



# ΑΝΘΡΩΠΟΓΕΩΓΡΑΦΙΑ- ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ

κ. ΦΟΥΤΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

*ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΤΕ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ  
ΤΟΠΟΓΡΑΦΙΑΣ & ΓΕΩΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΤΕ*



# Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



# Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο ΤΕΙ Κεντρικής Μακεδονίας» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



# Ανθρωπογεωγραφία – Οικονομική του χώρου

4.4 Θεωρίες χωροθέτησης δευτερογενούς τομέα

Η Κλασική Σχολή

Προσέγγιση του κύκλου ζωής του προϊόντος  
(θεωρία του Vernon)

Κακδέρη Χριστίνα

Μάθημα 4<sup>ο</sup> Σέρρες, 08.12.'10

# Η προσέγγιση του κύκλου ζωής του προϊόντος

- Αυτή η προσέγγιση υποστηρίζει ότι υπάρχουν διαφορετικές απαιτήσεις χωροθέτησης για τις βιομηχανικές επιχειρήσεις, ανάλογα με το στάδιο του κύκλου ζωής του προϊόντος το οποίο παράγουν (*product – life cycle*).
- Hoover (1948)
- Vernon (1966)

## Στάδια ανάπτυξης προϊόντος

1<sup>ο</sup> στάδιο: Το προϊόν εμφανίζεται για πρώτη φορά. Δεν είναι ακόμη τυποποιημένο και χρειάζεται σημαντικές αλλαγές, η αγορά του είναι σχετικά ανασφαλής, υπάρχει αναγκαιότητα για πιο εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό και για καλύτερο συντονισμό της διοίκησης.

2<sup>ο</sup> στάδιο: το προϊόν είναι πια τυποποιημένο και διαχέεται σε μια σημαντική περιοχή της αγοράς, η αναγκαιότητα για πολύ εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό περιορίζεται, και η διοίκηση περιορίζεται στο συντονισμό και την επίβλεψη δραστηριοτήτων.



## Στάδια ανάπτυξης προϊόντος

3<sup>ο</sup> στάδιο: το προϊόν διαχέεται σε όλες τις πιθανές αγορές (ώριμο προϊόν), η αγορά είναι πιο σταθερή και υπάρχουν οικονομίες που πηγάζουν από τη μεγάλη κλίμακα της παραγωγής, την οργάνωση της διανομής και τις εισροές κεφαλαίου.

## Χωροθέτηση βάσει σταδίου ανάπτυξης προϊόντος

- **1<sup>ο</sup> στάδιο:** παγκόσμια μητροπολιτικά κέντρα (π.χ. Νέα Υόρκη, Τόκιο, Λονδίνο, Παρίσι κλπ).
- **2<sup>ο</sup> στάδιο:** εθνικά και περιφερειακά κέντρα που έχουν ικανοποιητικό αριθμό εξειδικευμένου προσωπικού (Αθήνα, Θεσσαλονίκη κλπ)
- **3<sup>ο</sup> στάδιο:** υπανάπτυκτες περιοχές.



## Προβλήματα του μοντέλου

1. Δεν αναλύει τους βασικούς μηχανισμούς της διαδικασίας χωροθέτησης της βιομηχανίας, αλλά αντίθετα, ανάγει ένα εμπειρικό πρότυπο σε νόμο καθολικής ισχύος. Όμως, ο κύκλος ζωής προϊόντος δεν είναι η αιτία των μετακινήσεων των βιομηχανικών δραστηριοτήτων στο χώρο, αλλά συσχετίζεται ο ίδιος με τις μετακινήσεις αυτές, με την έννοια ότι τις επηρεάζει αλλά και επηρεάζεται από αυτές.

## Προβλήματα του μοντέλου

2. Είναι υπεραπλουστευτικό. Ασχολείται κυρίως με τις προτιμήσεις χωροθέτησης μοντέρνων, μεγάλων, με πολλά εργοστάσια και πολυεθνικών επιχειρήσεων και δεν καλύπτει με κανένα τρόπο το σύνολο των διαφορετικών κατηγοριών επιχειρήσεων. Εξάλλου, η πορεία από την έρευνα για ένα προϊόν μέχρι την τελική παραγωγή του είναι πολλές φορές μακριά και επίπονη.

