



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η διατροφή Κοσέρ και η διατροφή Χαλάλ ως
παράγοντας ενίσχυσης του τουριστικού προϊόντος**

ΠΟΥΛΑΚΗ ΧΡΥΣΑΝΘΗ

Εποπτεύων καθηγητής: ΓΙΑΝΝΟΥΚΟΥ ΙΩΑΝΝΑ

Πύργος, Σεπτέμβριος 2019

Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	iv
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	vi
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο Τουρισμός	3
1.1. Ορισμός τουρισμού	3
1.2. Συμβολή τουρισμού στην ελληνική οικονομία	7
1.3. Τουρισμός και Διατροφή	10
1.4. Διατροφή και θρησκεία	12
2.1. Χριστιανισμός – πληθυσμιακά στοιχεία.....	16
2.2. Χριστιανισμός -Βασικές διατροφικές συνήθειες.....	18
2.3. Ισλάμ –πληθυσμιακά στοιχεία.....	19
2.4. Διατροφή Μουσουλμάνων (Χαλάλ-Χαράμ)	21
2.4.1. Χαλάλ και Χαράμ	21
2.4.2. Κανόνες σφαγής ζώων	23
2.4.3. Πρακτικές διατροφής σε γιορτές – νηστεία	25
2.5. Εβραϊκή θρησκεία – πληθυσμιακά στοιχεία	25
2.6. Διατροφή των Εβραίων (Κοσέρ).....	28
2.6.1. Τροφές κοσέρ και απαγορευμένες τροφές.....	28
2.6.2. Κανόνες σφαγής ζώων	29
2.6.3. Κανόνες επεξεργασίας και προετοιμασίας τροφίμων.....	30
Κεφάλαιο 3 ^ο : Τουρισμός, Διατροφή και Θρησκεία	31
3.1. Επιλογές τροφίμων κατά την διάρκεια των διακοπών και ο τρόπος που επηρεάζεται από την θρησκεία.....	31
3.2. Τουρισμός Χαλάλ και Κοσέρ.....	32
3.3. Παραδείγματα τουριστικών επιχειρήσεων που προσφέρουν υπηρεσίεςχαλάλ.....	33
Κεφάλαιο 4 ^ο : Έρευνα	36
4.2. Σκοπός έρευνας	36
4.2. Ερωτηματολόγιο.....	36
4.3. Διαδικασίες έρευνας.....	36
4.4. Αποτελέσματα έρευνας	37
4.5. Ερμηνεία αποτελεσμάτων	44

Κεφάλαιο 5 ^ο : Συμπεράσματα και Προτάσεις.....	46
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	48
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	52

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία εστιάζει στην σύνδεση μεταξύ της διατροφής, του τουρισμού και της θρησκείας. Οι διατροφικές πρακτικές άλλων θρησκειών, πέραν του Χριστιανισμού που είναι γνωστές για τους Έλληνες, είναι μείζονος σημασίας για τον σύγχρονο κλάδο των τουριστικών επιστημών, καθώς το τουριστικό φαινόμενο γίνεται όλο και περισσότερο παγκόσμιο, με τα διεθνή ταξίδια να αυξάνονται συνεχώς με την πάροδο των ετών. Οι διαφορετικοί πολιτισμοί διασυνδέονται με την αύξηση των διεθνών ταξιδιών και μαθαίνουν ο ένας για τα συνήθειες και τις πρακτικές του άλλου. Οι απόφοιτοι των τουριστικών σχολών είναι αναγκαίο να έχουν όλες τις απαραίτητες γνώσεις σχετικά με τις ιδιαίτερες συνήθειες και πρακτικές διατροφής των ξένων λαών, ώστε να μπορέσουν να παρέχουν εξατομικευμένες υπηρεσίες εξυπηρέτησης σε συγκεκριμένες θρησκευτικές ομάδες τουριστών. Αυτοί είναι και οι βασικοί λόγοι για την επιλογή του θέματος της παρούσας διπλωματικής.

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ

Βεβαιώνω/ουμε ότι είμαι/είμαστε ο/οι συγγραφείς/εις αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα/είχαμε για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία.

Επίσης, έχω/έχουμε αναφέρει τις οποίες πηγές από τις οποίες έκανα /κάναμε χρήση δεδομένων, ιδεών η λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες.

Ακόμη δηλώνω/ουμε ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα/εμάς προσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία ότι θα αναλάβω/ουμε πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχτεί ότι δεν μου/μας ανήκει.


ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 1

ΑΡΙΘ.ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

Χρυσάνθη Πουλάκη

755



ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 2

ΑΡΙΘ.ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

.....

.....

.....

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 3

ΑΡΙΘ.ΜΗΤΡΩΟΥ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

.....

.....

.....

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία μελετά την σύνδεση μεταξύ του τουρισμού, της θρησκείας και της διατροφής, δίνοντας έμφαση στις διατροφές χαλάλ και κοσέρ στον τουρισμό. Το θέμα καλύπτεται αρχικά σε θεωρητικό επίπεδο, μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε εμπειρική έρευνα σε 50 ξενοδοχεία στην Ελλάδα προκειμένου να μελετηθεί αν αυτά προσφέρουν τις διατροφές χαλάλ και κοσέρ, καθώς και για να διερευνηθούν οι απόψεις των υπευθύνων των F&B τμημάτων σχετικά με την σημασία της ύπαρξης της διατροφής χαλάλ και κοσέρ για τα ξενοδοχεία τους. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι Έλληνες ξενοδόχοι έχουν χαμηλά επίπεδα γνώσεων σχετικά με τα δύο είδη διατροφής. Αν και ένα σχετικά μεγάλο μέρος του δείγματος θεώρησε σημαντικό να μπορεί να παρέχει αυτά τα δύο είδη διατροφής στους επισκέπτες τους, δεν έχουν μέχρι σήμερα προβεί σε κάποιες ενέργειες για την υιοθέτηση αυτών των ειδών διατροφής από τα τμήματα F&B. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε έλλειψη γνώσεων σχετικά με τις διατροφές κοσέρ και χαλάλ, αλλά ενδεχομένως και σε οικονομικούς περιορισμούς ή άλλα οργανωτικά θέματα. Είναι απαραίτητο οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής στον τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα, να κάνουν ενέργειες ώστε να ενισχύσουν τις γνώσεις των επιχειρήσεων στον τουριστικό τομέα, σχετικά με τις ιδιαίτερες διατροφικές προτιμήσεις των διάφορων θρησκευτικών ομάδων που είναι πιθανό να επισκεφθούν την χώρα για διακοπές. Αυτό θα μπορούσε να οδηγήσει στην προσέλκυση ενός μεγαλύτερου αριθμού τουριστών στην Ελλάδα και να την κάνει πιο ανταγωνιστική στον τουριστικό τομέα.

Λέξεις κλειδιά: διατροφή, θρησκεία, χαλάλ, κοσέρ, ξενοδοχεία, τουρισμός

Abstract

The present thesis studies the link between tourism, religion and nutrition, focusing on halal and kosher diets in tourism. The subject is initially covered on a theoretical level through the review of the literature. Then an empirical study was conducted in 50 hotels in Greece to study whether they offer halal and kosher diets, as well as to investigate the views of F&B managers on the importance of having halal and kosher diets for their hotels. The results showed that Greek hoteliers have low levels of knowledge of both types of diet. Although a relatively large proportion of the sample considered it important to be able to provide these two types of diets to their visitors, they have so far not taken any steps to adopt these foods from the F&B departments. This may be due to a lack of knowledge about Kosher and Halal diets, but possibly because of financial constraints or other organizational issues. It is necessary for tourism policy makers in Greece to take action to enhance the knowledge of tourism businesses about the particular dietary preferences of the various religious groups that are likely to visit the country for vacations. This could lead to the attraction of a larger number of tourists to Greece and make it more competitive in the tourism sector.

Keywords: diet, religion, halal, kosher, hotels, tourism

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αν και η διατροφή είναι πρωτίστως μια βιολογική ανάγκη του ανθρώπου, στο πλαίσιο του τουρισμού επεκτείνεται σε μια κοινωνική και πολιτιστική ανάγκη, καθώς συχνά υπάρχει η επιθυμία από τους τουρίστες να καταναλώσουν τρόφιμα που χαρακτηρίζουν το κλίμα και τον πολιτισμό του επισκεπτόμενου προορισμού. Στην πραγματικότητα, τα τρόφιμα και η διατροφή μπορούν να χαρακτηριστούν ως ένα τουριστικό φαινόμενο. Ιδιαίτερα και χαρακτηριστικά είδη τροφών τα οποία είναι ειδικά για συγκεκριμένους πολιτισμούς, προετοιμάζονται με ιδιαίτερο τρόπο για τους τουριστικούς επισκέπτες (Aslimoski & Gerasimoski, 2012).

Από την άλλη ωστόσο υπάρχει και ένα σύνολο τουριστών με ιδιαίτερες διατροφικές προτιμήσεις, οι οποίες συνδέονται με τον τόπο καταγωγής τους και κυρίως με την θρησκεία τους. Τα τρόφιμα για αυτούς έχουν μια ιδιαίτερη ταυτότητα και πολιτιστική σημασία και παραμένουν η πρώτη επιλογή διατροφής, κατά την επίσκεψη σε έναν τουριστικό προορισμό (Maketal., 2012).

Η επιλογή τροφίμων που είναι ειδικά για έναν πολιτισμό ή μια θρησκεία, είναι κοινή μεταξύ των Μουσουλμάνων και των Εβραίων, καθώς το Ισλάμ και ο Ιουδαϊσμός, είναι δύο θρησκείες που θέτουν διατροφικούς κανόνες, οι οποίες σε πολλές περιπτώσεις ακολουθούνται ρητά και πιστά από τους οπαδούς των δύο θρησκειών. Μια διατροφική πρακτική που είναι σχετικά κοινή μεταξύ των δύο θρησκειών είναι η απαγόρευση της κατανάλωσης συγκεκριμένων τροφών, όπως για παράδειγμα το χοιρινό κρέας ή οποιοδήποτε άλλο είδος κρέατος, το οποίο έχει παρθεί από ζώα που δεν έχουν σφαχτεί με συγκεκριμένους τρόπους και διαδικασίες (Μοίρα και Μυλωνόπουλος, 2012).

Ειδικότερα το Κοράνι, το βασικό ιερό βιβλίο του Ισλάμ διαχωρίζει τις τροφές επιτρεπόμενες (χαλάλ) και απαγορευμένες (χαράμ). Ομουςουλμάνοι, δηλαδή οι ακόλουθοι της θρησκείας του Ισλάμ επιτρέπεται να τρώνε ό, τι είναι «καλό» - δηλαδή, τα τρόφιμα και τα ποτά που αναγνωρίζονται ως καθαρά, αγνά, υγιεινά, θρεπτικά και ευχάριστα στη γεύση (χαλάλ) (Al-Qaradhawi & Bin Daud, 2016). Παρόμοια, στο Ιουδαϊσμό υπάρχουν οι κανόνες κοσέρ, οι οποίοι σύμφωνα με το εβραϊκό δίκαιο, ορίζουν τις επιτρεπτές και τις απαγορευμένες τροφές για τους Εβραίους, καθώς και ένα σύνολο πρακτικών για την παρασκευή και το μαγείρεμα των τροφίμων. Και στις δύο θρησκείες, υπάρχει επίσης ένα σύνολο κανόνων που ακολουθούνται για την σφαγή των ζώων, οι οποίες είναι παρόμοιες μεταξύ τους (Hewamanage, 2016).

Στην βιομηχανία του τουρισμού, πολλές επιχειρήσεις, όπως τα ξενοδοχεία και οι επισιτιστικές επιχειρήσεις, οι οποίες επιθυμούν να προσελκύσουν πελάτες από τις θρησκευτικές αυτές ομάδες, συχνά προσφέρουν τις διατροφές χαλάλ και κοσέρ. Πολλές χώρες ιδιαίτερα στην Δυτικές κοινωνίες έχουν αρχίσει να προβαίνουν στην αναβάθμιση των τουριστικών τους υπηρεσιών, ώστε να προσελκύσουν τουρίστες από αυτές τις ομάδες, δεδομένου ότι για παράδειγμα ο πληθυσμός των μουσουλμάνων παρουσιάζει τάσεις αύξησης μέσα στις επόμενες δεκαετίες (Μοίρα και Μυλωνόπουλος, 2012).

Στο πλαίσιο αυτό σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνήσει την σύνδεση μεταξύ του τουρισμού, της θρησκείας και της διατροφής, με έμφαση στις διατροφές χαλάλ και κοσέρ στον τουρισμό. Το θέμα καλύπτεται αρχικά σε θεωρητικό επίπεδο, μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας. Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα έρευνας που έγινε σε 50 ξενοδοχεία στην Ελλάδα με σκοπό να μελετηθεί αν αυτά προσφέρουν τις

διατροφές χαλάλ και κοσέρ, καθώς και για να μελετηθούν οι απόψεις των υπευθύνων των F&B τμημάτων σχετικά με την σημασία της ύπαρξης της διατροφής χαλάλ και κοσέρ για τα ξενοδοχεία τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο Τουρισμός

1.1. Ορισμός τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς στον κόσμο και βασικός φορέας της κοινωνικοοικονομικής προόδου και της διασύνδεσης των πολιτισμών και των κοινωνιών. Αποτελεί ένα οικονομικό και πολιτισμικό φαινόμενο, για το οποίο μέχρι σήμερα έχουν αναπτυχθεί πολλοί ορισμοί. Το 1963, η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τα Διεθνή Ταξίδια και τον Τουρισμό (United Nations Conference on International Travel and Tourism) συμφώνησε να χρησιμοποιήσει τον όρο «επισκέπτες» για να περιγράψει τα άτομα που επισκέπτονται μια άλλη χώρα. Αυτός ο ορισμός κάλυψε δύο κατηγορίες επισκεπτών: (i) τους τουρίστες, οι οποίοι αναφέρονται ως προσωρινοί επισκέπτες σε μια τοποθεσία, στην οποία διαμένουν τουλάχιστον 24 ώρες. Αν ταξιδεύουν για αναψυχή, υγεία, αθλητισμό, διακοπές, σπουδές ή για θρησκευτικούς σκοπούς, η επίσκεψή τους θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως αναψυχή, (ii) τους εκδρομείς, συμπεριλαμβανομένων των ταξιδιωτών κρουαζιέρας, οι οποίοι μπορούν να θεωρηθούν ως προσωρινοί επισκέπτες, εάν μένουν σε έναν προορισμό λιγότερο από 24 ώρες. Ωστόσο, αυτοί οι ορισμοί δεν λαμβάνουν υπόψη τους εγχώριους τουρίστες (Camilleri, 2018).

Το 1976, το Ινστιτούτο Τουρισμού (το οποίο αργότερα μετονομάστηκε σε Εταιρεία Τουρισμού-Tourism Society) πρότεινε ότι ο τουρισμός είναι η προσωρινή βραχυπρόθεσμη μετακίνηση των ανθρώπων σε προορισμούς εκτός των τόπων όπου ζουν και εργάζονται κανονικά. Ως εκ τούτου, ο τουρισμός περιλαμβάνει την κίνηση ανθρώπων για όλους τους σκοπούς, συμπεριλαμβανομένων των ημερήσιων επισκέψεων ή των εκδρομών (Cooper, 2008).

Αυτός ο ευρύτερος ορισμός αναδιατυπώθηκε σε κάποιο βαθμό στη Διεθνή Διάσκεψη για τον Τουρισμό Αναψυχής (International Conference on Leisure Recreation Tourism) η οποία οργανώθηκε από το Παγκόσμιο Δίκτυο Τουριστικών Εμπειρογνομών (AIEST) και την Εταιρεία Τουρισμού στο Κάρντιφ, το 1981. Σύμφωνα με τον νέο ορισμό, ο τουρισμός μπορεί να οριστεί στο πλαίσιο συγκεκριμένων δραστηριοτήτων και να αναληφθεί εκτός του οικιακού περιβάλλοντος. Ο τουρισμός μπορεί να συμπεριλαμβάνει τη διανυκτέρευση μακριά από το σπίτι (Camilleri, 2018).

Αργότερα, το 1991, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO) δήλωσε ότι ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη έξω από το συνηθισμένο τους περιβάλλον για όχι περισσότερο από ένα συνεχές έτος για ψυχαγωγικούς, επιχειρηματικούς ή άλλους σκοπούς (UNWTO, 2014).

Ο ορισμός αυτός είναι αρκετά δημοφιλής σήμερα και περιλαμβάνει τρία βασικά κριτήρια, τα οποία είναι η γεωγραφική διάσταση (έξω από το συνηθισμένο περιβάλλον), την χρονική διάσταση (διάρκεια διαμονής) και ο σκοπός του ταξιδιού (επαγγελματικοί ή λόγοι αναψυχής). Το συνηθισμένο περιβάλλον είναι μια βασική έννοια στον τουρισμό, και ορίζεται ως μια γεωγραφικά

οριοθετημένη περιοχή (αν και όχι απαραίτητα παρακείμενη) μέσα στην οποία ένα άτομο ασκεί τις συνήθεις δραστηριότητες της ζωής του. Πιο συγκεκριμένα, το σύνθητες περιβάλλον ενός ατόμου περιλαμβάνει τον τόπο συνήθους κατοικίας του νοικοκυριού στον οποίο ανήκει, τον δικό του τόπο εργασίας ή σπουδών και κάθε άλλο μέρος που επισκέπτεται τακτικά και συχνά, ακόμη και όταν αυτό ο τόπος βρίσκεται μακριά από τον τόπο συνήθους κατοικίας του ή σε άλλη τοποθεσία, εκτός από τις εξοχικές κατοικίες. Έτσι, το σύνθητες περιβάλλον περιλαμβάνει τον τόπο κατοικίας, τον τόπο εργασίας, τον τόπο σπουδών και οποιοδήποτε μέρος επισκέπτεται κάποιος τακτικά. Με αυτή την παρατήρηση, το UNWTO δηλώνει τη σημασία του καθορισμού μίας σταθερής απόστασης για ταξίδια, προκειμένου να καθοριστεί το όριο του συνήθους περιβάλλοντος. Για τους διεθνείς τουρίστες, η διέλευση των διοικητικών συνόρων είναι ένα βασικό κριτήριο για να θεωρηθεί ότι κάποιος βρίσκεται εκτός της συνήθους κατοικίας τους, ωστόσο η διαφοροποίηση αυτή καθίσταται πιο δύσκολη, όταν γίνεται λόγος για τους εγχώριους τουρίστες. Θεωρείται γενικά ότι ένας εγχώριος ταξιδιώτης πρέπει να ταξιδέψει 160 χιλιόμετρα για να θεωρηθεί τουρίστας, αν και δεν υπάρχει συναίνεση ως προς αυτή την απόσταση (UNWTO, 2014; Yu et al., 2012).

Η χρονική διάρκεια του ταξιδιού είναι ένα δεύτερο βασικό κριτήριο του ορισμού του τουρισμού, που αποδόθηκε από τον UNWTO, σύμφωνα με τον οποίο για να θεωρηθεί κάποιος τουρίστας πρέπει να διαμείνει εκτός της συνήθους κατοικίας του από τουλάχιστον 24 ώρες έως λιγότερο από ένα χρόνο. Οι Lickorish και Jenkins (1999) ορίζουν τη διάρκεια του ταξιδιού ως τη «διάρκεια της μη ύπαρξης» στο σύνθητες περιβάλλον. Ο τουρίστας θα απουσιάζει από το σύνθητες περιβάλλον του, ανεξάρτητα από το αν περνάει μια μέρα ή ένα χρόνο στον προορισμό. Σε αυτή την περίπτωση, ένα άτομο που ταξιδεύει σε διάφορους προορισμούς (π.χ. περιοδεία ή κρουαζιέρα) θα εξακολουθεί να θεωρείται τουρίστας, ανεξάρτητα από το χρόνο που αφιερώνεται σε προορισμό. Πολλοί προορισμοί ωστόσο θεωρούν τα άτομα ως τουρίστες ανεξάρτητα από τη διάρκεια της παραμονής τους (Pearce, 2011).

Το τρίτο βασικό στοιχείο στον ορισμό του τουρισμού είναι ο σκοπός του ταξιδιού. Με βάση το κίνητρο του ταξιδιού, οι ταξιδιώτες διαχωρίζονται σε δύο βασικές ομάδες: αυτούς που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους και αυτούς που ταξιδεύουν για λόγους αναψυχής. Η αναψυχή μπορεί να περιλαμβάνει άτομα που ταξιδεύουν σε τοποθεσίες για να επισκεφθούν φίλους και συγγενείς, για διακοπές, επίσκεψη αξιοθέατων, για θρησκευτικά προσκυνήματα, για λόγους σχετικούς με τον αθλητισμό, για λόγους υγείας, για ψώνια, κ.α. Για τους ταξιδιώτες αναψυχής, η οργάνωση του ταξιδιού είναι αρκετά ελαστική, από την άποψη δεν υπάρχει ένα καθορισμένο χρονοδιάγραμμα. Από την άλλη οι επαγγελματίες ταξιδιώτες είναι μια ιδιαίτερη ομάδα, η οποία έχει μικρή διακριτική ευχέρεια όσον αφορά την επιλογή του μελλοντικού προορισμού ή το χρονοδιάγραμμα του ταξιδιού του. Γενικά, ο σκοπός του ταξιδιού τους δεν είναι να απολαύσουν τα αξιοθέατα και τις εγκαταστάσεις των προορισμών. Τα επαγγελματικά ταξίδια συνήθως οργανώνονται σε σύντομο χρονικό διάστημα και για συγκεκριμένες και σύντομες περιόδους. Ο ταξιδιώτης που ταξιδεύει για επαγγελματικούς σκοπούς, θεωρείται ως τουρίστας εφόσον δεν αμείβεται από τη χώρα υποδοχής. Περιλαμβάνει επίσης διπλωμάτες και στρατιωτικούς που συμμετέχουν σε μη κυβερνητικές αποστολές. Αυτός ο σκοπός αποκλείει τους ταξιδιώτες που ταξιδεύουν για να εργάζονται για λιγότερο από ένα έτος, δεδομένου ότι κάθε είδος αμοιβής που προέρχεται από το ταξίδι αποκλείει τον ταξιδιώτη, από το να είναι τουρίστας (Swarbrooke & Horner, 2001).

Παρ' όλα αυτά, κάποιοι ερευνητές πιστεύουν ότι οι τουρίστες δεν γίνεται να κατηγοριοποιούνται με βάση το κίνητρο του ταξιδιού. Για παράδειγμα, οι Boztug, Babakhani, Laesser και Dolnicar (2015) υποστηρίζουν ότι οι τουρίστες μπορεί να βιώσουν μια αλλαγή στα κίνητρά τους κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Οι στόχοι του ταξιδιού μπορούν να

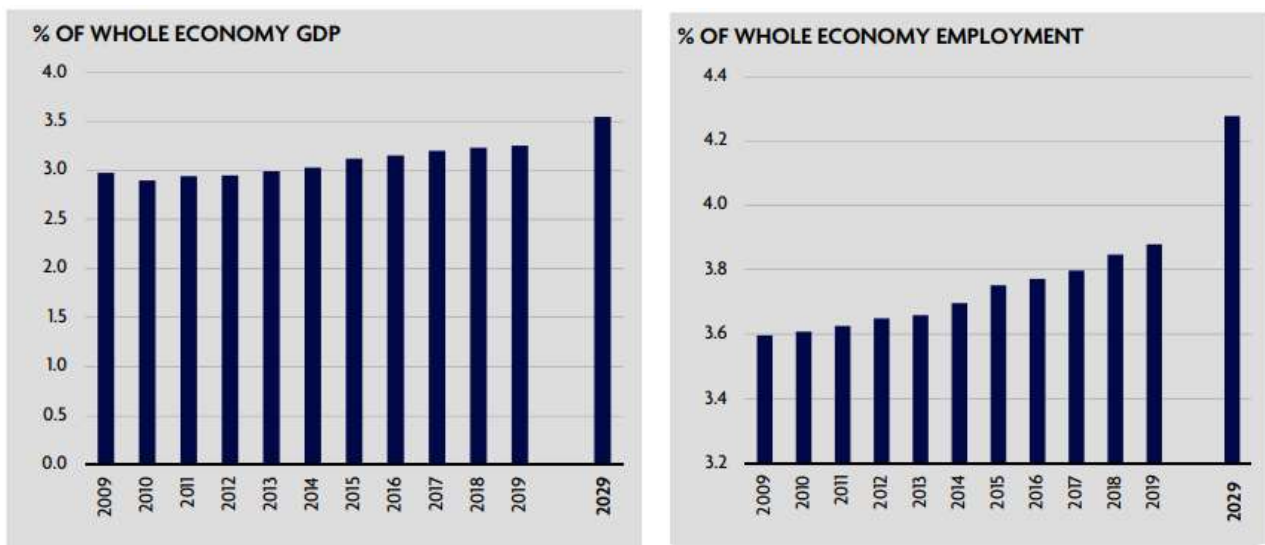
συνδυαστούν. Ο τουρισμός είναι μια πολύ σύνθετη βιομηχανία ειδικά με τις αλλαγές στις σύγχρονες τουριστικές συμπεριφορές, που προκύπτουν από τη χρήση του διαδικτύου, την αλλαγή της δομής του τουρισμού και από το άνοιγμα των συνόρων. Για παράδειγμα, κάποιο άτομο μπορεί να ταξιδεύει συνδυαστικά για δύο σκοπούς, δηλαδή και για επαγγελματικούς σκοπούς και για αναψυχή. Επίσης, υπάρχουν άτομα τα οποία αναζητούν θέσεις εργασίας με μερική απασχόληση ή εποχιακή απασχόληση, προκειμένου να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι. Η περίπτωση του Λονδίνου είναι ένα καλό παράδειγμα, στο οποίο μερικά άτομα αναζητούν εργασία για να μπορούν να επισκέπτονται το Λονδίνο και να συγχωνεύουν τις διακοπές με την εργασία τους (McCabe, 2009).

Μια βασική διαφοροποίηση που γίνεται για τα είδη του τουρισμού, είναι αυτή μεταξύ του διεθνούς και του εγχώριου τουρισμού. Ο εγχώριος τουρισμός αφορά τα ταξίδια που πραγματοποιούνται αποκλειστικά στα εθνικά σύνορα της χώρας καταγωγής του ταξιδιώτη, ενώ ο διεθνής τουρισμός αναφέρεται στα ταξίδια που γίνονται έξω από τα σύνορα της χώρας καταγωγής του ταξιδιώτη. Στα διεθνή ταξίδια, ένας τουρίστας αναφέρεται επίσης ως εισερχόμενος για τη χώρα προορισμού, ενώ θεωρείται ως εξερχόμενος τουρίστας στη χώρα κατοικίας. Ένας διεθνής τουρίστας θα είναι ταυτόχρονα εισερχόμενος και εξερχόμενος τουρίστας, ανάλογα από με την προοπτική της χώρας (Mathieson & Wall, 1982).

Τις τελευταίες δεκαετίες, ο τουρισμός έχει καταστεί βασικός μοχλός της κοινωνικοοικονομικής προόδου μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας, των εσόδων από εξαγωγές και της ανάπτυξης υποδομών για πολλούς προορισμούς σε όλο τον κόσμο. Από το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις (διανυκτέρευση) παγκοσμίως γνώρισαν συνεχή ανάπτυξη, φθάνοντας τα 1.239 εκ. το 2016, σε σύγκριση με 25 εκ. αφίξεις το 1950. Οι αφίξεις αυτές δημιούργησαν 1.108 δις ευρώ σε διεθνή εισοδήματα από το τουρισμό το 2016. Η συνολική παγκόσμια ζήτηση για διεθνή τουρισμό παρέμεινε ισχυρή το 2016 παρά τις προκλήσεις, αλλά με ελαφρώς πιο μέτριο ρυθμό ανάπτυξης σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια (UNWTO, 2017).

