

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΙΜΟΦΤΙ ΒΕΡΟΝΙΚΑ

2007



## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΣΤΗΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
(ΜΒΑ) ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ  
ΕΙΔΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

–  
ΟΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ  
ΣΠΗΛΑΙΩΝ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ  
ΠΡΟΪΟΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Για την συγγραφή αυτής της εργασίας, οφείλω πολλά σε όσους με βοήθησαν να αναπτύξω την σκέψη και τις έρευνες μου.

Καταρχήν θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Εμμανουήλ Κονδύλη, καθηγητή και πρόεδρο του μεταπτυχιακού προγράμματος στην Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού του Πανεπιστημίου Πειραιάς, για την καθοδήγησή του στην συγγραφή αυτής της εργασίας.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλω στους σπηλαιολόγους κ. Ν. Πουλιανό και Κ. Β. Γιαννόπουλο – της Εφορίας Παλαιοανθρωπολογίας και Σπηλαιολογίας του Υπ. Πολιτισμού, οι οποίοι συνέβαλαν σε μεγάλο βαθμό στις ιδέες που παρουσιάζονται στην εργασία.

Ο άνθρωπος που με βοήθησε περισσότερο, ήταν ο κ. Χ. Π. Πετρέας, Business & Tourism Economist, του οποίου οι ιδέες και η καθοδήγηση αποτέλεσαν βάση για την δική μου έρευνα και συγγραφή.

Επίσης, θερμές ευχαριστίες οφείλω στην κα Κ. Μανωλαράκη, συντάκτρια του περιοδικού Τουριστική Αγορά, για τις ενδιαφέρουσες ιδέες και για την υποστήριξη της.

Θερμές ευχαριστίες χρωστάω επίσης στην κα Χ. Δουγέκου για την βοήθεια τους και για την υποστήριξη στην ολοκλήρωση αυτής της εργασίας.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Είναι γεγονός ότι στη σύγχρονη εποχή, με τον αυξημένο ανταγωνισμό μεταξύ όλων των τουριστικών προορισμών, πλεονέκτημα μπορεί να προσφέρουν σε ένα προορισμό τα στοιχεία του εσωτερικού περιβάλλοντος, που μπορούν με την κατάλληλη ανάπτυξη από τους διάφορους κρατικούς φορείς, να αποτελέσουν ένα δυνατό και ιδιαίτερο χαρακτηριστικό το οποίο θα γίνει «μαγνήτης» για δυνητικούς επισκέπτες.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι στην εποχή μας η τουριστική τάση που δείχνει να κυριαρχεί, είναι σε πολλές περιπτώσεις, αυτή του «εξειδικευμένου τουριστικού προϊόντος». Δεν είναι τυχαίο το γεγονός, πως τα τελευταία χρόνια, γίνεται έντονα ο λόγος για τις ειδικές μορφές τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, οικοτουρισμός ή ο πολιτιστικός τουρισμός.

Η Ελλάδα διαθέτει περίπου 10.000 σπήλαια και βραχοσκεπές και μάλιστα, ανταγωνίζεται την Κίνα για την πρωτιά στον παγκόσμιο χάρτη. Από τα σπήλαια αυτά, τα 25 είναι αξιοποιημένα ή υπό αξιοποίηση. Τα πλέον γνωστά είναι: της Παιανίας, του Δυρού, των Ιωαννίνων (σπήλαιο Περάματος), των Πετραλώνων, της Αλυστράτης Σερρών, του Μαρά στη Δράμα και της Αντιπάρου.

Η ανάγκη κοινωνικοποίησης ενός πολιτισμικού αγαθού και η έντονη επιθυμία του κοινού να γνωρίζει τη μαγεία ενός υπόγειου φυσικού μνημείου, συναντώνται στο εσωτερικό των τουριστικών σπηλαίων, όπου κατά κανόνα το μυστήριο διαλύεται αυτόματα κάτω από το φως των προβολέων και τις οδηγίες των ξεναγών. Ωστόσο, αυτό δεν εμποδίζει χιλιάδες τουρίστες να επισκέπτονται τα σπήλαια σε όλο τον κόσμο και αυτή είναι ίσως η μόνη απάντηση στο πρώτο από ένα τρίπτυχο ερωτήσεων που είναι το γιατί αξιοποιούνται.

Τώρα για το πώς πρέπει να αξιοποιούνται τα σπήλαια, είναι έργο των αρμοδίων φορέων και ενός διεπιστημονικού ελέγχου που ορίζει τις προδιαγραφές των μελετών και παρακολουθεί την εφαρμογή τους, γιατί τα σπήλαια δεν αποτελούν μόνο αξιοθέατα, αλλά και μνημεία, που προστατεύονται από τον Αρχαιολογικό Νόμο και τις Διεθνείς Συμβάσεις.

Στην εργασία αυτή εξετάζεται, η τουριστική ανάπτυξη των σημαντικότερων σπηλαίων της Ελλάδας, σε σχέση με την ανάπτυξη τους ως **τουριστικές τοποθεσίες** – βάση των στοιχείων από τα οποία αποτελούνται και ως **τοπικά τουριστικά προϊόντα** – βάση την έμμεση σύνδεση τους με τον χώρο.

Έτσι, τα σπήλαια αποτελέσουν πόλο έλξης εξειδικευμένου αλλά και γενικού τουριστικού ενδιαφέροντος.

Η ανάπτυξη των σπηλαίων είναι συστατικό τουριστικής μετακίνησης και εντάσσεται στους στόχους τουριστικής αξιοποίησης αποτελώντας κυρίαρχο παράγοντα στα πλαίσια εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑΣ

**«ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ -**  
**ΟΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ**  
**ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»**

<b>Εισαγωγή.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Η οικονομική βαρύτητα του τουρισμού στην Ελλάδα.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Ο σύγχρονος τουρισμός αναζητά ολοκληρωμένη εμπειρία και διακοπές στα μέτρα του καθενός.....</b>	<b>14</b>
2.1 Οι σύγχρονες τάσεις στον τουρισμό.....	14
2.2 Ο προσανατολισμός της τουριστικής ανάπτυξης.....	15
2.3 Ο «νέος» τουρίστας.....	18
2.4 Οι μελλοντικοί προορισμοί.....	22
<b>3. Μια από τις τάσεις – ο τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος.....</b>	<b>26</b>
3.1 Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα πλεονεκτήματά του.....	26
3.2 Η Ελλάδα ως χώρα τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος.....	31
3.3 Οικολογικός τουρισμός στην Ελλάδα - τα σπήλαια τουριστικό προϊόν του οικολογικού τουρισμού.....	37
3.4 Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης ενθαρρύνει τον τουρισμό ειδικού ενδιαφέροντος.....	39
<b>4. Διεθνής σπηλαιολογικός τουρισμός.....</b>	<b>49</b>
4.1 Τα σπήλαια.....	49
4.2 Η σύγχρονη γενική κατάσταση του σπηλαιολογικού τουρισμού.....	51
4.3 Νέες απαιτήσεις και νέες προσεγγίσεις στον σπηλαιολογικό τουρισμό.....	55
4.4 Τα τουριστικά επισκέψιμα παγκοσμίως.....	57
4.5 Διεθνείς φορείς των αξιοποιημένων.....	58

<b>5. Οι δυνατότητες της Ελλάδας στον σπηλαιολογικό τουρισμό.....</b>	<b>62</b>
5.1 Το σπήλαιο ως τουριστικό προϊόν.....	62
5.2 Τα σπήλαια στην Ελλάδα.....	66
5.3 Καταγραφή των σπηλαίων στον Ελληνικό χώρο.....	69
5.4 Οι προδιαγραφές αξιοποίησης των σπηλαίων.....	73
5.5 Διαδικασία αξιοποίησης και προστασία των σπηλαίων.....	75
5.6 Τα τουριστικά αξιοποιημένα σπήλαια.....	77
5.7 Δομή φορέων και Οργανώσεων σπηλαιολογικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα.....	80
5.8 Προστασία σπηλαίων.....	83
<b>6. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζονται στην ανάπτυξη του σπηλαιολογικού τουρισμού στην Ελλάδα.....</b>	<b>88</b>
6.1 Έλλειψη τουριστικής πολιτικής για σπηλαιολογικό τουρισμό.....	88
6.2 Ανάγκη στατιστικών δεδομένων.....	91
<b>7. Συγκριτική έρευνα μέσω του Internet των τουριστικά αξιοποιημένων σπηλαίων στην Ευρώπη.....</b>	<b>93</b>
7.1 Συμπεράσματα της ερευνας.....	99
<b>8. Προτάσεις για την καλύτερη διοίκηση των τουριστικά αξιοποιημένων σπηλαίων.....</b>	<b>101</b>
8.1 Στρατηγική – Μάρκετινγκ – Προτάσεις.....	101
8.2 Η διοίκηση και οι προκλήσεις του μέλλοντος.....	106
8.3 Ανάπτυξη επισκέψιμου σπηλαίου και λειτουργία στον σύγχρονο κόσμο.....	108
<b>Συμπεράσματα.....</b>	<b>113</b>
<b>Παραρτήματα.....</b>	<b>119</b>
<b>Παράρτημα 1.</b> Η χωρική διασπορά των σπηλαίων και η χωρική διάρθρωση των τουριστικών συγκεντρώσεων.....	120
<b>Παράρτημα 2.</b> Καρτέλες πληροφορίες για τα πιο γνωστά τουριστικά σπήλαια.....	123

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ ΠΙΝΑΚΩΝ

<b>Πίνακας 1.</b> Ανάπτυξη του Διεθνούς Τουρισμού .....	4
<b>Πίνακας 2.</b> Συναλλαγματικά Έσοδα της Ελλάδας.....	6
<b>Πίνακας 3.</b> Ύψος τουριστικών εσόδων (1993-2003).....	7
<b>Πίνακας 4.</b> Η Σημασία του Τουρισμού στην Ελλάδα και στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	7
<b>Πίνακας 5.</b> Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στην Ελλάδα (1994-2002).....	9
<b>Πίνακας 6.</b> Μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη (1995-2002).....	10
<b>Πίνακας 7.</b> Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών ανά μέσο Μεταφοράς (1995-2002).....	11
<b>Πίνακας 8.</b> Ποσοστιαία Σύθεση των Αφίξεων Τουριστών κατά Χώρα Προέλευσης.....	12
<b>Πίνακας 9.</b> Από απλή εμπορευματοποίηση σε σύνθετη εμπειρία.....	19
<b>Πίνακας 10.</b> Ειδικές Μορφές Τουρισμού.....	27
<b>Πίνακας 11.</b> Τα Τουριστικά Επισκέψιμα Σπήλαια Παγκοσμίως.....	57
<b>Πίνακας 12.</b> Σπήλαια με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά για μελέτη.....	68
<b>Πίνακας 13.</b> Τα Κυριότερα Σπήλαια της Ελλάδας.....	69
<b>Πίνακας 14.</b> Κατάλογος Αξιοποιημένων Σπηλαίων.....	78
<b>Πίνακας 15.</b> Επιλεγμένα σπήλαια για την έρευνα και οι ιστοσελίδες τους.....	95
<b>Πίνακας 16.</b> Σύγκριση πληροφοριών για τα Τουριστικά Αξιοποιημένα Σπήλαια της Ευρώπης μέσω Internet.....	97
<b>Διάγραμμα 1.</b> Πρόβλεψη επισκεψιμότητας των διεθνών τουριστών σε εκατομμύρια.....	16
<b>Διάγραμμα 2.</b> Βαθμός πληροφοριών από κάθε site σπηλαίου.....	98

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Πολλοί σχολιαστές ισχυρίζονται, ότι η ωρίμανση της τουριστικής αγοράς δημιουργεί έναν «νέο» τουρίστα, ο οποίος μπορεί να χαρακτηριστεί ως έμπειρος, εκλεπτυσμένος και απαιτητικός. Αυτό σημαίνει, ότι οι παραδοσιακές ετήσιες οικογενειακές διακοπές, κυρίως σε παραλιακά θέρετρα, μπορούν βαθμιαία να αντικατασταθούν από ταξίδια ποικίλων ενδιαφερόντων και μια σειρά από καινοτόμες ταξιδιωτικές εμπειρίες (π.χ., περιπετειώδεις εκδρομές και οικολογικό τουρισμό).

Η νέα έννοια του τουρισμού αφήνει πίσω τον παλαιό τύπο «ήλιος, άμμος, θάλασσα», χάριν ενός καινούργιου τύπου «εμπειρία, μόρφωση, ενθουσιασμός». Ο νέος τουρισμός οραματίζεται την προσωπική επαφή με έναν επισκέπτη που έχει ειδικά ενδιαφέροντα. Αντί για ξεκούραση και χαλάρωση, επιθυμεί να πραγματοποιήσει τη δική του συναισθηματική πυραμίδα.

Είναι γεγονός, ότι οι ήπιες ειδικές μορφές τουρισμού περισσότερο αποδοτικές και λιγότερο εξαρτημένες από την θερινή περίοδο και τους μεγάλους διεθνείς οργανισμούς τουριστικών ταξιδιών προβάλλουν πιθανότητες αξιοποίησης ανεκμετάλλεπτων μέχρι τώρα δυνατοτήτων. Προσφέρουν ψυχαγωγία και διακοπές ποιοτικά αναβαθμισμένες, θετική επαφή με την φύση και καλύτερη γνωριμία των παραδόσεων του τοπικού πληθυσμού, δίνοντας μία νέα κοινωνική διάσταση στο τουριστικό φαινόμενο.

Με τις ολοένα αυξανόμενες και διασκορπισμένες ανάγκες της αγοράς του «νέου τουρίστα», το μέλλον για τις αγορές τουριστικών προϊόντων βρίσκεται στην ανάπτυξη ειδικών κατάλληλων θέσεων (niches), που συνδυάζουν τις δυνατότητες του προορισμού, καθώς και τις προσδοκίες για την ανάπτυξη διαφόρων τομέων της τουριστικής αγοράς. Αυτά τα «προϊόντα ειδικού ενδιαφέροντος» κυμαίνονται ανάμεσα στο γαστρονομικό, επιστημονικό και πολιτιστικό τουρισμό με εκπαιδευτικές εκδρομές, όπου ο σκοπός είναι η μάθηση, στον τουρισμό υγείας και spa – όπου δεν επιδιώκεται τόσο πολύ η «θεραπεία», όσο μια γενικότερη ευεξία και περιποίηση.

Η Ελλάδα είναι μία χώρα ιδιαίτερα προικισμένη με το φυσικό κάλλος. Συνδυάζει υπέροχες αντιθέσεις άγριων ορεινών τοπίων, καταπράσινων βουνών και



μαγευτικών ακρογιαλιών. Εκτός από τις φυσικές ομορφιές της επιφάνειας, το υπέδαφος κρύβει επίσης σημαντικούς θησαυρούς, **τα σπήλαια**. Με βάση τα στοιχεία της Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρίας, μέχρι σήμερα έχουν ανακαλυφθεί, καταγραφεί ή εξερευνηθεί 10.000 καρστικές μορφές (σπήλαια, βάραθρα, καταβόθρες κλπ.) Από αυτές οι 3.400 βρίσκονται στην Κρήτη και οι 420 στην Αττική. Περισσότερα από 100 σπήλαια χαρακτηρίστηκαν τουριστικά, διεθνούς προβολής.

Στον ελλαδικό χώρο οι Έλληνες σπηλαιολόγοι, γεωλόγοι, αρχαιολόγοι και ιστορικοί σε συνεργασία με ξένους επιστήμονες, έφεραν στο φως πλούσια **παλαιοντολογικά, αρχαιολογικά και ιστορικά ευρήματα** από σπηλιές όπως: οι «Κόκκινες Πέτρες» Πετραλώνων Χαλκιδικής, οι «Γλυφάδα» και «Αλεπότρυπα» Δυρού στη Λακωνία, ο «Κύκλωπας» στη Μαρώνεια Ροδόπης, η «Χοιροσπηλιά» στη Λευκάδα, οι «Λίμνες» στην Αχαΐα, ο «Λέντακας» στα Χανιά, ο «Κουταλάς» στη Σέριφο, το «Σαρακηνό» στη Μαγνησία, το «Φυτίδι» και η «Μελισσάνη» στην Κεφαλλονιά, το «Χαρκαδιό» στην Τήλο, το «Γεράνι» στο Ρέθυμνο, κ.α.

Το σπήλαιο ως τουριστικό προϊόν μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης στα πλαίσια του οικολογικού τουρισμού, αλλά πιθανόν και άλλων παρεμφερών μορφών, όπως ο χειμερινός τουρισμός, ο επιστημονικός, ο συνεδριακός, ο πολιτιστικός και ο θρησκευτικός τουρισμός. Ο λόγος είναι ότι τα σπήλαια, εκτός από την αισθητική αξία που διαθέτουν, συγκεντρώνουν επίσης σημαντικά επιστημονικά ενδιαφέροντα, καθώς σχετίζονται άμεσα με την ιστορία, την αρχαιολογία, τη μυθολογία, τη θρησκεία, αλλά και με την παλαιοντολογία και τη γεωλογία.

Οι «σπηλαιολογικοί προορισμοί» ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του «νέου τουρισμού» με διάφορους τρόπους. Οι προορισμοί αυτοί βασισμένοι σε φυσικούς πόρους απαιτούν εκλεπτυσμένο σχεδιασμό, διοίκηση και ερμηνευτικές τεχνικές, για να προσφέρουν μια ζεστή και πλούσια εμπειρία στους τουρίστες-επισκέπτες, και ταυτόχρονα για να εξασφαλίσουν την προστασία του ίδιου του προορισμού. Θεωρείται, ότι από την στιγμή που ο τουρίστας αντιλαμβάνεται την αξία του «προορισμού», θέλει από μόνος του να τον προστατεύσει. Ο καλός σχεδιασμός και η διοίκηση των προορισμών, αποτελούν τον πυρήνα της προσφοράς στον «νέο τουρίστα», με την υψηλής ποιότητας εμπειρία.

## 1. Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΑΡΥΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στον αναπτυσσόμενο κόσμο οι άνθρωποι ταξιδεύουν αρκετά συχνά. Για διακοπές ή για επαγγελματικό σκοπό, για να επισκεφτούν φίλους ή να γνωρίσουν νέους τόπους, οι άνθρωποι πάντα έχουν κάποιο λόγο για να ταξιδέψουν.

Οι διαστάσεις που πήρε το τουριστικό φαινόμενο μεταπολεμικά και κυρίως η συνειδητοποίηση των ευεργετικών επιδράσεων του στις εθνικές οικονομίες, οδήγησε πολλά κράτη όχι μόνο στη λήψη μέτρων για την ανάπτυξη του τουρισμού, αλλά και στην αντιμετώπισή του ως ιδιαίτερου κλάδου της οικονομικής δραστηριότητας.

Η εξέλιξη του τουρισμού, ως οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, υπήρξε εντυπωσιακή στο δεύτερο μισό του αιώνα μας. Αυτή θα πρέπει να αποδοθεί κυρίως στους παρακάτω παράγοντες:

- ✚ Η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και η αύξηση του ελεύθερου χρόνου.
- ✚ Η ανάπτυξη και η βελτίωση των μέσων μαζικής μεταφοράς δημιουργούν ευκαιρίες για ταξίδια σε μακρινούς τόπους.
- ✚ Η μεγάλης διάρκειας παγκόσμια πολιτική σταθερότητα, η οποία προσφέρει την αίσθηση της ασφάλειας στους τουρίστες.
- ✚ Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (τηλεόραση, ράδιο, κ.λ.π.), συμβάλουν στην αύξηση του ενδιαφέροντος για τη γνωριμία με εξωτικές μακρινές περιοχές του πλανήτη μέσω τουριστικών εκπομπών, ταινιών, ειδήσεων, κ.λ.π.
- ✚ Οι καθορισμένες ετήσιες θρησκευτικές και εθνικές γιορτές, ενθαρρύνουν την αύξηση του τοπικού τουρισμού και την ανάπτυξη της τοπικής τουριστικής υποδομής.
- ✚ Οι μεγάλες διαφημιστικές εκστρατείες της τουριστικής βιομηχανίας οι οποίες αυξάνουν την επιθυμία για ταξίδια.

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα έναν από τους πλέον σημαντικούς κοινωνικοοικονομικούς κλάδους στον κόσμο. Αναπτύχθηκε με σταθερό ρυθμό 4-5% το δεύτερο ήμισυ του εικοστού αιώνα, γεγονός που τον κατέστησε σημαντικό παράγοντα του εξωτερικού εμπορίου και κύρια πηγή συναλλάγματος, πρωτοπόρο

στην δημιουργία θέσεων εργασίας και με σημαντικό μερίδιο στο ΑΕΠ μίας οικονομίας (WTO, 1998).

Πίνακας 1 Ανάπτυξη του Διεθνούς Τουρισμού									
	1960	1970	1980	1990	2000	2001	2002	2003	2010*
<b>Αφίξεις διεθνών τουριστών (εκατ.)</b>	71,0	168,0	279,0	455,9	687,3	684,1	702,6	694,0	1.060,0
<b>Συναλλαγματικές εισπράξεις από διεθνείς τουρισμό σε U.S. \$</b>	6,8	17,9	91,6	263,4	474,4	462,2	474,2	514,4	1.500,0
<b>Μέσος όρος εισπράξεων ανά άφιξη σε U.S. \$</b>	95,8	106,5	328,3	577,8	690,2	675,6	674,9	741,2	1.415,1

\*Προβλέψεις  
Πηγή: W.T.O.

Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες του κόσμου, με την Ευρώπη να κατέχει πρωταγωνιστικό ρόλο. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 2003 υπήρχαν σε παγκόσμια κλίμακα περίπου 700 εκατομμύρια αφίξεις τουριστών από διεθνείς προορισμούς, με την πλειοψηφία τους να μετακινείται κατά την διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου. Εξ αυτών τα 414 εκατομμύρια ή σχεδόν 55% του συνόλου είχαν ως προορισμό την Ευρώπη (σε όλες τις χώρες, συμπεριλαμβανομένων των 25 της ΕΕ) συμπεριλαμβανομένων των τουριστών που ταξίδευαν μεταξύ ευρωπαϊκών χωρών ή προσέρχονταν από περιοχές εκτός Ευρώπης.

Παρά το γεγονός ότι το 2004 ο απόλυτος αριθμός των αφίξεων τουριστών στην Ευρώπη αυξήθηκε κατά 4% σε σύγκριση με το 2003, το συνολικό ευρωπαϊκό μερίδιο στην παγκόσμια αγορά μειώθηκε σχεδόν κατά τρεις ποσοστιαίες μονάδες.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Eurostat, κατά τη διάρκεια του 2003 καταμετρήθηκαν 2,09 δισεκατομμύρια διανυκτερεύσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Το 2002 πραγματοποιήθηκαν 702,6 εκατομμύρια αφίξεις διεθνών τουριστών που δημιούργησαν έσοδα 474,2 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ σε συνάλλαγμα. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ο τουρισμός θα συνεχίσει και στο νέο αιώνα να αναπτύσσεται δυναμικά παρά τις περιοδικές υφέσεις, πολιτικές αναταραχές, πολέμους, κ.λπ. που σημειώνονται (WTO, 2000). Προβλέπεται ότι μέχρι το 2020 οι αφίξεις θα ανέλθουν σε 1,6 δισεκατομμύρια και τα συναλλαγματικά έσοδα θα φτάσουν τα 2 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ.

Η σημασία του τουρισμού για την Ελλάδα γίνεται εμφανής με βάση ορισμένα μεγέθη που χαρακτηρίζουν τις διαστάσεις του και τις τάσεις της εξέλιξης του. Η Ελλάδα κατά τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, βρίσκεται στην 15<sup>η</sup> θέση στην παγκόσμια κατάταξη των τουριστικών προορισμών το 2002 (Στατιστικά στοιχεία από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού).

Ο ελληνικός τουριστικός τομέας, αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες της ελληνικής οικονομίας με περισσότερο από 18% συμμετοχή στο ΑΕΠ και σημαντική συμμετοχή στη δημιουργία θέσεων εργασίας.<sup>1</sup>

Τα έσοδα από τον τουρισμό με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος κατέχουν το πρώτο μερίδιο στο σύνολο των συναλλαγματικών εσόδων της χώρας και ακολουθούν τα έσοδα από εξαγωγές βιομηχανικών και βιοτεχνικών προϊόντων. Μεταξύ των διάφορων πηγών συναλλάγματος, τα έσοδα από τον τουρισμό είχαν την πιο γρήγορη άνοδο την περίοδο 1990-2000. Τα στοιχεία αυτά ακολουθούν στο παρακάτω πίνακα.

---

<sup>1</sup> Βασίλειος Α. Πατσουράτης, «Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού τομέα», Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.), Αθήνα 2002, σ. 6

**Πίνακας 2**  
**Συναλλαγματικά Έσοδα της Ελλάδας**  
*(εκατ. δολάρια)*

Έτος	Σύνολο Εξαγωγών		Βιοτεχνικών και Βιομηχανικών Προϊόντων		Σύνολο Άδηλων Πόρων		Τουρισμός	
	Ποσό	Δείκτης	Πόσό	Δείκτης	Ποσό	Δείκτης	Ποσό	Δείκτης
1990	6365	100,0	3441	100,0	13041	100,0	2587	100,0
1991	6797	106,8	3321	96,5	15354	117,7	2567	99,2
1992	6009	94,4	3108	90,3	17265	132,4	3272	126,5
1993	5034	79,0	2429	70,6	17023	131,3	3335	128,9
1994	5219	81,9	2426	70,5	18767	143,9	3905	150,9
1995	5783	90,9	3075	89,4	20770	159,3	4136	159,9
1996	5770	90,6	2916	84,7	20444	156,8	3723	143,9
1997	6428	101,0	-	-	18928	145,1	5151	199,1
1998	6672	104,8	-	-	20929	160,5	6188	239,2
1999	8559	134,5	-	-	26250	201,3	8782	337,3
2000	10201	160,3	-	-	-	-	9221	356,4

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος, ΕΟΤ

Οι αλλοδαπές τουριστικές εισπράξεις αποτελούν σημαντικές οικονομικές εισροές, που στην Ελλάδα δημιουργούν σημαντική οικονομική δραστηριότητα, νέες θέσεις εργασίας και βοηθούν στην περιφερειακή ανάπτυξη. Το μερίδιο του τουρισμού στο Ελληνικό ΑΕΠ για την περίοδο 2001-2002 ξεπερνάει το 15% (€ 10.284,7 εκ.), ενώ η απασχόληση στον τουρισμό φτάνει τα 700 χιλιάδες άτομα που αντιστοιχούν στο 16,5% του εργατικού δυναμικού.

Όσον αφορά το ύψος των τουριστικών εισπράξεων για τη Ελλάδα, το έτος 2003 διαμορφώθηκε σε € 9.460,1 εκ. (σύμφωνα με τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας) παρουσιάζοντας μείωση της τάξης του 8% σε σχέση με το 2002.

**Πίνακας 3**  
**Ύψος τουριστικών εσόδων (1993-2003)**

Έτος	Τουριστικές Εισπράξεις (Εκ. \$ ΗΠΑ)	Ρυθμός Μεταβολής (%)	Ισοτιμία Δολαρίου/ Δραχμής (Ετήσια Μέση Τιμή Δεκ.)
1993	3.335		245,34
1994	3.905	+17,1	242,84
1995	4.136	+5,9	237,93
1996	3.723	-10,0	245,33
1997	5.151	+38,4	273,06
1998	6.188	+20,1	295,53
1999	8.785	+42,0	305,43
2000	9.200	+4,7	365,42
2001	10.579,9*	-	-
2002	10.284,7*	-2,8 %	-
2003	9.461,1*	-8,0%	-

\*από το 2001 τα στοιχεία εκφράζονται σε € εκατ.

Σημείωση: τα στατιστικά στοιχεία από το Μάιο του 2002 βασίζονται σε νέα μεθοδολογία η οποία βασίζεται σε δειγματοληπτική πλέον έρευνα («έρευνα συνόρων») και όχι σε στοιχεία που ανακοινώνουν οι τράπεζες. Κατά συνέπεια, τα νέα στοιχεία δεν είναι απολύτως συγκρίσιμα με αυτά των προηγούμενων περιόδων.

Πηγή: Ε.Σ.Υ.Ε.

Σύμφωνα με την εκτίμηση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών το μερίδιο του τουριστικού τομέα στο ελληνικό ΑΕΠ ανέρχεται σε 18,3% έναντι 14,1% που είναι το αντίστοιχο μερίδιο στην Ευρωπαϊκή Ένωση (WTTC, 2001).

**Πίνακας 4**  
**Η Σημασία του Τουρισμού στην Ελλάδα**  
**και στην Ευρωπαϊκή Ένωση (2000)**

	Ελλάδα	Ευρωπαϊκή Ένωση
Συμβολή στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν	16,3%	14,4%
Συμβολή στην απασχόληση	16,5%	14,6%
Συμβολή στις επενδύσεις	22,3%	16,8%

Πηγή: WTTC, 2001

Μια αναπτυσσόμενη τουριστική βιομηχανία δημιουργεί, με άμεσο και έμμεσο τρόπο, νέες θέσεις εργασίας στην οικονομία.

Η διεθνή εμπειρία έχει δείξει ότι τα μεγέθη της άμεσης και έμμεσης απασχόλησης που δημιουργούνται από την τουριστική βιομηχανία είναι περίπου τα ίδια, με ελαφρά μεγαλύτερο από της έμμεσης απασχόλησης (WTTC, 2001).

Ο ελληνικός τουρισμός αναπτύχθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό της τάξης του 3,6% την περίοδο 1990-2000. Η ανάπτυξη αυτή οδήγησε το μερίδιο του τουρισμού στη συνολική απασχόληση να ανέλθει σε 16,5% έναντι 14,6% στην Ευρωπαϊκή Ένωση το 2000 (WTTC, 2001). Πρόσφατη μελέτη, η οποία στηρίχθηκε στις ενδείξεις που παρέχουν οι κλαδικές παραγωγικότητες εργασίας, ανεβάζει το μερίδιο της απασχόλησης του τουριστικού τομέα στη συνολική απασχόληση της οικονομίας στο 18,3% το 1994 (Παυλόπουλος, 1999). Οπότε, συνυπολογίζοντας και τις έμμεσες επιπτώσεις που έχει ο τουρισμός σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, ο αριθμός των απασχολούμενων άμεσα και έμμεσα, ανέρχεται σε 695 000 άτομα το 2001. Είναι φανερό λοιπόν η σημασία του τουριστικού τομέα στην απασχόληση.

Σημαντικές είναι και οι επιπτώσεις της τουριστικής βιομηχανίας στην περιφερειακή ανάπτυξη. Η διεθνής, αλλά και ελληνική εμπειρία έχει δείξει ότι οι περιφέρειες μιας χώρας που έχουν σημειώσει αξιόλογη τουριστική ανάπτυξη, έχουν πληγεί λιγότερο από τη ανεργία (ΟΟΣΑ, 1996). Η διαπίστωση αυτή έχει ιδιαίτερη σημασία για την Ελλάδα, όπου η γεωμορφολογία του ηπειρωτικού χώρου και ο νησιωτικός χαρακτήρας της κάνουν δύσκολη την ανάπτυξη του δευτερογενούς τομέα. Έτσι, η τουριστική ανάπτυξη, κυρίως των νησιωτικών και παραθαλάσσιων περιοχών της χώρας, αποτέλεσε την μοναδική πηγή οικονομικής ανάπτυξης και συνέβαλε στην συγκράτηση του πληθυσμού, στην μείωση της ανεργίας, αλλά και στη δραστηριοποίηση παραγωγικών μονάδων, που δρουν συμπληρωματικά με τον τουρισμό (Παυλόπουλος –Κουζέλης, 1999).<sup>2</sup>

Με βάση τα στοιχεία από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού, η Ελλάδα το 1999 είχε αφίξεις 12,6 εκατομμύρια τουρίστες και την αύξηση 11%, έναντι εκείνων του 1998, ενώ η μέση ετήσια αύξηση του Τουρισμού μετά την δεκαετία του '90 είναι περίπου 3,84%.

---

<sup>2</sup> Βασίλειος Α. Πατσουράτης, «Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού τομέα», Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.), Αθήνα 2002, σ. 11

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΕΟΤ (πίνακας 5), το 2002 καταγράφηκαν 14.918.177 αφίξεις τουριστών, έναντι 14.678.688 το 2001 (αύξηση 1,6%), και 13.567.453 το 2000 (αύξηση 8,2% την περίοδο 1997-2000). Αναλυτικότερα, κατά το διάστημα 1995-2002 οι αφίξεις τουριστών παρουσίασαν διαχρονική αύξηση (εξαιρούμενης 1996/1995), με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 4,8%. Οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών κατέγραψαν διαχρονική αύξηση κατά την περίοδο 1997-2002, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 7,3%.

<b>Πίνακας 5</b>	
<b>Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στην Ελλάδα (1994-2002)</b>	
<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>ΑΦΙΞΕΙΣ</b>
1994	11.301.722
1995	10.712.145
1996	9.782.061
1997	10.588.489
1998	11.363.822
1999	12.605.928
2000	13.567.453
2001	14.678.688
2002	14.918.177

Πηγή: Ε.Σ.Υ.Ε. – ΕΟΤ

Σχετικά με την μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη στην Ελλάδα (πίνακας 5), το συγκεκριμένο μέγεθος παρουσίασε διαχρονική αύξηση κατά την περίοδο 1996-1999, ενώ το 2000 μειώθηκε σε 691,5 δολάρια. Μείωση όμως παρουσιάζει και το 2002, σε σχέση με το 2001, κατά €31,4.



<b>Πίνακας 6</b>			
<b>Μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη (1995-2002)</b>			
<b>Έτος</b>	<b>Αφίξεις</b>	<b>Έσοδα (εκ. \$)</b>	<b>ΜΚΤΔ (\$)</b>
1995	10.712.145	4.136	386,1
1996	9.782.061	3.723	380,6
1997	10.588.489	5.151	486,5
1998	11.363.822	6.188	544,5
1999	12.605.928	8.785	696,7
2000	13.567.453	9.382	691,5
2001	14.678.688	10.580*	720,8**
2002	14.918.177	10.285*	689,4**

\* σε € εκατ.

\*\* σε €

Πηγή: Ε.Σ.Υ.Ε. / ΕΟΤ / Τράπεζα της Ελλάδος

Οι πλειοψηφία των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα, επιλέγει το αεροπλάνο ως μέσο μεταφοράς και ειδικότερα τις ναυλωμένες πτήσεις (charter). Συγκεκριμένα, το 2002, σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 6, το 70,0% του συνολικού αριθμού των τουριστών που έφτασαν στην Ελλάδα, ταξίδεψαν αεροπορικά. Αρκετά λιγότεροι ήταν οι τουρίστες που έφτασαν στη Ελλάδα οδικώς (μερίδιο 19,1% επί των συνολικών αφίξεων), δια θαλάσσης (5,3%) και με κρουαζιέρες (4,9%), ενώ ελάχιστοι ήταν αυτοί που χρησιμοποίησαν τις υπηρεσίες των σιδηροδρόμων.

**Πίνακας 7**  
**Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών ανά μέσο Μεταφοράς (1995-2002)**

Έτος	Αεροπ/κός	Θαλάσ/ος	Κρουαζιέρες	Οδικώς	Σιδηρ/κώς	Σύνολο
1995	8.479.232	840.247	581.968	773.959	36.739	<b>10.712.145</b>
1996	7.683.659	578.044	548.766	943.209	28.383	<b>9.782.061</b>
1997	8.147.921	565.706	518.164	1.319.946	36.752	<b>10.588.489</b>
1998	8.645.841	834.516	447.776	1.403.983	31.706	<b>11.363.822</b>
1999	9.961.836	797.106	441.840	1.366.338	38.808	<b>12.605.928</b>
2000	10.454.089	836.010	471.908	1.741.477	63.969	<b>13.567.453</b>
2001	10.841.059	808.165	621.357	2.322.037	86.070	<b>14.678.688</b>
2002	10.437.911	1797.017	738.178	2.855.818	89.254	<b>14.918.177</b>

Πηγή: ΕΣΥΕ

Και τέλος, μια ένδειξη της ποιότητας του τουρισμού αποτελεί και η σύνθεση των αφίξεων των ξένων τουριστών κατά εθνικότητα, με βάση την διαπίστωση ότι η προέλευση προσδιορίζει, κατά κάποιο τρόπο, το εισοδηματικό επίπεδο.

Την υψηλότερη κατά κεφαλήν δαπάνη έχουν οι τουρίστες που προέρχονται από τις ΗΠΑ, και ακολουθούν οι Ευρωπαίοι. Η Ευρώπη αποτελεί την κυρίαρχη πηγή άντλησης τουριστών (μερίδιο 90,3% το 2002) με τάση ανοδική τα τελευταία χρόνια. Αντίθετα, όλα τα μερίδια των άλλων γεωγραφικών περιοχών του κόσμου μειώνονται σταδιακά τα τελευταία χρόνια. Πιο έντονη μείωση σημείωσε το μερίδιο των τουριστών από τις ΗΠΑ, το οποίο από 22,4% το 1960 μειώθηκε στο 2,1% το 2002.

Μεταξύ των Ευρωπαίων τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα, οι δύο σημαντικότερες αγορές για το ελληνικό τουριστικό προϊόν κατά τα τελευταία χρόνια, είναι το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία. Συγκεκριμένα, το 2002 αφίχθησαν στη χώρα μας 2.858.360 Βρετανοί και 2.510.849 Γερμανοί τουρίστες, καταλαμβάνοντας μερίδια 19,2% και 16,8% αντίστοιχα επί του συνόλου των αφίξεων (πίνακας 6). Ακολούθησαν με μικρότερα μερίδια οι αφίξεις από Ιταλία (5,4%), Γαλλία (4,9%) και Ολλανδία (4,8%).

**Πίνακας 8**  
**Ποσοστιαία Σύνθεση των Αφίξεων Τουριστών κατά Χώρα Προέλευσης\* (%)**

Κράτη	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002*
Ην. Βασίλειο	2.224.885	1.687.999	1.711.942	2.044.243	2.433.033	2.772.256	2.932.342	2.858.360
Γερμανία	2.272.911	1.907.863	1.994.670	2.136.515	2.450.137	2.395.185	2.345.440	2.510.849
Ιταλία	643.473	491.081	533.303	659.688	745.915	823.245	889.925	805.008
Γαλλία	551.798	462.432	426.678	486.201	545.981	602.353	726.816	735.568
Ολλανδία	505.616	452.179	464.144	548.339	616.807	655.285	715.926	721.413
Σουηδία	459.276	448.257	472.841	467.617	468.793	485.749	516.857	465.772
Αυστρία	347.301	359.604	388.118	450.195	501.602	474.996	495.928	461.672
Δανία	324.369	298.955	344.261	292.532	336.248	338.603	365.847	342.966
ΗΠΑ	239.684	222.130	240.555	219.362	229.314	218.731	164.689	146.754
Λοιπά Κράτη	2.560.864	2.902.791	3.493.813	3.611.354	3.836.258	4.329.142	4.903.564	5.131.637
Κρουαζιέρες	581.968	548.766	518.164	447.776	441.840	471.908	621.354	738.178
<b>Σύνολο</b>	<b>10.712.145</b>	<b>9.782.061</b>	<b>10.588.489</b>	<b>11.363.822</b>	<b>12.605.928</b>	<b>13.567.453</b>	<b>14.678.688</b>	<b>14.918.177</b>

\*Προσωρινά στοιχεία  
Πηγή: ΕΣΥΕ

Συνοψίζοντας, ο τουρισμός κατατάσσεται σήμερα διεθνώς μεταξύ των πλέον σημαντικών βιομηχανιών με ταχείς ρυθμούς ανάπτυξης του κύκλου εργασιών του και με σημαντική συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη, σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, στην απασχόληση και στις συναλλαγματικές εισπράξεις.

Σύμφωνα με όλες τις εκτιμήσεις, ο τουρισμός θα συνεχίσει και στον νέο αιώνα να αναπτύσσεται δυναμικά, παρά τις περιοδικές υφέσεις, πολιτικές αναταραχές, κλπ. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει, ότι οι διεθνείς αφήξεις από 668 εκατομμύρια το 2000, θα ανέλθουν στα 1,6 δισεκατομμύρια το 2020.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βασίλειος Α. Πατσουράτης, «Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού τομέα», Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.), Αθήνα 2002, σ. 6

Γ. Ν. Ηγουμενάκης, «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', Εκδόσεις INTERBOOKS, Αθήνα 1991, σελ. 156

“Speleology in the Third Millennium: Sustainable Development of Karsts Environments” – 13<sup>th</sup> International Congress of Speleology (Proceedings), Brasilia, July 2001.

Μ. Ρεπανέλη «Τουριστικά Στατιστικά Πρότυπα», ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ, Τεύχος 178, Μάρτιος 2005.

[www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)

## **2. Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΖΗΤΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΤΑ ΜΕΤΡΑ ΤΟΥ ΚΑΘΕΝΟΣ**

### **2.1 ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Ο τουρισμός είναι ένας τομέας, ο οποίος αποκτά γρήγορη ανάπτυξη σε όλο τον κόσμο. Είναι επίσης ένας τομέας ευαίσθητος σε εξωτερικά γεγονότα, όπως πολιτικές αλλαγές. Παρ' όλα αυτά, έχει την ικανότητα γρήγορης ανάρρωσης από διάφορες αναστατώσεις. Οι ανάγκες στον τουρισμό αλλάζουν συνεχώς, καθώς και η επιθυμία να βρεθούν νέοι τρόποι ικανοποίησης αυτών των αναγκών. Όλο και περισσότερο, οι τουρίστες θέλουν προσωπική μεταχείριση και μια ειδικευμένη ποικιλία υπηρεσιών.

