

بالتوجه نحو الأقاليم الفقيرة توفير فرص عمل جديدة ورفع مستويات الدخل والنشاط، ما يمثل منفعة اقتصادية. أما المنافع الاجتماعية فتتمثل بتقليل معدلات الهجرة وخفض معدلات البطالة وتحسين الحياة الاجتماعية، فضلاً عن التطور المتوقع في مجالات التدريب والتأهيل وفي السكن والتحضر وفي نمط الحياة العامة⁽¹⁾.

وبالرغم من الجوانب الإيجابية لهذه الاستراتيجية إلا أن هنالك بعض المخاطر عليها من بينها تدني الكفاءة الإنتاجية للعاملين في المناطق الفقيرة التي تتصف بقلة مهارتها قياساً بالعاملين في الأقاليم المتطورة، ومنها أيضاً تحديد المواقع الصناعية، مما يسبب خللاً في العائد الاقتصادي لعملية التنمية، كما أن رأس المال المستثمر غالباً ما يأتي من خارج المنطقة، وقد تعود عوائد الاستثمار ثانية خارج الإقليم فيكون تأثير التنمية محدوداً داخله.

ثانياً: استراتيجية التنمية الإقليمية غير المتوازنة

تتجه استراتيجية التنمية الإقليمية غير المتوازنة إلى تركيز الاستثمارات في مناطق محددة بدلاً من توزيعها مكانياً على مناطق واسعة. ولهذا الغرض تختار مراكز نمو إما أن تكون طبيعية أي موجودة وقائمة فعلاً أو أن يتم إنشاؤها لهذا الغرض فتعد نقاط نمو اصطناعية بتوفير مستلزمات النمو فيها من بنى ارتكازية وخدمات تتطلبها عملية التنمية المنشودة. تهتدي هذه الاستراتيجية بنظرية أقطاب النمو Growth Pole Theory التي جاء بها الفرنسي Peroux عام 1950، والذي اعتقد بأن النمو لا يمكن أن يظهر في كل مكان بمنطقة معينة وبوقت واحد، بل يظهر في نقاط أو أقطاب تنمية وبكثافات مختلفة وتباين في انتشارها وتأثيراتها على الحالة الاقتصادية في المنطقة أو الإقليم⁽²⁾.

(1). محمد جواد شيع، الصناعة وأثرها في التنمية الإقليمية في محافظة النجف، رسالة، ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الآداب-جامعة الكوفة، 2007، غير منشورة، ص 18.

(2). جون كلاسون، مصدر سابق، ص ص 20-21.

ويمكن في ضوء هذه الاستراتيجية تحديد ثلاثة جوانب تنموية أساسية لها
مضامين اقتصادية من جهة وبعيد جغرافياً مكاني من جهة أخرى⁽¹⁾ وهي:

أولاً: الأثر القيادي للصناعة على اقتصاد الإقليم بتأثير رؤوس الأموال
الكبيرة التي تستثمر في الصناعة وبما تحدثه من خلق فرص عمل
واسعة وطلب على مدخلات الصناعة واقتصادية أخرى.

ثانياً: أثر الصناعة في استقطاب الكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى
سواء من داخل الإقليم أو خارجه.

ثالثاً: أثر الصناعة الكبير في نشر تأثيراتها الاجتماعية والخدمية على
مستوى أجزاء منطقة تأثيرها والمناطق الأخرى المحيطة بمكان توقيعتها.

وبهذا فإن عملية التنمية تتحقق بفعل الاستقطاب Polarization من جهة
وقوى الانتشار Devison من جهة أخرى التي تحدثها الصناعة في محيطها. فهي
أي الصناعة تجتذب رؤوس أموال وقوى عمل وعوامل إنتاج أخرى وتكتلها في
مراكز النمو، وينتج عن تفاعلها وفورات اقتصادية تبدأ بالانتشار بعد مدة
ويشكل تدريجياً على المحيط المجاور وتتمثل بثمار التنمية الاقتصادية أولاً ثم
الاجتماعية والحضارية. إلا أن نشر هذه الثمار على المناطق المجاورة يعتمد على
عدد أقطاب أو مراكز النمو ووجود المناخ الصناعي الملائم وحجم الموارد المتاحة
والمستثمرة⁽²⁾.

وتعتمد فاعلية قطب النمو أو مركزه في التأثير إيجابياً وتحفيز التنمية
الإقليمية على الاختيار الصحيح لعامل الموقع وثم الفرع الصناعي المناسب الذي

(1). د. سعدي محمد صالح، مصدر سابق، ص 185.

(2). عابد جسام طعمة الجنابي، تخطيط المناطق الصناعية في المحافظات كوسيلة لتنظيم

استعمالات الأرض، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى مركز التخطيط الحضري والإقليمي -

جامعة بغداد، 1999، غير منشورة، ص 55.