Περίπου 46 εκ. περισσότεροι τουρίστες ταξίδεψαν διεθνώς το 2016 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, σημειώνοντας αύξηση 4% στα 1,107 εκ. Οι διεθνείς αφίξεις αυξήθηκαν με ρυθμό 4% ετησίως ή υψηλότερο για επτά συναπτά έτη μετά την παγκόσμια οικονομική κρίση του 2009. Το 2012, οι διεθνείς αφίξεις τουριστών σε ένα χρόνο υπερέβησαν για πρώτη φορά το όριο του 1 δις. Το 2016, ο αριθμός αυτός ξεπέρασε τα 1,2 δις και καταγράφηκαν 305 εκ. περισσότερες διεθνείς αφίξεις τουριστών σε σύγκριση με τα 930 εκ. πριν από την κρίση του 2008 (UNWTO, 2017).

Σύμφωνα με την τελευταία έκθεση του Παγκόσμιου Συμβουλίου για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό (WTTC), ο παγκόσμιος τομέας του τουρισμού και των ταξιδιών παρουσίασε ανάπτυξη κατά 3,9%, μεταξύ των ετών 2017-2018, συμβάλλοντας στην παγκόσμια οικονομία κατά 8,8 τρις δολ. και κατά 319 εκ. θέσεις εργασίας. Σύμφωνα με την ίδια πηγή, ο τομέας του τουρισμού αναπτύχθηκε ταχύτερα από την παγκόσμια οικονομία (3,2%) και συνεισέφερε στο 10,4% της παγκόσμιας οικονομικής δραστηριότητας. Μέχρι το 2029 εκτιμάται ότι θα συνεισφέρει στην παγκόσμια οικονομία (ΑΕΠ) πάνω από 3,5%. Μελλοντικά, ο τομέας του τουρισμού και των ταξιδιών προβλέπεται ότι θα συμβάλει σε 100 εκ. νέες θέσεις εργασίας παγκοσμίως κατά τα επόμενα δέκα χρόνια, αντιπροσωπεύοντας 421 εκ. θέσεις εργασίας έως το 2029 (WTTC, 2019) (Διάγραμμα 1.1.).



Διάγραμμα 1.1. (α) Συνεισφορά Τουρισμού και Ταξιδιών στην παγκόσμια οικονομία, (β) Συνεισφορά Τουρισμού και Ταξιδιών στην παγκόσμια απασχόληση, 2009-2019 και εκτιμήσεις για το 2029

Σε ότι αφορά την αγορά της Ευρώπης, αυτή αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο μερίδιο των διεθνών αφίξεων τουριστών, καθώς καταγράφηκαν 619 εκ. αφίξεις το 2016 ή το 50% του συνόλου του κόσμου. Αυτό αντιπροσωπεύει μια αύξηση της τάξης του 2% από το 2015, ωστόσο καταγράφηκαν ανάμεικτα αποτελέσματα σε επίπεδο προορισμού. Η περιφέρεια της Ασίας – Ειρηνικού είναι η δεύτερη μεγαλύτερη περιοχή, με 306 εκ. διεθνείς αφίξεις να καταγράφονται το 2016 ή το 25% του συνόλου του κόσμου. Η Ασία γνώρισε την ταχύτερη ανάπτυξη όλων των περιοχών του κόσμου το 2016, με αύξηση των αφίξεων κατά 8%. Η Αμερική αντιπροσωπεύει το 16% των διεθνών τουριστικών αφίξεων παγκοσμίως, με 201 εκ. αφίξεις το 2016, οι οποίες ήταν αυξημένες κατά 4% από το 2015. Στην περιφέρεια της Αφρικής καταγράφηκαν 58 εκ. αφίξεις το 2016 (5% του συνόλου του κόσμου) μετά από έντονη αύξηση 8%, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Η Ευρώπη είναι επίσης η μεγαλύτερη περιφέρεια όσον αφορά τις διεθνείς εισπράξεις από τον τουρισμό, με κέρδη 406 δις € το 2016 ή το 37% των παγκόσμιων τουριστικών εσόδων. Αυτό αντιπροσωπεύει μια αύξηση της τάξης του 1% σε σύγκριση με το 2015 σε πραγματικούς όρους (UNWTO, 2017).

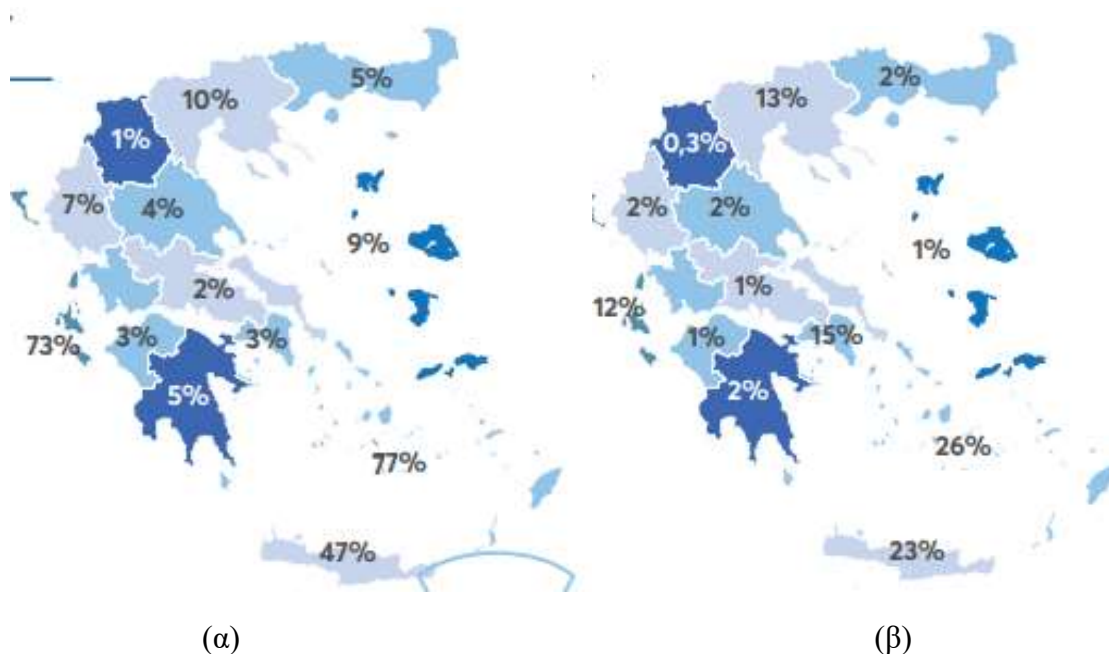
Ειδικότερα οι χώρες της ΕΕ-28 έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο των διεθνών αφίξεων στην Ευρώπη. Η ΕΕ αντιπροσωπεύει το 40% των διεθνών αφίξεων τουριστών και το 31% των διεθνών εισπράξεων του τουρισμού παγκοσμίως. Ο χώρος Σένγκεν, ο οποίος επιτρέπει στους ταξιδιώτες να κυκλοφορούν ελεύθερα σε 22 χώρες της ΕΕ και τέσσερις χώρες εκτός ΕΕ, ευνοεί σε μεγάλο βαθμό τον ενδοπεριφερειακό τουρισμό. Το κοινό νόμισμα που είναι κοινό από τα 19 από τα 28 κράτη μέλη διευκολύνει επίσης σημαντικά τον τουρισμό. Όπως και σε άλλες περιοχές του κόσμου, οι τάσεις των εισερχόμενων αφίξεων στους προορισμούς της ΕΕ οφείλονται σε μεγάλο βαθμό στην εξερχόμενη ζήτηση από αγορές πηγών της ΕΕ. Το 2016, οι χώρες της ΕΕ σημείωσαν μια σταθερή αύξηση 4% στις διεθνείς αφίξεις, φτάνοντας σε 21 εκ. το 2016. Οι συνολικές αφίξεις έφθασαν στο μισό δισεκατομμύριο, αντιπροσωπεύοντας το 40% του συνόλου του κόσμου. Ήταν η έβδομη συνεχής χρονιά σταθερής ανάπτυξης για τις 28 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μετά την παγκόσμια χρηματοπιστωτική και οικονομική κρίση του 2009. Οι χώρες της ΕΕ κατέγραψαν συνολικά 342 δις € σε διεθνή έσοδα από τον

τουρισμό το 2016, δηλαδή αύξηση κατά 3% σε πραγματικούς όρους, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, γεγονός που συμβαδίζει με την αύξηση των αφίξεων (UNWTO, 2017).

1.2. Συμβολή τουρισμού στην ελληνική οικονομία

Η συμβολή του τουρισμού θεωρείται βασικό στοιχείο στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας αλλά και της εθνικής οικονομίας γενικότερα, καθώς η Ελλάδα αποτελεί ένα σημαντικό πόλο έλξης για τους τουρίστες σε παγκόσμιο επίπεδο. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, οι τουριστικές εισπράξεις ανέρχονται στα 12 εκ. € ετησίως. Ο τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη και ευημερία πολλών περιοχών, διότι βοηθά στην περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη.

Ο τουρισμός συμβάλλει άμεσα και έμμεσα στην οικονομική δραστηριότητα της Ελλάδας σε ποσοστό περίπου 15% του ΑΕΠ(Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος). Σύμφωνα με το WTTC(WorldTravelTravel and TourismCouncil), το ποσοστό για την Ελλάδα για τα επόμενα δέκα χρόνια θα κυμαίνεται στην ίδια τιμή (UNWTO, 2017). Ειδικότερα για τις περιφέρειες της Ελλάδας, σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα του ΣΕΤΕ (2018), ο τουρισμός συνεισφέρει κατά 77% στο ΑΕΠ του Νότιου Αιγαίου, κατά 73% στο ΑΕΠ των Ιονίων Νήσων και κατά 47% στην Περιφέρεια της Κρήτης (Διάγραμμα 1.1.). Το Νότιο Αιγαίο αλλά και η Κρήτη συγκεντρώνουν επίσης το μεγαλύτερο ποσοστό των εσόδων από τον τουρισμό, το οποίο ανέρχεται στο 26% και στο 23% αντίστοιχα (Διάγραμμα 1.1.).



Διάγραμμα 1.1. (α) Άμεση συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας ανά περιφέρεια, (β) Κατανομή εσόδων τουρισμού ανά περιφέρεια, 2017

Πηγή: ΣΕΤΕ, 2018

Σύμφωνα με πιο αναλυτικά στοιχεία από τον ΙΝΣΕΤΕ (2018), το 2018 οι τουριστικές αφίξεις έφτασαν τα 30,1 εκ., οι οποίοι συνεισέφεραν στην ελληνική οικονομία κατά 15,9 δις €. Παρ' όλα αυτά καταγράφεται σημαντική εποχικότητα, καθώς οι περισσότερες αφίξεις συγκεντρώνονται στους μήνες Ιούνιο-Σεπτέμβριο. Τον Ιούλιο και τον Αύγουστο τα έσοδα από τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις, συγκέντρωσαν ποσοστό 21% (3,3 δις €) και 22% (3,5 δις €) αντίστοιχα, των συνολικών εσόδων από αφίξεις, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για τον Ιούνιο και τον Σεπτέμβριο ήταν 14% (2,3 δις €) και 15% (2,4 δις €). Περίπου το 68% των διεθνών τουριστών καταφθάνουν στην Ελλάδα αεροπορικώς και το 29% οδικώς (Πίνακας 1.1.) (ΙΝΣΕΤΕ, 2018).

Πίνακας 1.1. Στοιχεία εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, 2018

Εισερχόμενος Τουρισμός, 2018				
	Αφίξεις	%	Έσοδα (€)	%
Ιαν	603.474	2%	152.047.087	1%
Φεβ	484.123	2%	151.205.279	1%
Μαρ	708.169	2%	246.454.499	2%
Απρ	1.106.808	4%	463.016.875	3%
Μαι	2.449.690	8%	1.427.889.000	9%
Ιουν	4.103.702	14%	2.271.114.311	14%
Ιούλ	5.539.244	18%	3.309.532.000	21%
Αυγ	6.093.067	20%	3.541.725.670	22%
Σεπ	4.868.855	16%	2.374.119.000	15%
Οκτ	2.722.457	9%	1.347.860.000	8%
Νοε	786.222	3%	315.670.000	2%
Δεκ	656.978	2%	263.704.354	2%
Σύνολο	30.122.789	100%	15.864.338.075	100%
Αεροπορικώς	20.386.670	68%		
Οδικώς	8.796.571	29%		
Σιδηρ/μικώς	8.500	0%		
Θαλασσιώς	931.048	3%		

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, 2018

Σε σύγκριση με το 2017, οι τουριστικές αφίξεις, αυξήθηκαν κατά 10,8% (27,2 εκ.). Ομοίως τα έσοδα από τις τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 11,7%, ενώ οι διανυκτερεύσεις παρουσίασαν επίσης αύξηση από 209.855 το 2017 σε 227.012 το 2018, το οποίο αντιπροσωπεύει αύξηση της τάξης του 8,2%. Σύμφωνα με την ίδια πηγή, ημέση κατά κεφαλήν τουριστικά δαπάνη (ΜΚΔ) ανήλθε στα € 526,7 το 2017, καταγράφοντας αύξηση κατά +0,8%, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, η οποία αποδίδεται σε αύξηση της Δαπάνης ανά Διανυκτέρευση κατά +3,3% (από € 67,7 σε € 69,9). Αντίθετα η Μέση Διάρκεια Παραμονής

σημείωσε μείωση κατά -2,3% (7,5 διανυκτερεύσεις), μετά την οριακή αύξηση (+0,5%) που καταγράφηκε το 2017 (Πίνακας 1.2.) (ΙΝΣΕΤΕ, 2018).

Πίνακας 1.2. Μεταβολές βασικών μεγεθών τουρισμού, 2017-2018

	2017	2018	% Δ
Έσοδα (εκ. €)	14.203	15.864	11,7%
Διαν/σεις (χιλ.)	209.855	227.012	8,2%
Αφίξεις (χιλ.)	27.194	30.123	10,8%
Μέση Διάρκεια Παραμονής	7,7	7,5	-2,3%
ΜΚΔ	522,3	526,7	0,8%
Δαπάνη/Διαν/ση	67,7	69,9	3,3%

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, 2018

Σε ότι αφορά τις διεθνείς αεροπορικές αφίξεις για το 2016, πρώτη κατά σειρά βρίσκεται η Αθήνα με ποσοστό τουριστών 4,5 εκ., δεύτερο το Ηράκλειο με 2.9 εκ. αφίξεις, τρίτη η Ρόδος με 2,0 εκ. αφίξεις, τέταρτη η Θεσσαλονίκη είναι 1,7 εκ. αφίξεις, πέμπτη η Κέρκυρα με 1, 2 εκ. αφίξεις και έκτα τα Χανιά με 1 εκ. αφίξεις. Για το 2017, η σειρά προτίμησης των τουριστών για τους προορισμούς είναι η ίδια. Παρατηρείται όμως μία αύξηση των αφίξεων για την Αθήνα (4,7 εκ. αφίξεις) (Πίνακας 1.3.). Για το ίδιο έτος το μεγαλύτερο μέρος των διεθνών τουριστών καταφθάνουν από την Γερμανία (3.706), το Ηνωμένο Βασίλειο (3.002), την Βουλγαρία (2.546), την ΠΓΔΜ (1.571) και την Ιταλία (1.441). Ωστόσο η μέση διάρκεια παραμονής είναι μεγαλύτερη για τους διεθνείς τουρίστες που προέρχονται από την Αυστραλία (12,8 διανυκτερεύσεις), τον Καναδά (12,4 διανυκτερεύσεις), τις ΗΠΑ (11 διανυκτερεύσεις), την Κύπρο (10 διανυκτερεύσεις) και την Γερμανία (10,2 διανυκτερεύσεις) (ΣΕΤΕ).

Πίνακας 1.3. Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις στα μεγαλύτερα αεροδρόμια της Ελλάδας, 2017

Κυριότερα αεροδρόμια	2017
Αθήνα	4.797.365
Ηράκλειο	3.147.704
Ρόδος	2.178.663
Θεσσαλονίκη	1.929.916
Κέρκυρα	1.300.189
Χανιά	1.093.702
Κως	1.027.342
Ζάκυνθος	781.093

Πηγή: ΣΕΤΕ (2018)

Ο τουρισμός στην Ελλάδα, συνεισφέρει επίσης σημαντικά στην απασχόληση. Σύμφωνα με την έρευνα του ΙΝΣΕΤΕ (2018) η συνολική απασχόληση (άμεση και έμμεση) που δημιουργεί ο τουρισμός ανέρχεται στο 36,7% έως 44,2% του συνόλου της απασχόλησης στην Ελλάδα. Διαχρονικά, η εξέλιξη της απασχόλησης στον τουρισμό έχει ξεπεράσει τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας. Αν και καταγράφηκε μια πτώση μεταξύ τω ετών 2009 και 2013 κατά 5,2%, στην συνέχεια η συμβολή αυτή αυξήθηκε κατά 5,0% μεταξύ των ετών 2014-2018, όταν για την ίδια περίοδο η αύξηση της απασχόλησης στους υπόλοιπους τομείς της οικονομίας αυξήθηκε κατά 1,7% (Διάγραμμα 1.2). Ειδικότερα κατά την διάρκεια του τρίτου τριμήνου του έτους 2018, στον τομέα του τουρισμού απασχολούνταν 411,1 χιλ. άτομα. Ειδικότερα για τον τομέα των καταλυμάτων και της εστίασης η απασχόληση αυξήθηκε κατά 12,7% μεταξύ των ετών 2009-2018 (ΣΕΤΕ, 2019).



Διάγραμμα 1.2. Εξέλιξη της απασχόλησης στον τουρισμό, Ελλάδα, 2008-2018

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ (2019)

1.3. Τουρισμός και Διατροφή

Στο πλαίσιο του τουρισμού, η διατροφή επεκτείνεται από μια βιολογική ανάγκη σε μια κοινωνική και πολιτιστική ανάγκη, καθώς συχνά υπάρχει η επιθυμία από τους τουρίστες να καταναλώσουν τρόφιμα που χαρακτηρίζουν το κλίμα και τον πολιτισμό του επισκεπτόμενου προορισμού. Στην πραγματικότητα, τα τρόφιμα και η διατροφή μπορούν να χαρακτηριστούν ως ένα τουριστικό φαινόμενο. Ιδιαίτερα και χαρακτηριστικά είδη τροφών τα οποία είναι ειδικά για συγκεκριμένους πολιτισμούς, προετοιμάζονται με ιδιαίτερο τρόπο για τους τουριστικούς επισκέπτες, και προσφέρονται ως μέρος του τουριστικού πακέτου (διαμονή, τοποθεσία, θέα, κλίμα, κλπ.). Έτσι, για παράδειγμα οι τουρίστες θα λένε συχνά ότι η

κατανάλωση καφέ στη Βενετία, το Παρίσι, το Ντουμπρόβνικ ή σε άλλα τουριστικά μέρη, δεν είναι η ίδια με την κατανάλωση καφέ σε κάποιο άλλο, μη τουριστικό και μη αναγνωρίσιμο μέρος. Κατά την παραμονή τους και πολύ αργότερα, οι τουρίστες θυμούνται πάντοτε τα τρόφιμα και τη διατροφή που τους έκαναν ιδιαίτερη εντύπωση σε κάποιο τουριστικό προορισμό, αφού τα τρόφιμα, ανεξάρτητα από άλλα τουριστικά κίνητρα και αξίες, επηρεάζουν όλες τις αισθήσεις, συμπεριλαμβανομένων των αισθήσεων της όσφρησης και της γεύσης την οποία θυμάται ο φιλοξενούμενος. Ως εκ τούτου η διατροφή και το πλαίσιο μέσα στο οποίο παρέχεται στον τουρίστα, μπορεί να αποτελέσει μια μοναδική τουριστική εμπειρία (Aslimoski&Gerasimoski, 2012).

Τα τρόφιμα και η διατροφή είναι αναπόφευκτα συστατικά μέρη της προσφοράς των τουριστικών προορισμών και ως εκ τούτου αποτελούν σημαντικές αξίες και κίνητρα για τουριστικό ταξίδι και διαμονή. Σε μια τέτοια περίπτωση, μιλάμε για ένα ιδιαίτερο είδος τουρισμού που αναπτύσσεται ολοένα και περισσότερο, κατά την διάρκεια των τελευταίων ετών, τον γαστρονομικό τουρισμό. Συναφείς έννοιες είναι επίσης ο τουρισμός τροφίμων και ο μαγειρικός τουρισμός, ενώ μια επιμέρους κατηγορία του γαστρονομικού τουρισμού είναι ο οινοτουρισμός (Aslimoski&Gerasimoski, 2012).

Αν και η γαστρονομία ορίζεται ως η τέχνη του φαγητού και του ποτού, στην πραγματικότητα είναι ένας αλληλένδετος κλάδος των τεχνών και των επιστημών που έχει άμεση σχέση με τη χημεία, τη λογοτεχνία, τη βιολογία, τη γεωλογία, την ιστορία, τη μουσική, τη φιλοσοφία, την ψυχολογία, την κοινωνιολογία, την ιατρική, τη διατροφή και τη γεωργία. Ο σκοπός της γαστρονομίας είναι η διατήρηση της ανθρώπινης υγείας με την καλύτερη δυνατή διατροφή και η διασφάλιση της απόλαυσης της ζωής και του φαγητού. Τα τρόφιμα και τα ποτά που παράγονται σε περιβάλλοντα υγιεινής και είναι έτοιμα να καταναλωθούν με τρόπο που θα απευθύνεται στην οπτική και γευστική ευχαρίστηση είναι επίσης ένα από τα θέματα μελέτης της γαστρονομίας (ΣΕΤΕ, 2009).

Ο γαστρονομικός τουρισμός έχει οριστεί ως η επιδίωξη μιας μοναδικής εμπειρίας στην κατανάλωση φαγητού και ποτών στον τομέα του τουρισμού. Ο γαστρονομικός τουρισμός περιλαμβάνει τις επισκέψεις σε παραγωγούς τροφίμων, σε φεστιβάλ γαστρονομίας και φαγητού, σε εστιατόρια και ειδικούς χώρους που σχετίζονται με κάποια ειδικά τρόφιμα, την παρατήρηση των διαδικασιών παραγωγής και παρασκευής των φαγητών και την κατανάλωση φαγητού ή πιάτου που έχει προετοιμαστεί από τα χέρια ενός πολύ διάσημου σεφ. Η βιομηχανία του γαστρονομικού τουρισμού, δεν αποτελείται μόνο από τα εστιατόρια, αλλά καλύπτει κάθε είδους γαστρονομική εμπειρία. Στον τομέα αυτό περιλαμβάνονται οι σχολές μαγειρικής, τα καταστήματα που πωλούν βιβλία μαγειρικής, οι εκδρομές γαστρονομίας, οι οινοποιοί, οι αμπελώνες, οι ζυθοποιίες, τα αποστακτήρια και οι γεωργικοί παραγωγοί (ΣΕΤΕ, 2009).

Σε αρκετούς ανεπτυγμένους τουριστικούς προορισμούς, όπως το Μεξικό, η Αυστραλία, η Γαλλία, η Ιταλία, η Ισπανία, ο Καναδάς, οι Η.Π.Α., προσφέρονται στους τουρίστες οι αποκαλούμενες «μαγειρικές εκδρομές» ή μαγειρικές διαδρομές. Αυτές αποτελούν στην ουσία περιηγήσεις σε έναν ή περισσότερους τουριστικούς προορισμούς, στους οποίους οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία, όχι μόνο να δοκιμάσουν την τοπική κουζίνα και τα τρόφιμα, αλλά και να συμμετέχουν στο μαγείρεμα και την προετοιμασία τους, να κάνουν μαθήματα μαγειρικής, να παίρνουν δείπνο σε διάσημα τοπικά εστιατόρια με γνωστούς σεφ, να αγοράζουν τοπικά τρόφιμα από εγχώρια εμπορικά κέντρα, καταστήματα και αγορές τροφίμων και να επισκέπτονται παραγωγούς τροφίμων που παράγουν ειδικά είδη τροφίμων που χαρακτηρίζουν μια συγκεκριμένη καλλιέργεια ή γενικά μια περιοχή ενός τουριστικού προορισμού (π.χ. εκδρομές σε φυτείες καφέ, εκδρομές σε φυτείες τσαγιού, εκδρομές για

λάτρες της σοκολάτας, εκδρομές κρασιού –οινοδιαδρομέςκ.α.)(Aslimoski&Gerasimoski, 2012).

Πολλοί ερευνητές βλέπουν τον γαστρονομικό τουρισμό και τον μαγειρικό τουρισμό, ως ένα υπο-είδος του πολιτιστικού τουρισμού, δεδομένου ότι περιλαμβάνει την κατανάλωση τροφίμων σε ένα κοινωνικο-πολιτιστικό περιβάλλον του κράτους-υποδοχής, καθώς και έναν τρόπο διατροφής που είναι χαρακτηριστικός για τον πολιτισμό αυτό. Ο πολιτισμός, ως στοιχείο του γαστρονομικού τουρισμού, εκφράζεται γενικά με την εσωτερική προθυμία των ανθρώπων να γνωρίσουν διαφορετικούς πολιτισμούς. Μέσω του παραδοσιακού φαγητού και του παραδοσιακού τρόπου προετοιμασίας, εξυπηρέτησης και σεβιβρίσματος του, ο πολιτιστικός τουρισμός αντιπροσωπεύει στην πραγματικότητα τη διατήρηση, επιβεβαίωση και αξιοποίηση της δικής του μαγειρικής κληρονομιάς, ως σημαντικό μέρος ολόκληρης της πολιτιστικής κληρονομιάς στον τουριστικό χώρο. Εκτός αυτού, μέσω του γαστρονομικού τουρισμού οι τουρίστες εξοικειώνονται με πολλά άλλα στοιχεία της απτής και άυλης κουλτούρας του λαού της χώρας υποδοχής. Έτσι, για παράδειγμα, στο φαγητό σε ένα παραδοσιακό εστιατόριο που σεβιβρίζει παραδοσιακό ή εθνικό φαγητό, οι τουρίστες μπορούν να ακούσουν εγχώρια μουσική, να παρακολουθήσουν την παρουσίαση της εγχώριας λαογραφίας, να δουν τα έργα τέχνης τα οποία συνήθως κοσμούν τα εσωτερικά τοιχώματα αυτών των αντικειμένων,κ.α. (Aslimoski&Gerasimoski, 2012).

Ο γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της ανάπτυξης των τουριστικών προορισμών, καθώς οι τουρίστες που επισκέπτονται έναν προορισμό πρέπει να συμπεριληφθούν στην περιφερειακή κουλτούρα από όλες τις απόψεις. Οι γαστρονομικές τουριστικές δραστηριότητες που μπορούν να πραγματοποιηθούν σε έναν προορισμό παρέχουν άμεσο και έμμεσο εισόδημα απασχόλησης και οικονομικό εισόδημα στους τοπικούς κατοίκους. Ο γαστρονομικός τουρισμός θεωρείται πολύ κρίσιμος δεδομένου ότι μπορεί να κάνει το ταξίδι των τουριστών μια μοναδική γευστική εμπειρία, να βοηθήσει έναν προορισμό να αποκτήσει καλή φήμη και να δείξει ότι η κατανάλωση τροφίμων και ποτών μπορεί να έχει συμβολικές σημασίες, εκτός από το ότι είναι απλώς μια φυσιολογική διαδικασία (ΣΕΤΕ, 2009).

1.4. Διατροφή και θρησκεία

Η θρησκεία αναφέρεται στην προσωπική πεποίθηση, πίστη και αφοσίωση σε έναν Θεό, ο οποίος νοείται ως έναν ανώτατο όν με υπερφυσικές δυνάμεις. Μια θρησκεία είναι ένα σύστημα πεποιθήσεων που εκφράζεται κυρίως μέσω τελετουργιών και συμβόλων και αφορά το υπερφυσικό.Οι πιστοί σε μια θρησκεία δρουν σύμφωνα με τις θεϊκές εντολές που βρίσκονται σε ιερά γραπτά ή που έχουν κηρυχτεί από αξιόλογους δασκάλους. Η ίδια θρησκεία μπορεί να βρεθεί σε διαφορετικές πολιτιστικές ομάδες και μια πολιτιστική ομάδα μπορεί να έχει υποομάδες ή άτομα με διαφορετικές θρησκευτικές πεποιθήσεις. Οι θρησκευτικές πεποιθήσεις επηρεάζουν το σύστημα αξιών, τις παραδόσεις και τις διατροφικές πρακτικές ενός ατόμου, το οποίο με τη σειρά του μπορεί να επηρεάσει την επιλογή των τροφίμων που θα καταναλώσει. Το επίπεδο αφοσίωσης ενός ατόμου στη θρησκεία, επηρεάζει επίσης το επίπεδο υιοθέτησης των διατροφικών αυτών πρακτικών που είναι συγκεκριμένες για μια θρησκεία (Vorster, 2014).

