

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Γιώργος Μελισουργός

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ / ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ

ΠΜΣ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ Β / ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

ΤΟΠΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΚΙΝΗΜΑΤΑ

διδ. Κ. ΣΑΠΟΥΝΤΖΑΚΗ - Κ. ΧΑΤΖΗΜΙΧΑΛΗΣ

9 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2020



ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Γιώργος Μελισσουργός

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ / ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ

ΠΜΣ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ Β / ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

ΤΟΠΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΚΙΝΗΜΑΤΑ

διδ. Κ. ΣΑΠΟΥΝΤΖΑΚΗ - Κ. ΧΑΤΖΗΜΙΧΑΛΗΣ

9 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2020



Σε αυτή τη διάλεξη θα δούμε
τα κύρια χαρακτηριστικά
που διέπουν τη σχέση
τουρισμός – τοπική ανάπτυξη

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Γιώργος Μελισσουργός

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ / ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ

ΠΜΣ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ Β / ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

ΤΟΠΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΚΙΝΗΜΑΤΑ

διδ. Κ. ΣΑΠΟΥΝΤΖΑΚΗ - Κ. ΧΑΤΖΗΜΙΧΑΛΗΣ

9 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2020

Γνωρίζουμε τι είναι η ανάπτυξη (...)

...αλλά τι είναι ο τουρισμός;





© 2007 <http://philip.greenspun.com/copyright/>



Τι είναι ο τουρισμός;

Ναι, υπάρχουν διάφορες μορφές, σε διάφορες χωρικές κλίμακες.

Όμως χρειάζεται η «μεγάλη εικόνα» για να δούμε τη σχέση τουρισμός – ανάπτυξη.

Μοιάζει με άλλους «μεγάλους οικονομικούς κλάδους»;

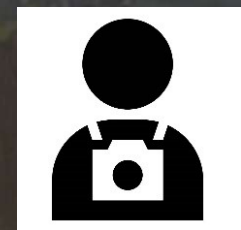
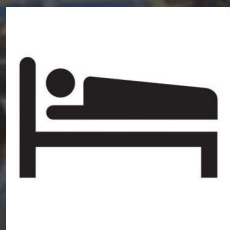


Τι είναι ο τουρισμός;

Ορισμός ΠΟΤ (UNWTO, 1994):

... το σύνολο των δραστηριοτήτων ενός ανθρώπου “... που ταξιδεύει και διαμένει σε μέρη εκτός του συνήθους περιβάλλοντός του για χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός έτους, όπου ο πρωταρχικός σκοπός του ταξιδιού είναι άλλος από την ανάληψη δραστηριότητας αμειβόμενης στα επισκέψιμα μέρη”.

...εντάξει με τη ζήτηση, από την άποψη της προσφοράς τι γίνεται;



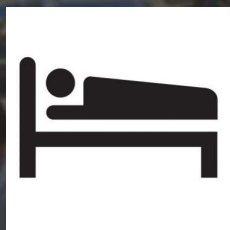
“Η προσφορά του τουρισμού είναι ένα πολύπλοκο φαινόμενο εξαιτίας τόσο της φύσης του προϊόντος όσο και της διαδικασίας παροχής του.

Κατ’ αρχήν δεν μπορεί να αποθηκευτεί· δεν μπορεί να εξεταστεί πριν από την αγορά του·

είναι αναγκαίο να ταξιδέψει κανείς ώστε να το καταναλώσει·

εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την κινητοποίηση φυσικών και ανθρωπογενών πόρων·

και απαιτείται ένας αριθμός από συστατικά μέρη που μπορεί να αποκτηθούν ξεχωριστά ή από κοινού και τα οποία καταναλώνονται διαδοχικά.



Πρόκειται για ένα σύνθετο προϊόν που περιλαμβάνει μεταφορά, στέγαση, σίτιση, φυσικούς πόρους, διασκέδαση και άλλες εξυπηρετήσεις και υπηρεσίες όπως καταστήματα και τράπεζες, ταξιδιωτικά γραφεία και tour operator.