Επομένως, χρειάζεται να προσαρμοστούμε στις αλλαγές αυτές και να εκσυγχρονιστούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες. Με άλλα λόγια, να βρεθούν ποικίλοι και ελκυστικοί τρόποι για την καλύτερη αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου των τουριστών, οι οποίοι θα πρέπει συνεχώς να ανανεώνονται με καινούριες ευκαιρίες, προσφερόμενες σήμερα από την ανάπτυξη της αγοράς. Οι σύγχρονες υπηρεσίες θα έπρεπε να έχουν στόχο διάφορα target groups, τα ενδιαφέροντά τους και την οικονομική τους δυνατότητα. Όλα αυτά μπορούν να επιτευχθούν μέσω της βελτίωσης των υπηρεσιών, της διοίκησης με σεβασμό προς το περιβάλλον και του εμπλουτισμού των διαθέσιμων υπηρεσιών με νέες πρόσθετες υπηρεσίες και τεχνολογίες.

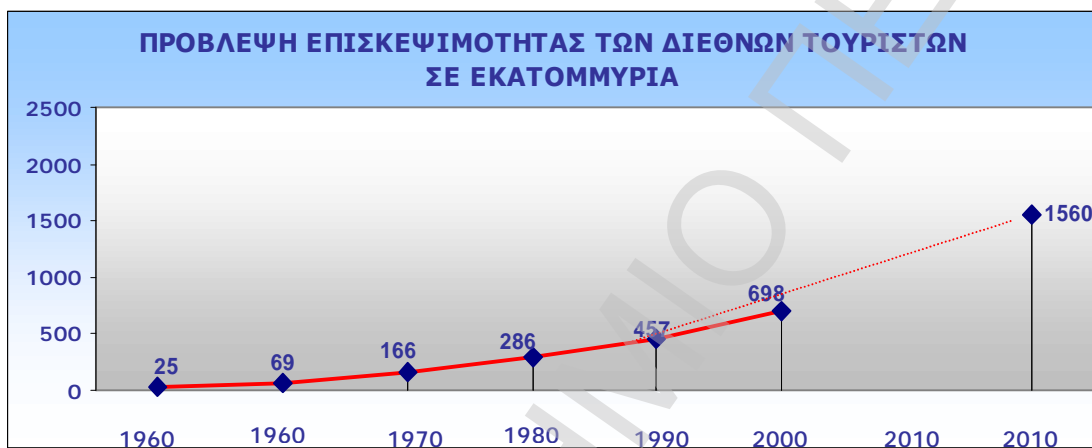
## 2.1 Ο ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Ο τουρισμός ήταν ένα από τα μεγαλύτερα οικονομικά και κοινωνικά φαινόμενα του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Περίπου 25 εκατομμύρια άνθρωποι ταξίδεψαν στην δεκαετία του '50, και περίπου 650 εκατομμύρια ταξίδεψαν στα τέλη του αιώνα, δείχνοντας έναν μέσο όρο ετήσιας αύξησης 7%. Ακόμη μεγαλύτερη αύξηση σημειώθηκε στα έξοδα και έσοδα στον κλάδο, με ένα μέσο όρο το 12% τα τελευταία πενήντα χρόνια. Οι αιτίες αύξησης των εξόδων και εσόδων οφείλονται, σε ένα βαθμό, στα αυξημένα έξοδα ανά άτομο, τα οποία, χωρίς αμφιβολία, είναι οι επιπτώσεις από την αύξηση της ζήτησης από τους τουρίστες για καλύτερες υπηρεσίες και, επίσης, από τη μεγαλύτερη αγοραστική τους δύναμη. Παρ' όλα αυτά, ένα μέρος της αύξησης αυτής μπορεί να αποδοθεί στη διόγκωση των τουριστικών τιμών, καθώς και στη νομισματική διαφορά των μεγαλύτερων τουριστικών χωρών (Ελβετία, Γαλλία, Ιταλία) έναντι του αμερικανικού δολαρίου.

Σήμερα η τουριστική περίοδος εκτείνεται καθ' όλο το χρόνο. Πολλοί τουρίστες πραγματοποιούν μέσα στο χρόνο περισσότερα, αλλά μικρότερης διάρκειας ταξίδια (short breaks). Το γεγονός αυτό προσφέρει την ευκαιρία για ανάπτυξη περισσότερων τουριστικών περιοχών.

Σύμφωνα με τα δεδομένα του 1998 του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO, 2001), τρεις είναι οι κύριες αιτίες των ταξιδιών. Ο ελεύθερος χρόνος και η επιθυμία για ξεκούραση και διακοπές παραμένουν οι βασικοί λόγοι για την πραγματοποίηση των ταξιδιών και αποτελούν το 62% της συνολικής δομής. Το 18% των ταξιδιών αντιπροσωπεύει τον επαγγελματικό τουρισμό, και το υπόλοιπο 20% συμπεριλαμβάνει άλλα κίνητρα, όπως τις επισκέψεις συγγενών και φίλων, τον θρησκευτικό τουρισμό ή τον τουρισμό υγείας, κ.α. Αυτά τα δεδομένα ισχύουν σε παγκόσμια κλίμακα, όπως και στην Ευρώπη, αν και οι τάσεις στην Νότια Ασία δείχνουν, ότι περισσότερο από το 80% των ταξιδιών είναι για αναψυχή και διακοπές. Οι χαμηλές τιμές των υπηρεσιών μετακίνησης καθιστούν πιο εφικτά τα μακρινά, ίσως και τα υπερατλαντικά ταξίδια, από τα ταξίδια διακοπών μέσα στην Ευρώπη. Η τάση της αγοράς προσανατολίζεται προς την Ασία και την Νότια Αφρική. Υπάρχει επίσης μεγάλο ενδιαφέρον για τους πολιτιστικούς θησαυρούς μεμονωμένων περιοχών ή χωρών.

Ενδιαφέρον παρουσιάζεται και για τα θεματικά πάρκα, τα οποία απλώνονται στην Ευρώπη και Αμερική. Οι τουρίστες-ταξιδιώτες έχουν όλο και περισσότερο την αξίωση για την υψηλή ποιότητα και την ασφάλεια του αναγνωριζόμενου και πρωτότυπου τουριστικού προϊόντος. Στο μέλλον προβλέπεται, ότι θα υπάρξει η ζήτηση για ειδικές εμπειρίες και για υπηρεσίες, που προσφέρουν την μέγιστη διασκέδαση στον ελάχιστο χρόνο. Αυξημένο ενδιαφέρον θα παρουσιάσουν τα extreme ταξίδια – στα βάθη των ωκεανών, οι εκδρομές προς τις υψηλότερες κορυφές των βουνών, και τα ταξίδια προς τις πιο μακρινές και άγνωστες γωνίες του κόσμου. Και, βεβαίως, όλα αυτά να προσφέρουν την μέγιστη δυνατή ποιότητα.



Πηγή: WTO 2001

Σ' αυτή τη μεγάλης διάρκειας πρόβλεψη για την ανάπτυξη του τουρισμού μέχρι το 2020 (WTO,1998), ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού περιμένει μια σημαντική αύξηση του αριθμού των τουριστών. Το 2000 υπήρχαν περίπου 700 εκατομμύρια τουρίστες, ενώ το 2020 ο αριθμός αυτός αναμένεται να φτάσει τα 1,56 δισεκατομμύρια. Απ' αυτούς περίπου τα 380 εκατομμύρια αναμένεται να κάνουν διακοπές σε άλλες ηπείρους. Στον αριθμό των τουριστών η Ευρώπη θα εξακολουθεί να πρωταγωνιστεί (717 εκατομμύρια), ακολουθούμενη από την Ανατολική Ασία και τον Ειρηνικό (397 εκατομμύρια), τις «δύο Αμερικές» (282 εκατομμύρια) και, τέλος, από την Αφρική, τη Μέση Ανατολή και τη Νότια Ασία.

Αξιοσημείωτες είναι επίσης κάποιες ενδιαφέρουσες προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για τις δύο επόμενες δεκαετίες. Έως το 2020 η τεχνολογία θα έχει μεγάλη επίδραση σε όλα τα επίπεδα της ανθρώπινης ζωής και θα υπάρξει η δυνατότητα ικανοποίησης όλων των αναγκών από το σπίτι, ακόμη και των

εργασιακών. Από το σπίτι οι άνθρωποι θα έχουν πρόσβαση σε όλες τις πληροφορίες και τις αυτοματοποιημένες υπηρεσίες. Μία επίπτωση αυτής της ανάπτυξης θα είναι η μεγάλη ανάγκη για την ανθρώπινη και την κοινωνική επαφή, και ο τουρισμός προβλέπεται να είναι το μέσο, που θα διευκολύνει την επίτευξη αυτών των αναγκών.

Οι τουρίστες θα αφιερώνουν πολύ από τον χρόνο των διακοπών, που θα είναι μικρότερες και διασκορπισμένες σε ολόκληρο το χρόνο, για την οργάνωση διάφορων δραστηριοτήτων, όπως, για παράδειγμα, οι αθλητικές εκδρομές και η οργάνωση ταξιδιών σε περιοχές προσιπές σε σχετικά λίγο χρόνο. Επίσης, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης και άλλες δημογραφικές αλλαγές, που συντελέστηκαν τις τελευταίες δεκαετίες, αποτελούν κίνητρα για τα πολιτιστικά και τα εκπαιδευτικά ταξίδια.

Εκείνοι, που προσφέρουν τις τουριστικές υπηρεσίες, αναμένεται στο μέλλον να γίνουν πιο δραστήριοι στον τομέα του μάρκετινγκ, να αγωνίζονται για την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, με κριτήρια την ποικιλία, την ποιότητα και την τιμή τους. Ταυτόχρονα, αναμένεται να φτάσουν σε τέτοιο επίπεδο της τουριστικής ανάπτυξής, που θα εξασφαλίζει τη μακροπρόθεσμη επιτυχία. Τέλος, θα επιδιώκουν λιγότερους κρατικούς περιορισμούς και περισσότερη συνεργασία με την πολιτεία.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Paternost S., άρθρο «Contemporary Trends in Tourism and Analysis of Tourism in Postojna Caves», 4<sup>th</sup> International ISCA Congress «Use of modern technologies in the development of caves for tourism», 2002, σ. 72-73.



## 2.2 Ο «ΝΕΟΣ» ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ

Πολλοί σχολιαστές ισχυρίζονται, ότι η ωρίμανση της τουριστικής αγοράς δημιουργεί έναν «νέο» τουρίστα, ο οποίος μπορεί να χαρακτηριστεί ως έμπειρος, εκλεπτυσμένος και απαιτητικός. Αυτό σημαίνει, ότι οι παραδοσιακές ετήσιες οικογενειακές διακοπές, κυρίως σε παραλιακά θέρετρα, μπορούν βαθμιαία να αντικατασταθούν από τα ταξίδια ποικίλων ενδιαφερόντων και μια σειρά από καινοτόμες ταξιδιωτικές εμπειρίες (τις περιπετειώδεις εκδρομές και τον οικολογικό τουρισμό). Ως αποτέλεσμα, η σχετική σημασία των πακέτων διακοπών (οργανωμένος τουρισμός) θα εξασθενήσει υπέρ του ανεξάρτητα οργανωμένου τουρισμού (μη οργανωμένος τουρισμός), ή τουλάχιστον υπέρ ενός πιο εξειδικευμένου τουρισμού.

Μέχρι ενός σημείου, ο νέος «σοφιστικέ» τουρίστας είναι αποτέλεσμα των εμπειριών του. Οι τουρίστες από τις πιο ανεπτυγμένες περιοχές του κόσμου είναι συχνοί ταξιδιώτες, γλωσσολογικά και τεχνολογικά επιδέξιοι και μπορούν να λειτουργήσουν σε πολύ-πολιτισμικό και απαιτητικό εξωτερικό περιβάλλον. Αν προστεθεί στα παραπάνω η έκθεση από τα ΜΜΕ και το Internet των τουριστικών προορισμών, καθώς και η μείωση των αντιλαμβανόμενων αποστάσεων γι' αυτούς τους προορισμούς, έχουμε τότε έτοιμο «σκηνικό» για την επανεκτίμηση της φόρμουλας των διακοπών. Επίσης, η εκπαίδευση, όπως και η επικοινωνία, παίζουν μεγάλο ρόλο και οδηγούν σε πιο επιτηδευμένες απαιτήσεις των ταξιδιωτών, οι οποίοι ψάχνουν όχι μόνο για καινούριες εμπειρίες, αλλά και για τις δραστηριότητες που ανταμείβουν, που γεμίζουν τον χρόνο αναψυχής τους και που μπορούν να ικανοποιήσουν τα πολιτιστικά, διανοητικά και αθλητικά τους ενδιαφέροντα.

Ο Πίνε (Pine) και ο Γκίλμορε (Gilmore) (1999) υπονοούν, ότι στο μέλλον η κατανάλωση θα είναι αποτέλεσμα των «εμπειριών». Για τον «**νέο τουρίστα**» ο τουρισμός δεν είναι πια *μόνο η επίσκεψη ενός προορισμού*, αλλά και *η εμπειρία επίσκεψης του προορισμού αυτού*, αφού τα ταξίδια έχουν γίνει το μέσο για την προσωπική εκπλήρωση και αναγνώριση.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Pine and Gilmore, "The Experience Economy", Copyright 1999 by Harvard Business School Publishing Corporation, p. 6

Είναι γνωστό, ότι το τουριστικό προϊόν είναι μια εμπειρία και, επομένως, διαφέρει από τα κατασκευαστικά αγαθά, όταν προσπαθούμε να προσδιορίσουμε την αξία του ή να προσεγγίσουμε την τουριστική αγορά. Καθώς τεχνολογία βελτιώνει σταδιακά την ποιότητα της διασκέδασης, τις οπτικές εικόνες και τους ήχους στις εγχώριες αγορές, οι τουρίστες περιμένουν ένα αντίστοιχο επίπεδο ποιότητας στην τουριστική τους εμπειρία.

Ο πίνακας, που ακολουθεί, δείχνει την εξέλιξη του τουρισμού από την απλή εμπορευματοποίηση σε μια σύνθετη εμπειρία για τον κάθε ταξιδιώτη.

<b>Πίνακας 9. ΑΠΟ ΑΠΛΗ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΣΕ ΣΥΝΘΕΤΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ</b>				
	<b>Εμπορεύματα</b>	<b>Αγαθά</b>	<b>Υπηρεσίες</b>	<b>Εμπειρίες</b>
<b>Προσφορά</b>	Αναλλάξιμα (Fungible)	Χειροπιαστά (Tangible)	Αυλές (Intangible)	Αξέχαστες (Memorable)
<b>Ιδιότητα</b>	Φυσικά (Natural)	Τυποποιημένα (Standardised)	Προσαρμοσμένες (Customised)	Προσωπικές (Personal)
<b>Εφοδιασμός</b>	Αποθηκευμένα (Stored)	Κατάλογοι Παραγωγής (Inventories after production)	Παράδοση κατά Ζήτηση (Delivered on demand)	Αποκαλύπτονται με το πέρασ του χρόνου (Revealed over a duration)
<b>Πωλητής</b>	Έμπορος (Trader)	Κατασκευαστής (Manufacturer)	Προμηθευτής (Provider)	Οργανωτής (Stager)
<b>Αγοραστής</b>	Αγορά (Market)	Χρήστης (User)	Πελάτης (Client)	Επισκέπτες (Guest)
<b>Παράγοντας της ζήτησης</b>	Πρότυπα (Characteristics)	Χαρακτηριστικά (Features)	Οφέλη (Benefits)	Εντυπώσεις (Sensations)

Πηγή: Pine and Gilmore, 1999

Το προϊόν βασισμένο σε εμπειρίες, είναι διαφορετικό από εκείνο, που προσφέρουν τα εμπορεύματα, τα αγαθά ή οι υπηρεσίες, αφού η φύση του προϊόντος είναι αλησμόνητη (το θεματικό πάρκο Disney για τα παιδιά είναι αξέχαστο), είναι προσωποποιημένο (τα παιδιά μπορούν να μιλήσουν με τους αγαπημένους τους ήρωες) και προσφέρει εντυπώσεις.

Η νέα έννοια του τουρισμού αφήνει πίσω τον παλιό τύπο «ήλιος, άμμος, θάλασσα» χάριν ενός καινούργιου τύπου «εμπειρία, μόρφωση, ενθουσιασμός». Ο νέος τουρισμός οραματίζεται την προσωπική επαφή με έναν επισκέπτη, που έχει ειδικά ενδιαφέροντα. Αντί για ξεκούραση και χαλάρωση, επιθυμεί να πραγματοποιήσει τη δική του συναισθηματική πυραμίδα. Αντί για υπηρεσίες, αποκτά τις εμπειρίες και τις ιστορίες, στις οποίες θα βρει τη δική του εμπειρία ζωής. Συνεπάγεται, επομένως, ότι δεν πωλούνται πια οι υπηρεσίες, αλλά οι εμπειρίες.

Ο Πίνε (Pine) και ο Γκίλμορε (Gilmore) υποστηρίζουν, ότι η φύση της εμπειρίας θα πρέπει να σχηματοποιηθεί έτσι, ώστε να «μεταμορφώσει» τον επισκέπτη. Εδώ έρχεται και η ιδέα της «εμπειρίας», που μπορεί να προσφέρει μεγάλο όφελος στον τουρισμό, «μεταμορφώνοντας» την φύση του επισκέπτη. Παίρνοντας για παράδειγμα τα ευαίσθητα φυσικά τοπία, οι managers μπορούν να αλλάξουν την συμπεριφορά τους, έτσι ώστε ο επισκέπτης-τουρίστας να κατανοήσει την ουσία του τοπίου και, κατά συνέπεια, εμφανίζει την τάση να το προστατέψει και να συμπεριφερθεί με τον κατάλληλο τρόπο. Εδώ το “marketing” και το “visitor management” συνδυάζονται για να προσφέρουν τις εμπειρίες, που αναζητά ο «νέος τουρίστας», ενώ ταυτόχρονα ξεκινούν να αλλάξουν και τον τρόπο, με τον οποίο συμπεριφέρονται οι επισκέπτες.

Βεβαίως, αυτή η «σοφιστική» υπόσταση των πελατών θα έχει αντίκτυπο στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος: η ζήτηση για τα υψηλού επιπέδου πρότυπα στον σχεδιασμό, στην αποδοτικότητα και στην ασφάλεια του όχι μόνο θα αυξηθεί, αλλά επίσης ο τουρίστας θα έχει ένα κριτικό βλέμμα απέναντι στο προϊόν, διαθέτοντας την εμπειρία της σύγκρισης.

Κάθε τουρίστας είναι διαφορετικός, έχοντας μοναδικές εμπειρίες και επιθυμίες. Το 1990, ο τουρισμός στρέφεται προς τον πελάτη, δηλαδή προσφέρει προϊόντα, τα

οποία ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις και τα προσωπικά γούστα του κάθε πελάτη ξεχωριστά. Το «παλιό» τουριστικό προϊόν δεν υιοθετούσε αυτή τη προσέγγιση. Αντίθετα, ήταν γενικευμένο, ανειδίκευτο και επεξεργασμένο με βάση την φιλοσοφία του μαζικού τουρισμού. Αυτή η φιλοσοφία υποστηρίζει, ότι το τουριστικό προϊόν θα πρέπει να ταιριάζει σε όλα τα γούστα και να πωλείται σε χαμηλές τιμές, ώστε να προσελκύει όσο το δυνατόν περισσότερους πελάτες.

Όλο και περισσότερες συζητήσεις γίνονται για την αναγκαιότητα μίας αποτελεσματικής τμηματοποίησης της τουριστικής αγοράς. Οι παραδοσιακές τουριστικές αγορές χρησιμοποιούσαν τα γεωγραφικά και τα δημογραφικά κριτήρια, με σκοπό να περιγράψουν τις αγορές τους, όμως τα ψυχογραφικά κριτήρια και τα κριτήρια συμπεριφοράς θα πρέπει πλέον να χρησιμοποιηθούν περισσότερο, με σκοπό να προσφέρουν ένα λεπτομερές πελατειακό προφίλ, να αναγνωρίσουν τα κίνητρα και τις ανάγκες των πελατών και να προσφέρουν ένα κατάλληλο marketing mix και μια κατάλληλη στρατηγική διανομής των υπηρεσιών.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Chris Cooper, John Fletcher, David Gilbert, Alan Fyall and Stephen Wanhill, "TOURISM. PRINCIPLES AND PRACTICE", Τρίτη Έκδοση, 2005, σ. 766

### 2.3 ΟΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ

Από την στιγμή, που το τουριστικό σύστημα ανταποκρίνεται στις τάσεις που επικρατούν, η τουριστική ροή αλλάζει συνεχώς, τόσο για τους εσωτερικούς, όσο και για τους διεθνείς τουρίστες, και εμφανίζονται καινούριοι προορισμοί. Δεν υπάρχει αμφιβολία, ότι οι προορισμοί του μέλλοντος θα χρειαστούν καλύτερο σχεδιασμό και διοίκηση, αλλά θα πρέπει να δείξουν περισσότερο σεβασμό και ανησυχία για το περιβάλλον και για την κοινότητα τους. Επίσης, όλοι οι συμμετέχοντες στον τουρισμό θα πρέπει να αναλάβουν μεγαλύτερες ευθύνες για τα κοινωνικά και τα περιβαλλοντικά θέματα.

Αυτές οι τάσεις είναι η συνέπεια της ωρίμανσης, τόσο του τουρίστα καταναλωτή, όσο και της τουριστικής βιομηχανίας. Ο μαζικός τουρισμός ξεκίνησε με τις μικρής διάρκειας προοπτικές, καθώς η βιομηχανία και οι δημόσιοι φορείς έκαναν μια απόπειρα να χειριστούν την αυξημένη ζήτηση. Το 1980 και 1990 οι ρυθμοί ανάπτυξης επιβραδύνθηκαν και οι πελάτες αμφισβήτησαν την υπερβολική τουριστική ανάπτυξη. Ως αντιμετώπιση του προβλήματος, υποστηρίχθηκαν ο καλύτερος μακροπρόθεσμος σχεδιασμός και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Η κεντρική ιδέα είναι η βαθμιαία μετακίνηση από τον βραχυπρόθεσμο σε μακροπρόθεσμο σχεδιασμό στον τουρισμό. Δεν είναι πια αποδεκτό για την τουριστική βιομηχανία, να εκμεταλλεύεται και να χρησιμοποιεί κάποιους προορισμούς και ύστερα να προχωρεί σε άλλους. Έχουμε δει ήδη τις επιπτώσεις απ' αυτό στον «θάνατο» κάποιων θέρετρων του μαζικού τουρισμού, όπως, για παράδειγμα, το Ακαπούλκο στο Μεξικό ή το Μπενιντόρμ (Benidorm) στην Ισπανία. Η ιδέα του κύκλου ζωής μίας τουριστικής περιοχής με στρατηγικό σχεδιασμό προσφέρει τις προοπτικές μεγάλης διάρκειας. Με αυτό υπονοείται, ότι ο προορισμός μπορεί να παραμείνει σε ένα συγκεκριμένο σημείο του κύκλου ζωής του με την βοήθεια του μάρκετινγκ και του στρατηγικού σχεδιασμού, αντί να οδηγείται ασταμάτητα σε ανοδική ή καθοδική πορεία.

Οι προορισμοί ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις αυτές με διάφορους τρόπους. Οι προορισμοί, βασισμένοι σε φυσικούς πόρους, υιοθετούν τον εκλεπτυσμένο σχεδιασμό, τη διοίκηση και τις ερμηνευτικές τεχνικές, για να προσφέρουν μια ζεστή

και πλούσια εμπειρία για τους τουρίστες-επισκέπτες, αλλά και, ταυτόχρονα, για να εξασφαλίσουν την προστασία του ίδιου του προορισμού. Υποστηρίζεται, ότι από την στιγμή, που ο τουρίστας καταλαβαίνει την σημασία του προορισμού, θέλει από μόνος του να τον προστατεύσει. Ο καλός σχεδιασμός και η διοίκηση των προορισμών αποτελούν τον πυρήνα της προσφοράς στον «νέο τουρίστα» μίας υψηλής ποιότητας εμπειρίας.

Το σχέδιο εφαρμογής, που παρουσιάστηκε το 2002 από την Παγκόσμια Διάσκεψη Κορυφής του Γιοχάνεσμπουργκ για τη Διατήρηση Ανάπτυξης (Johannesburg World Summit on Sustainable Development), είναι μία ξεκάθαρη ένδειξη των μελλοντικών θεμάτων για τους τουριστικούς προορισμούς σε σχέση με την διατήρησή τους.

Κατά συνέπεια, στους μελλοντικούς τουριστικούς προορισμούς διακρίνονται κυρίως δύο τάσεις:

1. Οι τεχνητές και οι τεχνολογικά ανεπτυγμένες περιοχές, όπως τα θεματικά πάρκα, οι κρουαζιέρες και τα θέρετρα (όπως, για παράδειγμα, το Λας Βέγκας, το θεματικό πάρκο Disney και το Carnival Cruise Line). Το προϊόν αυτό είναι τεχνητό και δημιουργεί ένα φανταστικό κόσμο, που θα είναι όλο και περισσότερο ένα κομμάτι της «εμπειρίας».
2. Οι αυθεντικοί προορισμοί, διοικούμενοι με σεβασμό προς την φύση και τις ιθαγενείς κοινότητες. Εδώ, ο οικολογικός και ο πολιτιστικός τουρισμός είναι φανερά παραδείγματα (η επαφή με την άγρια φύση, τις άγριες μαϊμούδες στην Ρουάντα ή με τον ντόπιο πληθυσμό, τις εμπειρίες κατασκήνωσης με τους Μασάι στην Κένυα). Οι προορισμοί αυτού του τύπου απαιτούν έναν διαφορετικό τρόπο διοίκησης από τους τεχνητούς προορισμούς, αφού εδώ οι φυσικοί πόροι είναι εκείνοι, που διανέμουν την εμπειρία.

Συνδυάζοντας τις τάσεις της αγοράς και των προορισμών στην τουριστική αγορά, μπορούμε να αναγνωρίσουμε μια σειρά από «αγορές τουριστικού προϊόντος», οι οποίες θα είναι διαθέσιμες στο μέλλον. Το κάθε προϊόν είναι σε διαφορετική φάση του κύκλου ζωής του, για παράδειγμα, ο παραλιακός τουρισμός (beach tourism)

δεν φαίνεται να είναι κομμάτι του τουρισμού του μέλλοντος, αλλά, στην πραγματικότητα, θα παραμείνει ένα μείζον κομμάτι της αγοράς, παρά το γεγονός, ότι η μορφή του θα αλλάξει. Άλλα τουριστικά προϊόντα, όπως ο τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος, αναπτύσσονται με γρήγορους ρυθμούς, ανταποκρινόμενα στην ζήτηση, που επικρατεί στην αγορά και στις καταναλωτικές τάσεις, που εντοπίζονται.

Με τις ολοένα αυξανόμενες και διασκορπιζόμενες ανάγκες της αγοράς του «νέου τουρίστα», το μέλλον για τις αγορές των τουριστικών προϊόντων βρίσκεται στην ανάπτυξη ειδικών κατάλληλων θέσεων (niches), που συνδυάζουν τις δυνατότητες του προορισμού, καθώς και τις προσδοκίες για την ανάπτυξη διαφόρων τομέων της τουριστικής αγοράς. Αυτά τα «προϊόντα ειδικού ενδιαφέροντος» κυμαίνονται ανάμεσα στο γαστρονομικό τουρισμό και τον τουρισμό κρασιού – μέσα από εκπαιδευτικές εκδρομές, όπου ο σκοπός είναι η μάθηση, και τον τουρισμό υγείας και spa, όπου δεν αναζητάται τόσο πολύ η «θεραπεία», όσο μια γενικότερη ευεξία και περιποίηση.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Paternost S. άρθρο “Contemporary Trends in Tourism and analysis of Tourism in Postojna Caves”, 4<sup>th</sup> International I.S.C.A. Congress “Use of modern technologies in the development of caves for tourism”, 2002, σ. 72-73

Pine and Gilmore, “The Experience Economy”, Copyright 1999 by Harvard Business School Publishing Corporation, p. 6

Chris Cooper, John Fletcher, David Gilbert, Alan Fyall and Stephen Wanhill, “TOURISM. PRINCIPLES AND PRACTICE”, Τρίτη Έκδοση, 2005, σ. 766

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ



### **3. ΜΙΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ – Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ** **ΕΙΔΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ**

#### **3.1 Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ** **ΚΑΙ ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ**

Τα τελευταία χρόνια είναι φανερό πλέον η στροφή του κοινού προς τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ολοένα περισσότεροι είναι οι τουρίστες, που προτιμούν να συνδυάζουν τον ελεύθερο χρόνο των διακοπών τους με τις μοναδικές εμπειρίες που άπτονται είτε των hobbies τους, ει των δραστηριοτήτων, που, για κάποιον λόγο, έχουν κεντρίσει την περιέργειά τους.

Οι ιθύνοντες της τουριστικής βιομηχανίας σε παγκόσμιο επίπεδο συμφωνούν, πως ο μαζικός τουρισμός τείνει σταθερά προς τον κορεσμό. Οι τουριστικοί προορισμοί, που θέλουν να διατηρήσουν τον ρόλο τους και να παραμείνουν βιώσιμοι και ανταγωνιστικοί, οφείλουν να εναρμονιστούν με τις νέες τάσεις της αγοράς, αναπτύσσοντας και προϊόντα ειδικών – εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού, που τον καθιστά άξιο ιδιαίτερης προσοχής, είναι το γεγονός, ότι προσελκύει άτομα, που στην πλειονότητα τους είναι μέσου και ανωτέρου μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου. Αυτό το γεγονός μας επιτρέπει να συμπεράνουμε, πως, κατά βάση, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι και ποιοτικός.

Επιπλέον, στα πλεονεκτήματά του συγκαταλέγεται ο σεβασμός προς το περιβάλλον (οικολογικό και πολιτιστικό), που εμπνέει στους «λάτρες» του. Συμβάλλει έτσι στην ανάπτυξη, κυρίως, της περιφέρειας, καθώς και στην ανάπτυξη της χώρας υποδοχής.

Αξίζει να σημειωθεί εδώ, ότι εννοιολογικά, **οι «ειδικές μορφές» τουρισμού** προσδιορίζονται από τα επιμέρους ειδικά κίνητρα, που ωθούν τα άτομα στην τουριστική μετακίνηση, ενώ **οι «εναλλακτικές μορφές»**, οι οποίες αποτελούν τμήμα των ειδικών μορφών, ερμηνεύονται από τα κίνητρα των ατόμων, που

σχετίζονται με τον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού και τον προσανατολισμό της τουριστικής κατανάλωσης σε περιβαλλοντικά προϊόντα.<sup>6</sup>

Ουσιαστικά, η ομάδα κινήτρων, που προσδιορίζει τον τύπο του ταξιδιού και την καταναλωτική συμπεριφορά του τουρίστα, καθορίζει και την επιλογή μίας ή περισσότερων ειδικών ή εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

<b>Πίνακας 10 Ειδικές Μορφές Τουρισμού</b>	
1. Κοινωνικός Τουρισμός	11. Εκπαιδευτικός Τουρισμός
2. Αγροτουρισμός	12. Θρησκευτικός Τουρισμός
3. Τουρισμός τρίτης ηλικίας	13. Συνεδριακός Τουρισμός
4. Αθλητικός Τουρισμός	14. Εκθεσιακός Τουρισμός
5. Περιηγητικός τουρισμός	15. Τουρισμός Κινήτρων
6. Θαλάσσιος Τουρισμός	16. Επαγγελματικός Τουρισμός
7. Οικολογικός Τουρισμός	17. Ορεινός Τουρισμός
8. Τουρισμός Υγείας	18. Χειμερινός Τουρισμός
9. Ιαματικός Τουρισμός	19. Χρονομεριστικός Τουρισμός
10. Πολιτιστικός Τουρισμός	20. Τουρισμός Περιπέτειας

Πηγή: Π.Τσάρτας (1996)

Οι περισσότερο γνωστές και ευρύτερα διαδεδομένες ειδικές μορφές του σύγχρονου τουρισμού αναλύονται συνοπτικά παρακάτω:

### Κοινωνικός Τουρισμός

Ορίζεται σαν το σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα, που διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων με την αρωγή του «κοινωνικού κράτους».

<sup>6</sup> Σ. Βαρβαρέσος, «Τουρισμός-έννοιες, μεγέθη, δομές», Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα 1999, σ. 76

### Αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και δραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, με την οποία ο τουρίστας-επισκέπτης έχει την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού, με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση.

### Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας

Πραγματοποιείται από άτομα, που διαθέτουν ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, υψηλό δείκτη αποταμίευσης, λόγο νοοτροπίας και τρόπου ζωής. Η Τρίτη ηλικία αποτελεί το συντηρητικότερο κομμάτι του τουριστικού δυναμικού μίας περιοχής.<sup>7</sup>

### Αθλητικός Τουρισμός

Ο τουρισμός άθλησης έχει σαν κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος, όπως είναι, για παράδειγμα, η ποδηλασία, η ιππασία, το τένις, η πεζοπορία, διάφορα προγράμματα γυμναστικής, κλπ.

### Θαλάσσιος Τουρισμός

Αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων, που διεξάγονται στο θαλάσσιο χώρο μίας χώρας υποδοχής τουριστών. Μια άλλη εκδοχή του θαλάσσιου τουρισμού είναι αυτή, που θεωρεί την ανοικτή θάλασσα ως τουριστικό προορισμό.<sup>8</sup>

### Οικολογικός Τουρισμός

Στα πλαίσια της ανάπτυξης του οικολογικού τουρισμού εντάσσεται η τουριστική ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, των βιότοπων, των εθνικών δρυμών, των σπηλαίων, κλπ.

### Τουρισμός Υγείας

Ο τουρισμός υγείας, ή θεραπευτικός, απευθύνεται κυρίως σε άτομα δεύτερης και τρίτης ηλικίας, που έχουν σαν κύριο σκοπό την αποκατάσταση και τη διατήρηση

---

<sup>7</sup> Γ. Ν. Ηγουμενάκης, «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', Εκδόσεις INTERBOOKS, Αθήνα 1991, σελ. 156

<sup>8</sup> Μ. Κ. Σφακαινάκης, «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», Αθήνα 2000, σελ. 262

της υγείας τους και που οι προσφερόμενες υπηρεσίες υγείας προσδιορίζονται αποκλειστικά από τους φυσικούς πόρους (ιαματικές πηγές).

### Ιαματικός Τουρισμός

Αναφέρεται στην επίσκεψη των ιαματικών λουτρών, θερμοπηγών, των οποίων τα νερά χαρακτηρίζονται ως μεταλλικά εξαιτίας της θερμοκρασίας ή της γενικής τους χημικής σύστασης. Εκτός από τις ψυχρές μεταλλικές πηγές, υπάρχουν και οι θερμοπηγές, με τις οποίες οικοδομήθηκε ένας κλάδος θεραπευτικής αγωγής, η ιαματική υδροθεραπεία.

### Πολιτιστικός Τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός έχει σκοπό την επίσκεψη των μουσείων, ιστορικών χώρων και αρχαιολογικών χώρων, πινακοθηκών, βιβλιοθηκών, κτιρίων με ιδιαίτερη αρχιτεκτονική, κ.α.

### Εκπαιδευτικός Τουρισμός

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός έχει σαν κύριο σκοπό τη συμμετοχή των ατόμων σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, περιλαμβανομένων, μεταξύ άλλων, των επισκέψεων σε ιστορικά μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία, πινακοθήκες, κ.α.

### Θρησκευτικός Τουρισμός

Αναφέρεται στην επίσκεψη θρησκευτικών τόπων και μνημείων για λόγους λατρείας, ή για λόγους συμμετοχής σε θρησκευτικές εκδηλώσεις, τελετές ή προσκύνημα.

### Συνεδριακός Τουρισμός

Στον συνεδριακό τουρισμό υπάγονται κάθε είδος οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως, για παράδειγμα, τα συνέδρια ή οι συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετεχόντων και σε οποιοδήποτε επίπεδο, δηλαδή τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές.

### Εκθεσιακός Τουρισμός

Στον τουρισμό εκθέσεων υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις, που συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα, ώστε οι επισκέπτες τους να μπορούν να

συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού, όπως, για παράδειγμα, τουρισμό πόλης, μορφωτικό, κλπ.

### Τουρισμός Κινήτρων

Ο στόχος του τουρισμού αυτού είναι ένα αποτελεσματικότερο μέσο του σύγχρονου μάνατζμεντ για την αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων στις μεγάλες επιχειρήσεις. Για να επιτευχθούν οι στόχοι αυτοί, οι επιχειρήσεις προσφέρουν ομαδικά τουριστικά πακέτα GIT (Group Inclusive Tours), συνήθως για τουριστικούς προορισμούς στο εξωτερικό.

### Επαγγελματικός Τουρισμός

Επαγγελματικά ταξίδια είναι τα ταξίδια, που γίνονται "χάριν του επαγγέλματος". Είναι τα ταξίδια, που κάνουν οι διάφοροι επαγγελματίες για διάφορους επαγγελματικούς σκοπούς. Όταν οι επαγγελματίες κατά τη διάρκεια αυτών των ταξιδιών έχουν, εκτός τις επαγγελματικές, και τις τουριστικές δραστηριότητες, τότε αναπτύσσεται ο επαγγελματικός τουρισμός.

### Ορεινός Τουρισμός

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξή του, είναι η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων, που δένουν με το φυσικό περιβάλλον και διαθέτουν όσο το δυνατόν περισσότερους συμπληρωματικούς χώρους, όπως εστιατόρια, καφετέριες, κλπ.

### Χειμερινός Τουρισμός

Ο χειμερινός τουρισμός καλύπτει το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων, που πραγματοποιείται τους χειμερινούς μήνες και χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες, ανάλογα με τη δραστηριότητα.<sup>9</sup>

### Τουρισμός Περιπέτειας

Πρόκειται για μορφή τουρισμού με έντονο στοιχείο του απροσδόκητου, του άγνωστου και της έκπληξης, με φωτογραφικά σαφάρι, κωπηλασίες σε ορμητικούς χείμαρρους, κλπ.

---

<sup>9</sup> Μ. Λογοθέτης, Π. Φώκιαλη, Γ. Παπαδημήτρης, «Ανάπτυξη Χειμερινού Τουρισμού», Ινστιτούτο Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Ερευνών, Ρόδος 1996

### 3.2 Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΧΩΡΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΕΙΔΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

Ένας από τους σημαντικότερους λόγους, για τους οποίους η Ελλάδα παραμένει στην κορυφή των τουριστικών προορισμών του πλανήτη, είναι η πλούσια κληρονομιά της. Εκτός από τους πολυάριθμους αρχαιολογικούς χώρους, τα μνημεία και τα μουσεία της, η πολιτιστική κληρονομιά αντανακλάται και στους πολυάριθμους παραδοσιακούς οικισμούς, με την ιδιαίτερη αρχιτεκτονική τους, που βρίσκονται διάσπαρτοι σε όλη τη χώρα. Διατηρητέα κτίρια κοσμούν όχι μόνο τα αστικά κέντρα, αλλά και την Ελληνική ύπαιθρο, στα παράλια ή σε ορεινές περιοχές. Κάστρα, πύργοι και τείχη, μοναστήρια, εκκλησίες, γεφύρια, ανεμόμυλοι, ιστορικά κτίρια και παλιά βιομηχανικά κτίσματα με διαφορετικές χρήσεις σήμερα, συμπληρώνουν την πλούσια εικόνα.

Σύμφωνα με το ΥΠΑΝ, στον εναλλακτικό τουρισμό εντάσσονται οι ακόλουθες μορφές τουρισμού:

1. Συνεδριακός τουρισμός: οργάνωση συνεδρίων σε περιοχές, που προσφέρουν κι άλλες δυνατότητες.
2. Πολιτιστικός τουρισμός: πολιτιστικά συμβάντα, μνημεία, ιστορικές και πολιτισμικές διαδρομές.
3. Αθλητικός Τουρισμός: συνδυαζόμενος με αθλητικά γεγονότα, προπονήσεις ή ατομικό αθλητισμό, π.χ., ιστιοπλοΐα, ποδηλασία, κλπ.
4. Θρησκευτικός τουρισμός: εκκλησίες, μοναστήρια, πανηγύρεις.
5. Αγροτουρισμός: επισκέψεις σε προορισμούς, που έχουν διαμορφωθεί γύρω από υφιστάμενους αγροτουριστικούς πόρους.
6. Οικοτουρισμός: διαφύλαξη της ποιότητας του περιβάλλοντος και ανάδειξη των φυσικών πλεονεκτημάτων και της ιστορίας της περιοχής.
7. Συνδυασμοί όλων, ή κάποιων από αυτά τα είδη σε πακέτα, που περιέχουν γαστρονομία, ψυχαγωγία και ενημέρωση για τον πολιτιστικό πλούτο μίας ολόκληρης περιοχής.<sup>10</sup>

Η Ελλάδα είναι ένα ιδανικός προορισμός για τον **συνεδριακό τουρισμό**. Τα τελευταία χρόνια, και με αφορμή τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων της

---

<sup>10</sup> Κ. Μανωλαράκη «Το κοινό «εναλλάσσει» τις προτιμήσεις του», ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ, Τεύχος 186, Δεκέμβριος 2005.