Η σύνδεση μεταξύ της θρησκείας και της διατροφής είναι ισχυρή.Το φαγητό είναι ένα σημαντικό μέρος των θρησκευτικών συμβόλων, των εθίμων και των τελετουργιών, επειδή τα

τρόφιμα χρησιμοποιούνται για να επικοινωνούν οι πιστοί με τον Θεό, να επιδεικνύουν την πίστη τους, μέσω της αποδοχής των θεϊκών οδηγιών σχετικά με τη διατροφή και να αναπτύσσουν πειθαρχία μέσω της νηστείας. Οικαθοριζόμενες από την θρησκεία διατροφικές πρακτικές είναι ένα φαινόμενο το οποίο έχει παρατηρηθεί από την αρχαιότητα ακόμα, στους ανθρώπους σε όλο τον κόσμο. Η σχέση ανάμεσα στη διατροφή και τη θρησκεία παραμένει σήμερα παρούσα μεταξύ πολλών μεγάλων τμημάτων του πληθυσμού των ανεπτυγμένων, καθώς και των αναπτυσσόμενων χωρών του κόσμου (Haque, Hashim & Yasmin, 2018).

Οι περισσότερες θρησκείες έχουν καθορισμένα διαιτητικά πρότυπα ή οδηγίες. Για ορισμένες θρησκείες, αυτά τα πρότυπα είναι πολύ συγκεκριμένα σε ότι αφορά το είδος των τροφίμων που επιτρέπεται να καταναλώνεται γενικά, πώς θα πρέπει να καταναλώνεται και υπό ποιες συνθήκες, τότε θα καταναλώνεται και ποια τρόφιμα πρέπει να αποφεύγονται. Τα περισσότερα θρησκευτικά διατροφικά πρότυπα εμπίπτουν σε δύο γενικές κατηγορίες: (1) την προσωρινή αποχή από όλα ή ορισμένα τα τρόφιμα και (2) τις σταθερές και διακριτές διατροφικές συνήθειες που όμως, διαφέρουν από αυτές του γενικού πληθυσμού. Ορισμένες θρησκείες για παράδειγμα απέχουν ή απαγορεύεται να καταναλώνουν ορισμένα τρόφιμα και ποτά, ενώ άλλες περιορίζουν ή επίσης απαγορεύουν την κατανάλωση τροφίμων κατά τη διάρκεια συγκεκριμένων χρονικών περιόδων ή εντελώς. Τα πρώτα θρησκευτικά βιβλία, όπως η Παλαιά Διαθήκη έχουν περιγράψει τις πρακτικές αυτές για ορισμένες θρησκευτικές ομάδες (π.χ. Χριστιανοί και Εβραίοι) και πολλές από αυτές τις πρακτικές εξακολουθούν να υπάρχουν ακόμα και σήμερα (Sabate, 2004).

Η νηστεία είναι μια κοινή διατροφική πρακτική σε πολλές θρησκείες σήμερα. Η νηστεία συνίσταται στην διαδικασία της συνειδητής αποχής από τα τρόφιμα και τα ποτά για μια χρονική περίοδο. Αυτός ο ορισμός χρησιμοποιείται επίσης στην ιατρική επιστήμη, αν και στις επιστήμες της θρησκείας, η νηστεία μπορεί επίσης να περιλαμβάνει την αποχή από την σεξουαλική δραστηριότητα ή από οποιαδήποτε άλλη ενέργεια θα μπορούσε να θεωρηθεί ως αντίθετη στα θρησκευτικά πρότυπα. Η νηστεία για θρησκευτικούς και πνευματικούς λόγους ασκείται εδώ και χιλιετίες (Παρατσικίδου κ.α., 2015). Έχει βιβλικές ρίζες στην Παλαιά και την Καινή Διαθήκη και σε άλλα θρησκευτικά κείμενα, συμπεριλαμβανομένου του Μουσουλμανικού Κορανίου, του Ινδικού Μαχαμπαράτα και των Ινδικών Ουπανισάδων (Μοίρα και Μυλωνόπουλος, 2012).

Οι διαφορετικοί πολιτισμοί προσεγγίζουν τη νηστεία με διαφορετικούς τρόπους. Ορισμένοι απαγορεύουν ορισμένα τρόφιμα. Οι δυτικές θρησκείες - Ιουδαϊσμός, Χριστιανισμός και Ισλάμ - δίνουν έμφαση στη νηστεία σε ορισμένες περιόδους. Για τους Εβραίους και τους Μουσουλμάνους, το χοιρινό είναι πάντα απαγορευμένο, για παράδειγμα, επειδή θεωρείται ως ακάθαρτο. Για τους Καθολικούς, παραδοσιακά το κρέας δεν μπορούσε να καταναλωθεί την Παρασκευή ή διάφορες άλλες συγκεκριμένες ημέρες (αν και αυτό δεν απαιτείται πλέον από την εκκλησία), όχι όμως για άλλους ακαθαρσίας, αλλά επειδή είναι πολυτέλεια. Η νηστεία αναγκάζει τους πιστούς να τρώνε λίγο πιο μετριοπαθώς. Ο Ιουδαϊσμός, ο οποίος ανέπτυξε πολλούς διατροφικούς νόμους και έθιμα, υπαγορεύει την νηστεία σε συγκεκριμένες ημέρες (όπως το Yom Kippur, η ημέρα της εξιλέωσης) ή σε πένθος. Ο μήνας του Ραμαζανιού στο Ισλάμ είναι μια περίοδος ολικής νηστείας από την αυγή μέχρι το σούρουπο. Άλλοι άνθρωποι για ιατρικούς ή πνευματικούς λόγους αποφεύγουν να τρώνε πολλά τρόφιμα για αρκετές ημέρες για να καθαρίσουν το σώμα τους. Αυτές οι νηστείες γενικά επιτρέπουν την κατανάλωση μιας ποικιλίας ποτών, αλλά περιορίζουν σε μεγάλο βαθμό τα τρόφιμα (Μοίρα και Μυλωνόπουλος, 2012).

Εκτός των παραπάνω, η χρήση του κρασιού σε θρησκευτικές τελετές θεωρείται αποδεκτή από ορισμένες θρησκευτικές ομάδες. Για παράδειγμα, οι Ρωμαιοκαθολικοί, οι Ανατολικοί

Ορθόδοξοι Χριστιανοί και ορισμένοι προτεσταντικοί χρησιμοποιούν το κρασί, σε θρησκευτικά μυστήρια, το οποίο αντιπροσωπεύει το αίμα του Χριστού στις υπηρεσίες της κοινότητας. Σύμφωνα με τα συγγράμματα του αποστόλου Παύλου, το κρασί που χρησιμοποιείται με μετριοπάθεια μπορεί να καταναλωθεί για την καταπραϊντική επίδραση που έχει στο ανθρώπινο στομάχι. Ωστόσο, σε άλλες θρησκείες η κατανάλωση του οίνου και άλλων αλκοολούχων ποτών απαγορεύεται, λόγω των διεγερτικών τους ιδιοτήτων. Σε μια άλλη πρακτική, οι Εβραίοι θεωρούν τα σταφύλια ως καρπό της ειδωλολατρίας και επομένως απαγορεύουν τη χρήση οίνου ή προϊόντων από σταφύλια, τα οποία μπορούν να καταναλωθούν μόνο υπό ειδικές συνθήκες (Haque, Hashim&Yasmin, 2018).

Διάφορες θρησκείες έχουν διαφορετικές διατροφικές πρακτικές. Ο Ινδουισμός για παράδειγμα είναι η παλαιότερη συνεχιζόμενη θρησκεία στον κόσμο και είναι κοινή στους ανθρώπους Ινδικής καταγωγής. Οι Ινδουιστές σέβονται όλη τη ζωή, τόσο τον άνθρωπο, όσο και το ζώο. Σε αυτή τη θρησκεία, το κρέας και τα αυγά δεν καταναλώνονται, επειδή αντιπροσωπεύουν τη ζωή. Το κοτόπουλο και το χοιρινό επίσης απαγορεύονται, επειδή αυτά τα ζώα τρώνε ακαθαρσίες. Η πλειοψηφία των Ινδουιστών είναι χορτοφάγοι, αλλά κάποιιοι τρώνε ψάρια και άλλοι μπορούν να καταναλώνουν γαλακτοκομικά προϊόντα.

Ο βουδισμός είναι μια άλλη μεγάλη θρησκεία (από την άποψη του αριθμού των πιστών) η οποία είναι κοινή σε περιοχές στην Νοτιοανατολική Ασία, συμπεριλαμβανομένου του Βιετνάμ, της Καμπότζης, του Λάος, του Θιβέτ, της Κίνας, της Ιαπωνίας και της Ταϊλάνδης. Κάποιοι Βουδιστές απέχουν από την κατανάλωση κρέατος και ψαριών, αλλά τα τρόφιμα αυτά δεν απαγορεύονται. Το τσάι είναι βασικό στοιχείο της διατροφής για τους περισσότερους βουδιστές και η μέτρια κατανάλωση (δεν τρώνε πάρα πολύ στα γεύματα) είναι μια κοινή πρακτική. Οι βουδιστές μοναχοί και καλόγριες δεν αγοράζουν τα τρόφιμά τους, επειδή δεν τους επιτρέπεται να αγγίζουν κανένα είδος χρημάτων. Ο Ιουδαϊσμός, ο Χριστιανισμός και το Ισλάμ είναι επίσης θρησκείες που απαντώνται σε πολλά μέρη του κόσμου και οι διατροφικές τους πρακτικές, θα αναλυθούν σε επόμενο κεφάλαιο.

Στον Πίνακα 1.4. δίνεται μια σύνοψη των διατροφικών πρακτικών για ορισμένες θρησκείες.

Πίνακας 1.4. Διατροφικές –θρησκευτικές πρακτικές, ανά θρησκευτικό δόγμα

Θρησκευτικό δόγμα	Διατροφικές πρακτικές
Βουδισμός	Χορτοφαγική διατροφή (αποχή από το κρέας), μετριοπάθεια σε όλα τα τρόφιμα, νηστεία (οι μοναχοί τρώνε μετά το μεσημέρι)
Χριστιανισμός – Ανατολική Ορθόδοξη	Επιλεκτική νηστεία, με περιορισμούς στην κατανάλωση κρέατος και ψαριών
Χριστιανισμός - Προτεστάντες	Λίγοι περιορισμοί στις τροφές ή στην νηστεία, μετριοπάθεια στο φαγητό και το ποτό
Χριστιανισμός - Ρωμαϊκή Καθολική	Η νηστεία ασκείται. Η κατανάλωση κρέατος περιορίζεται σε ορισμένες ημέρες Συμβουλευεται η χορτοφαγία. Η κατανάλωση χοιρινού, αλκοόλ, τσαγιού και καφέ απαγορεύεται. Συνίσταται να αποφεύγεται η κατανάλωση κρέατος και ψαριών.
Χριστιανισμός - Μορμονισμός	Το αλκοόλ και τα ποτά που περιέχουν καφεΐνη απαγορεύονται. Μετριοπάθεια σε όλα τα τρόφιμα. Η νηστεία ασκείται. Το κρέας να τρώγεται με φειδώ
Ινδουισμός	Η νηστεία υπαγορεύεται σε συγκεκριμένες ημέρες. Απαγορεύεται το βόειο κρέας. Τα υπόλοιπα κρέατα και τα ψάρια πρέπει να περιορίζονται ή να αποφεύγονται. Λάκτο-ωο-χορτοφαγία (χορτοφαγία όπου επιτρέπεται η κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων και αυγών)
Ισλάμ	Επιτρέπεται μόνο το κρέας χαλάλ. Το χοιρινό, ορισμένα πτηνά και το αλκοόλ απαγορεύονται. Το τσάι, ο καφές και άλλα διεγερτικά αποφεύγονται. Νηστεία σε ορισμένες ημέρες (χωρίς φαγητό και ποτό κατά τη διάρκεια της ημέρας)
Ιουδαϊσμός	Οι νόμοι Κοσέρ καθοδηγούν τη διατροφή. Το χοιρινό και οι θαλασσινές τροφές εκτός από τα ψάρια, και το κρέας και τα γαλακτοκομικά προϊόντα στο ίδιο γεύμα απαγορεύονται. Τα αλμυρά τρόφιμα περιορίζονται κατά τη διάρκεια ορισμένων περιόδων. Η νηστεία ασκείται σε ορισμένες ημέρες
Ρασταφarianισμός	Χορτοφαγία (περιορισμοί για το κρέας και τα ψάρια). Απαγορεύεται η κατανάλωση πρόσθετων αλάτων, συντηρητικών και καρυκευμάτων, καθώς και αλκοόλ, αναψυκτικών, τσαγιού και καφέ.

Πηγή: Vorster, 2014

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Θρησκεία και Διατροφή

2.1. Χριστιανισμός – πληθυσμιακά στοιχεία

Ο Χριστιανισμός είναι μια Αραραϊκή μονοθεϊστική θρησκεία που βασίζεται στη ζωή και την διδασκαλία του Ιησού από τη Ναζαρέτ. Οι οπαδοί του, που είναι γνωστοί ως Χριστιανοί, πιστεύουν ότι ο Ιησούς είναι ο Χριστός, ο Υιός του Θεού και ο σωτήρας όλων των ανθρώπων, του οποίου ο ερχομός ως Μεσσία προφητεύτηκε στην εβραϊκή Βίβλο, η οποία ονομάζεται Παλαιά Διαθήκη στον Χριστιανισμό (Χιλ, 2010). Με περίπου 2.4 δις υποστηρικτές (Καθολική Εκκλησία, Προτεσταντική και Ανατολική Ορθόδοξη), ο Χριστιανισμός είναι η μεγαλύτερη θρησκεία στον κόσμο. Το μερίδιο των ανθρώπων που είναι Χριστιανοί στον παγκόσμιο πληθυσμό ανήλθε σε περίπου 33% για τα τελευταία εκατό χρόνια, πράγμα που σημαίνει ότι ένας στους τρεις ανθρώπους στη Γη είναι χριστιανοί (PewResearch, 2019).

Σύμφωνα με μελέτη της PewResearchCenter, μέσα στις επόμενες τέσσερις δεκαετίες, ο Χριστιανισμός θα παραμείνει η μεγαλύτερη θρησκεία στον κόσμο και μέχρι το 2050, ο χριστιανικός πληθυσμός αναμένεται να υπερβεί τα 3 δις. Οι χώρες με τους μεγαλύτερους πληθυσμούς Χριστιανών είναι οι ΗΠΑ, Βραζιλία, Μεξικό, Ρωσία και Φιλιππίνες (PewResearch, 2019).

Η κατανομή του πληθυσμού των Χριστιανών για το 2015, μαζί με προβλέψεις για το 2060 παρουσιάζεται στον Πίνακα 2.1., για τις 10 χώρες με τον μεγαλύτερο πληθυσμό Χριστιανών.

Πίνακας 2.1. Πληθυσμιακά στοιχεία Χριστιανών, για τις 10 χώρες με τους μεγαλύτερους πληθυσμούς, 2015 και προβλέψεις για το 2060

2015				2060 (προβλέψεις)			
Χώρες	Πληθυσμός Χριστιανών	% κάλυψη Χριστιανισμού στην χώρα	% του παγκόσμιου συνόλου των Χριστιανών	Χώρες	Πληθυσμός Χριστιανών	% κάλυψη Χριστιανισμού στην χώρα	% του παγκόσμιου συνόλου των Χριστιανών
ΗΠΑ	248.180.000	76.9	10.9	ΗΠΑ	262.330.000	63.9	8.6
Βραζιλιά	179.910.000	88.5	7.9	Βραζιλιά	186.550.000	86.0	6.1
Μεξικό	113.620.000	94.6	5.0	Νιγηρία	174.270.000	37.2	5.7
Ρωσία	103.490.000	73.1	4.5	Κονγκό	160.070.000	95.7	5.2
Φιλιππίνες	94.300.000	92.5	4.1	Φιλιππίνες	152.320.000	91.9	5.0
Νιγηρία	86.650.000	48.1	3.8	Μεξικό	127.790.000	90.6	4.2
Κόνγκο	72.090.000	95.9	3.2	Τανζανία	117.930.000	67.4	3.9
Κίνα	70.890.000	5.2	3.1	Ουγκάντα	96.200.000	83.8	3.1
Αιθιοπία	57.450.000	62.4	2.5	Κένυα	91.780.000	81.4	3.0
Γερμανία	54.880.000	67.3	2.4	Αιθιοπία	87.660.000	57.1	2.9
Υποσύνολο 10 χωρών	1.081.460.000	-	47.5	Υποσύνολο 10 χωρών	1.456.900.000	-	47.7
Υποσύνολο για το υπόλοιπο του κόσμου	1.194.790.000	-	52.5	Υποσύνολο για το υπόλοιπο του κόσμου	1.597.560.000	-	52.3
Παγκόσμιο Σύνολο	2.276.250.000	-	100	Παγκόσμιο Σύνολο	3.054.460.000	-	100

Πηγή: Pew Research, 2019

Οι Χριστιανοί της Ανατολικής Ορθόδοξης Εκκλησίας, αλλά και οι Καθολικοί και οι Προτεστάντες είναι όλοι Χριστιανοί και μοιράζονται κάποιες βασικές και ζωτικές ομοιότητες στις θρησκευτικές τους πεποιθήσεις και πρακτικές τους. Οι Χριστιανοί πιστεύουν σε έναν Θεό ο οποίος είναι πανταχού παρών. Αυτός ο Θεός είναι κατανοητός τόσο ως έμφυτος, είτε ως παρών στον κόσμο και υπερβατικός, έχοντας μια ύπαρξη πολύ πέρα από τον κόσμο και πέρα από την ανθρώπινη φαντασία και εμπειρία. Οι Χριστιανοί πιστεύουν ότι μεμονωμένα άτομα και ομάδες μπορούν να απολαύσουν μια προσωπική σχέση με τον Θεό, αλλά ότι ο Θεός παραμένει πάντα ένα μυστήριο πέρα από την ανθρώπινη κατανόηση. Οι Καθολικοί και οι Προτεστάντες μοιράζονται επίσης την ίδια άποψη για τον Θεό. Τα βασικά στοιχεία του Χριστιανισμού είναι 1) η πίστη στο Θεό Πατέρα, τον Ιησού Χριστό ως τον Υιό του Θεού και

το Άγιο Πνεύμα, 2) ο θάνατος, η κατάβαση στην κόλαση, η ανάσταση και η ανάληψη του Χριστού, 3) η αγιότητα της Εκκλησίας και η κοινωνία των αγίων και 4) η δεύτερη έλευση του Χριστού, η Ημέρα της Κρίσης και η σωτηρία των πιστών(Gnilka, 2009; Χιλ, 2010).

Το κεντρικό δόγμα του Χριστιανισμού είναι η πίστη στον Ιησού ως τον Υιό του Θεού και τον Μεσσία (Χριστό). Οι Χριστιανοί πιστεύουν ότι ο Ιησούς, ως Μεσσίας, χρίστηκε από τον Θεό ως σωτήρας της ανθρωπότητας και θεωρεί ότι ο ερχομός του Ιησού ήταν η εκπλήρωση των μεσσιανικών προφητειών της Παλαιάς Διαθήκης. Η χριστιανική αντίληψη του Μεσσία διαφέρει σημαντικά από τη σύγχρονη εβραϊκή αντίληψη. Η βασική χριστιανική πεποίθηση είναι ότι μέσω της πίστης και της αποδοχής του θανάτου και της ανάστασης του Ιησού οι αμαρτωλοί άνθρωποι μπορούν να συμφιλιωθούν με το Θεό και έτσι τους προσφέρεται σωτηρία και υπόσχεση αιώνιας ζωής.Ενώ υπήρξαν πολλές θεολογικές διαμάχες για τη φύση του Ιησού κατά τους πρώτους αιώνες της χριστιανικής ιστορίας, γενικά οι Χριστιανοί πιστεύουν ότι ο Ιησούς είναι ενσαρκωμένος από τον Θεό και «αληθινός Θεός και αληθινός άνθρωπος» (Gnilka, 2009; Χιλ, 2010).

Η Αγία Τριάδα είναι επίσης ένα κεντρικό σημείο στον Χριστιανισμό. Η Αγία Τριάδα αναφέρεται στο ότι ο Θεός περιλαμβάνει τρία ξεχωριστά, αιώνια συνυπάρχοντα πρόσωπα: τον Πατέρα, τον Υιό (ενσαρκωμένο στον Ιησού Χριστό) και το Άγιο Πνεύμα. Σύμφωνα με αυτό το δόγμα, ο Θεός δεν διαιρείται με την έννοια ότι κάθε άτομο έχει ένα τρίτο του συνόλου. Αντίθετα, κάθε άτομο θεωρείται απόλυτα θεός(Gnilka, 2009; Χιλ, 2010).

2.2. Χριστιανισμός -Βασικές διατροφικές συνήθειες

Ο Χριστιανισμός έχει έμφυτες διάφορες διατροφικές πρακτικές, αν και πρέπει να σημειωθεί ότι ως θρησκεία δεν είχε αναπτύξει περίπλοκους κανόνες και συνήθειες διατροφής. Αυτό πιθανότατα ήταν το αποτέλεσμα της διαμάχης μεταξύ των κλάδων της Ιουδαϊκής και της Ελληνιστικής εκκλησίας κατά τα πρώτα χρόνια του χριστιανισμού σχετικά με το αν θα τηρούν ή όχι τους νόμους περί μωσαϊκών τροφίμων. Γενικά, ο Χριστιανισμός δεν περιλαμβάνει δεσμευτικούς κανόνες σχετικά με τα τρόφιμα ή τα ποτά, στους οποίους αναμένεται να προσχωρήσουν οι Χριστιανοί. Οι χριστιανικές πρακτικές αναφέρονται απλώς στην αντίληψη ότι η ελευθερία είναι συνέπεια της σωτηρίας που έφερε ο Ιησούς στους ανθρώπους(Giorda, Bossi&Messina, 2014).

Ωστόσο, το φαγητό και η διατροφή διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στο Χριστιανισμό. Οι πρακτικές φαγητού και διατροφήςπηγάζουναπό την ιστορία του Μυστικού Δείπνου. Όπως έχει καταγράψει η ιστορία, ο Ιησούς πρόβλεψε το θάνατό του και έκανε ένα τελευταίο γεύμα για να τονίσει τη σημασία του θανάτου του στους Δώδεκα Αποστόλους.Οι Χριστιανοί του Ιου αιώνα μ.Χ. ανέπτυξαν κοινότητες που ήταν αυτοτελείς μονάδες με μια οργανωμένη ζωή, στις οποίες έκαναν συναντήσεις και γινόταν ανάγνωση των εβραϊκών γραφών, καθώς επίσης οργάνωναν και βραδινά γεύματα (τις Αγάπες).Έτσι, από την ίδρυση του χριστιανισμού, τα τρόφιμα και τα ποτά συμβολίζουν το γεγονός ότι η θρησκευτική εμπειρία δεν είναι καθαρά προσωπική, αλλά και κοινοτική(Μοίρα και Μυλωνόπουλος, 2012).

Η Καινή Διαθήκη δίνει επίσης μερικές κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τα πρότυπα κατανάλωσης κρέατος.Στην Καινή Διαθήκη ο Παύλος του Ταρσού σημειώνει ότι ορισμένοι ευσεβείς χριστιανοί μπορεί να επιθυμούν να απέχουν από την κατανάλωση κρέατος που προσφέρεται σε είδωλακαι να αποφεύγουντο κρέας των στραγγαλισμένων ζώων. Ως εκ

τούτου, ορισμένοι χριστιανοί μοναχοί, όπως το Τάγμα των Τραππιστών, υιοθέτησαν μια πολιτική χριστιανικής χορτοφαγίας. Επιπλέον, οι Χριστιανοί της παράδοσης των Αντβεντιστών της Έβδομης Ημέρας γενικά αποφεύγουν να τρώνε κρέας και καρυκεύματα. Το δόγμα αυτό προωθεί μια ωο-λακτο-χορτοφαγική διατροφή, στην οποία, όπως και στην εβραϊκή παράδοση, η κατανάλωση χοιρινού δεν επιτρέπεται. Εκείνοι που δεν είναι χορτοφάγοι καταναλώνουν συνήθως μόνο το κρέας που προέρχεται από μηρυκαστικά. Επιτρεπόμενες σάρκες είναι αυτές του βοείου και του αρνιού, δεδομένου ότι θεωρούνται καθαρές. Πιο συγκεκριμένα, στην παράδοση της Εκκλησίας των Αντβεντιστών της Έβδομης Ημέρας, η διατροφή κατευθύνει τη σχέση μεταξύ υγείας και ασθενείας. Από την άποψη αυτή, τα ακάθαρτα τρόφιμα θεωρούνται ανθυγιεινά. Οι Χριστιανοί στην Αγγλική, Καθολική, Λουθηρανική, Μεθοδιστική και Ορθόδοξη Εκκλησία έχουν επίσης περιόδους αποχής από το κρέας, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια της Λειτουργικής περιόδου της Σαρακοστής (Giorda, Bossi & Messina, 2014).

Γενικά, μέχρι το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα, η πιο αξιοσημείωτη διατροφική πρακτική του Χριστιανισμού (κυρίως στη Ρωμαϊκή Καθολική Εκκλησία) ήταν η αποχή από την κατανάλωση κρέατος την Παρασκευή. Η αποχή από ορισμένα τρόφιμα (τα προϊόντα κρέατος, τα ψάρια, τα αυγά, τα γαλακτοκομικά προϊόντα, το κρασί και το ελαιόλαδο) είναι επίσης κοινή σε συγκεκριμένες περιόδους, όπως για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια της Σαρακοστής, της περιόδου που προηγείται του Αγίου Πάσχα και των Χριστουγέννων, καθώς κατά τη διάρκεια των 15 ημερών που προηγούνται της 15^{ης} Αυγούστου. Επίσης, η αποχή από τη σάρκα την Τετάρτη της Τέφρας και τη γιορτή της Μεγάλης Παρασκευής αποτελούν το μόνο θρησκευτικό περιορισμό σε θέματα τροφίμων και διατροφής. Οι πιστοί πρέπει να απέχουν από την κατανάλωση ελαιόλαδου, ψαριών, γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων κάθε Τετάρτη και Παρασκευή καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Η κατανάλωση θαλασσινών (γαρίδες, καλαμάρια, χταπόδι, αστακού, καβουριών) και σαλιγκαριών επιτρέπεται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Επομένως η πρακτική της νηστείας των Ορθοδόξων μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι περιοδικώς χορτοφαγική με παράλληλη κατανάλωση ψαριών και θαλασσινών. Γενικά όμως στη Χριστιανική θρησκεία, η νηστεία – σε ορισμένες περιόδους ή ημέρες – ουσιαστικά σημαίνει εγκράτεια και θεωρείται «άσκηση» του σώματος και της ψυχής (Μοίρα και Μυλωνόπουλος, 2012).

2.3. Ισλάμ –πληθυσμιακά στοιχεία

Σύμφωνα με την έρευνα της PewResearch (2019) που αναφέρθηκε και νωρίτερα, το 2015, υπήρχαν περίπου 1.8 δις μουσουλμάνοι στον κόσμο, οι οποίοι αποτελούν περίπου το ένα τέταρτο του παγκόσμιου πληθυσμού, καθιστώντας το Ισλάμ τη δεύτερη μεγαλύτερη θρησκεία στον κόσμο μετά τον Χριστιανισμό. Μέσα στο δεύτερο μισό αυτού του αιώνα, οι μουσουλμάνοι αναμένεται να γίνουν η μεγαλύτερη θρησκευτική ομάδα στον κόσμο. Η έρευνα εκτιμά ότι μέχρι το 2070, το Ισλάμ θα ξεπεράσει τον Χριστιανισμό, λόγω του ταχύτερου ποσοστού γεννήσεων (2,7 παιδιά ανά οικογένεια, έναντι 2,2 παιδιά για χριστιανικές οικογένειες). Από το 2017, το Ισλάμ είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη θρησκεία στον κόσμο (PewResearch, 2019).

