

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος.....	15
Ευχαριστίες.....	17

ΠΡΩΤΟ ΜΕΡΟΣ

ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ: ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1, Πάρις Τσάρτας

Η ΕΞΕΛΙΚΤΙΚΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΤΥΠΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	21
I. Σταδιακή ανάπτυξη, οι κυριότεροι τουριστικοί πόροι της χώρας και οι πρώτοι πόλοι έλξης της ζήτησης.....	21
A. Το ζήτημα των σταδίων τουριστικής ανάπτυξης στον ελλαδικό χώρο.....	21
1. Πρώτο στάδιο ανάπτυξης (1950-1965): Περιηγητές τουρίστες, υποτυπώδεις υποδομές, πολιτισμικός τουρισμός και τουρισμός διακοπών.....	22
2. Δεύτερο στάδιο ανάπτυξης (1965-1990): Ανάπτυξη του οργανωμένου τουρισμού διακοπών, αριθμητική αύξηση και χωρική επέκταση των τουριστικών υποδομών, ο τουρισμός ως υπολογίσιμος τομέας της εθνικής οικονομίας.....	23
3. Τρίτο στάδιο ανάπτυξης (1990 έως σήμερα): Βιομηχανοποιημένος μαζικός τουρισμός, σημαντικά προβλήματα από την απρογραμματίστη ανάπτυξη, τμηματοποίηση της τουριστικής ζήτησης.....	25
B. Οι κυριότεροι τουριστικοί πόροι της χώρας.....	27
1. Κλίμα.....	27
2. Πολιτισμός και παράδοση.....	28
3. Φυσικό και δομημένο περιβάλλον.....	29
4. Ποικιλία τύπων και επιπέδων υποδομής η οποία ανταποκρίνεται στα χαρακτηριστικά της διεθνούς ζήτησης.....	29
5. Η εικόνα της χώρας τόσο σε όσους δεν την έχουν επισκεφτεί όσο και σε εκείνους που την επισκέφτηκαν.....	30
Γ. Χαρακτηριστικά των περιοχών που αποτελούν τους κυριότερους τουριστικούς προορισμούς στη χώρα.....	31
1. Παραδοσιακοί τουριστικοί προορισμοί του οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών καλοκαιριού.....	31

2. Νεότεροι τουριστικοί προορισμοί που συνδυάζουν τον τουρισμό διακοπών καλοκαιριού (οργανωμένο ή αυτόνομο) με άλλους τύπους τουριστικής ανάπτυξης (παραθερισμό, κάμπινγκ).....	32
3. Τουριστικοί προορισμοί που συνέδεσαν την ανάπτυξή τους με την ύπαρξη κάποιου σημαντικού ειδικού τουριστικού πόρου (κέντρα πολιτισμού, φυσικό περιβάλλον, παραδοσιακοί οικισμοί, υγεία, χιονοδρομικά κέντρα).....	33
4. Αθήνα και Θεσσαλονίκη: Τουριστικοί προορισμοί πολλών και διαφορετικών τύπων τουριστών.....	34
II. Οι πρώτες προσπάθειες ανάπτυξης τουριστικής υποδομής, η εξέλιξη της τουριστικής προσφοράς και τα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης που ενεργοποιούνται στη χώρα.....	34
A. Οι πρώτες προσπάθειες συγκρότησης τουριστικής υποδομής.....	34
B. Η εξέλιξη και η σύνθεση της τουριστικής προσφοράς.....	38
Γ. Τα πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης στον ελλαδικό χώρο.....	44
(α) Ομάδα προτύπων οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών	45
1. Πρότυπο βιομηχανοποιημένου μαζικού οργανωμένου τουρισμού σε ξενοδοχεία.....	45
2. Πρότυπο (αυτόνομο ή μεικτό) μαζικού οργανωμένου τουρισμού	45
3. Πρότυπο οργανωμένου ή αυτόνομου μαζικού τουρισμού σε συμπληρωματικά καταλύματα (καταλύματα της οικονομίας διαμοιρασμού, ενοικιαζόμενα δωμάτια και ενοικιαζόμενα διαμερίσματα).....	46
(β) Ομάδα προτύπων ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού	47
1. Πρότυπο τουρισμού της ομάδας κινήτρων «Υπαιθρος-Αθλητισμός -Περιβάλλον».....	47
2. Πρότυπο τουρισμού της ομάδας κινήτρων «Πολιτισμός-Εκπαίδευση -Επιστήμη-Θρησκεία».....	48
3. Πρότυπο τουρισμού της ομάδας κινήτρων «Ευεξία-Υγεία-Κοινωνική Πολιτική»	48
4. Πρότυπο τουρισμού της ομάδας κινήτρων «Επαγγελματικά ταξίδια -Συνέδρια-Incentives-Εκθέσεις».....	49
5. Πρότυπο τουρισμού της ομάδας κινήτρων «Θάλασσα -Αθλητισμός -Περιήγηση».....	50
(γ) Ομάδα προτύπων με ειδικά χαρακτηριστικά.....	50
1. Πρότυπο αυτόνομου νεανικού περιηγητικού τουρισμού.....	50
2. Πρότυπο τουρισμού ταξιδιών μικρής διάρκειας σε ετήσια βάση.....	51
3. Πρότυπο τουρισμού παραθεριστικής κατοικίας.....	51
4. Πρότυπο τουρισμού με διαμονή σε κάμπινγκ ή στο υπαίθρο	52
5. Ένα αυτόνομο ειδικό πρότυπο: Οι συστηματικοί χρήστες του διαδικτύου.....	52
Σημειώσεις	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2, <i>Πάρις Τσάρτας</i> ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΩΝ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	59
<i>Εισαγωγή</i>	59