Αθήνας 2004, κατασκευάστηκαν στην περιοχή της Αττικής ειδικές εγκαταστάσεις και αναπτύχθηκαν οι αναγκαίες υποδομές για τη διοργάνωση συνεδρίων, μεγάλου και μικρότερου μεγέθους. Εξάλλου, στις περισσότερες περιοχές της χώρας, οι σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες, αλλά και οι εξειδικευμένοι χώροι διοργάνωσης συνεδρίων μπορούν να προσφέρουν διευρυμένες δραστηριότητες και υπηρεσίες υψηλού επιπέδου. Σημειώνεται, πως η πρόσβαση σ' αυτές τις περιοχές, όπου υπάρχουν οι χώροι οργάνωσης συνεδρίων, είναι ιδιαίτερα εύκολη και σύντομη. Οι υποδομές αυτές, σε συνδυασμό με το εξαιρετο κλίμα, τις απaráμιλλες φυσικές της ομορφίες, το σπάνιο πολιτιστικό απόθεμα, την εξαιρετική γαστρονομία, τη φημισμένη φιλοξενία και την πλούσια νυκτερινή και πολιτιστική διασκέδαση, καθιστούν τη διοργάνωση συνεδρίων έναν από τους πλέον αναπτυσσόμενους και δυναμικούς τομείς για το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Παρ' όλα αυτά, η υγιής ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού προϋποθέτει τη δημιουργία ενός σύγχρονου μητροπολιτικού συνεδριακού κέντρου. Με λίγα λόγια, η συνεδριακή αγορά είναι η νέα μεγάλη αγορά ταξιδιών, στην οποία πρέπει να στραφεί η προσοχή μας, εστιάζοντας στην προσφορά των απαιτούμενων ποιοτικών υπηρεσιών, και πάντα, πλαισιώνοντας το προϊόν αυτό με τις απαιτούμενες υποδομές.

Ο **πολιτιστικός τουρισμός** έχει επίσης μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης στην Ελλάδα, καθώς είναι πλούσια σε μουσεία, ιστορικούς χώρους και αρχαιολογικούς χώρους, πινακοθήκες, βιβλιοθήκες, κτίρια με ιδιαίτερη αρχιτεκτονική, κ.α.

Η Ελλάδα, η χώρα, όπου γεννήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, είναι ιδανική για την ανάπτυξη του **αθλητικού τουρισμού**, καθώς και για την τέλεση των αθλητικών αγώνων. Τις τελευταίες δεκαετίες, στη χώρα διεξάγονται όλο και συχνότερα μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις σε πολλά σπορ (παγκόσμια πρωταθλήματα, πανευρωπαϊκοί αγώνες, σημαντικά διεθνή τουρνουά κ.α.), με κορυφαίο γεγονός τους Ολυμπιακούς Αγώνες 2004 στην Αθήνα. Οι αθλητικές αυτές διοργανώσεις συνέβαλαν σημαντικά στην κατασκευή, σε όλη την επικράτεια, πολλών σύγχρονων, μεγαλύτερων ή μικρότερων, αθλητικών εγκαταστάσεων, σταδίων και κέντρων προπόνησης για ένα ευρύ φάσμα αθλημάτων. Ο συνδυασμός του καλού κλίματος με τις εγκαταστάσεις αυτές θα μπορούσε να προσελκύσει αθλητές από όλο τον κόσμο κατά την περίοδο της αγωνιστικής προετοιμασίας τους. Η υγιής

στρατηγική ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα επιβάλλει να αξιοποιηθούν οι δυνατότητες αυτές.

Επιπλέον, η γεωμορφολογία και το κλίμα της χώρας επιτρέπουν την ανάπτυξη τόσο του χειμερινού, όσο και του θερινού αθλητικού τουρισμού. Για το θερινό, η Ελλάδα είναι άλλωστε πολύ γνωστή. Πέρα όμως από το μαζικό καλοκαιρινό τουρισμό, θα μπορούσαμε να επιμείνουμε και στην προσέλκυση τουριστών με ειδικά ενδιαφέροντα, όπως το windsurfing και οι καταδύσεις.

Στο **χειμερινό τουρισμό** συμπεριλαμβάνονται ο χιονοδρομικός και ο ορειβατικός, που θεωρούνται ταυτόχρονα και αθλητικοί. Ήδη λειτουργούν χιονοδρομικά κέντρα σε πολλές περιοχές της χώρας, όπως το Πήλιο, ο Παρνασσός, ο Όλυμπος, η Βασιλίτσα, το Βέρμιο, ενώ παράλληλα πολλά είναι τα ορεινά μονοπάτια, τα οποία τα τελευταία χρόνια, με την βοήθεια χρηματοδοτήσεων, αναβίωσαν και σηματοδοτήθηκαν, δημιουργώντας ένα ευρύ δίκτυο διαδρομών. Με λίγα λόγια, ο χειμερινός τουρισμός μπορεί να συμβάλλει ουσιαστικά στην άμβλυνση της εποχικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, με την προϋπόθεση της ορθής, μεθοδευμένης και ποιοτικής ανάπτυξης του.

Τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών δίνοντας δυνατότητες ανάπτυξης στον **θρησκευτικό τουρισμό**. Οι βυζαντινές και οι μεταβυζαντινές εκκλησίες με την αξιόλογη εικονογράφηση τους, τα ψηφιδωτά, τις τοιχογραφίες και τις σπάνιες εικόνες τους, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια, και τα προσκυνήματα της υπαίθρου, τα μοναστήρια, τα μετόχια και οι σκήτες, η μοναδική μοναστική πολιτεία του Αγίου Όρους και τα μοναστήρια των Μετεώρων, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση στις παραδόσεις και τη στενή και μακράιωνη διασύνδεση της τέχνης με τη θρησκευτική λατρεία.

Πλούσιο είναι όμως και το φυσικό περιβάλλον της Ελλάδας, μίας χώρας, που, παρ' ότι είναι μικρή σε έκταση, παρουσιάζει μια ιδιαίτερα πλούσια γεωμορφολογία: χιλιάδες ακτές, επιβλητικά βουνά, σπήλαια και φαράγγια, λίμνες, ποτάμια και μοναδικοί βιότοποι. Είναι σημαντικό, ότι το εύκρατο κλίμα της χώρας επιτρέπει στον τουρίστα-επισκέπτη να απολαύσει τις ομορφιές της σε διαφορετικές εποχές του χρόνου.



Το καλοκαίρι **τα νησιά** και οι παράκτιες πόλεις αποτελούν το κύριο μορφολογικό γνώρισμα του ελληνικού χώρου και ένα συστατικό τμήμα του πολιτισμού και της παράδοσης της χώρας. Η ελληνική επικράτεια περιλαμβάνει 6.000 νησιά και νησίδες, διάσπαρτα στα πελάγη του Αιγαίου και του Ιονίου, μοναδικό φαινόμενο στην ευρωπαϊκή ήπειρο, εκ των οποίων μόνο τα 227 είναι κατοικημένα. Το ελληνικό αρχιπέλαγος έχει ακτές συνολικού μήκους 7.500 χλμ., που παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλομορφία: παραλίες με μήκος πολλών χιλιομέτρων, μικροί κόλποι και ορμίσκοι, αμμώδεις παραλίες με αμμοθίνες, βοτσαλωτές ακτές, παράκτιες σπηλιές με απόκρημνα βράχια και με τη χαρακτηριστική σκούρα άμμο. Επιπλέον, καθώς στα νησιά αυτά αναπτύχθηκαν μερικοί από τους παλαιότερους ευρωπαϊκούς πολιτισμούς (Κυκλαδικός, Μινωικός κ.λπ.), αυτά διαθέτουν και μοναδικούς αρχαιολογικούς χώρους, ξεχωριστή αρχιτεκτονική κληρονομιά και γοητευτικές τοπικές παραδόσεις ενός πολύχρονου πολιτισμού.

Η Ελλάδα είναι κατάλληλη χώρα και για τον **θαλάσσιο τουρισμό**, καθώς η ανοικτή θάλασσα θεωρείται τουριστικός προορισμός.<sup>11</sup> Ο θαλάσσιος τουρισμός διακρίνεται ανάλογα με τα μέσα, που χρησιμοποιούνται, δηλαδή τα κρουαζιερόπλοια και τα yachts. Η Ελλάδα και, κυρίως, το Αιγαίο πέλαγος είναι από τους δημοφιλέστερους προορισμούς για τα **κρουαζιερόπλοια**, λόγω της πλούσιας ιστορίας και της φήμης των νησιών (Ρόδος, Μύκονος, Πάτμος) και του ότι ανήκουν στην ευρύτερη περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου με πλούσια ιστορία και πολιτισμό, όπως είναι η Αίγυπτος, το Ισραήλ, η Τουρκία και η Κύπρος. Και τα **yachts** είναι μια μορφή τουρισμού, που τα τελευταία χρόνια γνωρίζει άνθηση σε όλο τον κόσμο, αλλά και στην Ελλάδα. Οι ιδιοκτήτες και οι ενοικιαστές έχουν την δυνατότητα να ταξιδεύουν όπου θέλουν, να επισκέπτονται ερημικές παραλίες, νησίδες, τις οποίες μπορεί να προσφέρουν τα νησιά του Αιγαίου.

Η φύση, εκτός από τα σπάνια τοπία και τις ιδιαίτερες φυσικές ομορφιές, «χάρισε» στην Ελλάδα και τις πηγές με σημαντικές θεραπευτικές ιδιότητες. Τα ιαματικά λουτρά αποτελούν μέρος του εθνικού πλούτου της χώρας, ενώ οι θεραπευτικές τους ιδιότητες ήταν γνωστές, ήδη, από τους αρχαίους χρόνους. Οι ιαματικοί φυσικοί πόροι είναι διάσπαρτοι στην ελληνική επικράτεια, ενώ τα νερά αυτά

---

<sup>11</sup> Μ. Κων. Σφακαινιάκης, «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα 2000, σ. 262

χαρακτηρίζονται ως μεταλλικά, εξ αιτίας της θερμοκρασίας ή της γενικής τους χημικής σύστασης. Εκτός από τις ψυχρές μεταλλικές πηγές, υπάρχουν και οι θερμοπηγές, με τις οποίες οικοδομήθηκε ένας κλάδος θεραπευτικής αγωγής, η ιαματική υδροθεραπεία. Με λίγα λόγια, ο **θεραπευτικός-ιαματικός τουρισμός** έχει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης. Στην Κρήτη λειτουργούν ήδη δύο κέντρα θαλασσοθεραπείας, εφοδιασμένα με το ειδικό σήμα λειτουργίας του Ε.Ο.Τ., και είναι υπό κατασκευή άλλα δύο.

Σ' αυτήν την κατηγορία της τουριστικής υποδομής περιλαμβάνονται, επίσης, τα 14 υδροθεραπευτήρια (ιδιοκτησίας Ε.Ο.Τ.), στα οποία εξυπηρετούνται ετησίως περί τα 100.000 άτομα, με 1.400.000 θεραπευτικές αγωγές (λούσεις, κλπ.) καθώς και δεκάδες άλλες ιαματικές πηγές, που τις λειτουργούν οι τοπικούς φορείς και που προσφέρουν στους επισκέπτες σύγχρονες υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών.<sup>12</sup>

Η Ελλάδα, με το εναλλασσόμενο και αντιφατικό φυσικό περιβάλλον και τα πλούσια οικοσυστήματα της, θεωρείται μια ιδανική χώρα για τον **οικολογικό τουρισμό**. Η δυνατότητα πολυάριθμων διαδρομών πεζοπορίας στα δάση, τους εθνικούς δρυμούς και τα ορεινά χωριά, η εξερεύνηση σπηλαίων και η απόλαυση λιμνών, ποταμών και καταρρακτών, η συμμετοχή σε δραστηριότητες extreme sport (κανόε-καγιάκ, rafting, monoraft, hydrospeed, canyoning, ποδήλατο βουνού κ.α.), που τα τελευταία χρόνια γνωρίζουν θεαματική άνοδο στην Ελλάδα, η διαμονή σε πρότυπες μονάδες **αγροτουρισμού**, που αναπτύσσονται σε όλη την επικράτεια και δίνουν τη δυνατότητα στον επισκέπτη να γνωρίσει την τοπική αρχιτεκτονική, πολιτισμική και γαστρονομική παράδοση, αλλά και τα προϊόντα, τις αγροτικές ασχολίες και την καθημερινή ζωή των κατοίκων κάθε περιοχής, είναι κάποιες από τις δυνατότητες, που προσφέρονται στον φυσιολάτρη επισκέπτη. Μπορεί κανείς να θαυμάζει τους υγρότοπους και άλλα φυσικά οικοσυστήματα, μπορεί να παρατηρήσει τα πολλά είδη πανίδας και χλωρίδας, να επισκεφτεί τα θαλάσσια δάση και άλλες οικολογικά ενδιαφέρουσες περιοχές. Μπορεί επίσης να λάβει μέρος σε κάποιο από τα πολλά εθελοντικά προγράμματα προστασίας της φύσης, τα οποία οργανώνουν φυσιολατρικές εκδρομές σε όλη την Ελλάδα.

---

<sup>12</sup> <http://www.gnto.gr> , τελευταία πρόσβαση 12/03/2006

Ανακεφαλαιώνοντας, τα τελευταία χρόνια, στην Ελλάδα αναπτύσσονται όλο και πιο συστηματικά οι ειδικές μορφές τουρισμού, που προσφέρουν τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να εμπλουτίσουν τις δραστηριότητές τους και με προγράμματα εξειδικευμένων δράσεων, όπως είναι ο θεραπευτικός-ιαματικός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο συνεδριακός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οικολογικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός κ.λπ. Έτσι, η χώρα αποτελεί πλέον έναν προσφιλή τουριστικό προορισμό, όχι μόνο για διακοπές «κλασσικού τύπου», αλλά και για όσους επιθυμούν να πραγματοποιήσουν εναλλακτικές διακοπές, αναζητώντας, εκτός από την ξεκούραση, και την απόλαυση των αξιοθέατων της χώρας και τη μοναδική εμπειρία, που προσφέρουν η φύση και τα «προϊόντα» της, ο θρησκευτικός πολιτισμός της αλλά και οι εξειδικευμένες υποδομές της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας.

### 3.3 ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΤΑ ΣΠΗΛΑΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΤΟΥ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Αναφέρθηκα στο προηγούμενο υποκεφάλαιο σε κάποιες από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες έχουν τις περισσότερες δυνατότητες ανάπτυξης στην Ελλάδα. Εδώ θα συνεχίσω με μια πιο λεπτομερή περιγραφή του οικολογικού τουρισμού στην χώρα, αφού η εργασία αυτή επικεντρώνεται στις δυνατότητες αξιοποίησης των σπηλαίων ως τουριστικό προϊόν, και είναι ένα προϊόν του οικολογικού τουρισμού.

Είναι γεγονός, ότι τα τελευταία χρόνια ο οικολογικός τουρισμός έχει γνωρίσει διεθνώς ταχύτατη εξέλιξη, μια τάση που αναμένεται να συνεχιστεί τα επόμενα χρόνια. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής στηρίζεται, αναδεικνύει και προστατεύει τα φυσικά και πολιτισμικά στοιχεία της χώρας ή της περιοχής, τα οποία και αποτελούν τους βασικούς πόλους έλξης για δραστηριότητες οικοτουριστικού χαρακτήρα. Η ανάπτυξη παραδοσιακών οικισμών, η προστασία και ανάδειξη βιοτόπων και εθνικών δρυμών αποτελούν βασικά συστατικά στοιχεία του οικοτουρισμού, σε συνδυασμό με εναλλακτικές δραστηριότητες και νέους τύπους τουριστικών καταλυμάτων.

Για την Ελλάδα, με τα πλούσια φυσικά, ιστορικά, αρχαιολογικά, πολιτιστικά, κλιματολογικά θέλγητρα, η ανάπτυξη του οικοτουρισμού πρέπει να αποτελεί έναν από τους βασικούς άξονες της τουριστικής στρατηγικής, καθώς στις σύγχρονες συνθήκες η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού μπορεί να αποτελέσει ένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας έναντι ενός συνεχώς εντεινόμενου διεθνούς ανταγωνισμού.

Επισκεπτόμενος διάφορες περιοχές της Ελλάδας, ο φυσιολάτρης περιηγητής έχει την ευκαιρία:

- ✚ να περιπλανηθεί στα αισθητικά δάση ή να εξερευνήσει τους εθνικούς δρυμούς, όχι μόνο στην ορεινή περιοχή, αλλά και σε ορισμένα νησιά ή κοντά σε ποταμούς και σε λίμνες,
- ✚ να απολαύσει τα υπέροχα μνημεία της φύσης, τα φαράγγια, **τα σπήλαια** και τους καταρράκτες,

- ✚ να παρατηρήσει και να θαυμάσει τα σπάνια είδη πουλιών, που φωλιάζουν ή καταφεύγουν στα παράκτια οικοσυστήματα, και τους υγρότοπους (βραχώδεις ακτές, αμμώδεις παραλίες, «δέλτα» ποταμών, λίμνες, κ.α.),
- ✚ να επισκεφθεί τα μοναδικά θαλάσσια πάρκα της Αλοννήσου και της Ζακύνθου, όπου βρίσκουν, αντίστοιχα, καταφύγιο δύο προστατευόμενα είδη, η μεσογειακή φώκια μονάχους-μονάχους και η θαλάσσια χελώνα καρέτα-καρέτα.

Η στροφή προς εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ο οικολογικός τουρισμός συμβάλλει στην:

- ✚ προστασία του τοπικού φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτισμικής κληρονομιάς,
- ✚ αναβαθμίζει ποιοτικά το παρεχόμενο τουριστικό προϊόν, και ταυτόχρονα
- ✚ προστατεύει και αναδεικνύει τους πόλους τουριστικής έλξης.

Στα πλαίσια αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού, συμπληρωμένης και από άλλες πτυχές, όπως ο πολιτιστικός τουρισμός, ο επιστημονικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός, **το σπήλαιο** μπορεί να παίξει κυρίαρχο ρόλο πόλου έλξης σε συνάρτηση με την περιοχή, στην οποία βρίσκεται. Έτσι τα σπήλαια θα μπορούσαν να ενταχθούν σε σύστημα φυσικών πάρκων και εθνικών βιότοπων, όπου αυτό είναι δυνατόν, κάτω από την λογική μιας πολιτικής, που αξιοποιεί όλο τον φυσικό πλούτο και την μεγάλη ποικιλία των οικοσυστημάτων, που διαθέτει η Ελλάδα. Στο πλαίσιο αυτό μπορούν να μετατραπούν σε φυσικά μνημεία με την ανάδειξη της φυσικής ομορφιάς, που διαθέτουν, και την προβολή της σύνδεσης τους με ιστορικά γεγονότα ή με στοιχεία αρχαίας μυθολογίας ή λαϊκής παράδοσης.

### 3.4 ΤΟ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΝΘΑΡΡΥΝΕΙ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΕΙΔΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

Παρατηρείται διεθνώς η αυξανόμενη ζήτηση για ήπιες και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που αξιοποιούν τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, στην κατεύθυνση της βιώσιμης ανάπτυξης. Η ζήτηση αυτή εμφανίζεται ως αντίδραση στον τρόπο ζωής στις πόλεις.

Παράλληλα, η ανάπτυξη προσφοράς εναλλακτικών μορφών τουρισμού εξασφαλίζει – από τη σκοπιά της χώρας - δέκτη τουριστικής ζήτησης- την πρόληψη των δυσμενών περιβαλλοντικών, οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού (περιβαλλοντική υποβάθμιση, κυρίως όταν οι δομές και μηχανισμοί προστασίας του περιβάλλοντος είναι ασθενείς, ενθάρρυνση παραοικονομίας, άνιση περιφερειακή ανάπτυξη, αυθαίρετες μεταβολές των χρήσεων γης, αυθαίρετη δόμηση, υποβάθμιση αστικού περιβάλλοντος, αλλοίωση πολιτιστικών χαρακτηριστικών των τοπικών κοινωνιών, κλπ.)

Συνάγεται, ότι ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό στοιχείο ανταγωνιστικότητας του σύγχρονου τουριστικού τομέα, καθώς συμβάλλει στον εμπλουτισμό της τουριστικής προσφοράς και στην διεύρυνση και διαφοροποίηση της τουριστικής ζήτησης.

Η Ελλάδα διαθέτει μεγάλες δυνατότητες διαφοροποίησης του τουριστικού της προϊόντος, απεγκλωβισμού από το μαζικό - παραθεριστικό τουρισμό χαμηλής απόδοσης, και, συνεπώς, ενίσχυσης της θέσης της στην ανταγωνιστική, διεθνή αγορά. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας, στο πεδίο των φυσικών πόρων και της πολιτιστικής κληρονομιάς, εφόσον αξιοποιηθούν, μπορούν να συμβάλουν καθοριστικά όχι μόνον στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, αλλά και στην άρση των περιφερειακών ανισοτήτων, μέσω και της ανάδειξης της ταυτότητας των μειονεκτικών περιοχών, εξασφαλίζοντας την αύξηση του εισοδήματος και της απασχόλησης και την υπέρβαση της γεωγραφικής και κοινωνικής απομόνωσής τους.

Όμως, παρά τα προαναφερόμενα πλεονεκτήματα, δεν υπάρχουν, σήμερα, επαρκείς υποδομές και υπηρεσίες, και γενικά δεν έχουν αξιοποιηθεί σε ικανοποιητικό βαθμό οι υφιστάμενες δυνατότητες.

Σε ένα διεθνές περιβάλλον ολοένα και πιο ανταγωνιστικό, το μέλλον του Τουρισμού στην Ελλάδα εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την **βελτίωση της ποιότητας υποδομών και υπηρεσιών του τομέα** καθώς και από τον **εμπλουτισμό και την διαφοροποίηση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος**.

Αυτές οι προτεραιότητες αποτελούν βασικές κατευθύνσεις της τουριστικής πολιτικής της χώρας και υλοποιούνται με κύρια εργαλεία τα τελευταία χρόνια το Β΄ Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (δηλαδή το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Τουρισμός Πολιτισμός», Υποπρόγραμμα «Τουρισμός», καθώς και τα ΠΕΠ/ Β΄Κ.Π.Σ., τα οποία βρίσκονται ήδη σε φάση ολοκλήρωσης) και το Γ΄Κ.Π.Σ., η υλοποίηση του οποίου μόλις ξεκίνησε.

Όσον αφορά στο Γ΄Κ.Π.Σ, οι δράσεις και οι πόροι του Τουρισμού ενσωματώθηκαν στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ» (ΕΠΑΝ), οι άξονες του οποίου ενθαρρύνουν, προωθούν και στηρίζουν την απασχόληση, την επιχειρηματικότητα, την καινοτομία, τη ποιότητα, δηλαδή στοιχεία, απαραίτητα για την επίτευξη ανταγωνιστικότητας για τον Ελληνικό Τουρισμό.

Πιο συγκεκριμένα οι βασική στόχοι πολιτικής, που υλοποιούνται μέσα από το ΕΠΑΝ ορίζονται ως εξής:

- Αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών σε όλους τους τομείς, που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν, και διατήρηση του επιπέδου της ποιότητας αυτής.
- Εμπλουτισμός της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος με την δημιουργία των υποδομών και την οργάνωση των ειδικών προϊόντων, τα οποία μπορούν να προσελκύσουν ζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Μείωση της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας.

- Ενίσχυση της προβολής της χώρας ως τουριστικού προορισμού.
- Αναδιάρθρωση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης.<sup>13</sup>

#### Αναλυτικότερα τα Μέτρα του ΕΠΑΝ:

ΜΕΤΡΟ 1.4 – Δομές υποστήριξης μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ)

ΜΕΤΡΟ 2.2 – Αναβάθμιση καταλυμάτων και ενίσχυση μικρομεσαίων τουριστικών

ΜΕΤΡΟ 3.2 – Προώθηση επιχειρηματικής αριστείας στις τουριστικές επιχειρήσεις

ΜΕΤΡΟ 5.1 – Ενίσχυση εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής - ΠΟΤΑ

ΜΕΤΡΟ 5.2 – Ολοκληρωμένες δράσεις εναλλακτικού τουρισμού – τουριστικά αγκυροβολιά

ΜΕΤΡΟ 5.3 – Τουριστική προβολή – μείωση εποχικότητας

ΜΕΤΡΟ 8.1 – Εκπαίδευση και κατάρτιση στον τομέα του τουρισμού

Ακολουθεί στην συνέχεια μια σύνοψη του **ΑΞΟΝΑ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 5** και του **ΜΕΤΡΟΥ 8.1**, οι κύριοι στόχοι των μέτρων και η στρατηγική επίτευξή τους.

#### Μ5.1 ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΕΙΔΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ – ΠΟΤΑ

Οι γενικότεροι στόχοι του μέτρου είναι:

**α) η διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και**

**β) η άμβλυνση της εποχικότητας της ζήτησης.**

Επίσης, το Μ5.1 συμβάλλει, στην επίτευξη των στόχων του ΑΠ1 «Βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος» και του ΑΠ3 «Προώθηση της επιχειρηματικής αριστείας» του ΕΠΑΝ.

Οι στόχοι του Μ5.1 (άμεσος και έμμεσος) θα επιτευχθούν με την προώθηση θεματικών μορφών τουρισμού, οι οποίες αναμένεται, αφ' ενός, να αυξήσουν και διαφοροποιήσουν την ζήτηση, προσελκύοντας την τουριστική πελατεία εξειδικευμένων ενδιαφερόντων και, αφ' ετέρου, να συνεπιφέρουν χρονική επέκταση της ζήτησης και άμβλυνση της εποχικότητας, την οποία επιβάλλει ο κυρίαρχος σήμερα οργανωμένος παραθεριστικός τουρισμός.

<sup>13</sup> [www.antagonisticotita.gr](http://www.antagonisticotita.gr)



Αναλυτικότερα, προβλέπεται να ενταχθούν όλες οι ιδιωτικές επενδύσεις σε εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής για την ανάπτυξη των θεματικών μορφών τουρισμού (μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, υδροθεραπευτήρια, χιονοδρομικά κέντρα, κέντρα αθλητικού - προπονητικού τουρισμού κ.α. ), που υλοποιούνται μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου.

Στο Μ.5.1 προβλέπεται να ενταχθεί και η Περιοχή Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (Π.Ο.Τ.Α.) Μεσσηνίας, της οποίας θα εγκριθεί εντός ολίγου η οριοθέτηση. Η στρατηγική για την δημιουργία ΠΟΤΑ, που αποτελεί ενισχυμένη μορφή επένδυσης του αναπτυξιακού νόμου, έχει ήδη ολοκληρωθεί και θεσμοθετηθεί<sup>14</sup>. Η Π.Ο.Τ.Α. θα αποτελέσει πρότυπη παρέμβαση (δημιουργία ολοκληρωμένης τοπικής αγοράς σε μη ανεπτυγμένη περιοχή), η οποία λόγω του κόστους της, αλλά και του καινοτόμου - ολοκληρωμένου χαρακτήρα της, αποτελεί έργο εθνικής σημασίας. Αποτέλεσμα της δημιουργίας της, θα είναι η προσθήκη ενός νέου, ιδιαίτερα ποιοτικού και διαφοροποιημένου, προορισμού στη συνολική τουριστική προσφορά της Χώρας.

Το Μ.5.1 αποσκοπεί στην υλοποίηση της στρατηγικής προτεραιότητας της διαφοροποίησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μέσω της ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού.

#### Μ5.2 ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΓΚΥΡΟΒΟΛΙΑ

Καταγεγραμμένοι στόχοι του Μέτρου είναι:

- α) η διαφοροποίηση και ο εμπλουτισμός του ελληνικού τουριστικού προϊόντος,**
- β) η άμβλυση της εποχικότητας της ζήτησης, μέσω της αξιοποίησης των φυσικών πόρων, της πολιτιστικής κληρονομιάς και του νησιωτικού χαρακτήρα της χώρας, ως συγκριτικών πλεονεκτημάτων της έναντι των ανταγωνιστών της στο χώρο της Μεσογείου.**

<sup>14</sup> Αναπτυξιακός Νόμος ΚΥΑ ΑΠ Τ/3522/09.07.98, ΦΕΚ 822/Β/98

Δια των στόχων αυτών, υλοποιούνται οι προτεραιότητες «Εμπλουτισμός της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος» και «Μείωση της εποχικότητας» του Γ'ΚΠΣ.

Το Μέτρο θα υλοποιηθεί μέσω τεσσάρων (4) Δράσεων:

Δράση 5.2.1: Δημιουργία δικτύων πολιτιστικών στοιχείων, διαδρομών πολιτιστικού τουρισμού και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Δράση 5.2.2: Παρεμβάσεις υποστήριξης επιχειρήσεων του Τουριστικού Τομέα για αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος:

Δράση 5.2.3: Κατασκευή τουριστικών αγκυροβολίων.

Δράση 5.2.4: Δράσεις για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού.

Τα προγράμματα αυτά εντάσσονται στο ΕΠΑΝ, πρώτον λόγω της εθνικής σημασίας των φυσικών πόρων και των πολιτιστικών στοιχείων, τα οποία επιδιώκεται να ενταχθούν στο τουριστικό προϊόν και να αναδειχθούν, ως «τουριστικοί πόροι», και, δεύτερον, λόγω του καινοτόμου και ολοκληρωμένου χαρακτήρα και των υψηλών ποιοτικών απαιτήσεων των παρεμβάσεων.

Στο Μ.5.2 θα εντάσσονται πλήρη προγράμματα, που θα περιλαμβάνουν:

- Υποδομές
- Οργάνωση λειτουργίας
- Διαχείριση επισκεπτών
- Φορείς διαχείρισης
- Ενημερωτικό υλικό και προβολή.

M5.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ – ΜΕΙΩΣΗ  
ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η αποτελεσματικότητα των προσπαθειών εμπλουτισμού και αναβάθμισης της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών, επέκτασης και διαφοροποίησης της ζήτησης μέσω νέων μορφών τουρισμού (θεματικού, ήπιου εναλλακτικού), επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, κλπ., που άρχισαν να επιχειρούνται στο Β'ΚΠΣ και οι οποίες επεκτείνονται και γίνονται συστηματικότερες στο Γ'ΚΠΣ, εξαρτάται σε πολύ σημαντικό βαθμό από την πληρότητα και ευστοχία της προβολής τους.

Καταγεγραμμένοι στόχοι του Μέτρου είναι:

**α) Η ενίσχυση της παρουσίας της Χώρας στις τουριστικές αγορές της, η αξιοποίηση νέων αγορών ή τμημάτων αγορών και η σταδιακή δραστηριοποίηση και συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στις ευθύνες και στο κόστος της τουριστικής προβολής.**

**β) Η συμβολή στην αύξηση της ζήτησης των ανεπτυγμένων κυρίως τουριστικών περιοχών (που διαθέτουν την αναγκαία και κατάλληλη για τη χειμερινή περίοδο τουριστική υποδομή και είναι σε θέση να συνθέσουν ένα πλήρες προϊόν, που να περιλαμβάνει τις αναγκαίες συμπληρωματικές υπηρεσίες και δραστηριότητες), κατά την εκτός αιχμής περίοδο.**

Το Μέτρο θα υλοποιηθεί μέσω δύο (2) Δράσεων:

Δράση 5.3.1: Σχέδια τουριστικής προβολής του ΕΟΤ, που τελούν σε συνέργια με ανάλογα σχέδια του Ιδιωτικού Τομέα.

Δράση 5.3.2: Σχέδια άμβλυνσης εποχικότητας με δράσεις προσέλκυσης ζήτησης εκτός τουριστικής περιόδου σε περιοχές της χώρας, οι οποίες διαθέτουν κατάλληλο τουριστικό προϊόν

Η τουριστική προβολή αποτελεί σημαντικό στοιχείο ανταγωνιστικότητας στην παγκόσμια τουριστική αγορά, καθώς διαμορφώνει την εικόνα του τουριστικού τομέα και των επί μέρους κλάδων και δραστηριοτήτων του και συμβάλλει στην

βελτίωση της θέσης του στις αγορές του και στη διεύθυνση σε νέες αγορές ή τμήματα αγορών. Η χρήση των σύγχρονων επικοινωνιακών μέσων έχει επιφέρει δραστικές αλλαγές στους τρόπους και τα μέσα της τουριστικής προβολής και διαφήμισης, με αποτέλεσμα οι χώρες, που πραγματοποιούν σημαντικές επενδύσεις σε αυτό το πεδίο, να αναδεικνύονται συχνά περισσότερο ανταγωνιστικές από εκείνες, που διαθέτουν ουσιαστικότερα συγκριτικά πλεονεκτήματα στο τομέα του τουρισμού.

**Η εξασφάλιση ενός ικανοποιητικού και σταθερού προϋπολογισμού προβολής και η εστίαση σε συγκεκριμένες ομάδες-στόχους, με βάση εξειδικευμένη και αξιόπιστη έρευνα αγοράς, αποτελεί στόχο, ο οποίος δεν είναι δυνατόν να επιδιωχθεί μόνο μέσω του Γ ΚΠΣ, αλλά απαιτεί σημαντικούς εθνικούς πόρους.**

Γι' αυτό, στα πλαίσια του Μ.5.3, εντάσσονται δράσεις που συμπληρώνουν ή εξειδικεύουν περαιτέρω την ετήσια διαφημιστική εκστρατεία και τις λοιπές ενέργειες μάρκετινγκ του ΕΟΤ. Πρόκειται για δράσεις έρευνας αγοράς, εκπόνησης σχεδίου προβολής και ενέργειες προβολής, παράλληλα χρηματοδοτούμενες από τον Ιδιωτικό Τομέα.

#### Μ8.1 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στον τομέα του Τουρισμού ο ανθρώπινος παράγοντας αποτελεί καθοριστικής σημασίας παράμετρο για την επίτευξη των στρατηγικών προτεραιοτήτων, που έχουν τεθεί στην προγραμματική περίοδο 2000-2006 και αποβλέπουν:

- α) Στον εμπλουτισμό και τη διαφοροποίηση της σύνθεσης του «τουριστικού προϊόντος»**
- β) Στην αναβάθμιση και βελτίωση της ποιότητας των προσφερομένων τουριστικών υπηρεσιών**
- γ) Στον εκσυγχρονισμό των τουριστικών επιχειρήσεων της χώρας**
- δ) Στη μείωση της εποχικότητας των τουριστικών δραστηριοτήτων**

Οι δραστηριότητες του Τουριστικού Τομέα συμβάλλουν σε σημαντικό βαθμό στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και στην αύξηση της απασχόλησης. Παρ' όλη τη σημασία όμως του τομέα στη συνολική ανάπτυξη της χώρας, παρατηρούνται ουσιαστικά ελλείμματα γνώσεων, δεξιοτήτων και συμπεριφοράς και περιορισμένη εξειδίκευση στο ανθρώπινο δυναμικό, που δραστηριοποιείται είτε ως επιχειρηματίες, είτε ως μισθωτοί στον τουριστικό τομέα. Αυτό έχει σαν συνέπεια τη μείωση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων.

Η οικονομική δομή, που ευνοούσε άτομα χωρίς προσόντα να εισέρχονται στην Τουριστική αγορά εργασίας, είναι ένα φαινόμενο, το οποίο μέσα στα πλαίσια της Ενωμένης Ευρώπης και της αύξησης του ανταγωνισμού στις νέες έντονα διεθνοποιημένες συνθήκες της παγκόσμιας τουριστικής οικονομίας, εμποδίζει την προσαρμογή της χώρας μας στις συνθήκες αυτές, αφού συνεπάγεται έλλειψη ικανού και επαρκώς εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού, μια έλλειψη που δημιουργεί εμπόδια στην επίτευξη της οικονομικής ανάπτυξης.

Επομένως η Τουριστική Εκπαίδευση και η Κατάρτιση καλείται να παίξει ένα καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη του ανθρώπινου κεφαλαίου ώστε να αναστραφεί η τάση που παρατηρείται και να διαμορφωθούν οι κατάλληλες συνθήκες και προϋποθέσεις για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας του Τουριστικού Τομέα και την ανακοπή της ανεργίας των νέων.

Στόχος του Μέτρου είναι η ριζική αναδιάρθρωση και αναμόρφωση της προσφερόμενης τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης, προκειμένου να προετοιμασθεί το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό ποιοτικά και ποσοτικά, που θα υποστηρίξει την υλοποίηση της επιδιωκόμενης βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού, την αναβάθμιση και εκσυγχρονισμό των τουριστικών υπηρεσιών και την προσφορά διαφοροποιημένων τουριστικών προϊόντων.

Ανακεφαλαιώνοντας, ο Άξονας Προτεραιότητας 5 του ΕΠΑΝ αφορά τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και την προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού. Με τον εμπλουτισμό της ειδικής τουριστικής υποδομής μέσω ιδιωτικών επενδύσεων, τις ολοκληρωμένες δράσεις εναλλακτικού τουρισμού,

τη δημιουργία τουριστικών αγκυροβολίων θα επιτευχθεί η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος. Με την ενίσχυση της προβολής της χώρας που θα επικεντρώνεται σε ειδικές ομάδες – στόχους, καθώς και μέσω ειδικών δράσεων για τη προσέλκυση τουρισμού κατά τη χειμερινή περίοδο, θα ενισχυθεί η προσπάθεια προβολής της χώρας ως τουριστικού προορισμού και θα μειωθεί η εποχικότητα.

Ο εμπλουτισμός της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος θα προωθηθεί με τη δημιουργία υποδομών για εναλλακτικές μορφές τουρισμού, με βάση περιφερειακής στρατηγικής για κάθε μορφή τουρισμού.

Η ενίσχυση της προσπάθειας για την προβολή της χώρας θα επιτευχθεί μέσω της εξασφάλισης ενός ικανοποιητικού και σταθερού προϋπολογισμού προβολής που θα εστιάζεται σε συγκεκριμένες ομάδες – στόχους, με βάση εξειδικευμένη και αξιόπιστη έρευνα αγοράς.

Η Τουριστική Εκπαίδευση και η Κατάρτιση θα παίξει ένα καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη του ανθρωπίνου κεφαλαίου ώστε να αναστραφεί η τάση που παρατηρείται, όπως η έλλειψη ικανού και επαρκώς εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού, για να δημιουργηθεί τουριστική συνείδηση, να διαμορφωθούν κατάλληλες συνθήκες και προϋποθέσεις για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας του Τουριστικού Τομέα και για την ανακοπή της ανεργίας των νέων.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Σ. Βαρβαρέσος, «Τουρισμός-έννοιες, μεγέθη, δομές», Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα 1999, σ. 76

Γ. Ν. Ηγουμενάκης, «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', Εκδόσεις INTERBOOKS, Αθήνα 1991, σελ. 156

Μ. Κ. Σφακαινάκης, «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», Αθήνα 2000, σελ. 262

Μ. Λογοθέτης, Π. Φώκιαλη, Γ. Παπαδημήτρης, «Ανάπτυξη Χειμερινού Τουρισμού», Ινστιτούτο Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Ερευνών, Ρόδος 1996

Μ. Κων. Σφακαινάκης, «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα 2000, σ. 262

Κ. Μανωλαράκη «Το κοινό «εναλλάσσει» τις προτιμήσεις του», ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ, Τεύχος 186, Δεκέμβριος 2005.

Αναπτυξιακός Νόμος ΚΥΑ ΑΠΤ/ 3522/09.07.1998, ΦΕΚ 822/ Β/ 98

[www.gnto.gr](http://www.gnto.gr)

[www.antagonisticotita.gr](http://www.antagonisticotita.gr)

## 4. ΔΙΕΘΝΗΣ ΣΠΗΛΑΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### 4.1 ΤΑ ΣΠΗΛΑΙΑ

Τα σπήλαια, κάποια από αυτά εξαιρετικά διακοσμημένα είναι από τις πιο ανεξερεύνητες υπόγειες περιοχές της γης.

Με τον όρο **σπήλαιο** χαρακτηρίζεται κάθε φυσική κοιλότητα στο φλοιό της γης, μικρή η μεγάλη, οριζόντια ή κατακόρυφη, διαστάσεων τουλάχιστον 5 χιλιομέτρων και επικοινωνεί με την επιφάνεια.

Για την δημιουργία ενός σπηλαίου υπάρχουν διάφορες αιτίες. Τα καρστικά σπήλαια είναι τα σπήλαια που δημιουργούνται από την διαβρωτική επίδραση του νερού. Το βροχερό νερό εμπλουτισμένο με διοξείδιο του άνθρακα που υπάρχει στην ατμόσφαιρα και με φυτικά κατάλοιπα, που βρίσκονται στο έδαφος διαλυθεί το ανθρακικό ασβέστιο και περνάει μέσα από τις ρωγμές προχωρώντας όλο και πιο βαθιά. Έτσι, με το πέρασμα χιλιάδων ετών δημιουργούνται οι σταλακτίτες οι οποίοι ογκώνονται από την οροφή και παίρνουν διάφορες μορφές ανάλογα με την σταγονοροή. Παράλληλα με τις σταγόνες που πέφτουν στο έδαφος από τους σταλακτίτες σχηματίζονται οι σταλαγμίτες. Κάποτε σταλαγμίτες και σταλακτίτες ενώνονται και σχηματίζουν σταλακτιτικούς τοίχους, που χωρίζουν το σπήλαιο σε θαλάμους. Ανάλογα με τη σταγονοροή, το ύψος της οροφής και κλιματολογικές συνθήκες του σπηλαίου δημιουργούνται τα διάφορα είδη του σταλακτιτικού και σταλαγματικού διακόσμου.<sup>15</sup>

Σχεδόν όλα τα σπήλαια έχουν σταθερή θερμοκρασία 16-17° βαθμούς Κέλσιου σε όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Τα περισσότερα σπήλαια δημιουργήθηκαν από τη διαδικασία που περιγράφεται πιο πάνω, είναι γνωστά σαν Καρστικά σπήλαια, από την ομώνυμη περιοχή στα Ιταλό – Γιουγκοσλαβικά σύνορα, η οποία είναι γεμάτη σπήλαια.