Ο μουσουλμανικός πληθυσμός είναι μια ποικιλόμορφη κοινότητα πιστών που εκτείνεται σε όλο τον κόσμο. Πάνω από πενήντα χώρες έχουν πληθυσμούς μουσουλμανικής πλειοψηφίας, ενώ άλλες ομάδες πιστών συγκεντρώνονται σε μειονοτικές κοινότητες σε έθνη σχεδόν σε όλες τις ηπείρους. Αν και το Ισλάμ συνδέεται συχνά με τον αραβικό κόσμο και τη Μέση

Ανατολή, λιγότερο από το 15% των μουσουλμάνων βρίσκεται στις Αραβικές χώρες. Οι περισσότεροι πληθυσμοί μουσουλμάνων ζουν στη Νοτιοανατολική Ασία (περισσότερο από το 60% του συνόλου του κόσμου), ενώ στις χώρες της Μέσης Ανατολής και της Βόρειας Αφρικής συγκεντρώνεται μόνο το 20% του πληθυσμού τους. Το ένα πέμπτο των μουσουλμάνων του πλανήτη ζουν ως μειονότητες σε μη μουσουλμανικές χώρες, με τους μεγαλύτερους από αυτούς τους πληθυσμούς να βρίσκονται στην Ινδία και την Κίνα (PewResearch, 2019).

Η κατανομή του πληθυσμού των μουσουλμάνων για το 2015, μαζί με προβλέψεις για το 2050 παρουσιάζεται στον Πίνακα 2.2., για τις 10 χώρες με τον μεγαλύτερο πληθυσμό μουσουλμάνων.

Πίνακας 2.2. Πληθυσμιακά στοιχεία μουσουλμάνων, για τις 10 χώρες με τους μεγαλύτερους πληθυσμούς, 2015 και προβλέψεις για το 2060

2015				2060 (Προβλέψεις)			
Χώρες	Πληθυσμός μουσουλμάνων	% κάλυψη Ισλάμ στην χώρα	% του παγκόσμιου συνόλου των μουσουλμάνων	Χώρες	Πληθυσμός μουσουλμάνων	% κάλυψη Ισλάμ στην χώρα	% του παγκόσμιου συνόλου των μουσουλμάνων
Ινδονησία	219.960.000	87.1	12.6	Ινδία	333,090.000	19.4	11.1
Ινδία	194.810.000	14.9	11.1	Πακιστάν	283.650.000	96.5	9.5
Πακιστάν	184.000.000	96.4	10.5	Νιγηρία	283.160.000	60.5	9.5
Μπαγκλαντές	144.020.000	90.6	8.2	Ινδονησία	253,450,000	86.1	8.5
Νιγηρία	90,020.000	50.0	5.1	Μπαγκλαντές	181.800,000	91.9	6.1
Αίγυπτος	83.870.000	95.1	4.8	Αίγυπτος	124.380.000	96.6	4.2
Ιράν	77.650.000	99.5	4.4	Ιράκ	94.000.000	99.3	3.1
Τουρκία	75.460.000	98.0	4.3	Τουρκία	88.410.000	97.9	3.0
Αλγερία	37.210.000	97.9	2.1	Ιράν	82.980,000	99.7	2.8
Ιράκ	36.200.000	99.0	2.1	Αφγανιστάν	81.870.000	99.7	2.7
Υποσύνολο 10 χωρών	1.143.200.000	-	65.2	Υποσύνολο 10 χωρών	1.806.790.000	-	60.5
Υποσύνολο πληθυσμού μουσουλμάνων στον υπόλοιπο κόσμο	609.420.000	-	34.8	Υποσύνολο πληθυσμού μουσουλμάνων στον υπόλοιπο κόσμο	-	-	39.5
Παγκόσμιο Σύνολο	1.752.620.000		100	Παγκόσμιο Σύνολο	2.987.390.000		100

Πηγή: Pew Research, 2019

Το Ισλάμ είναι μια Αραραϊκή, μονοθεϊστική θρησκεία που διδάσκει ότι υπάρχει μόνο ένας Θεός (Αλλάχ). Το Ισλάμ, ως θρησκεία διαδόθηκε από τον προφήτη Μωάμεθ στην Αραβία τον 7ο αιώνα μ.Χ. Στο Ισλάμ, ο Αλλάχ θεωρείται ως ο μοναδικός Θεός-δημιουργός, υποστηρικτής και αποκαταστάτης του κόσμου. Η βούληση του Αλλάχ, στην οποία πρέπει να υποβάλλονται τα ανθρώπινα όντα, γίνεται γνωστή μέσω των ιερών γραφών, του Κορανίου, που ο Αλλάχ αποκάλυψε στον αγγελιοφόρο του, τον Μωάμεθ. Στο Ισλάμ ο Μωάμεθ θεωρείται ο τελευταίος από μια σειρά προφητών (συμπεριλαμβανομένου του Αδάμ, του Νώε, του Αβραάμ, του Μωυσή, του Σολομώντα και του Ιησού) και το μήνυμά του ταυτόχρονα ολοκληρώνει τις αποκαλύψεις που αποδίδονται σε προηγούμενους προφήτες (Μαριόρας 2019).

Οι ακόλουθοι του Ισλάμ ονομάζονται Μουσουλμάνοι και η λέξη "Ισλάμ" σημαίνει υποταγή στο θέλημα του Θεού. Οι οπαδοί του Ισλάμ επιδιώκουν να ζήσουν μια ζωή πλήρους υποταγής στον Αλλάχ. Πιστεύουν ότι τίποτα δεν μπορεί να συμβεί χωρίς την άδεια του Αλλάχ, αλλά οι άνθρωποι έχουν ελεύθερη βούληση. Τα μέρη λατρείας του Αλλάχ ονομάζονται τζαμιά και το Κοράνι είναι το σημαντικό ιερό κείμενο του Ισλάμ. Οι οπαδοί λατρεύουν τον Αλλάχ προσευχόμενοι και απαγγέλλοντας το Κοράνι. Πιστεύουν ότι θα υπάρξει μια ημέρα κρίσης και η ζωή μετά το θάνατο, όπως και στον Χριστιανισμό (Μαριόρας 2019).

2.4. Διατροφή Μουσουλμάνων (Χαλάλ-Χαράμ)

2.4.1. Χαλάλ και Χαράμ

Όπως και σε πολλές θρησκείες, το Ισλάμ προβλέπει μια σειρά διατροφικών κατευθυντήριων γραμμών για τους πιστούς που ακολουθούν τη θρησκεία. Γενικά, ο ισλαμικός διατροφικός νόμος, ο οποίος είναι γραμμένο στο Κοράνι διακρίνει τα τρόφιμα και τα ποτά που επιτρέπεται να καταναλωθούν (halal- χαλάλ) και αυτά που απαγορεύονται (χαράμ). Αυτοί οι κανόνες χρησιμεύουν για τη σύνδεση των πιστών ως μέρος μιας συνεκτικής ομάδας και, σύμφωνα με μερικούς μελετητές, χρησιμεύουν επίσης για τη δημιουργία μιας μοναδικής ισλαμικής ταυτότητας. Για τους μουσουλμάνους, οι διατροφικοί κανόνες των επιτρεπόμενων και απαγορευμένων τροφίμων είναι αρκετά εύκολο να ακολουθηθούν. Το Ισλάμ έχει πολλές κοινές πρακτικές με τον Ιουδαϊσμό όσον αφορά τους κανόνες διατροφής, αν και σε πολλούς άλλους τομείς το Κοράνι επικεντρώνεται στη διάκριση μεταξύ Εβραίων και Μουσουλμάνων. Η ομοιότητα των διαιτητικών νόμων είναι πιθανόν μια κληρονομιά της παρόμοιας εθνικής προέλευσης αυτών των Αβραάμικων θρησκευτικών ομάδων (Fischer, 2011).

Το χαλάλ και το χαράμ είναι καθολικοί όροι που ισχύουν για όλες τις πτυχές της ζωής. Οι όροι αυτοί χρησιμοποιούνται συνήθως σε σχέση με τα τρόφιμα, τα προϊόντα κρέατος, τα καλλυντικά, τα προϊόντα προσωπικής φροντίδας, τα φαρμακευτικά προϊόντα, τα συστατικά τροφίμων και τα υλικά που έρχονται σε επαφή με τρόφιμα. Ενώ πολλά πράγματα είναι σαφώς χαλάλ ή χαράμ υπάρχουν μερικά πράγματα που δεν είναι σαφές ότι υπάγονται σε αυτή την κατηγορία και απαιτούνται περισσότερες πληροφορίες για να κατηγοριοποιηθούν ως χαλάλ ή χαράμ. Τα αντικείμενα αυτά συχνά αναφέρονται ως mashbooh, πράγμα που σημαίνει αμφίβολο ή αμφισβητήσιμο (Fischer, 2011).

Το χαλάλ είναι μια αραβική λέξη που σημαίνει νόμιμο ή επιτρεπόμενο. Σύμφωνα με το Κοράνι, οι μουσουλμάνοι επιτρέπεται να τρώνε ό, τι είναι «καλό» - δηλαδή, τα τρόφιμα και

τα ποτά που αναγνωρίζονται ως καθαρά, αγνά, υγιεινά, θρεπτικά και ευχάριστα στη γεύση (χαλάλ). Υπό ορισμένες συνθήκες, ακόμη και απαγορευμένα τρόφιμα και ποτά μπορούν να καταναλωθούν χωρίς η κατανάλωση να θεωρείται αμαρτία. Για το Ισλάμ, ένας "νόμος ανάγκης" επιτρέπει την κατανάλωση απαγορευμένων τροφών, εάν δεν υπάρχει βιώσιμη εναλλακτική λύση (Fischer, 2011).

Γενικά, κάθε φαγητό θεωρείται χαλάλ στο Ισλάμ, εκτός αν απαγορεύεται ειδικά από το Κοράνι ή το Hadith. Με τον επίσημο ορισμό, τα τρόφιμα χαλάλ είναι αυτά που είναι: 1) απαλλαγμένα από οποιαδήποτε συνιστώσα που απαγορεύεται στους μουσουλμάνους να καταναλώνουν σύμφωνα με τον ισλαμικό νόμο (Shariah) και 2) μεταποιημένα, κατασκευασμένα, παραγόμενα, κατασκευασμένα και / ή αποθηκευμένα με σκευή, εξοπλισμό ή / και μηχανήματα που έχουν καθαριστεί σύμφωνα με τον ισλαμικό νόμο. Οι μουσουλμάνοι τρώνε για να διατηρήσουν μια ισχυρή και υγιή σωματική διάπλαση, για να μπορέσουν να συνεισφέρουν τις γνώσεις και τις προσπάθειές τους στην ευημερία της κοινωνίας. Οι μουσουλμάνοι υποτίθεται ότι καταβάλλουν προσπάθεια να αποκτήσουν την καλύτερη ποιότητα διατροφής. Στο Hadith αναφέρεται ότι η προσευχή ενός προσώπου απορρίπτεται από τον Αλλάχ, εάν αυτό έχει καταναλώσει απαγορευμένες τροφές (Fischer, 2011).

Τα έτοιμα φαγητά χαλάλ είναι μια αυξανόμενη αγορά καταναλωτών για τους μουσουλμάνους στη Βρετανία και την Αμερική και προσφέρονται από έναν αυξανόμενο αριθμό λιανοπωλητών. Οι μουσουλμάνοι πρέπει επίσης να διασφαλίσουν ότι όλα τα τρόφιμα (ιδίως τα επεξεργασμένα τρόφιμα), καθώς και τα μη διατροφικά προϊόντα όπως τα καλλυντικά και τα φαρμακευτικά προϊόντα, είναι χαλάλ. Συχνά, τα προϊόντα αυτά περιέχουν ζωικά υποπροϊόντα ή άλλα συστατικά που δεν επιτρέπονται στους μουσουλμάνους να τρώνε ή να χρησιμοποιούν στο σώμα τους. Πολλοί μουσουλμάνοι επιλέγουν να τρώνε μόνο τα προϊόντα με πιστοποιημένα πρότυπα χαλάλ που διατίθενται σε εθνικά καταστήματα, σε ορισμένα εθνικά και franchise εστιατόρια, και περιστασιακά σε μαγαζιά που βρίσκονται μέσα σε μικρές κοινότητες μουσουλμάνων. Το Ισλαμικό Συμβούλιο Τροφίμων και Διατροφής της Αμερικής παρέχει αυτή την πιστοποίηση. Τα τρόφιμα που αναφέρονται στο Κοράνι, το Ιερό Βιβλίο του Ισλάμ, έχουν μεγάλη πνευματική αξία και πολλές συνήθειες διατροφής εξάγονται από την πρακτική του Προφήτη Μωάμεθ. Οι ελιές, το μέλι, το γιαούρτι, τα σύκα, τα σταφύλια, τα ρόδια και τα όσπρια βρίσκονται στην κορυφή της λίστας. Όχι μόνο απευθύνονται θρησκευτικά στους μουσουλμάνους, αλλά η θρεπτική τους αξία είναι επίσης ένα πλεονέκτημα (Fischer, 2011).

Οι μουσουλμάνοι υποχρεώνονται επίσης από τη θρησκεία τους να απέχουν από την κατανάλωση ορισμένων τροφίμων (χαράμ). Αυτό λέγεται ότι είναι προς το συμφέρον της υγείας και της καθαρότητας και της υπακοής στους κανόνες του Αλλάχ. Στο Κοράνι απαγορεύονται αυστηρά οι παρακάτω τροφές και ποτά (χαράμ): 1) νεκρό κρέας (δηλ. το σφάγιο ενός ήδη νεκρού ζώου - ένα ζώο που δεν σφάζεται με τη σωστή μέθοδο), 2) αίμα, 3) η σάρκα των χοίρων (χοιρινό), 4) ποτά με διεγερτικές ιδιότητες (αλκοόλ) και αυτό περιλαμβάνει ακόμη και σάλτσες ή υγρά παρασκευής τροφίμων που μπορεί να περιλαμβάνουν αλκοόλ, όπως η σάλτσα σόγιας, 5) το κρέας ενός ζώου που θυσιάστηκε σε άλλο όνομα εκτός του Θεού ή σε είδωλα, 6) το κρέας ενός ζώου που πέθανε από ηλεκτροπληξία, στραγγαλισμό ή αμβλύ δύναμη, 7) το κρέας ενός ζώου το οποίο έχει ήδη καταναλωθεί από άλλα άγρια ζώα. Όλα τα θαλασσινά είναι χαλάλ (Al-Qaradhawi & Bin Daud, 2016).

Η κατανάλωση χοιρινού κρέατος και των προϊόντων του απαγορεύεται στο Ισλάμ, εκτός από ακραίες περιστάσεις που αφορούν τη ζωή και το θάνατο στις οποίες δεν υπάρχει άλλη εναλλακτική λύση. Το χοιρινό κρέας απορρίπτεται λόγω του ότι θεωρείται ακάθαρμο, επειδή

οι χοίροι τρέφονται με υπολείμματα τροφών και ακαθαρσίες (Easterbrook&Maddern, 2008). Λόγω της μικρότερης κατανάλωσης κρέατος από τους πρώιμους μουσουλμάνους, αυτοί είναι γνωστοί ως ημι-χορτοφάγοι, αν και η τήρηση μια χορτοφαγικής διατροφής δεν είναι υποχρεωτική με βάση τον ισλαμικό νόμο. Η πρακτική αυτή έχει συνδεθεί με την διδασκαλία του προφήτη Hadith, ο οποίος αναφέρεται ότι σπάνια έτρωγε κρέας, παρά μόνο σε ειδικές περιπτώσεις ή ως επισκέπτης. Η συνήθης διατροφή και τα αγαπημένα του τρόφιμα ήταν το νερό, το ξύδι, το μέλι, το γιαούρτι, το κριθάρι και τα σταφύλια (Παραμανίδης κ.α., 2015).

Σύμφωνα με τους στίχους του Κορανίου και του Hadith, η ποσότητα των προς κατανάλωση τροφίμων πρέπει να διατηρείται σε μέτριο επίπεδο. Οι μουσουλμάνοι έχουν συμβουλευτεί να αποφεύγουν την υπερβολική κατανάλωση και το στομάχι τους θα πρέπει να γεμίσει στο ένα τρίτο (Ahmed et al., 2017).

Σύμφωνα με τους πρώτους ισλαμιστές μελετητές, μία από τις χειρότερες συνήθειες είναι η πλήρωση του στομάχου και υπέδειξαν ότι ο άνθρωπος πρέπει να καταναλώνει λίγη ποσότητα τροφής, η οποία θα αρκεί για να εξουδετερώσει την πείνα. Επίσης, σύμφωνα με τον προφήτη Hadithη κατανάλωση λιγότερων τροφών έχει άμεση σχέση με την υγεία, καθώς είχε προηγουμένως αναγνωριστεί ότι η υπερβολική επιείκεια στα τρόφιμα προκαλεί πολλές ασθένειες. Ο έλεγχος της υπερβολικής κατανάλωσης έχει σχέση με τον τρόπο διατροφής των μουσουλμάνων, οι οποίοι συμβουλεύονται να μην τρώνε καθιστοί, εκτός εάν το άτομο αυτό είναι πολύ πεινασμένο και θα πρέπει να κάνουν σωστό μάσημα των σωματιδίων τροφής. Το Ισλάμ γενικά ενθαρρύνει τη συγκράτηση στην διατροφή (Ahmed et al., 2017).

Επίσης οι κατευθυντήριες οδηγίες διατροφής στο Ισλάμ, αναφέρουν ότι το νερό θα πρέπει να καταναλώνεται με ηρεμία και σταδιακά, το πόσιμο νερό να καταναλώνεται ωρίτερα πριν το γεύμα και να αποφεύγεται η αναπνοή στην κατάποση του νερού. Το νερό είναι συνήθως το ποτό της επιλογής των περισσότερων μουσουλμάνων, αλλά καταναλώνεται επίσης ο χυμός και το γάλα. Τα αναψυκτικά και τα ποτά με καφεΐνη καταναλώνονται σε μικρότερο βαθμό. Ένας άλλος τρόπος διατροφής που ασκείται συνήθως από τους μουσουλμάνους είναι η κατανάλωση με άλλους. Αυτό συμβαδίζει με την πρόταση του Προφήτη Μωάμεθ ότι η κατανάλωση μαζί με άλλα άτομα αυξάνει την αγάπη μεταξύ των αδελφών (Ahmed et al., 2017).

2.4.2. Κανόνες σφαγής ζώων

Το Ισλάμ δίδει μεγάλη έμφαση στον τρόπο με τον οποίο τελειώνει η ζωή ενός ζώου, μια διαδικασία, η οποία πρέπει να είναι σύμφωνη με τους ισλαμικούς κανονισμούς. Η ζωή είναι μια ιερή ευλογία του Θεού στα ζώα καθώς και στους ανθρώπους. Εάν η ζωή ενός ζώου πρέπει να τερματιστεί για την ανθρώπινη επιβίωση, τότε η ζωή του πρέπει να ληφθεί μόνο στο όνομα του Θεού Αλλάχ. Ως εκ τούτου, η φράση bismillah («στο όνομα του Θεού») πρέπει να εκφωνηθεί λίγο πριν σφαγιαστεί ένα ζώο (Aniletal., 2010).

Οι μουσουλμάνοι δεν μπορούν να καταναλώσουν το κρέας των ζώων που θυσιάζονται σε ένα όνομα διαφορετικό από τον Θεό. Οποιοδήποτε ζώο θανατωθεί στο όνομα ενός ζωντανού ή νεκρού ατόμου, οποιασδήποτε θεότητας ή ειδώλου θα θεωρηθεί ως χαράμ και επομένως δεν επιτρέπεται στους μουσουλμάνους να καταναλώσουν αυτότο κρέας. Επιπλέον, ένα ζώο που έχει στραγγαλιστεί, ξυλοκοπηθεί (μέχρι θανάτου), σκοτωθεί από πτώση, τραυματιστεί (μέχρι

θανάτου) από κάποιο αντικείμενο ή από κάποιο άλλο ζώο ή έχει θυσιαστεί σε πέτρινο βωμό, δεν μπορεί να καταναλωθεί. Το Carrion (τα σφάγια νεκρών ζώων, όπως τα ζώα που πέθαναν στο φυσικό περιβάλλον) δεν μπορούν να καταναλωθούν. Τα κοσέρ κρέατα επιτρέπεται να τρώγονται από μουσουλμάνους. Αυτό οφείλεται στην ομοιότητα μεταξύ των δύο μεθόδων σφαγής και των παρόμοιων αρχών του κρέατος κοσέρ που ακολουθούνται από τους Εβραίους (Aniletal., 2010).

Το Dhabīhahείναι η προβλεπόμενη μέθοδος σφαγής για όλες τις πηγές κρέατος, εξαιρουμένων των ψαριών και της άλλης θαλάσσιας ζωής. Οι μουσουλμάνοι επιτρέπεται μόνο να τρώνε κρέας που έχει παρασκευαστεί σύμφωνα με τον ισλαμικό νόμο. Αυτή η μέθοδος σφαγής ζώων συνίσταται στη χρήση ενός καλά αιχμηρού μαχαριού, με το οποίο θα γίνει μια γρήγορη, βαθιά τομή που κόβει το μπροστινό μέρος του λαιμού, την καρωτιδική αρτηρία, την τραχεία και τις σφαγιτιδικές φλέβες. Το κεφάλι ενός ζώου που σφάζεται χρησιμοποιώντας μεθόδους χαλάλ ευθυγραμμίζεται με το qiblah. Αυτή η μέθοδος αμφισβητείται συχνά από ακτιβιστές για τα δικαιώματα των ζώων, θεωρώντας ότι προκαλεί περιττό πόνο σε αυτά. Οι μουσουλμάνοι διαφωνούν και υποστηρίζουν ότι ο ισλαμικός νόμος για τη θανάτωση των ζώων σχεδιάζεται για να μειώσει τον πόνο και την αγωνία που υποφέρει το ζώο (Vorster, 2014).

Οι κανόνες σφαγής των ζώων στο Ισλάμ συνοψίζονται στα ακόλουθα(Vorster, 2014):

- [1] Ο σφαγέας πρέπει να είναι ένας αυστηρά ενήλικας μουσουλμάνος.
- [2] Ο σφαγέας πρέπει να πει το όνομα του Θεού πριν κάνει το κόψιμο.
- [3] Το όνομα του Θεού λέγεται για να τονιστεί η ιερότητα της ζωής και ότι το ζώο σκοτώνεται για την κατανάλωση του ως φαγητό, με τη συγκατάθεση του Θεού.
- [4] Το ζώο πρέπει να σκοτωθεί κόβοντας το λαιμό του με μία συνεχή κίνηση με ένα μαχαίρι.
- [5] Η τομή πρέπει να αποκόψει τουλάχιστον την τραχεία, τον οισοφάγο και τα δύο αιμοφόρα αγγεία σε κάθε πλευρά του λαιμού.
- [6] Ο νωτιαίος μυελός δεν πρέπει να κοπεί.
- [7] Τα ζώα πρέπει να υποβάλλονται σε καλή επεξεργασία προτού σκοτωθούν.
- [8] Τα ζώα δεν πρέπει να βλέπουν να σκοτώνονται άλλα ζώα.
- [9] Το μαχαίρι δεν πρέπει να ακονίζεται στην παρουσία του ζώου.
- [10] Η λεπίδα του μαχαριού πρέπει να είναι απαλλαγμένη από ατέλειες που μπορεί να σχίσουν την πληγή.
- [11] Το ζώο δεν πρέπει να βρίσκεται σε δυσάρεστη θέση.
- [12] Το ζώο πρέπει να αφηθεί ώστε να αποστραγγιστεί τελείως το αίμα του και να είναι εντελώς νεκρό πριν από την περαιτέρω επεξεργασία.

Ορισμένοι εμπειρογνώμονες λένε ότι τα ζώα που σκοτώνονται με αυτό τον τρόπο δεν υποφέρουν αν η κοπή γίνει γρήγορα και καθαρά, επειδή τα ζώα χάνουν την συνείδηση τους, πριν ο εγκέφαλος μπορέσει να αντιληφθεί οποιοδήποτε πόνο. Η απώλεια των αισθήσεων

επιτυγχάνεται μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα και ο θάνατος συμβαίνει λόγω εγκεφαλικής υποξίας και όχι λόγω απώλειας αίματος (Aniletal., 2010).

2.4.3. Πρακτικές διατροφής σε γιορτές – νηστεία

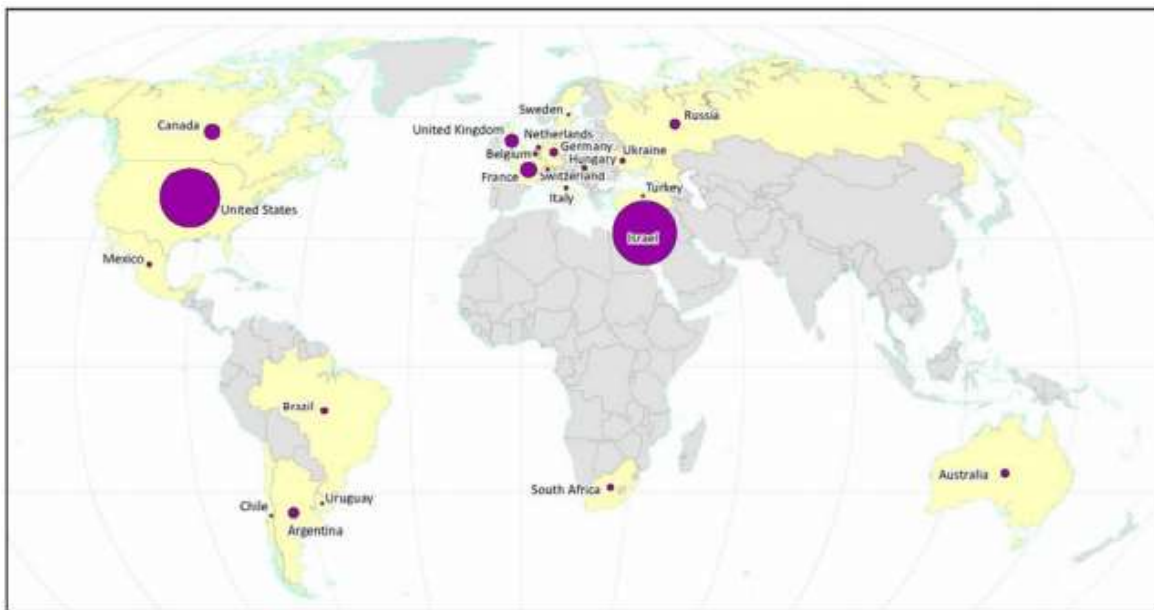
Η νηστεία για τους μουσουλμάνους σημαίνει αποχή από όλα τα τρόφιμα και τα ποτά, συμπεριλαμβανομένου του κόμμεως και του νερού, καθώς και από τα φάρμακα και το κάπνισμα, από την αυγή μέχρι το ηλιοβασίλεμα. Η πιο σημαντική γιορτή των μουσουλμάνων είναι το Ραμαζάνι. Το Ραμαζάνι είναι το όνομα του ένατου μήνα στο ισλαμικό ημερολογιακό έτος, το οποίο βασίζεται στον σεληνιακό κύκλο και αποτελείται από 12 μήνες με 29 ή 30 ημέρες ο καθένας. Επειδή το Ισλαμικό έτος είναι περίπου 10 ημέρες μικρότερο από το Γρηγοριανό, το Ραμαζάνι μετατοπίζεται ετησίως. Τα δύο βασικά γεύματα της ημέρας είναι το suhur (αμέσως πριν την ανατολή) και το iftar (αμέσως μετά το ηλιοβασίλεμα). Αυτές οι ώρες φαγητού σχετίζονται επίσης με δύο από τις πέντε βασικές προσευχές που κάνουν καθημερινά οι μουσουλμάνοι. Οι μουσουλμάνοι μπορεί να καταναλώνουν άλλα γεύματα ή σνακ τη νύχτα. Εκτός από την πείνα και τη δίψα, το Ραμαζάνι προσφέρει πνευματική ειρήνη στους μουσουλμάνους και κατά τη διάρκεια του Ραμαζανιού, οι λατρευτικές ενέργειες εντείνονται σε μεγάλο βαθμό. Πολλοί μουσουλμάνοι στοχεύουν σε τροφές πλούσιες σε θρεπτικά συστατικά για να βελτιστοποιήσουν τη διατροφή τους, ενώ η νηστεία θεωρείται ως ένας τρόπος αποτοξίνωσης (Παραμανίδης κ.α., 2015).

