



**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ:
ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ**

Η Συνεισφορά του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία

***Επιβλέπων: Ρουκανάς Σπυρίδων
Εκπόνηση: Ηρειώτης Σπυρίδων ΜΘ15008***

Πειραιάς, 2021

Το έργο που εκπονήθηκε και παρουσιάζεται στην υποβαλλόμενη διπλωματική εργασία είναι αποκλειστικά ατομικό δικό μου. Όποιες πληροφορίες και υλικό που περιέχονται έχουν αντληθεί από άλλες πηγές, έχουν καταλλήλως αναφερθεί στην παρούσα διπλωματική εργασία. Επιπλέον τελώ εν γνώσει ότι σε περίπτωση διαπίστωσης ότι δεν συντρέχουν όσα βεβαιώνονται από μέρους μου, μου αφαιρείται ανά πάσα στιγμή αμέσως ο τίτλος.

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	5
Κεφάλαιο 1 ^ο – Η Έννοια του Τουρισμού για την Ελλάδα	7
1. Εισαγωγή.....	7
2. Η Ελληνική Τουριστική Βιομηχανία.....	7
3. Ο Ορισμός της Έννοιας του Τουρισμού	10
4. Οι Κατηγορίες του Τουρισμού	12
5. Τα Στοιχεία του Τουρισμού	15
6. Συμπεράσματα.....	17
Κεφάλαιο 2 ^ο – Τουριστικό Μάρκετινγκ	18
1. Εισαγωγή.....	18
2. Εισαγωγικά Στοιχεία	18
3. Τουριστικό Μάρκετινγκ και Αειφόρος Τουριστικός Προορισμός	20
1. Συμπεράσματα.....	24
Κεφάλαιο 3 ^ο – Μελέτη Περίπτωσης Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης	24
1. Εισαγωγή.....	24
2. Νομός Έβρου.....	24
3. Νομός Ροδόπης.....	28
4. Νομός Ξάνθης	32
5. Νομός Καβάλας.....	35

6.	Νομός Δράμας	38
7.	Συμπεράσματα.....	42
Κεφάλαιο 4 ^ο – Η Συμβολή των Μειονοτικών Ομάδων στην Ανάπτυξη ενός Τόπου		43
1.	Εισαγωγή.....	43
2.	Ο Ορισμός της Μειονοτικής Πολιτιστικής Ομάδας.....	43
3.	Η Κανονιστική και Σημειωτική Αντίληψη του Taylor για τον Πολιτισμό	44
4.	Η Κοινωνική και Οικονομική Οπτική των Μειονοτικών Ομάδων στα Πλαίσια της Τουριστικής Βιομηχανίας	45
5.	Συμπεράσματα.....	48
Συμπεράσματα.....		49
Βιβλιογραφία		50

Εισαγωγή

Ο τουρισμός αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της ελληνικής οικονομίας. Ως εκ τούτου, η συμβολή του στα μακροοικονομικά μεγέθη της χώρας μας είναι πολύ σημαντική. Τόσο η πρόσφατη οικονομική κρίση όσο και η τρέχουσα πανδημία έχουν επιφέρει τεράστιες μεταβολές και δυσμενείς συνέπειες τόσο στη βιωσιμότητα του κλάδου όσο και στην ανάπτυξή του.

Οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες έχουν αρχίσει να αναπτύσσονται ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, μπορούν να προσδώσουν στον κλάδο του ελληνικού τουρισμού ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σε σχέση με γειτονικές χώρες, οι οποίες, επίσης, αποτελούν πόλο έλξης τόσο Ελλήνων όσο και ξένων τουριστών.

Η παρούσα εργασία αποσκοπεί στο να μελετήσει τόσο μέσα από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση όσο και με τη μελέτη περίπτωσης της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και τη συμβολή τους στην τοπική αλλά και στην εθνική οικονομία. Μέσω της εργασίας, μπορούν να αποτυπωθούν και να δοθούν με περισσότερες λεπτομέρειες, ακόμα, και σε πολλούς άγνωστες πτυχές των μορφών εναλλακτικού τουρισμού που μπορεί να απολαύσει ένας επισκέπτης στην Περιφέρεια την οποία μελετάται. Επιπλέον, η καταγραφή τόσο των διαθέσιμων μορφών εναλλακτικού τουρισμού όσο και η συνεισφορά τους στην τοπική αλλά και την εθνική οικονομία, είναι μια ακόμα πτυχή που αναδεικνύεται μέσω της παρούσας διπλωματικής.

Η δομή της εργασίας αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο αποτυπώνεται η έννοια και η σημασία του τουρισμού, αλλά και η ιστορική του εξέλιξη. Επίσης, αποτυπώνονται οι παράγοντες οι οποίοι επιτέλεσαν σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του κλάδου.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύονται το τουριστικό μάρκετινγκ και η συμβολή του στην τουριστική ανάπτυξη.

Το τρίτο κεφάλαιο της εργασίας αποτελεί τη μελέτη της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, μέσα από την ανάλυση των μορφών εναλλακτικού τουρισμού που συναντά ο τουρίστας σε κάθε νομό.

Το τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο μελετά την συμβολή των μειονοτικών ομάδων στην ανάπτυξη ενός τόπου.

Κεφάλαιο 1^ο – Η Έννοια του Τουρισμού για την Ελλάδα

1. Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο πρόκειται να αναλυθεί η έννοια και η σημασία του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, καθώς και η νέα πραγματικότητα, όπως έχει διαμορφωθεί τόσο λόγω της παγκοσμιοποίησης όσο και εξαιτίας των αλλαγών που επήλθαν στις καταναλωτικές συνήθειες και τα πρότυπα, αλλά και της τρέχουσας συγκυρίας της πανδημίας.

2. Η Ελληνική Τουριστική Βιομηχανία

Η ελληνική τουριστική βιομηχανία γνώρισε συνεχή ανάπτυξη την τελευταία δεκαετία, με τις αφίξεις των τουριστών να ξεπερνούν τα 30 εκατομμύρια το 2018 (αριθμός ο οποίος ήταν αρκετά υψηλός) και να ακολουθούν την ίδια ανοδική τάση και το 2019. Ωστόσο, η κατάσταση το 2020 αποδείχθηκε πως είναι δραματικά διαφορετική. Η τουριστική βιομηχανία ήρθε αντιμέτωπη με μια άνευ προηγουμένου πρόκληση από τη νόσο του Coronavirus 2019 (Covid - 19) που έχει καθηλώσει τις αεροπορικές εταιρείες, έχει κλείσει τις τουριστικές μονάδες και έχει ακυρώσει τα σχέδια διακοπών εκατομμυρίων ανθρώπων.

Η ελληνική κυβέρνηση έλαβε άμεσα και αποτελεσματικά μέτρα για τον περιορισμό της εξάπλωσης του ιού COVID - 19, τα οποία – όπως αποδείχθηκε μέχρι και τώρα - επέφεραν πολύ θετικά αποτελέσματα όσον αφορά τη μείωση της θνησιμότητας λόγω της νόσου.

Η επιτυχημένη διαχείριση της υγειονομικής κρίσης έχει λάβει πολύ θετικά σχόλια από την παγκόσμια κοινότητα και έχει βελτιώσει σημαντικά την εικόνα της Ελλάδας που αλλοιώθηκε σοβαρά κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης (2008 - 2018). Ωστόσο, είχαν ανακύψει περισσότερες προκλήσεις, καθώς το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο προέβλεπε ότι η Ελλάδα θα περιέλθει και πάλι στο στάδιο της ύφεσης λόγω του Covid - 19, μειώνοντας κατά 10% το ΑΕΠ και αυξάνοντας κατά 5% την ανεργία (IMF, 2020). Η κατάσταση θα μπορούσε να είχε γίνει ακόμη χειρότερη, δεδομένου του γεγονότος ότι ο ελληνικός τουρισμός συμβάλλει έως και 30,9% στο ΑΕΠ της Ελλάδας και έως και 25,9% στη συνολική απασχόληση (SETE, 2020).

Το δεύτερο μισό του προηγούμενου αιώνα και την πρώτη δεκαετία του τρέχοντος, ο ελληνικός τουρισμός γνώρισε τουλάχιστον δέκα τουριστικές κρίσεις, κυρίως λόγω της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης και όχι των εξελίξεων στο εσωτερικό της χώρας. Το σημαντικό, ωστόσο,

είναι ότι η διεθνής τουριστική ζήτηση που εκφράζεται σε αφίξεις ακολουθεί ανοδική πορεία τάση όλο αυτό το διάστημα. Από το 2000 και μετά, συγκεκριμένα, η τουριστική εισροή στην Ελλάδα γνώρισε τον άμεσο αντίκτυπο των Ολυμπιακών Αγώνων που φιλοξένησε, που ήταν τόσο θετικός όσο και αρνητικός. Το άμεσο αποτέλεσμα ήταν ότι κατά το 2004, και παρά τις προσδοκίες, ο όγκος των αφίξεων από το εξωτερικό (δηλαδή του εισερχόμενου τουρισμού) δεν επηρεάστηκε θετικά (Vlami, 2008). Αυτό εξηγεί και το γεγονός ότι στην περίοδο που ακολούθησε, έγιναν προσπάθειες εστίασης, αρχικά, στην ποιότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και στη συνέχεια στο ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα (Tsartas, 2017).

Ουσιαστικά, με βάση το μέγεθος της χώρας, η εισροή στην Ελλάδα μπορεί να χωριστεί σε δύο περιόδους, από τα μέσα της δεκαετίας του 2000 μέχρι σήμερα: η μια από το 2005 έως και το 2012, όταν – παρά τις διακυμάνσεις – οι αφίξεις ήταν κατά μέσο όρο 15,8 εκατομμύρια άτομα και από το 2013 έως και το 2018, όταν οι αφίξεις ήταν κατά μέσο όρο 26,9 εκατομμύρια άνθρωποι. Συγκεκριμένα, κατά την περίοδο 2005 - 2007, η ανίχνευση μιας προσωρινής ανοδικής τάσης στην τουριστική ροή θα μπορούσε να αποδοθεί σε λόγους πέρα από τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, όπως η άνοδος της διεθνούς τουριστικής ροής, μέρος της οποίας ήρθε στην Ελλάδα, η ένταξη της Βουλγαρίας και της Ρουμανίας στην ΕΕ, που δημιούργησαν τα γνωστά προβλήματα με τον υπολογισμό των αφίξεων μη τουριστών κ.λπ.

Το 2012, καταγράφηκε πτωτική τάση στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις, κυρίως λόγω της οικονομικής κρίσης και των πολιτικών αβεβαιότητας. Όπως σημειώνει ο Lagos (2017), ο ελληνικός τουρισμός ουσιαστικά έδειξε σαφή σημάδια αδυναμίας πολύ πριν από την έκρηξη της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, με σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα, τα οποία επηρέασαν σταδιακά το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα ως προς την αναλογία αξίας/τιμής.

Στις αρχές της δεκαετίας του 2010, η Ελλάδα εισήλθε σε μια εποχή που η κρίση χρέους επέβαλε δραστικές περικοπές στις δημοσιονομικές δαπάνες. Η βαθιά ύφεση προκάλεσε τη διάλυση της αγοράς εργασίας. Η ανεργία, η εργασιακή ανασφάλεια, οι μειώσεις εισοδήματος, η κατάρρευση των εσόδων του ταμείου κοινωνικής ασφάλισης και οι ραγδαίες θεσμικές μεταρρυθμίσεις έθεσαν σε κίνδυνο την κοινωνική συνοχή και δοκίμασαν την ανθεκτικότητα του πολιτικού συστήματος (ITEP, 2013). Την εποχή της ψηφιακής οικονομίας και της παγκοσμιοποίησης, ο τουρισμός, και ιδιαίτερα ο ξενοδοχειακός κλάδος, αναδείχθηκε ως η ιδανική λύση στα προβλήματα που δημιουργήθηκαν στην αγορά εργασίας. Η τουριστική ζήτηση θα μπορούσε να ικανοποιηθεί με την απασχόληση μεγάλου αριθμού ανειδίκευτων,

έκτακτων υπαλλήλων – το πλεονάζον ανθρώπινο δυναμικό στην ουσία – το οποίο η τουριστική βιομηχανία μπόρεσε να απορροφήσει κατά καιρούς (ΙΤΕΡ, 2013). Ως εκ τούτου, ο τουρισμός κατάφερε να επιβιώσει και να ανταπεξέλθει όσο το δυνατόν καλύτερα, ενώ ταυτόχρονα, επιτέλεσε πολύ σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της οικονομικής δομής της χώρας και πρωταγωνίστησε στις αναπτυξιακές προσπάθειες της ελληνικής οικονομίας. Το 2013, ειδικότερα, ήταν μια εξαιρετικά καλή χρονιά για τον τουρισμό καθώς οι βασικές μεταβλητές του τουρισμού κατέγραψαν διψήφια αύξηση. Συγκεκριμένα, οι αφίξεις εξωτερικού (εισερχόμενος τουρισμός) αυξήθηκαν κατά 18,7% (σε σχέση με το 2012), οι διανυκτερεύσεις κατά 14,4% και οι τουριστικές εισπράξεις κατά 16,4%.

Από το 2013 έως το 2018, παρατηρήθηκε σαρωτική αλλαγή στον όγκο, σχεδόν διπλάσιος από τον αριθμό των επισκεπτών, καθώς οι διεθνείς αφίξεις ξεπέρασαν τα 33 εκατομμύρια άτομα (με μέσο ρυθμό αύξησης 11,8%). Πράγματι, όπως σημειώνει ο Paratheodorou (2017), τα τελευταία χρόνια, ορισμένα από τα περιφερειακά νησιωτικά αεροδρόμια απολαμβάνουν, κυρίως, μια αυξημένη αεροπορική δραστηριότητα μεταξύ πόλεων της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης και περιφερειακών ελληνικών προορισμών (Ηράκλειο, Ρόδος, Κως, Κέρκυρα, Μύκονος κ.λπ.). Η μεγαλύτερη συνεισφορά στην αύξηση αυτή προέρχεται από ευρωπαϊκές χώρες (με το μερίδιό τους να αυξάνεται από το 58,7% σε 68,3%) και κυρίως από ταξιδιώτες που δηλώνουν ως χώρα μόνιμης διαμονής μία από τις ακόλουθες: Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία και Γαλλία.

Σύμφωνα με τους Kasimati και Sideri (2015), εκτός από εξωτερικούς παράγοντες, αυτή η θεαματική πορεία είναι, επίσης, αποτέλεσμα των διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων που εφαρμόζει το Υπουργείο Τουρισμού, σύμφωνα με τις απαιτήσεις των προγραμμάτων οικονομικής προσαρμογής, με στόχο η τουριστική αγορά να γίνει ακόμη πιο ελκυστική και να τονώσει την ανάπτυξη που ακολουθεί την άρση των περιορισμών, μέσω:

- ❖ της απλοποίησης της διαδικασίας έκδοσης τουριστικής βίζας για επισκέπτες από αναδυόμενες αγορές, όπως η Ρωσία, η Τουρκία και η Κίνα,
- ❖ της ενθάρρυνσης της ανάπτυξης του τουρισμού κρουαζιερόπλοιων με άρση των δασμών ενδομεταφοράς,
- ❖ του εξορθολογισμού των διαδικασιών και την κατάργηση των περιορισμών στη λειτουργία των ταξιδιωτικών γραφείων και των εταιρειών ενοικίασης αυτοκινήτων,
- ❖ της απελευθέρωσης του επαγγέλματος του ξεναγού,

- ❖ της καθιέρωσης διευρυμένων ωρών επισκέψεων σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους την άνοιξη κ.λπ.

Η θετική πορεία των αφίξεων αντικατοπτρίζεται και στις τουριστικές εισπράξεις, οι οποίες ακολούθησαν ανοδική πορεία την περίοδο 2013 - 2018 (με μόνη εξαίρεση το 2016, προφανώς λόγω της γενικότερης οικονομικής κρίσης, της επιβολής των capital controls, των αυξημένων μεταναστευτικών ροών κ.λπ.), με τον μέσο ρυθμό ανάπτυξης, ωστόσο, σε χαμηλότερο επίπεδο από αυτό των αφίξεων (6% έναντι 10,6%). Ωστόσο, η ποσοστιαία κάλυψη του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου από τις τουριστικές εισπράξεις ενισχύθηκε και ανήλθε σε περίπου 72% το 2018 από 65,5% το 2013 και μόλις 35% το 2005. Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC), στην Ελλάδα, η άμεση συνεισφορά του κλάδου εκτιμάται ότι ξεπέρασε το 8% του ΑΕΠ το 2018 και η έμμεση συνεισφορά το 20% (WTTC, 2019).

Μελετώντας τον τρόπο με τον οποίον εξελίχθηκε η εποχικότητα του ελληνικού τουρισμού την περίοδο 2013 - 2018, συνάγεται το συμπέρασμα ότι, παρά τη σημαντική αύξηση των τουριστικών εισπράξεων στην Ελλάδα και την ακόμη μεγαλύτερη αύξηση των αφίξεων, η εποχικότητα του τουρισμού αποτελεί το πλέον βασικό και διαρθρωτικό πρόβλημα της συνιστώσας που γενικά δεν μπορεί να αντιμετωπιστεί από την αύξηση της τουριστικής ροής. Μάλιστα, όχι μόνο δε μειώθηκε η εποχικότητα του ελληνικού τουρισμού το 2019, αλλά παρέμεινε υψηλή και χωροταξικά δομημένη.

Οι τρεις νησιωτικές περιοχές της χώρας (Κρήτη, Νότιο Αιγαίο και Ιόνια Νησιά), μαζί με την Αττική και την Κεντρική Μακεδονία, είχαν το 77% των επισκέψεων, το 84% των διανυκτερεύσεων, το 88% των τουριστικών εισπράξεων και το 80% των κλινών ξενοδοχείων, που ουσιαστικά καταδεικνύει, επίσης, το μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης που κυριάρχησε στην Ελλάδα, που είναι το ηλιοτροπικό μοντέλο τουρισμού, σε συνδυασμό με την αύξηση των ταξιδιών για διακοπές. Επιπλέον, η Κρήτη, το Νότιο Αιγαίο και τα Επτάνησα συμβάλλουν άμεσα το 47,4% του ΑΕΠ των περιφερειών αυτών. Αυτές οι περιφέρειες έχουν ένα από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν ΑΕΠ στη χώρα, ενισχύοντας την άποψη ότι ο τουρισμός οδηγεί σε βελτίωση του βιοτικού επιπέδου στις περιοχές όπου αναπτύσσεται.

3. Ο Ορισμός της Έννοιας του Τουρισμού

Ο τουρισμός θα μπορούσε να ερμηνευθεί ως η προσωρινή μετακίνηση προς τον προορισμό εκτός της μόνιμης κατοικίας και του χώρου εργασίας, οι δραστηριότητες που αναλαμβάνονται

κατά τη διάρκεια της διαμονής και οι εγκαταστάσεις που δημιουργούνται για την κάλυψη των αναγκών του τουρίστα (Chooper, 1996). Σύμφωνα με τους Kusmadi και Endar (2000) ο τουρισμός είναι ένα ταξίδι που κάνουν οι άνθρωποι για λίγο στον προορισμό εκτός του τόπου κατοικίας και εργασίας τους. Τις περισσότερες φορές, αυτό περιλαμβάνει το ταξίδι για πολλούς σκοπούς.

Ο Sajuti, υποστηρίζει πως ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που γίνεται από ανθρώπους που θέλουν να επισκεφτούν ένα άλλο μέρος για 24 ώρες με συγκεκριμένο σκοπό. Ο Sinaga (2010) αναφέρει ότι οι τουριστικές δραστηριότητες είναι ένα προγραμματισμένο ταξίδι που πραγματοποιείται μεμονωμένα ή σε ομάδες από το ένα μέρος στο άλλο με σκοπό την ικανοποίηση και την ευχαρίστηση. Επιπλέον, ο Amin (2004) θεωρεί ότι ο τουρισμός είναι οτιδήποτε συνδέεται με την περιήγηση, συμπεριλαμβανομένης της προσπάθειας ορισμένων τουριστικών αντικειμένων και, επίσης, των συνδεδεμένων προσπαθειών τους.

Στις μέρες μας, ο κόσμος ενδιαφέρεται να αναζητά κάτι που δεν γνώριζε ακόμα και έτσι ταξιδεύει σε μέρη τουριστικών προορισμών. Ο τουρισμός γίνεται αντικείμενο προσοχής σε πολλά πλαίσια, όπως το οικονομικό, το πολιτικό και το κοινωνιολογικό, αλλά δεν υπάρχει ακαδημαϊκή συμφωνία σχετικά με τον ορισμό του τουρισμού, επειδή ο ορισμός του τουρισμού είναι διαφορετικός σε κάθε πλαίσιο. Οι Gede και Putu (2005) υποστηρίζουν ότι ο τουρισμός αποτελεί εδώ και καιρό το ενδιαφέρον, από άποψη οικονομικής, πολιτικής, δημόσιας διοίκησης ή κοινωνιολογίας, μέχρι στιγμής δεν υπάρχει ακαδημαϊκή συμφωνία για το τι είναι τουρισμός. Ο Pendent (2002) δηλώνει ότι ο τουρισμός είναι ένας από τους νέους κλάδους που είναι σε θέση να επιταχύνει την οικονομική ανάπτυξη και παρέχει ευκαιρίες εργασίας, αυξάνει τα έσοδα και το βιοτικό επίπεδο των ανθρώπων και τονώνει άλλους παραγωγικούς τομείς.