Πολλές επιχειρήσεις εξυπηρετούν επίσης άλλους κλάδους και τμήματα κατανάλωσης, εγείροντας έτσι το ερώτημα του κατά πόσο οι παραγωγοί μπορεί να θεωρούνται κυρίως ως παραγωγοί τουρισμού”.

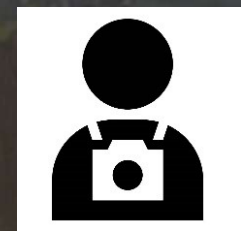
(Sinclair και Stabler, 1997: 58)



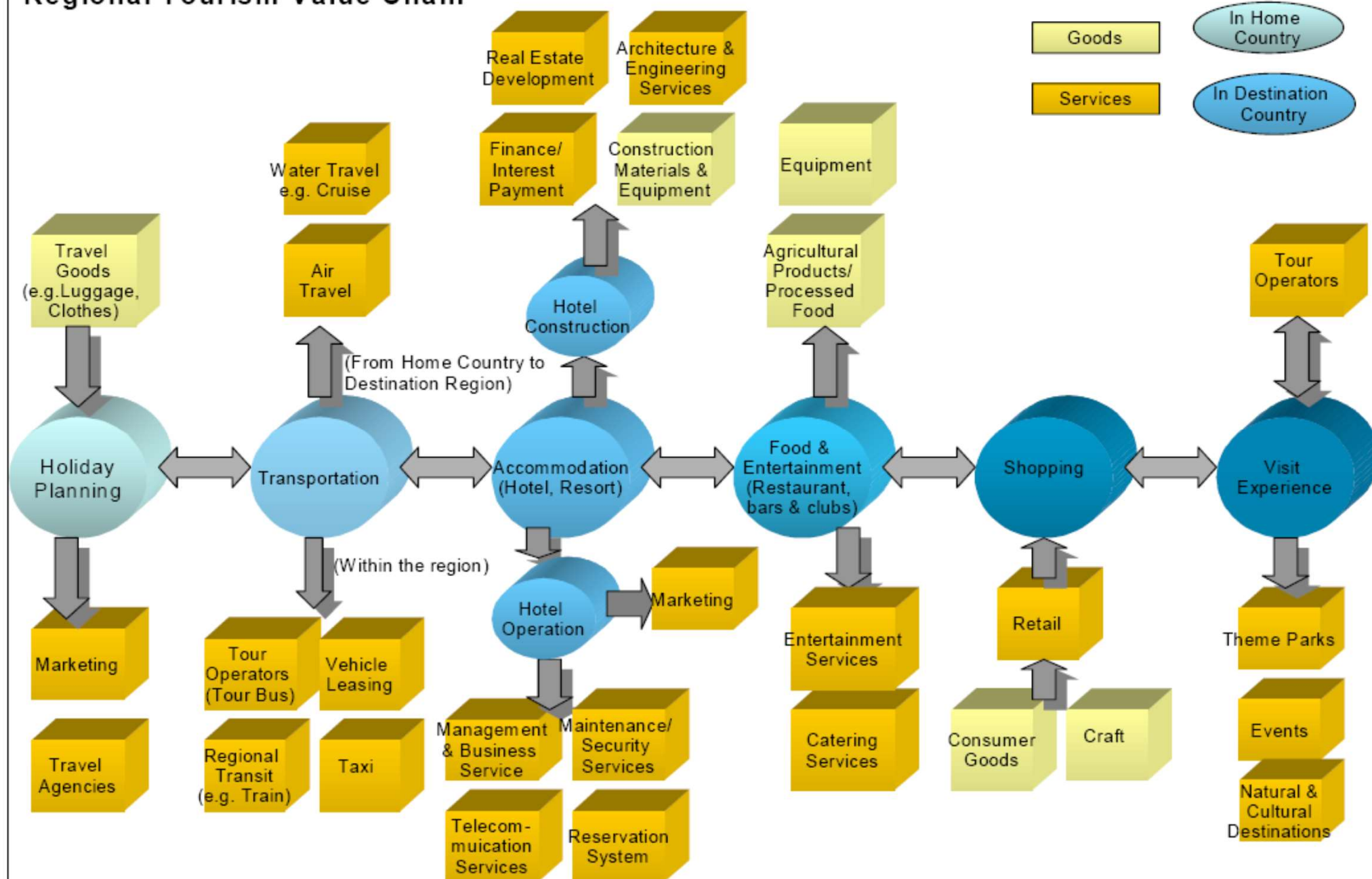
“Το να υποστηρίζει κανείς πως μία επιχείρηση είναι **τουριστική επιχείρηση** ή επιχείρηση του τουριστικού κλάδου απλά και μόνο επειδή έχει πελάτες που μπορεί να προσδιοριστούν ως **τουρίστες** είναι ανάλογο