I. Χαρακτηριστικά αλλοδαπής τουριστικής ζήτησης στην Ελλάδα.....	61
Α. Κυριαρχία της ευρωπαϊκής πελατείας: Οι σημαντικότερες αγορές.....	61
Β. Η οργανωτική διάσταση των τουριστικών ταξιδιών στην Ελλάδα.....	65
Γ. Η Ελλάδα, χώρα διακοπών: Εποχικές και χωρικές επιλογές.....	70
Δ. Επαγγελματικά, δημογραφικά και καταναλωτικά χαρακτηριστικά των αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα.....	74
II. Τύπος τουριστών και κίνητρα ταξιδιών στην Ελλάδα – Από την αρχαιολατρία στη «χώρα-ακτή»: Μια ερευνητική διερεύνηση από τους αρχαίους χρόνους έως τις ημέρες μας.....	82
Α. Η Ελλάδα ως χώρα προσέλκυσης ταξιδιωτών: Μια πορεία στον ιστορικό χρόνο.....	82
1. Η Ελλάδα, χώρα «τουρισμού» στον αρχαίο κόσμο.....	83
2. Ταξίδια για εμπορικούς και επαγγελματικούς λόγους.....	84
3. Η αρχαιολατρία.....	84
4. Ο περιηγητισμός.....	85
5. Τα επιστημονικά και πολιτιστικά ταξίδια.....	86
6. Ο φιλελληνισμός.....	86
Β. Οι παράγοντες επιρροής και οι κύριοι θεματικοί άξονες των κινήτρων στη μεταπολεμική περίοδο.....	87
Γ. Μια ερευνητική προσέγγιση στα κυρίαρχα κίνητρα των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα μετά το 1980.....	93
1. Η Ελλάδα ως «χώρα-ακτή».....	93
2. Η Ελλάδα ως «καταναλωτική επιλογή ενός μεσογειακού προορισμού διακοπών».....	94
3. Η Ελλάδα ως «νησί».....	94
4. Η Ελλάδα ως «χώρα πολιτισμού».....	94
5. Η Ελλάδα ως «χώρα με ποιοτικό φυσικό περιβάλλον».....	95
6. Η Ελλάδα ως «χώρα στην οποία πρέπει κάποιος να ταξιδέψει».....	95
7. Η Ελλάδα ως «χώρα αυτόνομου περιηγητικού τουρισμού».....	96
8. Η Ελλάδα ως «χώρα ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού».....	96
Σημειώσεις.....	97

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3, *Πάρις Τσάρτας, Ευθυμία Σαραντάκου*

Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ: ΦΟΡΕΙΣ ΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗΣ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ, ΟΜΑΔΕΣ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΩΝ, Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΤΟΥ COVID 19.....	111
---	-----

<i>Εισαγωγή</i>	111
-----------------------	-----

I. Η θεσμική εκπροσώπηση του ελληνικού τουρισμού: Ο ΕΟΤ, το Υπουργείο Τουρισμού και οι άλλοι φορείς άσκησης τουριστικής πολιτικής.....	112
II. Εκπαίδευση και έρευνα στον τουρισμό: Χρονική υστέρηση, σημαντικές ελλείψεις και τάσεις αναβάθμισης.....	120
III. Μια κριτική αποτίμηση του βαθμού συμβολής των ομάδων συμφερόντων στη διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής.....	125
IV. Η πολιτική αντιμετώπισης της πανδημίας του COVID 19.....	131
Σημειώσεις.....	136

