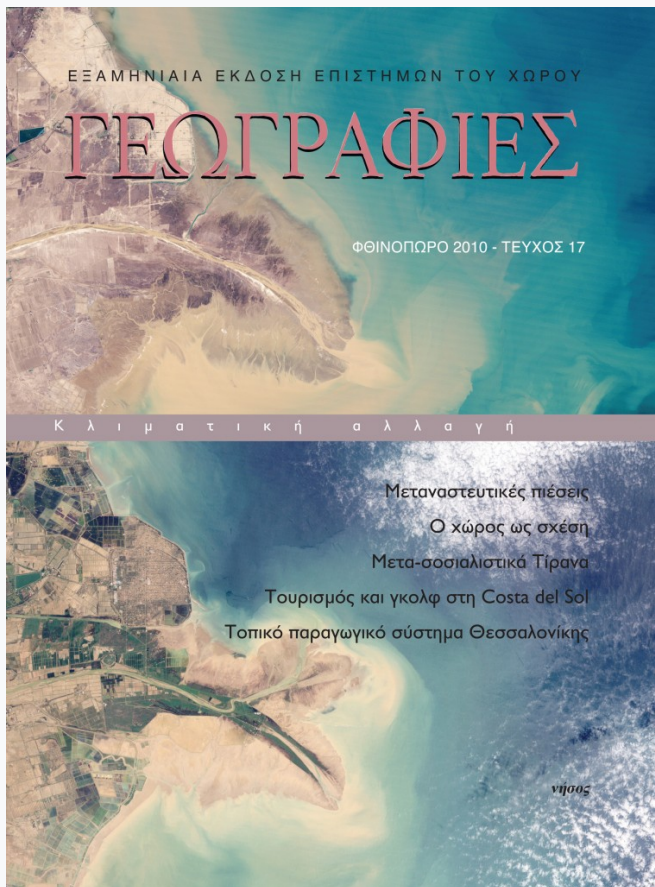


## Γεωγραφίες

Αρ. 17 (2010)

Γεωγραφίες, Τεύχος 17, 2010



### ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΓΕΩΓΡΑΦΙΕΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ COSTA DEL SOL

*Γιώργος Μελισσοουργός*

# ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΓΕΩΓΡΑΦΙΕΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ COSTA DEL SOL

Γιώργος Μελισσοργός<sup>1</sup>

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία διερευνά την ανάπτυξη της Costa del Sol ως τουριστικού προορισμού γκολφ μέσα στο πλαίσιο της αναδιάρθρωσης των τουριστικών προορισμών. Μέσα από στοχευμένη βιβλιογραφική επισκόπηση και έρευνα πεδίου αναδεικνύονται ορισμένοι κρίσιμοι παράγοντες, οι οποίοι συντελούν στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και στην εξειδίκευση της περιοχής στον τουρισμό του γκολφ, και ιδιαίτερα η ανάπτυξη της δεύτερης κατοικίας και του διεθνούς οικιστικού τουρισμού. Συμπεραίνεται ότι η δυναμική του τουρισμού γκολφ από την άποψη της προσφοράς εξαρτάται από τη δυναμική του τομέα της δεύτερης κατοικίας.

## Tourism Restructuring and the Geographies of Tourism Destinations: The Case of Golf in Costa del Sol

**Yorgos Melissourgos**

## ABSTRACT

This paper deals with the development of Costa del Sol as a golf destination within the framework of tourism destination restructuring. Targeted bibliographical review and fieldwork research reveal some critical factors contributing to the tourism product diversification and the specialisation of the area in golf tourism, most importantly the proliferation of second homes and international residential tourism. It is concluded that, from a supply side point of view, the dynamics of golf tourism depend on the dynamics of the second home sector.

## 1. Εισαγωγή

Ο τουρισμός αναγνωρίζεται πλέον ως ένας από τους σημαντικότερους και πιο δυναμικούς οικονομικούς «κλάδους» σε παγκόσμιο επίπεδο. Τα σχετικά μεγέθη είναι εντυπωσιακά: Για το 2008 ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων ανήλθε στα 992 εκ. και τα αντίστοιχα έσοδα σε 642 τρις ευρώ (WTO, 2009). Για την ίδια περίπου περίοδο και σύμφωνα με εκτιμήσεις που λαμβάνουν υπόψη τη διασύνδεση των τουριστικών δραστηριοτήτων με άλλους κλάδους (WTTC, 2010), στον τουρισμό αποδίδεται το 9% του παγκόσμιου ΑΕΠ και το 8% της απασχόλησης. Ωστόσο τα απόλυτα μεγέθη αντανακλούν ένα μόνο μέρος της πραγματικής σημασίας που έχει ο τουρισμός στα σύγχρονα παγκοσμιοποιημένα περιβάλλοντα. Η σημασία αυτή σχετίζεται με την πολυδιάστατη φύση του ίδιου του τουριστικού φαινομένου, καθώς το τελευταίο προσδιορίζεται από μία σειρά οικονομικών, πολιτισμικών και περιβαλλο-

Διδάκτορας Τμήματος Γεωγραφίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, εντεταλμένος διδασκαλίας (ΠΔ 407/1980), Τμήμα Γεωγραφίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, e-mail: yorgos.mel@gmail.com.

1. Ο συγγραφέας ευχαριστεί τους δύο ανώνυμους κριτές, καθώς και τους προνομιακούς πληροφορητές που συνέβαλαν στη διερεύνηση της περίπτωσης της Costa del Sol στα πλαίσια εκπόνησης της διδακτορικής του διατριβής, στην οποία βασίζεται η παρούσα δημοσίευση. Για τον ίδιο λόγο οφείλεται ειδική μνεία στη σημαντική οικονομική υποστήριξη του Προγράμματος ΕΠΕΑΕΚ *Ηράκλειτος* για την ενίσχυση της διδακτορικής έρευνας.

ντικών παραγόντων και από τις αλληλοσυσχετίσεις τους που εκτείνονται σε –και διασυνδέουν– διάφορες χωρικές κλίμακες (Shaw και Williams, 2004). Όμως, παρά την ευρεία γεωγραφική του βάση, ο τουρισμός παρουσιάζεται έντονα διαφοροποιημένος χωρικά. Αυτό εξηγείται από την πολυπλοκότητα της φύσης του τουριστικού προϊόντος, τη συνύπαρξη ποικίλων δομών αγοράς που ορίζουν το πλαίσιο του ανταγωνισμού, την ποικιλία και αλληλεξάρτηση κλάδων και επιχειρήσεων που από κοινού συστήνουν παγκόσμια δίκτυα παραγωγής τουρισμού, από τις στρατηγικές των μεγάλων επιχειρήσεων, τις μεταλλαγές των εθνικών και διεθνικών ρυθμιστικών πλαισίων και από την ιστορικότητα των τουριστικών ροών και των επενδύσεων (Sinclair και Stabler, 1997· Papatheodorou, 2004).

Σε αυτό το πλαίσιο, ορισμένες περιοχές επιδεικνύουν μία σχετική εξειδίκευση σε τουριστικές δραστηριότητες. Μία τέτοια περίπτωση μακρο-περιφέρειας είναι η Μεσόγειος και ειδικά η Νότια Ευρώπη. Σε αυτήν αναλογούν ετησίως το 20% των διεθνών τουριστικών αφίξεων σε παγκόσμιο επίπεδο το 2005 και το 1/3 των αφίξεων σε ευρωπαϊκό επίπεδο (WTO, 2006). Κύρια χαρακτηριστικά του τουρισμού στη Μεσόγειο αποτελούν η εγκαθίδρυση του μαζικού τουρισμού, η μονοκαλλιέργεια του προϊόντος «ήλιος και θάλασσα», η δριμεία εποχικότητα και η έντονη χωρική πόλωση σε διάφορες κλίμακες (Williams, 1997). Τα χαρακτηριστικά αυτά έχουν τροφοδοτήσει μία γόνιμη συζήτηση σχετικά με τον άνισο χαρακτήρα της τουριστικής ανάπτυξης και τον καταμερισμό θετικών και αρνητικών επιπτώσεων. Ωστόσο, παρόλη τη σχετική διαφοροποίηση που παρατηρείται σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, οι ώριμοι προορισμοί της Μεσογείου παρουσιάζουν έντονα σημεία κόπωσης ήδη από τη δεκαετία του 1980, τα οποία οφείλονται κυρίως στον εντεινόμενο ανταγωνισμό σε δια- και ενδο-μακρο-περιφερειακό επίπεδο, στην υποβάθμιση των τουριστικών πόρων και σε σημαντικές μεταβολές από τη μεριά της ζήτησης.

Οι ανησυχητικές αυτές διαπιστώσεις περί της οικονομικής αλλά και γενικότερης βιωσιμότητας της τουριστικής ανάπτυξης οδήγησαν –σε επίπεδο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης και θέσπισης πολιτικών– στην αναζήτηση εναλλακτικών λύσεων. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο κάνει την εμφάνισή του σε διάφορες περιοχές της Μεσογείου ο τουρισμός του γκολφ ως μία ειδική μορφή τουρισμού. Η επίκλησή του –όπως και άλλων θεματικών πεδίων διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος– γίνεται κυρίως εξαιτίας της στόχευσης σε υψηλής εισοδηματικής κατηγορίας καταναλωτές και σε νέα τμήματα της τουριστικής αγοράς, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει επιπλέον διαφοροποιημένη εποχικότητα (Bramwell, 2004). Κατ' αυτό τον τρόπο, το γκολφ εντάσσεται σε μία σειρά στρατηγικών αναδιάρθρωσης του τουρισμού, που με τη σειρά τους αποτελούν αντικείμενο μελέτης των γεωγραφικών θεωρήσεων, οι οποίες αναλύουν την εξέλιξη των τουριστικών προορισμών.

Μέσα στο παραπάνω πλαίσιο η παρούσα εργασία σκοπεύει να αναδείξει ορισμένες κρίσιμες πτυχές της αλληλεπίδρασης διάφορων παραγόντων που διαμορφώνουν τα σύγχρονα τουριστικά τοπία, μελετώντας το θέμα του τουρισμού του γκολφ μέσα από στοχευμένη βιβλιογραφική επισκόπηση και μέσα από την εμπειρική διερεύνηση του πλέον καταξιωμένου τουριστικού προορισμού του είδους σε επίπεδο Μεσογείου, αυτού της ισπανικής Costa del Sol. Το υλικό της εμπειρικής έρευνας και μέρος της συζήτησης αντλείται από τη διδακτορική διατριβή του συγγραφέα (Μελισσουργός, 2008· βλ. και Μελισσουργός, 2010).<sup>2</sup> Η εργασία

2. Καθώς έχουν πλέον παρέλθει δύο χρόνια από την ολοκλήρωση της διατριβής και τέσσερα χρόνια από τη διενέργεια της έρευνας πεδίου στην Ισπανία, θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς ότι τα ευρήματα της έρευνας είναι ξεπερασμένα, είτε γιατί απαιτείται επικαιροποίηση των στοιχείων, είτε διότι το ευρύτερο πλαίσιο έχει δραματικά αλλάξει, κυρίως εξαιτίας της αρνητικής οικονομικής συγκυρίας που πλήττει με σφοδρότητα τις νοτιοευρωπαϊκές χώρες και τον τουρισμό τους. Όμως πιστεύουμε ότι, παρόλη την απουσία τόσο της πρόσφατης μεταβολής των μεγεθών που τίγονται όσο και της διερεύνησης των επιπτώσεων που έχει η αρνητική συγκυρία πάνω στο υπό μελέτη αντικείμενο, τα ευρήματα της έρευνας παραμένουν επίκαιρα και μπορούν να τροφοδοτήσουν μία χρήσιμη συζήτηση σε επίπεδο θεωρίας και πολιτικών. Επιπλέον, τα ερωτήματα και τα συμπεράσματα της μελέτης αποκτούν και μία πρόσθετη σημασία σε εμπειρικό επίπεδο, καθώς είμαστε βέβαιοι ότι η συζήτηση για την ανάπτυξη του τουρισμού και του γκολφ ειδικότερα θα επανέλθει με δριμύτητα στο προσκήνιο όταν αλλάξει ο οικονομικός κύκλος.