2.5. Εβραϊκή θρησκεία – πληθυσμιακά στοιχεία

Ο Ιουδαϊσμός είναι η εθνική θρησκεία του εβραϊκού λαού. Πρόκειται για μια αρχαία, μονοθεϊστική, Αβραάμικη θρησκεία με την Τορά ως το θεμελιώδες της κείμενο, στο οποίο καταγράφεται η φιλοσοφία και ο πολιτισμός του εβραϊκού λαού. Οι Εβραίοι είναι ένας διάσπαρτος λαός. Ζουν σε πολλές διαφορετικές χώρες, και με μία εξαίρεση είναι μια αριθμητικά ασήμαντη μειονότητα. Ανήκουν σε πολλές διαφορετικές εθνοτικές και γλωσσικές ομάδες και σε πολλά διαφορετικά πολιτισμικά υπόβαθρα. Ακόμη και στο εσωτερικό μιας συγκεκριμένης χώρας, αυτές οι διαφορές διαιρούν τις εβραϊκές κοινότητες μεταξύ τους. Αν και έχει υποστηριχθεί ότι οι Εβραίοι ενώνονται υπό το πρίσμα της κοινής τους θρησκείας, αυτή η άποψη είναι λανθασμένη. Στην πραγματικότητα, η εβραϊκή θρησκεία διαιρεί τον εβραϊκό λαό σήμερα, καθώς υπάρχουν πολλές επιμέρους θρησκείες μεταξύ τους, αν και με βάση πάντα τις κεντρικές ιδέες του Ιουδαϊσμού (DeLange&deLange, 2000).

Ο εβραϊκός πληθυσμός είναι κυρίως αστικός. Οι Εβραίοι είναι πιο πιθανό να ζουν σε πόλεις, και ιδιαίτερα σε μεγάλα αστικά κέντρα, από τον γενικό πληθυσμό και, με εξαίρεση μερικές χώρες όπου έχουν γίνει σκόπιμες προσπάθειες για τον διωγμό τους, σπάνια ζουν σε χωριά ή σε απομονωμένους οικισμούς. Αυτό δεν είναι ένα νέο φαινόμενο, αν και πριν από τη ναζιστική γενοκτονία ήταν κοινό να βλέπουμε τους Εβραίους να ζουν σε χωριά ή αγροτικά κτήματα και μάλιστα να καλλιεργούν τη γη στην ανατολική Ευρώπη. Σήμερα, η συντριπτική πλειοψηφία των Εβραίων ζει σε μεγάλες αστικές περιοχές, και μάλιστα πάνω από το ήμισυ του παγκόσμιου Εβραϊκού πληθυσμού ζει σε δέκα μεγάλες μητροπολιτικές περιοχές στις Ηνωμένες Πολιτείες, το Ισραήλ και τη Γαλλία (Dashefskyetal., 2018).

Ο βασικός εβραϊκός πληθυσμός στον κόσμο εκτιμήθηκε σε 14.511.000 τον Απρίλιο του 2018, από 14,41 εκ. που είχε καταγραφεί το 2016. Κάποιοι ερευνητές αναφέρουν ωστόσο, ότι ο Εβραϊκός πληθυσμός είναι πιο εκτεταμένος, λαμβάνοντας υπόψη άτομα που αναγνωρίζονται εν μέρει ως Εβραίοι (π.χ. παιδιά Εβραίων και μη Εβραίων) φτάνοντας τα 17,3 εκ. παγκοσμίως. Ενώ δεκάδες χώρες ανά τον κόσμο φιλοξενούν τουλάχιστον έναν μικρό εβραϊκό πληθυσμό, η κοινότητα σήμερα συγκεντρώνεται στο Ισραήλ, όπου εντοπίζεται το 44,5% του συνολικού πληθυσμού τους, στις ΗΠΑ όπου ζει το 39,3% και στην Γαλλία όπου χει το 3,1%. Το υπόλοιπο 13,1% του πληθυσμού είναι διασκορπισμένο σε συνολικά 98 χώρες σε όλο τον κόσμο. Με μόλις πάνω από 6,5 εκ. Εβραίους, το Ισραήλ είναι η μόνη εβραϊκή πλειοψηφία και ρητά εβραϊκή πολιτεία. Οι αριθμοί των εβραϊκών πληθυσμών για τις Ηνωμένες Πολιτείες αμφισβητούνται, κυμαινόμενοι μεταξύ 5,7 και 6,8 εκ. (Dashefskyetal., 2018).



Διάγραμμα 2.1. Χώρες του κόσμου, στις οποίες ζει το 99% του Εβραϊκού πληθυσμού

Πηγή:Dashefskyetal., 2018

Ιστορικά, ο εβραϊκός πληθυσμός έφτασε στο αποκορύφωμα του, περίπου στα 17 εκ., το 1939, ωστόσο λόγω του Ολοκαυτώματος, ο αριθμός μειώθηκε σε 11 εκ. το 1945. Στην συνέχεια, ο πληθυσμός τους αυξήθηκε σε περίπου 13 εκ. στη δεκαετία του '70 και στη συνέχεια κατέγραψε σχεδόν μηδενική ανάπτυξη μέχρι το 2005 εξαιτίας των χαμηλών ποσοστών γονιμότητας. Από το 2005, ο εβραϊκός πληθυσμός του πλανήτη αυξήθηκε με μέτριο ρυθμό περίπου 0,78% ανά έτος μέχρι το 2013. Η αύξηση αυτή αντανακλούσε κυρίως την ταχεία ανάπτυξη του Haredi και ορισμένων ορθοδόξων τομέων, οι οποίοι γίνονται όλο και μεγαλύτερο μέρος των Εβραίων (Dashefskyetal., 2018).

Ο Ιουδαϊσμός έχει τις ρίζες του ως οργανωμένη θρησκεία στη Μέση Ανατολή κατά την εποχή του Χαλκού και εξελίχθηκε από τις αρχαίες ισραηλινές θρησκείες γύρω στα 500 π.Χ. και θεωρείται μία από τις παλαιότερες μονοθεϊστικές θρησκείες. Οι Εβραίοι και οι Ισραηλίτες είχαν ήδη αναφερθεί ως «Εβραίοι» σε μεταγενέστερα βιβλία του Τανάχ όπως το Βιβλίο της

Εσθήρ. Τα κείμενα, οι παραδόσεις και οι αξίες του Ιουδαϊσμού επηρέασαν έντονα τις μεταγενέστερες Αβραάμικες θρησκείες, συμπεριλαμβανομένου του Χριστιανισμού και του Ισλάμ. Πολλές πτυχές του Ιουδαϊσμού έχουν επίσης επηρεάσει άμεσα ή έμμεσα τη κοσμική δυτική ηθική και το αστικό δίκαιο (Hague1, 2017).

Σήμερα υπάρχουν πέντε κυρίαρχες θρησκείες –παρακλάδια του Ιουδαϊσμού, οι οποίες είναι ο Ορθόδοξος Ιουδαϊσμός, ο Συντηρητικός Ιουδαϊσμός, ο Μεταρρυθμιστικός Ιουδαϊσμός, ο Ανασυγκροτητικός Ιουδαϊσμός, ο Ανανεωτικός Ιουδαϊσμός και ο Ανθρωπιστικός Ιουδαϊσμός. Ο Ορθόδοξος Ιουδαϊσμός αποτελείται από υποομάδες, συμπεριλαμβανομένων των σύγχρονων Ορθοδόξων, οι οποίοι έχουν ενσωματωθεί σε μεγάλο βαθμό στη σύγχρονη κοινωνία διατηρώντας παράλληλα τον σεβασμό στο εβραϊκό δίκαιο (Halakhah). Τα Ορθόδοξα κινήματα του Ιουδαϊσμού είναι παρόμοια μεταξύ τους και όλα πιστεύουν ότι ο Θεός έδωσε στον Μωσή ολόκληρη την Τορά στο Όρος Σινά. Η "ολόκληρη Τορά" περιλαμβάνει τόσο τη Γραπτή Τορά (τα πρώτα πέντε βιβλία της Βίβλου) όσο και την Στοματική Τορά, μια προφορική παράδοση που ερμηνεύει και εξηγεί τη Γραπτή Τορά. Πιστεύουν ότι η Τορά έχει έρθει στους ανθρώπους ανέπαφη και αμετάβλητη και ότι περιέχει 613 εντολές που δεσμεύουν τους Εβραίους (Goodmann, 2018).

Παρόλο που δεν υπάρχει μία επίσημη δήλωση αρχών, στο μεγαλύτερο μέρος του Ορθοδόξου Ιουδαϊσμού παρατηρείται μια ιδιαίτερη μορφή θεολογίας που βασίζεται στις αρχές της εβραϊκής πίστης του Μαϊμονίδη. Ο Μαϊμονίδης (1135-1204 CE) παρουσίασε αυτές τις αρχές ως «τις θεμελιώδεις αλήθειες της θρησκείας και των ίδιων των θεμελίων». Οι βασικές αρχές που υποδεικνύουν τον αυστηρά θεωρητικό χαρακτήρα του Ορθοδόξου Ιουδαϊσμού είναι: 1) η πίστη στην ύπαρξη του Δημιουργού, ο οποίος είναι τέλειος σε κάθε τρόπο ύπαρξης και είναι η Πρωτογενής Αιτία όλων όσων υπάρχουν, 2) η πίστη στη μη σωματική φύση του Θεού, 3) η πίστη στο ότι ο Θεός επικοινωνεί με τον άνθρωπο μέσω της προφητείας, 4) η πίστη στη θεϊκή προέλευση της Τορά, 5) η πίστη στην αμετάβλητη φύση της Τορά, 6) η πίστη στην παντογνωσία και την πρόνοια του Θεού και 7) η πίστη στη θεία ανταμοιβή και τιμωρία (Goodmann, 2018).

Ο συντηρητικός ιουδαϊσμός εκπροσωπείται από την επίσημη δήλωση των ηγετών του Συντηρητικού Ιουδαϊσμού το 1988, η οποία επιβεβαίωσε την πίστη στο Θεό και στη θεϊκή έμπνευση της Τορά. Ωστόσο, επιβεβαίωσε επίσης τη νομιμότητα πολλαπλών ερμηνειών αυτών των θεμάτων. Το Συμβούλιο παρουσίασε τις ακόλουθες βασικές πεποιθήσεις που συμμερίζονται εκπρόσωποι από διάφορα μέρη του Συντηρητικού κινήματος: 1) την επιβεβαίωση της πίστης στο Θεό ως δημιουργός και κυβερνήτης του σύμπαντος, 2) την αρχή του Χαλαχάχ (Εβραϊκού Δικαίου), 3) τον πλουραλισμό που χαρακτήρισε την εβραϊκή ζωή και σκέψη μέσα από τους αιώνες, 4) την κεντρικότητα της ηθικής στη ζωή των Εβραίων και 5) τον εβραϊκό νόμο και παράδοση που εμπλουτίζει την εβραϊκή ζωή. Στον συντηρητικό Ιουδαϊσμό, ο εβραϊκός νόμος δεν είναι στατικός, αλλά έχει αναπτυχθεί ως ανταπόκριση στις μεταβαλλόμενες συνθήκες. Εξακολουθεί να είναι έγκυρος και απαραίτητος, αν και ο συντηρητικός ιουδαϊσμός ακολουθεί μια πιο ανοικτή και ευέλικτη προσέγγιση σε σύγκριση με το ορθόδοξο κίνημα, για τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να αναπτυχθεί το δίκαιο. Ο Συντηρητικός Ιουδαϊσμός γενικά δέχεται τον δεσμευτικό χαρακτήρα του εβραϊκού δικαίου, αλλά πιστεύει ότι ο νόμος πρέπει να προσαρμόζεται, απορροφώντας τις πτυχές του κυρίαρχου πολιτισμού, διατηρώντας παράλληλα τις αξίες του Ιουδαϊσμού (Goodmann, 2018).

2.6. Διατροφή των Εβραίων (Κοσέρ)

2.6.1. Τροφές κοσέρ και απαγορευμένες τροφές

Όλα τα φαγητά που σερβίρονται σε ένα εβραϊκό σπίτι πρέπει να συμμορφώνονται με τους κανόνες του kashrut, το οποίο είναι ένα σύνολο εβραϊκών θρησκευτικών διαιτητικών νόμων. Τα τρόφιμα που καταναλώνονται σύμφωνα με το halakha (εβραϊκό δίκαιο) θεωρούνται κοσέρ (Kosher), το οποίο σημαίνει «κατάλληλα για κατανάλωση». Οι περισσότεροι από τους βασικούς νόμους του kashrut προέρχονται από τα βιβλία Τορά. Οι λεπτομέρειες και η πρακτική εφαρμογή τους, ωστόσο, καθορίζονται στον προφορικό νόμο. Αν και η Τορά δεν δηλώνει τη λογική για τους περισσότερους νόμους του Kashrut, κάποιιο υποδηλώνουν ότι είναι μόνο δοκιμές για την υπακοή του ανθρώπου, ενώ άλλοι έχουν προτείνει ότι οι νόμοι αυτοί αναπτύχθηκαν για φιλοσοφικούς, πρακτικούς και υγιεινούς λόγους. Οι κανόνες αυτοί έχουν καταστεί πολύ σύνθετοι με την πάροδο των ετών και παρατηρούνται πιο σχολαστικά σε ορισμένα εβραϊκά νοικοκυριά, σε σύγκριση με άλλα. Σε γενικές γραμμές, οι κανόνες μπορούν να χωριστούν σε δύο ομάδες: αυτούς οι οποίοι καθορίζουν ποια είδη ζώων μπορούν ή όχι να καταναλωθούν, καθώς και αυτούς που σχετίζονται με τον τρόπο θανάτωσης των ζώων, προετοιμασίας, μαγειρέματος και εξυπηρέτησης (Hewamanage, 2016).

Υπάρχουν τρεις κύριες κατηγορίες ζώων τα οποία θεωρούνται κοσέρ. Αυτά είναι τα τετράποδα, τα πουλιά και τα ψάρια. Τα κοσέρ τετράποδα πρέπει να συμμορφώνονται με δύο κριτήρια: να έχουν διχαλωτή οπλή (σχισμή στα πόδια, όπως της αγελάδας) και να αναμασούν την τροφή τους. Το μόνο ζώο που έχει διχαλωτή οπλή, αλλά δεν αναμασά την τροφή του είναι ο χοίρος, και αυτός είναι πιθανώς ο λόγος για τον οποίο, ο χοίρος θεωρείται ως το ζώο που δεν είναι κοσέρ. Τα βοοειδή, τα πρόβατα, τα κατσίκια και τα ελάφια μπαίνουν στην κατηγορία των επιτρεπόμενων ζώων. Απαγορεύονται τα άλογα, τα οποία έχουν αδιαχώρητες οπλές, καθώς και τα ζώα με ενιαία πέλματα, όπως το κουνέλι και ο λαγός (Hewamanage, 2016).

Όσο για τα πουλιά, αντί να παρέχει γενική καθοδήγηση, η Τορά απαριθμεί αυτά που απαγορεύονται. Τα απαγορευμένα πουλιά είναι αυτά που σκοτώνουν άλλα ζώα ή ψάρια ή αυτά που τρώνε πτώματα. Οι σχολαστικοί Εβραίοι τρώνε μόνο τα εξημερωμένα πουλιά που είναι γνωστά από την παράδοση ως κοσέρ, όπως το κοτόπουλο, η πάπια, η γαλοπούλα και το περιστέρι. Τα ψάρια πρέπει να έχουν πτερύγια και λέπια, ένας περιέργος κανόνας, αφού δεν φαίνεται να υπάρχουν ψάρια που να έχουν λέπια, αλλά όχι πτερύγια. Σε γενικές γραμμές ο κανόνας αυτός δεν προκαλεί δυσκολίες, αλλά οι ραβίνοι εξακολουθούν να διαφωνούν για ορισμένες αμφιλεγόμενες περιπτώσεις, όπως ο οξύρρυγχος, ο ξιφίας και το καλκάνι. Όλα τα άλλα ζώα απαγορεύονται, εξαιρουμένων ορισμένων ειδών ακριδών που επιτρέπονται ειδικά. Δεν υπάρχουν ερπετά ή αμφίβια που να είναι κοσέρ (Hewamanage, 2016).

Απαγορεύεται επίσης η κατανάλωση γάλατος που έχει παραχθεί από ζώα που δεν είναι κοσέρ, ή το γάλα που είναι ανάμεικτο από κοσέρ και μη κοσέρ ζώα. Ορισμένα τρόφιμα και μείγματα θεωρούνται επίσης επικίνδυνα για την υγεία, όπως τα μείγματα ψαριών και κρέατος. Δεν επιτρέπεται επίσης να τρώγονται ζώα που δεν έχουν σφαγεί με συγκεκριμένες διαδικασίες, που ορίζονται από τους νόμους της shechita. Αυτή η απαγόρευση περιλαμβάνει τα ζώα που έχουν σφαγεί από τους μη Εβραίους. Επίσης απαγορεύεται να τρώγονται ζώα που έχουν τραυματισμούς ή ελαττώματα, όπως σπασμένα οστά ή συγκεκριμένους τύπους πνευμονικών συμφύσεων. Υπάρχουν επίσης συγκεκριμένα μέρη του κοιλιακού λίπους των

βοοειδών, των αιγών και των προβάτων, τα οποία πρέπει να αφαιρεθούν με μια διαδικασία που ονομάζεται *nikkur*. Επιπρόσθετα σύμφωνα με τον εβραϊκό νόμο, ο Θεός απαγόρευσε στον Νώε και τους απογόνους του να καταναλώνουν σάρκα σχισμένη από ένα ζωντανό ζώο. Ως εκ τούτου, ο εβραϊκός νόμος θεωρεί ότι η απαγόρευση αυτή ισχύει και για τους μη Εβραίους και επομένως, ένας Εβραίος δεν μπορεί να δώσει ή να πουλήσει τέτοιο κρέας σε μη Εβραίους (Smalletal., 2014).

Τα φρούτα επίσης, δεν μπορούν να καταναλωθούν κατά τους 3 πρώτους μήνες της φύτευσης του δέντρου τους και αυτό ισχύει και για τους καρπούς των αμπελιών και για τον οίνο που παράγεται από αυτά. Επίσης τα διαφορετικά είδη φυτών που πρόκειται να καταναλωθούν μαζί, πρέπει να καλλιεργούνται χωριστά και όχι σε κοντινή απόσταση. Μια συγκεκριμένη υποδιαίρεση αυτού του νόμου είναι η *kg'eiha-kerem*, δηλαδή η απαγόρευση φύτευσης οποιουδήποτε σπόρου φυτού ή λαχανικών κοντά σε αμπέλια (DeLange&deLange, 2000).

Η θρησκεία συστήνει επίσης την αποφυγή γενικά της κατανάλωσης κρέατος και έτσι υπάρχουν πολλοί χορτοφάγοι Εβραίοι καθώς και αρκετές εβραϊκές χορτοφαγικές οργανώσεις. Ακόμα και οι χορτοφάγοι πρέπει να προφυλάσσονται από το να τρώνε ορισμένα τρόφιμα τα οποία παραβιάζουν έναν ή περισσότερους νόμους για τα τρόφιμα, όπως ένα αυγό με στίγμα αίματος και το τυρί που είναι φτιαγμένο με ζωική πυτιά ή ζελατίνη (DeLange&deLange, 2000).

2.6.2. Κανόνες σφαγής ζώων

Οι κανόνες σφαγής των ζώων είναι παρόμοια με αυτούς του Ισλάμ. Τα θηλαστικά και τα πτηνά πρέπει να σφαγούν από εκπαιδευμένο άτομο με την ειδική μέθοδο σφαγής, *shechita*. Μεταξύ άλλων χαρακτηριστικών, μέσω της σφαγής *shechita* καταστρέφεται η σφαγιτιδική φλέβα, η καρωτιδική αρτηρία, ο οισοφάγος και η τραχεία, με μία ενιαία συνεχή κίνηση κοπής, με ένα μη αποστειρωμένο, αιχμηρό μαχαίρι. Η αποτυχία οποιουδήποτε από αυτά τα κριτήρια, καθιστά το κρέας του ζώου ακατάλληλο. Το σφάγιο θα πρέπει να ελεγχθεί μετά τη σφαγή για να επιβεβαιωθεί ότι το ζώο δεν είχε κάποια πιθανή ιατρική κατάσταση ή ελάττωμα που θα του είχε προκαλέσει θάνατο εντός ενός έτους, γεγονός που θα καθιστούσε το κρέας ακατάλληλο. Αυτές οι συνθήκες (*treifot*) περιλαμβάνουν 70 διαφορετικές κατηγορίες τραυματισμών, ασθενειών και ανωμαλιών, υπό τις οποίες το ζώο καθίσταται ακατάλληλο για κατανάλωση.

Απαγορεύεται επίσης η κατανάλωση ορισμένων τμημάτων του ζώου, όπως ορισμένα λίπη και των ισχιακών νεύρων από τα πόδια, ενώ η διαδικασία εκτομής πραγματοποιείται από ειδικούς πριν το κρέας πωληθεί. Πρέπει να απομακρυνθεί όσο το δυνατόν περισσότερος αίμα, και αυτό γίνεται συνήθως με διαβροχή και αλάτισμα του κρέατος, αλλά το συκώτι, καθώς είναι πλούσιο σε αίμα, ψήνεται στην φωτιά. Τα ψάρια (και οι ακρίδες) πρέπει να θανατωθούν πριν καταναλωθούν, αλλά δεν έχει καθοριστεί συγκεκριμένη μέθοδος στο εβραϊκό δίκαιο. Τα ζώα που έχουν σκοτωθεί από άλλα ζώα ή που έχουν πεθάνει από μόνα τους απαγορεύεται ρητά να καταναλωθούν, όπως επίσης και η κατανάλωση του αίματος οποιουδήποτε ζώου.

2.6.3. Κανόνες επεξεργασίας και προετοιμασίας τροφίμων

Τα ζώα που δεν είναι kosher ονομάζονται terefah. Ακόμη και μια μικρή ποσότητα terefah μπορεί να μολύνει ένα πιάτο ή ένα τρόφιμο και οι σχολαστικοί Εβραίοι είναι πολύ προσεκτικοί στα συστατικά των παρασκευασμένων τροφίμων, όπως τα μπισκότα που μπορούν να περιέχουν ζωικό λίπος. Εάν μια κατσαρόλα ή ένα σκεύος μαγειρικής, στο οποίο έχει μαγειρευτεί φαγητό που δεν είναι κοσέρ, χρησιμοποιηθεί στη συνέχεια για το μαγείρεμα φαγητού κοσέρ, τότε θα το κάνει terefah, αλλά το σκεύος μπορεί πρώτα να καθαριστεί σε βραστό νερό(DeLange&deLange, 2000).

Όταν ένα ζώο σφαγιάζεται τελετουργικά, το ωμό κρέας παραδοσιακά κόβεται, ξεπλένεται και αλατίζεται, πριν το μαγείρεμα. Το αλάτισμα του ωμού κρέατος αντλεί το αίμα που υπάρχει στην εσωτερική επιφάνεια του κρέατος. Το αλάτισμα γίνεται με οποιοδήποτε χοντρόκοκκο αλάτι, ενώ το κρέας τοποθετείται σε ένα σουρωτήρι για να αποστραγγιστεί για περίπου 18-24 λεπτά. Στη συνέχεια, το υπόλειμμα αλατιού ξεπλένεται με νερό και το κρέας μαγειρεύεται. Το κρέας που είναι ψημένο δεν απαιτεί προηγουμένως αλάτισμα, καθώς η φωτιά λειτουργεί ως φυσικό καθαριστικό αίματος. Ορισμένες Ορθόδοξες εβραϊκές κοινότητες απαιτούν την πρόσθετη διαδικασία της βύθισης του ωμού κρέατος σε βραστό νερό πριν από το μαγείρεμά του, μια πρακτική γνωστή ως ḥaliṭah(DeLange&deLange, 2000).

Ένας ακόμα ιδιαίτερος κανόνας των Εβραίων είναι ότι κανένα είδος κρέατος δεν μπορεί να μαγειρευτεί σε οποιοδήποτε είδος γάλατος. Ως πρόσθετη προφύλαξη, απαγορεύεται η κατανάλωση κρέατος και γαλακτοκομικών προϊόντων στο ίδιο γεύμα, ακόμη και αν δεν έχουν μαγειρευτεί μαζί. Αυτός ο κανόνας με τη σειρά του έχει επεκταθεί, έτσι ώστε κάποιος να πρέπει να περιμένει για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα μετά την κατανάλωση κρέατος και πριν από την κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων. Μερικοί άνθρωποι περιμένουν έως και έξι ώρες. Είναι επίσης κοινό για τους Ορθόδοξους Εβραίους να κρατούν ξεχωριστά μαγειρικά σκεύη, πιάτα και μαχαιροπίρουνα για το κρέας και για τα γαλακτοκομικά προϊόντα(DeLange&deLange, 2000).

Σύμφωνα με την Εβραϊκή παράδοση, το τραπέζι πρέπει επίσης να είναι ένα βήμα από την κουζίνα και όχι μακριά από αυτή και ο χώρος της κουζίνας δεν πρέπει να είναι ένα τυπικό και απομονωμένο δωμάτιο. Τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα ολόκληρη η οικογένεια συγκεντρώνει γύρω από το τραπέζι σε ένα εορταστικό γεύμα με τις παραδοσιακές συνταγές και τις τελετουργίες του. Το βραδινό γεύμα της Παρασκευής είναι το κορυφαίο σημείο της εβδομάδας σε ένα εβραϊκό σπίτι, αλλά υπάρχουν και άλλα γεύματα που συνοδεύονται από τελετουργίες, όπως τα γεύματα του Σαββάτου, τα οποία πρέπει να είναι τρία(DeLange&deLange, 2000).

Κεφάλαιο 3^ο: Τουρισμός, Διατροφή και Θρησκεία

3.1. Επιλογές τροφίμων κατά την διάρκεια των διακοπών και ο τρόπος που επηρεάζεται από την θρησκεία

Το φαγητό και η διατροφή είναι ίσως μία από τις πιο θεμελιώδεις δραστηριότητες του ανθρώπου. Δεδομένου ότι οι τουρίστες ξοδεύουν σχεδόν το ήμισυ του προϋπολογισμού τους σε τρόφιμα και ποτά ενώ ταξιδεύουν τα τρόφιμα και γενικά η διατροφή έχει γίνει αποδεκτή ως ένα βασικό τουριστικό προϊόν. Στην Ελλάδα για παράδειγμα, ο τομέας του τουρισμού συνεισφέρει κατά 29,8% στον τομέα των τροφίμων και ποτών, το οποίο είναι μεγαλύτερη οικονομική συνεισφορά σε σύγκριση με άλλους κλάδους της οικονομίας (INΣETE, 2015). Ο ίδιος ο τομέας της φιλοξενίας, ο οποίος είναι μια σημαντική δραστηριότητα του τουρισμού, αναφέρεται πλήρως στη διαδικασία παροχής υπηρεσιών διαμονής και φαγητού στους επισκέπτες (Okumus, Koseoglu&Ma, 2018).

Το στοιχείο του επισιτισμού συνιστά σημαντικό κρίκο στην αλυσίδα του τουριστικού προϊόντος. Η κατανάλωση τροφής τόσο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού όσο και κατά τη παραμονή στον τόπο προορισμού αποτελεί αντικείμενο πολλών ερευνών τα τελευταία χρόνια. Έρευνες αποδεικνύουν ότι το ενδιαφέρον των τουριστών για το φαγητό μπορεί να παίζει σημαντικό ρόλο στην επιλογή ενός προορισμού (Hall&Mitchell, 2001). Οι επιλογές και προτιμήσεις των τουριστών αναγνωρίζονται ως σημαντικές στην τουριστική ζήτηση με αποτέλεσμα να επηρεάζουν σημαντικά και την τουριστική προσφορά όπως τις εισαγωγές για τρόφιμα, την τοπική παραγωγή κ.λπ. (Torres, 2003).