Επιπλέον, ως σύνθετος τομέας, ο τουρισμός ενισχύει, επίσης, κλασικές βιομηχανίες όπως η χειροτεχνία και τα σουβενίρ, η διαμονή και οι μεταφορές. Επιπλέον, ο Ismayanti (2010) υποστηρίζει ότι ο τουρισμός είναι μια δυναμική δραστηριότητα που περιλαμβάνει και μπορεί να ενισχύσει ορισμένες επιχειρήσεις.

Ο τουρισμός παρέχει, επίσης, τα κίνητρα και συνεισφέρει στην εκτέλεση έργων ανάπτυξης διαφόρων τομέων για την χώρα. Από τα όσα αναφέρθηκαν μέχρι τώρα, θα μπορούσε κάποιος να συμπεράνει ότι ο τουρισμός δεν είναι μόνο η δραστηριότητα που κάνει κάποιον ευδιάθετο και χαλαρό, προσθέτει τη γνώση, αλλά είναι, επίσης, και το επίκεντρο της ενημέρωσης και των

μέσων μάθησης και βελτιώνει την κρατική οικονομία.

4. Οι Κατηγορίες του Τουρισμού

Ο Yoety (1990) διακρίνει τρεις κατηγορίες τουρισμού, με βάση την τοποθεσία, με βάση τον λόγο ή τον σκοπό της περιήγησης και με βάση το αντικείμενο.

❖ Με βάση την τοποθεσία, υπάρχουν πέντε είδη τουρισμού:

✓ Τοπικός Τουρισμός

Ο τοπικός τουρισμός αναφέρεται στον τουρισμό σε έναν τόπο με περιορισμένο χώρο και με περιορισμένα τουριστικά προϊόντα.

✓ Θρησκευτικός Τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι δραστηριότητες τουριστικής επιχείρησης που αναπτύσσονται σε έναν τόπο ή μια περιοχή και καλύπτουν μεγαλύτερο χώρο από τον τοπικό τουρισμό, αλλά μικρότερο από τον εθνικό τουρισμό.

✓ Εθνικός Τουρισμός

Η τουριστική επιχείρηση υπό την ειδική έννοια σημαίνει ότι οι δραστηριότητες του τουρισμού αναπτύσσονται σε μια περιοχή της χώρας. Αυτή η έννοια είναι συνώνυμη με τον εσωτερικό τουρισμό, όπου οι άνθρωποι κάνουν ένα ταξίδι στη χώρα τους. Ως τουριστική επιχείρηση με την ευρεία έννοια νοούνται οι τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε μια χώρα. Εκτός από τις δραστηριότητες του «εσωτερικού τουρισμού» περιλαμβάνει τον «δεσμευμένο τουρισμό» και τον «εξερχόμενο τουρισμό».

✓ Περιφερειακός Διεθνής Τουρισμός

Ο περιφερειακός – διεθνής τουρισμός είναι οι δραστηριότητες του τουρισμού που αναπτύσσονται σε μια περιορισμένη διεθνή περιοχή, αλλά πέρασε από περισσότερες από δύο ή τρεις χώρες της περιοχής.

✓ Διεθνής Τουρισμός

Ο διεθνής τουρισμός είναι παρόμοιος με τον παγκόσμιο τουρισμό. Είναι οι δραστηριότητες της τουριστικής βιομηχανίας που αναπτύσσονται σε ολόκληρη τη χώρα και σε ολόκληρο τον κόσμο. Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού περιλαμβάνει τον περιφερειακό – διεθνή τουρισμό και τον εγχώριο (εθνικό) τουρισμό.

❖ Με βάση τον λόγο ή τον σκοπό της περιήγησης, υπάρχουν τρία είδη τουρισμού:

✓ Επιχειρηματικός Τουρισμός

Ο επιχειρηματικός τουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού στον οποίο ο τουρίστας ταξιδεύει για λόγους εργασίας, εμπορίου, συνεδρίων, σεμιναρίων και άλλων παρόμοιων δραστηριοτήτων.

✓ Επαγγελματικός Τουρισμός

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί το είδος του τουρισμού που οι άνθρωποι ταξιδεύουν για διακοπές ή αναψυχή.

✓ Εκπαιδευτικός Τουρισμός

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού που οι άνθρωποι ή οι επισκέπτες κάνουν το συγκεκριμένο ταξίδι με σκοπό τη μελέτη ή τη μάθηση στον τομέα της εκπαίδευσης.

❖ Με βάση το αντικείμενο, ο τουρισμός αποτελείται από δέκα είδη τουρισμού και συγκεκριμένα,

✓ Πολιτιστικός Τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού στο οποίο τα κίνητρα των ανθρώπων να κάνουν το ταξίδι προκαλείται από τη γοητεία της πολιτιστικής τέχνης σε αυτήν την περιοχή.

✓ Εμπορικός Τουρισμός

Ο εμπορικός τουρισμός ονομάζεται, επίσης, τουρισμός του εμπορίου επειδή αυτό το ταξίδι σχετίζεται με τις εθνικές ή τις διεθνείς εμπορικές δραστηριότητες όπως η Έκθεση και άλλες.

✓ Τουρισμός Ανάκτησης

Ο τουρισμός ανάκτησης ονομάζεται και τουρισμός υγείας. Ο σκοπός σε αυτό το ταξίδι είναι για

να θεραπεύσει ο ταξιδιώτης μια ασθένεια.

- ✓ Αθλητικός Τουρισμός

Ο αθλητικός τουρισμός έχει ως στόχο να δει ή να παρακολουθήσει την αθλητική έκθεση σε μια περιοχή, όπως ποδόσφαιρο, Ολυμπιάδα κ.λπ.

- ✓ Πολιτικός Τουρισμός

Ο πολιτικός τουρισμός είναι ένα ταξίδι στο οποίο οι στόχοι των ανθρώπων που το κάνουν είναι να παρακολουθήσουν ένα γεγονός ή ένα περιστατικό που συνδέεται με τη δραστηριότητα ενός κράτους.

- ✓ Κοινωνικός Τουρισμός

Ο κοινωνικός τουρισμός είναι ένα είδος ταξιδιού, που αντιπροσωπεύει ένα είδος τουρισμού που δεν δίνει έμφαση στο να επωφεληθεί, όπως μια εκδρομή, ένα πικνίκ ή ο τουρισμός των νέων.

- ✓ Θρησκευτικός Τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι ένα είδος τουρισμού που σκοπός σε αυτό το ταξίδι είναι να παρακολουθήσει κανείς τις θρησκευτικές δραστηριότητες.

- ✓ Ψυχαγωγικός Τουρισμός

Ο τουρισμός αναψυχής γίνεται σχεδόν από τους περισσότερους ανθρώπους στην κοινωνία μας, οι οποίοι χρησιμοποιούν την αναψυχή τους για να έχουν νέα κατάσταση στη ζωή τους μετά τη δουλειά. Οι τοποθεσίες όπου θέλουν να πάνε σε άλλα μέρη, είναι οι παραλίες, τα δάση, τα βουνά και η διασκέδαση.

- ✓ Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι ο τουρισμός όπου θα είναι η θάλασσα και το ποτάμι ο προορισμός. Υπάρχουν κάποιες δραστηριότητες που μπορούν να προσελκύσουν τουρίστες και ταξιδιώτες, όπως είναι για παράδειγμα η ιστιοπλοΐα με βάρκες σερφ, το ψάρεμα, οι καταδύσεις και άλλες δραστηριότητες.

5. Τα Στοιχεία του Τουρισμού

Το στοιχείο του τουρισμού είναι κάτι που μπορεί να δει και να νιώσει ο τουρίστας κατά τη διάρκεια της τουριστικής δραστηριότητας. Τα στοιχεία του τουρισμού είναι σημαντικοί παράγοντες για την άσκηση της τουριστικής δραστηριότητας, επειδή σχετίζονται μεταξύ τους.

Σύμφωνα με τον Subroto (1997) τα στοιχεία του τουρισμού που πρέπει να αναπτυχθούν στην προσπάθεια ανάπτυξης του τουρισμού είναι:

- ❖ Η έλξη και οι δραστηριότητες, που αντιπροσωπεύουν κάτι που μπορούν να δουν και να πραγματοποιήσουν οι επισκέπτες.
- ❖ Οι εγκαταστάσεις φιλοξενίας είναι μέρη όπου ο τουρίστας μπορεί να μείνει κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του.
- ❖ Οι μεταφορικές εγκαταστάσεις είναι εγκαταστάσεις που χρησιμοποιούνται για την πρόσβαση (παροχή πρόσβασης) στα τουριστικά αντικείμενα αλλά και για τη διεξαγωγή του ταξιδιού.
- ❖ Βασικές κοινοτικές υποδομές για παράδειγμα καθαρό νερό, ηλεκτρικό ρεύμα και τηλεπικοινωνίες.
- ❖ Ταξιδιωτικές ρυθμίσεις, ταξιδιωτικοί πράκτορες και καθοδήγηση για τον τουρίστα.
- ❖ Η υπηρεσία προώθησης και τουριστικής πληροφόρησης παρέχει πληροφορίες που μπορεί να δει και να πραγματοποιήσει ο τουρίστας σε τουριστική δραστηριότητα.

Ενώ ο Spillane (1994) δηλώνει ότι ένα τουριστικό αξιοθέατο ή προορισμός πρέπει να περιλαμβάνει πέντε βασικά στοιχεία για να κάνει τους ταξιδιώτες να απολαμβάνουν το ταξίδι, και συγκεκριμένα:

- ❖ Αξιοθέατα

Τα αξιοθέατα μπορούν να προσελκύσουν τουρίστες που θέλουν να το επισκεφτούν. Ο τουρίστας παρακινείται να επισκεφτεί έναν τουριστικό προορισμό για να καλύψει ή να ικανοποιήσει κάποιες ανάγκες ή αιτήματα. Συνήθως ενδιαφέρονται για μια τοποθεσία λόγω ορισμένων χαρακτηριστικών, π.χ. η φυσική ομορφιά, το κλίμα και ο καιρός, ο πολιτισμός, η ιστορία, η εθνικότητα-φυλετική φύση και η προσβασιμότητα-ικανότητα ή η ευκολία στο περπάτημα ή ειδικά για τον τόπο.

❖ Εγκαταστάσεις

Οι εγκαταστάσεις του τουριστικού αντικειμένου θα πρέπει να βρίσκονται κοντά στην αγορά. Ο αριθμός και το είδος των εγκαταστάσεων εξαρτώνται από τις ανάγκες των ταξιδιωτών. Τέτοιες εγκαταστάσεις θα πρέπει να ταιριάζουν με την ποιότητα και την τιμή του καταλύματος, των τροφίμων, των ποτών και της ικανότητας των τουριστών να πληρώνουν τον τόπο επίσκεψης.

❖ Υποδομή

Τα αξιοθέατα και οι εγκαταστάσεις δεν μπορούν να επιτευχθούν εύκολα εάν δεν υπάρχει βασική υποδομή. Η υποδομή περιλαμβάνει όλες τις κατασκευές κάτω και πάνω από το έδαφος και μια περιοχή.

❖ Μεταφορές

Υπάρχουν πολλές συμβουλές για τη μεταφορά και τις εγκαταστάσεις που μπορεί να είναι κάποιου είδους κατευθυντήριες γραμμές, όπως:

- ✓ Λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τις εγκαταστάσεις, τη θέση του τερματικού σταθμού και την τοπική υπηρεσία μεταφοράς εμπορευμάτων στον προορισμό θα πρέπει να είναι διαθέσιμες για όλους τους επιβάτες πριν από την αναχώρηση από την περιοχή προέλευσης.
- ✓ Το σύστημα ασφαλείας πρέπει να παρέχεται στον τερματικό σταθμό για την πρόληψη του εγκλήματος.
- ✓ Πρέπει να υπάρχει ένα τυπικό ή ενιαίο σύστημα για σήματα και σύμβολα κυκλοφορίας αναπτύχθηκε και εγκαταστάθηκε σε όλα τα αεροδρόμια.
- ✓ Το σύστημα πληροφοριών θα πρέπει να παρέχει δεδομένα για τις υπηρεσίες μεταφοράς άλλων πληροφοριών με τις οποίες μπορεί ο επισκέπτης να επικοινωνήσει στο τερματικό, συμπεριλαμβανομένων των δρομολογίων και των ναύλων.
- ✓ Οι τελευταίες πληροφορίες ισχύουν, είτε κατά την αναχώρηση είτε κατά την άφιξη του ταξιδιώτη. Τα προγράμματα θα πρέπει να είναι διαθέσιμα, είτε προφορικά είτε τηλεφωνικά.
- ✓ Πληροφορίες σχετικά με την τοποθεσία, τις τιμές, τα δρομολόγια και την τοπική υπηρεσία μεταφοράς εμπορευμάτων

- ✓ Οι χάρτες των πόλεων πρέπει να είναι διαθέσιμοι για τους επιβάτες.

❖ Φιλοξενία

Η φιλοξενία είναι πολύ σημαντική για την υποστήριξη τουριστικών δραστηριοτήτων, ειδικά για να τους εξυπηρετήσει ο τουρίστας κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του, όπως ξενοδοχείο, εστιατόριο και ξεναγός. Οι ταξιδιώτες που βρίσκονται σε ένα περιβάλλον που δεν γνωρίζουν τη βεβαιότητα της ασφάλειας είναι πολύ σημαντικό, ειδικά οι ξένοι τουρίστες, επομένως χρειάζονται ξεναγό για να τους συνοδεύσει.

6. Συμπεράσματα

Με βάση τα όσα αναφέρθηκαν, μπορεί να ειπωθεί πως ο τουρισμός επιτελεί έναν πολύ σημαντικό ρόλο στην οικονομία μιας χώρας, και ειδικότερα της Ελλάδας. Επιπλέον, ο τουρισμός τα τελευταία χρόνια έχει λάβει και άλλες μορφές, ανάλογα με πολλά κριτήρια, τα οποία παρατέθηκαν παραπάνω.

Κεφάλαιο 2^ο – Τουριστικό Μάρκετινγκ

1. Εισαγωγή

Το δεύτερο κεφάλαιο αναλύει και αποτυπώνει την έννοια του τουριστικού μάρκετινγκ και του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που μπορεί να αποκτήσει ένας τόπος ώστε να προσελκύσει περισσότερους ταξιδιώτες είτε εισερχόμενους είτε εγχώριους.

2. Εισαγωγικά Στοιχεία

Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί τον πυλώνα για πολλές οικονομίες σε παγκόσμιο επίπεδο. Ως αποτέλεσμα, από τα πλέον βασικά στοιχεία τα οποία τίθενται προς διερεύνηση σε σχέση με τη βιωσιμότητα που εμφανίζει η βιομηχανία του τουρισμού είναι και ο προορισμός ενός τουρίστα αλλά και η βιωσιμότητα την οποία έχει αυτός ο προορισμός (Hartwell et al., 2016: 2-5). Οι έννοιες οι οποίες έχουν αναφερθεί παραπάνω, θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν πως αποτελούν σημαντικές συνιστώσες στην ενίσχυση της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης. Από την άλλη πλευρά, όμως, οι έρευνες οι οποίες υπάρχουν δεν είναι πολλές ώστε να αναλύσουν τον τρόπο αλλά και τον βαθμό στον οποίον συνεισφέρει το τουριστικό μάρκετινγκ στη βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών (Sheehem et al., 2016; Abrecht, 2016; Lei et al., 2014). Παρά τα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, ο ανταγωνισμός στο τουριστικό μάρκετινγκ ανάμεσα στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον εν λόγω κλάδο, σε συνδυασμό με την ολοένα και πιο έντονη αντίληψη πως το να υπάρχουν και να διατηρούνται στρατηγικές οι οποίες είναι αποτελεσματικές (αποδεδειγμένα), θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως έναν από τους πλέον κρίσιμους και σημαντικούς παράγοντες για την αειφόρο ανάπτυξη του τουριστικού προορισμού καθώς αποτελεί έναν από τους παράγοντες που είναι σε θέση να διαμορφώνει και τις αντίστοιχες απόψεις (Esparon et al., 2015: 707).

Οι συνιστώσες της έννοιας του τουριστικού μάρκετινγκ αποτελείται από δύο επιμέρους όρους, τον τουρισμό και το μάρκετινγκ. Ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ως *«ένα βασικό κοινωνικό φαινόμενο που περιλαμβάνει την κίνηση ανθρώπων από και προς ενός προορισμού και την προσωρινή παραμονή τους σε μέρη μακριά από τις συνηθισμένες τους κατοικίες»* (Chang και Katrichis, 2016: 792). Το μάρκετινγκ μπορεί να περιγραφεί ως *«μια διαδικασία διαχείρισης για την αναγνώριση, πρόβλεψη και ικανοποίηση των απαιτήσεων των πελατών και την κερδοφορία της επιχείρησης ή του οργανισμού»* (Sharpley και Pearce, 2014: 558).

Ένας από τους τρόπους με τους οποίους οι επιχειρηματίες των τουριστικών προορισμών μπορούν να ενισχύσουν την κατανάλωση των προϊόντων μέσω της προώθησής τους. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να εγείρεται ένα εμπόδιο το οποίο θα αποτελέσει τη βασική αιτία εξάντλησης, εντοπισμού της ρύπανσης αλλά και της καταστροφής των ειδών σε συνάρτηση και ταυτόχρονα με την κλιματική αλλαγή (η οποία είναι διάχυτη και εντοπίζεται στον τουριστικό προορισμό, ξεχωριστά αλλά και στο σύνολο). Βασιζόμενοι στα παραπάνω, θα μπορούσε να ειπωθεί, πως η διαδικασία που περιγράφηκε θα ήταν δυνατό να μετατρέψει τον εκάστοτε τουριστικό προορισμό σε «προβληματικό» (Sharpley και Pearce, 2014; Nickerson, Jorgenson και Boley, 2016). Επομένως, το τουριστικό μάρκετινγκ αποτελεί για πολλούς μελετητές μια πολύ σοβαρή και σημαντική συνιστώσα της γενικότερης έννοιας της βιομηχανίας του τουρισμού. Αυτό δικαιολογείται από το γεγονός πως σε αυτόν τον τομέα περιλαμβάνεται και ο στρατηγικός αλλά και ο επικοινωνιακός σχεδιασμός των πλέον κατάλληλων μεθόδων και τακτικών, οι οποίες θα μπορούσαν να είναι εφαρμόσιμες στις αγορές - στόχους, μιας και μια από τις πλέον βασικές αρχές και επιδιώξεις κάθε οικονομικής οντότητας είναι η επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού κέρδους με την χρήση όσο το δυνατόν λιγότερων παραγωγικών συντελεστών (Donohoe, 2012).

Άρα, είναι δόκιμο να ειπωθεί, πως, όσοι επιτηδευματίες δραστηριοποιούνται στον κλάδο του τουρισμού έχουν τη δυνατότητα και την ευχέρεια να αποτελέσουν μια πιθανή πηγή απειλής η οποία να καταλήξει στο τέλος να θέσει σε κίνδυνο τη βιωσιμότητα του εκάστοτε τουριστικού προορισμού, στην περίπτωση που αποβληθεί τελείως το στοιχείο της βιωσιμότητας όταν προωθούνται οι τουριστικοί προορισμοί (Abrecht, 2016: 2).

Ως αποτέλεσμα όλων όσων αναφέρθηκαν παραπάνω, μπορούμε να αναφέρουμε πως τόσο οι επιχειρηματίες (προμηθευτές, έμποροι) όσο και οι διευθυντές (ή αλλιώς managers) ενός προορισμού, θα πρέπει να διαδραματίσουν τον πλέον σημαντικό σοβαρό ρόλο, καθώς έτσι θα είναι πιο εύκολα εφαρμόσιμες οι όποιες διαδικασίες και ενέργειες αναφορικά με τη βιωσιμότητα και με τις στάσεις στην ανάπτυξη του τουριστικού προορισμού στις διαδικασίες μάρκετινγκ (Jamal και Camargo, 2014). Παρόλα τα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, η αιεφόρος ανάπτυξη θα είναι δυνατόν να αυξηθεί και να ενισχυθεί μόνο σε περιπτώσεις όπου οι προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες διακατέχονται από ποιότητα και τα τουριστικά περιβάλλοντα να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των επισκεπτών ώστε οι δυνατότητες που έχουν οι κάτοικοι στους προορισμούς τους οποίους επισκέπτονται οι τουρίστες να μπορούν με απώτερο σκοπό να ενισχύονται ώστε η ποιότητα της ζωής των κατοίκων να είναι πιο ποιοτική

(Hartwell et al., 2016).