με το να ξεχωρίζει κανείς τους **κοκκινομάλληδες** ανάμεσα στους πελάτες του χασάπη, του φούρναρη και του κατασκευαστή κηροπηγίων και να συμπεραίνει την ύπαρξη ενός ‘**κλάδου των κοκκινομάλληδων**’”.

Leiper (1990: 602)



Regional Tourism Value Chain

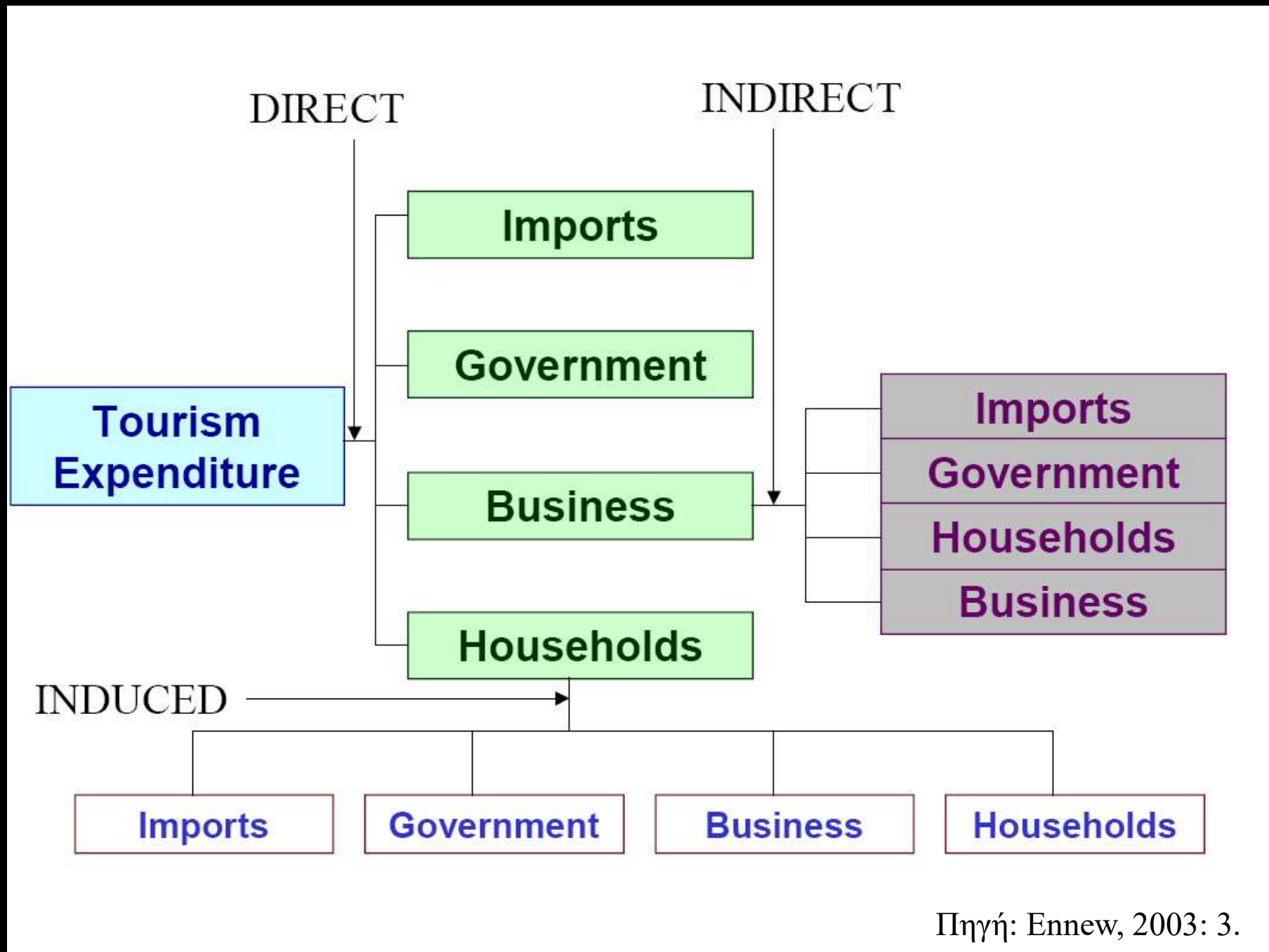


ΠΙΝΑΚΑΣ 8.13

Κόστος ενός κλασικού πακέτου διακοπών στη Μεσόγειο από τη Μ. Βρετανία

<i>Είδος</i>	<i>% επί της συνολικής τιμής</i>
Αεροπορικές μεταφορές	40
Κατάλυμα/Διατροφή	35
Υπηρεσίες – μεταφορές	3
Κόστος του γραφείου και της προώθησης του πακέτου	9
Προμήθεια του ταξιδιωτικού πρακτορείου	10
Κέρδος	3
Σύνολο	100

οικονομικές επιπτώσεις: άμεσες, έμμεσες και παρακινηθείσες



Οι διαρροές (leakages):

παράγοντες μείωσης του πολλαπλασιαστικού αποτελέσματος

εσωτερικές

εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών, σημαίνουν τον περιορισμό των διασυνδέσεων «προς τα πίσω»

[10-20% των ακαθάριστων τουριστικών εσόδων για τις ανεπτυγμένες χώρες και 40-50% για τις μικρού μεγέθους λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες]

εξωτερικές

το ποσοστό της συνολικής προστιθέμενης αξίας που δεν καταλήγει στον προορισμό εξαιτίας των διαύλων εμπορευματοποίησης (η αξία που παρακρατείται από τους ενδιάμεσους)

[μέχρι και 75% της συνολικής αξίας στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες]