διαρθρώνεται ως εξής: Στην αρχή διερευνάται η έννοια της αναδιάρθρωσης του τουρισμού, η οποία στη συνέχεια θα αποτελέσει το πλαίσιο για τη μελέτη της ανάπτυξης του τουρισμού στην Costa del Sol και την καθιέρωση σε αυτήν του γκολφ. Ακολούθως εξετάζονται τα κρίσιμα χαρακτηριστικά του γκολφ στην Costa del Sol, πριν καταλήξουμε σε μία συνοπτική συμπερασματική συζήτηση.

## 2. Η αναδιάρθρωση του τουρισμού

Ανάμεσα στα διάφορα θεωρητικά μοντέλα που έχουν κατά καιρούς προταθεί για την ανάλυση της εξέλιξης των τουριστικών προορισμών (Miossec, 1976· Gormsen, 1981· Oppermann, 1993), αυτό του Κύκλου Ζωής του Τουριστικού Προορισμού του Butler (1980) έχει ασκήσει τη μεγαλύτερη επιρροή. Η θεώρηση αυτή προδιαγράφει την υποθετική εξέλιξη ενός τουριστικού προορισμού μέσα από έξι διαδοχικά στάδια: εξερεύνηση, εμπλοκή, ανάπτυξη, εδραίωση, στασιμότητα, και τέλος ένα στάδιο μετα-στασιμότητας που κυμαίνεται εναλλακτικά ανάμεσα στην πτώση και στην ανανέωση. Κάθε στάδιο προσδιορίζεται σε σχέση με τον αριθμό των τουριστών και το ρυθμό μεταβολής τους, τις τουριστικές υποδομές και το ντόπιο ή μη έλεγχο τους, τα είδη τουριστών, το βαθμό ειδίκευσης της τοπικής οικονομίας στον τουρισμό.

Η θεώρηση του Butler έχει δοκιμαστεί εμπειρικά σε διάφορα πλαίσια, έχοντας δεχθεί σημαντική κριτική ως προς τα εξής κυρίως θέματα: Κατά πόσο είναι επιχειρησιακά εφαρμόσιμη, ποια είναι η χωρική κλίμακα του προορισμού, ποιες παραμέτρους και ποιες μονάδες μέτρησης οφείλει να λάβει υπόψη, αν μπορούν να αναγνωριστούν τα επιμέρους στάδια *ex ante*, εάν στο στάδιο της μετα-στασιμότητας είναι περισσότερο δόκιμη η επιλογή της ειδίκευσης ή της διαφοροποίησης, αν μπορούν μέσω του σχεδιασμού να αποφευχθούν τα στάδια της αρνητικής εξέλιξης, αν ο περιορισμός της μεγέθυνσης του προορισμού μπορεί να μην ταυτίζεται αναγκαστικά με τα στάδια της στασιμότητας και μετα-στασιμότητας, τη σημασία του ανταγωνισμού και των δομών αγοράς (Haywood, 1986· Cooper και Jackson, 1989· Debbage, 1990· Ioannides, 1992· Priestley και Mundet, 1998· Clegg και Essex, 2000· Hovinen, 2002· Agarwal, 2002, 2005· Papatheodorou, 2004).

Οι επιμέρους αυτές συμβολές στη συζήτηση έχουν συνολικά αναδείξει ορισμένα χαρακτηριστικά που ενυπήρχαν με κάποιο τρόπο στην αρχική θεώρηση του Butler, γι' αυτό και ο μεγάλος βαθμός της επιρροής της. Κατ' αρχήν απαιτείται κάποιου είδους γνώση των ιδιαίτερων σε κάθε περίπτωση παραγόντων που προσδιορίζουν την τουριστική ανάπτυξη, και επομένως έχει σημασία η συγκεκριμενοποίηση, μέσω αναλυτικών προσεγγίσεων, των γενικών παραδοχών που κάνει η θεώρηση του Κύκλου Ζωής. Στο πλαίσιο αυτό έχει επίσης σημασία η «χαρτογράφηση» της διαντίδρασης τοπικών/εσωτερικών και παγκόσμιων/εξωτερικών δυνάμεων, καθώς η διαντίδραση αυτή μπορεί σε μεγάλο βαθμό να εξηγήσει τα γεωγραφικά διαφοροποιημένα αναπτυξιακά αποτελέσματα. Στη διαντίδραση αυτή δεν πρέπει να υποτιμάται ο ρόλος των τοπικών δομών και δρώντων υποκειμένων, αλλά ούτε και αυτός του κράτους έναντι των ισχυρών εξωτερικών παραγόντων.

Οι παραπάνω γεωγραφικές προσεγγίσεις επιτελούν και έναν επιπλέον ρόλο: φέρνουν πιο κοντά τη γεωγραφία του τουρισμού στις ερευνητικές ατζέντες που διαμορφώνονται στην ευρύτερη περιοχή της ανθρωπογεωγραφίας. Καθοριστική

για αυτή τη σύγκλιση είναι η έννοια της αναδιάρθρωσης, η οποία έχει χρησιμοποιηθεί για να εξηγήσει τις ριζικές μεταμορφώσεις του κοινωνικοοικονομικού συστήματος από τη δεκαετία του 1970 κι έπειτα στο πλαίσιο της γεωγραφίας της βιομηχανίας και της πολιτικής οικονομίας του χώρου. Η πρώτη ανέλυσε τους κοινωνικούς και γεωγραφικούς μετασχηματισμούς της παραγωγής, δίνοντας βαρύτητα στις δυνάμεις της παγκοσμιοποίησης, στην ευελιξία της οργάνωσης της παραγωγής και της εργασίας και στην περιφερειακή κλίμακα οργάνωσης (βλ. ενδεικτικά Massey, 1995· Piorre και Sabel, 1984· Scott και Storper, 1986· Dicken, 2003). Η δεύτερη εστίασε στην άνιση οικονομική ανάπτυξη και στην αλλαγή του τρόπου ρύθμισης και του καθεστώτος συσσώρευσης (Lipietz, 1987· Harvey, 1989· Soja, 1989· Dunford, 1990). Και στις δύο οικογένειες προσεγγίσεων γίνεται λόγος για τη μετάβαση σε μία νέα δομή και οργάνωση των δυτικών κοινωνιών, αυτό που έχει ονομασθεί –εγείροντας μεγάλη συζήτηση και κριτική– μετα-φορντισμός (Amin, 1997).

Το κατά πόσο υφίσταται μία μετα-φορντιστική τουριστική οικονομία έχει απασχολήσει επίσης και τους γεωγράφους του τουρισμού, οι οποίοι έχουν με διάφορους τρόπους εφαρμόσει την έννοια της αναδιάρθρωσης στη μελέτη του τουρισμού. Στη συζήτηση φαίνεται να γίνεται αποδεκτή η θέση των Ioannides και Debbae ότι η βιομηχανία του τουρισμού πρέπει να θεωρείται ως νεο-φορντιστική «καθώς επιδεικνύει διάφορους βαθμούς ενίσχυσης της ευελιξίας εντός του πλαισίου των προ-φορντιστικών συστατικών και θεσμών της όπως και των κυρίαρχων φορντιστικών χαρακτηριστικών της» (1998: 119), άποψη που συμπορεύεται και με παραδοχές εκτός τουριστικών σπουδών (βλ. στο Amin, 1997). Εξάλλου οι ίδιοι όπως και άλλοι (Buhalis, 1998· Poon, 1993), έχουν εκτεταμένα αναλύσει μία σειρά χαρακτηριστικών αναδιάρθρωσης στους κλάδους του τουρισμού όπως τον μετασχηματισμό των κυκλωμάτων παραγωγής εξαιτίας των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, τον εξωπορισμό δευτερευουσών δραστηριοτήτων, τη συγκεντροποίηση/διαφοροποίηση προϊόντος / υπερ-τμηματοποίηση ταυτότητας (brand super-segmentation) εξαιτίας της όξυνσης του παγκόσμιου ανταγωνισμού, την ευέλικτη οργάνωση της παραγωγής εξατομικευμένων προϊόντων κ.ά.

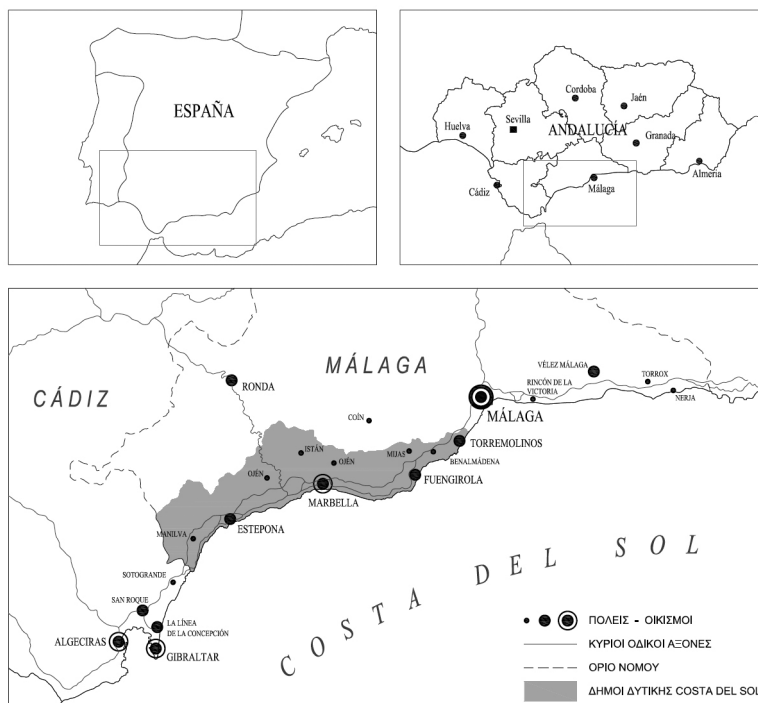
Συγχρόνως άλλοι μελετητές έχουν αναλύσει την αναδιάρθρωση του τουρισμού σε διαφορετικά πλαίσια. Οι Gordon και Goodall (2000) προτείνουν ένα εναλλακτικό θεωρητικό πλαίσιο το οποίο μπορεί να εξηγήσει τη διαφοροποιημένη ανάπτυξη τουριστικών περιοχών με βάση διάφορους τύπους εξωτερικότητας, την ειδίκευση, τη διαφοροποίηση προϊόντος, τις τοπικές αγορές εργασίας, την τοπική διακυβέρνηση και ρύθμιση, και τον ανταγωνισμό εντός του προορισμού και σε σχέση με άλλους. Η Agarwal (2002) προτείνει μία ταξινομήση μορφών και στρατηγικών αναδιάρθρωσης τόσο για τους κλάδους του τουρισμού όσο και για τους προορισμούς. Αποφάνεται ότι τους προορισμούς αφορούν οι μορφές της *αναδιοργάνωσης* και του *μετασχηματισμού προϊόντος* (2002: 37), με την πρώτη να περιλαμβάνει στρατηγικές επένδυσης/τεχνικής αλλαγής, συγκεντροποίησης και εξειδίκευση προϊόντος, ενώ η μορφή του μετασχηματισμού προϊόντος περιλαμβάνει στρατηγικές όπως ενίσχυση ποιότητας υπηρεσιών, ενίσχυση ποιότητας περιβάλλοντος, αναδιαμόρφωση εικόνας, διαφοροποίηση, συνεργασιμότητα και προσαρμογή. Τονίζεται αφενός ότι οι μορφές της αναδιάρθρωσης και οι στρατηγικές διαφοροποιούνται σε επίπεδο κλάδου και προορισμού και αφετέρου ότι κάθε κλάδος ή κοινωνική ομάδα μπορεί να αντιδρά διαφορετικά απέναντι στη μετα-στασιμότητα

τητα (2002: 38). Οι παραπάνω στρατηγικές αποτελούν το πλαίσιο, μέσα στο οποίο θα εξετασθεί η ανάπτυξη του γκολφ στη Μεσόγειο και ειδικά στην Costa del Sol.