Τα σπήλαια δημιουργούνται επίσης από σχηματισμούς γύψου (π.χ., Μπολώνια, Ιταλία) και άλατος (Ισραήλ) αλλά αυτό είναι πιο σπάνιο φαινόμενο.

---

<sup>15</sup> Α. Πετροχείλου, «Τα Ελληνικά Σπήλαια», Αθήνα 1994, σ. 4



Τα σπήλαια μπορεί επίσης να παρουσιαστούν σε σχηματισμούς ηφαιστειακών βράχων όπου η λάβα ή τα αέρια από μια ηφαιστειακή έκρηξη άφησαν κοιλώματα. Τα σπήλαια της Σικελίας είναι παράδειγμα σχηματισμού αυτού του είδους.

Τα σπήλαια μπορεί επίσης να δημιουργηθούν από τον άνεμο, σε περιοχές που οι άνεμοι είναι ισχυροί και οι βράχοι μαλακοί. Αυτά λέγονται αιολικά σπήλαια.

Το μεγαλύτερο σύστημα σπηλαίων στον κόσμο είναι το Σπήλαιο Μαμούθ στις ΗΠΑ που εκτείνεται στα 600 χλμ.

Το βαθύτερο κάθετο χάσμα που είναι γνωστό, που πέφτει 1600μ. κάτω από την επιφάνεια της γης, βρίσκεται στη Γαλλία.

Ο βαθύτερος φυσικός λάκκος στον κόσμο είναι ο «El Sotano» στο Μεξικό, με βάθος 415μ. Με δεύτερο τον λάκκο «Προβατίνα» στην Άστρακα στην Ήπειρο (Ελλάδα) βάθους 404 μέτρων.

Ο βαθύτερος λάκκος σε παγετώνα βρίσκεται στη Γροιλανδία, είναι 123 μέτρα βαθύς και εξερευνήθηκε το 1989.

Από τα αξιοποιημένα σπήλαια στη Ελλάδα το περισσότερο γνωστό παγκοσμίως είναι το σπήλαιο «Γλυφάδας Δυρού», το οποίο εκτείνεται σε μια επιφάνια των 10 χλμ. και χαρακτηρίστηκε το ωραιότερο του κόσμου στο είδος του (λιμναίο) ανάμεσα σε άλλα δύο: Zaita Βηρυτού, Padirac Γαλλίας. Επίσης, το σπήλαιο «Περάματος» με τα 1,5 χλμ. από θαλάμους και το οποίο συγκαταλέγεται ανάμεσα στα ωραιότερα των Βαλκανίων, το σπήλαιο «Των Λιμνών» δίπλα στην Καστριά – Καλάβρυτα με τις 13 κλιμακωτές λίμνες της και το σπήλαιο «Πετραλώνων» Χαλκιδικής όπου ανακαλύφθηκαν πολλά οστά των ζώων και το κρανίο του αρχανθρώπου.

## 4.2 Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΓΕΝΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΣΠΗΛΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ανάγκη κοινωνικοποίησης ενός πολιτισμικού αγαθού και η έντονη επιθυμία του ευρύτερου κοινού να γνωρίσει τη μαγεία ενός υπόγειου φυσικού μνημείου, συναντώνται στο εσωτερικό των τουριστικών σπηλαίων, όπου κατά κανόνα το μυστήριο διαλύεται αυτόματα κάτω από το φως των προβολέων και τις οδηγίες των ξεναγών. Ωστόσο αυτό δεν εμποδίζει χιλιάδες τουρίστες κάθε χρόνο να επισκέπτονται τα σπήλαια σε όλο τον κόσμο.

Σήμερα, υπάρχει μια σημαντική αύξηση του αριθμού των επισκεπτών και του αριθμού των τουριστικά διαθέσιμων σπηλαίων, που σηματοδοτεί την ανάπτυξη του σπηλαιολογικού τουρισμού. Βεβαίως, η ακριβής κατάσταση του σπηλαιολογικού τουρισμού διαφέρει από τις χώρες με ώριμο σπηλαιολογικό τουρισμό και με μεγάλη παράδοση σε αυτόν τον τουριστικό κλάδο, από τις χώρες όπου ο σπηλαιολογικός τουρισμός είναι μια νέα δραστηριότητα. Οι νέες τάσεις που επικρατούν σήμερα στη διοίκηση των σπηλαίων και ο βαθμός ανάπτυξης του σπηλαιολογικού τουρισμού σε κάθε περιοχή, μπορούν να επηρεάσουν τον τουρισμό των χωρών αυτών με ποικίλους τρόπους. Με λίγα λόγια, νέοι προσανατολισμοί επηρεάζουν όλα τα τουριστικά σπήλαια και τον τρόπο διαχείρισής τους.

Τον 19<sup>ο</sup> και πολύ περισσότερο τον 20<sup>ο</sup> αιώνα ο σπηλαιολογικός τουρισμός και τα επισκέψιμα σπήλαια άρχισαν να αναπτύσσονται. Σλοβενία, Γαλλία και Ιταλία άνοιξαν από πολύ νωρίς τα σπήλαια τους στους επισκέπτες. Χώρες όπως η Αμερική και η Ισπανία τις ακολούθησαν. Σήμερα, υπάρχουν πολλά επισκέψιμα σπήλαια σε χώρες που διαθέτουν σπήλαια. Μπορούμε να πούμε κατά συνέπεια ότι με την ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού και της τουριστικής βιομηχανίας, ο σπηλαιολογικός τουρισμός άρχισε επίσης να αναπτύσσεται. Σήμερα υπάρχουν πολύ περισσότερα επισκέψιμα σπήλαια και πολύ περισσότεροι επισκέπτες σε αυτά απ' ό,τι έχουν υπάρξει ποτέ στην Ιστορία ή στην συγκεκριμένη περίπτωση στην Προϊστορία. Είναι επίσης ξεκάθαρο ότι αυτή η αύξηση των επισκέψιμων σπηλαίων και του συνολικού αριθμού των επισκεπτών θα συνεχίσει παρά τις προσωρινές πτώσεις.

Είναι γεγονός ότι η σπουδαιότητα των τουριστικά αξιοποιημένων σπηλαίων διαφέρει από χώρα σε χώρα. Ο αριθμός των επισκεπτών, τα οργανωμένα συστήματα επίσκεψης, τα έσοδα από τις επισκέψεις, τα πρότυπα ποιότητας και το επίπεδο συντήρησης των τουριστικά αξιοποιημένων σπηλαίων διαφέρουν από σπήλαιο σε σπήλαιο, ακόμα και στην ίδια χώρα ή ίδια περιοχή.

Στο κεφάλαιο αυτό δεν θα εξεταστεί η κατάσταση των χωρών και των τουριστικά αξιοποιημένων σπηλαίων, αλλά είναι απαραίτητο να αναφερθούν οι τρεις διαφορετικές κατηγορίες χωρών σε σχέση με την ανάπτυξη του σπηλαιολογικού τουρισμού τους.

1) Χώρες με **ώριμη σπηλαιολογική βιομηχανία** (Ισπανία, Γαλλία, Σλοβενία, Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, Αυστραλία) και με μεγάλη παράδοση στον κλάδο των τουριστικών σπηλαίων. Τα τουριστικά σπήλαια στις χώρες αυτές είχαν μεγάλη ανάπτυξη στο παρελθόν. Και ακόμα και σήμερα καινούργια σπήλαια αξιοποιούνται με μεγάλη επιτυχία. Τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα επισκέψιμα σπήλαια στις χώρες αυτές είναι:

- α) τα λάθη που έγιναν στο παρελθόν είναι δύσκολο να διορθωθούν, και
- β) είναι δύσκολο να γίνει δεκτή η μεγάλη αύξηση του αριθμού των επισκεπτών.

2) **Χώρες μεγάλου επιπέδου ανάπτυξης** όπου τα τουριστικά σπηλαία έχουν αναπτυχθεί μέχρι ένα συγκεκριμένο σημείο και έχουν ακόμα μεγάλες πιθανότητες για ανάπτυξη (Ελλάδα, Αυστρία, Ιταλία, κ.α.). Αυτές οι χώρες ερχόμενες στον κλάδο των τουριστικών σπηλαίων αργότερα, μπόρεσαν να μάθουν από τα λάθη των άλλων στο παρελθόν και κατά συνέπεια έχουν τη δυνατότητα υψηλών επιπέδων ανάπτυξης και εύκολη προσέλκυση των επισκεπτών.

3) Και τέλος, **χώρες όπου ο σπηλαιολογικός τουρισμός είναι μια νέα δραστηριότητα**. Αυτές οι χώρες έχουν επίσης τη δυνατότητα να εκμεταλλευτούν τις ήδη υπάρχουσες γνώσεις από τις χώρες με ώριμο σπηλαιολογικό τουρισμό για τα τουριστικά σπήλαια και μπορούν να επωφεληθούν από το μεγάλο ενδιαφέρον

που παρουσιάζουν σήμερα οι τουρίστες για τα σπήλαια<sup>16</sup>. Παρ' όλα αυτά πρέπει να σημειωθεί ότι σ' αυτές τις χώρες με καθόλου παράδοση στα επισκέψιμα σπήλαια μπορούν να γίνουν μεγάλα λάθη, αν οι managers δεν είναι διατεθειμένοι να μάθουν από τις άλλες εμπειρίες.

Όπως και να είναι, ανεξάρτητα της χώρας και της κατάστασης της στον σπηλαιολογικό τουρισμό σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες, ο σπηλαιολογικός τουρισμός αναπτύσσεται. Επιπλέον ανεξάρτητα του επιπέδου της κάθε χώρας όλα τα επισκέψιμα σπήλαια αντιμετωπίζουν –λίγο πολύ– νέες προκλήσεις προερχόμενες από νέες τάσεις που επικρατούν στον τουρισμό και στην διοίκηση των σπηλαίων.

Ο παγκόσμιος τουρισμός έχει υποστεί ένα μεγάλο πλήγμα στα τελευταία δύο χρόνια του 21<sup>ου</sup> αιώνα. Οι συνέπειες της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου και οι δύσκολες οικονομικές συνθήκες σε πολλές χώρες έχουν μειώσει το συνολικό εισόδημα της τουριστικής βιομηχανίας και υπάρχει μια πτώση στον αριθμό των ταξιδιών και των ταξιδιωτών. Παραδείγματος χάριν, στην Ισπανία – μία από τις κυρίαρχες χώρες παγκοσμίως στον τουρισμό – σημειώνεται μια πτώση πάνω από 7% σε εισπράξεις από τον τουρισμό στους πρώτους 6 μήνες του 2002. Κι ας σημειωθεί ότι η Ισπανία είναι μια από τις χώρες που έχει πληγεί λιγότερο από την τωρινή κατάσταση του Παγκόσμιου Τουρισμού.

Παρά την κατάσταση που περιγράφηκε παραπάνω μπορεί να ειπωθεί ότι τα επισκέψιμα σπήλαια σε γενικές γραμμές δεν έχουν πληγεί τόσο πολύ. Βέβαια υπάρχουν τεράστιες διαφορές στο πώς τα μεμονωμένα επισκέψιμα σπήλαια συμπεριφέρονται τα τελευταία χρόνια. Μερικά αντιμετωπίζουν μεγάλα προβλήματα και μεγάλες πτώσεις στον αριθμό των επισκεπτών. Αλλά έχουν περάσει μια περίοδο στασιμότητας, χωρίς να σημειώνουν βελτίωση ή «παρακμή» σε σχέση με το παρελθόν. Γενικότερα μπορεί να σημειωθεί ότι παρά τα προβλήματα τους, όλα τα επισκέψιμα σπήλαια υφίστανται μια παγκόσμια δύσκολη περίοδο χωρία να «υποφέρουν» σε υπερβολικό βαθμό.

---

<sup>16</sup> Jorge Cabezas, ISCA President, άρθρο «New trends in cave management», 4<sup>th</sup> International ISCA Congress «Use of modern technologies in the development of caves for tourism», 2002, σ.124

Αργά ή γρήγορα η τωρινή κατάσταση θα εξελιχθεί θετικά. Και ανεξάρτητα από την τωρινή κρίση, όλες οι μελέτες προβλέπουν ότι ο 21<sup>ος</sup> αιώνας θα είναι ο αιώνας του τουρισμού και των δραστηριοτήτων αναψυχής. Αλλά οι managers των επισκέψιμων σπηλαίων θα πρέπει να προσαρμοστούν σε μια καινούργια κατάσταση, όπου οι απαιτήσεις των επισκεπτών, της κυβέρνησης και της κοινής γνώμης, έχουν αλλάξει ή αλλάζουν, μια νέα κατάσταση όπου νέες μέθοδοι, νέες προσεγγίσεις και εργαλεία χρειάζεται να τεθούν σε λειτουργία .

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑΣ

### 4.3 ΝΕΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΣΠΗΛΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Μέχρι πρόσφατα ο σκοπός των επισκεπτών ενός σπηλαίου ήταν να δουν έναν θαυμάσιο χώρο και να απολαύσουν την ομορφιά και το μυστήριο του. Η ομορφιά της υπόγειας φύσης, η εμπειρία μιας επίσκεψης, η επιθυμία να έρθει κανείς σε επαφή με έναν μυστηριώδη κόσμο ήταν τα σχετικά κίνητρα για την προσέλκυση των επισκεπτών σε σπήλαια.

Αυτό ίσχυε μέχρι το σημείο όπου οι επισκέψεις προορίζονταν να δείξουν τα πιο όμορφα σημεία του σπηλαίου και προσπαθούσαν πάντα – με σκοπό βέβαια να προσελκύσουν τον κόσμο – να δείξουν ξεκάθαρα ότι το συγκεκριμένο σπήλαιο είναι το πιο σημαντικό ή ξεχωριστό σε σχέση με τα υπόλοιπα του είδους του. Αν αυτό συνέβαινε στο παρελθόν, δεν ισχύει πλέον ή τουλάχιστον μόνο σε έναν ορισμένο βαθμό.

Σήμερα, όταν κάποιος αγοράζει ένα εισιτήριο για να επισκεφτεί ένα τουριστικό σπήλαιο, περιμένει κάτι παραπάνω από μια αισθητική εμπειρία ομορφιάς, μυστηρίου και φαντασίας. Τις περισσότερες φορές οι επισκέπτες θέλουν να μάθουν για το σπήλαιο, και απαιτούν συγκεκριμένες πληροφορίες όλο και περισσότερο. Συχνά, γνωρίζουν ήδη αρκετά πράγματα για το σπήλαιο. Μερικές φορές έχουν επισκεφτεί και άλλα σπήλαια και μπορούν να συγκρίνουν αυτό που βλέπουν και το πώς τους παρουσιάζεται αυτό που βλέπουν. Σ' αυτό το σημείο, οι επισκέπτες αρχίζουν και προσέχουν κατά πόσο το σπήλαιο είναι καλά διατηρημένο και ασφαλές είναι για τους επισκέπτες. Γι' αυτούς είναι επίσης σημαντικό η επίσκεψη να λαμβάνει χώρα κάτω από άνετες συνθήκες. Με λίγα λόγια η κατάσταση αλλάζει συνεχώς.

Στο παρελθόν, η επέμβαση της δημόσιας διοίκησης στην λειτουργία και διαχείριση των σπηλαίων ήταν ελάχιστη. Σήμερα οι κυβερνήσεις και η δημόσια διοίκηση έχουν επιβάλλει καινούργιους κανόνες, πιο συγκεκριμένους και πιο απαιτητικούς.

Μέχρι πρόσφατα η κοινή γνώμη δεν παρουσίαζε μεγάλο ενδιαφέρον για τα περιβαλλοντικά θέματα, ή ακόμα για τον τρόπο που θα διοικούσε κανείς την

επιχείρηση του για παράδειγμα ένα επισκέψιμο σπήλαιο. Στον 21<sup>ο</sup> αιώνα η κοινή γνώμη νοιάζεται για τα θέματα αυτά.

Στην σύγχρονη εποχή υπάρχουν νέα δεδομένα και νέες τάσεις που αναπτύσσονται στον κλάδο των τουριστικών σπηλαίων.

Ευτυχώς, από την στιγμή που υπάρχουν καινούριες προκλήσεις στην διοίκηση των τουριστικών σπηλαίων, υπάρχουν επίσης και νέες προσεγγίσεις, νέοι μέθοδοι και εργαλεία όπως: το όφελος από τις ήδη υπάρχουσες σχέσεις συνεργασίας, η χρήση νέων τεχνολογιών, η καλή ποιότητα, η ανταλλαγή πληροφοριών και λύσεων με διάφορους φορείς, που μπορούν να ανταποκριθούν στις προκλήσεις αυτές.

Στην συνέχεια ακολουθεί πίνακας με τα τουριστικά επισκέψιμα σπήλαια στον κόσμο, ανά χώρα.

#### 4.4 ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΑ ΣΠΗΛΑΙΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

Πίνακας 11. ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΑ ΣΠΗΛΑΙΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ	
ΧΩΡΕΣ ΜΕ ΣΠΗΛΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	48
ΑΥΣΤΡΙΑ	24
ΒΕΛΓΙΟ	10
ΒΕΝΕΖΟΥΕΛΑ	1
ΒΙΕΤΝΑΜ	2
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	6
ΓΑΛΛΙΑ	89
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	53
ΕΛΛΑΔΑ	20
ΕΛΒΕΤΙΑ	9
ΗΠΑ	146
ΙΑΠΩΝΙΑ	89
ΙΡΑΝ	1
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	5
ΙΣΠΑΝΙΑ	14
ΙΣΡΑΗΛ	1
ΙΤΑΛΙΑ	21
ΚΑΝΑΔΑ	2
ΚΟΡΕΑ	12
ΚΡΟΑΤΙΑ	12
CARIBBEAN ISLAND	9
ΛΙΒΑΝΟΣ	1
ΜΑΥΡΙΚΙΟΣ	2
ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ	24
ΜΕΞΙΚΟ	4
ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ	7
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	7
ΝΟΤΙΑ ΑΦΡΙΚΗ	6
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	6
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	2
ΠΟΛΩΝΙΑ	9
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	5
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	8
ΡΩΣΙΑ	1
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	12
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	15
ΤΣΕΧΙΑ	12
ΧΙΛΗ	1
ΤΟΥΡΚΙΑ	3

Πηγή: [www.show caves.com](http://www.show caves.com), τελευταία πρόσβαση 11/04/2006



#### 4.5 ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΦΟΡΕΙΣ ΤΩΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ

##### I.S.C.A. - INTERNATIONAL SHOW CAVES ASSOCIATION

Ο Διεθνής Οργανισμός Τουριστικών Σπηλαίων – μοναδικός φορέας τουριστικών αξιοποιημένων σπηλαίων ανά τον κόσμο - ιδρύθηκε το Νοέμβριο 1990 και έχει τα κεντρικά γραφεία του στην Γένοβα, Ιταλία. Η διεύθυνση του στο διαδύκτιο περιέχει πληροφορίες για τα τουριστικά σπηλαία-μέλη ανά χώρα. Οι χώρες αυτές είναι: Αμερική, Αυστραλία, Αυστρία, Βέλγιο, Βερμούδες, Τσεχία, Γαλλία, Γερμανία, Ουγγαρία, Ελλάδα, Κορέα, Ρωσία, Σλοβακία, Σλοβενία, Νότια Αφρική, Ισπανία, Ελβετία, Ουκρανία, Μεγάλη Βρετανία.

Ο στόχος του Οργανισμού αυτού είναι να εξασφαλίζει από την μία πλευρά τον σεβασμό και την προστασία του υπόγειου περιβάλλοντος και των φυσικών θαυμάτων του, και, από την άλλη πλευρά, αποβλέπει στην προώθηση τις οικονομικής ανάπτυξης των τουριστικών σπηλαίων προμηθεύοντας όλα τα μέλη του, δηλαδή τα τουριστικά σπήλαια, με εμπειρίες και λύσεις εξασφαλισμένες από έρευνες και διοικητικές δραστηριότητες, που πραγματοποιούνται από τα πιο εξελιγμένα σπήλαια, τα οποία μπορούν να διαθέσουν μεγαλύτερα χρηματικά ποσά μ' αυτές τις δαπάνες από τα πιο προχωρημένα σπήλαια.

Οι κύριοι σκοποί του Οργανισμού είναι:

- Να προωθήσουν και να διατηρήσουν ένα διεθνή οργανισμό από άτομα ή εταιρίες που διοικούν και διαχειρίζονται σπήλαια τουριστικού ενδιαφέροντος.
- Να προωθήσουν την προστασία και την συντήρηση όλων των σπηλαίων και να αυξήσουν το δημόσιο ενδιαφέρον ενός πνεύματος και ευγενούς άμιλλας γι' αυτά.
- Να προωθήσουν και να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη συνεργασίας μεταξύ των διοικητών αυτών των σπηλαίων.
- Ο Οργανισμός αποτελεί μέρος της δομής της Διεθνούς Ένωσης Σπηλαιολογίας (International Union of Speleology)

Η ISCA στρέφεται περισσότερο προς τα θέματα, όπως το μάρκετινγκ και την προώθηση. Και χωρίς να παραλείπει την σημασία της προστασίας ή την

επιστημονική αξία των σπηλαίων, δίνει μεγαλύτερο βάρος στο να αυξηθεί ο αριθμός των επισκεπτών και τα έσοδα των Χωρών - Μελών της. Με άλλα λόγια, επιδιώκει τον τουριστικό προσανατολισμό των σπηλαίων.

Η ISCA δίνει μεγαλύτερη προσοχή σε θέματα όπως το marketing και την προώθηση. Χωρίς να ξεχνάει τη σημασία της προστασίας ή τα επιστημονικά ερωτήματα, ISCA πρέπει να δώσει μεγαλύτερη προσοχή στο να έχει περισσότερους επισκέπτες και να αυξήσει τα έσοδα από τα Μέλη, όπως και το να έχει υπόψη την τουριστική πλευρά των σπηλαίων.

Είναι αλήθεια ότι τα τελευταία τέσσερα χρόνια τα επισκέψιμα σπήλαια σε όλο τον κόσμο δεν πάνε και άσχημα.

Υπάρχουν καλά αποτελέσματα όσον αφορά και περισσότερους επισκέπτες και έσοδα ή τουλάχιστον όσον αφορά τη διατήρηση του αριθμού των επισκεπτών και των εσόδων. Μπορούμε να πούμε ότι ο Σπηλαιολογικός Τουρισμός αντιμετωπίζει την κρίση της Βιομηχανίας του Τουρισμού, καλύτερα από άλλες δραστηριότητες που είναι μέρος αυτού του σημαντικού τομέα της σύγχρονης Οικονομίας.

Ορισμένα έργα της ISCA:

- § Χρηματοδότηση ορισμένων δραστηριοτήτων από χορηγούς ή διεθνείς οργανισμούς
- § Συνεργασία μεταξύ Εθνικού συνδέσμου Σπηλαίων και ISCA
- § Ανταλλαγή πληροφοριών και Επικοινωνία μέσα στην ISCA
- § Υποστήριξη άλλων μελών
- § Συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις
- § Website

## UIS – UNION INTERNATIONALE DE SPELEOLOGIE

Η Διεθνής Ένωση Σπηλαιολογίας ιδρύθηκε το 1965 και είναι ένας μη κερδοσκοπικός και μη κυβερνητικός οργανισμός, ο οποίος προωθεί την ανάπτυξη συνεργασίας μεταξύ διαφόρων διεθνών σπηλαιολόγων με σκοπό την ανάπτυξη και συντονισμό της διεθνής σπηλαιολογίας σε όλους τους τομείς της, επιστημονικό, τεχνικό, πολιτιστικό και οικονομικό. Σήμερα Η Διεθνής Ένωση Σπηλαιολογίας έχει περισσότερο από 60 χώρες-μέλη.

Επίσης, ο οργανισμός αυτός προωθεί το Διεθνές Συνέδριο Σπηλαιολογίας, το οποίο πραγματοποιείται σε διαφορετική χώρα κάθε τέσσερα χρόνια.. Στην διεθνή αυτή συνάντηση συμμετέχουν επιστήμονες από όλο τον κόσμο. Η θεματολογία του Συνεδρίου επεκτείνεται από επιστημονικές προσεγγίσεις όπως σπηλαιογένεσης, βιοσπηλαιολογίας, αρχαιολογίας και παλαιοντολογίας έως και προσεγγίσεις που αφορούν σύγχρονες τεχνικές εξερεύνησης και χαρτογράφησης των σπηλαίων. Καθώς και θέματα που αφορούν τις δυνατότητες τουριστικής αξιοποίησης των τουριστικά διαθέσιμων σπηλαίων, στον τρόπο προστασίας των σπηλαίων από τεχνική, αλλά και νομική σκοπιά και στην παραπέρα δυνατότητα αξιοποίησης και προβολής τους.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Κ. Μανωλαράκη «Επιστρέφοντας στα σπήλαια», Τουριστική Αγορά, τεύχος 184, Οκτώβριος 2005

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. Πετροχείλου, «Τα Ελληνικά Σπήλαια», Αθήνα 1994, σ.4

George Cabezas, ISCA President, άρθρο “New trends in cave management”, 4<sup>th</sup> International I.S.C.A. Congress “Use of modern technologies in the development of caves for tourism”, 2002, σ. 124

K. Μανωλαράκη «Επιστρέφοντας στα σπήλαια», ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ, Τεύχος 184, Οκτώβριος 2005.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑΣ

## **5. ΟΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ** **ΣΤΟΝ ΣΠΗΛΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

### **5.1 ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ**

Μέσα στα πλαίσια του συλλογισμού ότι ο τουρισμός συνδέεται με την γεωγραφική κατανομή των φυσικών και πολιτιστικών στοιχείων, που αποτελούν τις πρώτες ύλες της τουριστικής βιομηχανίας είναι πολύ σημαντικό να γίνει μία ανάλυση του σπηλαίου ως πόλου έλξης και συστατικό στοιχείο της τουριστικής μετακίνησης.

Έχει διατυπωθεί ότι η σύγχρονη μορφή τουρισμού, με την μαζική και οργανωμένη μετακίνηση των τουριστικών ρευμάτων, παρά τις ευεργετικές βραχυχρόνιες επιπτώσεις και τις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις της στην οικονομία, παρουσιάζει σημαντικά μειονεκτήματα, καθώς χαρακτηρίζεται από έναν έντονο εποχιακό χαρακτήρα και εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τους ξένους οργανισμούς ταξιδιών.

Είναι γεγονός ότι μορφές τουρισμού περισσότερο αποδοτικές και λιγότερο εξαρτημένες από την θερινή περίοδο και τους μεγάλους διεθνείς οργανισμούς τουριστικών ταξιδιών, οι ήπιες ειδικές μορφές τουρισμού, προβάλλουν πιθανότητες αξιοποίησης ανεκμετάλλευτων μέχρι τώρα δυνατοτήτων, προσφέροντας ψυχαγωγία και διακοπές ποιοτικά αναβαθμισμένες, θετική επαφή με την φύση και καλύτερη γνωριμία των παραδόσεων του τοπικού πληθυσμού, δίνοντας μία νέα κοινωνική διάσταση στο τουριστικό φαινόμενο.

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ο **τουρισμός ορίζεται «ως το σύνολο των δραστηριοτήτων εκείνων που ταξιδεύουν και διαμένουν εκτός του συνήθους τόπου διαμονής τους, για διάστημα μικρότερο του έτους, για διακοπές / ξεκούραση ή για επαγγελματικούς ή άλλους λόγους».**

Για να μπορέσει ο τουρίστας να πραγματοποιήσει τις δραστηριότητες του χρειάζεται ένα σύνολο διαφόρων υπηρεσιών. Η τουριστική προσφορά αντιπροσωπεύει το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών που προτείνονται στον

καταναλωτή, για να ικανοποιήσει μία σειρά αναγκών που χαρακτηρίζονται ως τουριστικές.<sup>18</sup>

Στο πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης μίας περιοχής ή μίας χώρας, το τουριστικό προϊόν αντιπροσωπεύεται από την τουριστική προσφορά της συγκεκριμένης περιοχής ή χώρας, δηλαδή το σύνολο των τουριστικών πόρων που τη χαρακτηρίζουν.<sup>19</sup>

**Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει ένα σύνθετο προϊόν το οποίο ουσιαστικά είναι μείγμα υλικών (υποδομές, τουριστικά καταλύματα, κ.λ.π.) και αυτών στοιχείων (θάλασσα, ήλιος, κλίμα, κ.λ.π.), βασισμένο στις δραστηριότητες του προορισμού<sup>20</sup>.** Αυτή η ιδιαιτερότητα του τουριστικού προϊόν, δημιούργησε μία σειρά από χαρακτηριστικά.

Κύριο λόγο για την διαμόρφωση του «τουριστικού προϊόντος» παίζει η **τουριστική τοποθεσία**.

Σε κάθε τουριστική τοποθεσία υπάρχει ένα φυσικό ή πολιτιστικό στοιχείο, που επικρατεί και την προσδιορίζει. Με βάση το χαρακτηριστικό αυτό, οι τουριστικές τοποθεσίες κατατάσσονται στις ακόλουθες κατηγορίες: παραθαλάσσιες τοποθεσίες, νησιωτικές, παρόχθιες, ορεινές, δασώδης, τοποθεσίες θερμοπηγών, θρησκευτικές τοποθεσίες, πολιτιστικές τοποθεσίες.

Στα πλαίσια των συστατικών στοιχείων που συνιστούν τα τουριστικό κύκλωμα, το σπήλαιο μπορεί να νοηθεί ως τουριστική τοποθεσία. **Τα σπήλαια μπορούν να αποτελέσουν σημαντικούς τουριστικούς πόρους για μία χώρα, εξαιτίας της αισθητικής αξίας που διαθέτουν και του επιστημονικού ενδιαφέροντος που παρουσιάζουν.**

Το σπήλαιο ως τουριστικό προϊόν μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης στα πλαίσια του οικολογικού τουρισμού, αλλά πιθανά και άλλων παρεμφερών μορφών, όπως ο χειμερινός τουρισμός, ο επιστημονικός, ο τουρισμός των συνεδρίων, ο πολιτιστικός

<sup>18</sup> Σ. Βαρβαρέσος «Τουρισμός έννοιες, μεγέθη, δομές», εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα 1998, σ. 87

<sup>19</sup> Σ. Βαρβαρέσος «Τουρισμός έννοιες, μεγέθη, δομές», εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα 1998, σ. 87

<sup>20</sup> Victor T. C. Middleton, «Marketing in Travel & Tourism», εκδόσεις BUTTERWORTH, Oxford, 1992, σ. 79

τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός. Και αυτό γιατί τα σπήλαια, εκτός την αισθητική αξία που διαθέτουν, συγκεντρώνουν σημαντικά επιστημονικά ενδιαφέροντα, καθώς σχετίζονται άμεσα με την προϊστορία και την ιστορία, την αρχαιολογία, τη μυθολογία, τη θρησκεία, αλλά και με την παλαιοντολογία και τη γεωλογία.<sup>21</sup> Ευρήματα παλαιοντολογικά, όπως σκελετοί και κρανία ανθρώπων και ζώων, εργαλεία, βραχογραφίες κλπ., τεκμηριώνουν την άποψη ότι ο πρώτος άνθρωπος χρησιμοποίησε τα σπήλαια σαν κατοικία και τόπους λατρείας.<sup>22</sup> Πολλά ελληνικά σπήλαια διακρίνονται από τέτοια χαρακτηριστικά ζωής, αλλά και γενικότερα πολλά ελληνικά σπηλαία αποτελούν πηγές στοιχείων που συνέβαλλαν και συμβάλλουν στην μελέτη του Αρχαίου Ελληνικού Πολιτισμού.

Είναι γνωστή επίσης η άμεση σχέση της ελληνικής μυθολογίας, των λαϊκών παραδόσεων αλλά και της θρησκείας με τα σπήλαια – (τόποι λατρείας θεών και ημιθέων, πηγές θρύλων και παραδόσεων δημιουργημένων από την λαϊκή φαντασία, χώροι των χριστιανικών κατακομβών, όπως επίσης μοναστηριών και εκκλησιών).<sup>23</sup>

Τελικά φαίνεται ότι το σπήλαιο είναι δυνατόν να αποτελέσει ένα τουριστικό προϊόν που μπορεί να θεωρηθεί σαν συστατικό στοιχείο της τουριστικής μετακίνησης, με εκπαιδευτικούς, επιστημονικούς και αισθητικούς λόγους επίσκεψης.

Το **τουριστικό προϊόν** για τον τουρίστα-καταναλωτή αποτελείται από τέσσερα συστατικά στοιχεία: **θέλγητρα, εγκαταστάσεις, πρόσβαση, και ψυχαγωγία.**<sup>24</sup>

Τα σπήλαια, για να είναι εκμεταλλεύσιμα – επισκέψιμα, θα πρέπει να ικανοποιούνται οι εξής σχετικές παράμετροι: μέγεθος, στολισμός, σύνδεση με την ιστορία - μυθολογία, ύπαρξη επιστημονικών ευρημάτων, δυνατότητα προσπέλασης.

Τα σπηλαία από άποψη θέλγητρων διαθέτουν φυσική ομορφιά και επιστημονικό ενδιαφέρον. Όσον αφορά την ψυχαγωγία επιτυγχάνεται με τις δυνατότητες επαφής

<sup>21</sup> Δερμιτζάκης et al., 1981-82

<sup>22</sup> Ankel 1965, Szilvassy 1979, Θεοδώρου 1981-1982.

<sup>23</sup> Α. Πετροχείλου, άρθρο «Θρύλοι-παραδόσεις των ελληνικών σπηλαίων» του Δελτίου Ε.Σ.Ε., XVIII, Αθήνα 1981-1982, σ.74-93

<sup>24</sup> Χ. Πετράς «Τουριστικό Μάρκετινγκ», εκδόσεις Γαλαίος, 1989, Αθήνα

με του ανθρώπου με την φύση, με την κάλυψη μορφωτικών και εκπαιδευτικών και επιστημονικών ενδιαφερόντων. Οι εγκαταστάσεις και η πρόσβαση είναι απαραίτητοι παράγοντες που συμπληρώνουν τα θέλγητρα, ειδικά οι εξωτερικές εγκαταστάσεις. Ιδιαίτερα για τα σπήλαια, οι εγκαταστάσεις κυρίως στο εσωτερικό αυτών, καθώς και η πρόσβαση σε αυτά αποτελούν σημαντικό στοιχείο για την τουριστική τους αξιοποίηση.

Παρόλα αυτά στα πλαίσια της διαδικασίας μετατροπής του σπηλαίου, από φυσικό φαινόμενο σε πόλο έλξης τουριστών, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η προστασία του φυσικού περιβάλλον του που μπορεί να υποστεί σοβαρές αρνητικές συνέπειες από λανθασμένες επιλογές όσον αφορά τις εγκαταστάσεις και την πρόσβαση σε αυτό, αλλά και από την φυσική φθορά που μπορεί να προκληθεί από τους τουρίστες – επισκέπτες.



## 5.2 ΤΑ ΣΠΗΛΑΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα είναι μία χώρα ιδιαίτερα προικισμένη σε φυσικές καλλονές. Συνδυάζει υπέροχες αντιθέσεις άγριων ορεινών τοπίων, καταπράσινων βουνών και μαγευτικών ακρογιαλιών. Εκτός από τις φυσικές ομορφιές της επιφάνειας, το υπέδαφος κρύβει επίσης θησαυρούς, τα σπήλαια. Με βάση των στοιχείων την Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρίας, μέχρι σήμερα, έχουν ανακαλυφθεί, καταγραφεί ή εξερευνηθεί 10.000 καρστικές μορφές (σπήλαια, βάραθρα, καταβόθρες κλπ.). Από αυτές 3.400 βρίσκονται στην Κρήτη και 420 στην Αττική.

Περισσότερα από 100 σπήλαια χαρακτηρίστηκαν τουριστικά, διεθνούς προβολής. Από αυτά ένας μικρός αριθμός, αναλογικά, έχει αξιοποιηθεί. Το πλήθος των σπηλαίων του ελληνικού χώρου οφείλεται στο γεγονός ότι η Ελλάδα από γεωλογική άποψη, καλύπτεται κατά 65% από ασβεστολιθικά πετρώματα, πετρώματα στα οποία αναπτύσσονται κατ' εξοχήν τα σπήλαια και άλλες υπόγειες καρστικές μορφές. Για τον λόγο αυτό η Ελλάδα κατέχει μία από τις πρώτες θέσεις παγκόσμια σε αριθμό σπηλαίων.

Πολλά από τα ελληνικά σπήλαια κατά την εξερεύνηση τους έδωσαν στοιχεία που συνέβαλαν στην μελέτη του Αρχαίου Ελληνικού Πολιτισμού καθώς και της νεώτερης Ελληνικής Ιστορίας, αποκαλύπτοντας ένδοξες ιστορίες που διαδραματίστηκαν μέσα σε αυτά από τους κατά καιρούς επιβουλευόμενους την ελευθερία τους.

Στον ελλαδικό χώρο Έλληνες σπηλαιολόγοι, γεωλόγοι, αρχαιολογικοί ιστορικοί σε συνεργασία με ξένους επιστήμονες, έφεραν στο φως πλούσια **παλαιοντολογικά, αρχαιολογικά και ιστορικά ευρήματα** από σπηλιές όπως «Κόκκινες Πέτρες» Πετραλώνων Χαλκιδικής, η «Γλυφάδα» και η «Αλεπότρυπα» Δύρου στην Λακωνία, ο «Κύκλωπας» στη Μαρώνεια Ροδόπης, η «Χοιροσπηλιά» στην Λευκάδα, οι «Λίμνες» στην Αχάϊα, ο «Λέντακας» στα Χανιά, ο «Κουταλάς» στη Σέριφο, το «Σαρακηνό» στη Μαγνησία, το «Φυτίδι» στην Κεφαλλονιά, το «Χαρκαδιό» στην Τήλο, το «Γεράνι» στο Ρέθυμνο, κ.α.

Η **Ελληνική Μυθολογία σε σπηλιές** της Κρήτης τοποθέτησε τη γέννηση του Δία, στο Δικταίο Άντρο, την ανατροφή του στο Ιδαίον, και την ταφή του στον Μινωικό Λυτό.

Ακόμα πολλοί θεοί και ημίθεοι του αρχαίου Ελληνικού Πανθέου σε σπήλαια λατρεύτηκαν, όπως είναι η σπηλιά του Ερμή στη Ζηρεία, του Πάνα στην Πάρνηθα, στο Μαραθώνα και στην Ακρόπολη, του Ζα στη Νάξο, της Ρέας στην Αρκαδία, της Ειλείθειας στο Ηράκλειο, της Στύγας στην Αχάια, της Αγραύλου στην Ακρόπολη, του Κενταύρου Χείρωνα στο Πήλιο, του Νυμφόλιππου στη Βάρη, το Νυμφαίο στην Πεντέλη κ.α., που ο μύθος τους διασώθηκε μέχρι σήμερα.

Αξιόλογοι είναι οι θρύλοι και οι παραδόσεις για **τα σπήλαια που δημιουργήθηκαν από την λαϊκή φαντασία**, επηρεασμένη από το φόβο που προκαλεί το σκοτάδι και το άγνωστο, τοποθετώντας μέσα σε αυτά Κύκλωπες, Νεράιδες, Δράκους, Δαίμονες, κ.α.

Αλλά και **θρησκευτικού ενδιαφέροντος**: στη Φυλακωπή της Μήλου και στον Αγ. Δημήτριο Θεσσαλονίκης σώθηκαν κατάλοιπα χριστιανικής λατρείας. Ακόμα μέσα σε σπηλιές κτίστηκαν μοναστήρια και εκκλησίες για την λατρεία του Χριστού και των Αγίων. Τέτοια είναι η σπηλιά της Αποκαλύψεως στην Πάτμο, το Μέγα Σπήλαιο στα Καλάβρυτα, η Κηπίνα στην Ήπειρο, ο Όσιος Πατάπιος στα Γεράνεια, η Αγιογαλούσαινα στο Άγιο Γάλας της Χίου, το Καθολικό στο Ακρωτήριο της Κρήτης, η Παναγιά Γορίτσα στο Βόλο και πολλά άλλα σε όλη την Ελλάδα.<sup>25</sup>

Τα σπήλαια που βρέθηκαν μέχρι σήμερα έχουν χωριστεί σε κατηγορίες κατά θέμα, όσα έχουν κάποιο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό για μελέτη:

---

<sup>25</sup> Ομιλία του Προέδρου Της Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρίας, Μηχ. Δερμιτζάκη, Δελτίο Ε.Σ.Ε., τόμος XX, Αθήνα, 1992

<b>Πίνακας 12</b>	
<b>Σπήλαια με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά για μελέτη</b>	
Με αρχαιολογικό ενδιαφέρον	122
Εθνολογικό	28
Βιολογικό	56
Καταφύγια	100
Λαογραφικό	126
Τουριστικού ενδιαφέροντος	100
Λατρευτικά αρχαιότητας-μυθολογικά	74
Παλαιοντολογικό	65
Πλουτοπαραγωγικό	23
Κατοικίες	26
Ταφικά	26
Φυσικές γέφυρες-καμάρες	11
Καταβόθρες	161
Λαξευτά	40
Ενάλια	126
Πηγές - εκβολές	116
Εθνικό	10
Θεραπευτικά	28
Αγιάσματα	21
Πνέουσες οπές	25
Οικήσεις	4
Φαράγγια	20
Χριστιανικής λατρείας	293
Μαντεία	9 <sup>26</sup>

Η αξιολόγηση κατά είδος ή θέμα των σημαντικότερων ελληνικών σπηλαίων αποσκοπεί σε μια σε μια πρώτη προσπάθεια καταγραφείς του τύπου τους, στοιχείο χρήσιμο στην διαδικασία της τουριστικής αξιοποίησης τους. Και αυτό γιατί ανάλογα με τον τύπο του σπηλαίου, θα πρέπει να σχεδιαστεί και ο τρόπος διευθέτησης του, στοιχεία που συνδέονται άμεσα με την προστασία του.