Μια πολύ σημαντική συνιστώσα της τουριστικής θεωρίας, με βάση μελέτες και έρευνες πεδίου, είναι η περιβαλλοντική ποιότητα καθώς μέσω της ύπαρξης της είναι δυνατό να διασφαλιστεί η ανταγωνιστικότητα της πλειοψηφίας των περισσότερων μορφών των τουριστικών προορισμών και παράλληλα και των τουριστικών επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στους εκάστοτε τουριστικούς προορισμούς. Την ίδια στιγμή, θα πρέπει να γίνει κατανοητό πως η έννοια της ανταγωνιστικότητας δεν μπορεί να συνδυαστεί με τη βιωσιμότητα (Simon et al., 2014; Artal-Tur και Melinkozak, 2016).

«Η αειφορία των τουριστικών προορισμών μπορεί να σχετίζεται με τη θεωρία της μεταφορικής ικανότητας ως την ιδέα της βιωσιμότητας η οποία οφείλει να έχει κάποιο όριο» (Jurado et al., 2012: 1338). Σύμφωνα με την άποψη που παρατίθεται παραπάνω, η έννοια της αειφορίας είναι αυτή η οποία αποτελεί μια αποτύπωση των εμπορικών και των διαχειριστικών τουριστικών στόχων αλλά και εκείνων που προωθούνται και διαφημίζονται από τους τουριστικούς προορισμούς, τους επισκέπτες - τουρίστες και τους ντόπιους. Παρόλα αυτά, όμως, υπάρχουν και ορισμένες περιπτώσεις στις οποίες η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού μάρκετινγκ είναι πολύ πιθανό να συμβάλει στη βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών (Esparon et al., 2015: 9-11). Εν κατακλείδι, οι τουριστικοί προορισμοί που είναι πιθανό να αποτελέσουν επιλογή για τους τουρίστες είναι το πιο βασικό και σημαντικό στοιχείο της τουριστικής βιομηχανίας. Επίσης, η βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών είναι πολύ πιθανό να ωθήσει τους τουρίστες να επισκέπτονται αρκετές φορές τον ίδιο τουριστικό προορισμό (Kozak και Kazol, 2016).

Με βάση τα παραπάνω, θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς, πως, το πλέον σοβαρό ερώτημα είναι η μέθοδος η οποία χρησιμοποιείται ώστε το τουριστικό μάρκετινγκ να μπορεί να αποτελεί παράγοντα επηρεασμού της βιωσιμότητας σε συνάρτηση με επίπεδο του τουριστικού προορισμού (Higham και Moyle, 2016: 163-166). Υπάρχουν πολλοί μελετητές και ερευνητές οι οποίοι αντιλαμβάνονται και χαρακτηρίζουν ως κοντόφθαλμη την άποψη πως οι επιτηδευματίες συναλλάσσονται χωρίς να λαμβάνουν υπόψη την υπάρχουσα ικανότητα που διαθέτει εκ φύσεως ο ίδιος ο τουριστικός προορισμός, επειδή υπάρχει η πιθανότητα να εξαφανιστούν (Mckellar και McNamara, 2016: 3).

3. Τουριστικό Μάρκετινγκ και Αειφόρος Τουριστικός Προορισμός

Πολλοί μελετητές υποστηρίζουν πως από τις πολύ σημαντικές πτυχές του ολοένα και ενισχυόμενου ανθρώπινου αποτυπώματος αποτελεί ο ίδιος ο τουρισμός (Truong και Hall, 2016: 10). Παράλληλα, ο κλάδος του τουριστικού μάρκετινγκ χαρακτηρίζεται ως η πλέον απτή και εμφανής εφαρμογή του γενικότερου πλαισίου της έννοιας του μάρκετινγκ, έτσι όπως αυτή είναι ενσωματωμένη με τη βιομηχανία του τουρισμού (Ketter και McMillan, 2016: 177), την τιμή, τον τόπο και την διαφημιστική προώθηση του τουριστικού προορισμού στους καταναλωτές. Παρόλα αυτά, όμως, η έννοια του τουριστικού μάρκετινγκ έτσι όπως είναι διαμορφωμένο μέχρι και τη σημερινή εποχή, θεωρείται από μια πληθώρα μελετητών ως ένα εμπόδιο για την ενίσχυση της βιωσιμότητας, καθώς εξ ορισμού προσανατολίζεται προς τον ολοένα και αυξανόμενο αριθμό των τουριστών και την αντίληψη πως ο ίδιος ο τουρισμός είναι ένας εμπόρευμα (Pomeroy, Noble και Johnson, 2012: 956). Άρα, η έννοια του τουριστικού μάρκετινγκ είναι μια διαδικασία συνεργασίας, καθώς οι ίδιοι οι καταναλωτές δεν χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό μόνο «ένα εμπορικό σήμα για την αποκόμιση των συνολικών τουριστικών εμπειριών» (Liu και Chou, 2016: 303).

Ο τουριστικός προορισμός θεωρείται ως «μια σαφώς καθορισμένη γεωγραφική οντότητα με εμπορικό σήμα, και η ανάμιξη όλων των τουριστικών προϊόντων, υπηρεσιών και περιβαλλόντων ως μια ολοκληρωμένη εμπειρία που μπορεί να κατανοηθεί και να αναγνωριστεί από τους καταναλωτές» (Hartwel et al., 2016: 57). Παρά τα όσα αναφέρθηκαν μέχρι τώρα, η επιστημονική έρευνα δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλη, με αποτέλεσμα, οι μελετητές να μην είναι σε θέση να καταλήξουν και να αποφανθούν για τον ακριβή ρόλο που παίζει το τουριστικό μάρκετινγκ στην επιτυχία και τη βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών (Eagle, Hamann και Low, 2016: 325-327).

Σύμφωνα με τη μελέτη και έρευνα των Sharpley και Pearce (2014: 567-569), δεν έχει εντοπιστεί πως υπάρχει ένας συγκεκριμένος ρόλος τουριστικού μάρκετινγκ, και πιο συγκεκριμένα όταν γίνεται λόγος για τον τουριστικό προορισμό του Εθνικού Πάρκου της Αγγλίας, αλλά ο βιώσιμος τουρισμός προωθείται από άλλους οργανισμούς. Μάρκετινγκ για αυτούς, είναι μόνο η κοινωνική και οικονομική συνιστώσα αν και αυξάνει τον τουρισμό. Παράλληλα, και στην ίδια κατεύθυνση, οι Mossaz και Coghlam (2016: 8-9) σε σχέση με τον ρόλο που επιτελούν οι ταξιδιωτικοί πράκτορες που ασχολούνται με την εμπορία και την πώληση του βιώσιμου τουρισμού κατέληξαν στο συμπέρασμα πως η πληθώρα των τουριστικών πρακτόρων συναλλάσσονται τον βιώσιμο τουρισμό σαν να αποτελεί μια προσπάθεια προσέλκυσης πελατών χωρίς όμως να είναι πραγματικά παράγοντες επηρεασμού στη διατήρηση του

περιβάλλοντος του προορισμού. Επομένως, θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε, πως, οι τουριστικοί επιτηδευματίες δεν έχουν πραγματική εμπλοκή στη μελλοντική βιωσιμότητα του προορισμού.

Μια πολύ βασική στρατηγική ώστε ο τουρισμός να μπορέσει να αποκτήσει μια ανταγωνιστική στρατηγική είναι η αειφορία, όπως αυτή αναφέρεται από την έρευνα των Esparon et al. (2015: 714-719). Η βιωσιμότητα του κλάδου του τουρισμού σε πολύ συγκεκριμένες περιοχές επιτελεί τον ρόλο της στρατηγικής της ανταγωνιστικότητας όσον αφορά στις ακολουθούμενες διαδικασίες του τουριστικού μάρκετινγκ και όχι με ουσιαστικό τρόπο στη συμβολή σε έναν επιτυχημένο τουριστικό προορισμό. Επιπροσθέτως, θα μπορούσε να αναφερθεί, ότι, η σχέση που υπάρχει ανάμεσα στο μάρκετινγκ του τουριστικού προορισμού και της διαχείρισης των προορισμών που είναι βιώσιμοι έχει αποτελέσει πεδίο έρευνας από την ακαδημαϊκή κοινότητα. Η έρευνα των Kostoroulou και Huibin (2014: 16), καταλήγει στο συμπέρασμα πως στις παραπάνω συνιστώσες υπάρχει ισχυρή σχέση, ενώ την ίδια στιγμή, το μάρκετινγκ επιτελεί πολύ σημαντικό ρόλο στην συνεχιζόμενη επίδραση και αντίκτυπο σε έναν τουριστικό προορισμό, γεγονός το οποίο χαρακτηρίζεται από αμεσότητα.

Οι Jamal και Camargo (2014: 24-26) ανέφεραν και απέδειξαν ότι υπάρχει μια πληθώρα προβληματικών πτυχών σε σχέση με την αειφόρο τουριστική δικαιοσύνη στον προορισμό. Αυτό συμβαίνει γιατί η έρευνα δεν λαμβάνει υπόψη την ευημερία του πληθυσμού που είναι σε μειονεκτική θέση και την εμπορευματοποίηση του πολιτισμού αλλά και τις ανισότητες μεταξύ των μειονεκτούσων ομάδων αποδεικνύουν ότι όντως εντοπίζεται σαφές κενό αναφορικά με τον ρόλο που επιτελεί το τουριστικό μάρκετινγκ προς την κατεύθυνση της επίτευξης μιας βιωσιμότητας του προορισμού. Σε αυτό το σημείο, αξίζει να αναφερθεί, πως, η βιβλιογραφία υποστηρίζει ότι είναι σημαντικό για τους εμπόρους του τουρισμού να εξετάσουν τη δικαιοσύνη του προορισμού.

Εκτός των άλλων, η υπάρχουσα βιβλιογραφία δίνει ιδιαίτερη προσοχή, επίσης, στο ότι η πλειοψηφία των ακαδημαϊκών ερευνητών αναφέρεται στο βιώσιμο μάρκετινγκ και όχι για τους βιώσιμους τουριστικούς προορισμούς. Ως απόρροια, η Donohoe (2012: 130-132) απέδειξε ότι η έννοια της βιωσιμότητας του μάρκετινγκ τονίζει τη σημασία της διατήρησης του σχεδιασμού μάρκετινγκ και των στρατηγικών. Ο ρόλος του τουριστικού μάρκετινγκ στην επιτυχή βιωσιμότητα των προορισμών πολιτιστικής κληρονομιάς είναι άξιο λόγου και έρευνας.

Με βάση τα όσα αναφέρθηκαν, είναι ενδιαφέρον να ερευνήσουμε τον τρόπο με τον οποίον το τουριστικό μάρκετινγκ εξηγεί τη βιωσιμότητα ενός προορισμού στις στρατηγικές που ακολουθεί το ίδιο το μάρκετινγκ. Είναι ευρέως αποδεκτό ότι οι πολιτικές προορισμού παραμένουν επικεντρωμένες στην ποσοτική αύξηση των τουριστικών αριθμών παρά στον ποιοτικό αειφόρο τουριστικό προορισμό (Hall, 2016: 365-368; Brennan και Binney, 2013: 269). Ως αποτέλεσμα, αυτή η θετικότητα ή η αρνητικότητα επηρεάζει τις αντιλήψεις των τουριστών σχετικά με τη βιωσιμότητα του προορισμού.

Εδώ και πολλά χρόνια, οι στρατηγικές που χρησιμοποιούνταν από το μάρκετινγκ βασιζόνταν στην έννοια των 4 P, η οποία αποτελεί αποτέλεσμα της μελέτης και της έρευνας από τον καθηγητή Neil Borden του Πανεπιστημίου του Harvard (Borden, 1964; McCarthy, 1975): προϊόν, τιμή, προώθηση και τόπος (διανομή). Πλέον, καθώς οφείλει να προσαρμοστεί στον κλάδο του τουρισμού και της φιλοξενίας, μεταβάλλεται σε 7 Ps ή 8 Ps, ώστε, πλέον, να περιλαμβάνονται οι συνεργασίες, οι άνθρωποι, ο προγραμματισμός και η συσκευασία (Shoemaker και Shaw, 2008; Morrison 2010).

Παρά το γεγονός, ότι, ο προορισμός ο οποίος προωθείται, εγείρει τις περισσότερες φορές το ενδιαφέρον για καθένα από αυτά, και άρα, οι DMOs πραγματικά δεν έχουν απεριόριστη επιρροή στις πρακτικές που χρησιμοποιούν οι υπηρεσίες των προμηθευτών που δραστηριοποιούνται στον εκάστοτε προορισμό και οι εξωτερικοί διαμεσολαβητές σε σχέση με όλα τα 4 Ps, πλην ενός. Για παράδειγμα, η μείωση της τουριστικής κίνησης στην Αυστραλία, όπως αυτή αποτυπώνεται από τα τέλη της δεκαετίας του 1990 θα μπορούσε να αναφερθεί πως αυτή η αποτυχία των τουριστικών προορισμών είναι εφικτό να μπορέσουν να προσαρμοστούν στις τάσεις της αγοράς που μεταβάλλονται με την ανανέωση των υφιστάμενων υπηρεσιών και τη διαφοροποίησή τους σε νέα προϊόντα (Schmallegger et al., 2011; Harris et al., 2005).

Σύμφωνα με τα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, ίσως, ο μοναδικός τομέας, και πιο συγκεκριμένα, ο έμπορος του τουριστικού προορισμού, είναι και αυτός ο οποίος κατέχει τον πλήρη έλεγχο αναφορικά με την στρατηγική προώθησης του τουριστικού προορισμού. Ως αποτέλεσμα, η επικέντρωση του ενδιαφέροντος στις δραστηριότητες του τουριστικού μάρκετινγκ αφορά την ανάπτυξη και, ταυτόχρονα, τη διεξαγωγή συνδυασμένων επικοινωνιακών στρατηγικών μάρκετινγκ οι οποίες είναι συσχετισμένες με τους εσωτερικούς τουριστικούς προορισμούς, αλλά, και με τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται στην αγορά.

1. Συμπεράσματα

Παραπάνω αναλύθηκαν σε μεγάλο βαθμό και όσο πιο περιεκτικά ήταν εφικτό το τουριστικό μάρκετινγκ και η συμβολή του στην ανάπτυξη του τουρισμού. Τα όσα παρατέθηκαν αποτελούν μέρος της διεθνούς αλλά και της εγχώριας αρθρογραφίας και βιβλιογραφίας. Αυτό το οποίο προκύπτει ως συμπέρασμα είναι πως το τουριστικό μάρκετινγκ έχει σημαντικό ρόλο στην συνεχιζόμενη επίδραση και αντίκτυπο σε έναν τουριστικό προορισμό.

Κεφάλαιο 3^ο – Μελέτη Περίπτωσης Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης

1. Εισαγωγή

Η περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, είναι μία από τις 13 περιφέρειες της Ελλάδας, αποτελώντας το βορειοανατολικό άκρο του ελλαδικού χώρου. Σύνορα της περιφέρειας αποτελούν η Τουρκία ανατολικά, η Βουλγαρία βόρεια, η περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας δυτικά, το Αιγαίο Πέλαγος νοτιοδυτικά και το Θρακικό νοτιοανατολικά. Στην περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης υπάγονται διοικητικά οι περιφερειακές ενότητες Έβρου, Ροδόπης, Ξάνθης, Καβάλας και Δράμας. Σύμφωνα με την απογραφή που πραγματοποιήθηκε το 2011, ο πληθυσμός της περιφέρειας εκτιμάται στους 608.182 κατοίκους. Η περιφέρεια καταλαμβάνει το νότιοορεινό όγκο της οροσειράς της Ροδόπης, με πρωτεύουσα την Κομοτηνή και μεγαλύτερη πόλη την Αλεξανδρούπολη. Αποτελείται από λοφώδεις εξάρσεις κατά περιοχές ή μεμονωμένα όρη αλλά και πεδιάδες πλησίον σε παραθαλάσσιες περιοχές και σε εκβολές ποταμών. Ανάμεσα στους δημοφιλέστερους ποταμούς συγκαταλέγονται οι ποταμοί Νέστος, Έβρος και τέλος ο Άρδας οι οποίοι πηγάζουν στη Βουλγαρία. Τα νησιά της περιφέρειας είναι η Σαμοθράκη και η Θάσος, τα οποία είναι κυρίως ορεινά με ψηλότερη κορυφή το Σάος ή Φεγγάρι και το Ψαριό ή Υψάριο, αντίστοιχα. Η περιφέρεια ΑΜΘ περιλαμβάνει λίμνες, με σημαντικότερη τη λιμνοθάλασσα Βιστωνίδας, το Δέλτα του Έβρου, υδροβιότοπους αλλά και αρκετές τεχνητές λίμνες (Γερογιάννη, 2019).

2. Νομός Έβρου

Ο νομός Έβρου βόρεια συνορεύει με τη Βουλγαρία, ανατολικά με την Τουρκία, νότια βρέχεται από το Θρακικό πέλαγος ενώ δυτικά βρίσκεται ο νομός Ροδόπης. Η γεωγραφική θέση που

καταλαμβάνει ο νομός συνιστά το σημαντικότερο συγκριτικό πλεονέκτημά του, συντελώντας καθοριστικά στην τουριστική ανάπτυξη του τόπου. Ο νομός με πρωτεύουσα την Αλεξανδρούπολη και συνολική έκταση 4.242 τετραγωνικά χιλιόμετρα, συνίσταται από 13 δήμους και 176 οικισμούς, ενώ ο πληθυσμός του ανέρχεται στους 147.530 μόνιμους κατοίκους. Η Αλεξανδρούπολη η μεγαλύτερη πόλη της περιφέρειας καταλαμβάνει ηγετική θέση στην περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, αποτελώντας παράγοντα σύνδεσης μεταξύ πολλών χωρών, όπως της Ευρωπαϊκής Ένωσης, της Μεσογείου, της Ασίας καθώς και της Παρευξείνιας ζώνης.

Η ύπαρξη, λιμανιού, σιδηροδρομικού σταθμού και ιδιαίτερα του αεροδρομίου βοήθησε την πόλη της Αλεξανδρούπολης να καταλάβει ηγετικό ρόλο στον τομέα των συγκοινωνιών. Τα μέσα συγκοινωνιών πέρα από τα οικονομικά οφέλη που προσφέρουν, αποτελούν σημαντικό φορέα κοινωνικής ανάπτυξης μιας χώρας αλλά και μιας ευρύτερης τοπικής περιοχής. Ακόμα, η προσάρτηση καινούριων οικισμών στο δήμο Αλεξανδρούπολης, συνέβαλε στην ανάδειξη του ως τουριστικού προορισμού προσελκύοντας τουρίστες από την Ελλάδα και το εξωτερικό, με τη δυνατότητα συμμετοχής σε δραστηριότητες σχετικά με το θαλάσσιο τουρισμό, τον ιαματικό τουρισμό, τον οικοτουρισμό αλλά και διοργανώνοντας ποικίλες παραδοσιακές εκδηλώσεις και μουσικά φεστιβάλ κατά τη διάρκεια ολόκληρου του έτους (Μικρτσιάν, 2011). Στην εικόνα 1 φαίνεται ο ταφικός τύμβος στη Μικρή Δοξιάρα, ο οποίος μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης για τους επισκέπτες.

Εικόνα 1: Ταφικός τύμβος στη Μικρή Δοξιάρα



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.e-evros.gr/gr/pages/2235/tafikos-tymbos-mikrhs-do3iparas-zwnhs#images-6> (πρόσβαση στις 21/09/2021)

Η περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης κατέβαλε προσπάθειες για τη διαφύλαξη της πολιτιστικής της κληρονομιάς καθώς έως σήμερα διατηρούνται αναλλοίωτα πολλά δείγματα τόσο του άυλου όσο και του απτού πολιτισμού της. Τα σημαντικότερα δείγματα αποτελούν μνημεία, αξιοθέατα, μουσεία, ιστορικοί- αρχαιολογικοί χώροι αλλά και οικισμοί με μεγάλο τουριστικό ενδιαφέρον. Κύριο χαρακτηριστικό γνώρισμα της πρωτεύουσας του νομού, αποτελεί ο φάρος ο οποίος βρίσκεται στο λιμάνι της πόλης από τον 19ο αιώνα και λειτουργεί έως και σήμερα για τα πλοία που πλησιάζουν την πόλη.

Ακόμα, κάποια από τα σημαντικότερα αξιοθέατα που μπορεί να επισκεφθεί κανείς στο νομό, είναι ο αρχαιολογικός χώρος Παλαιόπολης της Σαμοθράκης, χώρος λατρείας και τέλεσης μυστηρίων κατά τα ρωμαϊκά χρόνια (Στεργιόπουλος, 2020), ο ταφικός τύμβος στη Μικρή Δοξιάρα, χτισμένος το 2^ο μετά Χριστόν αιώνα, την εποχή του Τραϊανού και του Αδριανού (Archaeology Newsroom, 2011), τα Κάστρα του Διδυμοτείχου (Σαραντάκης, 2008), το μεταξουργείο Τζίβρε Σουφλίου, αξιόλογο βιομηχανικό κτίριο οικοδομημένο το 1910 από τον Ιταλό Ceriano (Visit Thraki, 2017). Επιπλέον, σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος αποτελούν η εκκλησία της Παναγίας Κοσμοσώτειρας στις Φέρες, η οποία χτίστηκε το 1152 μετά Χριστό, επί του πρίγκιπα Ισαάκιου Κομνηνού του Βυζαντίου και το Μουσουλμανικό Τέμενος Βαγιαζήτ στο Διδυμότειχο, ένα από τα σημαντικότερα ισλαμικά μνημεία της Ευρώπης (Επιμελητήριο Έβρου, 2021). Στην εικόνα 2 φαίνεται σημείο από το Δέλτα του Έβρου, το οποίο αποτελεί ένα από τα βασικά μέρη όπου ο τουρίστας μπορεί να βρει μορφές τουρισμού, όπως είναι ο οικοτουρισμός.