### 3. Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Costa del Sol

Η «Ακτή του Ήλιου» αποτελεί έναν από τους πρωτοπόρους τουριστικούς προορισμούς στη Μεσόγειο. Πρόκειται για την παράκτια ζώνη του Νομού της Málaga στον ανδαλουσιανό νότο, η οποία περιλαμβάνει τα γειτονικά παράλια του Cádiz, εκτεινόμενη έτσι από το Gibraltar στα δυτικά μέχρι τη Nerja στα ανατολικά (βλ. Σχήμα 1). Το περισσότερο αναπτυγμένο τουριστικά τμήμα της περιοχής είναι αυτό της δυτικής Costa del Sol, ανάμεσα στην πόλη της Málaga και τη Manilva, δυτικά από το φημισμένο θέρετρο της Marbella. Στα ξενοδοχεία αυτής της περιοχής κατέλυσαν 3,5 εκ. τουρίστες το 2005, αριθμός που αντιστοιχεί στο ¼ των ροών σε επίπεδο περιφέρειας. Στην τελευταία ο τουρισμός αντιπροσωπεύει άμεσα και έμμεσα το 12,1% του ακαθάριστου προϊόντος, το 11,2% της απασχόλησης και το 75,6% των εξαγωγών (Exceltur, 2006).

Ενώ ο τουρισμός έχει μία μακρά εξελικτική πορεία στην Costa del Sol από το δεύτερο μισό του 19ου αιώνα, η εδραίωσή του στην περιοχή ξεκινά με εντυπωσιακούς ρυθμούς από τη δεκαετία του 1960. Σε αυτό συνέδραμαν η προτεραιότητα που έδωσε στην τουριστική ανάπτυξη το Φρανκικό καθεστώς (κατασκευή βασικών υποδομών, επιχορηγήσεις κατασκευής ξενοδοχείων), η κατάρρευση της ευρύτερης περιφερειακής αγροτικής οικονομίας και η συντελούμενη τότε ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού στις χώρες προέλευσης (Hadjmichalis, 1987· Barke και France, 1996· Williams, 1996· Navarro, 2003). Η περιοχή αναπτύχθηκε γρήγορα με βάση το τυποποιημένο, φθηνό πακέτο διακοπών του ήλιου και της θάλασσας.



**Σχήμα 1**

Χάρτης της Costa del Sol  
(πηγή: Nuevo Atlas de España, ανασχεδιασμός του συγγραφέα)

Όμως, παράλληλα με τις υπηρεσίες τουρισμού, αναπτύχθηκε και μία άλλη τουριστική –με την ευρύτερη έννοια του όρου– αγορά, αυτή της δεύτερης κατοικίας. Σημασία έχει ότι η ζήτηση για το λεγόμενο οικιστικό τουρισμό δεν ήταν μόνο εγχώρια αλλά και διεθνής ήδη από τη δεκαετία του 1960 και προερχόταν, όπως και οι σημαντικότερες τουριστικές ροές, από το Ηνωμένο Βασίλειο (Barke και France, 1996). Η ίδια αυτή τάση ειδίκευσης της περιοχής στον διεθνή οικιστικό τουρισμό (Leontidou και Marmaras, 2001) θα συνεχιστεί και θα εντατικοποιηθεί κατά τη δεκαετία του 1980, με αποτέλεσμα σήμερα την υψηλή συγκέντρωση αλλοδαπού πληθυσμού, η πλειοψηφία του οποίου προέρχεται από ευρωπαϊκές χώρες.

Η εικόνα της χωρικής κατανομής και της υψηλής πληθυσμιακής συγκέντρωσης αλλοδαπών σχηματίζεται από δύο πηγές. Η πρώτη είναι μία δειγματοληπτική έρευνα για τον οικιστικό τουρισμό (Raya, 2001). Η εγχώρια ζήτηση στο σύνολο των ακτών της Ανδαλουσίας αποτελεί το 60% της συνολικής ζήτησης και εξηγείται από την ισπανική κουλτούρα της δεύτερης κατοικίας και το υψηλό ποσοστό ιδιοκατοίκησης στο σύνολο της χώρας (Díaz και Loures, 2006). Όμως από το σύνολο των ιδιοκτητών δεύτερης κατοικίας στην Costa del Sol μόλις το 16% είναι Ισπανοί, ενώ αντίθετα το 40% είναι Άγγλοι και το 32% Γάλλοι.

Η δεύτερη πηγή είναι η απογραφή του 2001, παρόλο που τα πραγματικά μεγέθη υποεκτιμούνται σε μεγάλο βαθμό. Στη δυτική Costa del Sol κατοικούν 40 χιλιάδες Ευρωπαίοι, οι οποίοι αποτελούν στο 46% του συνολικού ευρωπαϊκού πληθυσμού στην Ανδαλουσία και αντίστοιχα το 72% σε επίπεδο νομού. Οι Βρετανοί αποτελούν τους 4 στους 10 Ευρωπαίους σε επίπεδο νομού, ενώ ποσοστό 59% από αυτούς έχουν ηλικία μεγαλύτερη των 50 ετών. Έτσι η Costa del Sol αποτελεί έναν από τους κυριότερους προορισμούς για τη μετανάστευση κατά τη συνταξιοδότηση των βορειοευρωπαίων προς τη Μεσόγειο. Κυριότερους παράγοντες έλξης αποτελούν το κλίμα, οι χαλαροί ρυθμοί ζωής και το συγκριτικά χαμηλό κόστος διαβίωσης, ενώ σημασία έχουν επίσης η προγενέστερη της μόνιμης μετεγκατάστασης ιδιοκτησία δεύτερης κατοικίας, η πρότερη γνώση του προορισμού μέσω του τουρισμού, και η ανάπτυξη κοινωνικών υποδομών (Rodríguez κ.ά., 1998· Williams κ.ά., 2000· King κ.ά., 2000· O'Reilly, 2000).

Τα παραπάνω δεδομένα εξηγούν κατά ένα μέρος τη διάρθρωση της προσφοράς. Στη δυτική Costa del Sol η αναλογία ανάμεσα σε ιδιωτικές τουριστικές κλίνες (σε δεύτερες και κενές κατοικίες) και σε συλλογικές κλίνες (ξενοδοχεία κ.ά.) είναι 6,5:1, ενώ σε επίπεδο νομού, όπου η συγκέντρωση ξενοδοχειακών μονάδων είναι χαμηλότερη, η αναλογία αυτή είναι 10:1 (Prats και Fuentes, 2004). Οι λόγοι πίσω από αυτή την ανάδυση του τουριστικού real estate από την άποψη της προσφοράς είναι οι ευνοϊκές μακροοικονομικές συνθήκες και η διαρκής εισροή επενδύσεων από άλλες ισπανικές περιφέρειες και από το εξωτερικό (η τελευταία ανέρχεται στο 25% των συνολικών επενδύσεων στην ανάπτυξη και διαχείριση ακινήτων στα τέλη της δεκαετίας του 1970) (Navarro, 2003: 36). Σημαντικό ρόλο έπαιξε επίσης η διαθεσιμότητα γης, στο πλαίσιο της στρατηγικής που ακολούθησαν από τη δεκαετία του 1980 οι τοπικές δημοτικές αρχές για μεγιστοποίηση της απόδοσης γης προς οικιστική χρήση με σκοπό τη συγκέντρωση εσόδων (Priestley, 1995α). Αυτή η στρατηγική, αρχικά σε συνδυασμό με την απουσία προγραμματισμού και πολεοδομικού σχεδιασμού και κατόπιν με τη διαρκή αναθεώρηση των σχεδίων, οδήγησε σε μία μη ελέγξιμη οικιστική ανάπτυξη χαμηλής ποι-

ότητας και υψηλών πυκνοτήτων σε πολλές περιοχές, η οποία υποβάθμισε τους τουριστικούς πόρους. Στο σύνολο των ακτών της Ανδαλουσίας, το 26% της ζώνης που εκτείνεται σε πλάτος 1 χμ. από την ακτή έχει ήδη αποδοθεί στη δόμηση, ενώ σε ορισμένες περιοχές το ποσοστό αυτό είναι σημαντικά υψηλότερο, προσεγγίζοντας το 74% στο Torremolinos και το 62% στο Mijas (Greenpeace, 2006: 28).

Ωστόσο οι αρνητικές εξελίξεις στον προορισμό δεν κάνουν πρόσφατα την εμφάνισή τους. Ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του 1970 η περιοχή θεωρείται ότι έχει εισέλθει στο στάδιο της στασιμότητας (Marchena, 1987). Την προσωρινή σημαντική μείωση των αφίξεων επηρέασε –όπως άλλωστε σε ολόκληρη την Ισπανία και στο σύνολο της Νότιας Ευρώπης– η οικονομική κρίση.<sup>3</sup> Από τότε, και ιδίως από τις αρχές της επόμενης δεκαετίας (1980), ο προορισμός θεωρείται ότι εισέρχεται σε μία τροχιά αναδιοργάνωσης, τα κύρια χαρακτηριστικά της οποίας θα συνεχιστούν και στη δεκαετία του 1990 (Priestley και Carles, 2007). Ο Navarro (2003: 42-62) αναγνωρίζει συγκεκριμένες στρατηγικές αναδιάρθρωσης, ανάμεσα στις οποίες τη μεγέθυνση της προσφοράς ιδιωτικού καταλύματος και την εισαγωγή νέων προϊόντων (γκολφ, μαρίνες, θαλάσσια πάρκα, κέντρα υγείας, συνεδριακός τουρισμός κ.ά.).<sup>4</sup> Παρατηρείται επίσης –σε αυτή την περίοδο της δεκαετίας του 1980– η χωρική εξάπλωση στις περιοχές δυτικά της Marbella της δεύτερης κατοικίας, ενώ συγχρόνως τα μεγάλα συγκροτήματα κατοικιών που κατασκευάζονται με το σύστημα της ιδιωτικής πολεοδόμησης –οι λεγόμενες *αστικοποιήσεις* (urbanizaciones)– πλέον διαφοροποιούνται σε σχέση με τα αντίστοιχα τυποποιημένα και πολυόροφα, χαμηλής ποιότητας έργα της προηγούμενης δεκαετίας (Tyrakowski, 1986), καθώς δίνεται έμφαση στις περιβαλλοντικές παραμέτρους, στις χαμηλές πυκνότητες και στην υψηλή ποιότητα κατασκευής.