<sup>26</sup> Σπηλαιολογικός οδηγός της Ελλάδας – Μία προσφορά της Β.Ρ. Ελλάδας στον Ελληνικό Τουρισμό, Ιωάννου, Ιωάννης, Θεοχάρης, 1972 Αθήνα.

### 5.3 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ

Όπως προαναφέρθηκε και πιο πάνω, έχουν καταγραφεί στον ελληνικό χώρο 10.000 καρστικές μορφές. Στο σύνολο αυτό περιλαμβάνονται σπήλαια αξιοποιημένα, σπήλαια που αξιοποιούνται, σπήλαια που είναι δυνατόν να αξιοποιηθούν – λόγο μεγέθους, στολισμού, ιστορίας και δυνατότητας προσπέλασής -αλλά και πλήθος άλλων καρστικών μορφών, όπως βάραθρα, σπηλαιοβάραθρα, δολίνες, σπηλαιοδόλινες, καταβόθρες κλπ., χωρίς τουριστική αξία.

Γι' αυτό θα ακολουθήσει ένας πίνακας με τα κυριότερα ελληνικά σπήλαια. Τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται, προέρχονται από τα αρχεία της Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρίας, και από την σχετική με το θέμα βιβλιογραφία.

Πίνακας 13. ΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΣΠΗΛΑΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ		
Περιφέρειες	Νομοί	Σπήλαια
Αν. Στερεάς	Φθιώτιδας	"Τιθορέας"
	Ευρυτανίας	"Μεσοκώμης"
	Φωκίδας	"Αποκλείστρας" Προυσσού
		"Κωρύκειον Άντρον" ή "Σαρανταύλι"
	Βοιωτίας	"Επταστόμου" Παρνασσού
Ευβοίας	"Ανδρούτσου"	
Αττικής	Περ. Πρωτεύουσας	"Γκιάλιπιδων Καφηρέως"
		"Αγ. Τριάς" Καρύστου
		"Προφήτη Ηλία" Ριζούπολης
		"Προφήτη Ηλία" Υμηττού
	Υπολ. Ν. Αττικής και Ν. Πειραιώς	"Νυμφολήπτου" Βάρης
		"Γανός"
		"Περιστέρι" Μεθάνων
		"Κουτούκι" Παιανίας
		"Αγ. Σοφίας" Ι Μυλοποτάμου Κυθήρων
		"Αγ. Σοφίας" ΙΙ Κλάμου Κυθήρων
		"Αγ. Ιωάννου" Γκρεμού Κυθήρων
		"Παναγίας Ορφανής" Κυθήρων
"Κερατέα"		
"Σωτήρος" Αθήνας		
Πελοποννήσου	Αργολίδας	"Αρτεμίσισιον" Καπαρελλίου
	Αρκαδίας	"Καψιά" Τριπόλεως
		"Δίονυσος" Λεωνιδίου Κυνουρίας
		"Παρθενίου" Τριπόλεως

Περιφέρειες	Νομοί	Σπήλαια
Πελοποννήσου	Μεσσηνίας	"Αγ. Δημητρίου" Σελινίτσας
		"Καταφύγγι" Ι (Τράχυλα)
		"Καταφύγγι" ΙΙ (Καρδαμύλης)
		"Λυκούργος" Καλαμάτα
	Λακωνίας	"Γλυφάδα" Δυρού
		"Αλεπότρυπα" Δυρού
		"Καταφύγγι" Δυρού
		"Γιώργαινας" Κροκεών
		"Αγ. Ανδρέα" Καστανέας
		"Πύλη 'Αδου"
	Αλατσόσπηλο	
Δυτική Ελλάδα	Αιτωλοακαρνανίας	"Κλετών"
	Αχΐας	"Λιμνών" Καστριών Καλαβρύτων "Ερμή" Τρικάλων Κορινθίας
Β. Αιγαίου	Λέσβου	"Κακοπετριάς" Λουτρών Θέρμης "Προφήτη Ηλία"
	Χίου	"Αγιογιαλούσαινα"
	Σάμου	"Παναγιάς Σπηλιανής"
		"Σαραντασκαλιώτησα"
		"Παναγιάς Κακοπεραστής"
Ν. Αιγαίου	Κυκλάδων	"Σμαραγδένια Σπηλιά" Μήλου
		"Παπάφραγκα" Μήλου
		"Κλέφτικο" ή "Θαλασσινά Ματέωρα" Μήλου
		"Κατακόμβες" Μήλου (τεχνητό)
		"Αντιπάρου" (Αντίπαρος)
		"Αγ. Ιωάννη" Ηρακλείας
		"Διός" ή "Βακχίδων" Νάξου
		"Καλορίτης" Νάξου
		"Φίδας" Νάξου
		"Δαιμόνων" Πάρου
		"Φερεκύδη" Σύρου
		"Αληθινής" Σύρου
		"'Αωτρον Αιόλου" Τήνου
		"Πλανήτη" Τήνου
		"Γαστριά" Τήνου
		"Φόρου" Άνδρου
		"Κουταλά" Σερίφου
		"Καταφύκι" Κύθνου
		"Χρυσοσπηλιά" Φαλεγάνδρου
	"Κεφάλας" Καλύμνου	
	Δωδεκανήσου	"Επτά παρθένων" ή "Νυμφών" Καλύμνου
		"Σκαλιών" ή "Δασκαλιό" Καλύμνου
		"Κουμέλλου" Αρχαγγέλου Ρόδου
		"Κυανούν Σπήλαιο" Καστελλόριζου
		"Ελληνοκαμάρα" Κάσσου

Περιφέρειες	Νομοί	Σπήλαια
Κρήτης	Χανίων	"Αγ. Σοφίας" Κισσάμου
		"Γκουβερνέτο"
		"Τα' Αφέντου" Σφακιών
	Ρεθύμνης	"Σεντόνη" Ζωνιανών
		"Γερανίου"
		"Ιδαίον Άντρον" Ανωγείων Μυλοποτάμου
	Ηρακλείου	"Μαραθόσπηλο" Μαργαρίτας Μυλοποτάμου
		"Μελιδονίου" ή "Γεροντοσπηλιά"
		"Αγ. Παρασκευής" Σκοτεινού
		"Ειλειθυίας" Ηρακλείου
		"Λαβύρινθος" Γόρτυνος
		"Μεταξοσπηλιά" Μυλοποτάμου
		"Στραβομύτη"
	Λασιθίου	"Καμηλάρη"
		"Χωστό νερό"
"Μιλάτου" Λασιθίου		
"Δικταίων Άντρον"		
"Πελεκητά" Κάτω Ζάκρου		
Ηπείρου	Ιωαννίνων	"Ατσιγκανόσπηλος" Αδριανού Μιραμπέλου
		"Περιστεράς" Καρυδίου
		"Πέραμα" Ιωαννίνων
Θεσσαλίας	Άρτας	"Ανεμότρυπα" Παραμάωτας
		"Κατακόμβες"
		"Γραικικό" Άρτας
Ιονίων Νησιών	Μαγνησίας	"Σαρακινού" Αγχιάλου
	Τρικάλων	"Παλαιόκαστρον"
Ιονίων Νησιών	Κέρκυρας	"Άνω Λεχώνια"
		"Κυπίνας"
	Λευκάδας	"Στοιχειωμένη άνω Παλαιοκαριά"
		"Παπανικολής" (Μεγανήσι)
	Κεφαλληνίας	"Αλαβάστρινο σπήλαιο"
		"Καταβούρες" Αργοστολίου
		"Δρογγοράτη"
"Μελισσάνη"		
Ζακύνθου	"Αγγάλακι" Σάμης	
	"Μαρμαροσπηλιά" Ιθάκης	
	"Λουίζου" Ιθάκης	
		"Ξύγγια"

Περιφέρειες	Νομοί	Σπήλαια
Αν. Μακεδονίας και Θράκης	Ροδόπης	"Κύκλωπα Πολύφημου" Κομοτηνής
	Ξάνθης	"Δρυάδων" Λιβερών
	Δράμας	"Μααρά"
	Καβάλας	"Αγ. Ελένης"
Κεντρ. Μακεδονίας	Σερρών	"Αλιστράτη"
		"Εφταμύλων"
	Θεσσαλονίκης-Χαλκιδικής	"Κόκκινες Πέτρες" Πετραλώνων
	Κιλκίς	"Αγ. Γεώργιος"
	Φλώρινας	"Ανάληψης"
		"Κανάλι"
		"Πράσινη Σπηλιά"
		"Παναγία Ελεούσα"
		"Τσεπουρίνα"
	Κοζάνης	"Εράτυρας"
	Καστοριάς	"Δράκου"
Γρεβενών	"Προβατίνα"	
	"Σπήλαιο Γρεβενών"	

Πηγή: Δελτίο Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρίας

Από την καταγραφή των κυριότερων σπηλαίων, διαπιστώνεται ένας σημαντικός αριθμός σπηλαίων στην περιφέρεια Κρήτης και Νότιου Αιγαίου. Πολλά σπήλαια έχουν επίσης και οι περιφέρειες Ιονίων Νησιών Πελοποννήσου, Αττικής, ενώ πολύ λιγότερα διαθέτουν οι περιφέρειες Δυτικής Μακεδονίας, Κεντρικής Μακεδονίας, Ανατολικής Μακεδονία και Θράκης, Ηπείρου, Βόρειου Αιγαίου και Θεσσαλίας.

Από μια πρώτη εκτίμηση με βάση την κατανομή αυτή, μπορεί να σημειωθεί ότι θα ήταν δυνατή μια προσπάθεια τουριστικής αξιοποίησης – με μικρά έργα, μεγάλης όμως τοπικής σημασίας- στις περιφέρειες με μικρό αριθμό σπηλαίων, και κυρίως στις περιοχές που δεν διαθέτουν ακόμα ενεργά σπήλαια.

## 5.4 ΟΙ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ

Για να αξιοποιηθεί ένα σπήλαιο πρέπει να προσέξουμε τους εξής παράγοντες:

Η **εσωτερική υποδομή** εξαρτάται πολύ από την κατηγορία του σπηλαίου (αρχαιολογικού ενδιαφέροντος, τουριστικού, πολιτιστικού, επιστημονικού, κλπ.) Είναι σημαντικό να υπάρχουν τεχνικές εγκαταστάσεις για καλό φωτισμό, μια καλή πρόσβαση από τον έξω χώρο στο εσωτερικό του σπηλαίου, διαδρόμους επίσκεψης. Είναι καλό να αποφευχθούν οι υπερβολές στις εγκαταστάσεις και κατασκευές, να είναι απλές και από υλικό που αντιστοιχεί στο περιβάλλον του σπηλαίου.

Η **εξωτερική υποδομή**, είναι εξίσου σημαντική, ειδικά στα τουριστικά σπήλαια. Η υποδομή αυτή πρέπει να καλύψει όλες τις ανάγκες των επισκεπτών. Αυτές είναι δρόμοι, χώρος υποδοχής, χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων, περίπτερο με αναμνηστικά, αναψυκτήριο, περίπτερο για την έκδοση εισιτηρίων, τουαλέτες.

**Το ανθρώπινο δυναμικό-προσωπικό** και η εξυπηρέτηση που θα πρέπει να προσφέρει ένα τουριστικό σπήλαιο. Το προσωπικό πρέπει να είναι ευγενικό με καλές γνώσεις του αντικείμενου, και πρόθυμο να εξυπηρετήσει τους επισκέπτες, επειδή ο σημερινός τουρίστας-επισκέπτης περιμένει κάτι παραπάνω από μια απλή επίσκεψη του σπηλαίου.

Για μια καλή και σωστή αξιοποίηση του σπηλαίου πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όλες οι λεπτομέρειες των τριών αυτών παραγόντων.

Για την αξιοποίηση σπηλαίου με βάση των παραπάνω παραγόντων απαιτείται η εκπόνηση μιας σειράς μελετών με τις οποίες διευρύνονται οι μορφολογικές, γεωλογικές, υδρογεωλογικές, σεισμολογικές και γεωτεχνικές συνθήκες της περιοχής του σπηλαίου και ειδικότερα της θέσης αυτού, καθώς επίσης και όλες οι απαραίτητες μελέτες των έργων που θα εκτελεσθούν για το σκοπό αυτό (αρχιτεκτονική-χωροθετική, στατική, ηλεκτρομηχανολογική, φωτισμού).<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Συνέντευξη από τον κ. Κ. Β. Γιαννόπουλο – Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Υπ. Πολιτισμού



Οι απαιτούμενες μελέτες και εργασίες είναι:

1. Τοπογραφική αποτύπωση – σύνταξη κτηματολογίου.
2. Μελέτη σκοπιμότητας και σεισμικής επικινδυνότητας.
3. Γεωλογική μελέτη.
4. Υδρογεωλογική μελέτη.
5. Βραχομηχανική μελέτη.
6. Αρχιτεκτονική μελέτη.
7. Στατική μελέτη.
8. Ηλεκτρομηχανολογική μελέτη και μελέτη πυρασφάλειας.
9. Μελέτη φωτισμού.
10. Μελέτη περιβαλλοντικών επιπτώσεων.
11. Φωτογραφική τεκμηρίωση σπηλαίου.

Αυτές οι μελέτες έχουν θεσπιστεί για να δοθεί η άδεια αξιοποίησης του σπηλαίου από την Ευφορία Παλαιoανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας του Υπ. Πολιτισμού. Η άδεια για την αξιοποίησης βασίζεται σε δύο πολύ σημαντικά κριτήρια:

- (α) στην ασφάλεια των επισκεπτών, και
- (β) στην προστασία του ίδιου του σπηλαίου.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> «Γενικές προδιαγραφές για την αξιοποίηση των σπηλαίων», φυλλάδιο της Ευφορίας Παλαιoανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας του Υπ. Πολιτισμού

## 5.5 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΡΙΜΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ

Οι πιθανότητες μαζικής καταστροφής «τουριστικής» αξιοποίησης των σπηλαίων μειώνονται δραστικά και με τον τρόπο αντιμετώπισης των θεμάτων προστασίας κατά την διαδικασία μετατροπής του σπηλαίου σε τουριστικό προϊόν.

Η διαδικασία αυτή της αξιοποίησης απαιτεί εξερεύνηση, ακριβή και λεπτομερειακή αποτύπωση του σπηλαίου, ακριβή χαρτογράφηση του εσωτερικού χώρου, διαμόρφωση του έτσι ώστε να είναι δυνατή η ξενάγηση, πιθανή ανέγερση και λειτουργία τουριστικού περιπτέρου, δημιουργία χώρων στάθμευσης αυτοκινήτων, πιθανή ανέγερση και λειτουργία ξενώνα, κλπ.

Όλη αυτή η διαδικασία θα πρέπει να προσχεδιάζεται έτσι ώστε να προκαλείται η μικρότερη δυνατή ζημιά στο σπήλαιο. Έτσι θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ο τύπος του σπηλαίου, καθώς δεν μπορεί να γίνει αντιγραφή διευθέτησης για όλα τα σπήλαια, ενώ θα πρέπει να μελετηθούν όλα τα μειονεκτήματα που παρουσιάζουν τα ίδια αξιοποιημένα σπήλαια, ώστε να μη επαναληφθούν τα ίδια λάθη.

Το σωστότερο είναι η διαδικασία αυτή της αξιοποίησης να ενταχθεί σε πρόγραμμα αξιοποίησης της περιοχής και να είναι αποτέλεσμα όλων των απαιτούμενων μελετών που είχαν αναφερθεί παραπάνω.

Όσον αφορά τα θέματα της προστασίας του χώρου του σπηλαίου από τις επιπτώσεις της τουριστικής αξιοποίησης, θα πρέπει να αξιοποιηθούν τα συμπεράσματα μελέτης από ομάδα ειδικών επιστημόνων, καθώς και η αντίστοιχη εμπειρία από το εξωτερικό.

Θέματα όπως ο κατάλληλος φωτισμός, για την αποφυγή ανάπτυξης μυκήτων και βακτηριδίων, λόγω φωτοσύνθεσης, στους σταλαγμίτες και σταλακτίτες με αποτέλεσμα την τελική καταστροφή τους, η διευθέτηση της τουριστικής διαδρομής, έτσι ώστε να αποφευχθούν ουσιαστικές καταστροφές του διακόσμου και της δόμησης του σπηλαίου, η αποφυγή συνωστισμού για την προστασία της ισορροπίας του ζωντανού οικοσυστήματος και του μικροκλίματος του σπηλαίου, κλπ. , μπορούν να επιλυθούν με την χρήση ειδικών λαμπτήρων, ή ακόμη και με την

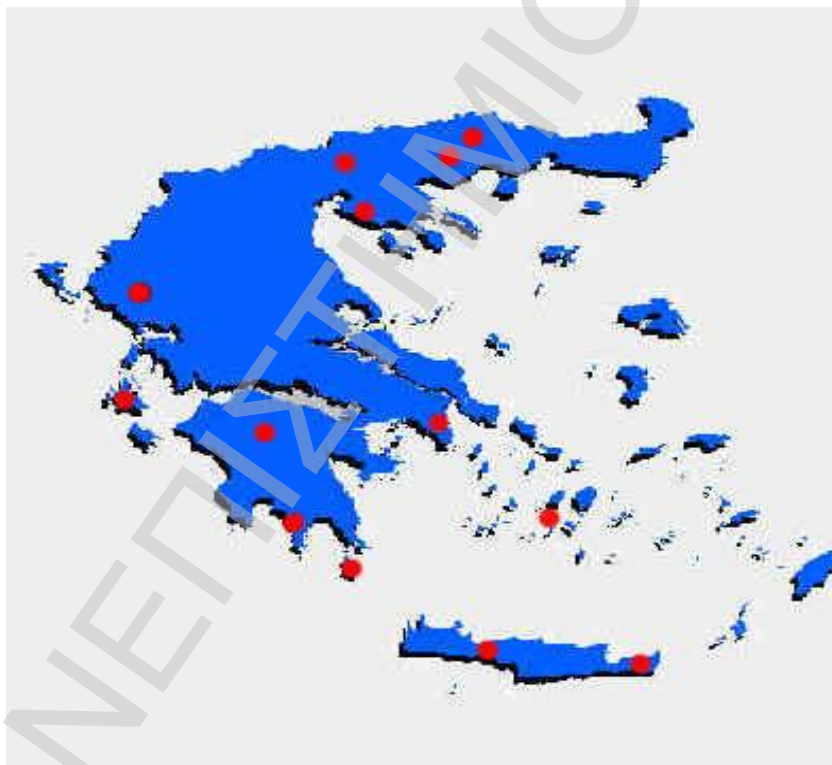
χρήση αν το επιτρέπουν οι συνθήκες, ειδικών ατομικών λαμπτήρων για κάθε επισκέπτη, με τον περιορισμό των τεχνικών διαβάσεων και την χρησιμοποίηση των φυσικών διαδρομών μέσα στο σπήλαιο – με ελαφρές τροποποιήσεις, κλπ.

Ο συνωστισμός μπορεί να αποφευχθεί επίσης με την οργάνωση των επισκεπτών σε γκρουπ ατόμων περιορισμένου αριθμού, και με την βοήθεια των ειδικών ξεναγών. Πρέπει να σημειωθεί εδώ ότι η χρήση εξειδικευμένων και κατάλληλα επιμορφωμένων ατόμων, θα συμβάλει ουσιαστικά όχι μόνο στην προστασία του από πιθανές βλάβες που μπορεί να προκαλέσει ένα «απαίδευτο» πλήθος, αλλά και στην ανάδειξη κάθε επίσκεψης στο σπήλαιο με μορφωτική δραστηριότητα.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑΣ

## 5.6 ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΣΠΗΛΑΙΑ

Ένας κλάδος της σπηλαιολογίας, όπου διάφοροι φορείς όπως: Ε.Σ.Ε., ΕΦ.Π.Σ. του ΥΠ.ΠΟ. και οι Α.Ε.Ε. απέδωσαν σημαντικό έργο είναι η τουριστική αξιοποίηση σπηλαίων σε πολλές περιοχές της χώρας. Η σπηλαιολογική έρευνα ξεκίνησε στην Ελλάδα από διάφορους ορειβατικούς συνδέσμους, ήδη από τις αρχές του περασμένου αιώνα. Ο γεωλόγος φυσιολάτρης Γιάννης Πετρόχελου ίδρυσε το 1960 την Ε.Σ.Ε. Το έργο του συνέχισε η σύζυγός του Άννα. Έτσι επισημάνθηκε η πλουτοπαραγωγική αξία μερικών σπηλαίων, τα οποία με την διεύθυνση τους αποτελούν αξιόλογες τουριστικές μονάδες που προσφέρονται προς εκμετάλλευση στην Ελληνική τουριστική οικονομία. Η διευθέτηση αρκετών από αυτά έγινε με την καθοδήγηση μελών της Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρίας. Το Ελληνικό Κράτος ήρθε επίκουρο αυτής της προσπάθειας και συγκεκριμένα ο Ε.Ο.Τ. υπήρξε ο πρώτος κρατικός φορέας που βοήθησε από το 1960 τις προσπάθειες της Ε.Σ.Ε..<sup>29</sup>



<sup>29</sup> Συνέντευξη από τον κ. Ν. Πουλιανό – Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Υπ. Πολιτισμού

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ

<b>Πίνακας 14. ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ</b>			
Α/Α	ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΣΠΗΛΑΙΟΥ	ΠΕΡΙΟΧΗ, ΝΟΜΟΣ	ΤΗΛ., ΦΑΞ, Ε-MAIL ΦΟΡΕΑ ΣΠΗΛΑΙΟΥ
1	ΠΗΓΩΝ ΑΓΓΙΤΗ	ΠΡΟΣΟΤΣΑΝΗΣ ΝΟΜΟΥ ΔΡΑΜΑΣ	2522-0-60460 2522-0-60460 <a href="mailto:detaspa@otenet.gr">detaspa@otenet.gr</a>
2	ΑΛΙΣΤΡΑΤΗΣ	ΑΛΙΣΤΡΑΤΗΣ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ	2324-0-82045-7 2324-0-82046 <a href="mailto:alscar@otenet.gr">alscar@otenet.gr</a>
3	ΑΓ. ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΚΙΛΚΙΣ ΝΟΜΟΥ ΚΙΛΚΙΣ	2341-0-20054
4	ΚΟΚΚΙΝΕΣ ΠΕΤΡΕΣ	ΤΡΙΓΛΙΑΣ ΝΟΜΟΥ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	2373-0-71671
5	ΚΑΤΑΡΡΑΚΤΩΝ	ΕΔΕΣΣΗΣ ΝΟΜΟΥ ΠΕΛΛΑΣ	2381-0-22966
6	ΠΕΡΑΜΑΤΟΣ	ΠΕΡΑΜΑΤΟΣ ΝΟΜΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	2651-0-21521 2651-0-81650
7	ΜΕΛΙΣΑΝΗ	ΣΑΜΗΣ ΝΟΜΟΥ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	2674-0-22997
8	ΔΡΟΓΓΑΡΑΤΗ	ΣΑΜΗΣ ΝΟΜΟΥ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	2674-0-22950
9	ΛΙΜΝΩΝ	ΛΕΥΚΑΣΙΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΧΑΪΑΣ	2692-0-31001 2692-0-31588
10	ΚΟΥΤΟΥΚΙ	ΠΑΙΑΝΙΑΣ ΝΟΜΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ	210-6642910
11	ΩΛΙΑΡΟΣ	ΑΝΤΙΠΑΡΟΥ ΝΟΜΟΥ ΚΥΚΛΑΔΩΝ	2284-0-61005
12	ΓΛΥΦΑΔΑ	ΟΙΤΥΛΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	2733-0-52223
13	ΚΑΣΤΑΝΙΑΣ	ΒΟΙΩΝ ΝΟΜΟΥ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	6932-371991
14	ΑΓ.ΣΟΦΙΑΣ	ΚΥΘΗΡΩΝ ΝΟΜΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ	2736-0-31724 2736-0-31213
15	ΣΕΝΤΟΝΗ	ΚΟΥΛΟΥΚΑΝΑ ΝΟΜΟΥ ΡΕΘΥΜΝΗΣ	2834-0-61734 2834-0-61869
16	ΔΙΚΤΑΙΟ	ΟΡΟΠΕΔΙΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	2844-0-89040
17	ΚΑΤΑΚΟΜΒΕΣ	ΜΗΛΟΥ ΝΟΜΟΥ ΚΥΚΛΑΔΩΝ	2287-0-21370
18	ΑΝΕΜΟΤΡΥΠΑ	ΠΡΑΜΑΝΤΩΝ ΝΟΜΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	2659-0-61231 2659-0-61421
19	ΣΥΚΙΑ ΟΛΥΜΠΩΝ	ΜΑΣΤΙΚΟΧΩΡΙΩΝ ΝΟΜΟΥ ΧΙΟΥ	2271-0-44251 2271-0-44203
20	ΜΕΛΙΔΟΝΙ	ΓΕΡΟΠΟΤΑΜΟΥ ΝΟΜΟΥ ΡΕΘΥΜΝΗΣ	2834 -0-22650 2834-0-22652

Πηγή: Υπουργείο Πολιτισμού Εφορεία Παλαιοανθρωπολογίας Σπηλαιολογίας

Αναλυτικότερα στοιχεία για το κάθε τουριστικά αξιοποιημένο σπήλαιο μπορείτε να βρείτε στο Παράρτημα Νο 2. Για κάθε σπήλαιο θα αναφερθούν στοιχεία όπως: η τοποθεσία, πληροφορίες για την λειτουργία του σπηλαίου, τον φορέα διαχείρισης, αριθμός υπαλλήλων, αριθμός επισκεπτών, έσοδα και έξοδα

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

## 5.7 ΔΟΜΗ ΦΟΡΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΣΠΗΛΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Με τον πάροδο του χρόνου ήταν αναγκαία η σύσταση κάποιων επιστημονικών οργανισμών για να πραγματοποιηθεί συστηματική εξερεύνηση, χαρτογράφηση και μελέτη των ελληνικών σπηλαίων από επιστημονική και τουριστική πλευρά.

Οι **κρατικοί φορείς** είναι:

- ∅ Υπουργείο Πολιτισμού – Εφορεία Παλαιοανθρωπολογίας και Σπηλαιολογίας (ΥΠ.ΠΟ. ΕΦ. Π.Σ.)
- ∅ Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ)

Και οι **ιδιωτικοί σύλλογοι**:

- ∅ Ελληνική Σπηλαιολογική Εταιρία (Ε.Σ.Ε.)
- ∅ Σπηλαιολογικός Ελληνικός Εξερευνητικός Σύλλογος (ΣΠ. ΕΛ. Ε.Ο.)
- ∅ (ΣΟΕ)
- ∅ (ΕΠΕΑΝ)
- ∅ Σπηλαιολογικός Ελληνικός Αθλητικός Σύλλογος.

### **Υπουργείο Πολιτισμού – Εφορεία Παλαιοανθρωπολογίας και Σπηλαιολογίας**

Η Ανθρωπολογική Εταιρία Ελλάδος είναι ένας επιστημονικός φορέας που ιδρύθηκε το 1970-71 με πρωτοβουλία του Δρα Άρη Πουλιανού, σε μία δύσκολη εποχή για την επιστημονική έρευνα στην Ελλάδα. Ένας από τους σημαντικότερους λόγους για την ίδρυση της αποτέλεσε η έλλειψη (ουσιαστικά μέχρι σήμερα) οργανωμένου κρατικού ή άλλου φορέα ώθησης της ανθρωπολογικής επιστήμης, αλλά και δικαιούται να παρεμβαίνει σε θέματα που αφορούν αρχαιολογικά ευρήματα σε σπήλαια.

Οι βασικοί καταστατικοί της σκοποί είναι η εν γένει προαγωγή των ανθρωπολογικών επιστημών και η προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι σκοποί αυτοί ανάγονται στο συντονισμό των προσπάθειών κάθε ενδιαφερόμενου και τη συγκέντρωση δεδομένων στους κλάδους της εθνογένεσης, εθνολογίας,

λαογραφίας, γλωσσολογίας, κοινωνιολογίας, γενετικής, ανθρωπολογίας των σύγχρονων πληθυσμών, παλαιοανθρωπολογίας, γεωλογίας, στατιστικής, φιλοσοφίας.

«Η Εφορεία Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, με έδρα στην Αθήνα έχει δικαιοδοσία επί ολοκλήρου της επικράτειας. Της αρμοδιότητας αυτής ανάγεται η έρευνα, η ανασκαφή, η μελέτη και η προστασία των σπηλαίων τα οποία παρουσιάζουν ενδιαφέρον από φυσική, αρχαιολογική, ιστορική, παλαιοντολογική, απόψεως, αλλά και τη φύλαξη, δημοσίευση και έκθεση των εξ αυτών προερχόμενων ευρημάτων.»<sup>30</sup>

Στης δραστηριότητές της συγκαταλέγονται επίσης: η οργάνωση διαλέξεων και διεθνών συνεδρίων (3 μέχρι στιγμής), η συμμετοχή σε διεθνή συνέδρια (πάνω από 40), η ανταλλαγή γνώσεων, η ανάπτυξη στενότερων διεθνών σχέσεων και συνεργασίας με ανάλογους επιστημονικούς φορείς του εξωτερικού. Η Εταιρία διατελεί μέλος της Διεθνούς Ένωσης Ανθρωπολογικών και Εθνολογικών Επιστημών και ιδρυτικό μέλος της Ευρωπαϊκής Ανθρωπολογικής Εταιρίας.

### **Ελληνική Σπηλαιολογική Εταιρία (Ε.Σ.Ε.)**

Μετά την διαπίστωση της ανάγκης σύστασης ενός οργανισμού καθαρά επιστημονικού, για την καταγραφή και εξερεύνηση των σπηλαίων, όχι μόνο από αισθητική αλλά και από επιστημονική και οικονομική σκοπιά, ιδρύθηκε, στις 15 Νοεμβρίου 1960 η Ελληνική Σπηλαιολογική Εταιρία (Ε.Σ.Ε.).

Στα 45 χρόνια λειτουργίας της, η Ε.Σ.Ε., διοργανώνει σεμινάρια κατάρτισης ερευνητικών ομάδων, διεθνή συνέδρια και συναντήσεις, διαλέξεις, προβολές, επισκέψεις σε ελληνικά σπήλαια. κλπ. Έχουν καταγραφεί μέχρι σήμερα στα μητρώα της, πάνω από 7.500 σπήλαια, από τα οποία μεγάλο ποσοστό έχει εξερευνηθεί, χαρτογραφηθεί και μελετηθεί από τουριστική και επιστημονική άποψη. Με τον τρόπο αυτό η Ε.Σ.Ε. συνέβαλε στην επιστημονική έρευνα, με τις ανακαλύψεις από μέλη της, σε σπήλαια, ιχνών ανθρώπων και ζώων από την νεότερη Παλαιολιθική μέχρι την Νεολιθική εποχή, όπως επίσης και πλήθους παλαιοντολογικών ευρημάτων καθώς και σπηλαιόβιων οργανισμών.

---

<sup>30</sup>ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 2989, Άρθρο 46 «Εφορεία Παλαιοανθρωπολογίας-Σπηλαιολογίας», Εφημερίδα την Κυβερνήσεων, τεύχος πρώτο.



Η Ε.Σ.Ε. από την ίδρυσή της, συνεργάστηκε με Πανεπιστήμια, αρμόδιους κρατικούς φορείς και τοπική αυτοδιοίκηση, παρέχοντας σπηλαιολογικές μελέτες και στοιχεία, ανιδιοτελώς. Ξεκίνησε μια μεγάλη εξόρμηση για την προστασία των σπηλαίων. Η συνεργασία της με τις αρμόδιες υπηρεσίες του Ε.Ο.Τ., έχει σαν αποτέλεσμα να αποκτήσουν ενημερωμένο αρχείο σπηλαίων, μελέτες τουριστικής αξιοποίησης σπηλαίων, χάρτες, κλπ.

Η Ελληνική Σπηλαιολογική Εταιρία εκδίδει το «Δελτίο της Ε.Σ.Ε.» από τον Ιούλιο του 1951. Η έκδοση αυτή ανταλλάσσεται με 34 κράτη σε όλο τον κόσμο. Μέχρι σήμερα έχουν κυκλοφορήσει 22 τόμοι, και διατίθενται από τα Γραφεία της Ε.Σ.Ε. Η έκδοση του Δελτίου είναι ο βασικός παράγοντας, μέσω του οποίου η Εταιρία αναγγέλλει και δημοσιοποιεί την σπηλαιολογική δράση της. Εκτός από την έκδοση του «Δελτίου της Ε.Σ.Ε.» που καλύπτει μεγάλο μέρος της δημοσίευσης των μελετών των μελών της και ξένων σπηλαιολόγων κάθε ειδικότητας, παρουσιάστηκαν εκδόσεις ανεξάρτητες από μέλη της Ε.Σ.Ε. με σπηλαιολογικά θέματα όπως είναι οι οδηγοί σπηλαίων τουριστικά αξιοποιημένων και Σπηλαιολογικοί Οδηγοί της χώρας, καθώς και μελέτες μονογραφίες για σπήλαια.

Η Ε.Σ.Ε. διοργανώνει και διεθνή συνέδρια και συναντήσεις αφ' ενός για την προβολή της Ελληνικής Σπηλαιολογίας, αφ' ετέρου για την ενημέρωση των μελών της στα τελευταία διεθνή επιτεύγματα της Επιστημονικής και Αθλητικής Σπηλαιολογίας.

## 5.8 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΣΠΗΛΑΙΩΝ

Πρέπει να σημειωθεί ότι η παρουσία του επισκέπτη – τουρίστα σε ένα τόπο αφήνει συνήθως αρνητικά ίχνη, γιατί το πέρασμα του προκαλεί φθορά των στοιχείων με τα οποία έρχεται σε επαφή. Πόσο μάλλον σε ένα περιβάλλον τόσο ευαίσθητο σε κάθε εξωτερική επιρροή, όπως αυτό που αντιπροσωπεύει ένα σπήλαιο. Η φθορά είναι μεγαλύτερη όσο αυξάνεται το τουριστικό πλήθος. Επομένως χρειάζεται εκπαίδευση, για να αυξηθεί η ευαισθησία των επισκεπτών όσο αναφορά την διατήρηση και προστασία των στοιχείων του περιβάλλοντος.

Αντίστοιχη φθορά (μύκητες, ανάπτυξη βακτηριδίων, κλπ.), μπορούν να προκαλέσουν και οι εγκαταστάσεις που είναι απαραίτητες για την τουριστική αξιοποίηση των σπηλαίων, αν αυτές διαταράσσουν την ευαίσθητη οικολογική ισορροπία του περιβάλλοντος του σπηλαίου. Πάντως η τουριστική εκμετάλλευση του σπηλαίου, ενός φυσικού μνημείου που χρειάστηκε εκατομμύρια χρόνια για να δημιουργηθεί – αποτελεί αρνητικό παράγοντα στην εξέλιξη του, και καταστροφή, αν δεν εφαρμόζεται με σωστό τρόπο.

Η μέχρι σήμερα αξιοποίηση κάποιων σπηλαίων στην Ελλάδα έχει αποβεί καταστροφική αν λάβουμε υπόψη μας τα στοιχεία που προέκυψαν από την συζήτηση με μέλος της Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας του Υπουργείου Πολιτισμού. Τα σπήλαια της Αλιστράτης Σερρών και το σπήλαιο Περάματος Ιωαννίνων, όπως και τα σπήλαια Δυρού Μάνης και Παιανίας Αττικής όπου παρατηρούνται εκτεταμένες επιπτώσεις στην χλωρίδα από τον φωτισμό. Αυτές όμως οι καταστροφές μπορούν να μειωθούν όταν κατά την διαδικασία μετατροπής του σπηλαίου σε τουριστικό προϊόν λάβουμε υπόψη μας την ευαίσθητη φύση αυτού του μνημείου.

Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι κάθε σπήλαιο πρέπει να αντιμετωπίζεται με διαφορετική διαδικασία, αν λάβουμε υπόψη μας τον ιδιαίτερο τύπο του κάθε ενός από αυτά και να μελετήσουμε τα μειονεκτήματα των ήδη αξιοποιημένων σπηλαίων, ώστε να μην επαναληφθούν τα ίδια λάθη και οι καταστροφές (Καμπούρογλου, γεωλόγος – σπηλαιολόγος Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας).

Τα σπήλαια είναι όπως και παλαιοντολογικά κατάλοιπα για τα οποία υπάρχουν ενδείξεις ότι συνδέονται με την ανθρώπινη ύπαρξη, θεωρούνται αρχαία μνημεία και είναι υπό αυστηρή προστασία.<sup>31</sup>

Παρακάτω αναφέρω τους νομοθετικούς περιορισμούς από το Υπουργείο Πολιτισμού όπου σχετικό έγγραφο υπάρχει στο παράρτημα.

Α) Τα σπήλαια θεωρούνται παράλληλα ως αναπόσπαστο μέρος της αρχαιολογικής κληρονομιάς της αρχαιότερης πηγής της Ευρωπαϊκής ιστορίας, η οποία απειλείται σοβαρά με καταστροφή. Κατά συνέπεια κάθε είδος εύρημα ή αντικείμενο και κάθε ίχνος ανθρώπινης ύπαρξης εργαλεία, οστά, που προέρχονται από τα σπήλαια, θεωρούνται αρχαιολογικό αντικείμενο. (Άρθρο 1, Ν. 1127)

Β) Τα σπήλαια συμπεριλαμβάνονται στην κατηγορία των μνημείων και θεωρούνται αναπόσπαστο τμήμα της Πολιτιστικής μας κληρονομιάς ως έργο του ανθρώπου ή της φύσης με παγκόσμια αξία από άποψη, ιστορική, αισθητική, εθνολογική, ανθρωπολογική ή παλαιοανθρωπολογική. (Άρθρο 1, Ν. 1125)

Γ) Η προστασία, η έρευνα, η ανασκαφή και η μελέτη των σπηλαίων, που παρουσιάζουν ενδιαφέρον από φυσική, αρχαιολογική, ιστορική άποψη, καθώς και η φύλαξη, η δημοσίευση και η έκθεση πάσης φύσεως ευρημάτων, που προέρχονται από τα σπήλαια, ανήκει στην αρμοδιότητα και ευθύνη του κράτους και ειδικότερα του Υπουργείου Πολιτισμού και της Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας.

Δ) Κάθε ενέργεια οποιουδήποτε κρατικού, πανεπιστημιακού ή ιδιωτικού φορέα υπάγεται στην δικαιοδοσία του Υπουργείου Περιβάλλοντος. Και διέπεται από τις διατάξεις του Κ. Ν. 5351/ 32 «περί προστασίας αρχαιοτήτων και του Ν. 1459/50 » περί προστασίας ειδικής κατηγορίας οικοδομημάτων και έργων τέχνης μεταγενέστερων του 1830.

Ε) Η περιφερειακές μονάδες του Υπουργείου Περιβάλλοντος Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων: οι δημοτικές και κοινοτικές αρχές και κατά τόπους αστυνομικά τμήματα και σταθμοί χωροφυλακής καθίστανται συνυπεύθυνοι για την προστασία σπηλαίων, λιμναίων ή σπηλαιοβαραθρών, της περιοχής τους σε συνεργασία με την αρμόδια ευφορία Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, απαγορεύοντας στο εξής κάθε είδους επέμβαση, εξερεύνηση, εκμετάλλευση, αξιοποίηση από

---

<sup>31</sup> ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 3028 «Για την προστασία των Αρχαιοτήτων και εν γένει της Πολιτιστικής Κληρονομιάς», Εφημερίδα των Κυβερνήσεων, τεύχος πρώτο, Αρ. Φύλου 153, 28 Ιουνίου 2002

οποιοδήποτε φορέα Ελληνικό ή ξένο χωρίς προηγούμενη έγκριση του Υπουργείου Περιβάλλοντος Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων.

Τα παραπάνω άρθρα δημοσιεύτηκαν στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, τεύχος δεύτερο – αριθμό φύλλου 398/6.7., Αθήνα 1983.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Σ. Βαρβαρέσος, «Τουρισμός-έννοιες, μεγέθη, δομές», Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα 1999, σ. 76

Victor T. C. Middleton, «Marketing in Travel & Tourism», εκδόσεις BUTTERWORTH, Oxford, 1992, σ. 79

Δερμιτζάκης et al., 1981, σ. 82

Ankel 1965, Szilvassy 1979, Θεοδώρου 1981-1982.

A. Πετροχείλου, άρθρο «Θρύλοι-παραδόσεις των ελληνικών σπηλαίων» του Δελτίου Ε.Σ.Ε., XVIII, Αθήνα 1981-1982, σ.74-93

Χ. Πετρέας «Τουριστικό Μάρκετινγκ», εκδόσεις Γαλαίος, 1989, Αθήνα

Ομιλία του Προέδρου της Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρίας, Μ. Δερμιτζάκη, Δελτίο Ε.Σ.Ε. τόμος XX, Αθήνα, 1992

Σπηλαιολογικός Οδηγός της Ελλάδας – Μια προσφορά της Β.Ρ. Ελλάδας στον Ελληνικό Τουρισμό, Ιωάννου Θεοχάρης, 1972, Αθήνα.