Πρέπει να σημειωθεί, ότι πολλοί τουρίστες έχουν ιδιαίτερες προτιμήσεις φαγητού οι οποίες συνδέονται με τον τόπο καταγωγής τους, δηλαδή επιθυμούν να καταναλώνουν τρόφιμα από τον δικό τους πολιτισμό και όχι από τις χώρες προορισμού. Μια τροφή μπορεί να έχει μια ιδιαίτερη ταυτότητα και πολιτιστική σημασία για κάποια άτομα και έτσι να παραμένει η πρώτη επιλογή διατροφής, κατά την επίσκεψη σε έναν τουριστικό προορισμό (Maket al., 2012). Σύμφωνα με τους Pizam και Sussmann (1995) οι Ιάπωνες, οι Γάλλοι και οι Ιταλοί τουρίστες συνήθως αποφεύγουν να καταναλώνουν τοπικές τροφές στον τόπο προορισμού και αναζητούν την εθνική -κουζίνα τους. Ομοίως σύμφωνα με μια άλλη έρευνα, οι μουσουλμάνοι και οι Ινδονήσιοι απαιτούν τα τρόφιμα που καταναλώνουν να είναι Χαλάλ, ενώ οι Κορεάτες έχουν μια ισχυρή προτίμηση για την εθνική τους κουζίνα (Μοίρα &Μυλωνόπουλος, 2012).

Ειδικότερα οι τουρίστες που υπάγονται σε θρησκείες όπου υπάρχουν ρητές απαγορεύσεις στην κατανάλωση τροφίμων, όπως το Ισλάμ και ο Ιουδαϊσμός, αναζητούν προορισμούς, στους οποίους θα έχουν την δυνατότητα να βρουν και να καταναλώσουν τα φαγητά της τοπικής τους κουζίνας. Για παράδειγμα, μια έρευνα που έγινε από τους Minkus&McKenna (2007) βρήκε ότι περισσότεροι από 2 στους 3 μουσουλμάνους υπακούει στους κανόνες του Ισλάμ, επομένως και σε αυτούς που αφορούν τη διατροφή, ενώ οι Hassan&Hall, (2003) οι οποίοι μελέτησαν τις διατροφικές συνήθειες και συμπεριφορές των μουσουλμάνων

τουριστών στη Νέα Ζηλανδία, βρήκαν ότι το 82,2% αυτών αναζητούσαν χαλάλ τρόφιμα, ενώ χαρακτηριστικό ήταν ότι περίπου το 40% δήλωσε ότι θα προτιμούσε να παρασκευάζει το φαγητό του καθώς δεν είχε εμπιστοσύνη στον ορθό τρόπο παρασκευής από τους ντόπιους. Μια άλλη έρευνα που έγινε από τους Ching et al., (2005) σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην Μαλαισία, βρήκε ότι το επίπεδο ικανοποίησης των ασιατών τουριστών και ιδιαίτερα των μουσουλμάνων εξαρτάται από την παροχή και την διαθεσιμότητα χαλάλ τροφών στους τουριστικούς προορισμούς που είχαν επισκεφθεί.

3.2. Τουρισμός Χαλάλ και Κοσέρ

Ο χαλάλ τουρισμός αναφέρεται στην πραγματοποίηση των διακοπών παράλληλα με τις εντολές, τις προτάσεις και τις υπαγορεύσεις του Ισλάμ. Οι μουσουλμάνοι κατά την διάρκεια των διακοπών τους επιθυμούν επίσης να εκτελούν τα θρησκευτικά τους καθήκοντα και τις δραστηριότητες (Battour, 2018). Στον τουρισμό χαλάλ, όλες οι παρεχόμενες δραστηριότητες και εγκαταστάσεις, έχουν διαμορφωθεί, ώστε να συνάδουν με την Ισλαμική διδασκαλία. Σήμερα υπάρχουν ξενοδοχεία, τα οποία προσφέρουν υπηρεσίες ειδικά για μουσουλμάνους στο θέμα της διατροφής. Οι τουρίστες μπορούν να επιλέξουν ξενοδοχεία και ταξιδιωτικούς πράκτορες που προσφέρουν υπηρεσίες χαλάλ, ενώ αποφασίζουν για τους προορισμούς τους (Raj&Griffin, 2015).

Οι τουριστικοί πράκτορες που προσφέρουν υπηρεσίες χαλάλ είναι αυτοί που προτιμούν οι μουσουλμάνοι τουρίστες, οι οποίοι προσπαθούν να ανταποκριθούν στις απαγορεύσεις και παραγγελίες του Ισλάμ. Αυτοί οι τουριστικοί πράκτορες μπορούν να παρέχουν στους επισκέπτες τους πληροφορίες σχετικά με τον τουρισμό χαλάλ, να πραγματοποιούν ατομικές εκδρομές και να προωθούν τις περιηγήσεις αυτές σε συνεργασία με άλλους πράκτορες (Raj&Griffin, 2015).

Προκειμένου οι τουριστικές επιχειρήσεις να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των τουριστών από Ισλαμικές και Εβραϊκές κοινότητες, διαμορφώνουν ειδικά τις υπηρεσίες τους. Στις επιχειρήσεις αυτές, είτε πρόκειται για ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, είτε για επισιτιστικές επιχειρήσεις, δεν προσφέρεται χοιρινό και αλκοόλ και υπάρχουν ειδικά διαμορφωμένες εγκαταστάσεις, ώστε οι μουσουλμάνοι να προσεύχονται. Προσφέρονται επίσης ποτά χωρίς αλκοόλ. Επίσης κάποιες από τις παρεχόμενες υπηρεσίες όπως οι πισίνες και τα ιαματικά λουτρά διαχωρίζονται για τους γυναίκες και τους άνδρες (Battour, 2018).

Πρόσφατα επίσης, πολλά ξενοδοχεία και επισιτιστικές επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται να προσεγγίσουν αυτές τις πληθυσμιακές ομάδες, έχουν λάβει πιστοποιήσεις Χαλάλ και Κοσέρ. Η κατανάλωση τροφίμων με αυτές τις πιστοποιήσεις, είναι επίσης ένας τρόπος διαβεβαίωσης των τουριστών, ότι το ξενοδοχείο προσφέρει φαγητά που ακολουθούν τους διατροφικούς κανόνες του Ισλάμ και του Ιουδαϊσμού. Αν και οι κανονισμοί κοσέρ ισχύουν μόνο για τις εβραϊκές κοινωνίες, οι Χριστιανοί, οι Μουσουλμάνοι, τα άτομα με προβλήματα υγείας και άλλες ομάδες, προτιμούν να τρώνε περισσότερο φυσικό και ασφαλέστερο φαγητό και αυτά τα πιστοποιητικά θεωρούνται ως σήματα καθαριότητας, υγιεινής και ασφάλειας (Χαιδούτης κ.α., 2018).

Πολλοί τουριστικοί προορισμοί και τουριστικές επιχειρήσεις έχουν επίσης προβάλλει τους εαυτούς τους ως «φιλικούς προς τους Μουσουλμάνους» και πολλές χώρες έχουν προβεί σε προγράμματα εκπαίδευσης των τοπικών επιχειρηματιών και εργαζομένων, ώστε να

ενισχύσουν τις γνώσεις τους για την διατροφή χαλάλ και για τις πρακτικές διατροφής των Μουσουλμάνων. Για παράδειγμα, ορισμένοι μη μουσουλμανικοί προορισμοί όπως η Ιαπωνία, οι Φιλιππίνες και η Βραζιλία προσέφεραν λύσεις / επιλογές φιλικές προς τις μουσουλμανικές χώρες. Για παράδειγμα, τα Εμπορικά Επιμελητήρια στην Ιαπωνία και η Ένωση Ταξιδιωτικών Γραφείων στις Φιλιππίνες διοργάνωσαν σεμινάρια για την εκπαίδευση των ανθρώπων της τουριστικής βιομηχανίας και των εστιατορίων για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών των Μουσουλμάνων. Επιπλέον, οι αίθουσες προσευχής διατίθενται σε μεγάλα αεροδρόμια και τα εστιατόρια προσφέρουν φαγητό χαλάλ στην Ιαπωνία. Ένας οδηγός φιλικός προς τους μουσουλμάνους δημοσιεύεται επίσης για να παρέχει πληροφορίες σχετικά με τα φαγητά και τις θέσεις προσευχής χαλάλ (Battour, 2018).

Η Ιαπωνία είναι επίσης μία από τις μη μουσουλμανικές χώρες που αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την κατάρτιση του προσωπικού της φιλοξενίας μέσω του Μουσουλμανικού Έργου. Στόχος του έργου αυτού είναι η παροχή κατάρτισης στους εργαζομένους της βιομηχανίας φιλοξενίας στην Ιαπωνία για τη βελτίωση της κατανόησης των αναγκών και των ανησυχιών των μουσουλμάνων τουριστών που επισκέπτονται την Ιαπωνία (Battour&Ismail, 2016).

Το Τμήμα Τουρισμού της κυβέρνησης στις Φιλιππίνες ξεκίνησε το 2014 αυτό που ονόμασε πακέτα «EidPlayLove» για να προσελκύσει μουσουλμάνους ταξιδιώτες από τη Σαουδική Αραβία και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα κατά τη διάρκεια του Eid al-Fitr και του Eid al-Adha. Ο στόχος των πακέτων ήταν να προωθηθούν οι Φιλιππίνες ως «προορισμός φιλικός προς τη μουσουλμανική οικογένεια» (Battour, 2018).

Ένα άλλο παράδειγμα, η Ομοσπονδία Μουσουλμανικών Σωματείων της Βραζιλίας (FAMBRAS), η οποία εξέδωσε 65.000 ενός 28-σέλιδου οδηγού διασκέδασης για μουσουλμάνους, ο οποίος περιγράφει τις ώρες προσευχής, τις τοποθεσίες των τζαμιών, τις πόλεις υποδοχής, τις υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης και τις λεπτομέρειες για τους μουσουλμάνους κατά τη διάρκεια του Παγκοσμίου Κυπέλλου 2014 (Battour, 2018).

3.3. Παραδείγματα τουριστικών επιχειρήσεων που προσφέρουν υπηρεσίεςχαλάλ

Μια βέλτιστη πρακτική στον τουρισμό χαλάλ είναι η πόλη του Κιότο, η οποία βρίσκεται στο κεντρικό τμήμα της νήσου Χονσού, στην Ιαπωνία. Ο ταξιδιωτικός οδηγός στην ιστοσελίδα της πόλης του Κιότο παρέχεται στους μουσουλμάνους σε τέσσερις γλώσσες: αραβικά, αγγλικά, τουρκικά και μαλαισιανά. Η επίσημη ιστοσελίδα της περιοχής, διαθέτει μια λίστα με τα ξενοδοχεία φιλικά προς τους μουσουλμάνους. Αυτά τα ξενοδοχεία παρέχουν στους μουσουλμάνους επισκέπτες μια πυξίδα Qibla, έναν χάρτη για το Τζαμί του Κιότο και τα χαλιά προσευχής και σερβίρουν φαγητό χαλάλ (Hall&Prayag, 2019).

Γενικά, οι βασικέςυπηρεσίες πουπροσφέρουν τα ξενοδοχεία χαλαλ, είναι το αντίγραφο του κορανίου στα δωμάτια, πυξίδα qibla, μαξιλάρι προσευχής, χρονοδιάγραμμα προσευχής, τηλεόραση με κανάλια σε αραβική γλώσσα, ποτά χωρίς αλκοόλ, πιστοποιημένα τρόφιμα χαλάλ και κουζίνες με πιστοποίηση χαλάλ, καλά εκπαιδευμένο προσωπικό για να εξυπηρετήσει τους μουσουλμάνους, γυναικείο προσωπικό για την εξυπηρέτηση των γυναικών τουριστριών, ξεχωριστοί όροφοι που διαμένουν γυναίκες ή οικογένειες και δωμάτιο προσευχής (Hall&Prayag, 2019).

Στην Ρωσία, το ξενοδοχείο Aerostar στη Μόσχα είναι μουσουλμανικό, καθώς μια από τις κουζίνες του ξενοδοχείου έχει πιστοποίηση χαλάλ. Το ξενοδοχείο παρέχει αντίγραφο του Κορανίου, ένα χαλί προσευχής και την κατεύθυνση Qibla σε 20 από τα δωμάτιά του. Το σαμπουάν και το σαπούνι που παρέχονται στα δωμάτια είναι πιστοποιημένα με χαλάλ. Διατίθενται δύο αίθουσες προσευχής: μία για τους άνδρες και μία για τις γυναίκες (Bon&Hussain, 2010).

Στις Φιλιππίνες τα ξενοδοχεία FairmontMakati και RafflesMakati έχουν αναπτύξει τις υπηρεσίες τους ώστε να είναι φιλικά προς τους μουσουλμάνους, παρέχοντας ένα αντίγραφο του Κορανίου, αίθουσα προσευχής και τηλεοπτικά κανάλια σε αραβική γλώσσα. Το ξενοδοχείο LesRosiers στις Γαλλικές Άλπεις, προτείνει «χαλάλ διακοπές σκι». Οι Τούρκοι ξενοδόχοι διαφημίζουν την παροχή υπηρεσιών τους που βασίζεται στο τρίπτυχο «Ήλιος, Θάλασσα, Χαλάλ». Στο TurquihouseBoutiqueHotel στην Κωνσταντινούπολη, τονίζεται ότι τα φαγητά είναι χαλάλ, τηρούνται οι ισλαμικοί κανόνες και διατίθενται χαλάκια προσευχής στους επισκέπτες. Το CurrumbinWildlifeSanctuary στην Αυστραλία, το ξενοδοχείο Hilton στη Γλασκώβη και το ξενοδοχείο Intercontinental στην Πράγα προσφέρουν γεύματα χαλάλ στους τουρίστες (Bon&Hussain, 2010; Μοίρα και Μυλωνόπουλος, 2012).

Σύμφωνα με την έκθεση EuromonitorInternational(2015), οι πωλήσεις τροφίμων χαλάλ αυξήθηκαν στην Ευρώπη, ιδίως στις αγορές καταναλωτικών τροφίμων λόγω των εισερχόμενων μουσουλμάνων τουριστών που επισκέπτονται την Ευρώπη. Ως εκ τούτου, αναμένεται ότι οι επενδύσεις στην αγορά τροφίμων χαλάλ θα καλλιεργηθούν σε μη μουσουλμανικούς προορισμούς λόγω της ανάπτυξης του τουρισμού χαλάλ. Για παράδειγμα, οι συνολικές μουσουλμανικές δαπάνες για τα τρόφιμα και τα ποτά (F & B) αυξήθηκαν κατά 10,8% φθάνοντας τα 1.292 δις δολ. το 2013. Οι δαπάνες αυτές αναμένεται να αυξηθούν σε 2.537 δις δολ. μέχρι το τέλος του 2019 και θα αντιπροσωπεύουν το 21,2% των συνολικών δαπανών.

Επιπλέον, τα εστιατόρια πλήρους εξυπηρέτησης και γρήγορου φαγητού που σερβίρουν φαγητό χαλάλ για μουσουλμάνους τουρίστες είναι πολύ διαδεδομένα στη Γαλλία, τη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο και ορισμένοι από τους πελάτες τους μπορεί να είναι συχνά και μη μουσουλμάνοι. Μεγάλες αλυσίδες εστιατορίων, αλλά και μικρότερα εστιατόρια και επισιτιστικές επιχειρήσεις εξυπηρετούν τις τουριστικές ανάγκες των Μουσουλμάνων, παρασκευάζοντας πιάτα σε κουζίνες πιστοποιημένες ως χαλάλ. Για παράδειγμα, στο Ηνωμένο Βασίλειο, περίπου 100 καταστήματα της αλυσίδας KFC και το ένα πέμπτο των εστιατορίων Nando διαθέτουν κοτόπουλο που έχει πιστοποιηθεί με χαλάλ (Battour&Ismail, 2016).

Επιπλέον, το ManhattanFishMarket, το οποίο είναι μια κορυφαία αλυσίδα εστιατορίων στη Μαλαισία, άνοιξε το 2015 για να προσφέρει αποκλειστικά πιάτα χαλάλ. Η διαθεσιμότητα των παραπάνω υπηρεσιών χαλάλ από τις τουριστικές επιχειρήσεις επιτρέπει στους μουσουλμάνους τουρίστες να γνωρίσουν τη διάσημη κουζίνα σύμφωνα με τις πεποιθήσεις τους και θα τους παρακινήσει να επισκεφθούν τον προορισμό ξανά (Battour&Ismail, 2016).

Υπάρχουν επίσης πολλά τουριστικά πρακτορεία που διαθέτουν υπηρεσίες ειδικά διαμορφωμένες για μουσουλμάνους και για άλλες θρησκευτικές ομάδες. Αρκετά ταξιδιωτικά πρακτορεία, προκειμένου να αυξήσουν την πελατεία τους, διαμορφώνουν «ειδικά πακέτα» με βάση το θρησκευτικό στοιχείο. Για τους πιστούς μουσουλμάνους που επιθυμούν να απολαύσουν διακοπές σε ένα ισλαμικά φιλικό περιβάλλον, προβάλλονται τα «ισλαμικά πακέτα διακοπών», όπως η CrescentTours και IslamicTravels (Μοίρα και Μυλωνόπουλος, 2012).

Αν και η τουριστική αγορά χαλάλ αναπτύσσεται όλο και περισσότερο, πρέπει να σημειωθεί ότι στον τουρισμό χαλάλ και στον ισλαμικό τουρισμό, δεν υπάρχει μια κοινή προσέγγιση σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο ονομάζονται οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες σύμφωνα με τις ισλαμικές αρχές. Τα ξενοδοχεία που λειτουργούν σε αυτόν τον τομέα ονομάζονται ισλαμικά ξενοδοχεία, ξενοδοχεία Sharia-Compliant και ξενοδοχεία χαλάλ. Ο αριθμός τους έχει αυξηθεί τόσο στις ισλαμικές χώρες, όσο και στις δυτικές χώρες, αλλά παρ' όλα αυτά δεν υπάρχουν παγκόσμια πρότυπα για τα ξενοδοχεία αυτά (Boğan&Sarısık, 2019).

Επιπλέον, οι Battour et al., (2012) υπογραμμίζουν ότι η αγορά που αποτελείται από μουσουλμάνους δεν πρέπει να θεωρείται ως μια ενιαία ομοιογενής αγορά, επειδή ο τρόπος ζωής των μουσουλμάνων και ο τρόπος με τον οποίο ερμηνεύουν το Ισλάμ μπορεί να είναι αρκετά διαφορετικοί. Για παράδειγμα, ορισμένοι μουσουλμάνοι θεωρούν ότι είναι πολύ σημαντικό και σοβαρό να ακολουθούν τους κανόνες του Ισλάμ, ενώ άλλοι δεν το κάνουν. Το ίδιο συμβαίνει και με τους Εβραίους όπου υπάρχουν πολλές διαφορετικές πληθυσμιακές ομάδες (Battour et al., 2012).

Κεφάλαιο 4^ο: Έρευνα

4.2. Σκοπός έρευνας

Σκοπός της έρευνας είναι να μελετήσει αν τα ελληνικά ξενοδοχεία προσφέρουν υπηρεσίες διατροφής χαλάλ και κοσέρ, καθώς και τις απόψεις των υπευθύνων των F&B σχετικά με την σημασία της ύπαρξης της διατροφής χαλάλ και κοσέρ για τα ξενοδοχεία τους. Αναλυτικότερα, τα ερωτήματα στα οποία απαντά η έρευνα είναι:

- [1] Ποιο είναι το επίπεδο γνώσης των ελληνικών ξενοδοχείων σχετικά με τις διατροφές χαλάλ και κοσερ;
- [2] Πόσα ξενοδοχεία διαθέτουν διατροφές χαλάλ και κοσέρ στους πελάτες τους;
- [3] Πόσο διατεθειμένα είναι τα ξενοδοχεία που δε διαθέτουν διατροφές χαλάλ και κοσέρ, να τις υιοθετήσουν στο μέλλον;
- [4] Ποια θα ήταν τα οφέλη από την υιοθέτηση των διατροφών χαλάλ και κοσέρ για τα ελληνικά ξενοδοχεία;

4.2. Ερωτηματολόγιο

Για την διεξαγωγή της έρευνας δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο περιλαμβάνει 13 ερωτήσεις κλειστού τύπου. Μεταξύ αυτών, οι δύο ερωτήσεις αφορούσαν τον αριθμό των αστερών του ξενοδοχείου και το γεωγραφικό διαμέρισμα στο οποίο δραστηριοποιείται. Οι υπόλοιπες ερωτήσεις σχεδιάστηκαν, ώστε να απαντήσουν στα ερωτήματα της έρευνας. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου δεν απαιτούσε χρόνο πάνω από 5 λεπτά. Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο Παράρτημα της εργασίας.

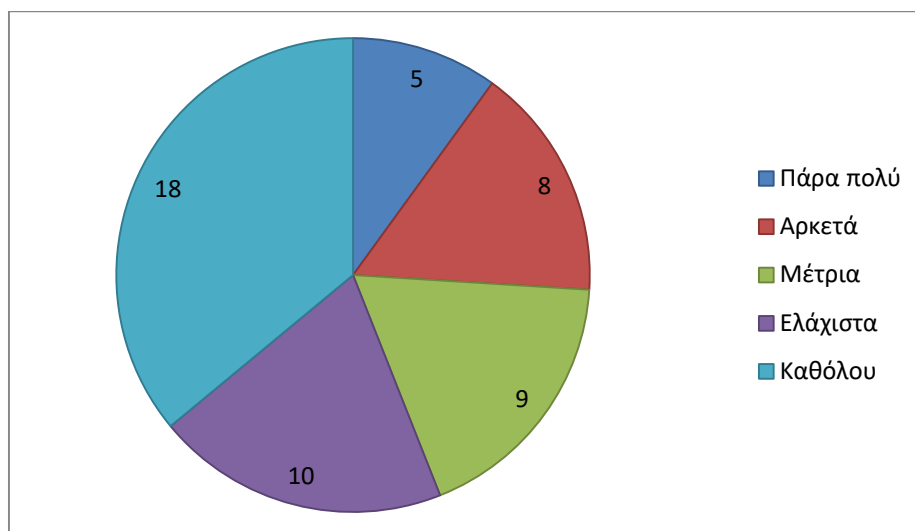
4.3. Διαδικασίες έρευνας

Η συμμετοχή στην έρευνα ήταν εθελοντική και ανώνυμη. Το ερωτηματολόγιο συντάχθηκε σε ηλεκτρονική μορφή και απεστάλη μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε 250 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στην Ελλάδα, με την παράκληση να συμπληρωθεί από κάποιον υπεύθυνο του τμήματος F&B. Δεν τέθηκε κάποιος περιορισμός ως προς την επιλογή του δείγματος. Το ποσοστό ανταποκρισιμότητας ήταν 20%, καθώς τελικά 50 επιχειρήσεις απέστειλαν πίσω το συμπληρωμένο ερωτηματολόγιο. Ως εκ τούτου το δείγμα της έρευνας είναι $n=50$. Η έρευνα διενεργήθηκε στο διάστημα από 1 Αυγούστου έως 16 Σεπτεμβρίου. Οι απαντήσεις συλλέχθηκαν σε ένα φύλλο εργασίας του Microsoft Excel 2007, όπου και αναλύθηκαν με την βοήθεια διαγραμμάτων.

4.4. Αποτελέσματα έρευνας

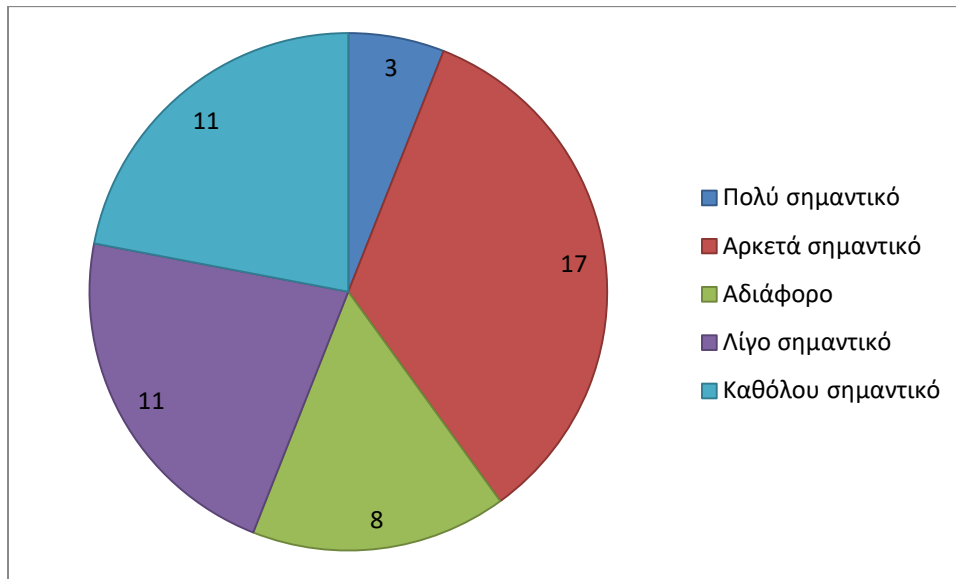
Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εμπειρικής έρευνας.

Στο διάγραμμα 4.3.1 παρουσιάζεται ο αριθμός των ατόμων για το αν γνωρίζουν τη διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ. Τα πέντε από τα πενήντα άτομα γνωρίζουν πάρα πολύ τις δύο αυτές διατροφές. Οκτώ άτομα δήλωσαν ότι γνωρίζουν αρκετά τις διατροφές και εννέα ότι τις γνωρίζουν μέτρια. Παρατηρείται ότι δέκα άτομα γνωρίζουν ελάχιστα τη διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ και δεκαοχτώ άτομα καθόλου.



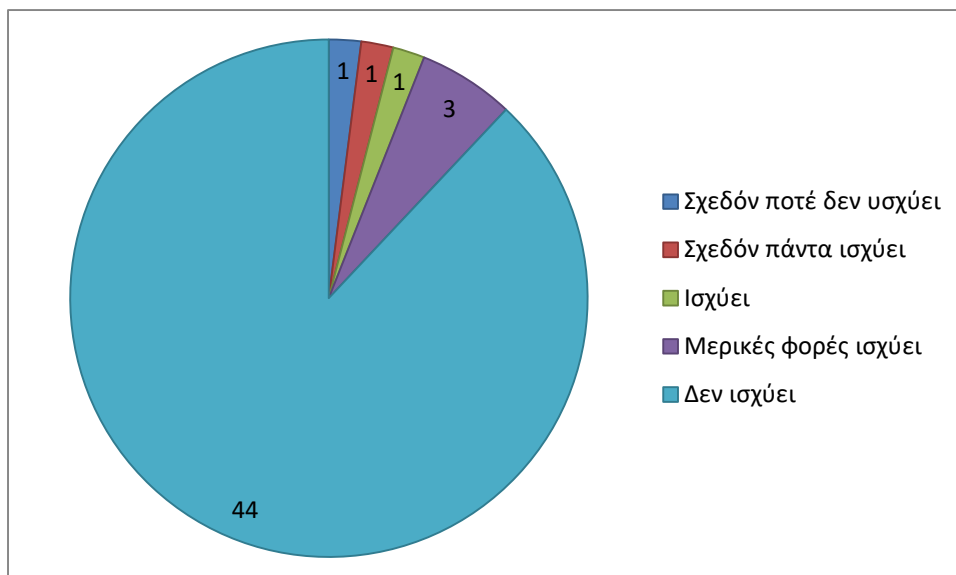
Διάγραμμα 4.1: Γνωρίζετε τι είναι η διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ

Στο διάγραμμα 4.2 παρουσιάζεται ο βαθμός σημαντικότητας για την ύπαρξη των δύο διατροφών στο μενού της κουζίνας κάθε ξενοδοχείου. Μόνο τρία από τα πενήντα άτομα που απάντησαν, θεωρούν πολύ σημαντικό να υπάρχει η διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ στην κουζίνα του ξενοδοχείου. Δεκαεπτά άτομα πιστεύουν ότι είναι αρκετά σημαντικό, ενώ οκτώ άτομα δήλωσαν ότι είναι αδιάφορο. Έντεκα άτομα δήλωσαν ότι είναι λίγο σημαντικό όπως επίσης άλλα έντεκα άτομα θεωρούν ότι δεν είναι καθόλου σημαντικό.