#### 4. Ο μετασχηματισμός της Costa del Sol σε Costa del Golf

Μέσα στο παραπάνω πλαίσιο κάνουν την εμφάνισή τους τα γήπεδα γκολφ στην περιοχή. Στα μέσα της δεκαετίας του 1970 υπάρχουν μόλις 8 γήπεδα στην Costa del Sol, ενώ στα επόμενα δέκα χρόνια προστίθενται ακόμα έξι. Ο ρυθμός μεγέθυνσης των εγκαταστάσεων θα αλλάξει ριζικά στα τέλη της δεκαετίας του 1980. Το 1996 καταμετρώνται 34 γήπεδα, ενώ το 2006 ο συνολικός αριθμός γηπέδων είναι 54. Πρόκειται περίπου για το 65% της δυναμικότητας στο σύνολο της περιφέρειας, η οποία με τη σειρά της έχει στο έδαφός της το 1 στα 4 γήπεδα σε εθνικό επίπεδο (Ramón Dávila και GDT, 2005). Από την κατανομή αυτή καταλαβαίνουμε ότι η περιοχή παρουσιάζει μία σημαντική χωρική συγκέντρωση γηπέδων γκολφ, από την οποία προκύπτει και ο χαρακτηρισμός της ως Costa del Golf. Παρόμοιες συγκεντρώσεις υπάρχουν και σε άλλες παράκτιες περιοχές της Ισπανίας, όπως στην Costa Blanca και στη Costa Brava, στα Κανάρια και τις Βαλεαρίδες, καμία όμως δεν πλησιάζει σε μέγεθος αυτή της Ακτής του Ήλιου. Καθώς η ζήτηση σε αυτά τα γήπεδα προέρχεται κατά 75% από αλλοδαπούς παίκτες, προκύπτει ότι πρόκειται κυρίως για τουρισμό του γκολφ (FAG, 2006· Ramón Dávila και GDT, 2005).

Από τη μεριά της ζήτησης ο τουρισμός του γκολφ ανταποκρίνεται στο πρόσφατα αναδυόμενο προφίλ του τουρίστα με ειδικά ενδιαφέροντα, ο οποίος διαφοροποιεί τα καταναλωτικά του πρότυπα, τον προορισμό και την εποχή του τα-

3. Έχει ιδιαίτερη σημασία το γεγονός ότι η οικονομική κρίση –τότε όπως και τώρα– συντελεί στην ανάπτυξη της συζήτησης σχετικά με κρίσιμες παρεμβάσεις στις αναπτυξιακές τροχιές των ώριμων προορισμών. Παρόλο που στην τρέχουσα συγκυρία παρατηρούμε ότι επανέρχονται ζητήματα που είχαν συζητηθεί και στο παρελθόν, είναι ένα ενδιαφέρον ερώτημα κατά πόσο οι ιδιαιτερότητες της ισπανικής περίπτωσης –μιλούμε εδώ για το τουριστικό real estate– θα τροφοδοτήσουν μία νέα, διαφορετική με παλαιότερα συζήτηση. Θυμίζουμε ότι η ιλιγγιώδης αύξηση στην προσφορά κατοικίας και η υπερέκθεση των τραπεζών με βάση τα προϊόντα στέγης αποτελούν έναν από τους κυριότερους λόγους πίσω από τη λεγόμενη ισπανική φούσκα των ακινήτων, της οποίας η εμφάνιση είχε προηγηθεί χρονικά εκείνης της παγκόσμιας ύφεσης.

4. Οι λοιπές δράσεις αναδιάρθρωσης έχουν να κάνουν με τη βελτίωση του ανθρώπινου κεφαλαίου, τη διείσδυση νέων τεχνολογιών στους τουριστικούς κλάδους και στη δημόσια διοίκηση, την παροχή ξενοδοχειακού καταλύματος υψηλών προδιαγραφών, την αναγνώριση της περιβαλλοντικής διάστασης, τη διενέργεια ερευνών, την εισαγωγή του τομειακού σχεδιασμού (βλ. Navarro, 2003).



ξιδιού του σε σχέση με το συμβατικό τουρίστα. Επίσης ο αθλητικός τουρισμός ως ειδική τουριστική αγορά αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη σημασία, καθώς αυξάνονται τα ποσοστά κοινωνικής συμμετοχής στα σπορ γενικά αλλά και συγχρόνως μεγεθύνεται ο τουρισμός των σπορ σε παγκόσμιο επίπεδο (Bull και Weed, 1999). Και τα δύο αυτά χαρακτηριστικά αφορούν ιδιαίτερα στην περίπτωση του γκολφ στην Ευρώπη, όπως επιβεβαιώνουν οι τάσεις μεγέθυνσης των εγγεγραμμένων παικτών σε πολλές χώρες για την περίοδο 1985-2005 (EGA, 2006) αλλά και οι αυξητικοί ρυθμοί των τουριστών γκολφ για την περίοδο 1993-2005 (Priestley, 1995β· Turespaña, 2003· Ramón Dávila και GDT, 2005). Σύμφωνα με τις παραπάνω πηγές, Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Σκανδιναβικές χώρες και Γαλλία αποτελούν τις κυριότερες χώρες προέλευσης για τον ευρωπαϊκό τουρισμό του γκολφ, έχει δε ιδιαίτερη σημασία ότι η κυριότερη χώρα προορισμού είναι και για τις τρεις πρώτες περιπτώσεις η Ισπανία, ενώ σημαντική είναι η παρουσία και άλλων μεσογειακών προορισμών. Την ανάπτυξη ροών προς τις χώρες του Ευρωπαϊκού Νότου αλλά και την εποχικότητά τους (κυρίως τους φθινοπωρινούς και ανοιξιάτικους μήνες) εξηγούν αφενός οι κλιματολογικές συνθήκες (το μεσογειακό κλίμα που επιτρέπει την άσκηση του αθλήματος όταν αυτή είναι πρακτικά αδύνατη στις βορειοευρωπαϊκές χώρες), η συμπληρωματικότητα ανάμεσα στο κύριο αθλητικό προϊόν και άλλες υπηρεσίες τουρισμού, και η χωρική εγγύτητα σε συνδυασμό με το πλεονέκτημα κόστους που έχουν οι εγκαταστάσεις στη Μεσόγειο, ιδιαίτερα στο πλαίσιο του εξειδικευμένου πακέτου γκολφ και των διακοπών μικρής διάρκειας (Priestley, 1995β).

Όμως τα παραπάνω δεν μπορούν να εξηγήσουν γιατί υφίσταται υψηλή συγκέντρωση γηπέδων γκολφ στη συγκεκριμένη περιοχή και άρα πώς εξηγείται αυτή η τοπική εξειδίκευση. Η αρχική βιβλιογραφική επισκόπηση δείχνει ότι υπάρχουν επαρκή δεδομένα για τον τουρισμό του γκολφ στην Costa del Sol τόσο από την άποψη της ζήτησης όσο και από αυτή της προσφοράς (κυρίως τα Escorza, 2001· Borrego, 2002· Amorós, 2003). Ωστόσο για την τελευταία υφίστανται σχετικά περιορισμένες απαντήσεις οργανωτικού/γεωγραφικού χαρακτήρα. Για τη διερεύνηση αυτών των πτυχών σχεδιάστηκε έρευνα πεδίου που διεξήχθη τον Ιούνιο του 2006 και περιελάμβανε την ταξινόμηση των γηπέδων γκολφ, την χαρτογράφησή τους και την διεξαγωγή έρευνας σε δείγμα 11 επιχειρήσεων (για τη μεθοδολογία της επιτόπιας έρευνας βλ. Μελισσουργός, 2008: 151-157). Στον Πίνακα 1 παρουσιάζεται η ταξινόμηση των επιχειρήσεων γκολφ στη δυτική Costa del Sol με βάση δύο κριτήρια: το μέγεθος της επιχείρησης (χρησιμοποιώντας τη μόνη διαθέσιμη μεταβλητή του αριθμού των οπών) και τη σύνδεση του γηπέδου με οικιστικό/ξενοδοχειακό συγκρότημα (η μεταβλητή αυτή είναι γνωστή για τα 39 από τα 43 γήπεδα της δυτικής Costa del Sol).<sup>5</sup> Η χαρτογράφηση των γηπέδων με βάση το πρώτο κριτήριο γίνεται στο Σχήμα 2.

Αυτό που φαίνεται από τον Πίνακα 1 σχετικά με το δεύτερο κριτήριο ταξινόμησης έχει ιδιαίτερη σημασία για τη γεωγραφική/οργανωτική διάρθρωση του γκολφ στην περιοχή. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα, μόνο το 17,9% των γηπέδων γκολφ αποτελεί αυτόνομη επιχείρηση που δεν συνδέεται οργανωτικά/ιδιοκτησιακά με κάποιου είδους ξενοδοχειακή ή οικιστική ανάπτυξη. Ακόμα και ο κοινός σε τουριστικές περιοχές τύπος του golf resort, δηλαδή ο συνδυασμός γκολφ και ξενοδοχείου υπό τη στέγη μίας επιχείρησης με κριτήριο την εσωτερική της συμπληρωματικότητας των βασικών προϊόντων παροχής καταλύματος και

5. Στο Μελισσουργός, 2008: 157-162, γίνεται διερεύνηση και μίας τρίτης μεταβλητής που αφορά στον τύπο εκμετάλλευσης του γηπέδου. Αυτή η διερεύνηση δεν θα μας απασχολήσει εδώ.

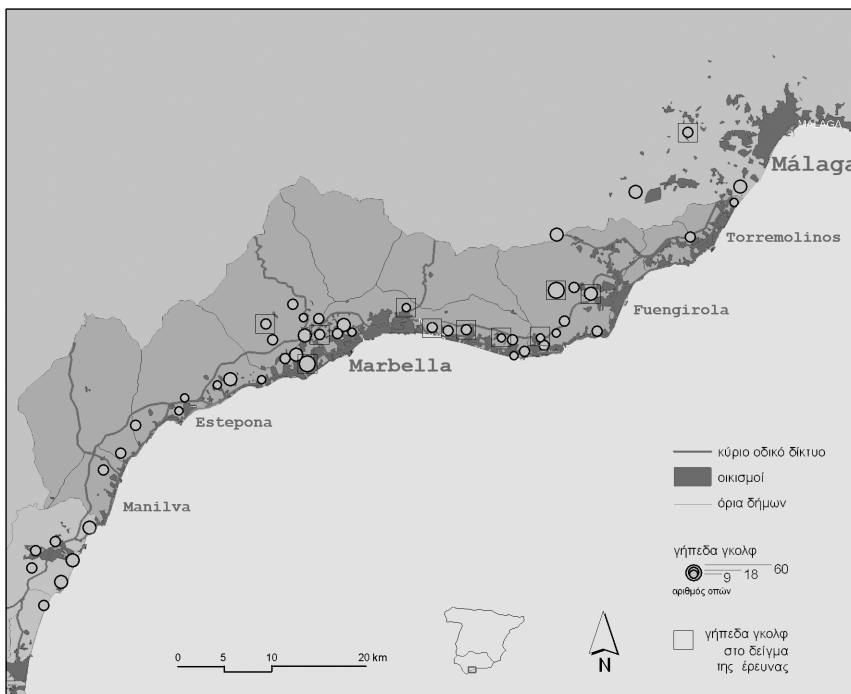
**Πίνακας 1** Ταξινόμηση επιχειρήσεων γκολφ στην δυτική Costa del Sol

ως προς τον αριθμό οπών		σύνολο επιχειρήσεων,	
	αριθμός οπών	#	%,
	9	12	27,9,
	18	21	48,8,
	27-60	10	23,3,
<i>σύνολο</i>	<i>100,00%</i>	<b>43</b>	<b>100,0</b>

**ως προς τη σύνδεση με οικιστική -  
- ξενοδοχειακή ανάπτυξη**

		σύνολο επιχειρήσεων ,	
		#	%,
1. μόνο γκολφ		7	17,9,
2. γκολφ + κατοικίες		20	51,3
3. γκολφ + ξενοδοχείο		4	10,3
4. γκολφ + κατοικίες + ξενοδοχείο		8	20,5
<i>επί του συνόλου</i>	<i>90,70%</i>	<b>39</b>	<b>100,0</b>

Πηγή: Έρευνα πεδίου (Μελισσουργός, 2008: 156).