«Γενικές προδιαγραφές για την αξιοποίηση των σπηλαίων», φυλλάδιο της Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας του Υπ. Πολιτισμού

ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 2989, Άρθρο 46 «Εφορεία Παλαιοανθρωπολογίας-Σπηλαιολογίας», Εφημερίδα των Κυβερνήσεων, τεύχος πρώτο.

ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 3028 «Για την προστασία των Αρχαιοτήτων και εν γένει της Πολιτιστικής Κληρονομιάς», Εφημερίδα των Κυβερνήσεων, τεύχος πρώτο, Αρ. Φύλου 153, 28 Ιουνίου 2002

## ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

Συνέντευξη από τον κ. Κ. Β. Γιαννόπουλο – Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Υπ. Πολιτισμού

Συνέντευξη από τον κ. Α. Πουλιανό – Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Υπ. Πολιτισμού

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

## **6. ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΝΤΑΙ** **ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΠΗΛΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ** **ΕΛΛΑΔΑ**

### **6.1 ΕΛΛΕΙΨΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ** **ΣΠΗΛΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Παρ' όλες τις προσπάθειες του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης για την χάραξη μίας πολιτικής με στόχο την διαφοροποίηση και εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, αλλά και την άμβλυνση της εποχικότητας της ζήτησης, μέσω αξιοποίησης των φυσικών πόρων στα πλαίσια ανάπτυξης νέων μορφών τουρισμού, παρατηρείται μια ασάφεια της τουριστικής πολιτικής στο θέμα των σπηλαίων.

Η αναγκαιότητα ύπαρξης συγκροτημένης τουριστικής πολιτικής για τον τομέα των σπηλαίων στηρίζεται και από το γεγονός της αρνητικής συσχέτισης της διασποράς των σπηλαίων με την διάρθρωση των τουριστικών συγκεντρώσεων. Από την έρευνα που έγινε στα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας «Ελληνικά Σπήλαια και Τουριστική Ανάπτυξη» από την Μ. Τριαντάφυλλου προκύπτει ότι το 65,49% των κυριότερων ελληνικών σπηλαίων όπως και το 61,1% των ενεργών σπηλαίων βρίσκεται σε περιοχές που εντάσσονται στην κατηγορία Α (έως 1000 κλίνες), όσον αφορά τις τουριστικές συγκεντρώσεις.

Επίσης, παρατηρείται αναφορικά με τα ενεργά σπήλαια ότι το 27,77% του συνόλου, αντιστοιχεί σε περιοχές Ε (20001-30000 κλίνες) κατηγορίας.<sup>32</sup>

Παρ' όλα αυτά όμως είναι γεγονός ότι **το μεγαλύτερο μέρος των σημαντικότερων ενεργών σπηλαίων τοποθετείται χωρικά σε περιοχές χαμηλής τουριστικής συγκέντρωσης**. Οπότε η χαμηλή ανάπτυξη των φυσικών – τουριστικών αυτών πόρων οφείλεται ως ένα βαθμό στην περιορισμένη τουριστική πολιτική.

<sup>32</sup> «Δελτίο Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρείας», Τόμος XX, Αθήνα 1992, σ. 65

Επίσης στα πλαίσια της τουριστικής πολιτικής θα πρέπει να επιλυθούν θέματα όπως η **θεσμική κατοχύρωση όλου του πλέγματος των σπηλαίων, η οποία παρουσιάζει έντονα προβλήματα.**

Το υπάρχον καθεστώς όσον αφορά την θεσμοθετημένη προστασία των σπηλαίων, καθορίζεται από την απόφαση του Υπουργείου Πολιτισμού και Επιστημών (ΥΠΠΕ / ΑΡΧ / Α1 / Φ45 / 18378 / 650,7/4/83), η οποία εντάσσει τα σπήλαια στην κατηγορία των μνημείων, υπάγοντάς τα στον ισχύοντα αρχαιολογικό νόμο 5351 / 32.

Με την υπουργική αυτή απόφαση, βασικός υπεύθυνος φορέας για τα σπήλαια, καθίσταται η Εφορία Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας του Υπουργείου Πολιτισμού. Το Άρθρο του ΦΕΚ, όπου δημοσιεύεται η ίδρυση της Εφορίας αυτής αναφέρεται ότι αυτή δικαιούται να παρεμβαίνει σε θέματα που αφορούν αρχαιολογικά ευρήματα σε σπήλαια.

Παράλληλα με δικαιοδοσία σε θέματα σπηλαίων έχει και το Μουσείο του Πανεπιστημίου Αθηνών, το οποίο σύμφωνα με τον νόμο 5343 / 32, δικαιούνται να παρεμβαίνει σε θέματα που αφορούν παλαιοντολογικά επιστημονικά ευρήματα. Τέλος ο ΕΟΤ έχει δικαίωμα να παρέμβει σε θέματα προστασίας των σπηλαίων (κακοτεχνίες, φθορές, κ.λπ.).

Οι ισχύουσες θεσμοθετήσεις καλύπτουν ως ένα βαθμό το θέμα της προστασίας των σπηλαίων, χαρακτηρίζοντας τα ως μνημεία και εθνικούς θησαυρούς, αλλά δεν είναι ικανές να καθορίσουν ουσιαστικά τους υπεύθυνους φορείς και τις συγκεκριμένες αρμοδιότητες που αυτοί θα έχουν, όσον αφορά την προστασία των σπηλαίων, την έρευνα σε αυτά και την μελέτη των επιστημονικών ευρημάτων.<sup>33</sup>

Θα πρέπει επίσης **να καθοριστούν οι φορείς της τουριστικής πολιτικής στον τομέα αυτό.** Κύριος φορέας βέβαια είναι ο ΕΟΤ, ο οποίος όμως χρειάζεται διοικητική και περιφερειακή οργάνωση, έτσι ώστε να είναι δυνατόν να ασχοληθεί συστηματικά με την καταγραφή και τις μεθόδους επίλυσης των προβλημάτων και με τον συντονισμό των δραστηριοτήτων των υπόλοιπων φορέων. Οπότε, ο

---

<sup>33</sup> «Δελτίο Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρείας», Τόμος XX, Αθήνα 1992, σ. 66



καθορισμός των υπόλοιπων φορέων, όπως επίσης και του ρόλου τους, είναι ένα ακόμη σημείο που απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή, στα πλαίσια της τουριστικής πολιτικής.

**Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί και στον καθορισμό του ρόλου της Τοπικής Αυτοδιοίκησης**, παράγοντα ισχυρά δυναμικού, κυρίως στο στάδιο αξιοποίησης και εκμετάλλευσης του σπηλαίου, και στο πλαίσιο συνεργασίας της με τον ΕΟΤ, ΥΠΠΟ ΕΦ. Π. Σ. και ΕΣΕ. Η ενίσχυση της πρωτοβουλίας της Τοπικής Αυτοδιοίκησης επιβάλλεται, κάτω από την λογική της προβολής της έννοιας του σπηλαίου ως τοπικού τουριστικού προϊόντος.

Άλλο σημείο το οποίο δεν έχει λάβει υπόψη της η πολιτική στον τομέα αυτό, είναι η **χωροταξική διάσταση** του θέματος. Δεν πρέπει να περνά απαρατήρητα η σχέση των σπηλαίων με τον χώρο όπως και η μεταξύ τους σχέσεις, έτσι ώστε η ανάπτυξή τους να μην έχει «στατική» αλλά «δυναμική» υπόσταση.

**Το περιβάλλον και η προστασία του σχετιζόμενο με την έννοια του σπηλαίου**, είναι ένας ακόμη στόχος της τουριστικής πολιτικής, για τον οποίο απαιτούνται ιδιαίτερα μέτρα, μετά από εκτεταμένες μελέτες σε θέματα προστασίας των σπηλαίων και αξιοποίησή της μέχρι σήμερα εμπειρίας.

Τέλος, **τα θέματα εκπαίδευσής και έρευνας επιβάλλεται να αποτελούν ζωτικά στοιχεία μιας συστηματικής τουριστικής πολιτικής στον τομέα των σπηλαίων**, καθώς μία αποδοτική αξιοποίηση απαιτεί εξερευνήσεις – χαρτογραφήσεις σπηλαίων, προμελέτες και μελέτες τουριστικής αξιοποίησης, εκτέλεση έργων αλλά και εκμετάλλευση, από εξειδικευμένα και επιμορφωμένο ανθρώπινο δυναμικό, έτσι ώστε να εξασφαλίζονται οι σωστές επιλογές αξιοποίησης και η προστασία του περιβάλλοντος.

## 6.2 ΑΝΑΓΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Έχοντας κατανοήσει την σημασία του τουρισμού, ορισμένες χώρες και διεθνείς μεγάλες τουριστικές βιομηχανίες έχουν ήδη εγκαθιδρύσει ένα ευρύ και διαφοροποιημένο σύστημα πηγών για τουριστικά στοιχεία και πληροφορίες για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους.

Άλλες χώρες όμως, δεν έχουν ακόμα αναπτύξει αξιόπιστα στατιστικά συστήματα για τον τουρισμό και αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα στην εφαρμογή των τουριστικών πολιτικών τους. Δυστυχώς η Ελλάδα ανήκει στην κατηγορία αυτή, η οποία μέχρι σήμερα αδυνατεί να παρέχει αξιόπιστα στοιχεία και στατιστικά δεδομένα για τον τουρισμό γενικότερα, όσο περισσότερο για το σπηλαιολογικό τουρισμό, ένας κλάδος που αναπτύσσεται τώρα, με αποτέλεσμα να μη υπάρχει αξιόπιστη πληροφόρηση στην τουριστική πολιτική.

Μη γνωρίζοντας την ακριβή κατάσταση του κάθε σπήλαιο που αφορά σημαντικά στοιχεία όπως ο αριθμός των επισκεπτών, η κινητικότητα που υπάρχει ανά μήνα, τα έσοδα και τα έξοδα του σπηλαίου ανά μήνα και ανά χρόνο, είναι αδύνατον να μιλήσουμε για καλό μακροπρόθεσμο σχεδιασμό και πολιτική που θα ακολουθήσει κάθε σπήλαιο ξεχωριστά, καθώς και για την πολιτική του σπηλαιολογικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Η σωστή εναρμόνιση με τις διεθνώς αποδεκτές πρακτικές, καθώς και η ανάπτυξη ενός φορέα τουριστικών στατιστικών που θα συμπεριλαμβάνει όλα τα στοιχεία για τα τουριστικά αξιοποιημένα σπηλαία σε τοπικό επίπεδο, καθώς και σε όλη την Ελλάδα και θα προσφέρει όχι μόνο αξιόπιστα στοιχεία αλλά και μελέτες, είναι απαραίτητα

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

«Δελτίο Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρείας», Τόμος XX, Αθήνα 1992, σ. 66

Κ. Μανωλαράκη «Επιστρέφοντας στα σπήλαια», ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ, Τεύχος 184, Οκτώβριος 2005.

Μ. Ρεπανέλη «Τουριστικά Στατιστικά Πρότυπα», ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ, Τεύχος 178, Μάρτιος 2005.

Συνέντευξη από τον κ. Κ. Β. Γιαννόπουλο – Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Υπ. Πολιτισμού

Συνέντευξη από τον κ. Α. Πουλιανό – Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Υπ. Πολιτισμού

## **7. ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΜΕΣΩ INTERNET ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ**

Η εύρυθμη λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας όπως είναι γνωστό στηρίζεται στην παροχή και προώθηση μεγάλου όγκου πληροφοριών. Κατά συνέπεια, η ψηφιοποίηση των επιχειρησιακών λειτουργιών, μέσω των εργαλείων και εφαρμογών του διαδικτύου, αποτελεί καταλυτικό παράγοντα όχι μόνο για την επιβίωση, αλλά και για την αύξηση της αποτελεσματικότητας και την ενίσχυση του διεθνούς ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μιας τουριστικής επιχείρησης ανεξαρτήτου μεγέθους. Σε μακροοικονομικό επίπεδο, οι διαδικτυακές εφαρμογές παίζουν επίσης ζωτικό ρόλο στο μάρκετινγκ, τη διαχείριση και τη βιώσιμη ανάπτυξη τουριστικών προορισμών.

Η εξάπλωση της χρήσης του Internet προκάλεσε δραστικές αλλαγές στην τουριστική βιομηχανία. Ο πελάτης, έχοντας στα χέρια του το πανίσχυρο αυτό εργαλείο, κατάφερε σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα να ανατρέψει μια παραδοσιακή αγορά. Η δυνατότητα που του έδωσε το Internet να έχει ανά πάσα στιγμή στην οθόνη του οποιαδήποτε διαθέσιμη πληροφορία, άλλαξε τις απαιτήσεις του και αναβάθμισε την καταναλωτική του συμπεριφορά. Το Internet έδωσε τη δυνατότητα στους πελάτες της τουριστικής βιομηχανίας να έχουν άμεση πρόσβαση σε εκείνους που παρέχουν τις υπηρεσίες, να συγκρίνουν τιμές, αλλά και να διαμορφώνουν προγράμματα διακοπών.

Πιο συγκεκριμένα, ο σημερινός τουρίστας αναζητά διαρκώς περισσότερες και πιο ολοκληρωμένες πληροφορίες για τον προορισμό του ταξιδιού του, καλύτερες υπηρεσίες, περισσότερες προσφορές, ενώ ταυτοχρόνως είναι περισσότερο κινητικός και λιγότερο πιστός.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις επηρέασαν καθοριστικά τον τουρισμό επιτρέποντας τη βελτίωση της ουσίας και της αποτελεσματικότητας των παραδοσιακών υπηρεσιών, αλλά και την ανάπτυξη νέων. Ένας βασικός προωθητικός παράγοντας είναι η ανάπτυξη των δικτυακών δυνατοτήτων. Καταρχάς, η αύξηση της ευρυζωνικότητας αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα για την ποσότητα και την ποιότητα της πληροφορίας που μπορεί να παρουσιάσει το Internet. Ουσιαστικά η ανάπτυξη

αυτή επέτρεπε στους χρήστες να έχουν πρόσβαση σε multimedia περιεχόμενο σε πραγματικό χρόνο. Το γεγονός αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία στην τουριστική αγορά, καθώς η επιλογή ενός συγκεκριμένου προορισμού σχετίζεται άμεσα με την ποιότητα των πληροφοριών που έχει στην διάθεσή του ο πελάτης. Έχει αποδεχθεί ότι η ύπαρξη εικόνων και λεπτομερών πληροφοριών σε κάποιο web site, παίζει καθοριστικό ρόλο στην άποψη του πελάτη για την ποιότητα ενός προϊόντος. Επίσης οι πελάτες μπορούν να δουν όλα τα τουριστικά προϊόντα «ζωντανά», έχουν δηλαδή, τη δυνατότητα να συγκρίνουν τιμές και υπηρεσίες.

Στις ώριμες τεχνολογικά αγορές, το e – Tourism αποτελεί πραγματικότητα και η εμπλοκή των παραδοσιακών καναλιών με το Internet θεωρείται αυτονόητη. Το μόνο που θέλει ο πελάτης είναι να μπορεί να βρίσκει κάπου συγκεντρωμένη την πληροφορία, προκειμένου να επιλέξει το τουριστικό προϊόν που ταιριάζει στις ανάγκες και τις επιθυμίες του.

Η μεγάλη πλειονότητα των πελατών πραγματοποιεί αναζητήσεις στο Internet για εναλλακτικές επιλογές, πριν καταλήξει σε κάποιον συγκεκριμένο προορισμό. Εφόσον τα web sites αποτελούν ήδη ένα ιδιαίτερα δημοφιλές εργαλείο marketing, η επόμενη πρόκληση είναι η μετατροπή των συγκεκριμένων εργαλείων σε αποτελεσματικά εργαλεία πωλήσεων.

Το Internet επιτρέπει αρκετές μεθόδους συνεργασίας και αλληλεπίδρασης για την προώθηση ενός προορισμού, ασχέτως αν είναι εθνικός, περιφερειακός ή τοπικός. Η ανάπτυξη ηλεκτρονικών συνεργασιών μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών από ένα συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό αποτελεί μια σημαντική εξέλιξη στο χώρο του marketing.<sup>34</sup>

Για τον λόγο αυτό, η παρουσίαση του τουριστικού προϊόντος στο Internet είναι πολύ σημαντική.

Η έρευνα αυτή έχει σαν κύριο στόχο της, να εξασφαλίζει τις καλύτερες δυνατές πληροφορίες, για την λήψη αποφάσεων, σχετικά με την αξιοποίηση και ανάδειξη του σπηλαίου ως τουριστικό προϊόν. Επίσης, η έρευνα αυτή θα βοηθήσει στο να πάρουμε μια ιδέα, για την προώθηση μέσω του Internet, κάποιων τουριστικά

---

<sup>34</sup> [www.ebusinessforum.gr](http://www.ebusinessforum.gr) τελευταία πρόσβαση 17/05/2006  
[www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr) τελευταία πρόσβαση 17/05/2006

αξιοποιημένων σπηλαίων στην Ευρώπη και στο να προτείνουμε κάποιες στρατηγικές για την καλύτερη προώθηση και διαφήμιση των σπηλαίων.

Αντικείμενο της έρευνας είναι η σύγκριση των ιστοσελίδων, των τουριστικά αξιοποιημένων σπηλαίων στην Ευρώπη μέσω του Internet.

Πρέπει να σημειωθεί εδώ ότι η επιλογή των ιστοσελίδων που συγκρίνονται έγινε τυχαία.

Ακολουθεί στην συνέχεια ο πίνακας με τα σπήλαια που επιλέχθηκαν για την έρευνα και οι ιστοσελίδες τους.

<b>Πίνακας 15. Επιλεγμένα σπήλαια για την έρευνα και οι ιστοσελίδες τους</b>		
<b>ΧΩΡΑ</b>	<b>ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ</b>	<b>ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ</b>
<b>ΑΥΣΤΡΙΑ</b>	Eisriesenwelt Cave	<a href="http://www.eisriesenwelt.at">http://www.eisriesenwelt.at</a>
<b>ΓΑΛΛΙΑ</b>	Orgnac Cave	<a href="http://www.orgnac.com">http://www.orgnac.com</a>
	The Caves of Arcy-sur-Cure	<a href="http://www.grottes-arcy.net">http://www.grottes-arcy.net</a>
<b>ΓΕΡΜΑΝΙΑ</b>	Feengrotten Cave	<a href="http://www.feengrotten.de">http://www.feengrotten.de</a>
<b>ΕΛΛΑΔΑ</b>	Alistrati Cave	<a href="http://www.alistraticave.gr">http://www.alistraticave.gr</a>
	Perama cave	<a href="http://www.spilaio-perama.gr">http://www.spilaio-perama.gr</a>
<b>ΙΣΠΑΝΙΑ</b>	Valporquero Cave	<a href="http://www.cuevadevalporquero.org">http://www.cuevadevalporquero.org</a>
<b>ΙΤΑΛΙΑ</b>	Farasassi Cave	<a href="http://www.frasassi.com">http://www.frasassi.com</a>
	Grotta Gigante	<a href="http://www.grottagigante.it">http://www.grottagigante.it</a>
<b>ΣΛΟΒΕΝΙΑ</b>	Skocjan Cave	<a href="http://www.park-skocjanske-jame.si">http://www.park-skocjanske-jame.si</a>
	Postojna Cave	<a href="http://www.postojna-cave.com">http://www.postojna-cave.com</a>

Για την πραγματοποίηση της έρευνας αυτής έπρεπε να διαλέξω κάποια κριτήρια σύγκρισης. Από μια λεπτομερή ανάλυση των ιστοσελίδων προέκυψαν τα παρακάτω πιο σημαντικά κριτήρια:

- **αρχική σελίδα** του κάθε site – δομή και οργάνωση του site
- **σπήλαιο** – παρουσίαση υπόγειου διακόσμου

- **περιήγηση στο σπήλαιο** – παρουσίαση εμπλουτισμένη με εικόνες και συνοπτική ξενάγηση
- **πρόσβαση στο σπήλαιο** – εύκολη ή μη
- **φωτογραφίες** - αριθμός και ποιότητα των φωτογραφιών
- **πληροφορίες για το σπήλαιο** – κόστος εισόδου, ώρες λειτουργίας, θερμοκρασία στο εσωτερικό του σπηλαίου και λοιπές λεπτομέρειες για αυτό
- **περιβάλλουσα περιοχή και άλλα αξιοθέατα** – προώθηση του τουρισμού της περιοχής σε συνδυασμό με εναλλακτικές δραστηριότητες, όπως αθλητικές, εκπαιδευτικές, κλπ.
- **χάρτης της περιοχής**
- **διαμονή στην περιοχή** - πληροφορίες
- **λοιπή τουριστική υποδομή** - εστιατόρια και καφετέριες κλπ.

Επίσης θα έπρεπε εδώ να σημειώσω ότι κάθε κριτήριο βαθμολογείται με μονάδες:

- 0 μονάδες – δεν υπάρχει
- 1 μονάδα – αντιστοιχεί με μέτριο επίπεδο
- 2 μονάδες – αντιστοιχεί με καλό επίπεδο
- 3 μονάδες – αντιστοιχεί με εντυπωσιακό επίπεδο

\*Επισυνάπτεται συγκριτικός πίνακας στοιχείων της συγκεκριμένης έρευνας.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

## 7.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ\*

Μετά την έρευνα που έγινε στις ιστοσελίδες των 12 κυριότερων σπηλαίων της Ευρώπης, διαπιστώσαμε ότι τις περισσότερες σημαντικές και ποιοτικές πληροφορίες σχετικά με την αξιοποίηση και ανάδειξη του σπηλαίου ως τουριστικό προϊόν, είναι το σπήλαιο με τις περισσότερες μονάδες-34- Postojna Cave ([www.postojna-cave.com](http://www.postojna-cave.com)), που ανήκει στην Σλοβενία.

Στη συνέχεια ακολουθούν τα σπήλαια Farasassi Cave ([www.farasassi.com](http://www.farasassi.com)) που ανήκει στην Ιταλία, το Valporquero Cave ([www.cuervadevalporquero.org](http://www.cuervadevalporquero.org)) που ανήκει στην Ισπανία και τέλος το Skocjan Cave ([www.park-skocjanske-jame.si](http://www.park-skocjanske-jame.si)) που ανήκει στην Σλοβενία με μονάδες 31 και 28 αντίστοιχα τα δύο τελευταία.

Τα site των ανωτέρων σπηλαίων μπορούν να αποτελέσουν οδηγό για τα ελληνικά σπήλαια, όσον αφορά την βελτίωση και την αποτελεσματικότητα προώθησης των ελληνικών σπηλαίων μέσω Internet ως τουριστικό προϊόν.

Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για την τουριστική αγορά καθώς η επιλογή ενός προορισμού στην περίπτωση μας η επίσκεψη ενός σπηλαίου σχετίζεται άμεσα με την ποιότητα των πληροφοριών που έχει στη διάθεση του ο μελλοντικός επισκέπτης.

Οι χώρες όπως η Ιταλία, η Ισπανία και η Σλοβενία, που παρέχουν μεγαλύτερη πληροφόρηση για τα σπήλαια τους μέσω του Internet, όπως είδαμε στην έρευνα μας, είναι παράδειγμα γνώσεων και ιδεών προώθησης του σπηλαιολογικού τουρισμού προς τις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες στο συγκεκριμένο τομέα του τουρισμού.

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**  
**ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

[www.ebusinessforoum.gr](http://www.ebusinessforoum.gr)

[www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)

[www.eisriesenwelt.at](http://www.eisriesenwelt.at)

[www.orgnac.com](http://www.orgnac.com)

[www.grottes-arcy.net](http://www.grottes-arcy.net)

[www.feengrotten.de](http://www.feengrotten.de)

[www.alistraticave.gr](http://www.alistraticave.gr)

[www.spilaio-perama.gr](http://www.spilaio-perama.gr)

[www.cuevadevalporquero.org](http://www.cuevadevalporquero.org)

[www.frasassi.com](http://www.frasassi.com)

[www.grottagigante.it](http://www.grottagigante.it)

[www.park-skocjanske-jame.si](http://www.park-skocjanske-jame.si)

[www.postojna-cave.com](http://www.postojna-cave.com)

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

## **8 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ**

### **8.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ – ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

Νέες τάσεις εμφανίζονται συνεχώς, στον σπηλαιολογικό τουρισμό και οι μάνατζερ πρέπει να έχουν υπόψη τους τις νέες μορφές, παράγοντες, απαιτήσεις και εργαλεία . Στο κεφάλαιο αυτό θα ήθελα να παρουσιάσω τις τάσεις που επικρατούν σήμερα και πως μπορούν να εφαρμοστούν για την καλύτερη διοίκηση των τουριστικά αξιοποιημένων σπηλαίων.

#### **Ο εκπαιδευτικός παράγοντας στα τουριστικά σπήλαια**

Όπως έχει υπογραμμισθεί σε προηγούμενα κεφάλαια της εργασίας, οι σημερινοί τουρίστες-επισκέπτες περιμένουν κάτι παραπάνω από μια απλή επίσκεψη, περιμένουν να μάθουν από την επίσκεψη ενός σπηλαίου. Αυτή είναι και μία ευκαιρία να αυξηθεί ο αριθμός των επισκεπτών.

Αυτό υπονοεί ότι υπάρχει ανάγκη για την βελτίωση της ξενάγησης του σπηλαίου. Οι ξεναγοί πρέπει να έχουν ολοκληρωμένες και βαθιές γνώσεις: για την ιστορία του σπηλαίου, για την γεωλογία, για την βιολογία, και επίσης για το πως το σπήλαιο σχετίζεται με την γύρω περιοχή. Ένας ξεναγός πρέπει να γνωρίζει για τα σπήλαια της περιοχής, της χώρας, ακόμη και για τα σπήλαια του κόσμου. Για τον λόγο αυτό η εκπαίδευση των ξεναγών είναι σημαντική. Ο ξεναγός πρέπει να ξέρει πώς να απευθύνεται στον κόσμο και πως να αντιμετωπίζει και ολόκληρα γκρουπ και μεμονωμένους επισκέπτες.

Υπάρχουν όμως και σπήλαια όπου δεν υπάρχουν ξεναγοί (για παράδειγμα τα σπήλαια όπου η επίσκεψη γίνεται με βαρκούλες), μόνο κάποια άτομα υπεύθυνα για την ασφάλεια οι οποίοι έχουν τον ρόλο να προσέχουν το σπήλαιο και να βοηθούν τους τουρίστες κατά την διάρκεια της επίσκεψης. Στην περίπτωση αυτή τα συγκεκριμένα άτομα θα πρέπει να είναι έτοιμα να απαντούν σε ερωτήματα και απορίες των επισκεπτών. Επίσης, ένα Κέντρο Πληροφοριών είναι απαραίτητο, ώστε ο επισκέπτης να μπορεί να πληροφορείται για το σπήλαιο πριν ή μετά την επίσκεψη. Τέλος, η ύπαρξη οδηγών ή μπροσούρων για την ξενάγηση, μπορούν

να μετατρέψουν την επίσκεψη μια εμπειρία μάθησης. Ας σημειωθεί ότι οι ξεναγήσεις των σπηλαίων θα πρέπει να είναι οργανωμένες κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να ανταποκρίνεται στις εκπαιδευτικές απαιτήσεις κάθε γκρουπ (π.χ., μαθητές, ειδικές ομάδες ατόμων με ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην Προϊστορία, Μυθολογία, Ανθρωπολογία, κλπ.)

Ο εκπαιδευτικός παράγοντας αποκτά όλο και περισσότερη σημασία στα τουριστικά αξιοποιημένα σπήλαια.

### **Περιβαλλοντικές αρχές και κανόνες**

Γίνεται εύκολα κατανοητό ότι οι περιβαλλοντικοί κανονισμοί αποτελούν έναν πολύ σημαντικό παράγοντα στη διοίκηση ενός σπηλαίου. Υπάρχουν όμως αξιοσημείωτες περιπτώσεις όπου οι managers ενός σπηλαίου κάνουν πολύ λιγότερα από αυτά που θα έπρεπε για τη συντήρηση του ή διαπράττουν σοβαρά λάθη. Σ' αυτή την περίπτωση, οι managers θα πρέπει να επωφεληθούν από τις ήδη υπάρχουσες και δοκιμασμένες εμπειρίες και γνώσεις σχετικά με τη διοίκηση των σπηλαίων.

Αντίθετα με τη γνώμη ορισμένων, οι διοικητές των τουριστικών σπηλαίων έχουν προσπαθήσει αρκετά για την προστασία τους. Δεν είναι καθόλου εύκολο για τους managers να καθιστούν το σπήλαιο επισκέψιμο και ταυτόχρονα να το συντηρούν, έτσι ώστε να το επισκέπτονται όλο και περισσότεροι στο μέλλον.

### **Ασφάλεια και άνεση**

Η ασφάλεια είναι μια ολοένα αυξανόμενη απαίτηση των επισκεπτών, των κυβερνήσεων και της δημόσιας γνώμης. Είναι αυτονόητο ότι σε ένα υπόγειο περιβάλλον η απόλυτη ασφάλεια πολλές φορές δεν είναι εφικτή. Παρόλα αυτά πάντα υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης των προτύπων ασφάλειας σε ένα τουριστικά αξιοποιημένο σπήλαιο. Σχέδια εκκένωσης, τακτικοί έλεγχοι, μια καλή εκτίμηση των εν δυνάμει κινδύνων, η κατοχή γνώσεων Πρώτης Βοήθειας από τους ξεναγούς, η συνεργασία με ομάδες διάσωσης, κλπ. είναι μερικά από τα μέτρα που δίνουν την αίσθηση ασφάλειας στους επισκέπτες.

Η άνεση είναι δύσκολο να επιτευχθεί σε ένα σπήλαιο καθώς ένα υπόγειο περιβάλλον είναι συνήθως εχθρικό, λόγω της έλλειψης φωτός, της θερμοκρασίας, της υγρασίας, κλπ. Ωστόσο είναι σημαντικό να διεξάγονται οι επισκέψεις με όση περισσότερη άνεση γίνεται. Αν είναι δυνατόν, το σπήλαιο θα πρέπει να είναι αντικείμενο επίσκεψης από τον καθένα που το επιθυμεί, ακόμα και από παιδιά ή άτομα με ειδικές ανάγκες. Η άνεση σε ένα τουριστικά αξιοποιημένο σπήλαιο δεν σημαίνει μόνο ότι η περιήγηση σ' αυτό πρέπει να είναι όσο πιο άνετη γίνεται, αλλά μια καλά οργανωμένη ξενάγηση, καθώς και κάποιες ανέσεις όπως: μια αίθουσα αναμονής για να μην υποφέρουν οι επισκέπτες από κρύο, από υπερβολική ζέστη ή από βροχή, καλές τουαλέτες, μια καφετέρια και ένας ειδικός χώρος για τα παιδιά..

Η άνεση προσελκύει τουρίστες και τους βοηθάει στο να απολαύσουν μια ευχάριστη επίσκεψη στο σπήλαιο.

### **Συνεργασίες**

Αυτή η πρόταση σχετίζεται με δυο ξεχωριστά θέματα.

Πρώτον, το θέμα της παρουσίασης του σπηλαίου σε συνδυασμό με τη γύρω περιοχή.

Η οργάνωση κάποιων δραστηριοτήτων στο εσωτερικό του σπηλαίου ή στην είσοδο του χρησιμεύει στην προσέλκυση των επισκεπτών. Επίσης ένα τουριστικά αξιοποιημένο σπήλαιο πρέπει να προωθηθεί σε σχέση με την γύρω περιοχή και τις δραστηριότητές της. Οι τουρίστες-επισκέπτες πιο εύκολα επισκέπτονται ένα σπήλαιο γνωρίζοντας ότι δίπλα υπάρχουν όμορφα τοπία, καλά εστιατόρια και ξενοδοχεία. Κατά συνέπεια ένα τουριστικά αξιοποιημένο σπήλαιο, ακόμα και αν βρίσκεται σε μία απομονωμένη περιοχή, δεν πρέπει να αποτελεί απομονωμένο αξιοθέατο, αλλά να συνδέεται με τις δυνατότητες των γύρω περιοχών.

Δεύτερον, οι συνεργασίες αποκτούν νόημα για τον μάνατζερ του σπηλαίου όταν αυτός επωφελείται από τις γνώσεις και την εμπειρογνωμοσύνη των άλλων. Η συνεχής ενημέρωση για την διοίκησης και τα τουριστικά σπήλαια από τουριστικές οργανώσεις, σπηλαία με μεγάλη εμπειρία στον τουρισμό, διάφορους διεθνούς φορείς όπως ISCA, UIS, κ. α. αποτελεί χρήσιμο εργαλείο για την διοίκηση των σπηλαίων.

## **Νέες τεχνολογίες**

Η αυξημένη ζήτηση για τα τουριστικά σπήλαια οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στον αποδοτικό και αποτελεσματικό τρόπο χρήσης της σύγχρονης τεχνολογίας. Η τεχνολογία επιτρέπει στα σπήλαια να είναι καλύτερα οργανωμένα για τους τουρίστες-επισκέπτες. Οι νέες τεχνολογίες είναι απαραίτητες για το μάρκετινγκ και την προώθηση. Παρά τις απαραίτητες επενδύσεις στις νέες τεχνολογίες μπορούν να εξοικονομηθούν χρήματα, καθώς προσφέρουν μεγάλες δυνατότητες για την παρουσίαση, συντήρηση και αποκατάσταση του σπηλαίου. Επιπλέον εξυπηρετούν εκπαιδευτικούς σκοπούς και στη διοίκηση των σπηλαίων. Τέλος, αξιωματικό ότι η χρήση του διαδικτύου μπορεί να αποφέρει πολλαπλά οφέλη για τους επισκέπτες αλλά και για τους managers των σπηλαίων, με πολύ μικρό κόστος.

## **Διοίκηση Ποιότητας στα τουριστικά σπήλαια**

Η θεωρία της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας και άλλες σχετικές μ' αυτήν θεωρίες, προσφέρουν στους μάνατζερ εννοιολογικά και πρακτικά σχέδια με σκοπό την καλυτέρευση της ποιότητας της διοίκησης και των προσφερόμενων υπηρεσιών. Στα μετά-βιομηχανικά χρόνια, ο όρος της ποιότητας ήταν κατανοητός στην αρχή ως η παραγωγή καλών βιομηχανικών προϊόντων. Κάποια χρόνια αργότερα οι ειδικοί εκτίμησαν την σημασία των υπηρεσιών ως ξεχωριστό τομέα στην σύγχρονη οικονομία και άρχισαν να συνδέουν την λέξη της «ποιότητας» με την ποιότητα στην διοίκηση και ποιότητα στις προσφερόμενες υπηρεσίες. Τα τουριστικά σπήλαια είναι μέρος του τομέα των υπηρεσιών και γι' αυτό είναι σημαντικό να αναπτύξουν ποιοτικές προσεγγίσεις στον τρόπο διοίκησης τους και στον τρόπο προσφοράς των υπηρεσιών στους τουρίστες-επισκέπτες.

Για να υιοθετήσει ένα τουριστικό σπήλαιο την προσέγγιση της ποιότητας των υπηρεσιών σημαίνει την αλλαγή προσανατολισμού του σπηλαίου από επιχείρηση που απλά ενδιαφέρεται για τις προτιμήσεις του πελάτη-επισκέπτη σε μια επιχείρηση όπου ο πελάτης-επισκέπτης είναι το κέντρο λήψης αποφάσεων. Η ποιότητα είναι μια πρόκληση για τους μάνατζερ, είναι όμως και σημαντικό εργαλείο

για την επιτυχημένη διοίκηση των σπηλαίων τόσο για τα σπήλαια που ανήκουν στον ιδιωτικό τομέα όσο και για εκείνα του δημοσίου τομέα.<sup>35</sup>

### **Συμπεράσματα**

Σήμερα υπάρχουν νέοι παράγοντες, απαιτήσεις και εργαλεία στον τουρισμό. Οι παράγοντες που περιγράφηκαν παραπάνω-

- ✚ Ο εκπαιδευτικός παράγοντας
- ✚ Περιβαλλοντικές αρχές και κανόνες
- ✚ Η ασφάλεια και η άνεση
- ✚ Οι συνεργασίες
- ✚ Νέες τεχνολογίες
- ✚ Ο παράγοντας της ποιότητας

-αποτελούν πραγματική πρόκληση για τους μάνατζερ των σπηλαίων η ενσωμάτωση καινούργιων αυτών τάσεων στον τρόπο διοίκησης των σπηλαίων.

---

<sup>35</sup> Jorge Cabezos, ISCA President άρθρο “An approximation to new trends in cave management”, 4<sup>th</sup> International ISCA Congress “Use of modern technologies in the development of caves for tourism”, 2002, σ. 126-128



## **8.2 Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ**

Το περιβάλλον των σπηλαίων είναι πολύ ευάλωτο και η αντίστασή του δεν είναι άπειρη. Οι τουρίστες και οι επακόλουθες δραστηριότητες θα πρέπει να εισάγονται και να διαχειρίζονται με μεγάλη προσοχή. Με ένα αριθμό εργαστηρίων και εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων στα οποία παίρνουν μέρος επισκέπτες και ντόπιοι, οι υπάλληλοι θα πρέπει να προσπαθούν να προκαλέσουν υπεύθυνη συμπεριφορά, και ζωή σε αρμονία με τη φύση.

Η διοίκηση του σπηλαίου βασίζεται στις ακόλουθες αρχές:

1. Αποτελεσματική διοίκηση των σπηλαίων και της επιφάνειας έξω από αυτές.
2. Η διοίκηση των σπηλαίων πρέπει περιλαμβάνει σχεδιασμό της επίσκεψης και έργα υποδομής.
3. Εξασφάλιση της κατάλληλης παρουσίασης των σπηλαίων που σημαίνει λήψη όλων των απαραίτητων μέτρων για την ασφάλεια των επισκεπτών, αλλά με όσο το δυνατόν λιγότερη παρέμβαση στο περιβάλλον του σπηλαίου.

Το σπήλαιο πρέπει να προετοιμάσει ένα σχέδιο διοίκησης για συγκεκριμένη περίοδο. Αυτό το σχέδιο ορίζει τους στόχους, τις κατευθύνσεις και τα μέτρα της διοίκησης του σπηλαίου. Τα πιο σημαντικά θέματα είναι:

- § Εφαρμογή των στόχων που περιγράφονται στις Διεθνές Συμβάσεις για τη Φυσική Κληρονομιά
- § Διατήρηση των φυσικών στοιχείων και προστασία των αρχαιολογικών χώρων, εθνολογικών και αρχιτεκτονικών χαρακτηριστικών
- § Προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης που είναι σε αρμονία με τη φύση και συνδέεται κυρίως με την παρουσίαση των φυσικών στοιχείων και της πολιτιστικής κληρονομιάς
- § Ανάπτυξη που είναι σε αρμονία με τη φύση
- § Περιβαλλοντική εκπαίδευση
- § Συνεχής αναβάθμιση της υποδομής του σπηλαίου και της περιοχής (επανάδρυση των εγκαταλελειμμένων τουριστικών μονοπατιών, μηχανισμοί ασφάλειας, λειτουργικές εναλλακτικές επιλογές και το Κέντρο Πληροφοριών).

Τα υπόγεια οικοσυστήματα διαφέρουν από τα επίγεια εξ' αιτίας των ειδικών κλιματικών και βιοτικών τους παραμέτρων. Εξ' άλλου διακρίνονται από την πολύ μεγάλη ποικιλία της πανίδας. Η τρωτότητά τους παρουσιάζεται από τη χαμηλή οικολογική δύναμη και τη μικρή έκταση στην οποία αναπτύσσονται. Η μόλυνση ή ελαφρές τροποποιήσεις στις οικολογικές συνθήκες μπορεί να οδηγήσουν στην εξαφάνισή τους. Τα είδη σε υπόγεια οικοσυστήματα κινδυνεύουν από την καταστροφή του βιότοπού τους, από βανδαλισμό, από τη μεταφορά τους από το φυσικό τους περιβάλλον, από χημική και βακτηριακή μόλυνση και από τον πολύ μεγάλο αριθμό τουριστών που επισκέπτονται τις σπηλιές. Ένα από τα σημαντικότερα έργα στη διοίκηση των σπηλαίων είναι να πληροφορηθούν οι τουρίστες για την πολύτιμη βιοτοπική ποικιλία των σπηλαίων, στην οποία μπορούμε να συνεισφέρουμε με υπεύθυνη συμπεριφορά.

Οι σύγχρονες τάσεις και η κατανόηση της προστασίας της φύσης, προσανατολίζονται προς την καθιέρωση μίας αληθινής σχέσης με τη φύση, που σημαίνει ελάχιστη ανθρώπινη επίδραση. Σχετίζεται με την υποδομή.

Μόνο προσεκτικά σχεδιασμένα και ποιοτικά δουλειά στο σπήλαιο και την γύρω περιοχή μπορεί να συνεισφέρει στην καλή δημόσια εικόνα και μπορεί να εκτιμηθεί από τους επισκέπτες. Μόνο με αυτό τον τρόπο είναι δυνατόν να ταυτιστούν οι άνθρωποι με τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία και έτσι να βοηθήσουν στην διατήρηση της βιοποικιλότητας και στην προστασία αυτής της κληρονομιάς.