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4, *Ευθυμία Σαραντάκου*

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΕΣ, ΧΩΡΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ 143

Εισαγωγή..... 143

- I. Διαχρονική διερεύνηση των εφαρμοσμένων πολιτικών..... 144
 - A. Περίοδος 1951-1966: Πολιτικές δημόσιων επενδύσεων με σκοπό τη δημιουργία των πρώτων ελληνικών τουριστικών προορισμών και την ένταξη της Ελλάδας στη διεθνή τουριστική αγορά 144
 - B. Περίοδος 1967-1974: Πολιτικές για την προώθηση του τουρισμού και την προσέλκυση ιδιωτικών τουριστικών επενδύσεων..... 147
 - Γ. Περίοδος 1975-1980: Πολιτικές για τη σύνδεση του τουρισμού με την αρχιτεκτονική κληρονομιά..... 150
 - Δ. Περίοδος 1981-1990: Πολιτικές για την ενίσχυση της δημιουργίας ενός μικρομεσαίου μοντέλου τουριστικών επιχειρήσεων και την περιφερειακή αποκέντρωση..... 152
 - E. Περίοδος 1990-2010: Αποσπασματικές και αντιφατικές πολιτικές από ένα πλήθος εμπλεκόμενων φορέων 155
 - ΣΤ. Περίοδος 2010-2020: Πολιτικές για την προσέλκυση τουριστικών επενδύσεων σε συνθήκες γρήγορων μεταβολών και οικονομικής κρίσης..... 159
- II. Χαρακτηριστικά της χωρικής ανάπτυξης και οργάνωσης του τουρισμού στην Ελλάδα ως αποτέλεσμα της εφαρμοσμένης χωρικής και αναπτυξιακής πολιτικής 163
 - A. Πρότυπο οργάνωσης του ελληνικού τουριστικού χώρου..... 163
 - B. Τυπολογία τουριστικής χωρικής ανάπτυξης στην Ελλάδα και οι μηχανισμοί που τη διαμόρφωσαν..... 165
 - Γ. Περιφερειακή κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας..... 167
- III. Επισημάνσεις και προτεινόμενες κατευθύνσεις για τον χωρικό σχεδιασμό στην Ελλάδα στην κατεύθυνση της βιώσιμης ανάπτυξης την περίοδο μετά την πανδημία του COVID 19..... 172
 - Σημειώσεις 174

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5, *Πάρις Τσάρτας*

ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ «ΕΛΛΑΔΑ». ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΡΡΟΗΣ

ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ..... 189

Εισαγωγή..... 189

- I. Τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος «Ελλάδα»..... 189
 - A. Η Ελλάδα ως προορισμός τουρισμού διακοπών..... 189
 - B. Ο κυρίαρχος ρόλος των tour operator στην ανάπτυξη και στην προβολή της χώρας..... 191
- II. Ο ανταγωνισμός: Η Ευρώπη και το προσφερόμενο προϊόν..... 195
 - A. Η ευρωπαϊκή διάσταση: Η Ελλάδα, τμήμα της μεγαλύτερης τουριστικής αγοράς του κόσμου 195
 - B. Η ανάγκη βελτίωσης του προϊόντος στο πλαίσιο του ανταγωνισμού..... 197

Γ. Μεγάλος αριθμός ανταγωνιστών: Οι παραδοσιακοί, οι νεότεροι, οι δυναμικοί και οι δυναμικά αναπτυσσόμενοι.....	200
III. Διαφημιστική προβολή: Οι κυρίαρχες τάσεις της κρατικής πολιτικής.....	205
IV. Οι απόψεις των τουριστών για την Ελλάδα: Μια σύνθετη και δυναμική εικόνα.....	211
Α. Απόψεις για τις υποδομές και τις υπηρεσίες: Κριτική και προβληματισμός.....	211
Β. Η εικόνα των τουριστών για την Ελλάδα: Δημοφιλής προορισμός, ανταγωνιστικό προϊόν και υψηλά ποσοστά επαναληπτικών και σταθερών τουριστών.....	218
Σημειώσεις.....	221

ΔΕΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ: ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΕΙΣ, ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ, ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1, Πάρις Τσάρτας

Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ: ΕΣΟΔΑ, ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ, ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	233
Η σημασία του τουριστικού συναλλάγματος και των τουριστικών εσόδων.....	233
Α. Η σημασία του τουριστικού συναλλάγματος.....	233
Β. Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις σε άλλους τομείς της οικονομίας.....	239
Γ. Η μακροοικονομική διάσταση του τουρισμού στην Ελλάδα.....	242
Δ. Η συμβολή του τουρισμού στην περιφερειακή ανάπτυξη.....	246
Σημειώσεις.....	252