**Σχήμα 2** Γήπεδα γκολφ στην Costa del Golf, 2006.  
(πηγή: έρευνα πεδίου, Ιούνιος 2006)

γκολφ, αποτελεί τη σπανιότερη κατηγορία στην περιοχή και αφορά μόλις το 1 στα 10 γήπεδα. Λιγότερο σπάνιος είναι ο τύπος του συνδυασμού «γήπεδο γκολφ συν ξενοδοχείο συν κατοικίες», όμως ακόμα κι αυτός υπολείπεται σημαντικά σε αριθμό επιχειρήσεων της κυρίαρχης κατηγορίας που είναι αυτή του συνδυασμού γκολφ και κατοικιών. Η βιβλιογραφία θίγει σε γενικό επίπεδο το λόγο που εξηγεί τη συνάρθρωση γκολφ και κατοικιών. Ο Pearce (1995: 144-145) κάνει λόγο για την κατασκευή διαμερισμάτων και βιλών ως το κυριότερο όφελος για τους de-

velopers κατά την κατασκευή γηπέδων γκολφ σε παράκτιους προορισμούς, ενώ οι Priestley και Sabí (1993: 69) αναφέρονται στο έμμεσο αποτέλεσμα της δημιουργίας ενός γηπέδου γκολφ στην Καταλονία που είναι η αστικοποίηση γύρω από το γήπεδο, έτσι που το γκολφ να «χρησιμεύει ως κάλυψη στο εμπόριο των ακινήτων». Ωστόσο οι συγγραφείς δεν εξηγούν αναλυτικά το πώς ακριβώς λειτουργεί αυτός ο συνδυασμός. Σε μεταγενέστερο κείμενό της η Priestley (1995β: 210-211) κάνει λόγο για τη σύνδεση γηπέδων γκολφ και οικιστικών συγκροτημάτων δεύτερης κατοικίας στην περίπτωση των μεσογειακών ακτών σε Ισπανία (Málaga και Cataluña) και Γαλλία (Languedoc-Roussillon). Τη σύνδεση αυτή εξηγούν, για την ίδια, δύο παράγοντες: η ενσωμάτωση του κόστους κατασκευής του γηπέδου στο κόστος του συνολικού συγκροτήματος και η ανατίμηση της εμπορικής αξίας του συγκροτήματος εξαιτίας του γκολφ (το τελευταίο αναφέρεται και στο Priestley, 2006: 173). Δεν εξηγείται όμως πώς ακριβώς συμβάλλουν οι δύο αυτοί παράγοντες, πώς σχετίζονται οργανωτικά τα γήπεδα σε μία περιοχή με συγκροτήματα κατοικιών και τουριστικές μονάδες και ποια είναι η σημασία του συνδυασμού γκολφ, κατοικιών και ξενοδοχειακών συγκροτημάτων τόσο σε επίπεδο τουριστικού προορισμού όσο και σε επίπεδο επιχείρησης. Η απάντηση στα ερωτήματα αυτά πιστεύουμε πως βρίσκεται στην καρδιά της εξήγησης για την υψηλή χωρική συγκέντρωση των γηπέδων γκολφ και την ειδίκευση του προορισμού.

##### 5. Συνάρθρωση γηπέδων γκολφ και οικιστικών/ξενοδοχειακών συγκροτημάτων: κρίσιμοι παράγοντες

Τη συνάρθρωση γκολφ και κατοικιών εξηγεί αρχικά ο χαρακτήρας του γηπέδου ως ανοικτού, καταπράσινου χώρου. Δημιουργείται έτσι μία θετική εξωτερικότητα, την οποία, σε οικονομικούς όρους, καρπώνονται τα γειτονικά ακίνητα. Από αυτή την άποψη το γήπεδο γκολφ δρα ως ένας παράγοντας αναβάθμισης του προϊόντος «κατοικία». Πρόσφατες μελέτες εκτιμούν ότι οι τιμές των ακινήτων που ανήκουν σε συγκροτήματα γκολφ είναι αυξημένες κατά 15-25% σε σχέση με άλλα ακίνητα στην ίδια περιοχή (Catalán, 2005). Μία άλλη προσέγγιση μιλά για ακόμα μεγαλύτερα ποσοστά (15-30%), τα οποία διαμορφώνονται ανάλογα με την ακριβή θέση του ακινήτου σε σχέση με το γήπεδο γκολφ: εάν η κατοικία γειτνιάζει άμεσα με το γήπεδο και έχει ανοικτή θέα, η τιμή της είναι αυξημένη κατά 30%, ενώ αν βρίσκεται στη δεύτερη γραμμή ανάπτυξης των κατοικιών σε σχέση με το γήπεδο το ποσοστό κυμαίνεται μεταξύ 15-20% (Vierna, 2005).

Ένα πρόσθετο στοιχείο που δικαιολογεί την υιοθέτηση ενός γηπέδου γκολφ σε μεγάλα έργα οικιστικής ανάπτυξης είναι ότι το υψηλό κόστος κατασκευής του αποτελεί ένα μικρό σχετικά ποσοστό του συνολικού κόστους κατασκευής ενός μεγάλου συγκροτήματος, το οποίο επίσης απολαμβάνει σημαντικές οικονομίες κλίμακας. Στις ποικίλες αναφορές που υπάρχουν υπολογίζεται ότι το κόστος κατασκευής ενός γηπέδου 18 οπών κυμαίνεται ανάμεσα σε 4,5 και 7,4 εκατομμύρια ευρώ (Aymerich, 2004: 40· Catalán, 2005: 16· Priego κ.ά., 2006: 424).

Επίσης εκτός από την προαναφερόμενη θετική εξωτερικότητα που δημιουργεί ο ανοικτός χώρος του γηπέδου γκολφ, το μοντέλο «γκολφ και τουριστική κατοικία» ανταποκρίνεται σε μία ορισμένη μόδα από τη μεριά της ζήτησης πολυτελούς κατοικίας. Σύμφωνα με το πρότυπο αυτό, η δεύτερη κατοικία ή η κατοικία

της συνταξιοδότησης στην ηλιόλουστη Μεσόγειο δεν μπορεί πλέον να είναι μονάχα ένα άνετο σπίτι με κήπο και πισίνα κοντά στη θάλασσα. Αν αυτό το τελευταίο ήταν η μόδα 20 ή 30 χρόνια πριν, οι σύγχρονες τάσεις απαιτούν νέα στοιχεία. Ένας προνομακός πληροφορητής της έρευνας διατύπωσε περιεκτικά αυτό το σημείο ως εξής: «Το γήπεδο γκολφ είναι στις μέρες μας [για την κατοικία] ό,τι ήταν η θάλασσα ή ακόμα και η πισίνα και το γήπεδο τένις στις δεκαετίες του '60 και του '70. Και αυτό που κάποτε ήταν το Νο 1 προϊόν, το σπίτι πάνω στη θάλασσα, σήμερα είναι το σπίτι στην πρώτη γραμμή του γκολφ» (συνέντευξη C.G., Ιούνιος 2006). Χαρακτηριστικό της μεγαλύτερης σημασίας που έχει η συμβολική διάσταση του προϊόντος «κατοικία στην πρώτη γραμμή του γκολφ» έναντι της λειτουργικής διάστασης, δηλαδή της ευκολίας να παίζει κανείς γκολφ με βάση τον τίτλο συνδιοκτησίας του γηπέδου, τον οποίο ενδεχομένως έχει ως ιδιοκτήτης κατοικίας, είναι ότι ένα μικρό μόνο ποσοστό των ιδιοκτητών κατοικιών στις urbanizaciones γκολφ ασκεί το άθλημα. Αυτή τη γενική παρατήρηση κάνει η Aymerich (2004: 59), ενώ ο Burgaco (2005: 6) αναφέρει ως ενδεικτικό το ποσοστό του 11%.

Μπορεί ακόμα να υποθεθεί ότι η συμβολική διάσταση έχει επιπλέον σημασία για την Costa del Sol και προσιδιάζει στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της οικιστικής ανάπτυξης στην περιοχή. Όπως είδαμε η μεγάλη πλειοψηφία των οικοδομήσιμων περιοχών κοντά στη θάλασσα είχε ήδη καταληφθεί κατά την οικοδομική ανάπτυξη των δεκαετιών 1960-1980 με αποτέλεσμα τη συρρίκνωση της διαθέσιμης για οικιστική ανάπτυξη γης. Συγχρόνως και σύμφωνα με προνομιακό πληροφορητή, οι μεγάλες επιχειρήσεις ανάπτυξης ακινήτων θεώρησαν ότι το παραδοσιακό προϊόν της πολυτελούς τουριστικής κατοικίας «είχε κλείσει τον κύκλο του». Οι περιοχές της «δεύτερης γραμμής», αυτές που κατά τις τελευταίες δύο δεκαετίες προσφέρονται για οικιστική ανάπτυξη, προσφέρουν φθηνότερη γη σε σχέση με την παράκτια ζώνη, ωστόσο χρειάζονται ένα υποκατάστατο της εγγύτητας και της θέας στη Μεσόγειο, κάτι που αναζητήθηκε –ανάμεσα σε άλλα– και στα γήπεδα γκολφ. Κρίσιμο βέβαια ρόλο στην αναζήτηση ενός τέτοιου νέου παράγοντα έλξης πρέπει να θεωρείται ότι διαδραμάτισε η υπερ-δόμηση της περιοχής ως παράγοντας που μειώνει τη συγκριτική αξία του προϊόντος «κατοικία στη μεσόγειο» και την επώνυμη εκδοχή του που είναι η «κατοικία στην Costa del Sol».

Ένα ακόμα ζήτημα που διερευνήθηκε ποιοτικά μέσα από τη δειγματοληπτική έρευνα είναι η ταυτότητα των επιχειρήσεων και συγκεκριμένα ο κλάδος δραστηριοποίησής τους και η προέλευση του επενδύόμενου κεφαλαίου. Πρόκειται για ένα χαρακτηριστικό που επίσης αγνοείται στη σχετική βιβλιογραφία. Με βάση τα κύρια γνωρίσματα των εγκαταστάσεων γκολφ όπως τα είδαμε παραπάνω, μπορούμε να υποθέσουμε ότι τα γήπεδα έχουν κατασκευαστεί και λειτουργούν από επιχειρήσεις του τομέα των κατασκευών και του real estate. Πράγματι στο δείγμα των έντεκα γηπέδων/επιχειρήσεων γκολφ, τα δέκα από αυτά δημιουργήθηκαν από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους προαναφερόμενους τομείς. Από τις 10 επιχειρήσεις οι 7 είναι τοπικές, η μία είναι θυγατρική μίας διεθνοποιημένης επιχείρησης ανάπτυξης τουριστικών ακινήτων και οι άλλες δύο είναι θυγατρικές διεθνοποιημένων αλλοδαπών επενδυτικών ομίλων (με έδρα την Ιρλανδία και τη Σαουδική Αραβία). Η 11η επιχείρηση από το σύνολο του δείγματος δημιουργήθηκε ως επένδυση αριστοκρατικής οικογένειας η οποία εκμεταλλεύτηκε ένα κομμάτι της μεγάλης ακίνητης περιουσίας της δίχως να στοχεύει στην είσοδο της επιχείρησης στον τομέα του real estate.