Η διοίκηση της υποδομής του σπηλαίου θα πρέπει να βασίζεται στη διατήρηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς και στην προστασία των βιοτικών, αισθητικών και πολιτιστικών στοιχείων που είναι στενά συνδεδεμένα με τη διοίκηση όλης της γύρω περιοχής, περιλαμβανομένης και της επιφάνειας.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Jean – Pierre Bartholeyns, President, Karst and Caves Protection Department, International Union of Speleology άρθρο «Sustainable development of Show Caves», 4<sup>th</sup> International ISCA Congress «Use of modern technologies in the development of caves for tourism», 2002, σ.195

### **8.3 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΣΠΗΛΑΙΟΥ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΣΤΟΝ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΚΟΣΜΟ**

Ένα «επισκέψιμο σπήλαιο» είναι οποιοδήποτε φυσικό σπήλαιο το οποίο επισκέπτονται τακτικά για σκοπούς άλλους εκτός από κοινωφελείς. Οι χρήστες μπορεί να ποικίλουν από παιδιά της γειτονιάς, σπηλαιολόγους που δεν ασχολούνται με κοινωφελή εργασία, σχολικές ομάδες και άτομα που συμμετέχουν σε τακτικά σχεδιασμένες επισκέψεις ή περιηγήσεις οι οποίες διατίθενται στο κοινό. Αυτές οι επισκέψεις προκαλούν ανησυχίες και ευθύνες που απαιτούν τη χρήση σύγχρονης διοίκησης και τεχνολογίας.

Η πρόσβαση στο σπήλαιο περιλαμβάνει διάφορα στάδια ενίσχυσης, από σκoiνιά, σκάλες και άλλα βασικά βοηθήματα, από ημι-μόνιμες εγκαταστάσεις σε πιο ολοκληρωμένη ανάπτυξη που περιλαμβάνει την κατασκευή μονοπατιών, σκαλοπατιών, συστήματος φωτισμού, ακόμα και μηχανήματα ενεργητικής ή παθητικής διερμηνείας. Συνήθως υπάρχει ένα είδος ανάπτυξης στην επιφάνεια όπως χώροι στάθμευσης, εγκαταστάσεις συντήρησης, καταστήματα και εγκαταστάσεις για την είσοδο. Αυτά τα σπήλαια απαιτούν πάντα αφοσιωμένη διοίκηση, είτε δημόσια (τοπική, περιφερειακή ή εθνική) ή μία ιδιωτική επιχείρηση η οποία μπορεί να είναι μία εταιρεία ή όμιλος εταιρειών ή κάποιος τέτοιος επίσημος οργανισμός.

#### **Λειτουργίες διοίκησης πολλαπλών τοποθεσιών**

Οι συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις και οι ιδιαιτερότητες που συγκεντρώνονται στις επιχειρήσεις και ακόμα και στις κυβερνητικές λειτουργίες, έχουν δημιουργήσει τη σύγχρονη τάση για συγχώνευση για να είναι δυνατή η επιβίωση. Τα σπήλαια με πολύ μεγάλο αριθμό επισκεπτών μπορεί να έχουν τη δυνατότητα να απορροφήσουν το κόστος της διοίκησης, αλλά για άλλα σπήλαια με λιγότερους επισκέπτες το κόστος αυτό μπορεί να είναι τόσο δυσβάσταχτο που να κάνει την λειτουργία τους ανέφικτη. Γι αυτό το λόγο, η συνένωση της διοίκησης πολλών σπηλαίων ή ακόμα με παρόμοιες επιχειρηματικές λειτουργίες θα είναι όλο και περισσότερο πλεονεκτική.

Οι μορφές της διοίκησης πολλαπλών τοποθεσιών θα ποικίλουν από απλές συμφωνίες συνεργασίας μέχρι επιχειρήσεις και συνασπισμούς εταιρειών.

Αυτή είναι μία περίληψη των πιθανών πλεονεκτημάτων από τις Λειτουργίες Διοίκησης Πολλαπλών τοποθεσιών που είναι διαθέσιμες για επισκέψιμα σπηλαία. Διοικητικά καθήκοντα, όπως λειτουργίες χρηματοδότησης και επένδυσης, κοινές νομικές συμβουλευτικές υπηρεσίες, μισθολόγιο, οφέλη εργαζομένων, ασφάλιση ευθύνης, αγορά εμπορευμάτων, παραγωγή έντυπου υλικού και η δυνατότητα κοινού προσωπικού συντήρησης, απόκτηση και εκπαίδευση προσωπικού, κοινά εγχειρίδια για την λειτουργία και την εκπαίδευση, και μηχανολογικές επιστημονικές ανάγκες.

Για παράδειγμα στις επιχειρήσεις που είναι εποχιακές, ορισμένο προσωπικό σε θέσεις κλειδιά μπορεί να διατηρηθεί, συγκεντρώνοντας σε τοποθεσία (τοποθεσίες) που παραμένουν ανοικτές για περισσότερο χρόνο ή ακόμα εκτός εποχής, έργα που είναι αρκετά για να παραμένει στην εργασία του προσωπικό σε θέσεις κλειδιά.

Αυτά και άλλα πλεονεκτήματα μπορούν να συνδυαστούν για να είναι πρακτική η συνεχής λειτουργία των σπηλαίων που αλλιώς δεν θα ήταν δυνατόν να χρησιμοποιηθούν ή να παραμείνουν ανοικτές. Όταν νέες επιχειρήσεις συνδυαστούν με καθιερωμένες, οι συμβουλευτικές υπηρεσίες έχουν μεγάλη σημασία για τη νέα επιχείρηση. Ή αν ένα δυστύχημα ή άλλη καταστροφή χτυπήσει μία τοποθεσία, το εισόδημα από τις άλλες θα μπορέσει να την σταθεροποιήσει. Στην περίπτωση των δημοσίων σπηλαίων, μπορεί να παρέχει τρόπους για να γίνουν οι επιχειρήσεις αυτόνομες έτσι ώστε να εξασφαλιστεί η συνεχής λειτουργία τους, χωρίς τον φόβο περικοπών του κυβερνητικού προϋπολογισμού που μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα το κλείσιμο τους.

### **Επικοινωνία με υπολογιστές στη διάρκεια της ανάπτυξης και της διοίκησης**

Για την ανάπτυξη ενός επισκέψιμου σπηλαίου η σύγχρονη τεχνολογία των υπολογιστών μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να κάνει το βασικό προφίλ της αγοράς διευκολύνοντας την έρευνα αναφορικά με τη ροή της κυκλοφορίας, το προφίλ του

ντόπιου πληθυσμού, το μέσο εισόδημα και οικονομικά στοιχεία, καθώς και άλλα δημογραφικά στοιχεία όπως τον αριθμό δωματίων στα ξενοδοχεία της περιοχής και άλλες εγκαταστάσεις για τους επισκέπτες που μπορούν να ανεβάσουν την αξία ή ανταγωνιστούν το προτεινόμενο έργο. Όλα αυτά θα βοηθήσουν να αποφασισθεί η καταλληλότητα του έργου.

Με τα e-mail και την έρευνα μέσω του υπολογιστή είναι δυνατόν να έρθουμε σε επαφή με ένα ευρύ φάσμα ανθρώπων και ειδικών που μπορούν να μας συμβουλευθούν και βοηθήσουν στην διαδικασία της λήψης αποφάσεων και στην ίδια την ανάπτυξη.

Στον σύγχρονο κόσμο η ευκολία της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή και η συνεργασία, εθνική και διεθνής, μπορούν να συνεισφέρουν κατά πολύ στη μελλοντική επιτυχία της ανάπτυξης του σπηλαίου. Ένα εθνικό και διεθνές απόθεμα έμπειρων ανθρώπων με γνώσεις, είναι διαθέσιμο να μοιραστεί ιδέες και λύσεις. Αυτό το «άμεσο μήνυμα» σε συνδυασμό με τη μετάφραση μέσω υπολογιστή, προσφέρει πολύ μεγάλη βοήθεια.

### **Νέα υλικά και τεχνολογία**

Τα σύγχρονα υλικά μπορούν να επηρεάσουν πολύ την ανάπτυξη των μονοπατιών των σπηλαίων. Πολύ-συνθετικά υποκατάστατα ξύλου χρησιμοποιούνται για σκάλες και μονοπάτια και δεν σαπίζουν ούτε χρειάζονται συντήρηση και έχουν ωφέλιμη ζωή εκατό ετών.

Με νέους ελαφριές οξυγονοκολλήσεις αδρανούς αερίου, ατσάλινα πλαίσια για τα μονοπάτια και στηρίγματα, μπορούν εύκολα να κατασκευαστούν από ατσάλι, ανοξείδωτο ατσάλι και άλλα μέταλλα. Σε συνδυασμό με αυτά τα σύνθετα υλικά η λάξευση της πέτρας και το μπετόν και τα πεζοδρόμια κυριολεκτικά εξαφανίζονται.

Η ευκολία αυτής της τεχνικής, μας δίνει την επιλογή να αφαιρούμε εύκολα αυτά τα μονοπάτια που μας δίνει την δυνατότητα να σχεδιάσουμε ξανά στο μέλλον μονοπάτια χωρίς πολυδάπανη ανακατασκευή.

## Τεχνολογία διερμηνείας

Κατά μήκος της διαδρομής, ο επισκέπτης θα μαθαίνει ιστορίες και στοιχεία που θα αυξάνουν και το φιλοδώρημα που είναι σταθερό. Σήμερα έχουμε κυβερνητικά και οικονομικά εμπόδια για την πρόσληψη ανθρώπων. Υπάρχουν περιπτώσεις που η πρόσληψη μεγάλου αριθμού ξεναγών θα ήταν αδύνατη ή όχι πρακτική και θα είχε αρκετά υψηλό κόστος που θα εμπόδιζε μία επιτυχή λειτουργία.

Ορισμένα σπήλαια χρησιμοποιούν αυτόματα συστήματα ξενάγησης για δεκαετίες. Με σύγχρονες ασύρματες τηλεοπτικές κάμερες και τηλε- αισθητήρες είναι δυνατό όχι μόνο να παρακολουθούν τι κάνει ο πελάτης, αλλά και να επικοινωνούν μαζί του.

Η ασύρματη τεχνολογία θα επιτρέψει να υπάρχουν εκατοντάδες κανάλια και έτσι επεξηγηματικό υλικό θα είναι διαθέσιμο σε πολλές γλώσσες και σε διάφορα επίπεδα όπως, π.χ., για παιδιά, ενήλικες που δεν έχουν τεχνικές γνώσεις, ή επιστημονικά / εκπαιδευτικά επίπεδα με το ίδιο σύστημα.

Ακόμα και «ηχητικοί κώννοι», ανακλαστήρες ήχου που μπορούν να ακουστούν σε συγκεκριμένες περιοχές και να γίνεται μία ευχάριστη περιήγηση χωρίς ξεναγό.

Η μετάφραση σε πολλές γλώσσες είναι όλο και πιο απαραίτητη. Με τους υπολογιστές, η αυτόματη μετάφραση μπορεί να είναι διαθέσιμη για την επικοινωνία με τους επισκέπτες. Είναι πολύ εύκολο να υπάρχει έντυπο υλικό. Μαγνητοφωνημένες πληροφορίες σε πολλές γλώσσες στα κέντρα επισκεπτών και σε σπήλαια θα είναι όλο και πιο πολύ απαραίτητες όσο αυξάνονται τα ταξίδια σε άλλες χώρες.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Stephen Fairchild, ISCA Vice President, άρθρο «Show cavern development and operation in the modern world», 4<sup>th</sup> International ISCA Congress «Use of modern technologies in the development of caves for tourism», 2002, σ.129

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Jorge Cabezos, ISCA President άρθρο “An approximation to new trends in cave management”, 4<sup>th</sup> International ISCA Congress “Use of modern technologies in the development of caves for tourism”, 2002, σ. 126-128

Jean – Pierre Bartholeyns, President, Karst and Caves Protection Department, International Union of Speleology άρθρο «Sustainable development of Show Caves», 4<sup>th</sup> International ISCA Congress «Use of modern technologies in the development of caves for tourism», 2002, σ.195

Stephen Fairchild, ISCA Vice President, άρθρο «Show cavern development and operation in the modern world», 4<sup>th</sup> International ISCA Congress «Use of modern technologies in the development of caves for tourism», 2002, σ.129

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑΣ

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός στον 20<sup>ο</sup> αιώνα ήταν ένα από τα μεγαλύτερα οικονομικά και κοινωνικά φαινόμενα του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Περίπου 25 εκατομμύρια ανθρώπων ταξίδεψαν στην δεκαετία του '50, και περίπου 650 εκατομμύρια στην δεκαετία του 90, δείχνοντας έναν μέσο όρο ετήσιας αύξησης 7%. Αύξηση των 12% σημειώθηκε επίσης και στο ποσοστό των εσόδων του τουρισμού. Μια από τις κυριότερες αιτίες αύξησης των εσόδων του τουρισμού, είναι οι προσωπικές ανάγκες του ανθρώπου, που έχουν στραφεί προς την προσωπική ευχαρίστηση, εκπαίδευση και ίσως ακόμη και κοινωνική άνοδο που επέρχεται μέσω του ταξιδιών.

Σύμφωνα με την πρόβλεψη για την ανάπτυξη του τουρισμού μέχρι το 2020, (WTO,1998) ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού περιμένει μια σημαντική αύξηση του αριθμού των τουριστών. Το 2000, υπήρχαν περίπου 700 εκατομμύρια τουριστών, και το 2020 ο αριθμός αυτός αναμένεται να φτάσει το 1.56 δισεκατομμύρια. Από αυτούς, περίπου 380 εκατομμύρια αναμένεται να κάνουν διακοπές σε άλλες ηπείρους. Στον αριθμό των τουριστών η Ευρώπη θα εξακολουθεί να πρωταγωνιστεί (717 εκατομμύρια), ακολουθούμενη από την Ανατολική Ασία και τον Ειρηνικό (397 εκατομμύρια), τις «δύο Αμερικές» (282 εκατομμύρια), και τέλος από την Αφρική, τη Μέση Ανατολή και τη Νότια Ασία.

Πολλοί σχολιαστές ισχυρίζονται ότι η ωρίμαση της τουριστικής αγοράς δημιουργεί έναν «νέο» τουρίστα, ο οποίος μπορεί να χαρακτηριστεί ως έμπειρος, εκλεπτυσμένος και απαιτητικός. Αυτό σημαίνει ότι οι παραδοσιακές ετήσιες οικογενειακές διακοπές, κυρίως σε παραλιακά θέρετρα μπορούν βαθμιαία να αντικατασταθούν από ταξίδια ποικίλων-ενδιαφερόντων και μια σειρά από καινοτόμες ταξιδιωτικές εμπειρίες (περιπετειώδεις εκδρομές και οικολογικό τουρισμό).

Η νέα έννοια του τουρισμού, αφήνει πίσω τον παλαιό τύπο «ήλιος, άμμος, θάλασσα» χάριν ενός καινούργιου τύπου «εμπειρία, μόρφωση, ενθουσιασμός». Ο «νέος τουρισμός» οραματίζεται την προσωπική επαφή με έναν επισκέπτη που έχει ειδικά ενδιαφέροντα. Αντί για ξεκούραση και χαλάρωση επιθυμεί να



πραγματοποιήσει τη δική του συναισθηματική πυραμίδα. Αντί για υπηρεσίες αποκτά εμπειρίες μέσα από τις οποίες θα δημιουργήσει τη δική του εμπειρία ζωής. Συνεπάγεται επομένως ότι δεν πωλούνται πια υπηρεσίες αλλά εμπειρίες.

Συνεπάγεται ότι ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό στοιχείο ανταγωνιστικότητας του σύγχρονου τουριστικού τομέα, καθώς συμβάλλει στον εμπλουτισμό της τουριστικής προσφοράς και στην διεύρυνση και διαφοροποίηση της τουριστικής ζήτησης.

Η Ελλάδα διαθέτει μεγάλες δυνατότητες διαφοροποίησης του τουριστικού της προϊόντος, απεγκλωβισμού από το μαζικό - παραθεριστικό τουρισμό χαμηλής απόδοσης, και, συναφώς, ενίσχυσης της θέσης της στην ανταγωνιστική, διεθνή αγορά. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας, στο πεδίο των φυσικών πόρων και της πολιτιστικής κληρονομιάς, εφόσον αξιοποιηθούν, μπορούν να συμβάλουν καθοριστικά όχι μόνον στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, αλλά και την άρση των περιφερειακών ανισοτήτων, μέσω και της ανάδειξης της ταυτότητας των μειονεκτικών περιοχών, εξασφαλίζοντας την αύξηση του εισοδήματος και της απασχόλησης και την υπέρβαση της γεωγραφικής και κοινωνικής απομόνωσής τους.

Είναι γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια ο οικολογικός τουρισμός έχει γνωρίσει διεθνώς ταχύτατη εξέλιξη, μια τάση που αναμένεται να συνεχιστεί τα επόμενα χρόνια. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής στηρίζεται, αναδεικνύει και προστατεύει τα φυσικά και πολιτισμικά στοιχεία της χώρας ή της περιοχής, τα οποία και αποτελούν τους βασικούς πόλους έλξης για δραστηριότητες οικοτουριστικού χαρακτήρα. Η ανάπτυξη παραδοσιακών οικισμών, η προστασία και ανάδειξη βιοτόπων και εθνικών δρυμών αποτελούν βασικά συστατικά στοιχεία του οικοτουρισμού σε συνδυασμό με εναλλακτικές δραστηριότητες και νέους τύπους τουριστικών καταλυμάτων.

Στα πλαίσια αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού, συμπληρωμένης και από άλλες πτυχές όπως πολιτιστικός τουρισμός, επιστημονικός τουρισμός, συνεδριακό

τουρισμό, **το σπήλαιο** μπορεί να παίξει κυρίαρχο ρόλο πόλου έλξης σε συνάρτηση με την περιοχή στην οποία βρίσκεται.

Τα κυριότερα στοιχεία από τα οποία αποτελείται ένα σπήλαιο, με την έννοια της φυσικής δημιουργίας, είναι η **τουριστική τοποθεσία**. Καθώς το σπήλαιο συνδέεται άμεσα με τον χώρο, ο χαρακτηρισμός του ως τοπικό τουριστικό προϊόν, αποτελεί την βάση για οποιαδήποτε κίνηση που αφορά την τουριστική αξιοποίηση. Οπότε το σπήλαιο εντεταγμένο στον περιβάλλοντα χώρο, μπορεί να αποτελεί πόλο έλξης σημαντικό στοιχείο της τουριστικής μετακίνησης.

Το σπήλαιο ως τουριστικό προϊόν μίας περιοχής συνδέεται ουσιαστικά με την έννοια της περιφερειακής ανάπτυξης, έτσι ώστε η τουριστική του αξιοποίηση εντάσσεται στους στόχους της περιφερειακής πολιτικής, αντιπροσωπεύοντας κυρίαρχο παράγοντα στα πλαίσια εναλλακτικών – ήπιων μορφών τουρισμού.

Με βάση τις κατευθύνσεις αυτές για την διερεύνηση της σχέσης της τουριστικής ανάπτυξης με τα ελληνικά σπήλαια, έγινε μια προσπάθεια καταγραφής των κυριότερων σπηλαίων σύμφωνα με τα κριτήρια που χαρακτηρίζουν ένα σπήλαιο επισκέψιμο.

Από την γεωγραφική καταγραφή των σπηλαίων διαπιστώνεται ένας σημαντικός συνωστισμός στην περιφέρεια της Κρήτης και στην περιφέρεια Ν. Αιγαίου. Θετικό στοιχείο είναι η ύπαρξη σπηλαίων σε πολλά νησιά του Αιγαίου, του Ιονίου, αλλά και μεμονωμένα σε περιοχές της Ανατολικής και Κεντρικής Μακεδονίας, γεγονός που θα μπορούσε να αποτελέσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις περιοχές αυτές, καθώς και σημαντικό παράγοντα της τοπικής ανάπτυξης.

Η αξιολόγηση κατά είδος ή θέμα των σημαντικότερων ελληνικών σπηλαίων αποσκοπεί σε μια σε μια πρώτη προσπάθεια καταγραφής του τύπου τους, στοιχείο χρήσιμο στην διαδικασία της τουριστικής αξιοποίησής τους. Και αυτό γιατί ανάλογα με τον τύπο του σπηλαίου, θα πρέπει να σχεδιαστεί και ο τρόπος διευθέτησής του, στοιχεία που συνδέονται άμεσα με την προστασία του.

Επίσης, στα πλαίσια μιας σκιαγράφησης των σπηλαίων αποτυπώνεται η σχέση της χωρικής τους διασποράς με την χωρική διάρθρωση της τουριστικής υποδομής, που παρατηρείται ότι τα σημαντικότερα ελληνικά σπήλαια βρίσκονται σε περιοχές χαμηλών τουριστικών συγκεντρώσεων, γεγονός που αποτελεί ένδειξη για μικρής τάξεως τουριστική αξιοποίηση των φυσικών- τουριστικών αυτών πόρων.

Διαπιστώνεται ότι παρόλο που η Ελλάδα διαθέτει περίπου 10.000 σπήλαια και βραχοσκεπές, από τα σπήλαια αυτά, μόνο τα 25 είναι αξιοποιημένα ή / και υπό αξιοποίηση.

Ο **εμπλουτισμός της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος** με την δημιουργία των υποδομών και την **οργάνωση των ειδικών προϊόντων τα οποία μπορούν να προσελκύσουν ζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών** σε όλους τους τομείς που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν, **η μείωση της εποχικότητας** της τουριστικής δραστηριότητας, και **ενίσχυση της προβολής της χώρας** ως τουριστικό προορισμό, είναι οι βασικές κατευθύνσεις της τουριστικής πολιτικής και υλοποιούνται τα τελευταία χρόνια μέσω του Β΄ Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (Β΄ Κ.Π.Σ.) και το Γ΄ Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (Γ΄ Κ.Π.Σ), οι δράσεις του οποίου ενσωματώθηκαν στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» (ΕΠΑΝ).

Αυτές οι κατευθύνσεις όμως δεν μπορούν να δώσουν στα σπήλαια την θέση που τους αρμόζει στην διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης τους. Απαιτείται συστηματική αναγραφή των προβλημάτων που παρουσιάζει ο τομέας αυτός όπως:

- ✚ η θεσμική κατοχύρωση – προστασία, αξιοποίηση και εκμετάλλευση των σπηλαίων, καθώς και καθορισμός αρμόδιων φορέων,
- ✚ χωροταξική και περιφερειακή διάσταση της αξιοποίησης σπηλαίων,
- ✚ προβλήματα και λύσεις θεμάτων προστασίας και λειτουργίας των σπηλαίων,
- ✚ η σωστή εναρμόνιση με τις διεθνώς αποδεκτές πρακτικές, καθώς και
- ✚ η ανάπτυξη ενός φορέα τουριστικών στατιστικών που θα συμπεριλαμβάνει όλα τα στοιχεία για τα τουριστικά αξιοποιημένα σπήλαια σε τοπικό επίπεδο, καθώς και σε όλη την Ελλάδα και θα προσφέρει όχι μόνο αξιόπιστα στοιχεία αλλά και μελέτες.

Στα πλαίσια των προτάσεων για συστηματικότερη αξιοποίηση των σπηλαίων, που διατυπώνονται στη εργασία αυτή, ιδιαίτερη σημασία δίνεται:

- ✚ στο σκεπτικό επιλογής των αξιοποιημένων σπηλαίων;
- ✚ στη ένταξη του σπηλαίου σε νέες ή μη ανεπτυγμένες μέχρι σήμερα τουριστικές δραστηριότητες;
- ✚ στην προστασία των σπηλαίων;
- ✚ στην προβολή του σπηλαίου ως τουριστικό προϊόν μέσω του Internet
- ✚ στην αποτελεσματικότερη διοίκηση και λειτουργία των τουριστικά διαθέσιμων σπηλαίων.

Μόνο προσεκτικά σχεδιασμένη και ποιοτική δουλειά στο σπήλαιο και την γύρω περιοχή μπορεί να συνεισφέρει στην καλή δημόσια εικόνα και μπορεί να εκτιμηθεί από τους επισκέπτες. Μόνο με αυτό τον τρόπο είναι δυνατόν να ταυτιστούν οι άνθρωποι με τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία και έτσι να βοηθήσουν στην διατήρηση της βιοποικιλότητας και στην προστασία αυτής της κληρονομιάς. Η διοίκηση της υποδομής του σπηλαίου θα πρέπει να βασίζεται στη διατήρηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς και στην προστασία των βιοτικών, αισθητικών και πολιτιστικών στοιχείων που είναι στενά συνδεδεμένα με τη διοίκηση όλης της γύρω περιοχής, περιλαμβανομένης και της επιφάνειας.

Είναι πολύ σημαντικό η διοίκηση ενός τουριστικά επισκέψιμου σπηλαίου να βασίζεται στις ακόλουθες αρχές: αποτελεσματική διοίκηση των σπηλαίων και της επιφάνειας έξω από αυτές, στον σχεδιασμό της επίσκεψης και έργα υποδομής, στην εξασφάλιση της κατάλληλης παρουσίασης των σπηλαίων που σημαίνει λήψη όλων των απαραίτητων μέτρων για την ασφάλεια των επισκεπτών, αλλά με όσο το δυνατόν λιγότερη παρέμβαση στο περιβάλλον του σπηλαίου.

Επίσης, η διοίκηση του σπηλαίου πρέπει να προετοιμάζει ένα σχέδιο διοίκησης συγκεκριμένης περιόδου. Αυτό το σχέδιο ορίζει τους στόχους, τις κατευθύνσεις και τα μέτρα της διοίκησης του σπηλαίου.

Η προβολή και προώθηση του σπηλαιολογικού τουρισμού είναι εξίσου σημαντική. Η οργάνωση κάποιων δραστηριοτήτων που ίσως να υπάρχει δυνατότητα να γίνουν στα εσωτερικά των σπηλαίων ή ακόμη και η κατασκευή ειδικών εγκαταστάσεων

στην είσοδο και τον περιβάλλοντα χώρο των σπηλαίων, αποτελούν πλεονεκτήματα στην προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών.

Οι τουρίστες-επισκέπτες πιο εύκολα επισκέπτονται ένα σπήλαιο γνωρίζοντας ότι δίπλα υπάρχουν όμορφα τοπία, καλά εστιατόρια και ξενοδοχεία. Κατά συνέπεια ένα τουριστικά αξιοποιημένο σπήλαιο, ακόμα και αν βρίσκεται σε μία απομονωμένη περιοχή, δεν πρέπει να αποτελεί απομονωμένο αξιοθέατο, αλλά να συνδέεται με τις δυνατότητες των γύρω περιοχών.

Τέλος είναι πολύ σημαντικό να τονίσουμε, ότι παρόλο που υπάρχει πλήθος σπηλαίων στην Ελλάδα, μόνο ένας πολύ μικρός αριθμός εξ' αυτών έχουν αξιοποιηθεί. Η ανάγκη στροφής σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού με μικρότερη εξάρτηση από την εποχικότητα και με την ανάδειξη των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του ελληνικού τουριστικού προϊόντος προϋποθέτει και απαιτεί καλύτερο σχεδιασμό τουριστικής πολιτικής, συνεργασία ιδιωτικής και δημόσιας διοίκησης (τοπική, περιφερειακή, εθνική) και την ανάλογη προβολή τους.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1**

**Η ΧΩΡΙΚΗ ΔΙΑΣΠΟΡΑ ΤΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ ΚΑΙ  
Η ΧΩΡΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΕΩΝ**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ ΝΟΜΟΙ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ	ΥΠΑΡΞΗ Η΄ ΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ
<b>ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ &amp; ΘΡΑΚΗ</b>		
Ν. Δράμας	A	Τ Σ
Υπ. Ν. Καβάλας	B	Σ
Θάσος	B	
Ν. Ξάνθης	A	Σ
Ν. Ροδόπης	A	Σ
Υπ. Ν. Έβρου	B	
Σαμοθράκη	A	
<b>ΚΕΝΤΡ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ</b>		
Ν. Σερρών	A	Τ Σ
Υπ. Ν. Θεσ/νίκης	B	
Θεσ/νίκη	Γ	
Ν. Χαλκιδικής	Δ	Τ Σ
Ν. Κιλκίς	A	Τ Σ
Ν. Πέλλας	A	
Ν. Ημαθίας	A	
Ν. Πιερίας	Γ	
<b>ΔΥΤ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ</b>		
Ν. Φλώρινας	A	Σ
Ν. Κοζάνης	B	Σ
Ν. Καστοριάς	A	Σ
Ν. Γρεβενών	A	Σ
<b>ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ</b>		
Ν. Κέρκυρας	E	Σ
Ν. Λευκάδας	B	Σ
ΥΠ. Ν. Κεφαλληνίας	B	Τ Σ
Ιθάκη	A	Σ
Ν. Ζακύνθου	Γ	Σ
<b>ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ</b>		
Ν. Λάρισας	B	
Υπ. Ν. Μαγνησίας	Γ	Σ
Αλόνησος	A	
Σκιάθος	B	
Σκόπελος	B	
Σκύρος	A	
Ν. Τρικάλων	B	Σ
Ν. Καρδίτσας	A	

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ ΝΟΜΟΙ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ	ΥΠΑΡΞΗ Η΄ ΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ
<b>ΗΠΕΙΡΟΥ</b>		
Ν. Ιωαννίνων	B	Τ Σ
Ν. Άρτας	A	Σ
Ν. Θεσπρωτίας	B	
Ν. Πρέβεζας	B	
<b>ΚΡΗΤΗΣ</b>		
Ν. Ηρακλείου	Z	Σ
Ν. Λασιθίου	Δ	Τ Σ
Ν. Ρεθύμνης	Δ	Τ Σ
Ν. Χανίων	Δ	Σ
<b>ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b>		
Ν. Κυκλάδων		
Μήλος	A	Σ
Νάξος	B	Σ
Πάρος	B	Σ
Σέριφος	A	Σ
Σίφνος	A	
Σύρος	B	Σ
Θήρα	B	
Τήνος	B	Σ
Αμοργός	A	Σ
Άνδρος	A	Τ Σ
Αντίπαρος	A	Τ Σ
Φολέγανδρος	A	
Ίος	B	
Κέα	A	
Κύθνος	A	Σ
Μύκονος	B	
Ν. Δωδεκανήσου		
Πάτμος	B	
Ρόδος	H	Σ
Σύμη	A	
Αστυπάλαια	A	
Τήλος	A	Σ
Κάλυμνος	B	Σ
Κάρπαθος	A	
Κάσος	A	Σ
Καστελόριζο	A	Σ
Κως	Δ	
Λέρος	A	



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ ΝΟΜΟΙ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ	ΥΠΑΡΞΗ Η΄ ΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΗΛΑΙΩΝ
<b>ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ</b>		
Υπ. Ν. Λέσβου	B	Σ
Λήμνος	A	
Ν. Χίου	B	Σ
Υπ. Ν. Σάμου	Γ	Σ
Ικαρία	A	
<b>ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ</b>		
Ν. Κορινθίας	Γ	
Ν. Αργολίδας	Δ	Σ
Ν. Αρκαδίας	B	Σ
Ν. Μεσσηνίας	B	Σ
Ν. Λακωνίας	B	Τ Σ
<b>ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ</b>		
Ν. Αιτωλοακαρνανίας	B	Σ
Ν. Αχαΐας	Γ	Τ Σ
Ν. Ηλείας	Γ	
<b>ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΣΤΕΡΕΑΣ</b>		
Ν. Φθιώτιδας	Γ	Σ
Ν. Ευρυτανίας	B	Σ
Ν. Φωκίδας	B	Σ
Ν. Βοιωτίας	B	Σ
Ν. Ευβοίας	Δ	Σ
<b>ΑΤΤΙΚΗΣ</b>		
Αθήνα	Z	Σ
Πειραιάς	B	
Υπ. Αττικής	E	Τ Σ
Κύθηρα	A	Τ Σ
Αίγινα	B	
Ύδρα	A	
Πόρος	B	
Σαλαμίνα	A	
Σπέτσες	B	

#### ΥΠΟΜΝΗΜΑ

**ΤΣ:** ύπαρξη τουριστικών σπηλαίων  
**Σ:** ύπαρξη σπηλαίων

**A:** έως 1000 κλίνες  
**B:** 1001 – 5000 κλίνες  
**Γ:** 5001 – 10000 κλίνες  
**Δ:** 10001 – 20000 κλίνες  
**E:** 20001 – 30000 κλίνες  
**Z:** 30001 – 40000 κλίνες  
**H:** άνω των 40000 κλινών

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2****ΚΑΡΤΕΛΕΣ ΜΕ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΑ  
ΠΙΟ ΓΝΩΣΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΣΠΗΛΙΑΙΑ**

<b>1. ΤΟ ΣΠΗΛΙΑΙΟ "ΚΟΥΤΟΥΚΙ" ΠΑΙΑΝΙΑΣ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Το Σπήλαιο Κουτούκι είναι το μεγαλύτερο και το ωραιότερο από τα εξήντα περίπου σπήλαια της Αττικής. Βρίσκεται στις ανατολικές παρυφές του κυρίως ορεινού όγκου του Υμηττού, σε υψόμετρο 510 μέτρων και 4 χιλιόμετρα, περίπου, από την κεντρική πλατεία της Παιανίας.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Το σπήλαιο εντάσσεται στο υπόγειο καρστικό σύστημα του Υμηττού. Η δημιουργία του οφείλεται στην υψηλή διαλυτότητα των ασβεστόλιθων στο νερό της βροχής.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	Φυσιολάτρεις και δημοσιογράφοι με την βοήθεια των κατοίκων της περιοχής πραγματοποίησαν την πρώτη κάθοδο στο Σπήλαιο από τη φυσική είσοδο.
<b>Πρόσβαση</b>	Το Κουτούκι είναι σπήλαιο βάραθρο με κατακόρυφο βάθος 38,5 μ. και μήκος διαδρομής 350 μ. περίπου. Ο τεράστιος κεντρικός θάλαμος, διαστάσεων 60 × 60 μ. χωρίζεται με σταλαγμίτες, σταλακτίτες και κολώνες σε άλλους μικρότερους. Η θερμοκρασία στο εσωτερικό του είναι 17 °C. Σήμερα η επίσκεψη γίνεται από τεχνητή είσοδο που κατασκευάστηκε για την διευκόλυνση της πρόσβασης, στα πλαίσια της τουριστικής αξιοποίησης που έγινε από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Καθημερινά, Σαββατοκύριακο και αργίες: θερινή περίοδος 09:00-16:00, χειμερινή περίοδος 09:00-16:00
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 5,00€ Παιδικό (3 έως 10 ετών): 3,00€ Φοιτητικό-Πολύτεκνο: 3,00€
<b>Πληροφορίες</b>	ΔΕΑΠ, Καραολή & Δημητρίου 11, 19 002 Παιανία, τηλ.: 6641600 - 6641610, fax.: 6641530, e-mail: <a href="mailto:DEAP@HELLASNET.GR">DEAP@HELLASNET.GR</a>
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	Περίπου 20.000 (2004)
<b>Φορέας Διαχείρισης</b>	Πρόσφατα, το Σπήλαιο περιήλθε στο Υπουργείο Πολιτισμού, το οποίο στοχεύει στην πλήρη ανάπλαση του χώρου, στην αποκατάσταση του εσωτερικού και στον εκσυγχρονισμό της λειτουργίας του με τη συνεργασία της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και την συμπαράσταση της τοπικής κοινωνίας.

<b>2. ΤΟ "ΣΠΗΛΑΙΟ ΠΕΡΑΜΑΤΟΣ" ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Ένα από τα σπανιότερα σπήλαια του κόσμου βρίσκεται τέσσερα (4) μόνο χιλιόμετρα από την Γιάννενα. Στο Πέραμα Ιωαννίνων.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Το σπήλαιο καταλαμβάνει έκταση 14.800τ.μ. Το Σπήλαιο του Περάματος είναι το πρώτο σπήλαιο στην Ελλάδα που αξιοποιήθηκε τουριστικά, αλλά και αυτό που παραμένει πρώτο στις εντυπώσεις, το μέγεθος και τη σπανιότητά του. Ενώ σε άλλα σπήλαια δεν φτιάχνει περισσότερο από 6-10 είδη σταλακτιτών και σταλαγμιτών, στο Σπήλαιο Περάματος έφτιαξε 19 είδη. Αλλά εκείνο που ξεχωρίζει και, που είναι μοναδικό στον κόσμο δημιουργήμα της φύσης, είναι ο σταλαγμίτης «Σταυρός».
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	Το σπήλαιο Περάματος ανακαλύφθηκε τυχαία το 1940, κατά την διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, καθώς οι κάτοικοι του χωριού προσπαθούσαν να βρουν καταφύγιο από τους βομβαρδισμούς.
<b>Πρόσβαση</b>	Η τουριστική διαδρομή είναι αρχικά κατηφορική, και στο τέλος είναι ανηφορική και έχει μήκος 1100 μέτρα και η έκταση που καλύπτει είναι 14.800μ. Η ξενάγηση διαρκεί περίπου 45 λεπτά. Η είσοδος των τουριστικών γκρουπ στο σπήλαιο γίνεται κάθε δέκα λεπτά. Οι ξεναγοί του σπηλαίου θα σας υποδεχθούν στην είσοδο και θα φροντίσουν για την άρτια ενημέρωσή σας σ' αυτή την καταπληκτική έκθεση γλυπτικής της φύσης.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Καθημερινά, Σαββατοκύριακο και αργίες: θερινή περίοδος 08:00-20:00, χειμερινή περίοδος 09:00-17:00
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 7 ,00€ Παιδικό (6 έως 16 ετών), Φοιτητικό-Πολύτεκνο::3 ,00€ Για γκρουπ – 30% έκπτωση
<b>Πληροφορίες</b>	Πέραμα, Τ. Κ. 45500, Ιωάννινα Τηλ: 265-0-21521, fax: 2651-0-81650 <a href="http://www.spilaio-perama.gr">www.spilaio-perama.gr</a> , e-mail: <a href="mailto:info@spilaio-perama.gr">info@spilaio-perama.gr</a>
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	Περίπου 100.000 επισκέπτες το χρόνο (επίσημα στατιστικά στοιχεία δεν υπάρχουν)
<b>Φορέας διαχείρισης</b>	Οργανισμός Διαχείρισης Σπηλαίου
<b>Διοίκηση</b>	Διοικητικό Συμβούλιο , το οποίο αποτελείται από 9 μέλη. Ο Διευθυντής και ο Υπεύθυνος Σπηλαίου είναι υπεύθυνοι για την σωστή λειτουργία και για την διαχείριση του τμήματος μάρκετινγκ.

<b>3. ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ "ΓΛΥΦΑΔΑ" ΔΥΡΟΣ - ΛΑΚΩΝΙΑ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Το σπήλαιο Γλυφάδα βρίσκεται στο μυχό του όρμου Δυρού Μάνης, στα δυτικά παράλια της λακωνικής χερσονήσου.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Ασύγκριτο σε ομορφιά σπήλαιο είναι ο υπόγειος ποταμός "Γλυφάδα" ή "Βλυχάδα" που χαρακτηρίστηκε το ωραιότερο του κόσμου στο είδος του (λιμναίο) ανάμεσα σε άλλα δύο: Zaita Βηρυπού, Padirac Γαλλίας. Τα νερά του, με παροχή 30 κυβικών το λεπτό, χύνονται στην θάλασσα 23 μ. δεξιότερα από τη φυσική είσοδο του, που έχει διαστάσεις 0.40 × 0,50μ. και διανοίγεται 0,50 μ. πάνω από την επιφάνια της.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	Οι εξερευνητές του ο Γιάννης και η Άννα Πετροχείλου, είχαν εξερευνήσει από το 1949-1960 1300μ. Λιμναίων διαδρομών και 300μ. Χερσαίων. Το 1970 πραγματοποιήθηκε η πρώτη συστηματική υποβρύχια εξερεύνηση, κατά μήκος του ποταμού. Η θερμοκρασία του σπηλαίου κυμαίνεται από 16°-20° C, των νερών του 12° C. Στα νερά του ζουν χέλια και στα ξηρά τμήματα του Δολιχόποδα Πετροχειλόζι.
<b>Πρόσβαση</b>	Το σπήλαιο διανοίγεται σε δύο κεντρικούς παραλλήλους πλοκάμους με πολλές διακλαδώσεις και χωρίζεται από το "Σταυροδρόμι" σε τέσσερα τμήματα. Για την εύκολη επίσκεψη του σπηλαίου διανοίχτηκε τεχνητή είσοδος, 100μ. αριστερότερα από την φυσική και, σε απόσταση 1000μ. περίπου από την είσοδο, ενώθηκαν τεχνητά οι δύο πλόκαμοι για να διαγράψει κύκλο η τουριστική διαδρομή. Το σημερινό γνωστό μήκος είναι περισσότερο από 5000μ. και καλύπτει έκταση 33.400μ. Η διαδρομή στην αρχή είναι λιμναία και συνεχίζουν χερσαία. Οι πελώριες κολώνες και οι σταλαγμίτες, τα παραπετάσματα με τις θαυμαστές πτυχώσεις, που πλαισιώνουν τις λίμνες και οι άφθονο "Κρυστάλλινοι κήποι" με διαφανείς κατάλευκους σχηματισμούς, ξεπέρασαν σε ομορφιά κάθε φαντασία.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Καθημερινά, Σαββατοκύριακο και αργίες: θερινή περίοδος 08:30-19:00, χειμερινή περίοδος 08:30-15:00
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 12,00€ Παιδικό (6 έως 16 ετών), Φοιτητικό-Πολύτεκνο: 7,00€ Για γκρουπ
<b>Πληροφορίες</b>	τηλ.: 2733-0-52223
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	120.000 - 150.000 το χρόνο
<b>Φορέας Διαχείρισης</b>	Α. Ε. Διαχείριση περιουσίας ΕΟΤ Δεν υπάρχουν ξεχωριστά τμήματα διαχειρίσεις σπηλαίου (όπως οικονομικό τμήμα, τμήμα μάρκετινγκ), υπάρχει μόνο ένας προϊστάμενος.