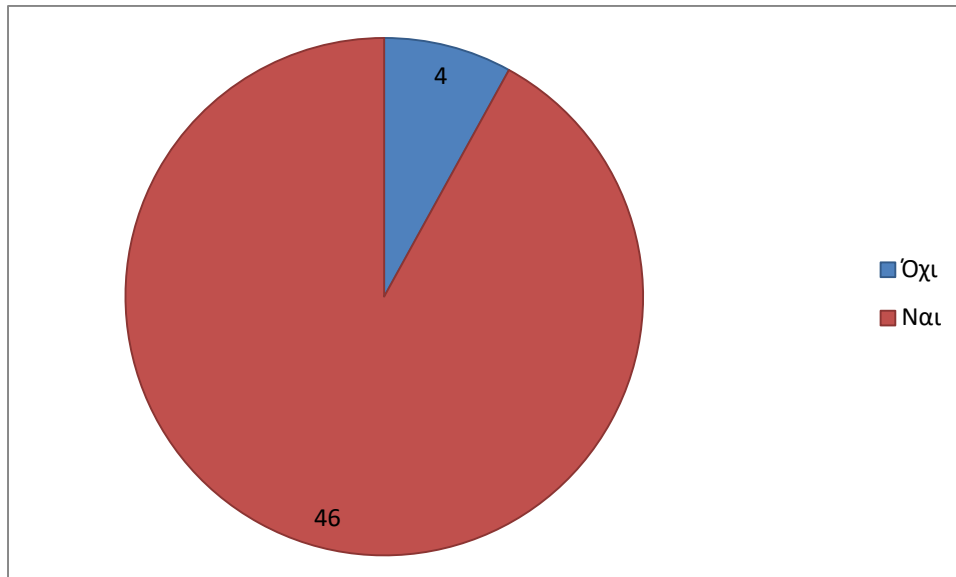
Διάγραμμα 4.2: Θεωρείτε σημαντικό να υπάρχει στο μενού της κουζίνας σας η διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ;

Στο διάγραμμα 4.3 απεικονίζεται η στάση του προσωπικού για τον αν προτιμούσε ή όχι να φύγει πελάτης ο οποίος αναζητά μία από τις συγκεκριμένες διατροφές τις οποίες δεν παρέχει το ξενοδοχείο. Ένα άτομο απάντησε σχεδόν ποτέ δεν ισχύει, όπως άλλο ένα δήλωσε σχεδόν πάντα ισχύει. Ακόμα παρατηρείται μία απάντηση στην επιλογή ισχύει και τρεις απαντήσεις ότι άτομα του προσωπικού θα προτιμούσαν να αποχωρήσει πελάτης από το ξενοδοχείο τους. Αξίζει να σημειωθεί ότι σαράντα τέσσερα από τα πενήντα άτομα δήλωσαν ότι δεν ισχύει.



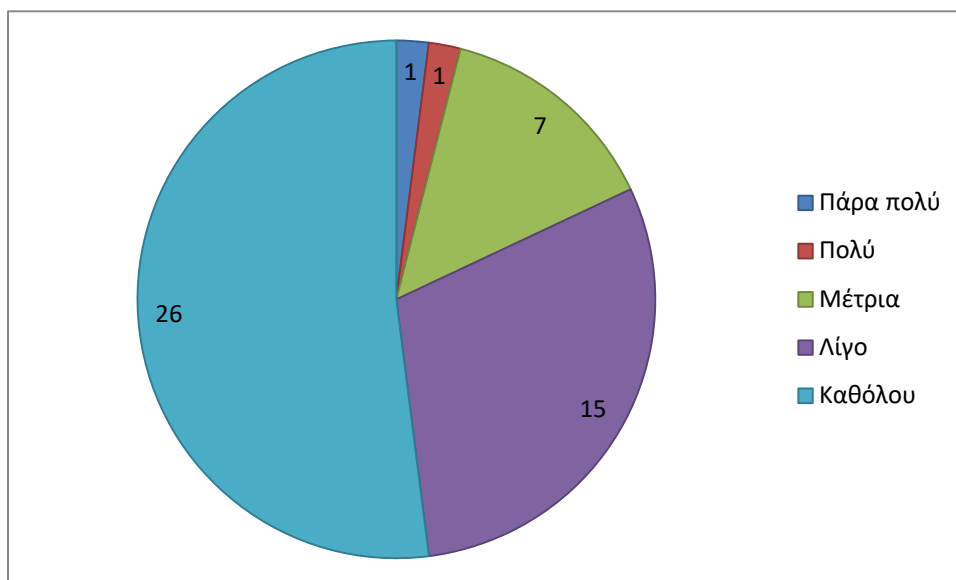
Διάγραμμα 4.3: Ισχύει ότι αν επισκεπτόταν ένας τουρίστας την επιχείρησή σας και επιθυμούσε μία από τις δύο συγκεκριμένες διατροφές τις οποίες δεν παρέχετε, θα προτιμούσατε να φύγει;

Στο διάγραμμα 4.4 παρατηρείται η επιλογή του F&B για το αν θα έλεγε στον chef του ξενοδοχείου να μαγειρέψει φαγητό κατάλληλο στα μέτρα του πελάτη, εφόσον δεν παρέχουν τις δύο αυτές διατροφές. Τα τέσσερα από τα πενήντα άτομα δήλωσαν ότι δε θα έδιναν εντολή να φτιάξουν διαφορετικό φαγητό για την ικανοποίηση και εξυπηρέτηση του πελάτη. Όμως, τα υπόλοιπα άτομα, δηλαδή τα σαράντα έξι επέλεξαν να πουν στον chef να φτιάξουν φαγητό στα μέτρα του πελάτη.



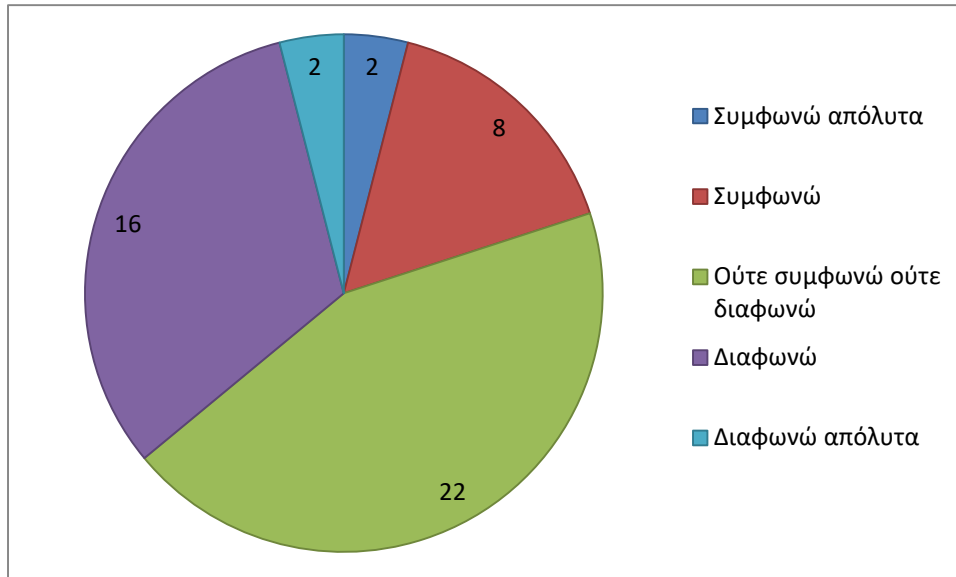
Διάγραμμα 4.4: Ισχύει ότι αν επισκεπτόταν ένας τουρίστας την επιχείρησή σας και επιθυμούσε μία από τις δύο συγκεκριμένες διατροφές τις οποίες δεν παρέχετε, θα λέγατε στον chef να φτιάξει φαγητό κατάλληλο στα μέτρα του πελάτη;

Στο διάγραμμα 4.5 παρατηρείται κατά πόσο οι πελάτες ζητούν τις διατροφές Κοσέρ και Χαλάλ. Ένα άτομο επέλεξε πάρα πολύ και άλλο ένα πολύ. Επτά άτομα δήλωσαν ότι η ζήτηση είναι μέτρια και δεκαπέντε ότι η ζήτηση είναι λίγο. Τα είκοσι έξι από τα πενήντα άτομα δήλωσαν ότι δεν υπάρχει καθόλου ζήτηση για τις δύο αυτές διατροφές.



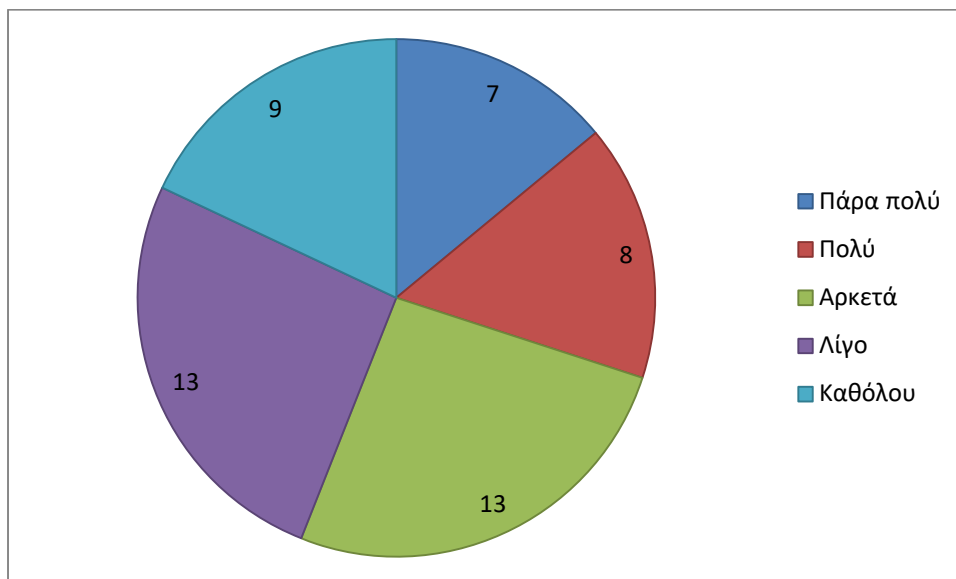
Διάγραμμα 4.5: Πόσο συχνή είναι η ζήτηση για τις δύο αυτές διατροφές;

Στο διάγραμμα 4.6 παρατηρείται η γνώμη των F&B για το αν θα αποκτούσε η επιχείρησή τους περισσότερους πελάτες αν παρέχουν τη διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ. Δύο άτομα δήλωσαν ότι συμφωνούν απόλυτα και οκτώ ότι συμφωνούν. Τα είκοσι δύο από τα πενήντα άτομα ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν. Δεκαέξι διαφωνούν και δύο άτομα διαφωνούν απόλυτα.



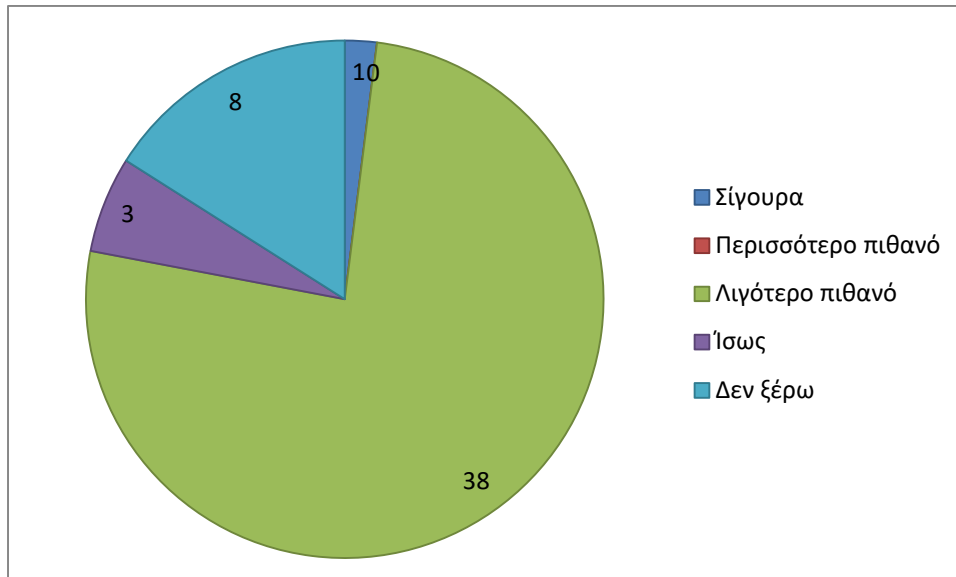
Διάγραμμα 4.6: Συμφωνείτε ότι αν παρέχετε τη διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ η επιχείρησή σας θα αποκτήσει περισσότερους πελάτες;

Στο διάγραμμα 4.7 απεικονίζεται κατά πόσο ο chef είναι διατεθειμένος να προσθέσει κάτι διαφορετικό ώστε η επιχείρηση να αποκτήσει περισσότερους πελάτες. Επτά άτομα δήλωσαν πάρα πολύ και οκτώ πολύ. Δεκατρία άτομα απάντησαν ότι ο chef είναι αρκετά διατεθειμένος και άλλα δεκατρία λίγο. Τα εννέα από τα πενήντα δήλωσαν καθόλου.



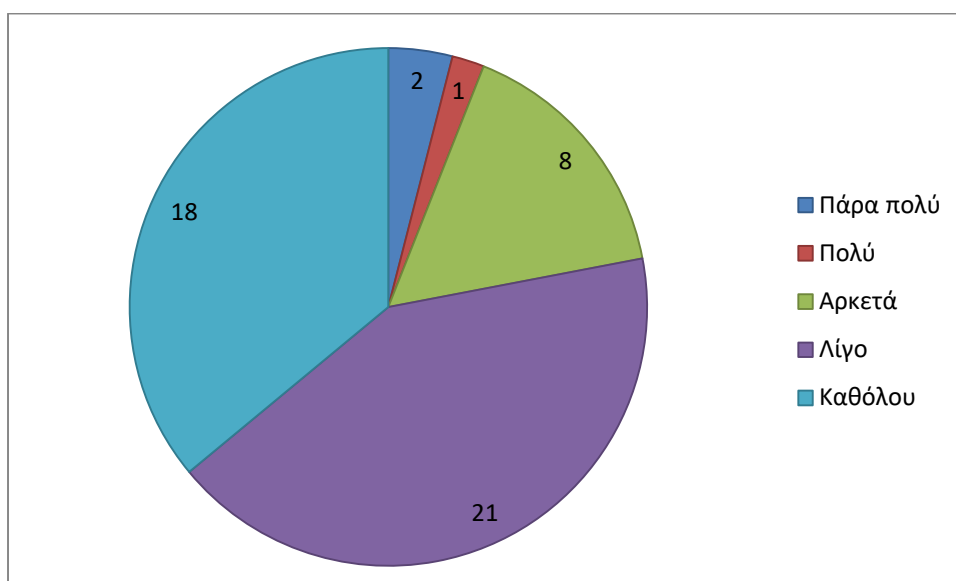
Διάγραμμα 4.7: Ο chef είναι διατεθειμένος να προσθέσει κάτι διαφορετικό με σκοπό την προσέλκυση πελατών από ποικίλες θρησκείες;

Στο διάγραμμα 4.8 παρατηρείται η στάση που θα κρατούσε το προσωπικό προς τον πελάτη σε περίπτωση που γινόταν προσθήκη από τις απαγορευμένες ουσίες. Ένα άτομο δήλωσε ότι θα το έκρυβε από τον πελάτη αν γινόταν η προσθήκη και κανένας δεν επέλεξε την απάντηση περισσότερο πιθανό. Τριάντα οκτώ από τα πενήντα άτομα δήλωσαν ότι είναι λιγότερο πιθανό, τρία άτομα επέλεξαν την απάντηση ίσως και τα υπόλοιπα οκτώ επέλεξαν την απάντηση δεν ξέρω.



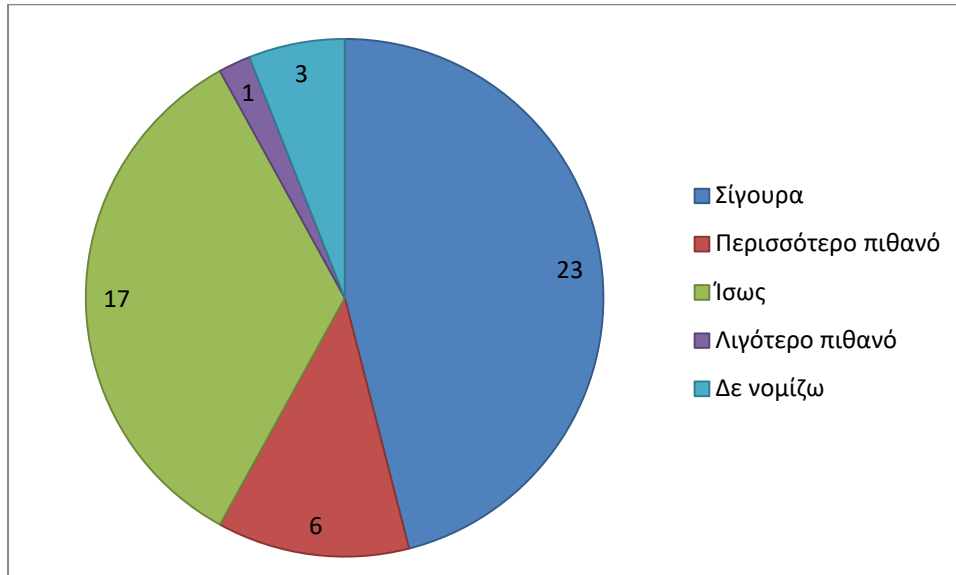
Διάγραμμα 4.8: Αν κατά λάθος γινόταν προσθήκη από τις απαγορευμένες ουσίες στο φαγητό, θα το κρύβατε από τον πελάτη;

Στο διάγραμμα 4.9 παρουσιάζεται το πόσο η κοστολόγηση των πιάτων θα είναι ή είναι υψηλότερη. Δύο άτομα επέλεξαν την επιλογή πάρα πολύ και ένα άτομο πολύ. Οκτώ δήλωσαν ότι η κοστολόγηση είναι ή θα ήταν αρκετά υψηλότερη, είκοσι ένα δήλωσαν λίγο και τα υπόλοιπα δεκαοκτώ άτομα επέλεξαν την απάντηση καθόλου.



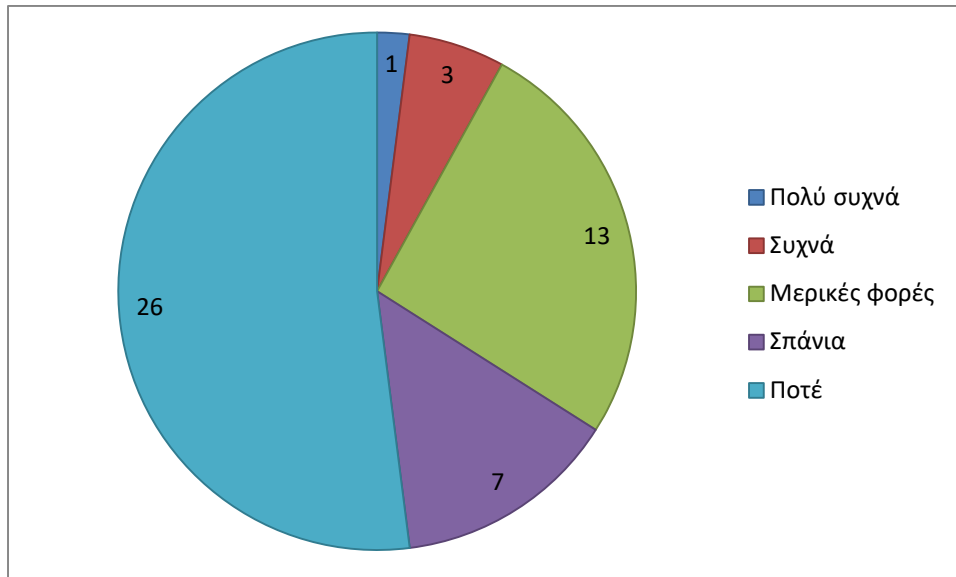
Διάγραμμα 4.9: Η κοστολόγηση των πιάτων στο μενού για τις δύο διατροφές θα ήταν ίδια ή είναι υψηλότερη;

Στο διάγραμμα 4.10 παρουσιάζεται το αν οι F&B θα επέλεγαν έναν τρόπο, όπως το διαδίκτυο, για να διαφημίσουν ότι παρέχουν τη διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ με σκοπό την απόκτηση πελατών από διάφορες χώρες. Τα είκοσι τρία από τα πενήντα άτομα σίγουρα θα επέλεγαν να διαφημίσουν τις δύο διατροφές. Έξι άτομα επέλεξαν την απάντηση περισσότερο πιθανό και δεκαεπτά άτομα την επιλογή ίσως. Μόνο ένα άτομο είτε λιγότερο πιθανό και τρία επέλεξαν την απάντηση δε νομίζω.



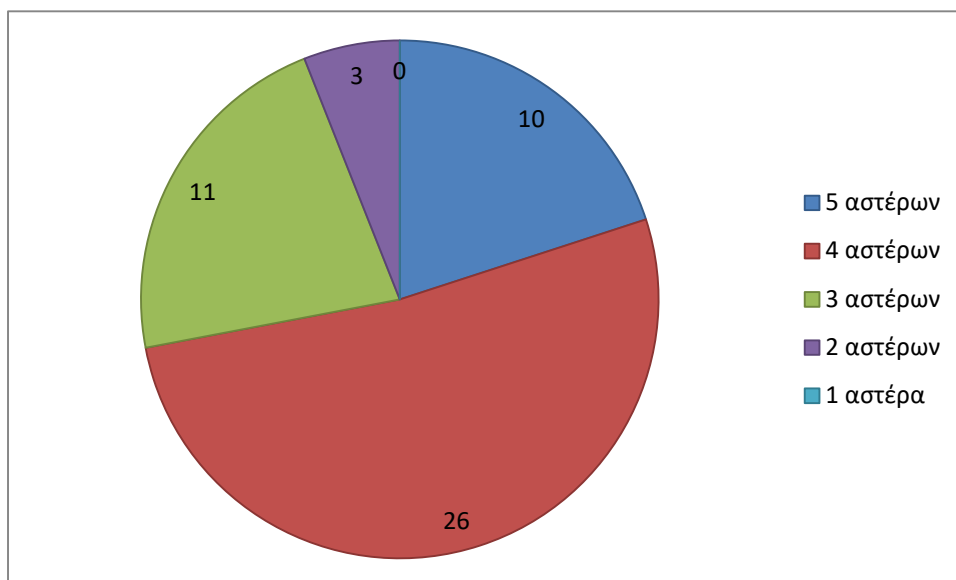
Διάγραμμα 4.10: Θα διαφημίζατε με κάποιο τρόπο (π.χ διαδίκτυο) ότι παρέχετε τη διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ για την απόκτηση περισσότερων πελατών από διάφορες χώρες;

Στο διάγραμμα 4.11 παρουσιάζεται αν υπάρχει ζήτηση από τους πελάτες για τη διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ. Ένα άτομο απάντησε ότι η ζήτηση για τις δύο αυτές διατροφές είναι πολύ συχνή και τρία άτομα απάντησαν ότι είναι συχνή. Δεκατρία από τα πενήντα άτομα δήλωσαν ότι η ζήτηση γίνεται μερικές φορές, επτά άτομα ότι πελάτες ζητούν σπάνια αυτές τις διατροφές και είκοσι έξι άτομα απάντησαν ότι δεν τους έχει ζητηθεί ποτέ η διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ.



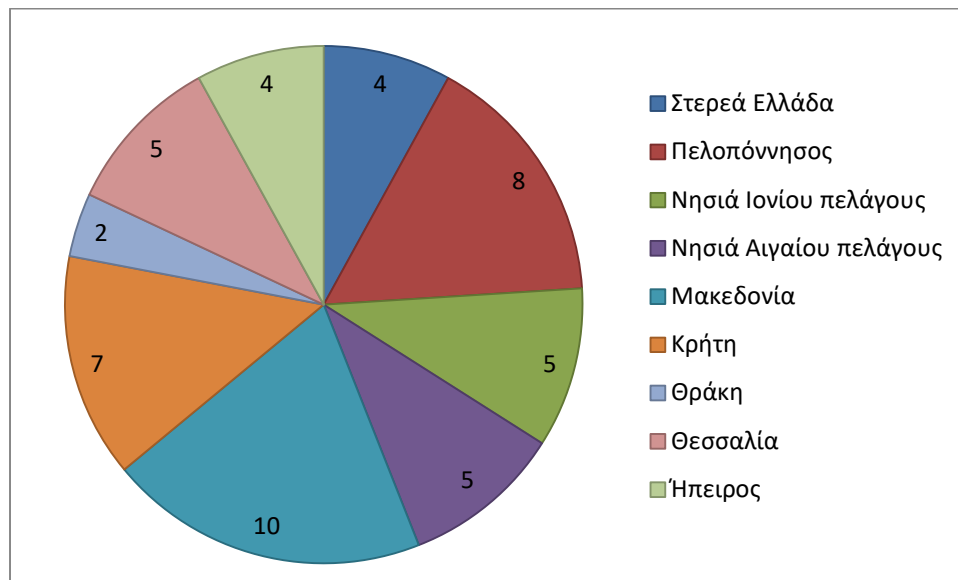
Διάγραμμα 4.11: Έχει επισκεφθεί την επιχείρησή σας πελάτης ο οποίος να ρωτήσει αν προσφέρετε τις δύο αυτές διατροφές;

Στο διάγραμμα 4.12 απεικονίζεται η κατηγορία των ξενοδοχείων. Τα δέκα από τα πενήντα άτομα που απάντησαν εργάζονται σε ξενοδοχείο 5 αστέρων, είκοσι έξι από αυτά εργάζονται σε ξενοδοχείο 4 αστέρων και έντεκα άτομα σε ξενοδοχείο 3 αστέρων. Μόνο τρία άτομα απάντησαν από ξενοδοχείο 2 αστέρων και από ξενοδοχείο 1 αστέρα δεν υπάρχει καμία απάντηση.



Διάγραμμα 4.12: Πόσων αστέρων είναι το ξενοδοχείο σας;

Στο διάγραμμα 4.13 απεικονίζεται σε ποιο γεωγραφικό διαμέρισμα ανήκουν οι επιχειρήσεις. Τα άτομα που απάντησαν από τη Στερεά Ελλάδα είναι τέσσερα, από ην Πελοπόννησο είναι οκτώ, από τα Νησιά Ιονίου πελάγους είναι πέντε, όπως ο ίδιος αριθμός είναι και στα Νησιά Αιγαίου πελάγους. Τα άτομα που απάντησαν από τη Μακεδονία είναι δέκα, από την Κρήτη επτά, από τη Θράκη δύο, τη Θεσσαλία πέντε και την Ήπειρο τέσσερα.



Διάγραμμα 4.13: Σε ποιο γεωγραφικό διαμέρισμα ανήκει η επιχείρησή σας;

4.5. Ερμηνεία αποτελεσμάτων

Η έρευνα επικεντρώθηκε στα ελληνικά ξενοδοχεία με σκοπό να μελετήσει αν προσφέρουν υπηρεσίες διατροφής κοσέρ και χαλάλ, καθώς και τις απόψεις των συμμετεχόντων σχετικά με τα οφέλη που θα μπορούσε να έχει η υιοθέτηση αυτών των ειδών διατροφής για τα ξενοδοχεία τους.