Εικόνα 2: Δέλτα του Έβρου



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.evros-delta.gr/gr/2012-08-02-09-21-14/2012-07-24-14-34-22/foinikortrara> (πρόσβαση στις 21/09/2021)

Επίσης, ο νομός Έβρου προσφέρει στους επισκέπτες τη δυνατότητα συμμετοχής σε διάφορες οικοτουριστικές δραστηριότητες σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλουςόπως το Δέλτα του ποταμού Έβρου, το Δάσος της Δαδιάς, το Απολιθωμένο δάσος στονκεντρικό Έβρο. Μορφή οινοτουρισμού αποτυπώνεται στην εικόνα 3, από οινοποιείο της Βορείου Ελλάδος.

Εικόνα 3: Οινοποιοί Βορείου Ελλάδος



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.makthes.gr/oinoipoioi-voreioy-ellados-o-oinotoyrismos-tha-synechistei-kai-tha-dosei-anasa-ston-klado-283262> (πρόσβαση στις 21/09/2021)

Μάλιστα, υψηλό δυναμικό και οργάνωση έχει επιδείξει ο οινοτουρισμός στη Θράκη με την ένταξη της Βόρειας Ελλάδας στο Δρόμο του Κρασιού το 1993. Η ιδέα δημιουργίας του δικτύου προέκυψε από 13 οινοπαραγωγούς, οι οποίοι αντιλήφθηκαν την ανάγκη του επισκέπτη να γεύεται τόσο το κρασί στον τόπο όπου παράγεται όσο και την τοπική κουζίνα. Ο Έβρος αποτελεί τμήμα της Διαδρομής του Κρασιού του Διονύσου. Κάποια από τα οινοποιεία και τους οινοπαραγωγούς του Έβρου είναι οι αμπελώνες Χατζησάββα, οι αμπελώνες Γκουτσίδα, τα Εβρίτικα Κελλάρια, το οινοποιείο και αποσταγματοποιείο Αφοί Μπέλλα, ο βιολογικός αμπελώνας Ράπτη οι βιολογικοί αμπελώνες Χωριοπούλου. Σε ορισμένα οινοποιεία διοργανώνονται αγροτουριστικές περιηγήσεις στους αμπελώνες, δίνοντας την ευκαιρία στους επισκέπτες να γνωρίσουν τις μεθόδους και τους χώρους οινοποίησης και ωρίμανσης των κρασιών αλλά και να δοκιμάσουν εκλεκτά ελληνικά κρασιά για την κατανόηση των βασικών

χαρακτηριστικών γεύσης και αρώματος του κάθε είδους κρασιού (Κοροχάη και Τζαβέλλα, 2016).

Εικόνα 4: Ιαματικές πηγές Σαμοθράκης



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.tour-market.gr/iamatikos-o-fysikos-poros-psarotherma-sti-samothraki/> (πρόσβαση στις 20/09/2021)

Τα τελευταία χρόνια σημαντική θέση στην τουριστική ανάπτυξη του νησιού της Σαμοθράκης κατέλαβε ο ιαματικός τουρισμός. Στον οικισμό Θέρμα της Σαμοθράκης, βρίσκεται το δημοτικό υδροθεραπευτήριο το οποίο είναι ευρέως γνωστό για τις θεραπευτικές του ιδιότητες λόγω των θερμών θειούχων πηγών. Έτσι, τα νερά των πηγών είναι κατάλληλα για θεραπείες ποικίλων νόσων και παθήσεων (Διαμαντόπουλος, 2020). Η μορφή του ιαματικού τουρισμού είναι διάχυτη στην περιοχή, όπως δείχνει και η εικόνα 4.

3. Νομός Ροδόπης

Ο νομός Ροδόπης ένας από τους 51 νομούς που περιλαμβάνει η Ελλάδα υπάγεται διοικητικά στην περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, ενώ γεωγραφικά ανήκει στη Θράκη

καταλαμβάνοντας το κεντρικό τμήμα. Ο νομός Ροδόπης στα βόρεια συνορεύει με τη Βουλγαρία, στα δυτικά με το νομό Ξάνθης, ανατολικά με το νομό Έβρου και στα νότια βρέχεται από το Θρακικό Πέλαγος. Μάλιστα, στο βόρειο άκρο του νομού εντοπίζεται η οροσειρά της Ροδόπης, συγκεκριμένα το ανατολικό τμήμα της, όπου και οφείλεται η ονομασία του.

Έδρα του νομού είναι η Κομοτηνή, η οποία αποτελεί και πρωτεύουσα του γεωγραφικού διαμερίσματος της Θράκης, όπως επίσης και έδρα της περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, με έκταση 2.543 τετραγωνικά χιλιόμετρα και πληθυσμό 112.039 κατοίκους, οικοδομημένη μέσα στον κάμπο και τους πρόποδες της οροσειράς της Ροδόπης, σε υψόμετρο 45 μέτρων και απόσταση από τη θάλασσα 30 χιλιομέτρων. Η Κομοτηνή, θεωρείται μια πολυπολιτισμική πόλη καθώς σε αυτή διαμένουν ντόπιοι Έλληνες, Έλληνες απόγονοι προσφύγων προερχόμενοι από τη Μικρά Ασία και την Ανατολική Θράκη, Έλληνες τουρκόφωνοι αλλά και απόγονοι Αρμενίων προσφύγων. Ένα μοναδικό χαρακτηριστικό της πόλης είναι η παρουσία του μουσουλμανικού στοιχείου τόσο σε θέματα αρχιτεκτονικής όσο και πολιτισμού, με την ύπαρξη σημαντικών μνημείων και αξιοθέατων να υποδηλώνει την πλούσια ιστορία και πολιτισμό του τόπου (Wikipedia,2021).

Η εικόνα 5 αποτυπώνει μέρος της λίμνης Βιστωνίδας, η οποία είναι χαρακτηρισμένη ως προστατευόμενη περιοχή.

Εικόνα 5: Λίμνη Βιστωνίδα



Πηγή: Ανακτήθηκε από: http://www.visitgreece.gr/el/activities/land_sports/birdwatching/bird_watching_by_lake_vistonida (πρόσβαση στις 19/09/2021)

Ο νομός φημίζεται για το φυσικό κάλλος του, τα βουνά του, τις λίμνες και τα ποτάμια του με σημαντικότερα το Παπίκιο Όρος, την Οροσειρά της Ροδόπης, τα Θρακικά Μετέωρα, τη λίμνη

Βιστωνίδα, περιοχές με πλούσια πανίδα αλλά και χλωρίδα. Μάλιστα, ύστερα από την επικύρωση της συνθήκης Ραμσάρ που πραγματοποιήθηκε, ο υδροβιότοπος της Βιστωνίδας συμπεριλήφθηκε στους προστατευόμενους οικοτόπους και υδροβιότοπους της Ελλάδας, δίκτυο Natura 2000, μαζί με τα είδη χλωρίδας και πανίδας που διέθετε (Visit Greece, 2021).

Στο κέντρο της πόλης της Κομοτηνής υπάρχει το Ηρώο, το οποίο είναι σημείο το οποίο αποτελεί μνημείο και πόλο έλξης τουριστών αλλά και ντόπιων.

Εικόνα 6: Το κεντρικό Ηρώο



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.flickr.com/photos/vanatsiklis/2767318227/> (πρόσβαση στις 21/09/2021)

Σημείο κατατεθέν της πόλης αποτελεί το κεντρικό ηρώο, βρισκόμενο στο δημοτικού πάρκο Κομοτηνής, όπου ορθώνεται μία μεγάλη μαρμάρινη στήλη συνολικού ύψους 14μέτρων με ένα μεταλλικό ομοίωμα σπαθιού τοποθετημένο πάνω της κατακόρυφα (Δήμος Κομοτηνής, 2007). Ακόμα, σημαντικά πολιτιστικά αξιοθέατα της πόλης θεωρούνται το Φρούριο και Βυζαντινό Τείχος της Κομοτηνής το μεγαλύτερο και ιστορικότερο μνημείο της πόλης, χτισμένο γύρω στον 4ο αιώνα προ Χριστού (Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, 2015), το Ιμαρέτ ή Εκκλησιαστικό Μουσείο Ιεράς Μητροπόλεως Μαρωνείας και Κομοτηνής, ένα από τα παλαιότερα διασωζόμενα οθωμανικά μνημεία της Ευρώπης, οικοδόμημα μεγάλης αρχιτεκτονικής αλλά και

ιστορικής αξίας (Greek Travel Pages, 2003). Τέλος, χώρος ιδιαίτερου ενδιαφέροντος αποτελεί η βυζαντινή Μουσνούπολη ή Μαξιμιανούπολη, στους πρόποδες της οροσειράς Ροδόπης, όπου ανακαλύφθηκε η ύπαρξη ενός οικισμού βυζαντινών ναών αλλά και μοναστηριών του 11ου με 14ου αιώνα (Βαρβατσούλιας, 2019).

Οι αμπελώνες της Μαρώνειας, όπως φαίνεται στην εικόνα 7, αποτελεί ένας τύπος μορφής οινοτουρισμού αλλά και οικοτουρισμού της συγκεκριμένης περιοχής.

Εικόνα 7: Αμπελώνες Μαρώνειας



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.tsantali.com/maronia-vineyard/?lang=el> (πρόσβαση στις 21/09/2021)

Επίσης, στο νομό έχει αναπτυχθεί ο οινοτουρισμός στα πλαίσια του οποίου διοργανώνονται αγροτουριστικές περιηγήσεις στους αμπελώνες με σκοπό να γνωρίσουν οι επισκέπτες τις μεθόδους και τους χώρους οινοποίησης και ωρίμανσης των κρασιών αλλά και να δοκιμάσουν εκλεκτά ελληνικά κρασιά για την κατανόηση των βασικών χαρακτηριστικών γεύσης και αρώματος του κάθε είδους κρασιού. Ένα μεγάλο τμήμα των αμπελώνων του νομού εντοπίζεται στο δήμο Μαρώνειας-Σαπών. Κάποια από τα οινοποιεία και τους οινοπαραγωγούς του νομού είναι οι αμπελώνες Μαρώνειας Ε. Τσάνταλης, οι αμπελώνες Παναγιώτης Παπαβασιλείου, οι αμπελώνες Μπανιώτη, οι αμπελώνες Κούκος Κωνσταντίνος, το οινοποιείο Κίκονες, το οινοποιείο κτήμα Κάρρου και το οινοποιείο κτήμα Αγγέλου. Μάλιστα (Πανταζή, 2018).

4. Νομός Ξάνθης

Ο νομός Ξάνθης υπάγεται στην περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης ενώ γεωγραφικά ανήκει στο διαμέρισμα της Θράκης. Σύμφωνα με την απογραφή του 2011 ο πληθυσμός του νομού εκτιμάται στους 111.222 μόνιμους κατοίκους. Μάλιστα, ο νομός Ξάνθης βόρεια συνορεύει με τη Βουλγαρία, ανατολικά με τους νομούς Δράμας και Καβάλας, δυτικά με το νομό Ροδόπης και τέλος νότια βρέχεται από το Θρακικό πέλαγος (Παπακωστή, 2011).

Η πόλη της Ξάνθης αποτελεί την πρωτεύουσα του νομού, μία πόλη οικοδομημένη στους πρόποδες της οροσειράς Ροδόπης, στα στενά του ποταμού Κόσυνθου. Η ύπαρξη της πόλης έγινε γνωστή στην αρχαιότητα μέσα από ποικίλες ιστορικές πηγές (Γερογιάννη, 2019).

Ο ποταμός Νέστος, όπως δείχνει και η εικόνα 8, είναι ένα από τα πιο φημισμένα σημεία όχι μόνο της Βόρειας Ελλάδας αλλά και ολόκληρης της χώρας.

Εικόνα 8: Ο ποταμός Νέστος



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.tsantali.com/maronia-vineyard/?lang=el> (πρόσβαση στις 20/09/2021)

Περιοχή έντονου φυσικού κάλους αποτελεί ο ποταμός Νέστος, ο οποίος φημίζεται τόσο για τη φυσική ομορφιά που διαθέτει όσο και για την οικολογική του αξία, αποτελώντας πηγή ζωής για πλήθος οικοσυστημάτων, σπάνιων αλλά και απειλούμενων ζώων και φυτών που φιλοξενεί (Παραβάλου, 2017). Η περιοχή Πόρτο Λάγος, συνδυάζοντας το ακαταμάχητο δίπολο του βουνού και της θάλασσας συνιστά πόλο έλξης για πολλούς φυσιολάτρεις αλλά και θρησκευόμενους επισκέπτες (Parallaxi, 2020). Τέλος, ο καταρράκτης του Τραχωνίου ή Λειβαδίτη, ο μεγαλύτερος καταρράκτης ολόκληρα τα Βαλκάνια θεωρείται εξαιρετική επιλογή

τόσο για όσους λατρεύουν τη φύση όσο και την πεζοπορία (Hiking Experience, 2021).

Στην εικόνα 9 φαίνεται το λαογραφικό μουσείο της περιοχής, το οποίο έλκει πληθώρα επισκεπτών τόσο εγχώριων όσο και εξωτερικών.

Εικόνα 9: Το Λαογραφικό Μουσείο



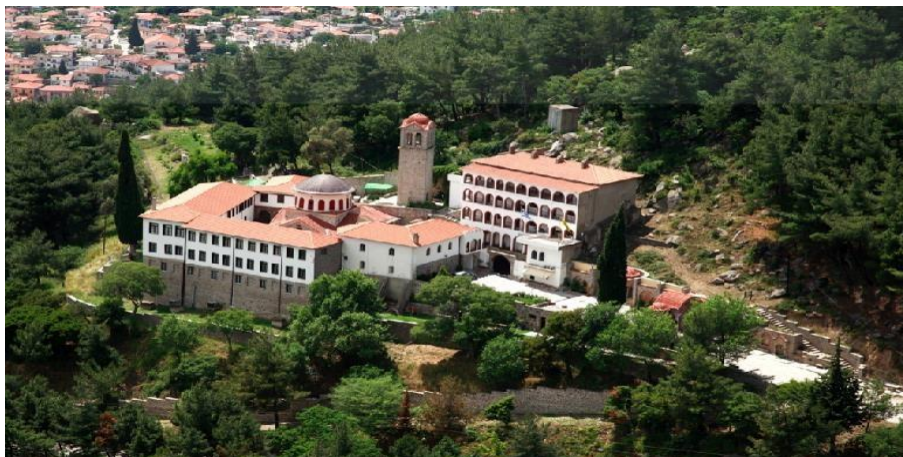
Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.cityofxanthi.gr/enimerosi/episkeptes/axiotheata/2972>
(πρόσβαση στις 18/09/2021)

Ακόμα, κάποιοι από τους σημαντικότερους χώρους που μπορεί να επισκεφθεί κανείς στο νομό πέρα από την παλιά διατηρητέα πόλη, με τα γραφικά στενά και τους δρόμους είναι, το Λαογραφικό μουσείο στην περιοχή της Ξάνθης, το οποίο ιδρύθηκε από την Φιλοπρόοδο Ένωση Ξάνθης καθώς και η Δημοτική Πινακοθήκη στην παλιά πόλη της Ξάνθης, η οποία στεγάζεται στο αρχοντικό της οικογένειας Καλευρά. Το κτήριο έχοντας λαϊκό Μακεδονικό χαρακτήρα αποτελεί ένα από τα παλαιότερα παραδοσιακά οικοδομήματα του τόπου του 19^{ου} αιώνα, όπου φιλοξενούνται 52 πίνακες και 2 γλυπτά ενώ ο χώρος χρησιμοποιείται για εκδηλώσεις και παρουσιάσεις (Δήμος Ξάνθης, 2020).

Ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να αποτυπωθεί και από την εικόνα 10 παρακάτω, στην

οποία φαίνεται το μοναστήρι της Παναγίας της Αρχαγγελιώτισσας.

Εικόνα 10: Το μοναστήρι της Παναγίας της Αρχαγγελιώτισσας



Πηγή: Ανακτήθηκε από: [https://www.in.gr/2019/09/20/life/diakopes/the-experts-way/archaggeliotissas-kσανthis-panthrakiko-proskynima/](https://www.in.gr/2019/09/20/life/diakopes/the-experts-way/archaggeliotissas-kсанthis-panthrakiko-proskynima/) (πρόσβαση στις 21/09/2021)

Επίσης, χώροι επίσκεψης στα πλαίσια του θρησκευτικού προσκυνηματικού τουρισμού αποτελούν το μοναστήρι της Παναγίας της Καλαμούς, με έτος κατασκευής το 1965 αλλά και το μοναστήρι της Παναγίας της Αρχαγγελιώτισσας, στον ορεινό όγκο της Ροδόπης, η ύπαρξη του οποίου χρονολογείται στις αρχές του 2^{ου} αιώνα μετά Χριστόν (Στεργιόπουλος, 2019).

Τέλος, στο νομό Ξάνθης αναπτύσσονται αρκετές δραστηριότητες του τουρισμού περιπέτειας με κύρια την κατάβαση ποταμού, οι οποίες καταβάσεις διοργανώνονται κατά μήκος του ποταμού Νέστου, με αφετηρία το φράγμα της Πλατανόβρυσης, περιλαμβάνοντας τα στενά του Νέστου, τις λίμνες και καταλήγοντας στο Δέλτα του Νέστου (Καθημερινή, 2019).

- Κανό-καγιάκ και καναδέζικα κανό, δραστηριότητα που διοργανώνεται σε ήρεμα νερά ιδανική για την απόλαυση της θρακικής παραποτάμιας φύσης.
- Καγιάκ, δραστηριότητα που διοργανώνεται σε ορμητικά νερά, με τη χρήση μονοθέσιου σκάφους.
- Ράφτινγκ, δραστηριότητα που διοργανώνεται σε ορμητικά νερά και αφορά την κατάβαση ποταμού με σκάφος 8-10 ατόμων.
- Πεζοπορία, εκδρομές, περιήγηση, ποδηλασία βουνού και ιππασία, ομαδικές δραστηριότητες που διοργανώνονται σε ιδιαίτερα μονοπάτια αλλά και περάσματα με μοναδική φυσική ομορφιά, της οροσειράς της Ροδόπης, τους καταρράκτες του Λειβαδίτη, της κοιλάδας του Νέστου, τα δάση της δυτικής Ροδόπης και του Δέλτα.

5. Νομός Καβάλας

Ο νομός Καβάλας βρίσκεται μεταξύ των ποταμών Νέστου και Στρυμόνα, με έκταση 2.109 τετραγωνικά χιλιόμετρα εκ των οποίων τα 18 αποτελούν εσωτερικά ύδατα. Στα δυτικά ο νομός Καβάλας συνορεύει με το νομό Σερρών, στα βορειοδυτικά με το νομό Δράμας, στα βορειοανατολικά με το νομό Ξάνθης ενώ νότια βρέχεται από το Θρακικό πέλαγος. Στο νομό περιλαμβάνονται διοικητικά οι δήμοι Καβάλας, Νέστου, Παγγαίου και Θάσου με το συνολικό πληθυσμό να ανέρχεται στους 124.917 μόνιμους κατοίκους. Μάλιστα, το μεγαλύτερο τμήμα του νομού είναι ορεινό μεσημαντικότερα βουνά το όρος Παγγαίου, τα όρη της Λεκάνης, και το όρος Σύμβολο. Πρωτεύουσα του νομού είναι η Καβάλα η μεγαλύτερη πόλη της Βόρειας Ελλάδας μετά τη Θεσσαλονίκη, με πληθυσμό 70.501 κατοίκους.

Εξαιτίας της αμφιθεατρικής τοποθεσίας στο όρος Σύμβολο, των γραφικών παραδοσιακών συνοικιών, των αμέτρητων ιστορικών μνημείων που μαρτυρούν την πλούσια ιστορία της περιοχής, θεωρείται μία από τις ομορφότερες και ιδιαίτερες πόλεις της Ελλάδας. Η ύπαρξη τόσο του λιμανιού όσο και του αεροδρομίου καθιστά την πρόσβαση των τουριστών ευκολότερη, βοηθώντας την εμπορική και τουριστική κίνηση του τόπου. Μάλιστα, η πόλη της Καβάλας λόγω των λιμανιών και της μαρίνας που διαθέτει θεωρείται ένα από τα πιο σημαντικά αλιευτικά κέντρα της Ελλάδας, όπου η άνοδος της αλιείας οδήγησε στη δημιουργία τριών ινστιτούτων αλιευτικών ερευνών. Η Καβάλα είναι η πόλη που συνδυάζει βουνό και θάλασσα, περιλαμβάνοντας αμέτρητες παραλίες, μαγευτικά ποτάμια αλλά και ορεινούς όγκους και δάση, αποτελώντας έναν εξαιρετικό προορισμό για πολλούς τουρίστες (Δημωφέλεια, 2021).