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2, Πάρις Τσάρτας

Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ, ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ, ΠΟΛΥΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ.....	257
Α. Τύποι και χαρακτηριστικά της απασχόλησης στον ελληνικό τουρισμό.....	257
Β. Μια ερευνητική προσέγγιση στις οικονομικές και κοινωνικές διαστάσεις της πολυδραστηριότητας στους τουριστικούς προορισμούς.....	268
Σημειώσεις.....	278

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3, Πάρις Τσάρτας, Ευθυμία Σαραντάκου

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	283
Ι. Το πλαίσιο της συνάντησης τουριστών και ντόπιων στην Ελλάδα.....	284
Α. Οι τουριστικές περιοχές πριν από την ανάπτυξη του τουρισμού.....	284
Β. Οι τουρίστες και οι ντόπιοι: Αναζητήσεις και επιρροές.....	288

Γ. Παράγοντες επιρροής των κοινωνικών και πολιτισμικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα από το 1990 και μετά.....	291
1. Πολιτική τουριστικής ανάπτυξης σε εθνικό και τοπικό επίπεδο.....	291
2. Οι νέοι.....	292
3. Οι επαγγελματίες και οι εργαζόμενοι στον τουριστικό τομέα.....	293
4. Ο τύπος του οργανωμένου μαζικού τουρισμού που προωθήθηκε στη χώρα.....	295
II. Κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα: Αλλαγές, ανατροπές και νέα δεδομένα.....	296
Α. Απόψεις για τη συμβολή του τουρισμού στην τοπική κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη: Η διαμόρφωση ενός ιδιότυπου δυϊσμού.....	296
Β. Κοινωνικές σχέσεις και παραδόσεις: Η πορεία προς την αστικοποίηση.....	300
Γ. Γυναίκες: Η δύσκολη πορεία προς τη μερική κοινωνική και οικονομική αυτονομία στις τουριστικές περιοχές της υπαίθρου.....	302
Δ. Η «τουριστικοποίηση» της κοινωνικής δομής: Ένας επιφανειακός εκσυγχρονισμός.....	305
Ε. Αλλαγές στη δομή της οικογένειας: Ο ρόλος των νέων.....	307
ΣΤ. Οι αλλαγές στον τρόπο εκτίμησης της κοινωνικής θέσης: Από τα «καλά» επαγγέλματα στην πολυδραστηριότητα και στην «πολυσθένεια».....	309
Ζ. Ο τουρίστας ως «άλλος»: Εμπορευματοποίηση, αποστάσεις αλλά και επικοινωνία.....	310
Σημειώσεις.....	316

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4, *Πάρις Τσάρτας, Ευθυμία Σαραντάκου*

ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ Η ΑΜΦΙΣΒΗΤΗΣΗ ΤΟΥ ΚΥΡΙΑΡΧΟΥ ΠΡΟΤΥΠΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΩΣ ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕΤΑ ΤΟ 1980.....	323
---	-----

<i>Εισαγωγή</i>	323
-----------------------	-----

I. Οι επιπτώσεις στο περιβάλλον: Πολυσύνθετες διαστάσεις ενός καθοριστικού ζητήματος για την ελληνική τουριστική ανάπτυξη.....	330
Α. Οι επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον.....	330
Β. Οι επιπτώσεις στο δομημένο περιβάλλον.....	332
Γ. Επιπτώσεις στη φέρουσα ικανότητα των τουριστικών οικισμών και περιοχών: Το ζήτημα της τουριστικής χωρητικότητας και του υπερτουρισμού.....	335
Δ. Η διαχείριση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.....	337
II. Η αμφισβήτηση του κυρίαρχου προτύπου τουριστικής ανάπτυξης.....	340
Α. Η κριτική επιστημονική προσέγγιση στις διαφορετικές πλευρές της ελληνικής τουριστικής ανάπτυξης.....	340
Β. Η αλλαγή των κινήτρων των τουριστών και η αλλαγή της νοοτροπίας των επιχειρηματιών: Η αμφίδρομη σχέση της ζήτησης και της προσφοράς.....	341
Γ. Ο θεσμικός ρόλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην ανάπτυξη των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.....	344
III. Η «άλλη» τουριστική Ελλάδα: Μια ενδεικτική καταγραφή ορισμένων ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού με αναπτυξιακές προοπτικές.....	347