Ως προς την προέλευση των επενδύσεων η παραπάνω εικόνα έρχεται σε μερική ασυμφωνία με ορισμένες εκτιμήσεις για το σύνολο της Costa del Sol, στις οποίες το ποσοστό των άμεσων ξένων επενδύσεων εμφανίζεται μεγαλύτερο. Η Escorza εκτιμά ότι το 80% των συγκροτημάτων γκολφ στην περιοχή αφορά σε ξένες άμεσες επενδύσεις (2001: 175), ενώ το ίδιο ποσοστό εκτιμάται σε 40% από έναν προνομιακό πληροφορητή (συνέντευξη J.A., Ιούνιος 2006). Στην έρευνά μας μόνο οι 3 στις 11 επιχειρήσεις του δείγματος (ποσοστό 27%) αφορούν σε άμεσες ξένες επενδύσεις, στοιχείο που είναι σύμφωνο με την εκτίμηση έτερου προνομιακού πληροφορητή (συνέντευξη I.H., Ιούνιος 2006) ότι τα ξένα κεφάλαια αφορούν στη μειοψηφία των επενδύσεων. Να σημειωθεί ακόμα ότι στο δείγμα των επιχειρήσεων συγκροτημάτων γκολφ δεν συναντήσαμε κάποια από τις μεγάλες ισπανικές εταιρείες κατασκευών και real estate που δραστηριοποιούνται σε εθνικό επίπεδο και εμπλέκονται σε μεγάλα έργα στην περιοχή. Μία εικόνα για την εμπλοκή αυτή παίρνει κανείς από τις εταιρικές ιστοσελίδες, τις καταχωρήσεις σε έντυπα του κλάδου και από τις διαφημιστικές μπροσούρες που κυκλοφορούν στην τοπική αγορά.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό των επιχειρήσεων του δείγματος είναι ότι κατά την περίοδο από την ίδρυση των επιχειρήσεων αυτών μέχρι σήμερα, παρατηρούνται αγοροπωλησίες επιχειρήσεων ή/και απεμπλοκή ή μεταβολή του πεδίου δραστηριοποίησης της αρχικής ιδιοκτήτριας εταιρείας. Έτσι σε τρεις περιπτώσεις όπου η ανάπτυξη του συγκροτήματος περιλάμβανε και τη δημιουργία κατοικιών, μετά το πέρας των πωλήσεων έπαυσε η οργανωτική και ιδιοκτησιακή σχέση ανάμεσα στην επιχείρηση γκολφ και τη διαχείριση των κατοικιών. Στη βιβλιογραφία η μεταβολή αυτή αναφέρεται για την περίπτωση των συγκροτημάτων «γκολφ συν κατοικίες» και σχετίζεται με την ολοκλήρωση του σταδιακού περάσματος της ιδιοκτησίας του γηπέδου γκολφ στους ιδιοκτήτες κατοικιών της urbanización (Escorza, 2001· Borrego, 2002). Κάτι τέτοιο όμως δεν επαληθεύτηκε για το δείγμα των επιχειρήσεων της έρευνας. Από τη μια μεριά στις τρεις προαναφερθείσες περιπτώσεις, όπου το γήπεδο γκολφ δεν εμφανίζεται να σχετίζεται πλέον με κατοικίες, η ιδιοκτησία και η διαχείριση του γηπέδου παρέμεινε στα χέρια της αρχικής εταιρείας (στις δύο από τις περιπτώσεις αυτές στην ιδιοκτησία του γηπέδου μετέχουν και τα μέλη της λέσχης-κάτοχοι μετοχών μαζί με την αρχική εταιρεία). Από την άλλη μεριά, στο σύνολο των λοιπών περιπτώσεων όπου το γκολφ συνδυάζεται με κατοικίες, η αρχική εταιρεία παραμένει ιδιοκτήτρια (ή συν-ιδιοκτήτρια κατά περίπτωση) και διαχειρίστρια του γηπέδου γκολφ.

Αυτό σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις του real estate που αρχικά δημιουργούν τις διάφορες εναλλακτικές κατηγορίες συγκροτημάτων διατηρούν τη θέση τους στην ιδιοκτησία και τη διαχείριση του γηπέδου γκολφ. Στην περίπτωση των σχετικά πρόσφατων επενδύσεων αυτό εξηγείται στη βάση της μελλοντικής ολοκλήρωσης της οικιστικής εκμετάλλευσης του συγκροτήματος, είδαμε όμως ότι ισχύει και σε περιπτώσεις όπου η οικιστική εκμετάλλευση έχει ήδη ολοκληρωθεί. Τεκμηριώνεται έτσι η ιδιοκτησιακή και οργανωτική συνάφεια των συγκροτημάτων γκολφ που περιλαμβάνουν κατοικίες και τα οποία δημιουργούνται και λειτουργούν υπό τον έλεγχο μίας επιχείρησης real estate. Η τελευταία διευρύνει το πεδίο δραστηριοποίησής της συμπεριλαμβάνοντας την διαχείριση του γηπέδου γκολφ. Η εναλλακτική λύση ως προς το γήπεδο γκολφ θα ήταν ο εξωπορισμός της διαχείρισής του. Αυτό δεν αφορά σε καμία από τις επιχειρήσεις του δείγματος και αποτελεί μία πρακτική που συναντιέται σε λίγα μόνο γήπεδα στην περιοχή.

Ένας άλλος άξονας διερεύνησης αφορά στο συνδυασμό του γηπέδου γκολφ με ξενοδοχείο. Εδώ το ζήτημα φαίνεται εκ πρώτης όψης πιο απλό, καθώς η βιβλιογραφία (π.χ. Escorza, 2001· Borrego, 2002· Malmierca, 2005) αναφέρει ότι η λογική πίσω από την κατηγορία αυτή του γκολφ τύπου «resort» είναι η εκμετάλλευση από μία επιχείρηση ενός μεγαλύτερου εύρους υπηρεσιών (γκολφ και παροχή καταλύματος) στην αγορά του τουριστικού γκολφ. Από αυτή την άποψη γήπεδο γκολφ και ξενοδοχείο τροφοδοτούν με πελατεία το ένα το άλλο. Το γήπεδο γκολφ έχει μία συμπληρωματική εποχικότητα ως προς τη συμβατική ζήτηση και συντελεί σε μεγαλύτερη πληρότητα του ξενοδοχείου κατά τις περιόδους χαμηλής ζήτησης. Το ξενοδοχείο είναι σε κάθε περίπτωση υψηλής κατηγορίας (4\*-5\*) και παρέχει επίσης συμπληρωματικές υπηρεσίες (π.χ. spa).

Η σχετική βιβλιογραφία δεν προσφέρει εξηγήσεις σχετικά με το γεγονός ότι μόλις τα 4 από τα 39 γήπεδα γκολφ στην περιοχή σχετίζονται μόνο με ξενοδοχείο. Αντίθετα υπάρχουν άλλα 8 γήπεδα γκολφ που σχετίζονται άμεσα με ξενοδοχείο συν κατοικίες. Πρόκειται για το είδος συγκροτήματος που μπορεί να περιγραφεί ως σύνθετο/ολοκληρωμένο συγκρότημα γκολφ. Η Aymerich (2004: 60) αναφέρει αυτόν το συνδυασμό ως την τρέχουσα τάση της αγοράς στην Ισπανία. Οι Ramón Dávila και GDT (2005: 42) αναγνωρίζουν επίσης την τρέχουσα τάση να συμπεριλαμβάνεται ξενοδοχείο στις οικιστικές αναπτύξεις γκολφ και παραθέτουν δύο πρόσθετα στοιχεία. Το πρώτο αφορά στο γεγονός ότι τα υπό αναθεώρηση ή νέα τοπικά πολεοδομικά σχέδια υποχρεώνουν τα συγκροτήματα γκολφ να συμπεριλαμβάνουν ξενοδοχείο. Από εδώ απορρέει το δεύτερο στοιχείο που είναι η ανάδυση συνεργασιών ανάμεσα σε επιχειρήσεις real estate και ξενοδοχειακές αλυσίδες, με τις πρώτες να ενσωματώνουν το ξενοδοχείο στην κατασκευή του οικιστικού συγκροτήματος γκολφ και στη συνέχεια να παραχωρούν τη διαχείρισή του ή να το εκμισθώνουν στις δεύτερες. Στις επιχειρήσεις του δείγματος, από τα τρία συγκροτήματα όπου υφίσταται ξενοδοχείο, μόνο σε μία περίπτωση έχει σχετικά πρόσφατα παραχωρηθεί η διαχείρισή του σε πολυεθνική αλυσίδα που ειδικεύεται στη διαχείριση και marketing ξενοδοχείων τύπου boutique hotel. Στις λοιπές δύο περιπτώσεις η διαχείριση του ξενοδοχείου γίνεται από την αρχική επενδύτρια εταιρεία.

Η κατηγορία του συνδυασμού «γκολφ, κατοικίες και ξενοδοχείο» αφορά σε 2 από τις 11 επιχειρήσεις του δείγματος. Πρόκειται για τα μεγαλύτερα σε μέγεθος συγκροτήματα, τα οποία εκτός από τα παραπάνω προϊόντα προσφέρουν και ένα μεγαλύτερο μεγέθος –σε σχέση με τις άλλες κατηγορίες συγκροτημάτων– συμπληρωματικό εύρος υπηρεσιών (π.χ. spa και κέντρο ευεξίας, αθλητικές εγκαταστάσεις, ακαδημία γκολφ, κέντρο ιππασίας). Τα πλεονεκτήματά της συνάρθρωσης αυτής συνοψίζει το ακόλουθο απόσπασμα συνέντευξης από στέλεχος της διεύθυνσης ενός τέτοιου συμπλέγματος (συνέντευξη S. E. στον γράφοντα, Ιούνιος 2006): «Έχουμε το γκολφ για σταθερή ροή εσόδων, το ξενοδοχείο που, αν και δεν αποφέρει σπουδαία κέρδη, δίνει προστιθέμενη αξία στο συγκρότημα και συγκροτεί μαζί με το γκολφ ένα προϊόν ιδιαίτερα ελκυστικό [...] και βέβαια έχουμε το real estate, απ' όπου έρχονται τα πολλά λεφτά».

Μία ακόμα παρατήρηση αφορά στην ερμηνεία της υψηλής χωρικής συγκέντρωσης των γηπέδων γκολφ. Γνωρίζουμε από τους Amorós (2003) και Priestley (2006) ότι η χωρική εγγύτητα ενός ελάχιστου αριθμού γηπέδων –δύο ή τριών– αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη ενός προορισμού γκολφ.