Η εικόνα 11 αποτυπώνει το περιστασιακό δάσος της Καβάλας, το οποίο προσφέρει πολλές ευκαιρίες για να επιλέξει ο τουρίστας ποικίλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

Εικόνα 11: Το περιστασιακό δάσος Καβάλας



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.visitkavala.gr/sightseeing/to-periastiko-dasos-tis-kavalas/>
(πρόσβαση στις 21/09/2021)

Ο νομός Καβάλας περιλαμβάνει το περιστασιακό δάσος Καβάλας, ένα δάσος ζωτικής σημασίας για τους κατοίκους της περιοχής καθώς εκτός από την αισθητική και περιβαλλοντική αξία που έχει, ωφελεί τον πληθυσμό δίνοντας του τη δυνατότητα της εύκολης και άμεσης πρόσβασης για άθληση και αναψυχή. Ακόμα, ο νομός διαθέτει πλήθος από μοναδικά μονοπάτια ιδανικά για πεζοπορία και άθληση, με δημοφιλέστερο το περιβαλλοντικό μονοπάτι της παλιάς Καβάλας, με διαδρομές που προσφέρουν μαγευτική θέα, με έντονη βλάστηση, πυκνά δάση, ρυάκια αλλά και πηγές (Visit Kavala, 2020).

Οι Καμάρες της πόλης της Καβάλας αποτυπώνονται στην εικόνα 12, και αποτελούν σημείο συνάντησης και μνημείο της πόλης.

Εικόνα 12: Καμάρες, το παλιό Υδραγωγείο



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.mykanala.gr/listing/kamatares-kanala/> (πρόσβαση στις 21/09/2021)

Ένα από τα πιο χαρακτηριστικά αξιοθέατα της Καβάλας, αποτελεί το επιβλητικό τοξωτό Υδραγωγείο, ονομαζόμενο «Καμάρες». Το έτος κατασκευής των Καμάρων χρονολογείται περίπου το 1520 με 1530. Ακόμα, στο νομό μπορεί να επισκεφθεί κανείς το Ιμαρέτ της Καβάλας, ένα οικοδόμημα χτισμένο εντός των τειχών της παλιάς πόλης, στη χερσόνησο της Παναγίας. Το Ιμαρέτ θεωρείται το αντιπροσωπευτικότερο μουσουλμανικό τέμενος της Ελλάδας, μνημείο διεθνούς αναγνωρισιμότητας τόσο λόγω της ιστορίας όσο και της αρχιτεκτονικής του. Στην ίδια περιοχή, οι επισκέπτες μπορούν να ξεναγηθούν στο σπίτι του Μεχμέτ Αλή, το οποίο χρονολογείται κατά το 1720 και διατηρείται έως και σήμερα σε άριστη κατάσταση. Τέλος, ο αρχαιολογικός χώρος των Φιλίππων της Καβάλας αποτελεί μνημείο παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO από το 2016, προσελκύοντας κάθε χρόνο πολλούς τουρίστες με σημαντικότερο κτίσμα το αρχαίο θέατρο των Φιλίππων, στο οποίο διοργανώνονται κάθε χρόνο παραστάσεις και φεστιβάλ (Visit Kavala, 2020).

Το πηλοθεραπευτήριο των Κρηνίδων φαίνεται στην εικόνα 13.

Εικόνα 13: Το πηλοθεραπευτήριο Κρηνίδων



Πηγή: Ανακτήθηκε από: https://pilotherapia.gr/?page_id=18&lang=el (πρόσβαση στις 21/09/2021)

Ακόμα, στο νομό Καβάλας υπάρχουν οι φυσικές ιαματικές πηγές Ελευθέρων, σε απόσταση 70 χιλιομέτρων από την πόλη της Καβάλας (Γερογιάννη, 2018), καθώς και το πηλοθεραπευτήριο Κρηνίδων, ένας ειδικά διαμορφωμένος χώρος (Πηλοθεραπευτήριο Κρηνίδων, 2020).

6. Νομός Δράμας

Ο νομός Δράμας με πρωτεύουσα τη Δράμα υπάγεται διοικητικά στην περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Η συνολική έκταση του νομού κυμαίνεται στα 3.468 τετραγωνικά

χιλιόμετρα ενώ ο μόνιμος πληθυσμός ανέρχεται στους 98.287 κατοίκους. Στο βόρειο τμήμα ο νομός συνορεύει με την Βουλγαρία, στο δυτικό τμήμα με το νομό Σερρών, στο νότιο τμήμα με το νομό Καβάλας και στο ανατολικό τμήμα με το νομό Ξάνθης, ενώ η οροσειρά της Ροδόπης, τα όρη Μενοίκιο, Όρβηλος, Παγγαίο και Λεκάνης περικλείουν το νομό. Ο νομός Δράμας συνιστά έναν δελεαστικό τουριστικό προορισμό καθώς αποτελεί μία περιοχή που παρέχει μοναδικές εμπειρίες στους επισκέπτες της. Οι σημαντικότεροι τουριστικοί προορισμοί του νομού Δράμας είναι οι περιοχές Δράμα, Νευροκόπι και το όρος Φαλακρό (Φυργαδάς, 2019).

Μάλιστα, σχετικά με τον εναλλακτικό τουρισμό οι κύριες δραστηριότητες αφορούν τον τουρισμό χειμερινών σπορ που αναπτύσσονται στο όρος Φαλακρό και δραστηριότητες του τουρισμού περιπέτειας. Η πόλη της Δράμας χαρακτηρίζεται από πλούσια βλάστηση και αφθονία υδάτων. Σημαντικά αξιοθέατα και χώροι επίσκεψης του νομού τα οποία μπορούν να επισκεφτούν οι ταξιδιώτες αποτελούν τα παλιά αρχοντικά, οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία, το πάρκο της Αγίας Βαρβάρας αλλά και το Βυζαντινό κάστρο της πόλης. Έτσι, ο νομός Δράμας καθίσταται ιδανικός προορισμός για την ικανοποίηση διάφορων προτιμήσεων των τουριστών κατά τη διάρκεια ολόκληρου του έτους (Πανταζή, 2018).

Ένα από τα πλέον γνωστά αξιοθέατα της περιοχής είναι το πάρκο αρπακτικών ημερόβιων και νυκτόβιων πτηνών, όπως φαίνεται στην εικόνα 14.

Εικόνα 14: Πάρκο Αρπακτικών ημερόβιων και νυκτόβιων πτηνών



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://destanea.com/dimos-doksatou/aksiotheata-dimou-doksatou/item/156-2018-02-17-16-03-31> (πρόσβαση στις 21/09/2021)

Σημαντικοί προορισμοί όπου αναπτύσσονται δραστηριότητες του τουρισμού της υπαίθρου καθίσταται το πάρκο Αρπακτικών Ημερόβιων και Νυκτόβιων Πτηνών. Ένα περιβάλλον

ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς στο οποίο φιλοξενούνται αρπακτικά ημερόβια αλλά και νυκτόβια πτηνά. Στο πάρκο διοργανώνονται θεαματικές επιδείξεις ελεύθερης πτήσης των εκπαιδευμένων αρπακτικών πουλιών αποτελώντας ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις της φύσης, ενώ μέσα στο χώρο υπάρχει μία αίθουσα έκθεσης για την παρακολούθηση σχετικών βίντεο, αλλά και την προβολή φωτογραφικού υλικού (Πάρκο αρπακτικών, 2021). Έπειτα, σημαντικό αξιοθέατο της πόλης αποτελούν οι πηγές της Αγίας Βαρβάρας, ένα αστικό πάρκο όπου βρίσκεται ένα σύμπλεγμα από πηγές, ποτάμια και λίμνες, ιδανικός προορισμός για ημερήσιες αποδράσεις λόγω του ειδυλλιακού τοπίου με μοναδική φυσική ομορφιά. Τέλος, το σπήλαιο του Αγγίτη αποτελεί το μεγαλύτερο σπηλαίου στον ελλαδικό χώρο τόσο λόγω του όγκου όσο και του μήκους του. Οι επισκέπτες μπορούν να διακρίνουν στην οροφή του σπηλαίου σταλακτίτες με έντονα χρώματα εξαιρετικής ομορφιάς, η δημιουργία τωνοποιών οφείλεται στην ύπαρξη μεταλλευμάτων (Visit Greece, 2019).

Τα λουτρά Θερμιών Παρανεστίου, φαίνεται στην εικόνα 15, και θεωρείται ένα σημαντικό αξιοθέατο της περιοχής.

Εικόνα 15: Τα λουτρά Θερμιών Παρανεστίου



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.thes.gr/apodraseis/thermia-paranestiou-mia-loutropoli-apo-paragkes-mesa-sto-dasos-vinteo-foto/> (πρόσβαση στις 21/09/2021)

Ακόμα, στο νομό Δράμας υπάρχουν φυσικές ιαματικές πηγές, τα λουτρά Θερμιών στο δήμο Παρανεστίου, σε υψόμετρο 620 μέτρων. Το ιαματικό νερό των πηγών είναι μεταλλικό υποτονικό με θεραπευτικές ιδιότητες. Στην περιοχή δεν έχουν υλοποιηθεί σημαντικά έργα, ενώ το υδροθεραπευτήριο διαθέτει φυσικούς λουτήρες (Γκερμένι, 2018).

Το παρθένο δάσος Φρακτού αποτυπώνεται στην εικόνα 16 και αποτελεί πόλο οικουρισμού για την συγκεκριμένη περιοχή.

Εικόνα 16: Το παρθένο δάσος Φρακτού



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.travelstyle.gr/paranesti-mia-komopoli-tis-dramas-rου-mono-na-se-magepsei-mporei-me-ton-fisiko-tis-plouto/> (πρόσβαση στις 21/09/2021)

Επιπλέον, ο νομός Δράμας διαθέτει ένα πλούσιο φυσικό περιβάλλον με ενδιαφέροντα βουνά, πυκνά δάση, μοναδικούς καταρράκτες και λίμνες (Γκερμένι, 2018).

- Στο δήμο Δράμας δραστηριοποιείται ένας ορειβατικός σύλλογος ονομαζόμενος Ελληνικός Ορειβατικός Σύλλογος Δράμας, ο οποίος διοργανώνει ποικίλες εκδρομές δίνοντας την ευκαιρία στους επισκέπτες και τα μέλη να ασχοληθούν με την ορειβασία, την πεζοπορία αλλά και την αναρρίχηση. Τα σημαντικότερα βουνά του νομού είναι ο Κορύβολος, ο Όρβηλος, το Φαλακρό και το Μενοίκιο όρος.
- Ακόμα, ο νομός διαθέτει τον Ποδηλατικό Όμιλο Δράμας, μέσω του οποίου διοργανώνονται ποδηλατικές διαδρομές ασφάλτου και βουνού. Ο ποδηλατικός τουρισμός σχετίζεται με τα ταξίδια και πραγματοποιείται για λόγους αναψυχής κατά τη διάρκεια κάποιου ταξιδιού ή του ελεύθερου χρόνου στο μόνιμο τόπο διαμονής.
- Επιπλέον, η πόλη της Δράμας λόγω της τοποθεσίας της, παρέχει τη δυνατότητα πραγματοποίησης μιας πτήσης με διθέσιο αλεξίπτωτο πλαγιάς με θέα όλη την πόλη. Η διθέσια πτήση υλοποιείται με την παρουσία ενός έμπειρου πιλότου με τη βοήθεια κατασκευασμένου αλεξίπτωτου για πτήση δύο ατόμων. Το Paragliding ή Παραπέντε αποτελεί έναν θαυμάσιο τρόπο απόλαυσης της ελεύθερης πτήσης με ασφάλεια.

Το χιονοδρομικό κέντρο Φαλακρού κάθε χρόνο συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό τουριστών τόσο από την Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό (εικόνα 17).

Εικόνα 17: Το χιονοδρομικό κέντρο Φαλακρού



Πηγή: Ανακτήθηκε από: <https://www.hydramagrandhotel.gr/thsightseeing-type/%ce%b4%cf%81%ce%b1%cf%83%cf%84%ce%b7%cf%81%ce%b9%cf%8c%cf%84%ce%b7%cf%84%ce%b5%cf%82-el/> (πρόσβαση στις 21/09/2021)

Τέλος, για τους λάτρεις των χειμερινών σπορ ιδανικός προορισμός αποτελεί το χιονοδρομικό Κέντρο στο Φαλακρό, το οποίο συνιστά πλέον ένα από τα σημαντικότερα χιονοδρομικά κέντρα και πόλο έλξης τουριστών στον ελλαδικό χώρο. Το χιονοδρομικό περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες υποδομές για τη διεξαγωγή των χειμερινές αθλητικών δραστηριοτήτων. Επίσης, στην περιοχή έχουν υλοποιηθεί έργα όπως καταλύματα, σαλέ και ξενοδοχεία τα οποία μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι επισκέπτες (Γκερμένι, 2018).

7. Συμπεράσματα

Το παρόν κεφάλαιο αποτελεί τη μελέτη περίπτωσης της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης αναφορικά με τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού που μπορεί να παρέχει σε κάθε τουρίστα. Όπως αποδεικνύεται, η Περιφέρεια διαθέτει ένα πολυδαίδαλο και ποικιλόμορφο φυσικό περιβάλλον, ιδιαιτερότητες, λόγω της ύπαρξης της μουσουλμανικής μειονότητας αλλά και πληθώρα δραστηριοτήτων.

Κεφάλαιο 4^ο – Η Συμβολή των Μειονοτικών Ομάδων στην Ανάπτυξη ενός Τόπου

1. Εισαγωγή

Το κεφάλαιο που ακολουθεί θα μπορούσε να χαρακτηριστεί μια περαιτέρω ανάλυση των όσων αναφέρθηκαν στα προηγούμενα. Ειδικότερα, πρόκειται να αναλυθεί η συμβολή των μειονοτικών ομάδων που εντοπίζονται στην υπό μελέτη Περιφέρεια της Ελλάδας στην ανάπτυξη του τουρισμού, μιας και δεν εντοπίζεται αυτό το πολιτιστικό και πολιτισμικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε άλλη ελληνική Περιφέρεια.

2. Ο Ορισμός της Μειονοτικής Πολιτιστικής Ομάδας

Υπάρχουν δύο απαραίτητα και από κοινού επαρκή χαρακτηριστικά που χρειάζονται οι ομάδες για να μπορούν να χαρακτηριστούν ως μια μειονοτική πολιτιστική ομάδα. Πρώτον, μια μειονοτική πολιτιστική ομάδα είναι ένα σύνολο ατόμων που είναι μικρότερο σε αριθμό από την πλειοψηφία και των οποίων τα μέλη έχουν, θεωρούν ότι έχουν ή θεωρούν ότι οι άλλοι έχουν ένα σύνολο χαρακτηριστικών που τους διακρίνουν από την πλειοψηφία των ανθρώπων στην κοινωνία στο οποίο ζουν. Αυτά τα χαρακτηριστικά πρέπει να είναι αυτά που ξεχωρίζουν την ομάδα από τις υπόλοιπες ομάδες.

Δεύτερον, τα χαρακτηριστικά που ξεχωρίζουν την ομάδα θα πρέπει να είναι εκείνα που επηρεάζουν την πρακτική ταυτότητα των μελών και τον τρόπο συλλογισμού. Σύμφωνα με τον ορισμό της «πρακτικής ταυτότητας», ο Festenstein (2005: 10), τον περιγράφει ως «*εκείνα τα χαρακτηριστικά ενός ατόμου που αιτιολογούν ή/και συνδέουν τουλάχιστον μερικούς από τους λόγους για να ενεργήσει*». Αυτό σημαίνει ότι όποιες και αν είναι οι πρακτικές, οι νόρμες και οι πεποιθήσεις που υπάρχουν στην ομάδα, αυτές είναι η «πηγή, ή τουλάχιστον μια σημαντική πηγή, των αξιών και των δεσμεύσεων ενός ατόμου» (Festenstein, 2005: 14).

Επιπλέον, όπως επιβεβαιώνεται από τον Young (1990: 45), οι κανόνες, οι πεποιθήσεις και οι πρακτικές αυτού του συσσωματώματος επηρεάζουν τον «τρόπο συλλογισμού, αξιολόγησης και έκφρασης» των ατόμων. Ως εκ τούτου, αυτό το συσσωμάτωμα είναι, εν μέρει, ένα σύστημα που αντιπροσωπεύει την πραγματικότητα που έχει τα δικά της σύμβολα, τις δικές της υποκείμενες δομές και πεποιθήσεις. Επομένως, αυτά τα συσσωμάτωμα προσφέρουν στα άτομα ξεχωριστές κανονιστικές και επιστημολογικές προοπτικές του κόσμου που τους επιτρέπουν να θέσουν τις βάσεις για τη δημιουργία κανόνων και πρακτικών για τις ομάδες τους

(Shachar, 2001a).

Εν ολίγοις, οι μειονοτικές πολιτιστικές ομάδες διαθέτουν ένα διακεκριμένο και ιδιαίτερο σύστημα νοήματος και σημασίας, τρόπο κατανόησης και οργάνωσης της ανθρώπινης ζωής, κώδικες συμπεριφοράς για αυτό που είναι κατάλληλο, ακατάλληλο, ηθικό ή ανήθικο.

3. Η Κανονιστική και Σημειωτική Αντίληψη του Taylor για τον Πολιτισμό

Ο Taylor υποστηρίζει μια σημειωτική και κανονιστική αντίληψη για τον πολιτισμό. Όπως εξηγεί ο Benhabib (2002: 3) *«επιβεβαιώνοντας ότι ο πολιτισμός είναι σημειωτικός σημαίνει ότι είναι ένα σύνολο κοινωνικών συστημάτων και πρακτικών σημασίας, αναπαράστασης και συμβολισμού που έχουν αυτόνομη δική τους λογική»*. Έτσι, από αυτή την άποψη, ένας πολιτισμός ορίζεται ως ένα σύστημα ιδανικών ή δομών συμβολικού νοήματος. Αυτό το σύστημα είναι ο τρόπος εκπροσώπησης της πραγματικότητας από κάθε πολιτισμό. Ως εκ τούτου, είναι η λογική του ίδιου του πολιτισμού. Η επιβεβαίωση ότι ο πολιτισμός είναι κανονιστικός σημαίνει ότι είναι μια σημαντική πηγή αξιών, δεσμεύσεων και λόγων δράσης των ατόμων. Με άλλα λόγια, όπως παρατήρησε ο Festenstein (2005: 14), σύμφωνα με την κανονιστική άποψη, οι πολιτισμοί περιέχουν *«ένα σύνολο κοινών πεποιθήσεων ή κανόνων που είναι διακριτικά μιας συγκεκριμένης ομάδας»* και αποτελούν την πρακτική ταυτοποίηση αυτών των ατόμων. Ενδεικτικά, μέρος του τι είναι Εβραίος, Μουσουλμάνος ή Χριστιανός, προέρχεται από το γεγονός ότι τηρούν ή ακολουθούν τις ηθικές διδασκαλίες της Τορά, του Κορανίου και της Βίβλου, αντίστοιχα. Αυτές οι δύο αντιλήψεις (σημειωτικές και κανονιστικές) δεν χρειάζεται να συνδυαστούν, κάτι το οποίο, όμως, είναι έκδηλο στον ορισμό που αποδίδεται από τον Taylor.

Στην περίπτωση του δόγματος του Taylor, αυτές οι αντιλήψεις για τον πολιτισμό δεν έρχονται σε αντίθεση μεταξύ τους, αλλά στην πραγματικότητα είναι συμπληρωματικές.

Υπάρχει πληθώρα συγγραφέων που υποστηρίζουν αυτούς τους ορισμούς του πολιτισμού, αλλά οι ερμηνείες τους για το τι είναι κανονιστικό και τι σημειωτικό διαφέρουν σημαντικά. Η αντίληψη του Taylor για τον κανονιστικό και σημειωτικό πολιτισμό έχει, επίσης, τα δικά του χαρακτηριστικά. Ο Taylor (1985a: 3, 36, 101, 209 ; 1985b: 15 – 57; 1989: 4, 36) θεωρεί ότι όλα τα άτομα έχουν τρία καθολικά χαρακτηριστικά. Δηλαδή, ανθρώπινα όντα είναι τα γλωσσικά ζώα που αυτοερμηνεύονται και διαμορφώνουν την ταυτότητά τους διαλογικά. Αυτό που σημαίνει ο όρος *«αυτοερμηνευόμενα ζώα»* είναι ότι η ταυτότητα των ατόμων εξαρτάται από

τον τρόπο που κάθε άτομο βλέπει τον εαυτό του. Σύμφωνα με τον Taylor, μέρος αυτού που είναι τα άτομα είναι η αντίληψη που έχουν για τον εαυτό τους. Ωστόσο, είναι σημαντικό να παρατηρήσουμε ότι η αυτοερμηνεία ενός ατόμου δεν χρειάζεται να είναι σωστή. Μπορεί να είναι λάθος, αλλά εξακολουθεί να συμβάλλει στο ποιο είναι το άτομο (Taylor, 1965: 3, 8, 67, 268, 272; Taylor, 1989: 4, 36).