μη εμφανείς

επιδείνωση ή καταστροφή των πόρων, εκφράζουν το μακροπρόθεσμο κόστος ευκαιρίας της τουριστικής ανάπτυξης

το οικονομικό αποτέλεσμα του τουρισμού εξαρτάται από:

- τύπος οργάνωσης ταξιδιού
- μορφή τουρισμού
 - κίνητρο ταξιδιού
 - μεταφορικό μέσο
 - είδος καταλύματος
 - διάρκεια παραμονής
 - εύρος δραστηριοτήτων στον προορισμό
- κατά κεφαλή τουριστική αγοραστική δύναμη
- εθνικότητα τουριστών / χώρα προέλευσης
- κοινωνικο-οικονομική κατηγορία τουριστών

οι γεωγραφίες του τουρισμού: κρίσιμοι παράγοντες

- ιδιαίτερα ετερογενής «κλάδος» (προϊόν, αλυσίδες παραγωγής, ...)
- τουριστικοί πόροι (φυσικοί και κατασκευασμένοι)
- άρθρωση των δικτύων παραγωγής τουρισμού
- σημασία του μαζικού εισερχόμενου τουρισμού
- υψηλή χωρική / εποχική διαφοροποίηση, πόλωση
- εξελικτική διαφοροποίηση
- καθαρές οικονομίες συγκέντρωσης
- σημασία της ρύθμισης (χωρικός σχεδιασμός, τομεακές πολιτικές, ...). κλίμακα?

τουρισμός και τοπική / περιφερειακή ανάπτυξη: η μελέτη της σχέσης και ορισμένες μεροληψίες

- οι «αρνητικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού»
- που ακουμπά η προστιθέμενη αξία στις αλυσίδες παραγωγής ???
- τουρισμός vs. άλλες δραστηριότητες: ιδιαιτερότητες & ομοιότητες
- τουρισμός και λιγότερο ευνοημένες περιοχές
- το αξιακό σύστημα του υποκειμένου