Αυτό βασίζεται σε ένα κεντρικό λειτουργικό χαρακτηριστικό της ζήτησης του τουρισμού του γκολφ που είναι η εναλλαγή γηπέδων από τον παίκτη-τουρίστα κατά τη διάρκεια της επίσκεψής του. Αυτό όμως εγείρει το ερώτημα κατά πόσο η υψηλή συγκέντρωση μειώνει τα επίπεδα πληρότητας και συρρικνώνει τα περιθώρια κέρδους μέσω ενός εντεινόμενου ανταγωνισμού τιμών σε τοπικό επίπεδο. Η απάντηση είναι αρνητική για δύο λόγους. Καταρχήν διότι το προϊόν γκολφ στην Costa del Sol δεν είναι ένα ομοιογενές προϊόν. Οι επιμέρους εγκαταστάσεις απευθύνονται σε διαφορετικά τμήματα της συνολικής ζήτησης για γκολφ, υπάρχει δηλαδή τμηματοποίηση της προσφοράς που ανταποκρίνεται στην τμηματοποίηση της ζήτησης. Και δεύτερον –και πιο σημαντικό– στο δείγμα της επιτόπιας έρευνας το σύνολο των προνομακών πληροφορητών (διευθυντές γηπέδων) θεώρησε ως ένα από τα κυριότερα πλεονεκτήματα της θέσης των γηπέδων το γεγονός ότι υφίστανται τόσα πολλά γήπεδα σε μικρή απόσταση μεταξύ τους. Επίσης όλοι οι πληροφορητές απάντησαν αρνητικά στο ερώτημα εάν η μεγάλη συγκέντρωση γηπέδων γκολφ μπορεί να θεωρηθεί μειονέκτημα, καθώς συνεπάγεται υψηλό ανταγωνισμό σε τοπική κλίμακα. «Πελατεία υπάρχει για όλους», μας είπε ένας από τους πληροφορητές (συνέντευξη F. P. C., Ιούνιος 2006). Αυτό επιβεβαιώνεται από την υψηλή πληρότητα των γηπέδων κατά την περίοδο αιχμής για τον τουρισμό του γκολφ, σύμφωνα με τους υπολογισμούς που έχει κάνει ο Αμογός (2003).

Τέλος μπορούμε να υποθέσουμε βάσιμα ότι η εδραίωση της περιοχής ως προορισμού γκολφ στηρίζεται επίσης σε μία σειρά τοπικά προσδιορισμένων παραγόντων που αφορούν στην εδραίωση της περιοχής ως υπεραναπτυγμένου «κλασικού» μεσογειακού προορισμού. Καταρχήν αυτό σχετίζεται με τη φήμη του προορισμού. Κατά δεύτερο λόγο αφορά στην ανάπτυξη μίας σειράς τεχνικών και κοινωνικών υποδομών, τουριστικών εγκαταστάσεων και εγκαθιδρυμένων διεθνών δικτύων παραγωγής τουρισμού (αερομεταφορές, tour operator, τοπικοί ενδιάμεσοι κ.λπ.) που χρησιμοποιεί και ο τουρισμός του γκολφ. Σε ό,τι αφορά ειδικότερα στις τουριστικές υπηρεσίες, αναπτύσσονται σημαντικές συνέργειες σε τοπικό επίπεδο ανάμεσα στα διάφορα τμήματα της αγοράς, δηλαδή υπάρχει επάρκεια συμπληρωματικών προϊόντων και υπηρεσιών που βρίσκονταν ήδη σε λειτουργία πριν την έλευση του τουρισμού του γκολφ. Με άλλα λόγια δεν είναι μόνο το γκολφ εκείνο που ήρθε να ενισχύσει το συμβατικό προϊόν του ήλιου και της θάλασσας, αλλά ισχύει εξίσου και η αντίστροφη σχέση.

Σημασία έχει επίσης η ειδίκευση της περιοχής κατά εθνικότητα τουριστών. Ένα μόνο τμήμα της τουριστικής αγοράς –αυτό της Αγγλίας– κατέχει την πρώτη ιεραρχικά θέση στην ποσοστιαία κατανομή της ζήτησης τόσο για τον τουρισμό του ήλιου και της θάλασσας όσο και για τον τουρισμό του γκολφ. Εξάλλου η προγενέστερη εγκαθίδρυση της περιοχής ως κλασικού μεσογειακού προορισμού διαδραμάτισε σημαντικότατο ρόλο για όλους τους παραπάνω λόγους και στην ανάπτυξη του οικιστικού τουρισμού, στον οποίο τα ηνία της παραγωγής κρατούν οι τοπικές (κυρίως) επιχειρήσεις του κλάδου των κατασκευών και του real estate. Και ακριβώς επειδή τα γήπεδα γκολφ αποτελούν τμήμα του ανώτερου προϊόντος του κλάδου αυτού (δηλαδή των συγκροτημάτων γκολφ, κεντρικό προϊόν των οποίων είναι η δεύτερη κατοικία), η ανάπτυξη της αγοράς του τουρισμού γκολφ συσχετίζεται άμεσα με τη δυναμική της αγοράς της πολυτελούς παραθεριστικής κατοικίας.

## 6. Συζήτηση - συμπεράσματα

Σε γενικό επίπεδο το γκολφ, όπως και κάθε ειδική μορφή τουρισμού, μπορεί να εκληφθεί ως μία στρατηγική αναδιάρθρωσης των προορισμών. Σύμφωνα με τις μορφές και τις στρατηγικές της Agarwal (2002) που παραθέσαμε στο β' μέρος της εργασίας, το γκολφ είναι μία μορφή αναδιοργάνωσης προϊόντος στο επίπεδο του προορισμού, το οποίο εντάσσεται στις επιμέρους στρατηγικές της επένδυσης σε νέες εγκαταστάσεις και της εξειδίκευσης. Η αναδιοργάνωση αυτή συντελεί με τη σειρά της στο μετασχηματισμό του (γενικού) προϊόντος του προορισμού. Όμως μέσα από μία τέτοια γενική θεώρηση προκύπτει ένα σημαντικό ζήτημα που έχει να κάνει με την ουσιαστική παραγνώριση της ύπαρξης και αλληλεπίδρασης ορισμένων κρίσιμων παραγόντων, οι οποίοι θέτουν το πλαίσιο για την ανάπτυξη των στρατηγικών αναδιάρθρωσης. Στην περίπτωση του γκολφ στην Costa del Sol είδαμε ότι, από την άποψη της προσφοράς, πρόκειται για επενδύσεις μεγάλης κλίμακας σε έργα ανάπτυξης και διαχείρισης ακινήτων, με τις σχετικές επιχειρήσεις να διαφοροποιούν το πεδίο δραστηριοποίησής τους προς την κατεύθυνση του τουρισμού (κατασκευή και διαχείριση του γηπέδου γκολφ). Από αυτή την άποψη, έχουμε να κάνουμε πρωτίστως με αναδιοργάνωση και μετασχηματισμό προϊόντος σε επίπεδο επιχείρησης και –μη συμβατικά τουριστικού– κλάδου. Έτσι, οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξη των εγκαταστάσεων γκολφ τίθενται μέσα στο πλαίσιο που αφορά στην ανάπτυξη της δεύτερης κατοικίας. Και είναι η εξειδίκευση της περιοχής στη δεύτερη κατοικία και το διεθνή οικιστικό τουρισμό εκείνη που επιτρέπει την έλευση του γκολφ.

Με άλλα λόγια, η δυναμική του τουρισμού του γκολφ από την άποψη της προσφοράς εξαρτάται από τη δυναμική του τομέα της δεύτερης κατοικίας. Το κεντρικό προϊόν εδώ είναι οι παραθεριστικές κατοικίες, η αξία των οποίων (εμπορική, συμβολική) αναβαθμίζεται λόγω του γκολφ, χωρίς αυτό να σημαίνει παράλληλα ότι το γήπεδο γκολφ και ο τουρισμός γκολφ δεν αποτελούν ανεξάρτητο και σημαντικό τμήμα τόσο των συγκροτημάτων όσο και του προορισμού συνολικά. Μία συνέπεια αυτής της παραδοχής θα ήταν να δούμε την έλευση του γκολφ όχι ως μέρος της αναδιάρθρωσης του τουρισμού γενικά ή του προορισμού ειδικότερα, αλλά ως μέρος της αναδιάρθρωσης του κλάδου ανάπτυξης και διαχείρισης ακινήτων και ιδιαίτερα του τμήματός του που αφορά στην αγορά δεύτερης κατοικίας. Προκύπτει έτσι μία ενδιαφέρουσα προς μελλοντική διερεύνηση σχέση: πώς συνδιαλέγεται η αναδιάρθρωση ενός κλάδου που σχετίζεται έμμεσα με τον τουρισμό με την αναδιάρθρωση του τουριστικού προορισμού.

Όπως φάνηκε από την παραπάνω συζήτηση, η διερεύνηση του γκολφ στην Costa del Sol, παρότι αφορά σε πτυχές της σύγχρονης συζήτησης στη γεωγραφία του τουρισμού, δημιουργεί ίσως περισσότερα ερωτήματα σε σχέση με τις απαντήσεις που δίνει. Όμως στόχος της εργασίας δεν ήταν η συμβολή στη θεωρητική συζήτηση περί αναδιάρθρωσης του τουρισμού, αλλά, αντίθετα, η επισήμανση ορισμένων εμπειρικών παρατηρήσεων ποιοτικού κυρίως χαρακτήρα και η ένταξή τους σε ένα ευρύτερο πλαίσιο συζήτησης. Είναι βέβαιο ότι χρειάζεται μία μεθοδολογικά διαφοροποιημένη έρευνα, με την οποία να υποστηρίζονται με μεγαλύτερη σαφήνεια ορισμένα από τα συμπεράσματά μας. Συγχρόνως απαιτείται μία συγκριτική διερεύνηση σε σχέση με άλλες περιοχές στις οποίες ξεδιπλώνονται παρόμοιες τάσεις αναδιάρθρωσης, έτσι ώστε να είναι δυνατή η γενίκευση των