Το δεύτερο είναι ότι οι αυτοερμηνείες και οι αυτοπροσδιορισμοί κάνουν πάντα αναφορά στη σχέση του εαυτού ενός ατόμου με τους άλλους. Για παράδειγμα, «είμαι Γάλλος», «είμαι η κόρη του (...)». Με τα λόγια του Taylor (1989: 36), «(...) κανείς δεν μπορεί να είναι ο εαυτός του από μόνος του. Είμαι ένας εαυτός μόνο σε σχέση με ορισμένους συνομιλητές». Αυτοί οι ιστοί συνομιλίας, με τη σειρά τους, έχουν τις ρίζες τους στην πολιτιστική κοινότητα κάθε ατόμου.

Κατά συνέπεια, οι γλωσσικές έννοιες και οι αυτοερμηνείες έχουν τις ρίζες τους στις γλωσσικές κοινότητες των ατόμων (Taylor, 1965; Taylor, 1989). Αυτό σημαίνει ότι οι όροι που αναφέρονται στο τι είναι άτομα (επιθυμίες, ισχυρές αξιολογήσεις, συναισθήματα και ούτω καθεξής) έχουν την προέλευσή τους στη γλωσσική τους κοινότητα. Σύμφωνα με τον Taylor, η δομή της σκέψης παρέχεται από τον πολιτισμό. Η γλώσσα προέρχεται από μια πολιτισμική κοινότητα επειδή ο πολιτισμός είναι ένα σύστημα νοήματος και αξίας, ένας τρόπος κατανόησης και οργάνωσης της ζωής που ακολουθεί ορισμένες πεποιθήσεις και πρακτικές. Ως εκ τούτου, από την άποψη του Taylor, η κοινότητα είναι αυτή που παρέχει στα άτομα το μοτίβο του νοήματος που ενσωματώνεται σε συμβολικές μορφές, συμπεριλαμβανομένων των ενεργειών, των εκφράσεων και των ουσιαστικών αντικειμένων διαφόρων ειδών, βάσει των οποίων οι ατομικές δεσμεύσεις μεταξύ τους μοιράζονται τις εμπειρίες τους.

4. Η Κοινωνική και Οικονομική Οπτική των Μειονοτικών Ομάδων στα Πλαίσια της Τουριστικής Βιομηχανίας

Η κοινωνικοοικονομική κατάσταση έχει από καιρό διατηρηθεί ως ένδειξη της πιθανότητας εγκληματικής δραστηριότητας και βίας ως αποτέλεσμα μακροπρόθεσμων αρνητικών επιπτώσεων. Η κοινωνικοοικονομική επίδραση ποικίλων παραγόντων όπως η εκπαίδευση, η διάρκεια ζωής, η πιθανότητα ενδοοικογενειακής βίας και οι ψυχικές ασθένειες .

Στη μελέτη τους, για την Ψυχολογία της Ριζοσπαστικοποίησης και της Τρομοκρατίας, οι Koomen και Van der Pligt απομονώνουν τις κοινωνικοοικονομικές περιστάσεις καθώς είναι ο

μεγαλύτερος παράγοντας που συμβάλλει στη διαδικασία ριζοσπαστικοποίησης. Λαμβάνοντας παραδείγματα από χώρες της Δυτικής Ευρώπης, συμπεριλαμβανομένης της Γαλλίας, της Γερμανίας και των Κάτω Χωρών, οι Kooman και Van der Pligt διαπίστωσαν ότι, οι τρομοκράτες είναι «ομάδες που πλήττονται από οικονομική και κοινωνική στέρηση και από διακρίσεις ή ανισότητες και αντιμετωπίζουν μια κυβέρνηση που δεν ενδιαφέρεται για τη δυστυχία τους, τους θεωρεί απειλητικούς παράγοντες ... [δημιουργώντας] μια διαδικασία θρησκευτικής και ιδεολογικής ριζοσπαστικοποίησης» (Koomen και van der Pligt, 2016) .

Στην περίπτωση της Γαλλίας, η κακή κοινωνικοοικονομική στάση υπάρχει ιδιαίτερα μεταξύ των μουσουλμανικών κοινοτήτων, με το 20% - 22% των μουσουλμάνων ανδρών ηλικίας 19 έως 50 να είναι άνεργοι. Οι Akerlof και Kranton (2000) υποστηρίζουν περαιτέρω ότι οι κοινότητες αυτορυθμίζουν την συμπεριφορά που είναι επιβλαβής για την οικονομική τους θέση, ωστόσο, όταν η δυσαρέσκεια είναι ευρέως διαδεδομένη σε μια κοινότητα, οι κοινότητες ομοιογενοποιούν τη δυσαρέσκεια τους και τείνουν να εστιάζουν ενέργειες από κοινοτικά ζητήματα σε προσωπικά ζητήματα (Akerlof και Kranton, 2000). Σε μια μελέτη 126 Γάλλων πολιτών που φυλακίστηκαν για εγκλήματα που σχετίζονται με την τρομοκρατία, ο Hecker (2018) διαπίστωσε ότι το 40% των τρομοκρατών προέρχονταν από «ζώνες οικονομικής προτεραιότητας», σημειώνοντας έναν ξεχωριστό σύνδεσμο μεταξύ της φτώχειας και της πιθανότητας ριζοσπαστικοποίησης . Ωστόσο, διαχωρίζοντας τη φτώχεια από τη γεωγραφική θέση και επομένως την κοινότητα είναι εξαιρετικά περίπλοκο, καθιστώντας πολύ δύσκολη την απομόνωση των οικονομικών κινήτρων για ριζοσπαστικοποίηση.

Στη μελέτη τους για τους λόγους πίσω από την παγκόσμια τρομοκρατία, οι Krieger και Meierrieks (2010) εντοπίζουν μια άλλη μορφή ριζοσπαστικοποίησης ανεξάρτητη από την κοινωνικοοικονομική ταυτότητα, την οποία ονομάζουν «μετάδοση» και αναφέρεται στην έκθεση στην τρομοκρατία χωρικά και χρονικά. Υποστηρίζουν ότι η ίδια η τρομοκρατία ξεκινά την τρομοκρατία, αποκαλώντας την διακρατική τρομοκρατία «αυτοεπιθετική και μολυσματική» (Krieger, 2010). Το φαινόμενο της ισλαμικής τρομοκρατίας στη Γαλλία θα μπορούσε, με βάση τα παραπάνω, να θεωρηθεί ως αποτέλεσμα μιας μακράς ιστορίας τρομοκρατία στη Γαλλία, η οποία ενθάρρυνε τη διάδοση της εγχώριας τρομοκρατίας. Επιπλέον, η υπόθεση της μετάδοσης υποστηρίζει ότι οι στόχοι της τρομοκρατίας συχνά αποφασίζονται από χωρικούς παράγοντες, όπως η απόσταση μεταξύ των εθνών και η παρουσία «περιφερειακών σημείων» της τρομοκρατίας που προσελκύουν περαιτέρω τρομοκρατικές επιθέσεις.

Ο εκπληκτικός τρόπος ενημέρωσης μπορεί επίσης να προκαλεί τη δημιουργία τέτοιων hotspots, τα οποία παρέχουν ισχυρές εικόνες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη ριζοσπαστικοποίηση ατόμων. Δημοφιλείς επιθέσεις όπως οι πυροβολισμοί στο Charlie Hebdo και η επίθεση της Νίκαιας απέδειξαν σαφώς την αποτελεσματικότητα της τρομοκρατίας. Η δημοσιοποίηση αυτών των επιθέσεων και οι επακόλουθες δημόσιες συζητήσεις που επανεμφανίστηκαν σχετικά με τη βία του Ισλάμ μπορεί επίσης να θεωρηθεί ότι εφιστούν την προσοχή στη Γαλλία ως κεντρικό σημείο της ισλαμικής τρομοκρατίας. Ο αισθησιασμός των μέσων διευκολύνει επιπλέον τη διαδικασία της ριζοσπαστικοποίησης μέσω της ομαλοποίησης της βίας, η οποία αντικατοπτρίζει τεχνικές που χρησιμοποιούνται από τρομοκρατικές ομάδες όπως η Αλ Κάιντα για ριζοσπαστικοποίηση των νεοσύλλεκτων.

Σε αντίθεση με τη θεωρία της αποξένωσης που οδηγεί στην πραγματικότητα, πολλές εξέχουσες γαλλικές προσωπικότητες έχουν επικρίνει το Ισλάμ ως εγγενώς αντιφατικό με τη γαλλική κοινωνία, και επισημαίνουν τις ισχυρές θρησκευτικές πεποιθήσεις και τα παγκόσμια πολιτικά κίνητρα ως πηγή ανόδου της τρομοκρατίας. Μια έρευνα από το σοσιαλιστικό κόμμα Jean Jaurès Foundation διαπίστωσε ότι το 60% των Γάλλων θεωρούν το Ισλάμ ασυμβίβαστο με τις γαλλικές αξίες . Ο πρώην Γάλλος υπουργός Εσωτερικών Claude Guéant (2011 - 2012) δήλωσε το 2015 ότι *«δεν είναι όλοι οι πολιτισμοί, σε σχέση με τις δημοκρατικές μας αρχές, άξιοι»* αναφέροντας δύο παραδείγματα, δηλαδή το να φοράνε οι μουσουλμάνες μαντίλα και να προσεύχονται στο δρόμο, επικρίνοντας άμεσα τις ισλαμικές παραδόσεις.

Η ιδέα του Ισλάμ ως καταπιεστική, βίαιη θρησκεία υποστηρίζεται, επίσης, σε αρκετά δημοφιλή έργα, όπως είναι το best-seller του Michel Houellebecq, *Submission* (2015), που αποτυπώνει και περιγράφει μια αυταρχική δυστοπία όπου το Ισλάμ αναλαμβάνει τη Γαλλία για να επιβάλει τους τρόπους ζωής του στη Δύση. Αν και αυτό το επιχείρημα σχηματίζει έναν ισχυρό πολιτικό λόγο που εμφανίζεται έντονα στη ρητορική πολλών δεξιών Ευρωπαίων πολιτικών, δεν υπάρχουν δεδομένα για την υποστήριξη τέτοιων ισχυρισμών και αυτές οι προοπτικές αποτυγχάνουν να αναγνωρίσουν οποιαδήποτε πολυπλοκότητα είτε στο Ισλάμ είτε στην τρομοκρατία.

Ο Yves Lacoste αντιμετωπίζει την ιδέα της θρησκευτικής ιδεολογίας να είναι κεντρική για την ισλαμική τρομοκρατία και διαχωρίζει τα θρησκευτικά κίνητρα από τα γεωπολιτικά που βρίσκονται κάτω από την ομπρέλα μιας θρησκευτικής ρητορικής. Λαμβάνοντας το παράδειγμα του Fouad Ali Saleh, ο οποίος βομβάρδισε αρκετές τοποθεσίες στο Παρίσι το 1985 και το 1986,

ο Lacoste υποστηρίζει ότι η θρησκευτική ρητορική είναι ένα στρατηγικό εργαλείο για την κάλυψη πολιτικών κινήτρων. Αν ο Αλί Σαλέχ είχε πραγματοποιήσει πραγματικά τους βομβαρδισμούς εξαιτίας των «κακοποιών» του Ιησού και του Ισραήλ, καθώς και την ανάγκη δημιουργίας ενός κόσμου του Ισλάμ, όπως ισχυρίστηκε στην ακροαματική του διαδικασία, ο Λακόστ υποστηρίζει ότι θα είχε αφήσει τη Γαλλία και θα ζούσε μεταξύ παρόμοιων ευσεβών Μουσουλμάνων. Αντίθετα, κατά τη στιγμή των βομβαρδισμών, η πολιτική ισλαμική τρομοκρατία ήταν σε άνοδο στο Αφγανιστάν κατά τη διάρκεια του Σοβιετικού Πολέμου, και προσωπικότητες όπως ο Οσάμα Μπιν Λάντεν έφερε στο προσκήνιο την αντι-δυτική πολιτική ρητορική τους.

Ο Lacoste χρησιμοποιεί αυτές τις γεωπολιτικές πτυχές στον βομβαρδισμό του Ali Saleh σε σταθμό του μετρό του Παρισιού το 1986 για να υποστηρίξει ότι οι πράξεις του είχαν πολιτικά κίνητρα ως μέρος της ριζοσπαστικής ισλαμικής πολιτικής στρατηγικής. Ο Levitt (2013) υποστηρίζει, επίσης, ότι οι επιθέσεις του Ali Saleh εξουδετερώθηκαν από το Λιβανέζικο κόμμα Σιάα, τη Χεζμπολάχ ως πολιτικό εργαλείο για την αποτροπή της γαλλικής συμμετοχής στον πόλεμο Ιράκ-Ιράν, καθώς και για τη διασφάλιση της απελευθέρωσης των Λιβανέζων κρατουμένων στη Γαλλία. Παρόμοιες επιθέσεις σε ολόκληρη την Ισπανία και τη Γαλλία δείχνουν φαινομενικά πολιτικά κίνητρα πίσω από τους βομβαρδισμούς του 1985 - 1986. Κατά τη διάρκεια της δίκης του, ο Saleh δήλωσε ότι ήταν «μαχητής που υποστηρίζει την ισλαμική θρησκεία» ενάντια στη γαλλική υποστήριξη του Ιράκ και ότι το Ιράν είναι η πραγματική έδρα της Ισλαμικής δύναμης. Αυτές οι δηλώσεις συνεπαγόταν ένα επίπεδο πολιτικής ή ιδεολογικής συλλογιστικής πίσω από τη ριζοσπαστικοποίηση του Saleh.

5. Συμπεράσματα

Η εξέλιξη του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα έχει επιφέρει πολύ σημαντικές αλλαγές έχει δημιουργήσει νέες προοπτικές και ορίζοντες, δημιουργώντας νέα πεδία στην οικονομία στα οποία μπορούν να ενταχθούν και να λάβουν μέρος ακόμα και ομάδες ατόμων της κοινωνίας όπως ομάδες μειονότητας που πριν δεν είχαν την δυνατότητα σε αυτό.

Συμπεράσματα

Η παρούσα διπλωματική αποτυπώνει τη βιβλιογραφική ανασκόπηση για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορεί ένας επισκέπτης να συναντήσει στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης.

Συγκεκριμένα, μέσα από την ανάλυση των κεφαλαίων και τη μελέτη περίπτωσης, για κάθε νομό της συγκεκριμένης Περιφέρειας, διαμορφώθηκαν τα συμπεράσματα τα οποία περιλαμβάνονται σε κάθε κεφάλαιο.

Συνοπτικά θα μπορούσε να αναφερθεί ότι ο εναλλακτικός τουρισμός έχει να προσδώσει πολλά θετικά στην τοπική οικονομία, αλλά και στην εθνική, μιας και μέσα από τις εναλλακτικές μορφές μπορούν να προσελκυστούν περισσότεροι τουρίστες, με αποτέλεσμα να αυξάνονται τα έσοδα από τον τουρισμό.

Επιπλέον, στα θετικά στοιχεία τα οποία προσδίδει ο εναλλακτικός τουρισμός είναι και η διαφήμιση του τόπου αλλά και οπτικές και πτυχές που μπορεί να ήταν μέχρι πρότινος άγνωστες στο ευρύ κοινό.

Βιβλιογραφία

Αϊβαλιώτη, Λ. (2019), *Τουρισμός και νέοι. Ερευνητική προσέγγιση των κινήτρων των νέων που φοιτούν στο πανεπιστήμιο Μακεδονίας για την επιλογή τουριστικού προορισμού*, Διπλωματική Εργασία, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο. **Διαθέσιμο στο:** https://apothesis.eap.gr/bitstream/repo/43497/1/125432_%CE%91%CE%AA%CE%92%CE%91%CE%9B%CE%99%CE%A9%CE%A4%CE%97_%20%CE%9B%CE%95%CE%9C%CE%9F%CE%9D%CE%99%CE%91.pdf

Αλοΐμονος, Ο. (2010), *ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΕΙΦΟΡΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ*, ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ, ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ. **Διαθέσιμο στο:** <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2010/AloimonosOrestis/attached-document-1268217568-729155-31878/Aloimonos2010.pdf>

Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, (2015), *Φρούριο και το Βυζαντινό Τείχος της Κομοτηνής*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.emtgreece.com/el/archeological-sites/frourio-kai-to-buzantino-teixos-tis-komotinis>

Ανδριώτης, Κ. (2003), *Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του*. Καθηγητή στο Middlesex University London, Μάρκετινγκ, Branding και Τουρισμός [ηλεκτρ. βιβλ.]. **Διαθέσιμο στο:** <https://ktisis.cut.ac.cy/bitstream/10488/5117/6/%CE%9F%20%CE%B5%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82%20%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CF%84%CE%B1%20%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC%20%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC%20%CF%84%CE%BF%CF%85.pdf>

Αραμπατζή, Σ. (2020), *Ιμαρέτ Καβάλας: Το δώρο του Μεχμέτ Αλή στην Καβάλα*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.maxmag.gr/agnosti-ellada/imaret-kavalas-to-doro-toy-mechmet-ali-stin-kavala/>

Αργυροπούλου, Β. (2017), *ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ*, Πτυχιακή εργασία, Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά Τεχνολογικού Τομέα Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. **Διαθέσιμο στο:** <http://oceanis.lib2.uniwa.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3832/%CE%91%CF%81%CE%B3%CF%85%CF%81%CE%BF%CF%80%CE%BF%CF%8D%CE%BB%CE%BF%CF%85%20%CE%92%CE%B1%CF%8>

3%CE%B9%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%91.%CE%9C.5752%20-
%20for%20merge.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Άρδας, (2020), *Το φεστιβάλ*. **Διαθέσιμο στο:** <https://ardasfestival.gr/el/10-synantisi- neon-ardas/istoria/1-istoria>

Αστέρη, Η. (2019), *ΘΑΣΟΣ: Το σμαραγδένιο στολίδι της Μεσογείου*. **Διαθέσιμο στο:** <https://happytraveller.gr/thasos/>

Βαρβαρέσος, Σ. (2007), *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού και Εκπαιδευτικός Σχεδιασμός – Προγραμματισμός*, Αναπληρωτής Καθηγητής του Τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε1 Αθήνας. **Διαθέσιμο στο:** <http://ejournals.uniwa.gr/index.php/DO/article/viewFile/180/180>

Βαρβατσούλιας, Α. (2019), *Παπίκιον Όρος – Το “Άγιον Όρος” της Θράκης*. **Διαθέσιμο στο:** <https://sparmatseto.gr/2019/02/05/papikion-oros-to-agio-oroths-thrakis/>

Γεωργίου, Σ. etal, (2017), *Ο εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα. Διερεύνηση γενικών περιβαλλοντικών γνώσεων και στάσεων των τουριστών: Μελέτη περίπτωσης*, Πτυχιακή Εργασία, ΔΗΜΟΚΡΙΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΡΑΚΗΣ ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΑΓΩΓΗΣ ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΟΜΕΑΣ ΘΕΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ. **Διαθέσιμο στο:** <https://repo.lib.duth.gr/jsui/bitstream/123456789/10852/1/GeorgiouS.loannidouK.Pa soiM.pdf>

Γεωργόπουλος, Β. (2009), *Αειφόρος ανάπτυξη και τουρισμός: Διερεύνηση του βαθμού ενημέρωσης, ευαισθητοποίησης και εφαρμογής αειφόρων πρακτικών στα τουριστικά καταλύματα της Ρόδου. Εμπόδια και πρακτικές*, Μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Σχολή Ανθρωπιστικών Επιστημών. **Διαθέσιμο στο:** <https://hellenicus.lib.aegean.gr/bitstream/handle/11610/13806/file0.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Γερογιάννη, (2019), *Τουριστική ανάπτυξη της περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης 2010-2015*, Πτυχιακή εργασία. Πανεπιστήμιο Πατρών. **Διαθέσιμο στο:** <http://repository.library.teiwest.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/8368/%CE%A4%CE%9FC%CE%A5%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%97%20%CE%91%CE%9D%CE%91%CE%A0%CE%A4%CE%A5%CE%9E%CE%97%20%CE%A4%CE%97%CE%A3%20%CE%A0%CE%95%CE%A1%CE%99%CE%A6%CE%95%CE%A1%CE%95%CE%99%CE%91%CE%A3%20%CE%91%CE%9D%CE%91%CE%A4%CE%9F%CE%9B%CE%99%CE%9A%CE%97%CE%A3%20%CE%9C%CE%91%CE%9A%CE%95%CE%94%CE>

E%9F%CE%9

D%CE%99%CE%91%CE%A3%20%CE%9A%CE%91%CE%99%20%CE%98%CE%A1%CE%91%CE%9A%CE%97%CE%A3%202010-2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Γκερμένι, Χ. (2018), *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού και βιώσιμη ανάπτυξη. Η περίπτωση του Δήμου Δράμας*, Πτυχιακή Εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο. **Διαθέσιμο στο:** <http://estia.hua.gr/file/lib/default/data/19983/theFile?fbclid=IwAR2wxisTnMAYnWF Fmg5HJ49i16I4iW3aWDSuPKMzZ8XUUEE1I8JQMqE3LsOw>