Η έρευνα έγινε σε 50 ξενοδοχεία από ολόκληρη την Ελλάδα. Δεν υπάρχουν σημαντικές διαφορές ως προς την περιοχή της δραστηριοποίησης, αν και το μεγαλύτερο μέρος των ξενοδοχείων βρισκόταν στις περιοχές της Μακεδονίας, της Πελοποννήσου και της Κρήτης. Η πλειοψηφία των ξενοδοχείων υπάγονταν στην κατηγορία 4 αστέρων και 5 αστέρων.

Το επίπεδο γνώσης των ξενοδόχων για τις διατροφές κοσέρ και χαλάλ φάνηκε να είναι μέτριο προς χαμηλό, καθώς μόλις 1 στους 10 ανέφερε ότι γνωρίζει πολύ καλά τα δύο είδη διατροφής. Η πλειοψηφία του δείγματος, σχεδόν 1 στους 3, ανέφεραν ότι δεν γνώριζαν καθόλου τα δύο είδη διατροφής. Αυτό θα μπορούσε να δικαιολογηθεί από το γεγονός της χαμηλής ζήτησης που υπάρχει για τις διατροφές κοσέρ και χαλάλ στα ξενοδοχεία, καθώς όπως δείχθηκε σε επόμενη ερώτηση 1 στους 2 συμμετέχοντες ανέφεραν ότι δεν υπάρχει καθόλου ζήτηση για αυτές, ενώ περίπου 1 στους 4 ανέφεραν ότι η ζήτηση είναι μικρή. Αυτό θα μπορούσε ενδεχομένως να δικαιολογηθεί από το γεγονός ότι ο εισερχόμενος τουρισμός

στην Ελλάδα από χώρες όπου ζουν Εβραίοι και Μουσουλμάνοι είναι μικρός, αν και δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία. Για παράδειγμα οι τουρίστες που έρχονται στην Ελλάδα από την Τουρκία αντιπροσωπεύουν μόλις το 3,6% της συνολικής εισερχόμενης κίνησης, αν και η Τουρκία είναι μια χώρα με στενή γεωγραφική εγγύτητα με την Ελλάδα.

Παρ' όλα αυτά στην έρευνα 1 στους 2 ξενοδόχους ανέφεραν ότι είναι αρκετά σημαντικό ή πολύ σημαντικό να υπάρχουν αυτές οι δύο διατροφές στην κουζίνα τους. Οι υπόλοιποι θεωρούσαν μικρή την σημαντικότητα της ύπαρξης μιας τέτοιας κουζίνας. Τα δεδομένα αυτά, σε συνδυασμό με τα προηγούμενα δείχνουν ότι ορισμένοι ξενοδόχοι αν και θεωρούν σημαντική την ύπαρξη αυτών των δύο ειδών διατροφής στην κουζίνα τους, δεν έχουν μέχρι σήμερα προβεί σε κάποιες ενέργειες για την υιοθέτηση τους. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε έλλειψη γνώσεων σχετικά με τις διατροφές κοσέρ και χαλάλ, αλλά ενδεχομένως και σε οικονομικούς περιορισμούς ή άλλα οργανωτικά θέματα.

Ωστόσο όπως δείχθηκε σε επόμενη ερώτηση, η συντριπτική πλειοψηφία των ξενοδόχων δεν δήλωσαν ότι θα προτιμούσαν να αποχωρήσει ένας πελάτης από το ξενοδοχείο τους, εφόσον ζητούσε κάποια από τις δύο διατροφές, και το ξενοδοχείο δεν τις διέθετε. Ομοίως η συντριπτική πλειοψηφία των ξενοδόχων δήλωσε ότι αν κάποιος πελάτης επιθυμούσε μία από τις δύο συγκεκριμένες διατροφές τις οποίες όμως το ξενοδοχείο δεν παρείχε, θα έλεγε στον chef να φτιάξει φαγητό κατάλληλο στα μέτρα του πελάτη. Αυτό δείχνει ότι οι ξενοδόχοι έχουν θετική στάση απέναντι στην εξυπηρέτηση ενός τέτοιου πελάτη και θα ήταν πρόθυμοι να τον εξυπηρετήσουν. Ωστόσο πρέπει να σημειωθεί ότι στην πράξη κάτι τέτοιο θα ήταν δύσκολο, ειδικότερα για τροφές κρέατος, καθώς δεν θα ήταν δυνατό οι ξενοδόχοι να προμηθευτούν άμεσα κρέας χαλάλ ή κοσέρ για να εξυπηρετήσουν τον πελάτη, π.χ. κρέας που έχει θανατωθεί με τους κανόνες σφαγής ζώων. Η προσφορά αυτών των δύο διατροφών απαιτεί ένα καλά οργανωμένο σχέδιο για την παροχή των υπηρεσιών και οι ξενοδόχοι θα πρέπει πρώτα από όλα να γνωρίζουν το περιεχόμενο και τους κανόνες των διατροφών κοσέρ και χαλάλ.

Στην επόμενη ερώτηση οι ξενοδόχοι δεν φάνηκε να είναι σίγουροι για το αν η παροχή των διατροφών χαλάλ και κοσέρ θα μπορούσε να οδηγήσει σε αύξηση των πελατών στο ξενοδοχείο. Σχεδόν 1 στους 2 ούτε συμφώνησαν, ούτε διαφώνησαν με το όφελος της απόκτησης περισσότερων πελατών και περίπου 1 στους 3 διαφώνησαν. Χαρακτηριστικό είναι επίσης το γεγονός ότι περίπου 1 στους 3 συμμετέχοντες δήλωσαν ότι ο chef δεν θα ήταν καθόλου διατεθειμένος ή θα ήταν λίγο διατεθειμένος να προσθέσει κάτι διαφορετικό στο μενού, με σκοπό την προσέλκυση πελατών από ποικίλες θρησκείες. Υποθέτοντας επίσης ότι τα ξενοδοχεία προσέφεραν τα δύο είδη διατροφής στους πελάτες τους σχεδόν 4 στους 5 δήλωσαν ότι αν κατά λάθος γινόταν προσθήκη από τις απαγορευμένες ουσίες στο φαγητό, θα ήταν λιγότερο πιθανό να το έκρυβαν από τον πελάτη. Η μικρή έλλειψη γνώσεων για τις διατροφές χαλάλ και κοσέρ από τους ξενοδόχους αντικατοπτρίζεται επίσης και σε αυτή την ερώτηση, καθώς περίπου 8 στους 10 μουσουλμάνους σε όλο τον κόσμο ακολουθούν πιστά και ρητά τις πρακτικές διατροφής της θρησκείας τους. Ως εκ τούτου η αποκάλυψη της προσθήκης ενός απαγορευμένου συστατικού στην διατροφή που παρεχόταν από τα ξενοδοχεία θα μπορούσε να είχε σημαντικές επιπτώσεις για την ικανοποίηση του πελάτη.

Στην επόμενη ερώτηση, οι ξενοδόχοι ερωτήθηκαν αν θα διαφήμιζαν με κάποιο τρόπο (π.χ. διαδικτυο) ότι παρέχουν τη διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ για την απόκτηση περισσότερων πελατών από διάφορες χώρες. 1 στους 2 ανέφερε ότι σίγουρα θα το έκανε. Τέλος η πλειοψηφία των ξενοδόχων δήλωσαν ότι η κοστολόγηση των πιάτων στο μενού για τις δύο διατροφές θα ήταν ή είναι υψηλότερη.

Κεφάλαιο 5^ο: Συμπεράσματα και Προτάσεις

Η παρούσα εργασία μελέτησε τις διατροφές χαλάλ και κοσέρ στο τουριστικό πλαίσιο. Η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας έδειξε ότι οι Μουσουλμάνοι και οι Εβραίοι και αντίστοιχα το Ισλάμ και το Ιουδαϊσμός δίνουν μεγάλη σημασία στο είδος των τροφών που καταναλώνουν και έχουν ιδιαίτερες διατροφικές πρακτικές, σε σύγκριση με τον γενικό πληθυσμό. Αυτές οι πρακτικές, έγκειται στην ύπαρξη επιτρεπόμενων και απαγορευμένων τροφών (κυρίως κάποια είδη κρέατος και το αλκοόλ) στην διατροφή τους, σε κανόνες σφαγής ζώων και σε κανόνες προετοιμασίας και επεξεργασίας κάποιων τροφών. Οι περισσότεροι μουσουλμάνοι φαίνεται να ακολουθούν ρητά τις διατροφικές τους πρακτικές, αν και μεταξύ των Εβραίων αναφέρονται μικρότερα επίπεδα τήρησης.

Οι ιδιαίτερες αυτές διατροφικές πρακτικές των δύο λαών οι οποίες προτάσσονται από την θρησκεία τους, φαίνεται ότι τους ακολουθούν και στα ταξίδια και τις διακοπές τους. Οι λαοί αυτοί σπάνια θα δοκιμάσουν τοπικές κουζίνες και κυρίως προϊόντα κρέατος για τα οποία δεν γνωρίζουν με ποιον τρόπο έχουν προετοιμαστεί. Κατά κύριο λόγο επιθυμούν να καταναλώνουν τρόφιμα από τον δικό τους πολιτισμό και όχι από τις χώρες προορισμού. Στο πλαίσιο αυτό, πολλές επιχειρήσεις στον κλάδο του τουρισμού έχουν τα τελευταία χρόνια διαμορφώσει τις υπηρεσίες F&B, ώστε να προσφέρουν τα δύο είδη διατροφής. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερη ικανοποίηση του πελάτη και να συνεισφέρει στην επιστροφή του στον ίδιο προορισμό και επιχείρηση. Πολλές δυτικές χώρες τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει να συνειδητοποιούν τη σημασία και τα οφέλη του τουρισμού χαλάλ και κοσέρ και έχουν προβεί σε ενέργειες για την ενημέρωση και την εκπαίδευση των επιχειρηματιών, αλλά και των εργαζομένων στον τουριστικό κλάδο σχετικά με τα δύο είδη διατροφής.

Με βάση την έρευνα που έγινε στα ξενοδοχεία της Ελλάδας, ωστόσο, φάνηκε ότι οι έλληνες ξενοδόχοι έχουν χαμηλά επίπεδα γνώσεων σχετικά με τα δύο είδη διατροφής. Αυτό μπορεί να αποδίδεται στην χαμηλή ζήτηση που υπάρχει για αυτές τις διατροφές, αλλά και στο γεγονός ότι ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα αποτελείται στο μεγαλύτερο μέρος του από τουρίστες από την ΕΕ, όπου είναι λιγότερο πιθανό μέσα σε αυτούς να υπάρχουν μουσουλμάνοι και εβραίοι. Αυτό σημαίνει ότι η Ελλάδα δεν είναι καθόλου ανεπτυγμένη στον τομέα του τουρισμού χαλάλ και κοσέρ, αν και όπως φάνηκε ένα μέρος του δείγματος θεώρησε σημαντικό να μπορούσε να παρέχει αυτά τα δύο είδη διατροφής.

Με βάση τα παραπάνω κρίνεται απαραίτητο οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής στον τομέα του τουρισμού στην Ελλάδα, να κάνουν ενέργειες ώστε να ενισχύσουν τις γνώσεις των επιχειρήσεων στον τουριστικό τομέα, σχετικά με τις ιδιαίτερες διατροφικές προτιμήσεις των διάφορων θρησκευτικών ομάδων που είναι πιθανό να επισκεφθούν την χώρα για διακοπές. Θα πρέπει επίσης οι ίδιοι να κατανοήσουν τη ταξιδιωτική συμπεριφορά των διαφορετικών θρησκευτικών ομάδων, προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους, ειδικά στην τουριστική βιομηχανία χαλάλ.

Κάτι που θα πρέπει επίσης να γνωρίζουν οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και οι επιχειρηματίες του τουριστικού κλάδου, είναι ότι η διατροφή χαλάλ θεωρείται υψηλή προτεραιότητα για τους μουσουλμάνους τουρίστες και εφόσον τα ξενοδοχεία επιθυμούν να προσελκύσουν αυτή την τουριστική ομάδα, θα πρέπει να προβούν σε μια σειρά από ενέργειες, όπως: 1) η ενίσχυση των γνώσεων τους για τις διατροφικές πρακτικές, αλλά και τον αποδεκτό τρόπο ζωής των μουσουλμάνων, 2) η διαμόρφωση των υπηρεσιών τους, ώστε να εξυπηρετούν ειδικά αυτές τις τουριστικές ομάδες, 3) η λήψη πιστοποιήσεων χαλάλ και

κοσέρ για την κουζίνα τους (τμήμα F&B) και τα τρόφιμα τους, 4) η παροχή εκπαίδευσης στο προσωπικό τους για την εξυπηρέτηση των πελατών αυτών και 5) ο διαχωρισμός των παρεχόμενων υπηρεσιών μεταξύ ανδρών και γυναικών. Επιπλέον, για ξενοδοχεία που παρέχουν συνδυαστικά υπηρεσίες σε μουσουλμάνους και μη μουσουλμάνους θα πρέπει να διαχωρίσουν τις υπηρεσίες που παρέχονται στην πρώτη και στην δεύτερη ομάδα, καθώς συχνά υπάρχει δυσκολία στην κατανόηση των διατροφικών πρακτικών και των τρόπων ζωής, μεταξύ ατόμων από διαφορετικές θρησκείες.

Οι παραπάνω πρακτικές εφαρμόζονται ευρέως σε ξενοδοχεία του εξωτερικού, τα οποία είναι φιλικά προς μουσουλμάνους, εβραίους και άλλες θρησκευτικές ομάδες με ιδιαίτερες διατροφικές πρακτικές από αυτές του γενικού πληθυσμού. Τα ελληνικά ξενοδοχεία, εφόσον επιθυμούν να προσελκύσουν αυτούς τους τουρίστες θα πρέπει να ακολουθήσουν το παράδειγμα των ξενοδοχείων στο εξωτερικό. Η καινοτομία είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία των τουριστικών φορέων στους προορισμούς, ώστε να ικανοποιήσουν τους μουσουλμάνους και τις υπόλοιπες θρησκευτικές ομάδες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

- Gnilka J. (2009). Χριστιανισμός και Ισλάμ, μια νέα προσέγγιση. Αθήνα: Ψυχογιός
- Haguel P.I. (2017). Βασικές Αρχές του Ιουδαϊσμού - Κοινές Αξίες με τον Χριστιανισμό (επικαιροποιημένη). Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
- Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., Γκρίμπα Ε. (2011), Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού- Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού: Αθήνα: Κρητική
- Μαριόρας Μ. (2019). Ισλάμ. Αθήνα: Πεδίο
- Μοίρα Π., Μυλωνόπουλος Δ. (2012). Η διαχείριση των διατροφικών αναγκών των τουριστών από την τουριστική βιομηχανία. Η παράμετρος της θρησκείας. e-Περιοδικό Επιστήμης & Τεχνολογίας. 33-47
- Παραμανίδης Γ., Παπαθεμελής Α., Σταμκοπούλου Β., Αρβανιτίδης Α. (2015). Μουσουλμάνοι Πολιτισμικές & Θρησκευτικές διαφορές Εγχειρίδιο για το προσωπικό που παρέχει υπηρεσίες πρώτης υποδοχής. Υπουργείο Εσωτερικών και Διοικητικής Ανασυγκρότησης, Υπηρεσία Πρώτης Υποδοχής
- Παρατσικίδου Φ.Ι., Ισπικούδης Ι.Π., Θεοδόσιος Ε., Σιδηροπούλου Α. (2015). Χριστιανική παράδοση και οικολογία λιβαδικού τοπίου. Λιβαδοπονία και ανάπτυξη ορεινών περιοχών. Ελληνική Λιβαδοπονική Εταιρεία
- Χαϊδούτης, Η., Μπαμπάτσικου, Φ., Ρουσσάκου, Ε., & Κουτής, Χ. (2018). Η ισλαμική θρησκευτική πιστοποίηση «Halal» σε σχέση με τις Ευρωπαϊκές απαιτήσεις και τα διεθνή πρότυπα στον τομέα του κρέατος. Ειδικό Εθνικό νομοθετικό κανόνες στην Ελλάδα. *e-Journal of Science & Technology*, 13(3).
- ΧιλΤ., (2010). Η ιστορία του Χριστιανισμού. Αθήνα: Ψυχογιός

Ξενόγλωσση

- Ahmed, I. A., Asiyanbi-Hammed, T. T., Idris, M. A., Mikail, M. A., Hammed, A., & Hammed, A. M. (2017). Nutritional perspectives of early Muslims' eating habits. *International Food Research Journal*, 24(Suppl.).
- Al-Qaradhawi, Y., & bin Daud, M. H. (2016). Halal dan haram dalam Islam. PTS Publishing House Sdn. Bhd..
- Anil, H., Miele, M., Holleben, K., BEGEAUD-BLACKLER, F., & Velarde, A. (2010). Religious Rules and Requirements-Halal Slaughter. Dialrel Reports.
- Aslimoski, P., & Gerasimoski, S. (2012). Food and nutrition as tourist phenomenon. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 357-362.

- Battour, M. (2018). Muslim Travel Behavior in Halal Tourism. *Mobilities, Tour. Travel Behav.-Context. Boundaries*.
- Battour, M. M., Battor, M. M., & Ismail, M. (2012). The mediating role of tourist satisfaction: A study of Muslim tourists in Malaysia. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(3), 279-297.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism management perspectives*, 19, 150-154.
- Boğan, E., & Sarıışık, M. (2019). Halal tourism: conceptual and practical challenges. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 87-96.
- Bon, M. and Hussain, M. (2010), *Halal food and tourism: prospects and challenges*, N. Scott, J. Jafari, (Ed) *Tourism in the Muslim World: Bridging Tourism Theory and Practice*, Emerald Group Publishing, Bingley, vol. 2, pp. 47–59.
- Boztug, Y., Babakhani, N., Laesser, C., & Dolnicar, S. (2015). The hybrid tourist. *Annals of Tourism Research*, 54, 190-203.
- Camilleri, M. A. (2018). the tourism industry: An overview. In *Travel marketing, tourism economics and the airline product* (pp. 3-27). Springer, Cham.
- Ching, W., - Gun, P. and Yong, F., (2005). Comparing satisfaction levels of Asian and Western travelers using Malaysian Hotels, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, In Zailani, Suhaiza - Azizah Omar and Simon Kopong (2011), *An Exploratory Study on the Factors Influencing the Non-Compliance to Halal among Hoteliers in Malaysia*, *International Business Management*, 5(1), p. 01-12.
- Cooper, C. (2008). *Tourism: Principles and practice*. UK: Pearson education.
- Dashefsky A., DellaPergola S., Sheskin A. (2018). World Jewish population. *The American Jewish Year Book 2018*. Berman Jewish Databank
- De Lange, N. R. M., & de Lange, N. (2000). *An introduction to Judaism*. Cambridge University Press.
- Easterbrook, C., & Maddern, G. (2008). Porcine and bovine surgical products: Jewish, Muslim, and Hindu perspectives. *Archives of Surgery*, 143(4), 366-370.
- Euromonitor International (2015). *Doing Business in the Halal Market: Products, Trends, and Growth Opportunities*; London, UK: Euromonitor
- Fischer, J. (2011). The halal frontier. In *The Halal Frontier* (pp. 1-30). Palgrave Macmillan, New York.
- Giorda M.C., Bossi L., Messin E., (2014). *Food and religion*. Italy: Consorzio Risteco
- Goodman M. (2018). *A history of Judaism*. UK: Princeton University Press
- Hall, C. M., & Prayag, G. (Eds.). (2019). *The Routledge Handbook of Halal Hospitality and Islamic Tourism*. Routledge.
- Hall, C.M. and Mitchell, R. (2001), *Wine and food tourism*, In Douglas, N.-Derrett, R. (Ed.), *Special interest tourism: Context and cases*, John Wiley, Brisbane, pp. 307–329.

- Haque, A., Hashim, N., & Yasmin, F. (2018). Nutritional and health impacts of religious and vegetarian food. In *Preparation and Processing of Religious and Cultural Foods* (pp. 57-64). Woodhead Publishing.
- Hassan, N. Z. M. W., & Hall, C. M. (2004). The demand for halal food among Muslim travellers in New Zealand: Melissa Wan Hassan and C. Michael Hall. In *Food Tourism Around The World* (pp. 93-113). Routledge.
- Hewamanage, W. (2016). A critical review of dietary laws in Judaism. *International research journal of engineering, IT & scientific research*, 2(3), 58-65.
- Lickorish, L., & Jenkins, C. (1999). *An Introduction to Tourism*. UK: Butterworth.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.
- Mccabe, S. (2009). Who is a Tourist? Conceptual and Theoretical Developments. In J. Tribe (Ed.), *Philosophical Issues in Tourism* (pp. 25–42). Channel View.
- Minkus-McKenna, D. (2007), "The pursuit of halal", *Progressive Grocer*, Vol. 86, In Lada, S.- Tanakinjal, G.H. and Amin H. (2009), *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 2, No. 1, pp. 66-76.
- Okumus, B., Koseoglu, M. A., & Ma, F. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 64-74.
- Pearce, P. L. (2011). Tourist scams: exploring the dimensions of an international tourism phenomenon. *European Journal of Tourism Research*, 4(2), 147.
- Pizam, A., & Sussmann, S. (1995). Does nationality affect tourist behavior?. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 901-917.
- Raj, R., & Griffin, K. A. (Eds.). (2015). *Religious tourism and pilgrimage management: An international perspective*. Cabi.
- Sabaté, J. (2004). Religion, diet and research. *British Journal of Nutrition*, 92(2), 199-201.
- Small, S. R., Bastin, S., & Clouthier, D. (2014). *Kosher Foods*.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2001). *Business travel and tourism*, UK: Butterworth.
- Torres, R. (2003). Linkages between tourism and agriculture in Mexico. *Annals of tourism research*, 30(3), 546-566.
- UNWTO (2017). *European Union Tourism Trends*.
- Vorster, H. H. (2014). Religion and Culture. *World Review of Nutrition and Dietetics*, 82–86.
- Yu, X., Kim, N., Chen, C. C., & Schwartz, Z. (2012). Are you a tourist? Tourism definition from the tourist perspective. *Tourism Analysis*, 17(4), 445-457.

Ηλεκτρονική

Pew Research, (2019). Christians remain world's largest religious group, but they are declining in Europe. Ανακτήθηκε από pewresearch.org/fact-tank/2017/04/05/christians-remain-worlds-largest-religious-group-but-they-are-declining-in-europe/ [Πρόσβαση 03/9/2019]

UNWTO.(2014). Glossary of Tourism Terms. Ανακτήθηκε από <http://www2.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf> [Πρόσβαση 27/8/2019]

WTTC (2019). Travel & Tourism Economic Impact 2019 World. Ανακτήθηκε από <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf> [Πρόσβαση 27/8/2019]

ΙΝΣΕΤΕ (2015). Εκτίμηση της Κατανομής του Εισοδήματος από Εισερχόμενο Τουρισμό, ως προς το μέρος που παραμένει στη χώρα και σε αυτό που επανεξάγεται στο εξωτερικό. Ανακτήθηκε από http://insete.gr/portals/default/Skins/Insete/meletes/KEPE_SETE_Study_July_2015_print.pdf [Πρόσβαση 01/09/2019]

ΙΝΣΕΤΕ (2018). Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2018. Ανακτήθηκε από http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_SymvolhTourismou-2018.pdf [Πρόσβαση 29/8/2019]

Pew Research, (2019). The countries with the 10 largest Christian populations and the 10 largest Muslim populations. Ανακτήθηκε από <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/01/the-countries-with-the-10-largest-christian-populations-and-the-10-largest-muslim-populations/> [Πρόσβαση 5/09/2019]

ΣΕΤΕ (2009). Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού. Ανακτήθηκε από https://sete.gr/fileuploads/gastro_files/100222gastronomy_f.pdf [Πρόσβαση 01/09/2019]

ΣΕΤΕ (2018). Απολογισμός Τουρισμού. Ανακτήθηκε από <https://sete.gr/media/10133/sete-report2017.pdf> [Πρόσβαση 29/8/2019]

ΣΕΤΕ (2019). Η απασχόληση στα Καταλύματα και την Εστίαση και τους Λοιπούς Κλάδους της Ελληνικής Οικονομίας, 2009 – 2018. Ανακτήθηκε από http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_Employment_In_Tourism_And_Other_Sectors_2009-2018.pdf [Πρόσβαση 30/8/2019]

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΟΣΕΡ ΚΑΙ ΧΑΛΑΛ

Προς F&B

Το παρόν ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε με σκοπό την εκπόνηση πτυχιακής εργασίας στον τομέα Διοίκηση Παλιτιστικών Μονάδων και Επιχειρήσεων Φιλαξενίας. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 13 ερωτήσεις, πολλαπλής επιλογής και σχεδιάστηκε έτσι ώστε να απαιτείται λιγότερο από 5 λεπτά για την συμπλήρωσή του. Δεν απαιτείται η συμπλήρωση προσωπικών στοιχείων. Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συμμετοχή σας.

* Απαιτείται

Γνωρίζετε τι είναι η διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ; *

- Καθόλου
- Ελάχιστα
- Μέτρια
- Αρκετά
- Πάρα πολύ

Θεωρείτε σημαντικό να υπάρχει στο μενού της κουζίνας σας η διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ; *

- Καθόλου σημαντικό
- Λίγο σημαντικό
- Αδιάφορο
- Αρκετά σημαντικό
- Πολύ σημαντικό

Ισχύει ότι αν επισκεπτόταν ένας τουρίστας την επιχείρησή σας και επιθυμούσε μία από τις δύο συγκεκριμένες διατροφές τις οποίες δεν παρέχετε, θα προτιμούσατε να φύγει; *

- Δεν ισχύει
- Μερικές φορές ισχύει
- Ισχύει
- Σχεδόν πάντα ισχύει
- Σχεδόν ποτέ δεν ισχύει

Ισχύει ότι αν επισκεπτόταν ένας τουρίστας την επιχείρησή σας και επιθυμούσε μία από τις δύο συγκεκριμένες διατροφές τις οποίες δεν παρέχετε, θα λέγατε στον chef να φτιάξει φαγητό κατάλληλο στα μέτρα του πελάτη; *

- Ναι
- Όχι

Πόσο συχνή είναι η ζήτηση για τις δύο αυτές διατροφές; *

- Καθόλου
- Λίγο
- Μέτρια
- Πολύ
- Πάρα πολύ

Συμφωνείτε ότι αν παρέχετε τη διατροφή Κοσέρ και Χαλάλι η επιχείρησή σας θα αποκτήσει περισσότερους πελάτες; *

- Διαφωνώ απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Συμφωνώ
- Συμφωνώ απόλυτα

Ο chef είναι διατεθειμένος να προσθέσει κάτι διαφορετικό με σκοπό την προσέλκυση πελατών από ποικίλες θρησκείες; *

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

Αν κατά λάθος γινόταν προσθήκη από τις απαγορευμένες ουσίες στο φαγητό, θα το κρύβατε από τον πελάτη; *

- Δεν ξέρω
- Ίσως
- Λιγότερο πιθανό
- Περισσότερο πιθανό
- Σίγουρα

Η κοστολόγηση των πιάτων στο μενού για τις δύο διατροφές θα ήταν ή είναι υψηλότερη; *

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα πολύ

Θα διαφημίζατε με κάποιο τρόπο (π.χ διαδίκτυο) ότι παρέχετε τη διατροφή Κοσέρ και Χαλάλ για την απόκτηση περισσότερων πελατών από διάφορες χώρες; *

- Δε νομίζω
- Λιγότερο πιθανό
- Ίσως
- Περισσότερο πιθανό
- Σίγουρα

Έχει επισκεφθεί την επιχείρησή σας πελάτης ο οποίος να ρωτήσει αν προσφέρετε τις δύο αυτές διατροφές; *

- Ποτέ
- Σπάνια
- Μερικές φορές
- Συχνά
- Πολύ συχνά

Πόσων αστέρων είναι το ξενοδοχείο σας; *

- 1*
- 2*
- 3*
- 4*
- 5*

Σε ποιο γεωγραφικό διαμέρισμα ανήκει η επιχείρησή σας; †

- Ηπειρος
- Θεσσαλία
- Θράκη
- Κρήτη
- Μακεδονία
- Νησιά Αιγαίου πελάγους
- Νησιά Ιονίου πελάγους
- Πελοπόννησος
- Στερεά Ελλάδα

ΥΠΟΒΟΛΗ