المستمرة، أما أن عدد السكان (المستهلكين) فوق الحد الأدنى فإن النشاط الخدمي ارتفع. وسيؤدي الطلب المتزايد على الخدمة إلى تعدد الجهات التي تقوم بتقديمها الأمن الله سيعزز عامل المنافسة بين هذه الجهات. سكاني لا المسرح الذي يحتاج إلى ٥٠٠ زائر كل ليلة سيحتاج إلى محدد ١٥٠٠٠٠ نسمة إذا كان معدل عدد الزيارات لكل شخص من السكان هو فقط مرة واحد في السنة، ولكن إذا كان معدل عدد . الزيارات هو ثلاث مرات في السنة فإن المسرح سيتم من الاستمرار بمحدد سكاني قدرة ٥٠٠٠٠ نسمة فقط للوظيفة الخدمية.

مدى السوق Market Range النطاق المكاني لتسويق الخدمة): وهي تلك المسافة الي يكون فيها المستهلك مستعد لقطعها للوصول إلى الخدمة أو البضاعة، وهذه المسافة تمام الحجم الخارجي لمنطقة السوق والتي بعدها سيبحث السكان عن مركز آخر. فمثلا يكون السكان مستعدين للسفر لمدينة كبيرة مجاورة لشراء المجوهرات والملابس الجديدة، ولكنهم غير مستعدين للسفر لتلك المدينة من أجل شراء الحلويات والتبغ والتي يمكن أن يحصلوا عليها من محلات بيع التجزئة في قريتهم. يتأثر مدى السوق المسافة التي يقطعها المستهلكون بعوامل منها الوقت والكل لذلك ينتج عن اختلاف المسافة التي يقطعها المستهلكون للحصول على الخدمات والسلع اسماء بهرمية Hierarchy الأماكن المركزية نظرا لاختلافها في عدد السكان وفي عدد ونون الخدمات التي تقدمها.

ويلخص الشكل رقم (١-٤) العلاقة بين ثلاث مستويات من الخدمات وهي المواد الغذائية، بيع الأثاث، بيع الفرو) والحد السكاني والنطاق المكاني لتسويقها، وبين المنحنى البياني الذي وضعه لوش انظر الشكل (٤٦) منطقة السوق الدائرية لبائع وأن كمية المبيعات تتضاءل كلما زادت المسافة عن السوق، حيث ينطبق هذا التحليل وضعه لوش على تسويق أية خدمة. التنافس المكاني بين مراكز تقديم الخدمات تتطور هرمية الأماكن المركزية في ظل ظروف وأوضاع معقدة ليس من السهل ضبطها والتحكم فيها، ولكن رغم ذلك فإنه يمكن الاقتراب منها بقوة . وقد اعتمد كريستائر على منهج التحليل العاملي Analysis Factor حيث اقترن ثبات كل العوامل وتغيير عامل واحد فقط لقياس تأثير التنافس المكاني بين مراكز نقل الخدمات. وغالبا ما تتطور هرمية الأماكن المركزية على عدة مراحل متتابعة، كما وضحكريستالر من خلال الإقليم الافتراضي موضحة في كما يلي: يبدأ ظهور مركز خدمات متواضع في الإقليم من خلال قيام أحد المزارعين با محزن أو محل بقاله صغيرة لبيع البضائع، و افترض أن أحد المزارعين يبيع البقان بالتجزئة وبالتالي تكون منطقة التسويق للبيرة أو لمحل البقاله صغيرة لا تتجار حدود الدائرة في الشكل (A) ، حيث يسافر بعض السكان من أطراف الدائرة الله مركزها للحصول على الخدمات والسلع المتوفرة .إذا كان يبيع البيرة بالتجزئة أو يبيع البقالة مريحا ، فإن مزارعين آخرين سيطورون مناطق سوقهم) الدائرة الخاصة بكل واحد منهم، كما يتضح من وفي هذه المرحلة لا تغطي الأسواق كل أماكن الإقليم. يؤدي تطور وتحسين النقل والمواصلات بمختلف أنواعها في الإقليم إلى تمكين السكان من الانتقال إلى مسافات أطول، ومع تحسن طرق الإنتاج فإن المنتجين يمكن أن يخفضوا أسعار السلع، وعليه فإن مناطق السوق ستتوسع، وإن نصف القطر كما في الشكل (C) سيغطي معظم الفسحة الطبيعية، ولكن على الرغم تلامس السوق الدائرة الخاصة بكل واحد منهم إلا أن قسم من المستهلكين زالوا مستبعدين.