Γκίσα, Α. και Ραϊλάκη, Λ. (2013), *Ο τουρισμός στην Κρήτη*, Πτυχιακή εργασία, Τμήμα Λογιστικής, ΤΕΙ Καβάλας. **Διαθέσιμο στο:** <http://digilib.teiemt.gr/jspui/bitstream/123456789/179/1/022013066.pdf>

Γουόλτον, Τ. (2012). *Ο τουρισμός, Καθηγητής Σύγχρονης Ιστορίας*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.britannica.com/topic/tourism>

Δέλτα Έβρου, (2021), *Εθνικό Πάρκο*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.evros-delta.gr/gr>

Δηλαβεράκη Κ. και Τσαγκαράκη Μ. (2010), *ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ*, Πτυχιακή Εργασία, ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ, Σχολή Οικονομίας & Διοίκησης. **Διαθέσιμο στο:** http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2010/DilaverakiKalliopi,TsagkarakiMaria/attached-document-1297848635-279419-9253/Dilaveraki_Tsagkaraki2010.pdf

Δήμος Κομοτηνής, (2007), *Ιστορικά Μνημεία*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.komotini.gr/istoria-politismos/istorika-mnimeia>

Δήμος Ξάνθης, (2020), *Αξιοθέατα: Πινακοθήκη Δήμου Ξάνθης*. **Διαθέσιμο στο:**

<https://www.cityofxanthi.gr/episkeptes/axiotheata/2971-%CF%80%CE%B9%CE%BD%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CE%B8%CE%AE%CE%BA%CE%B7-CE%B4%CE%AE%CE%BC%CE%BF%CF%85-%CE%BE%CE%AC%CE%BD%CE%B8%CE%B7%CF%82>

Δήμος Σερρών, (2016), *ΙΕΡΑ ΜΟΝΗ ΠΑΝΑΓΙΑΣ ΕΙΚΟΣΙΦΟΙΝΙΣΣΑΣ*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.serres.gr/index.php/2016-05-23-07-47-49>

Δημοφύλεια, (2021), *Τουρισμός*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.kavalagreece.gr/tourismos/>

Διαμαντόπουλος, Ν. (2020), *Ιαματικά Λουτρά Σαμοθράκης: υπάρχει η πιθανότητα ναανοίξουν για το κοινό αρχές Ιουλίου*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.evros24.gr/iamatika-loytra-samothrakis-yparchei-i/>

Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020, (2019), *Αγροτουρισμός*. **Διαθέσιμο στο:** <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/agrotourism>

Επιμελητήριο Έβρου, (2021), *Μουσουλμανικό Τέμενος Μπεγιαζίτ Κεραυνού στο Διδυμότειχο*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.evroschamber.gr/pages/details/68/mousoulmaniko-temenos-mpegiazit-ke-raunou-sto-didumoteixo>

Επιμελητήριο Έβρου, (2021), *Παναγία Κοσμοσώτειρα στις Φέρες*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.evroschamber.gr/pages/details/57/panagia-kosmosoteira-stis-feres>

Ζαφειρόπουλος, Κ. (2015), *Πως γίνεται μια επιστημονική έρευνα*, Καθηγητής, Τμήμα Διεθνών & Ευρωπαϊκών Σπουδών. **Διαθέσιμο στο:** <https://static.eudoxus.gr/books/65/chapter-11765.pdf>

Ζήγος, Χ. (2019), *Περί αρχαιολογικού – πολιτιστικού τουρισμού*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.paramythia-online.gr/25319/peri-archeologikou-politistikou-tourismou/>

Ηλιοπούλου, Δ. (2015), *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη με τη Χρήση Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στο Νομό Μεσσηνίας*, Διπλωματική Εργασία, ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ ΤΜΗΜΑ ΒΙΟΛΟΓΙΑΣ. **Διαθέσιμο στο:** <https://nemertes.library.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/9314/3/Iliopoulou%28bio%29.pdf>

Θεοδωράκης, Ν. , *Υπαίθριες Δραστηριότητες Αναψυχής*, Επίκουρος Καθηγητής Τ.Ε.Φ.Α.Α Σερρών, Α.Π.Θ. **Διαθέσιμο στο:** <https://opencourses.auth.gr/modules/document/file.php/OCRS134/%CE%A0%CE%B1%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B9%CE%AC%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/%CE%A5%CF%80%CE%B1%CE%AF%CE%B8%CF%81%CE%B9%CE%B5%CF%82%20%CE%94%CF%81%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B5%CF%82%20>

Καθημερινή, (2019), *Τα μονοπάτια της Ξάνθης*. **Διαθέσιμο στο:** <https://greenagenda.gr/%CF%84%CE%B1->

%CE%BC%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CF%80%CE%AC%CF%84%CE%B9%CE%B1-CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%BE%CE%AC%CE%BD%CE%B8%CE%B7%CF%82/

Κακουλίδης, Π. (2018), *Ο τουρισμός περιπέτειας ως μια νέα εναλλακτική μορφή τουρισμού: Προοπτικές εξέλιξης στην Ελλάδα*, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας. **Διαθέσιμο στο:** <https://core.ac.uk/download/pdf/161657517.pdf>

Καραδήμα, Χ. (2012), *Αρχαία Μαρώνεια. Ιστορικό*. **Διαθέσιμο στο:** http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj_id=2557

Καραμπουρνιώτης, Α. (2018). *Ποια είναι όλα τα είδη τουρισμού και ποιες οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού*. **Διαθέσιμο στο:** https://www.paskedi.gr/ποια_ειναι_ολα_τα_ειδη_τουρισμου_και_ποιες_οι_μορφες_εναλλακτικου_τουρισμου/

Καρυπίδης, Σ. (2015), *Λαϊγραφικό και Ιστορικό Μουσείο Ξάνθης*. **Διαθέσιμο στο:** <https://xanthinews.gr/2015/02/11/%ce%bb%ce%b1%ce%bf%ce%b3%cf%81%ce%b1%cf%86%ce%b9%ce%ba%cf%8c-%ce%b9%cf%83%cf%84%ce%bf%cf%81%ce%b9%ce%ba%cf%8c-%ce%bc%ce%bf%cf%85%cf%83%ce%b5%ce%af%ce%bf-%ce%be%ce%ac%ce%bd%ce%b8%ce%b7%cf%82-%cf%83/>

Κοροχάη, Μ. και Τζαβέλλα, Α. (2016), *Οινοτουρισμός*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.kathimerini.gr/k/travel/879544/oinotoyrismos/>

Κουτσός Σ. Αναλυτής, Ίκκος, Α. ISHC Επιστημονικός Διευθυντής, ΙΝΣΕΤΕ και (2020). *Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2019*. **Διαθέσιμο στο:** https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_09_Tourism_and_Greek_Economy_2018-2019.pdf

Κυπριανός, Γ. , *ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ*, Καθηγητής Επισιτιστικών Τεχνών. **Διαθέσιμο στο:** <http://tech-xenodocheiaka.schools.ac.cy/data/uploads/meletes-touristikes/gastronomikos-tourismos.pdf>

Λαλούμης, Δ. (2015). *Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων*. [ηλεκτρ. βιβλ.]. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.ebooks4greeks.gr/dioikhsh-touristikwn-epixeirhsewn>

Λαντίτσου, Κ. (2015), *Ιερές μονές Παναγίας Καλαμούς και Παναγίας*

Αρχαγγελιώτισσας στην Ξάνθη. Δείγματα της πολιτιστικής ταυτότητας της Θράκης, Επίκουρος Καθηγήτρια Περιβαλλοντικού Σχεδιασμού του Χώρου στο Δ.Π.Θ. **Διαθέσιμο στο:** <http://amaked-thrak.pde.sch.gr/topikiistoria/download/pdf/22%20Lantitsou.pdf>

Μαντρατζής, Π. (2016), *Ο εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα: μεγέθη, εξέλιξη, προοπτικές*, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας. **Διαθέσιμο στο:** <https://core.ac.uk/download/pdf/132825256.pdf>

Μαυροδόντης, Θ. (2020), *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Εκπαιδευτικό βοήθημα. **Διαθέσιμο στο:** <http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/2020/02/%CE%95%CE%B9%CF%83%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%B7%CC%81%CE%A3%CF%84%CE%BF%CE%BD%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CC%81-1.pdf>

Μκρτσιάν, Α. (2011), *ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΕΒΡΟΥ. ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ*, ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ, ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ. **Διαθέσιμο στο:** http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/mk/2011/MkrtsianAnna/attached-document-1306140260-987781-2999/Mkrtsian_Ana.pdf?fbclid=IwAR0EdtF4EvONRWpmApvSjJWpX1DbRTZF30NhAEZDFSt2cgs5GD6d0n6Eb_Y

Μουσείο Καπνού Καβάλας, (2013), *Ιστορικό*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.tobaccomuseum.gr/informations/istoriko/#prettyPhoto>

Μπαλαμπάνης, Δ. (2020), *Κομοτηνή, η πρωτεύουσα της Θράκης*. **Διαθέσιμο στο:** https://www.maxmag.gr/agnosti-ellada/komotini-i_protreyoysa-tis-thrakis/

Νικολακάκης, Μ. (2013), *Τουρισμός και ελληνική κοινωνία την περίοδο 1945-1974*. Διδακτορική διατριβή, Πανεπιστήμιο Κρήτης. **Διαθέσιμο στο:** <https://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/33125#page/30/mode/2up>

Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών, (2008), *Κατανόηση του τουρισμού: Βασικό γλωσσάρι*. **Διαθέσιμο στο:** <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossar>

Πανταζή, Κ. (2018), *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού στο Νομό Δράμας: Οινικός τουρισμός ως*

προορισμός και προοπτική εξέλιξης του τουρισμού στη Δράμα, Διπλωματική Εργασία, Ελληνικό
Ανοικτό Πανεπιστήμιο. Διαθέσιμο στο:
file:///C:/Users/Kostas/Downloads/%CE%A0%CE%91%CE%9D%CE%A4%CE%91%CE%96%CE%97
%20%CE%9A%CE%A9%CE%9D%CE%A3%CE%A4%CE%91%CE%9D%CE%A4%CE%99%CE%9D%CE%99%CE
E%91%20ΑΡΟΤΗΣΙΣ%20%20%CE%91%CE%9C%20105820%20%CE%94%CE%A4%CE%95.pdf

Παπαδημητράκης, Γ. , *Ιαματικός τουρισμός: μια εναλλακτική μορφή με σημαντικές προοπτικές
στην Ελλάδα.* Διαθέσιμο
στο:<http://www.taxhorizon.club/el/%CE%B1%CF%81%CE%B8%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AF%CE%B17/%CE%B1%CF%81%CE%B8%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AF%CE%B1-69/%CE%B9%CE%B1%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%BC%CE%B9%CE%B1-%CE%B5%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BC%CE%BF%CF%81%CF%86%CE%AE-%CE%BC%CE%B5-%CF%83%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%BF%CF%80%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1-14270>

Παπαδοπούλου, Ε. (2018), *Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΣΤΟ ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ*, ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ, ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΙΣΕΩΝ. Διαθέσιμο στο:
<https://hellanicus.lib.aegean.gr/bitstream/handle/11610/20699/%20%20%20%20%20%20%20%20.pdf?sequence=1>

Παπακωστή, Κ. (2011), *Η συμβολή του τουρισμού στο νομό Ξάνθης*. Πτυχιακή εργασία, ΤΕΙ
Καβάλας. Διαθέσιμο στο: <https://docplayer.gr/8109345-Ptyhiaki-ergasia-thema-i-symvoli-toy-tourismoy-ston-nomo-xanthis.html>

Παραβάλου, Ι. (2017), *Νέστος: Ταξίδι στο Όνειρο*. Διαθέσιμο στο: <https://www.alternative-tourism.gr/el/arthrografia/197-tourismos-peripeteias/557-nestos-taksidi-sto-oneiro>

Πάρκο αρπακτικών, (2021), *Καλώς ήρθατε στο πάρκο*. Διαθέσιμο στο: <https://www.arpaktika.gr/>

Πάττας, Σ. (2013), *Α΄ ΜΕΡΟΣ: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ)*, Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιά. **Διαθέσιμο στο:** <http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/3214/Pattas%202.pdf?sequence>

Πολύζος, Σ. και Σαράτσης, Γ. (2013), *Η γεωγραφία και τα χαρακτηριστικά του τουρισμού στην Ελλάδα, η θέση και οι προοπτικές της Περιφέρειας Θεσσαλίας*, Καθηγητής και Διδάσκων, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας. **Διαθέσιμο στο:** http://mibes.teilar.gr/esdo_proceedings/proceedings/2013/Polyzos-Saratsis.pdf

Σαραντάκης, Β. (2008), *Κάστρο Διδυμοτείχου*. **Διαθέσιμο στο:** <http://www.patridamou.gr/?p=15>

Σιδηράς, Ι. (2019), *ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΙΧΝΗΛΑΣΙΑ ΠΕΡΙ ΤΗΣ ΑΝΕΓΕΡΣΕΩΣ ΤΟΥ ΠΕΡΙΚΑΛΛΟΥΣ ΙΕΡΟΥ ΚΑΘΕΔΡΙΚΟΥ ΝΑΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΘΕΟΤΟΚΟΥ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.paratiritis-news.gr/istoria/istoriki-ichnilasia-peri-tis-anegerseos-tou-perikallous-ierou-kathedrikou-naou-evangelismou-tis-theotokou-komotinis/>

Σολδάτου, Ν. (2020), *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*, Ερευνητική Εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. **Διαθέσιμο στο:** http://ikee.lib.auth.gr/record/316325/files/SOLDATOY1030_EE.pdf

Στάραμος, Γ. (2017), *ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ – ΜΕΛΕΤΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ*, Διπλωματική Εργασία, ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΠΕΙΡΑΙΑ. **Διαθέσιμο στο:** http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/10206/Staramos_Georgios.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Στεργιόπουλος, Β. (2020), *Σαμοθράκη, οι Μεγάλοι Θεοί και οι Γατελούζοι*. **Διαθέσιμο στο:** <https://educadvisor.gr/patridognwsia-more/15973-samothraki-oi-megaloi-theoi-kai-oi-gateloyzoi>

Στεργιόπουλος, Β. (2021), *Θρακικά Μετέωρα : Η άγρια ομορφιά της Ροδόπης*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.in.gr/2021/02/25/life/diakopes/the-experts-way/thrakika-meteora-agria-omorfia-tis-rodopis/>

Στεργιόπουλος, Β. (2019), *Αρχαγγελιώτισσα Ξάνθης: Το πανθρακικό προσκύνημα*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.in.gr/2019/09/20/life/diakopes/the-experts-way/arxaggeliotissa-ksanthis-panthrakiko-proskynima/>

Πηλοθεραπευτήριο Κρηνίδων, (2020), *Αρχική, πληροφορίες*. **Διαθέσιμο στο:**https://piloherapia.gr/?page_id=18&lang=el

Σπαθή, Σ. (2000), *Αρ. 29. Ο ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔ*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.kepe.gr/index.php/el/erevna/dimosieyseis/ektheseis/item/220-%CE%B1%CF%81-29-%CE%BF-%CE%B9%CE%B1%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%83-CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%80%CF%84%CF%85%CE%BE%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%85-%CF%85%CE%B3%CE%B5%CE%B9%CE%B1%CF%83-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%B4%CE%B1.html>

Τουριστική Ιαματική Επιχείρηση Δήμου Αλεξανδρούπολης, (2020). *Υδροθεραπευτήριο*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.tieda.gr/el/%CE%B9%CE%B1%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CF%83-%CF%80%CE%B7%CE%B3%CE%B5%CF%83/%CF%85%CE%B4%CF%81%CE%BF%CE%B8%CE%B5%CF%81%CE%B1%CF%80%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CE%BF>

Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής, (2011), *Άρθρο 20- Αλιευτικός Τουρισμός*. **Διαθέσιμο στο:** <http://www.opengov.gr/ynanp/?p=14%CE%91%CE%BD%CE%B1%CF%88%CF%85%CF%87%CE%AE%CF%82.%20%CE%9C%CE%91%CE%98%CE%97%CE%9C%CE%91%208.pdf>

Υπουργείο Τουρισμού, (2018), *Άρθρο 09 – Θαλάσσιος τουρισμό*. **Διαθέσιμο στο:**<http://www.opengov.gr/tourism/?p=1443>

Υπουργείο Τουρισμού, (2011), *Άρθρο 10: Ορισμοί*. **Διαθέσιμο στο:** <http://www.opengov.gr/tourism/?p=493>

Υπουργείο Τουρισμού, (2018), Άρθρο 10 – Πολιτιστικός τουρισμός. **Διαθέσιμο στο:**

<http://www.opengov.gr/tourism/?p=1442>

Υπουργείο Τουρισμού, (2018), Άρθρο 11 – Θρησκευτικός και προσκυνηματικός τουρισμός.

Διαθέσιμο στο: <http://www.opengov.gr/tourism/?p=1441>

Υπουργείο Τουρισμού, (2018), Άρθρο 12 – Συνεδριακός τουρισμός Ορισμός –Γενικά. **Διαθέσιμο**

στο: <http://www.opengov.gr/tourism/?p=1440>

Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, (2012), Αρχαιολογικό μουσείο Δράμας. **Διαθέσιμο στο:**

http://odysseus.culture.gr/h/1/gh151.jsp?obj_id=3409

Φεστιβάλ Νεολαία Τυχερού, (2020), Ιστορία του Φεστιβάλ. **Διαθέσιμο**

στο:http://festivaltyxerou.blogspot.com/p/blog-page_56.html

Φίλλιπα, Χ. (13/07/2013). Η ιστορική εξέλιξη του τουρισμού. **Διαθέσιμο στο:**

<https://www.kathimerini.gr/culture/493055/i-istoriki-exelixi-toy-toyrismooy/>

Φορέας Διαχείρισης, Εθνικού Πάρκου Δάσους Δαδιάς-Λευκίμης-Σουφλίου (2021), Γενικές

Πληροφορίες. **Διαθέσιμο στο:**https://dadia-np.gr/?page_id=3094

Φορέας Διαχείρισης Δέλτα Έβρου, (2021), Μεσοχειμωνιάτικες μετρήσεις στο Δέλτα του Έβρου:

Πάνω από 40.000 πουλιά ξεχειμωνιάζουν στον υγρότοπο. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.e-enros.gr/gr/search?tag=%CF%80%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%B9%CE%AC>

Φρούριο Καβάλας, (2021), Το Φρούριο. **Διαθέσιμο στο:**[https://www.castle-](https://www.castle-kavala.gr/?page_id=9)

[kavala.gr/?page_id=9](https://www.castle-kavala.gr/?page_id=9)

Φυργαδάς, Θ. (2019), Η ανάπτυξη Οινοτουρισμού στην Ανατολική Μακεδονία. Αναφορά της

τρέχουσας κατάστασης. Προτάσεις περαιτέρω προώθησης και προβολής, Διπλωματική εργασία, Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων. **Διαθέσιμο στο:**

https://apothesis.eap.gr/bitstream/repo/41387/1/111266_%CE%A6%CE%A5%CE%A1%CE%93%CE%91%CE%94%CE%91%CE%A3_%CE%98%CE%95%CE%9F%CE%94%CE%A9%CE%A1%CE%9F%CE%A3.pdf

Χατζησάββας, Στ. (2013), Οικοτουρισμός μια εναλλακτική μορφή Τουρισμού, Ειδικός σε θέμα

τουριστικής ανάπτυξης και προβολής, για το Κίνημα Οικολόγων Περιβαλλοντιστών. **Διαθέσιμο**

στο: <https://www.cyprushighlights.com/2013/07/17/%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%BC%CE%B9%CE%B1-%CE%B5%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BC%CE%BF%CF%81%CF%86%CE%AE/>

Χυσένη, Ε. (2014), *Η εξέλιξη του τουρισμού μετά το 1980: Η περίπτωση της Νότιας Ευρώπης*, ΤΕΙ Πειραιά. **Διαθέσιμο** **στο:**

http://oceanis.lib2.uniwa.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/2384/log_20140068.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Archaeology Newsroom, (2011), *Αναδεικνύεται ο ταφικός τύμβος της μικρής Δοξιάρας-Ζώνης. Εγκρίθηκε η προμελέτη για την ανάδειξη των ευρημάτων του από το ΚΑΣ*. **Διαθέσιμο στο:**

<https://www.archaiologia.gr/blog/2011/07/20/%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%B4%CE%B5%CE%B9%CE%BA%CE%BD%CF%8D%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9-%CE%BF-%CF%84%CE%B1%CF%86%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CF%8D%CE%BC%CE%B2%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%BC%CE%B9/>

E-evros, (2020), *Κάτι τρέχει στον Έβρο*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.e-evros.gr/gr/eidhseis/3/gnwriste-thn-paradosiakh-koyzina-toy-ebroy/post40130>

Greek Travel Pages, (2003), *Πληροφορίες τοπωνυμίου*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.gtp.gr/LocInfo.asp?IncludeWide=&Infold=8&Code=EGRRRO10KOMKOM234&PrimeCode=EGRRRO10KOMKOM234&Level=9&PrimeLevel=9&L oclid=11036&Entity=88>