وبالنتيجة على خصائص الإقليم وهيكله من وجهة نظر شمولية، وليس على حاضره، بل ومستقبله أيضاً.

2.7. الصناعة والتخطيط

1.2.7 مفهوم التخطيط Planning Concept

لا يوجد تعريف محدد وجامع للتخطيط Planning، لنتاوله من قبل أشخاص مختلفين ذوي اتجاهات واختصاصات وبأزمان مختلفة، ففي حين أن للكلمة معنى قاموسي هو رسم خطة أو خطط، أو وضع منهاج⁽¹⁾ فقد عرفه آخرون ومنهم Benton بأنه تحضير وإعداد ذهني للنشاط من أجل العمل⁽²⁾، فيما عرفه مضر بأنه تفكير مبرمج مسبق للقيام بفعل أو حدث في المستقبل⁽³⁾، إلا أن هذا التفكير يأخذ بعداً اقتصادياً عندما يتجه نحو حل مشكلات اقتصادية، وعندها قد يعرف بأنه حزمة من النشاطات المتتابعة التي يتم رسمها وتنفيذها لحل تلك المشكلات مثلما يرى هوتس وآخرون⁽⁴⁾. وقد يختلف مضمون هذا التعريف عندما يتعلق الأمر بمشكلات أخرى اجتماعية أو سكانية مثلاً.

مما سبق ومن تعاريف أخرى يمكن أن نجمل مضامين التخطيط بالآتي:-

أولاً: إنه ينطلق من ماضٍ وحاضر يتصفان بمشاكل بجانب أو آخر تواجه المجتمع، وهناك إدراك لهذه المشاكل ورغبة في تجاوزها.

ثانياً: إن التخطيط ينطلق نحو المستقبل بتصور خيالي وابتكاري، أي أنه

(1). حسن سعيد الكرمي، المنار، A.J. Longman Group، بيروت، 1981، ص ص 499.

(2). عثمان محمد غنيم، التخطيط، أسس ومبادئ عامة، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الرابعة، عمان، 2008، ص 28.

(3). مضر خليل العمر، ما هو التخطيط، مجلة كلية الآداب، جامعة البصرة، العدد 16،

1980، ص ص 147-155، أنظر محمد أزهر السماك، مصدر سابق، ص 173.

(4). عثمان محمد غنيم، مصدر سابق، ص 30.

يخلق ويبني حالة خيالية مستقبلية قبل وضعها موضع التطبيق.

ثالثاً: إن هذا الخلق جهد إنساني فردي وجماعي وهو منظم وموجه.

رابعاً: إنه عقلاني وواقعي يأخذ بالحسبان الإمكانيات المتاحة، وقابل للتطبيق خلال مدة زمنية معينة.

وبهذا فإن بالإمكان تعريف التخطيط بكونه: جهد مبرمج عقلاني يرسم صورة مبتكرة للمستقبل محدداً بأبعاد زمانية ومكانية للتطبيق. ومن الممكن أن يكون جزئياً لقطاع دون غيره، وقد يكون تخطيطاً شاملاً تعدّه أجهزة الدولة لتتناول فيه أحوال المجتمع برمتها.

إن تضمين التخطيط بعداً مكانياً يوفر له قدراً أوفر من النجاح ويوفر للجغرافيين في ذات الوقت مدخلاً للإسهام في صنع المستقبل بدلاً من الاكتفاء برسم صورة الحاضر أو حتى نقدها وتحليلها، فوضع البدائل ربما يكون أكثر أهمية من بيان جوانب الخلل.

ومن جهة أخرى، فإن العلاقة بين الجغرافيا والتخطيط تلتقي في فلسفة كل منهما، فبينما تقوم الجغرافيا على فلسفة مفادها: ماذا؟ وأين؟ ولماذا؟ وتؤكد على العلاقات المكانية بين الظواهر قيد البحث، فإن فلسفة التخطيط قامت على ذات الأسس: مثل ماذا نريد أن نغير؟ ولماذا؟ وأين؟ ومتى؟ وكيف؟⁽¹⁾، فالمكان والناس والعمل والتكامل بينها مادة مشتركة للبحث والاستقصاء بين الجغرافيا والتخطيط⁽²⁾. وإذا كانت الدراسات الجغرافية تهتم سابقاً بالواقع المائل على الأرض فإن الأجيال اللاحقة من الجغرافيين بدأت تدرك أن بإمكانها العمل مع الآخرين لرسم صورة المستقبل.

(1). عثمان محمد غنيم، مصدر سابق، ص 38.

(2). محمد الفتحي بكبير محمد، التخطيط الإقليمي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،

2009، ص 22.