εμπειρικών παρατηρήσεων. Ίσως έτσι να τροφοδοτηθεί ένας νέος κύκλος συζήτησης σχετικά με τους αλληλεξαρτώμενους παράγοντες που διαμορφώνουν τις γεωγραφίες του τουρισμού και των προορισμών.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Agarwal, S. (2002), «Restructuring seaside tourism: The resort lifecycle», *Annals of Tourism Research* 29 (1): 25-55.
- Agarwal, S. (2005), «Global-local interactions in English coastal resorts: Theoretical perspectives», *Tourism Geographies* 7 (4): 351-372.
- Amin, S. (1997), «Post-fordism: Models, fantasies and phantoms of transition», στο Amin, A. (επιμ.), *Post-Fordism: A Reader*, Οξφόρδη: Blackwell.
- Amorós Bernabeu, F. (2003), *El turismo de Golf en la Costa del Sol*, Μάλαγα: Fundación Unicaja.
- Aymerich Golf Management (2004), *La Industria del Golf en España*, Madrid.
- Barke, M. και France, L. A. (1996), «The Costa del Sol», στο Barke, M., Townner, J., Newton, M. T. (επιμ.), *Tourism in Spain: Critical Issues*, Oxon: CAB International.
- Borrego Domínguez, S. (2002), *Campos de Golf y Turismo: Estudio de Málaga y su Provincia*, Marbella: Turismo Andaluz.
- Bramwell, B. (2004), «Mass tourism, diversification and sustainability in Southern Europe's Coastal Regions», στο Bramwell, B. (επιμ.), *Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe*, Clevedon: Channel View.
- Buhalis, D. (1998), «Strategic use of information technologies in the tourism industry», *Tourism Management* 19 (5): 409-421.
- Bull, C. και Weed, M. (1999) «Niche markets and small island tourism: The development of sports tourism in Malta», *Managing Leisure* 4 (3): 142-155.
- Burraco Barrera, M. (2005), «Campos de golf en Andalucía: Implicaciones territoriales, bases técnicas para una propuesta normativa», εισήγηση στο IV Congreso Ibérico de Urbanismo, Σεβίλλη, 15-18 Νοεμβρίου 2005.
- Butler, R. W. (1980) «The concept of the tourism area cycle of evolution: Implications for management of resources», *Canadian Geographer* 24 (1): 5-12.
- Catalán Gomez, M. (2005), «Rentabilidad de inversiones inmobiliarias en campos de golf: Presente y futuro del negocio inmobiliario en campos de golf», εισήγηση στο Συνέδριο *Rentabilidad de Inversiones inmobiliarias en Hoteles y Campos de Golf*, Instituto de Fomento Empresarial, Μαδρίτη, Hotel Intercontinental, 22-23 Ιουνίου 2005.
- Clegg, A. και Essex, S. (2000), «Restructuring in tourism: The accommodation sector in a major British coastal resort», *International Journal of Tourism Research* 2 (2): 77-95.
- Cooper, C. και Jackson, S. (1989), «The destination area lifecycle: The Isle of Man case study», *Annals of Tourism Research* 16 (3): 377-398.
- Debbage, K. G. (1990), «Oligopoly and the resort cycle in the Bahamas», *Annals of Tourism Research* 17 (4): 513-527.
- Diaz, F. και Loures Loures, M. L. (2006), «Housing, tourism and the real estate sector: The Spanish Mediterranean coast», εισήγηση στο Συνέδριο της ENHR *Housing in an Expanding Europe: Theory, Policy, Participation and Implementation*, Λουμπλιάνα, 2-5 Ιουλίου 2006.
- Dicken, P. (2003), *Global Shift: Reshaping the Global Economic Map in the 21st Century*, Λονδίνο: Sage, 4η έκδοση.
- Dunford, M. (1990), «Theories of regulation», *Environment and Planning D* 8 (3): 297-321.
- EGA (European Golf Association) (2006), *Statistics by Country* (www.ega-golf.ch, τελευταία πρόσβαση 15.02.2006).
- Escorza Doblás, F. (2001), *El Turismo de Golf en la Costa del Sol*, Μάλαγα: Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga.
- Exceltur (2006), *Andalucía IMPACTUR 2005 - Estudio del Impacto Económico del Turismo sobre la Economía Y el Empleo: Resumen de los Principales Efectos e Indicadores*, Junta de Andalucía, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.
- FAG (Federación Andaluza de Golf) (2006), *Estadísticas*, Μάλαγα (www.golf-andalucia.net, τελευταία πρόσβαση 01.03.2006).
- Gordon, I. και Goodall, B. (2000), «Localities and Tourism», *Tourism Geographies* 2 (3): 290-311.

- Gormsen, E. (1981), «The spatio-temporal development of international tourism: Attempt at a centre-periphery model», *La Consommation d'Espace par le Tourisme et sa Preservation*, CHET, Aix-en-Provence.
- Greenpeace (2006), *Destrucción a Toda Costa 2006: Informe sobre la Situación del litoral Español*, Ιούλιος 2006 (www.greenpeace.es, τελευταία πρόσβαση 20.10.2006).
- Hadjimichalis, C. (1987), *Uneven Development and Regionalism: State, Territory and Class in Southern Europe*, Λονδίνο: Croom Helm.
- Harvey, D. (1989), *The Condition of Postmodernity*, Οξφόρδη: Blackwell
- Haywood, M. (1986), «Can the tourist area cycle of evolution be made operational?», *Tourism Management* 7 (3): 154–167.
- Hovinen, G. (2002), «Revisiting the destination lifecycle model», *Annals of Tourism Research* 29 (1): 209-230.
- Ioannides, D. (1992), «Tourism development agents: The Cypriot resort cycle», *Annals of Tourism Research* 19 (4): 711-731.
- Ioannides, D. και Debbage, K. G. (1998), «Neo-fordism and flexible specialization in the travel industry: Dissecting the polyglob», στο Ioannides, D., Debbage, K. G. (επιμ.), *The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-side Analysis*, Λονδίνο: Routledge.
- King, R., Warnes, T., Williams, A. (2000), *Sunset Lives: British Retirement Migration to the Mediterranean*, Οξφόρδη: Berg.
- Leontidou, L. και Marmaras, E. (2001), «From tourists to migrants: Residential tourism and 'littoralization'», στο Apostolopoulos, Y., Loukissas, P., Leontidou, L. (επιμ.), *Mediterranean Tourism: Facets of Socioeconomic Development and Cultural Change*, Λονδίνο: Routledge.
- Lipietz, A. (1987), *Mirages and Miracles: The Crises of Global Fordism*, Λονδίνο: Verso.
- Malmierca Hernandez, J. M. (2005), «Comercialización de hoteles de golf», εισήγηση στο Συνέδριο *Rentabilidad de Inversiones inmobiliarias en Hoteles y Campos de Golf*, Instituto de Fomento Empresarial, Μαδρίτη, Hotel Intercontinental, 22-23 Ιουνίου 2005.
- Marchena Gómez, M. (1987), *Territorio y Turismo en Andalucía: Análisis a Diferentes Escalas*, Junta de Andalucía, Σεβίλλη.
- Massey, D. (1995), *Spatial Divisions of Labour: Social Structures and the Geography of Production*, Νέα Υόρκη: Routledge, 4η έκδοση.
- Μελισσουργός, Γ. (2008), *Τοπική-Περιφερειακή Ανάπτυξη και η Γεωγραφία των Χωροθετικών Αντιθέσεων: Μελέτη Δύο Περιπτώσεων Τουριστικής Ανάπτυξης σε Ελλάδα και Ισπανία*, αδημοσίευτη διδακτορική διατριβή, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Γεωγραφίας, Αθήνα.
- Μελισσουργός, Γ. (υπό έκδοση), «Τοπική-Περιφερειακή Ανάπτυξη, Τουρισμός και Γκολφ», παρουσίαση διδακτορικής διατριβής, *Γεωγραφίες* 16.
- Miossec, J. M. (1976), «Éléments pour une Théorie de l'Espace Touristique», Aix-en-Provence: Les Cahiers du Tourisme, C36 CHET.
- Navarro Jurado, E. (2003), *¿Puede Seguir Creciendo la Costa del Sol? Indicadores de Saturación de un Destino Turístico*, Μάλαγα: Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga.
- O'Reilly, K. (2000), *The British on the Costa Del Sol: Transnational Identities and Local Communities*, Λονδίνο: Routledge.
- Oppermann, M. (1993), «Tourism space in developing countries», *Annals of Tourism Research* 22 (1): 157-171.
- Papatheodorou, A. (2004), «Exploring the evolution of tourism resorts», *Annals of Tourism Research* 31 (1): 219-237.
- Pearce, D. G. (1995), *Tourism Today: A Geographical Analysis*, Λονδίνο: Longman, 2η έκδοση.
- Piore, M. J. και Sabel, C. F. (1984), *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*, Νέα Υόρκη: Basic Books.
- Poon, A. (1993), *Tourism, Technology and Competitive Strategies*, Ουάσινγκτον: CAB International.
- Prats, F. και Fuentes, R. (2004), *Documento de Reflexión en Torno al Desarrollo Territorial y Turístico – Residencial Malagueño: ¿Mantenimiento, Racionalización o Cambio de Paradigma?*, Μάλαγα: SOPDE - Diputación de Málaga.
- Priego de Montiano, R., Gómez-Lama López, M. και Recio Espejo, J. M. (2006), *El Golf y su Entorno en Andalucía*, Κόρδοβα: Cajamar y FGA.
- Priestley, G. K. (1995α), «Evolution of tourism on the Spanish coast», στο Ashworth G. J., Dietvorst, A. G. J. (επιμ.), *Tourism and Spatial Transformations: Implications for Policy and Planning*, Ουάσινγκτον: CAB International.

- Priestley, G. K. (1995β), «Sports tourism: The case of golf», στο Ashworth G. J., Dietvorst, A. G. J. (επιμ.), *Tourism and Spatial Transformations: Implications for Policy and Planning*, Ουάσινγκτον: CAB International.
- Priestley, G. K. (2006), «Planning implication of golf tourism», *Tourism and Hospitality Research* 6 (3): 170-178.
- Priestley, G. K. και Carles Llordés, J. (2007), «Planning for sustainable development in Spanish coastal resorts», στο Agarwal, S., Shaw, G. (επιμ.) (2007), *Managing Coastal Tourism Resorts: A Global Perspective*, Κλίβεντον: Channel View Publications.
- Priestley, G. K. και Mundet, L. (1998), «The post-stagnation phase of the resort cycle», *Annals of Tourism Research* 25 (1): 85-111.
- Priestley, G. K. και Sabí Bonastre, J. (1993), «El medio ambiente y el golf en Cataluña: Problemas y perspectivas», *Documents d' Anàlisi Geogràfica* 23: 45-74.
- Ramón Dávila Golf Consulting, GDT (2005), *Análisis del Segmento de Golf en Andalucía*, Marbella.
- Raya Mellado, P. (2001), *Turismo Residencial en Andalucía*, Junta de Andalucía, Consejería de Turismo y Deporte.
- Rodríguez, V., Fernández-Mayoralas, G., Rojo, F. (1998), «European retirees on the Costa del Sol: a cross national comparison», *International Journal of Population Geography* 4 (1): 183-200.
- Scott, A. J. και Storper, M. (επιμ.) (1986), *Production, Work, Territory: The Geographical Anatomy of Industrial Capitalism*, Λονδίνο: Allen and Unwin.
- Shaw, G., Williams, A. M. (2004), *Tourism and Tourism Spaces*, Λονδίνο: Sage.
- Sinclair, M. T. και Stabler, M. (1997), *The Economics of Tourism*, Λονδίνο: Routledge.
- Soja, E. W. (1989), *Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory*, Λονδίνο: Verso.
- Turespaña (2003), *Estudio sobre la Demanda Extranjera de golf: La Promoción y Comercialización del Turismo de Golf en España*, Estudios de Productos Turísticos No 7, Μαδρίτη: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Tyrakowski, K. (1986), «The role of tourism in land utilization conflicts on the Spanish Mediterranean coast», *GeoJournal* 13 (1): 19-26.
- Vierna, L. (2005), «Problemas típicos en las operaciones de campos de golf y de hoteles: Soluciones que se están planteando», εισήγηση στο Συνέδριο *Rentabilidad de Inversiones inmobiliarias en Hoteles y Campos de Golf*, Instituto de Fomento Empresarial, Μαδρίτη, Hotel Intercontinental, 22-23 Ιουνίου 2005.
- Williams, A. M. (1996), «Mass tourism and international tour companies», στο Barke, M., Towner, J., Newton, M. T. (επιμ.), *Tourism in Spain: Critical Issues*, Oxon: CAB International.
- Williams, A. M. (1997), «Tourism and uneven development in the Mediterranean», στο R. King, L. Proudfoot, B. Smith (επιμ.), *The Mediterranean: Environment and Society*, Λονδίνο: Arnold.
- Williams, A. M., King, R., Warnes, A., Patterson, G. (2000), «Tourism and international retirement migration: New forms of an old relationship in Southern Europe», *Tourism Geographies* 2 (1): 28-49.
- WTO (World Tourism Organisation) (2006), *Tourism Market Trends: Europe*, Μαδρίτη: WTO.
- WTO (World Tourism Organisation) (2009), *World Tourism Barometer* 7 (2), Ιούνιος 2009.
- WTTC (World Travel and Tourism Council) (2010), *Progress and Priorities 2009-2010*, Λονδίνο: WTTC.