Hiking Experience, (2021), *Καταρράκτης Τραχωνίου-Λειβαδίτη*. **Διαθέσιμο στο:** <https://hikingexperience.gr/livaditis-katarraktis/>

VisitGreece, (2021), *Λίμνη Βιστωνίδα*. **Διαθέσιμο στο:** http://www.visitgreece.gr/el/nature/lakes/vistonida_lake

VisitKavala, (2020), *ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ ΦΙΛΙΠΠΩΝ Μνημείο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.visitkavala.gr/sightseeing/arxaiologikos-xoros-philippon/>

VisitKavala, (2020), *Λυδία η Φιλιππησία και το ομώνυμο Βαπτιστήριο*. **Διαθέσιμο**

στο:<https://www.visitkavala.gr/sightseeing/baptistirio-agias-lidias/>

VisitKavala, (2020), *Το περιαστικό δάσος Καβάλας*. **Διαθέσιμο στο:**
<https://www.visitkavala.gr/sightseeing/to-periastiko-dasos-tis-kavalas/>

VisitKavala, (2020), *Το περιβαλλοντικό μονοπάτι παλιάς Καβάλας*. **Διαθέσιμο στο:**
<https://www.visitkavala.gr/sightseeing/monopati-kavala-palia-kavala-o-dromos-tou-nerou/>

VisitKavala, (2021), *Χρυσούπολη*, **Διαθέσιμο στο:**
<https://www.visitkavala.gr/sightseeing/xrisoupoli/>

VisitGreece, (2019), *Σπήλαιο Πηγών Αγγίτη*. **Διαθέσιμο στο:**
http://www.visitgreece.gr/el/nature/caves/aggitis_cave

Visit Thraki, (2017), *Το Μεταξουργείο «Τζιβρε» στο Σουφλί*. **Διαθέσιμο στο:**
<https://www.visitthraki.gr/visitthraki-tzivre/>

Sharaiha, M. (2019), *Καβάλα: Το travelgirl.gr σε ξεναγεί στο σπίτι του Μωχάμετ Αλί*. **Διαθέσιμο στο:** <https://www.travelgirl.gr/kavala-to-travelgirl-gr-se-xenagei-sto-spitip-tou-moxamet-ali-video/>

Parallaxi, (2020), *Το ψαροχώρι Πόρτο Λάγος στην Ξάνθη που μαγεύει τον κάθε ταξιδιώτη*. **Διαθέσιμο στο:** <https://parallaximag.gr/taxidi/to-psarochori-porto-lagos-stin-ksanthi-pou-magevei-ton-kathe-taksidioti>

Weleba, T. (2014), *Τουρισμός: Απόψεις και συμπεριφορές, Πτυχιακή Εργασία, Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης*. **Διαθέσιμο στο:**
http://eureka.teithe.gr/jspui/bitstream/123456789/1080/1/Tesfaye_Weleba.pdf

Wikipedia, (2020), *Φανάρι Ροδόπης*. **Διαθέσιμο στο:**
https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A6%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CF%81%CE%B9_%CE%A1%CE%BF%CE%B4%CF%8C%CF%80%CE%B7%CF%82

Wikipedia, (2021), *Κομοτηνή*. **Διαθέσιμο στο:**
<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CE%BF%CE%BC%CE%BF%CF%84%CE%B7%CE%BD%CE%AE>

Wikipedia, (2020), *Νομός Ροδόπης*. **Διαθέσιμο στο:**

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9D%CE%BF%CE%BC%CF%8C%CF%82_%CE%A1%CE%BF%CE%B4%CF%8C%CF%80%CE%B7%CF%82

Abadie, A. (2005). Poverty, Political Freedom, and the Roots of Terrorism. *American Economic Review*, 4 September, pp. 50-56

Ajzen, I., Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888–918.

Akerlof, G. A., Kranton, R.E. (2000). Economics and Identity, *Quarterly Journal of Economics* 115/3, pp.715–53.

Alam, A. (2012). Terrorism and stock market development: causality evidence from Pakistan. *Journal of Financial Crime*, Vol. 20 Issue: 1, pp. 116-128.

Alfano, M., Carter, J.A., Cheong, M. (2018). Technological Seduction and Self-Radicalization, *Journal of the American Philosophical Association*, 4, no. 3: 298– 322. 299

Arin, K. P., Ciferri, D., Spagnolobd, N. (2008). The price of terror: The effects of terrorism on stock market returns and volatility. *Economics Letters*, Volume 101, Issue 3, December, pp. 164-167.

Azam, J.-P., Thelen, V. (2008). The roles of foreign aid and education in the war on terror. *Public Choice*. Issue3-4, Jyne, pp. 375-397.

Bandyopadhyay, S., Sandler, T., Younas, J. (2014). Foreign direct investment, aid, and terrorism. *Oxford Economic Papers*, pp. 25-50.

Barras, A. (2017). Secularism in France, in *The Oxford Handbook of Secularism*, ed. Phil Zuckerman and John R. Shook (New York: Oxford University Press), 149

Bayrakli, E., Hafez, F. (2017). *European Islamophobia Report 2016*, Foundation for Political Economic and Social Research. Istanbul, 6

Benhabib, S. (2002). *The claims of culture: equality and diversity in the global era*. Princeton: Princeton University Press.

- Berman, E., Laitinc, D. D. (2008). Religion, terrorism and public goods: Testing the club model. *Journal of Public Economics*, Volume 92, Issues 10–11, October, pp. 1942-1967
- Blomberg, S., Hess, G. D., Weerapana, A. (2004). Economic Conditions and Terrorism. *European Journal of Political Economy*, Volume 20, Issue 2, June, pp. 463-478.
- Boening, A. B. (2007). Euro-Islam—A Constructivist Idea or a Concept of the English School? *EUMA Papers*, Vol. 4 No. 12 May 2007
- Buesa, M. et al. (2007.) The Economic Cost of March 11: Measuring the Direct Economic Cost of the Terrorist Attack on March 11, 2004 in Madrid. *Terrorism and Political Violence*, Volume 19-Issue 4, pp. 489-509.
- Burgoon, B. (2006). On Welfare and Terror Social Welfare Policies and Political Economic Roots of Terrorism. *Journal of Conflict Resolution*, 1 April, pp. 176-203
- Burchardt, M., Michalowski, I. (2015). After integration: Islam, conviviality and contentious politics in Europe. *After Integration* (pp. 3-16): Springer.
- Bux, S. M., Coyne, S. M. (2009). The effects of terrorism: The aftermath of the London terror attacks. *Journal Of Applied Social Psychology*, 39(12), 2936–2966
- Campbell, D. T. (1963). Social attitudes and other acquired behavioral dispositions. In Koch, S. (Ed.), *Psychology: A study of a science*, Vol. 6. New York: McGraw-Hill, pp. 94–172.
- Capell, M. B., Sahliyah, E. (2007). Suicide Terrorism: Is Religion the Critical Factor?. *Security Journal*, Volume 20, Issue 4, October, p. 267–283.
- Carol, S., Koopmans, R. (2013). Dynamics of contestation over Islamic religious rights in Western Europe. *Ethnicities*, 13(2), 165-190.
- Cassese, A. (2012). *Διεθνές Δίκαιο*, Αθήνα: Gutenberg, pp 229 – 230
- Chesney, M., Reshetarb, G., Karamana, M. (2011). The impact of terrorism on financial markets: An empirical study. *Journal of Banking & Finance*, Volume 35, Issue 2, February , pp. 253-267.
- Christophe, V., Rimé, B. (1997). Exposure to the social sharing of emotion: Emotional impact,

listener responses and secondary social sharing. *European Journal Of Social Psychology*, 27(1), 37–54.

Cohu, M., Maisonneuve, C., Testé, B. (2016). The “Charlie-Hebdo” effect: repercussions of the January 2015 terrorist attacks in France on prejudice toward immigrants and North-Africans, social dominance orientation, and attachment to the principle of laïcité. *International Review of Social Psychology*, 29(1), 50–58.

Coleman, S., Collins, P. (2017). *Religion, identity and change: perspectives on global transformations*: Routledge.

Conejero, S., Etxebarria, I. (2007). The impact of the Madrid bombing on personal emotions, emotional atmosphere and emotional climate. *Journal Of Social Issues*, 63(2), 273–287.

Crain, N. V., Crain, W. M. (2006). Terrorized Economies. *The Political Economy of Terrorism*, Vol. 128, No. 1/2, July, pp. 317-349.

de Rivera, J. (1992). Emotional climate: Social structure and emotional dynamics. In K. T. Strongman, K. T. Strongman (Ed.), *International review of studies on emotion*, Vol. 2. Oxford, England: John Wiley & Sons, pp. 197–218.

de Rivera, J., Kurrien, R., Olsen, N. (2007). The emotional climate of nations and their culture of peace. *Journal Of Social Issues*, 63(2), 255–271.

Drozda-Senkowska, E., Oberlé, D. (2006). Climat social en psychologie sociale: Un thème délaissé, un trésor oublié ou un concept détourné? [Social climate in social psychology, a forsaken topic, a lost treasure or a ‘hijacked’ concept?]. *Cahiers Internationaux De Psychologie Sociale*, 70(2), 73–78

Enders, E. (2007). Terrorism: An Empirical Analysis, in Enders, W., *Handbook of Defense Economics*, Vol (2), North –Holland: Sandler - Hartley, pp 815-866

Evans, S. (2010, 17 October 2010). Merkel says German multicultural society has failed. BBC News. Ανακτήθηκε από <http://www.bbc.com/news/world-europe-11559451>

Enders, W., Sandler, T. (2005). *The Political Economy of Terrorism*. s.l.:Cambridge University

Press.

Eubank, W., Weinberg, L. (2001). Terrorism and Democracy: Perpetrators and Victims. *Terrorism and Political Violence*, Volume 13, Issue 1, pp. 155-164.

Fernández-Sánchez, P. A. (2008). *International legal dimension of terrorism*. Belgium: BRILL.

Festenstein, M. (2005). *Negotiating diversity: culture, deliberation, trust*. Cambridge: Polity Press.

Finchelstein, G., Teinturier, B. (2017). *Entre France Insoumise et Front National, de Solides Divergences*. Fondation Jean Jaurès

Foner, N., Alba, R. (2008). Immigrant Religion in the US and Western Europe: Bridge or Barrier to Inclusion?, *International Migration Review*, 42 (2): 360–392.

Friedland, N., Merari, A. (1985). The psychological impact of terrorism: A double-edged sword. *Political Psychology*, 6(4), 591–604.

Frijda, N. H. (1993). The place of appraisal in emotion. *Cognition And Emotion*, 7(3–4), 357–387.

Giner-Sorolla, R., Maitner, A. T. (2013). Angry and the unjust, scared of the powerful: Emotional responses to terrorist threat. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 39(8), 1069–1082.

Gigerenzer, G. (2006). Out of the Frying Pan into the Fire: Behavioral Reactions to Terrorist Attacks. *Risk Analysis*, 26(2), 347–351.

Goodwin, R., Willson, M., Gaines, S. J. (2005). Terror threat perception and its consequences in contemporary Britain. *British Journal Of Psychology*, 96(4), 389–406.

Gray, J. (2002). Why terrorism is unbeatable?. *New Statesman*, January, Issue 4, pp. 489-509

Guerlac, O. (1908). The Separation of Church and State in France. *Political Science Quarterly* 23, no. 2: 259-96. 262.

Haynes, N. (2008). *Research Report On Church-State Relationships In Selected European Countries*, Historic Environment Advisory Council For Scotland, June 2008. 16.

Hoffman, B. (2006). *Inside Terrorism*. s.l.:Columbia University Press.

Huddy, L., Feldman, S., Capelos, T., Provost, C. (2002). The consequences of terrorism: Disentangling the effects of personal and national threat. *Political Psychology*, 23(3), 485–509.

Institute for Economics and Peace (2014). *Global Terrorism Index Report*. Retrieved from http://www.visionofhumanity.org/sites/default/files/Global%20Terrorism%20Index%20Report%202014_0.pdf.

Institute for Economics & Peace. (2018). *Global Terrorism Index 2018: Measuring the impact of terrorism*, Sydney, November 2018. 8.

Jacobson, D., Bar-Tal, D. (1995). Structure of security beliefs among Israeli students. *Political Psychology*, 16(3), 567–590.

Keltner, D., Haidt, J. (1999). Social functions of emotions at four levels of analysis. *Cognition And Emotion*, 13(5), 505–521.

Koomen, W., van der Pligt, J. (2016). *The Psychology of Radicalization and Terrorism*. Routledge, Taylor & Francis Group, 8-9.

Kortmann, M., Rosenow-Williams, K. (2013b). Islamic umbrella organizations and contemporary political discourse on Islam in Germany: Self-portrayals and strategies of interaction. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 33(1), 41-60.

Krieger, T., Meierrieks, D. (2011). What causes terrorism?. *Public Choice*, Issue 1-2, April, pp. 3-27

Krueger, A. B., Laitin, D. D. (2007). *Kto Kogo?: A Cross-Country Study of the Origins and Targets of Terrorism*. 18 January, pp. 148-173.

Lai, B. (2007). *Draining the Swamp: An Empirical Examination of the Production of International Terrorism, 1968—1998*. *Conflict Management and Peace Science*, 1 September, pp. 297-310.

Lazarus, R. S. (1991). Cognition and motivation in emotion. *American Psychologist*, 46(4), 352–367.

Lenaini, P., Bonturi, M., Koen, V. (2002). The Economic Consequences of Terrorism. OECD Economics Department Working Papers, 17 July, p. 40.

Levitt, M. (2013). Hezbollah: The Global Footprint of Lebanon's Party of God. Washington DC: Georgetown University Press.

Li, Q. (2005). Does Democracy Promote or Reduce Transnational Terrorist Incidents?. *Journal of Conflict Resolution*, Vol.49, Issue 2, pp. 278-297

Luminet, O., Bouts, P., Delie, F., Manstead, A. R., Rimé, B. (2000). Social sharing of emotion following exposure to a negatively valenced situation. *Cognition And Emotion*, 14(5), 661–688.

McArdle, S. C., Rosoff, H., John, R. S. (2012). The dynamics of evolving beliefs, concerns emotions, and behavioral avoidance following 9/11: A longitudinal analysis of representative archival samples. *Risk Analysis*, 32(4), 744–761.

Markoulis, S., Katsikides, S. (2018). The Effect of Terrorism on Stock Markets: Evidence from the 21st Century. *Terrorism and Political Violence* , 29(1), 59–68

Mayer, N., Tiberj, V. (2016). Who were the «Charlie» in the streets? A socio-political approach of the January 11 rallies. *International Review of Social Psychology*, 29(1), 59–68.

Meierriks, K. (2011). What Causes Terrorism, *Public Choice*, 4

Mumpower, J. L., Shi, L., Stoutenborough, J. W., Vedlitz, A. (2013). Psychometric and demographic predictors of the perceived risk of terrorist threats and the willingness to pay for terrorism risk management programs. *Risk Analysis*, 33(10), 1802–1811.

NATO's military concept for defence against terrorism
https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69482.htm?selectedLocale=en

Nielsen, J. (2015). Muslims in Western Europe. Edinburgh University Press.

Nissim, M. (2015, Jan. 7) Charlie Hebdo killings are attempt to assassinate free press, says NUJ

Nugier, A., Guimond, S. (2016). Je suis “Charlie”: New findings on the social and political psychology of terrorism. *International Review of Social Psychology*, 29(1), 45–49.

Páez, D., Basabe, N., Ubillos, S., González-Castro, J. L. (2007). Social sharing, participation in demonstrations, emotional climate, and coping with collective violence after the March 11th Madrid bombings. *Journal Of Social Issues*, 63(2), 323–337

Páez, D., Rimé, B., Basabe, N., Włodarczyk, A., Zumeta, L. (2015). Psychosocial effects of perceived emotional synchrony in collective gatherings. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 108(5), 711–729.

Pennebaker, J. W., Harber, K. D. (1993). A social stage model of collective coping: The Loma Prieta earthquake and the Persian Gulf War. *Journal Of Social Issues*, 49(4), 125–145

Piazza, J. (2006). Rooted in Poverty?: Terrorism, Poor Economic Development, and Social Cleavages. *Terrorism and Political Violence*, pp. 159-177.

Prager, F., Beeler Asay, G. R., Lee, B., von Winterfeldt, D. (2011). Exploring reductions in London Underground passenger journeys following the July 2005 bombings. *Risk Analysis*, 31(5), 773–786.

Rapoport, D. (2002). The Four Waves of Rebel Terror and September 11. *Anthropoetics*, Spring, Summer, 4(4), pp. 7-25

Rimé, B. (2005). *Le partage social des émotions*. [The social sharing of emotions]. Paris, France: Presses Universitaires de France

Rimé, B. (2007). The social sharing of emotion as an interface between individual and collective processes in the construction of emotional climates. *Journal Of Social Issues*, 63(2), 307–322.

Rimé, B. (2009). Emotion elicits the social sharing of emotion: Theory and empirical review. *Emotion Review*, 1(1), 60–85.

Rimé, B., Christophe, V. (1997). How individual emotional episodes feed collective memory. In Pennebaker, J. W., Paez, D., Rimé, B., Pennebaker, J. W., Paez, D., & Rimé, B. (Eds.), *Collective memory of political events: Social psychological perspectives*. Hillsdale, NJ, England: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., pp. 131–146.

Rimé, B., Páez, D., Basabe, N., Martínez, F. (2010). Social sharing of emotion, post-traumatic

growth, and emotional climate: Follow-up of Spanish citizen's response to the collective trauma of March 11th terrorist attacks in Madrid. *European Journal Of Social Psychology*, 40(6), 1029–1045.

Rosenboim, M., Benzion, U., Shahrabani, S., Shavit, T. (2012). Emotions, risk perceptions, and precautionary behavior under the threat of terror attacks: A field study among Israeli college students. *Journal Of Behavioral Decision Making*, 25(3), 248–256.

Russell, C., Miller, B. (1997). Profile of a terrorist. *Terrorism*, Issue 1, pp. 198 – 201

Shachar, A. (2001a). *Multicultural jurisdictions: cultural differences and women's rights*, Contemporary Political Theory. Cambridge: Cambridge University Press.

Schimd, A. P. (1992). The response problem as a definition problem. *Terrorism an Political Violence*, 4(4), pp. 7-25.

Skitka, L. J., Bauman, C. W., Aramovich, N. P., Morgan, G. S. (2006). Confrontational and Preventative Policy Responses to Terrorism: Anger Wants a Fight and Fear Wants 'Them' to Go Away. *Basic And Applied Social Psychology*, 28(4), 375–384.

Slovic, P., Finucane, M. L., Peters, E., MacGregor, D. G. (2004). Risk as Analysis and Risk as Feelings: Some Thoughts about Affect, Reason, Risk, and Rationality. *Risk Analysis*, 24(2), 311–322.

Smith, C. A., Ellsworth, P. C. (1985). Patterns of cognitive appraisal in emotion. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 48(4), 813–838.

Spencer, A. (2006.) Questioning the Concept of 'New Terrorism'. *Peace Conflict & Development*, January, pp. 1-33.

Tavares, J. (2004). The open society assesses its enemies: shocks, disasters and terrorist attacks. *Journal of Monetary Economics*, Volume 51, Issue 5, July, pp. 1039-1070.

Taylor, C. (1989). *Sources of the self: the making of the modern identity*. Cambridge: Cambridge University Press.

Taylor, C. (1985a). *Philosophical papers: volume 1, human agency and language*. Cambridge:

Cambridge University Press.

Taylor, C. (1985b). *Philosophical papers: volume 2, philosophy and the human sciences*. Cambridge: Cambridge University Press

Taylor, C. (1965). *The explanation of behaviour*. Canada: Routledge and Kegan Paul.

Testas, A. (2004). Determinants of terrorism in the Muslim world: An empirical cross-sectional analysis. *Terrorism and Political Violence*, 16(2), June, pp. 253-273.

Todd, E. (2016). *Qui Est Charlie: Sociologie d'une Crise Religieuse*, Editions Points. 331.

Wagner, D. (2006). The Impact of Terrorism on Foreign Direct Investment. *Expert Commentary*, February, pp. 790-794

Wallach, J. (2010). *The Politics of the Veil*. Princeton, NJ: Princeton University Press. 107

Watson, D., Clark, L. A., Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 54(6), 1063–1070

Weinberg, L., Pedahzur, A., Hirsch-Hoefler, S. (2004). The Challenges of a Conceptualizing Terrosrism. *Terrorism and Political Violence*, 2(16), pp. 777-794

Young, I.M. (1990). *Justice and the politics of difference*. Princeton: Princeton University Press.

Zerhouni, O., Rougier, M., Muller, D. (2016). "Who (really) is Charlie?" French cities with lower implicit prejudice toward Arabs demonstrated larger participation rates in Charlie Hebdo rallies. *International Review of Social Psychology*, 29(1), 69–76.

Zimbardo, P. G. (2003). *The political psychology of terrorist alarms: Psychologists for Social Responsibility*. Retrieved from <http://www.zimbardo.com/downloads/2002%20Political%20Psychology%20of%20Terrorist%20Alarms.pdf>.

Μπόση, Μ. (2000). *Περί του ορισμού της τρομοκρατίας*. Αθήνα: Πολιτεία