A. Οικοτουρισμός	350
B. Γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί	351
Γ. Ορεινός τουρισμός	352
Δ. Θαλάσσιος τουρισμός: Η περίπτωση του ιστιοπλοϊκού τουρισμού	353
E. Ιαματικός τουρισμός και τουρισμός ευεξίας	354
ΣΤ. Πολιτισμικός τουρισμός	355
Z. Συνεδριακός τουρισμός και τουρισμός κινήτρων	357
H. Γαστρονομικός και οινικός τουρισμός	357
Σημειώσεις	360
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5, <i>Ευθυμία Σαραντάκου</i>	
ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΞΕΛΙΞΗΣ ΔΕΚΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ	373
I. Επιλογή και πλαίσιο διερεύνησης των δέκα ελληνικών προορισμών	373
II. Αποτύπωση των σταδίων εξέλιξης των δέκα προορισμών την περίοδο 1960-2020.....	374
Ομάδα (Α): Λουτράκι, Καμένα Βούρλα.....	376
Ομάδα (Β): Αίγινα, Ναύπλιο και Δελφοί	379
Ομάδα (Γ): Άγιος Νικόλαος, Κασσάνδρα, Αχιλλειον (Μπενίτσες)	381
Ομάδα (Δ): Μύκονος, Σκιάθος.....	384
III. Μηχανισμοί επιρροής της εξέλιξης των δέκα επιλεγμένων ελληνικών προορισμών	386
Α. Στάδιο ενεργοποίησης του τουρισμού στις υπο εξέταση περιοχές	386
Β. Πρώτο στάδιο ανάπτυξης-μεγέθυνσης 1965-1980.....	388
Γ. Δεύτερο στάδιο ανάπτυξης για τους προορισμούς μαζικού τουρισμού και σταθεροποίησης για τις λουτροπόλεις: 1980-1990.....	392
Δ. Στάδιο σταθεροποίησης-στασιμότητας και ανακατατάξεων: 1990-2000	396
Ε. Στάδιο μεταστασιμότητας: 2000-2020.....	398
Ανακεφαλαίωση και διεξαγωγή συμπερασμάτων.....	404
Σημειώσεις	406
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6, <i>Πάρις Τσάρτας, Ευθυμία Σαραντάκου</i>	
Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ 21ο ΑΙΩΝΑ ΚΑΙ ΣΤΗ ΜΕΤΑ-COVID 19 ΕΠΟΧΗ: ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ, ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ.....	411
I. ΠΕΔΙΟ ΠΡΩΤΟ: Βιώσιμη τουριστική πολιτική.....	412
1. Ουσιαστική θεσμική εκπροσώπηση του τουρισμού.....	412
2. Στρατηγικός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης με περιβαλλοντική και λειτουργική διάσταση	413
3. Εκπροσώπηση του συνόλου των ομάδων συμφερόντων που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη και πολιτική.....	414
4. Η έρευνα ως βασικό εργαλείο της τουριστικής πολιτικής και της διαχείρισης κρίσης	416
5. Εκπαίδευση-Ανθρώπινο δυναμικό.....	417
II. ΠΕΔΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: Ανταγωνιστικότητα του ελληνικού προϊόντος.....	419
1. Εμπλουτισμός στα προσφερόμενα προϊόντα με υποδομές ή υπηρεσίες των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.....	419

2. Αναβάθμιση των προσφερόμενων υποδομών και υπηρεσιών και του επιχειρηματικού περιβάλλοντος του οργανωμένου τουρισμού διακοπών ...	420
3. Τεχνολογική αναβάθμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος	422
4. Προώθηση συνεργασιών είτε ενδοτομεακά (clusters, συστάδες και δίκτυα διαφορετικού τύπου τουριστικών επιχειρήσεων) είτε διατομεακά (δημόσιος και ιδιωτικός τομέας, ΟΤΑ)	423
5. Μάρκετινγκ ελληνικού τουριστικού προϊόντος.....	424
6. Η διευρυμένη και συστημική θεώρηση της λειτουργίας του τουρισμού.....	425
III. ΠΕΔΙΟ ΤΡΙΤΟ: Ειδικές παρεμβάσεις στη ζήτηση και στην προσφορά.....	427
1. Ημεδαπός τουρισμός.....	427
2. Παραθερισμός και οργανωμένη παραθεριστική δόμηση (real estate).....	428
3. Τοπικότητα-Τουριστικοί προορισμοί.....	430
4. Ολυμπιακά έργα.....	431
5. Βιωσιμότητα -Κλιματική αλλαγή.....	432
6. Τουρισμός όλο τον χρόνο.....	433
 <i>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</i>	 437