## Προβλήματα του μοντέλου

3. Ο χρόνος και η ακολουθία των γεγονότων που αυτό το μοντέλο υποθέτει, εξαρτώνται σε κάθε περίπτωση από μια σειρά παραγόντες, όπως η φύση του προϊόντος (πολυπλοκότητα στην παραγωγή, χρησιμότητα και αγορά), η στρατηγική αυτών που εισάγουν τους νεοτερισμούς και των ανταγωνιστών τους κ.α.

## Συνολική κριτική της κλασικής σχολής

- Οι θεωρίες χωροθέτησης της κλασικής σχολής αντιλαμβάνονται τη διαδικασία χωροθέτησης ως ένα προϊόν ορισμένων μεμονωμένων παραγόντων που είναι ίδιοι σε όλες τις περιπτώσεις.
- Τέτοιες προσεγγίσεις παρεμποδίζουν την επαρκή κατανόηση των κοινωνικών διαδικασιών που βρίσκονται πίσω από τη χωρική κατανομή της βιομηχανίας.



## Συνολική κριτική της κλασικής σχολής

- Μέθοδος αφαίρεσης – ποσοτικοποιημένα στοιχεία
- Αφορούν μεμονωμένες επιχειρήσεις, αποσπασμένες από την υπόλοιπη κοινωνία (μη κοινωνικά, ανιστορικά μοντέλα)
- Η συμπεριφορά των επιχειρήσεων χωρίζεται σε δύο επίπεδα
  - Στον κεντρικό πυρήνα
  - Στις παρεκκλίσεις που ενσωματώνονται ως πρόσθετοι παράγοντες.



## Υποθέσεις των μοντέλων της κλασικής σχολής

- Όλες οι επιχειρήσεις και οι κοινωνικοί σχηματισμοί έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά
  - Το κόστος παραγωγής και μεταφοράς των προϊόντων και πρώτων υλών κάθε επιχείρησης είναι ίδιο
  - Οι καταναλωτές έχουν τα ίδια πρότυπα
  - Ο γεωγραφικός χώρος είναι ομοιόμορφος
- Οι υποθέσεις είναι τέτοιες, που το επιστημονικό αντικείμενό τους παύει να είναι πια η αντικειμενική πραγματικότητα και γίνεται μια αφηρημένη ιδεαλιστική δομή.

# Συνολική κριτική της κλασικής σχολής

## Η Κλασική Σχολή δεν είναι απολιτική

1. Είτε παραμορφώνει, είτε αγνοεί ερωτήματα όπως π.χ. ποιες πλευρές της κοινωνίας πρέπει να εξεταστούν
2. Όλες οι προσεγγίσεις τείνουν να υποθέσουν ότι η κοινωνία βρίσκεται σε διαρκή ισορροπία (υπονοεί κοινωνική αρμονία)
3. Αναφέρονται στην επίδραση της επιλογής χωροθέτησης μόνο πάνω στους επιχειρηματίες και αγνοούν τελείως τις συνέπειες πάνω στα άλλα μέλη της κοινωνίας.
4. Συμμερίζονται την άποψη της κυριαρχίας της οικονομίας.

## Συνολική κριτική της κλασικής σχολής

- Τα αφηρημένα μοντέλα της κλασικής σχολής συμπληρώνονται από μια αφηρημένη έννοια του χώρου, της οποίας μοναδικό χαρακτηριστικό είναι η απόσταση (μοναδικός χωρικός παράγοντας που καθορίζει τη χωροθέτηση της βιομηχανίας).
- Απέτυχε να αντιληφθεί ότι οποιαδήποτε χωρική συμπεριφορά αποτελεί μια συνιστώσα της κοινωνικο-οικονομικής δομής.