<b>4. ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ "ΚΟΚΚΙΝΕΣ ΠΕΤΡΕΣ" ΠΕΤΡΑΛΩΝΩΝ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Το καταστόλιστο με σταλαγμίτες και σταλακτίτες σπήλαιο Πετραλώνων βρίσκεται στους δυτικούς πρόποδες του βουνού Κατσίκια και σε υψόμετρο περίπου 300 μέτρα από το επίπεδο της θάλασσας.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Το σπήλαιο εκτός από το μεγάλο παλαιοντολογικό ενδιαφέρον που παρουσιάζει, είναι και αξιολογότερο σε μέγεθος και στολισμό. Οι διαδοχικοί θάλαμοι με πανύψηλες οροφές, οι σπανιότερες λιθοματικές μορφές, το δέος που προκαλούν οι βαθιές διακλάσεις και τα βάραθρα, καλύπτουν έκταση 10.400 τ.μ., και η τουριστική διαδρομή του φτάνει 2.000 μ. περίπου.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	Εντοπίστηκε το 1959 από τον κάτοικο Πετραλώνων Φίλιππο Χατζαρίδη και έγινε παγκόσμια γνωστό το 1960 όταν βρέθηκε το κρανίο του Αρχανθρώπου. Οι συστηματικές ανασκαφές του Σπηλαίου ξεκίνησαν το 1965 από τον ιδρυτή της Ανθρωπολογικής Εταιρίας Ελλάδος καθηγητή ανθρωπολόγο Άρη Πουλιανό. Οι έρευνές του απέδειξαν ότι ο Αρχάνθρωπος είναι 700.000 περίπου ετών, γεγονός που τον καθιστά τον αρχαιότερο Ευρωπαίο. Η ηλικία αυτή στηρίχθηκε στην λεπτομερή ανάλυση της στρωματογραφίας (μέχρι σήμερα έχουν αποκαλυφθεί 28 γεωλογικά στρώματα), καθώς και στην μελέτη τόσο των αρχέγονων παλαιολιθικών εργαλείων, όσο και των ειδών της παλαιοπανίδας που ανακαλύφθηκαν σε όλα σχεδόν τα στρώματα.  Ανάμεσα στα απολιθώματα των εξαφανισμένων ζώων συγκαταλέγονται λιοντάρια, ύαινες, αρκούδες, πάνθηρες, ελέφαντες ρινόκεροι, megάκεροι, βίσονες και διάφορα είδη ελαφιών και υποειδών, όπως επίσης 25 είδη πουλιών, 16 είδη τρωκτικών και 17 είδη νυκτερίδων.
<b>Πρόσβαση</b>	Από την Θεσσαλονίκη προς Μουδανιά για 35 χιλιόμετρα, υπάρχουν πινακίδες που σε 12 περίπου χιλιόμετρα θα σας βγάλουν στο σπήλαιο.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Καθημερινά, Σαββατοκύριακο και αργίες: θερινή περίοδος 09:00-19:00, χειμερινή περίοδος 09:00-17:00
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 5,00€ Παιδικό (6 έως 16 ετών) και συνταξιούχοι (άνω των 65): 4,00€ Για γκρουπ άνω των 20 ατόμων : 4,00€ Με το ίδιο εισιτήριο επισκέπτεται και το Μουσείο.
<b>Πληροφορίες</b>	A. E. E. Δαφνομήλης 7, Αθήνα, Τηλ.: 2373-0-71671
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	100.000 (2004), περίπου 80.000 (2005)
<b>Φορέας Διαχείρισης</b>	Ανθρωπολογική Εταιρία Ελλάδος

<b>5. ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ "ΑΓΙΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ" ΚΙΛΚΙΣ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Το σπήλαιο, βρίσκεται στο Λόφο του Αγίου Γεωργίου και αποτελεί το σημαντικότερο τουριστικό αξιοθέατο της πόλης.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Το σπήλαιο παρουσιάζει μεγάλο παλαιοντολογικό ενδιαφέρον. Βρέθηκαν περισσότερα από 300 δείγματα απολιθωμένων οστών ζώων σε πολύ καλή κατάσταση. Η μελέτη έδειξε την παρουσία της σπικτής ύαινας, της αλεπού, της μεγαλόσωμης νυφίτσας, του άγριου βοδιού, του μικρόσωμου αλόγου, του ελαφιού. Αξιοσημείωτη είναι η παρουσία απολιθωμένων οστών και δοντιών που ανήκουν σε μικροθηλαστικά. Η ηλικία των απολιθωμάτων προσδιορίστηκε στα 15.000 χρόνια. Το σπήλαιο σύμφωνα με μία έρευνα Τσέχων ιατρών το 1988, παρουσιάζει θεραπευτικές ιδιότητες για το παιδικό βρογχικό άσθμα. Προορίζεται για την ανάπτυξη σπηλαιοθεραπείας για πρώτη φορά στην Ελλάδα.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	Ανακαλύφτηκε τυχαία γύρο στο 1925 από τον λατόμο Γεώργιο Παυλίδη , όταν κατά την εκτέλεση της λατομικής του εργασίας διάνοιξε την είσοδο του. Το 1960 έγινε η πρώτη χαρτογράφηση του από την Άννα Πετροχείλου, ενώ οι εργασίες αξιοποίησης του άρχισαν το 1977 με την επίβλεψη της ίδιας και κράτησαν έξη χρόνια. Το σπήλαιο άνοιξε για το κοινό το 1986.
<b>Πρόσβαση</b>	Το μήκος των διαδρομών του σπηλαίου είναι 500 μ. Και η έκταση του μαζί με τον δεύτερο όροφο υπερβαίνει τα 1500 τ.μ. Η θερμοκρασία του είναι σταθερή στους 15°-17°C όλο το χρόνο και η υγρασία του είναι 95%. Παρουσιάζει έναν πρωτότυπο σχηματισμό για τα Ελληνικά σπήλαια γιατί διαθέτει σύστημα διακλάσεων (σχισμών), που σε παράλληλες και κάθετες διευθύνσεις έχουν διανοιχτεί κατακόρυφα. Έτσι παρουσιάζονται ψηλές οροφές και δαιδαλώδεις στενοί διάδρομοι. Οι ευρύχωροι θάλαμοι του είναι έξι, ενώ στους τοίχους τις οροφές και τα δάπεδα του υπάρχει κάλυμμα με σταλακτιτικά στολίσματα και με μοναδικά στο είδος τους πέτρινα κοράλλια.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Κάθε μέρα εκτός από Δευτέρα από 9:00-14:00, Σάββατο και Κυριακή από 9:00-14:00 και 16:00-18:00
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 4,00€ Παιδικό (6 έως 16 ετών): 2,00€ Φοιτητικό-Πολύτεκνο: 2,00€ Για γκρουπ: 2,00€
<b>Πληροφορίες</b>	Τηλ.: 2341-0-20054
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	9.500 (2004), 10.000 (2005)
<b>Φορέας Διαχείρισης</b>	Δημοτική Επιχείρηση

<b>6. ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ ΑΛΙΣΤΡΑΤΗΣ ΣΕΡΡΩΝ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Το σπήλαιο βρίσκεται 6 χλμ. Περίπου προς τα ΝΑ του χωριού Σερρών, στην περιοχή Πετρωτού. Απέχει: από Σέρρες 50 χλμ., από Δράμα 25 χλμ. Και από Καβάλα 55 χλμ.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Το σπήλαιο Αλιστράτη θεωρείται ένα από τα ωραιότερα και μεγαλύτερα της Ελλάδας. Δόθηκε σε λειτουργία στις 21/06/1998. Οι χώροι του σπηλαίου είναι πλουσιότατα στολισμένοι με κολώνες, σταλακτίτες και σταλαγμίτες, όπως επίσης και με το σπάνιο είδος "εκκεντρίτες" (σταλακτίτες ανώμαλης ανάπτυξης). Εξαιτίας του σχεδόν επίπεδου δαπέδου του, γίνεται σκέψη, κατά την τουριστική αξιοποίηση να χρησιμοποιηθούν βαγονέτα για την άνετη διακίνηση των επισκεπτών. Το τουριστικό σπήλαιο Αλιστράτη καλύπτει επιφάνεια τουλάχιστον 25.000 τ.μ. και μήκος 3.000 μ. Η πανίδα, που είναι διάσπαρτα σε όλη την επιφάνεια του σπηλαίου, χρονολογείται περίπου από 2.000.000 χρόνια πριν.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	Ανακαλύφθηκε 1959
<b>Μύθος</b>	Σύμφωνα με την ελληνική μυθολογία στο φαράγγι του ποταμού Αγγίτη, που διασχίζει την περιοχή Αλιστράτη στη θέση «πετρωτό» εμφανιζόταν η σφίγγα. Ακόμη αναφέρεται ότι ο Πλούτωνας ο θεός του Άδη, όταν έκλεψε την Περσεφόνη, θυγατέρα της θεάς Δήμητρας, την οδήγησε στην φυσική διώρυγα (φαράγγι) όπου βρίσκεται η Πύλη του Άδη.
<b>Πρόσβαση</b>	Το σπήλαιο Αλιστράτη βρίσκεται έξη χιλιόμετρα νοτιοανατολικά της ομόθυμης κοινότητας στην θέση «πετρωτό». Η έκταση της περιοχής περιλαμβάνει 14. 000 στρέματα. Σε απόσταση 250 μέτρων από το νότιο μέρος της εισόδου του σπηλαίου, περνά η σιδηροδρομική γραμμή Σερρών – Δράμα.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Κάθε μέρα εκτός από Δευτέρα από 9:00-14:00, Σάββατο και Κυριακή από 9:00-14:00 και 16:00-18:00
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 8,00€ Παιδικό (6 έως 16 ετών), Φοιτητικό-Πολύτεκνο: 4,00€ Για γκρουπ 30% έκπτωση
<b>Πληροφορίες</b>	Τηλ.: 2324-0-82045, 2324-0-82047, Fax: 2324-0-82046, e-mail:alscav@otenet.gr, <a href="http://www.alistraticave.gr">www.alistraticave.gr</a>
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	περίπου 100.000 το χρόνο
<b>Φορέας Διαχείρισης</b>	Α.Ε. Σπήλαιο Αλιστράτης Επιχείρηση Διαχείρισης και λειτουργεί στα πλαίσια της ιδιωτικής οικονομίας (Α.Ε.Ν.Π.Ι.Δ)

<b>7. ΤΟ ΜΥΘΙΚΟ "ΣΠΗΛΑΙΟ ΤΩΝ ΛΙΜΝΩΝ" ΣΤΑ ΚΑΣΤΡΙΑ ΑΧΑΪΑΣ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Στο χωριό Καστριά της Αχαΐας 60 χλμ. Από την ΤΡΙΠΟΛΗ και 9 χλμ. Από την ΚΛΕΙΤΟΡΙΑ βρίσκεται το "Σπήλαιο των Λιμνών".
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Εκτός από τους λαβυρινθώδεις διαδρόμους, τις μυστηριώδεις στοές και τους σταλακτιτικούς σχηματισμούς το "Σπήλαιο των Λιμνών" έχει κάτι το αποκλειστικό δικό του, που δεν υπάρχει σε άλλα γνωστά σπήλαια. Είναι οι αλλεπάλληλες, κλιμακωτές και σε τρεις ορόφους λίμνες του, που το καθιστούν μοναδικό στο είδος του στον κόσμο. Τον χειμώνα που λειώνουν τα χιόνια το σπήλαιο μετατρέπεται σε υπόγειο ποταμό με φυσικούς καταρράκτες. Κατά τους θερινούς μήνες ένα τμήμα του σπηλαίου ξηραίνει και αποκαλύπτονται πρωτότυπες δαντελωτές λιθωματικές λεκάνες και φράγματα ύψους μέχρι και 4μ.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	Κοντά στο χωριό Καστριά του Δήμου Λευκασίου, μέσα στους ασβεστόλιθους του βουνού Αμολινίτσα, στον ορεινό όγκο του Χελμού, ένας υπόγειος ποταμός διάνοιξε το σπήλαιο, που έχει μήκος 2 χλμ. Σήμερα ο ποταμός ρέει σε χαμηλότερα επίπεδα, όμως η παρουσία είναι ακόμη έντονη στο ένα τρίτο του σπηλαίου, όπου σχηματίζονται 13 μόνιμες λίμνες. Στο κάτω όροφο του σπηλαίου βρέθηκαν απολιθωμένα οστά ανθρώπου και διάφορων ζώων, μεταξύ των οποίων και ιπποπόταμου. Το τμήμα αυτό προορίζεται για βιοσπηλαιολογικό εργαστήριο διεθνούς προβολής.
<b>Πρόσβαση</b>	Το αξιοποιημένο μήκος του σπηλαίου προς το παρόν ανέρχεται σε 5 μέτρα. Ο επισκέπτης μπαίνει στο σπήλαιο από τεχνική σήραγγα, που καταλήγει κατ' ευθείαν στο δεύτερο όροφο. Η διάβαση των λιμνών γίνεται από υπερυψωμένες τεχνητές γεφυρούλες.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Καθημερινά από 09:30 μέχρι 16:30 Αργίες και θερινούς μήνες παράταση ωραρίου.
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 8,00€ Παιδικό (6 έως 16 ετών), Φοιτητικό-Πολύτεκνο : 4,00€ Για γκρουπ άνω των 30 ατόμων : 6,00€
<b>Πληροφορίες</b>	Δήμος Λευκασίου Αχαΐας. Τηλ: 2692-0-31001, 2692-0-31633, Τηλ-fax: 2692-0-31588 <a href="http://www.kastriacave.gr">www.kastriacave.gr</a> e-mail: <a href="mailto:kastcave@otenet.gr">kastcave@otenet.gr</a>
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	90.000 το χρόνο (2004) (δεν υπάρχουν επίσημα στοιχεία)
<b>Φορέας Διαχειριστής</b>	Δημοτική Επιχείρηση "Σπήλαιο των Λιμνών" Καστριών



<b>8. ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ "ΔΡΟΓΑΡΑΤΙ"</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Περίπου 10 χλμ. Ανατολικά του Αργοστολίου και περίπου 2 χλμ. από το λιμάνι της Σάμης.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Στο σπήλαιο σήμερα, και παρά τις καταστροφές που έχει υποστεί από συχνούς σεισμούς, υπάρχουν υπέροχες σταλακτίτες. Η ακουστική του σπηλαιού είναι τόσο εξαιρετική που κάποτε ήλθε εδώ η Μαρία Κάλας και τραγούδησε άριες της όπερας.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	Το σπήλαιο Δρογαράτι, στο μέσον της ανατολικής ακτής της Κεφαλονιάς, κοντά στην Σάμη, είναι ένα από τα σπουδαιότερα αξιοθέατα του νησιού και από τα σημαντικότερα σπήλαια της Ελλάδας. Το όνομα του προέρχεται από ένα μύθο σύμφωνα με τον οποίο η σπηλιά ήταν κάποτε η φωλιά ενός δράκου. Εξ ου και Δρογαράτι, από το drago, που σημαίνει δράκος στις Λατινογενείς γλώσσες.
<b>Πρόσβαση</b>	Κατεβαίνοντας την ελικοειδή σκάλα καταλήγουμε στην ευρύχωρη είσοδο του σπηλαιού. Το πρώτο τμήμα του εσωτερικού του, είναι διαρρυθμισμένο σε μεγάλη πλατεία.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Το σπήλαιο είναι ανοικτό: Μάιο με Οκτώβριο από τις 09:00 έως 18:00, Ιούλιο και Αύγουστο από τις 09:00 έως 21:00
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 3,00€ Παιδικό (6 έως 16 ετών): 2,00€ Φοιτητικό-Πολύτεκνο: 2,00€ Για γκρουπ: 2,00€
<b>Πληροφορίες</b>	Διεύθυνση: 280 80 Σάμη, Τηλ: 2671-0-22997, 2674-0-22950
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	-
<b>Φορέας Διαχείρισης</b>	Ιδιωτική επιχείρηση

<b>9. ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ "ΜΕΛΙΣΣΑΝΗΣ"</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Περίπου 10 χλμ. Ανατολικά του Αργοστολίου και περίπου 2 χλμ. από το λιμάνι της Σάμης.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Το λιμνοσπήλαιο της Μελισσάνης είναι ένα θαύμα της φύσης, αφού οι πηγές των νερών του έχουν εντοπισθεί έξω από το Αργοστόλι, περίπου 10 χλμ. δυτικά, και φτάνουν εδώ κάτω από το Αίνο, το βουνό του νησιού. Η οροφή του σπηλαίου κατέρρευσε πρόσφατα και έτσι ο φυσικός φωτισμός εισέρχεται ανεμπόδιστος στο σπήλαιο που είναι προσεγγίσιμο κατά βάση με βάρκα. Η καλύτερη ώρα για επίσκεψη είναι το μεσημέρι που οι ακτίνες του ήλιου πέφτουν κάθετα και οι αντικατοπτρισμοί στο νερό είναι υπέροχη.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	Ανακαλύφθηκε 1951
<b>Πρόσβαση</b>	Η επιβίβαση των επισκεπτών γίνεται σε άνετες βάρκες για να περιπλεύσουν πρώτα την ακάλυπτη λίμνη, στολισμένη στους τοίχους της με σταλακτίτες ανώμαλης ανάπτυξης. Η βάρκα συνεχίζει στο σκεπαστό τμήμα του σπηλαίου, στη αρχή από στενό πέρασμα.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Το σπήλαιο είναι ανοικτό: Μάιο με Οκτώβριο από τις 09:00 έως 18:00, Ιούλιο και Αύγουστο από τις 09:00 έως 21:00
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 3,00€ Παιδικό (6 έως 16 ετών): 2,00€ Φοιτητικό-Πολύτεκνο: 2,00€ Για γκρουπ: 2,00€
<b>Πληροφορίες</b>	Διεύθυνση: 280 80 Σάμη, Τηλ: 26710.22997
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	-
<b>Φορέας Διαχείρισης</b>	Δημοτική Επιχείρηση

<b>10. ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ «ΩΛΙΑΡΟΣ» ΚΥΚΛΑΔΩΝ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Βρίσκεται στο λόφο του Αγίου Ιωάννου, σε απόσταση 1.30' ώρες από το χωριό της Αντιπάρου, όπου φτάνει ο επισκέπτης με ειδικά βενζινόπλοια
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Κατεβαίνοντας την τσιμεντένια σκάλα, φτάνουμε στο κύριο σπήλαιο, που διανοίγεται στο κέντρο του, στο βάθος 50 μ. περίπου. Οι τοίχοι του στολισμένοι με λιθωματικά θαυμάσια συμπλέγματα σε συνδυασμό με της υψηλή οροφή του 40 μ. περίπου, προκαλούν το δέος. Στο σπήλαιο αυτό μπορεί να δει κανείς το εκκλησάκι Άη Γιάννη του Σπηλιώτη, το οποίο βρίσκεται στο προθάλαμο του σπηλαίου.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	-
<b>Πρόσβαση</b>	Ο προθάλαμος του σπηλαίου στα ανατολικά εξωκλήσι του Αγίου Ιωάννου του Σπηλιώτη και στο κέντρο του τεράστιο στύλο, που παλαιότερα έδεναν σ' αυτόν τα σχοινιά για να κατέβουν στο κύριο σπήλαιο με απότομο βάθος 50 μ. περίπου. Σήμερα η κατάβαση γίνεται με σκάλες από τσιμέντο.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Το σπήλαιο είναι ανοικτό όλη μέρα (και το Σαββατοκύριακο). θερινή περίοδος: από Δευτέρα έως Παρασκευή από τις 10:30 έως 15:30.
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 3,50€ Παιδικό (6 έως 16 ετών): 3,00€ Φοιτητικό, πολύτεκνο, ανάπηρο: 3,00€ Για γκρουπ άνω των 25 ατόμων : 3,00€
<b>Πληροφορίες</b>	Στην κοινότητα Αντιπάρου Κυκλάδων Τηλ: 2284-0-61005
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	-
<b>Φορέας διαχείρισης</b>	Κοινοτική Επιχείρηση Τουριστικής & Πολιτιστικής Ανάπτυξης

<b>11. ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ «ΑΓΓΙΤΗ (ΜΑΑΡΑ)» ΔΡΑΜΑΣ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Ένα από τα σπανιότερα σπήλαια του κόσμου βρίσκεται τέσσερα (4) μόνο χιλιόμετρα από την Γιάννενα. Στο Πέραμα Ιωαννίνων.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Η λιθολογική σύσταση του Φαλακρού όρους (ασβεστόλιθοι) και η κλειστή λεκάνη του Κάτω Νευροκοπίου που βρίσκεται βορειότερα συντελούν στην απορρόφηση των υδάτων της βροχής και των χειμάρρων. Τα νερά αυτά στην διαδρομή τους δημιουργούν έναν αγωγό που είναι το σπήλαιο. Η μορφολογική μελέτη του σπηλαίου έδειξε ότι κατά μήκος του κύριου άξονα ανάπτυξης του έχουν σχηματιστεί διευρύνσεις (αίθουσες) και στενώματα (σιφώνια), σταλακτικός διάκοσμος, ο οποίος μειώνεται από την είσοδο προς το εσωτερικό, και λίγοι λόγω της ροής των υδάτων σταλαγμίτες, οι οποίοι αναπτύσσονται συχνά πάνω σε πεσμένους βραχόλιθους. Ο σημερινός επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί στα 500 πρώτα μέτρα του σπηλαίου.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	Η απώτερη προϊστορία στην περιοχή του σπηλαίου αγγίζει 30.000 χρόνια σύμφωνα με τις απόλυτες χρονολογήσεις που έδωσε το εργαστήριο Πυρηνικής Φυσικής "Δημόκριτος". Η χρονολόγηση αφορά στον ανώτερο ανασκαφικό ορίζοντα της τομής που έγινε στο πλάι της τεχνητής εισόδου. Η ανασκαφή που γίνεται εκεί, από την Εφορεία Παλαιοανθρωπολογίας - Σπηλαιολογίας από το 1992, έφερε στο φως λίθινα εργαλεία και οστά ζώων (άλογα, ελάφια, δασύμαλλο ρινόκερο, μαμούθ).
<b>Πρόσβαση</b>	-
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Το σπήλαιο είναι ανοικτό όλη μέρα (και το Σαββατοκύριακο). θερινή περίοδος: από Δευτέρα έως Παρασκευή από τις 10:30 έως 19:00, Σαββατοκύριακο και αργίες από τις 10:30 έως 19:30. χειμερινή περίοδος: καθημερινά από τις 10:00 έως 17:00.
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 6,00€ Παιδικό (6 έως 16 ετών), Φοιτητικό, πολύτεκνο, ανάπηρο : 3,00€ Για γκρουπ άνω των 25 ατόμων : 4,00€
<b>Πληροφορίες</b>	Το γραφείο Δ.Ε.Τ.Α.Σ.Π.Α, Τηλ: 2522-0-60460, <a href="http://www.spilaiosaqqiti.gr">www.spilaiosaqqiti.gr</a>
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	32.000 το χρόνο (2004), 30.000 το χρόνο (2005)
<b>Φορέας διαχείρισης</b>	Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Σπηλαίου Πηγών Αγγίτη

<b>12. ΤΟ «ΣΠΗΛΑΙΟ ΣΦΕΝΤΟΝΗ» ΣΤΑ ΖΩΝΙΑΝΑ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Στην είσοδο του χωριού ΖΩΝΙΑΝΑ, το οποίο απέχει <b>43 χλμ. από το ΗΡΑΚΛΕΙΟ</b> και <b>52 χλμ. από το ΡΕΘΥΜΝΟ</b> , βρίσκεται το σπήλαιο "Σφεντόνη" ή "του Σφεντόνη η Τρύπα".
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Πρόκειται για ένα από τα <b>ομορφότερα σπήλαια της Ελλάδας</b> με πλούσιο σταλακτιτικό και σταλαγματικό διάκοσμο. Το σπήλαιο καταλαμβάνει <b>έκταση 3000 τ.μ.</b> Στα 27 μέτρα της διαδρομής του, ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα να θαυμάσει πως η φύση με πολύ υπομονή αυτοσχεδιάζει και δημιουργεί με σταγόνες νερού κι άλατα, ένα αισθητικό υπερθέαμα. Ογκώδεις κολώνες δημιουργούν δαιδαλώδη διαμερίσματα μέσα στο σπήλαιο. <b>Αναρίθμητοι σταλακτίτες και σταλαγμίτες, ποικιλόμορφοι και πολύχρωμοι, διακοσμούν τις αίθουσες του σπηλαίου.</b> Σε πολλά σημεία υπάρχουν λιθωματικές λεκάνες νερού και "μαργαριτάρια σπηλαίων". <b>Ιδιαίτερα εντυπωσιακή είναι η λάμψη από μικροσκοπικούς κρυστάλλους ανθρακικού ασβεστίου.</b>
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	-
<b>Πρόσβαση</b>	Τα Ζωνιανά είναι χωριό με μακριά ιστορία και βρίσκεται <b>στο Νομό Ρεθύμνου στην περιοχή Μυλοπόταμος.</b> Στην <b>είσοδο του χωριού</b> βρίσκεται το σπήλαιο "Σφεντόνη". Ακολουθώντας τις πινακίδες στην είσοδο του χωριού και γρήγορα κανείς θα φθάσει στο χώρο στάθμευσης, όπου υπάρχει ένα περίπτερο υποδοχής με πανοραμική θεά, στο οποίο πουλιούνται τα εισιτήρια. Η είσοδος στο σπήλαιο είναι μόνο με εκπαιδευμένο ξεναγό, ο οποίος είναι υπεύθυνος για την ασφάλεια των επισκεπτών και του σπηλαίου, και ο οποίος εξηγεί όλα τα μυστικά του σπηλαίου. Από το περίπτερο υποδοχής ένα πλακόστρωτο μονοπάτι οδηγεί στην είσοδο του σπηλαίου.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	θερινή περίοδος: καθημερινά από τις 9:00 έως 18:00, χειμερινή περίοδος: καθημερινά από τις 10:00 έως 15:00.
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 4,00€ Παιδικό (10 έως 16 ετών): 3,00€ Φοιτητικό-Πολύτεκνο: 4,00€ Για γκρουπ: 3,00€
<b>Πληροφορίες</b>	6974 - 825987 2834-0- 61734 2834-0-61869
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	Περίπου 50.000 το χρόνο (δεν υπάρχουν επίσημα στοιχεία)
<b>Φορέας Διαχείρισης</b>	Πολιτιστικός Σύλλογος Ζωνιανών

<b>13. ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ «ΔΙΚΤΑΙΟΥ ΑΝΤΡΟΥ»</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Στην βόρεια πλαγιά της οροσειράς της Δίκτης, σε υψόμετρο 1025 μ., βρίσκεται το σπήλαιο του Ψυχρού, γνωστό ως Δικταίον Άντρον,.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Το σπήλαιο αποτελείται από δύο τμήματα το Άνω Σπήλαιο, που μοιάζει με βραχοσκέπη χωρίς διακοσμητικό διάκοσμο, και το Κάτω Σπήλαιο, που αποτελείται από πέντε μικρούς και μεγάλους θαλάμους. Στο βάθος του υπάρχει μικρή λίμνη που περιβάλλεται από μεγάλες εντυπωσιακές στήλες σταλακτιτών και σταλαγμιτών.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	Η ανακάλυψη του σπηλαίου έγινε το 1883. Η έρευνες έφεραν στο φως μία σειρά αντικειμένων που χρονολογούνται από τη Μεσομινωική ως την Αρχαϊκή εποχή και απέδειξε ότι το σπήλαιο ήταν ένας από τους σπουδαιότερους λατρευτικούς χώρους του νησιού στα μινωικά, αλλά και τα νεότερα χρόνια. Οι σταλακτίτες και οι σταλαγμίτες, που έμοιαζαν με ειδώλια γίνονταν αντικείμενα προσκυνήματος και λατρείας.
<b>Μύθος</b>	Το Σπήλαιο του Ψυχρού ταυτίστηκε με το διάσημο Δικταίον Άντρον της αρχαίας παράδοσης, το σπήλαιο, στο οποίο κατέφυγε η Ρέα για να γεννήσει, μακριά από τον παιδοκτόνο Κρόνο, το Δία, τον πατέρα των θεών και των ανθρώπων. Τροφός του νεογέννητου Θεού έγινε η Νύμφη Αμάθεια, ενώ οι Κουρήτες με το θόρυβο των όπλων τους και το χορό τους κάλυπταν τα κλάματα του βρέφους.
<b>Πρόσβαση</b>	Στο σπήλαιο μπορεί να φθάσει κανείς από το χώρο στάθμευσης, ακολουθώντας το λιθόστρωτο μονοπάτι, μέσα από το δάσος, με τα πόδια. Σύγχρονη κλίμακα οδηγεί στο βάθος του σπηλαίου, ειδικός φωτισμός επιτρέπει στον επισκέπτη να κατέβει με ασφάλεια και να θαυμάσει τον διάκοσμό του.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Το σπήλαιο είναι ανοικτό όλη μέρα θερινή περίοδος: καθημερινά από τις 10:00 έως 17:00, χειμερινή περίοδος:καθημερινά από τις 10:00 έως 16:00
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 4,00€ Για γκρουπ άνω των 25 ατόμων : 3,00€
<b>Πληροφορίες</b>	Νομαρχιακό Μέγαρο - Άγιος Νικόλαος 72 100, Λασιθί, Κρήτη, Ελλάδα, τηλ: +30 28410-82817,-98170, fax: +30 28410-82817, -23570, e-mail: <a href="mailto:tourism@lasithinet.gr">tourism@lasithinet.gr</a> <a href="http://www.lasithinet.gr">www.lasithinet.gr</a>
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	-
<b>Φορέας Διαχείρισης</b>	ΥΓΠΟ - ΤΑΠ

<b>14. ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ "ΑΓΙΑΣ ΣΟΦΙΑΣ" ΜΥΛΟΠΟΤΑΜΟΥ ΚΥΘΗΡΩΝ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Το σπήλαιο βρίσκεται σε απόκρημνο βράχο και σε ύψος από τη θάλασσα 60 μ. περίπου, που βρίσκεται στα δυτικά παράλια του νησιού Κύθηρα, κοντά στο χωριό Μυλοπόταμο.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Ποιος μπήκε πρώτος είναι άγνωστο. Μετά από την είσοδο στα 20 μ., υπάρχει απέριπτο εκκλησάκι αφιερωμένο στην μνήμη της Αγίας Σοφίας, με χρονολογία 1785.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	-
<b>Μύθος</b>	-
<b>Πρόσβαση</b>	Απέραντοι θάλαμοι και διάδρομοι διανοίγονται σε έκταση 2000μ. <sup>2</sup> περίπου. Η τουριστική διαδρομή του ξεπερνά τα 500μ. και η θερμοκρασία του είναι 17° C. Από την είσοδο του με διάδρομο μήκους 9 μ., φτάνουμε στο «Τέμπλο». Μια σειρά από 9 κολώνες κρύβουν την «Γραφική Λιμνούλα».
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Το σπήλαιο είναι ανοικτό όλη μέρα (και το Σαββατοκύριακο). Μόνο θερινή περίοδος: καθημερινά από τις 10:00 έως 17:00.
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 3,00€
<b>Πληροφορίες</b>	Στο Δήμο Κυθήρων, νομού Αττικής τηλ: 2736-0-31724, 2736-0-31213
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	Περίπου 5500 το χρόνο (δεν υπάρχουν επίσημα στοιχεία)
<b>Φορέας Διαχείρισης</b>	Δήμος Κυθήρων

<b>15. ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ "ΜΕΛΙΔΟΝΙΟΥ" ΡΕΘΥΜΝΟΥ ΚΡΗΤΗΣ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Το σπήλαιο βρίσκεται στην Κρήτη στην Ρέθυμνο.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Ένα από τα πολλά σπήλαια της Κρήτης, που θεωρείται τόπος λατρείας κατά την Μινωική εποχή, είναι το σπήλαιο «Μελιδονίου». Το μαρτυρούν τα όστρακα αυτής της εποχής που βρέθηκαν σ' αυτό, μαζί με ένα διπλό πέλεκυ της Υστερομινωικής εποχής.
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	Το σπήλαιο συνδέεται και με τη σύγχρονη ιστορία του τόπου. Σ' αυτό το 1823 βρήκαν θάνατο από ασφυξία 370 κάτοικοι του χωριού λόγο του καπνού από τα αναμμένα υλικά που πετούσαν από την είσοδο του σπηλαίου, για να σωθούν από τους Τούρκους. Στο Πρώτο Θάλαμο του σπηλαίου υπάρχει η «Αίθουσα των Ηρώων».
<b>Μύθος</b>	Το σπήλαιο χρησίμευσε για τόπος λατρείας του γίγαντα Τάλω και μετά του Ταλαίου Ερμή και του Ταλίου Δία. Για την λατρεία του Ερμή το μαρτυρούν τα ίχνη της σωζόμενης επιγραφής του 7' π.Χ. αιώνα, που βρίσκεται χαραγμένη στο δεξιό βράχο της εισόδου του σπηλαίου.
<b>Πρόσβαση</b>	Μια πλατιά σκάλα σε μήκος 11 μ., που αρχίζει από την είσοδο του σπηλαίου με πλάτος 3,2 μ., μας οδηγεί στις αίθουσες του σπηλαίου: «Κλιμακοτούς Εξώστες», «Αίθουσα των Ηρώων», «Των Βράχων», κ.λπ.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Το σπήλαιο είναι ανοικτό όλη μέρα Μόνο θερινή περίοδος: καθημερινά από τις 10:00 έως 17:00.
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 3,00€
<b>Πληροφορίες</b>	Δήμος Γεροποτάμου Νομού Ρεθύμνης, Κρήτη τηλ: 2834-0-22650, 2834-0-22652 <a href="mailto:perama1@otenet.gr">perama1@otenet.gr</a>
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	-
<b>Φορέας Διαχείρισης</b>	Οργανισμός Σπηλαίου Μελιδονίου



<b>16. ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ «ΑΝΕΜΟΤΡΥΠΑ» ΠΡΑΜΑΝΤΩΝ</b>	
<b>Τοποθεσία</b>	Το σπήλαιο βρίσκεται 5 χλμ. Πριν από το χωριό Πράμαντα και 25 μ. περίπου χαμηλότερα από την αριστερή πλευρά του αμαξιτού δρόμου, που συνδέει το χωριό με τα Γιάννενα και την Άρτα (60 χλμ.), σε υψόμετρο 900 μ.
<b>Γενικά στοιχεία</b>	Πρόκειται για την κοίτη υπόγειου ποταμού – εν ενεργεία – που με την πάροδο του χρόνου άλλαξε τρεις φορές στάθμη. Η πρώτη έχει καταρρεύσει. Τα μόνα ίχνη της σώζονται στην αρχή της δεύτερης στάθμης, που είναι το κύριο σπήλαιο. Οι διάδρομοι της έχουν μήκος 350 μ. περίπου και η έκταση που καλύπτει είναι 1500 μ. <sup>2</sup> . Έχει δέκα θαλάμους και διαδρόμους, που συνδέονται μεταξύ τους, στολισμένοι με λιθωματικά συμπλέγματα. Ακόμη έχει τρεις γραφικές λιμνούλες: γκριζα, κόκκινη και λευκή και πρωτότυπο καταρράχτη στολισμένο με σταλακτίτες
<b>Ιστορικά στοιχεία</b>	-
<b>Μύθος</b>	-
<b>Πρόσβαση</b>	Ο διάδρομος που διανοίγεται αμέσως μετά την είσοδο του σπηλαίου ανήκει στην πρώτη στάθμη. Στο τέλος του μια σκάλα οδηγεί στην δεύτερη στάθμη, το κύριο σπήλαιο. Η διαδρομή αποτελείται από διάφορους θαλάμους: «Θάλαμος του Ποταμού», «Μεγάλη Σάλα», «Καταρράχτης», «Γκριζα Λιμνούλα», κ.λπ.
<b>Ώρες λειτουργίας</b>	Το σπήλαιο είναι ανοικτό όλη μέρα (και το Σαββατοκύριακο). θερινή περίοδος: καθημερινά από τις 09:00 έως 18:00, χειμερινή περίοδος: καθημερινά από τις 10:00 έως 16:00.
<b>Τιμή εισόδου</b>	Κανονικό εισιτήριο: 4,00€ Παιδικό (6 έως 16 ετών): 2,00€ Φοιτητικό, πολύτεκνο, ανάπηρο: 2,00€ Για γκρουπ άνω των 25 ατόμων : 2,00€
<b>Πληροφορίες</b>	Στο Δήμο Πραμαντών τηλ: 2659-0-61231, 2659-0-61421 <a href="http://www.pramata.gr">www.pramata.gr</a>
<b>Αριθμός επισκεπτών</b>	35.000 το χρόνο (δεν υπάρχουν επίσημα στοιχεία)
<b>Φορέας Διαχείρισης</b>	Αναπτυξιακή Επιχείρηση Δήμου Πραμαντών

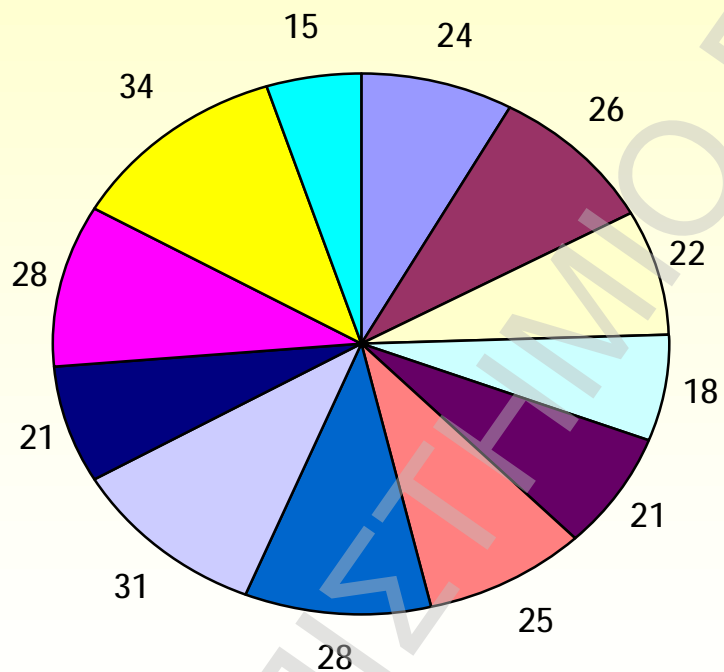
**ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΣΠΗΛΑΙΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ  
ΜΕΣΩ INTERNET**

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΥΓΚΡΙΣΗΣ	Eisriesenwelt Cave	Orgnac Cave	Caves of Arcy-sur Cure	Feengrotten Cave	Alistrati Cave	Perama Cave	Valporquero Cave	Farasassi Cave	Grotta Gigante	Skocjan Cave	Postojna Cave	Les Grottes de Lacave
Αρχική σελίδα	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2
Το σπήλαιο	2	2	3	1	3	2	2	3	3	3	3	3
Περιήγηση στο σπήλαιο	3	2	1	0	0	3	3	2	3	3	3	0
Πρόσβαση στο σπήλαιο	3	3	3	0	3	2	2	3	3	3	3	3
Φωτογραφίες	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	0
Πληροφορίες	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	1
Εκπαιδευτικά προγράμματα	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3	2	0
Η γύρω περιοχή, αξιοθέατα, εκδρομές	2	2	3	3	0	3	3	3	2	3	3	0
Χάρτης της περιοχής	3	2	1	0	2	3	3	3	0	2	3	3
Διαμονή	0	3	2	2	0	2	2	3	2	0	3	0
Άλλες Υποδομές (εστιατόρια κλπ)	0	3	1	3	0	0	3	3	0	0	3	0
Γλώσσες (αγγλικά, γαλλικά)	2	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	3
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΜΟΝΑΔΩΝ ANA SITE ΣΠΗΛΑΙΟΥ</b>	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>21</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>31</b>	<b>21</b>	<b>28</b>	<b>34</b>	<b>15</b>

**Μονάδες Μέτρησης**

- 0 μονάδες – δεν υπάρχει
- 1 μονάδα – αντιστοιχεί με μέτριο επίπεδο
- 2 μονάδες – αντιστοιχεί με καλό επίπεδο
- 3 μονάδες – αντιστοιχεί με εντυπωσιακό επίπεδο

### ΒΑΘΜΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΑΝΑ SITE ΣΠΗΛΑΙΟΥ



- Eisriesenwelt Cave
- Orgnac Cave
- Caves of Arcy-sur Cure
- Feengrotten Cave
- Alistrati Cave
- Perama Cave
- Valporquero Cave
- Farasassi Cave
- Grotta Gigante
- Skocjan Cave
- Postojna Cave
- Les Grottes de Lacave

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**  
**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

1. Σπηλαιολογικός οδηγός της Ελλάδας – Μία προσφορά της Β.Ρ. Ελλάδας στον Ελληνικό Τουρισμό, Ιωάννου, Ιωάννης, Θεοχάρης, 1972 Αθήνα.
2. Σπήλαια, Wood Jenny, Θεοδωράκος Δ. , Αθήνα, Ερευνητές.
3. «Δημιουργίες της φύσης στο Σπήλαιο Ψυχρού Δικταίων Αντρον», Βίλη Αποστολάκου (αρχαιολόγος), έκδοση της Νομαρχιακής Επιτροπής Τουριστικής Προβολής Λασιθίου με την συγχρηματοδότηση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.)
4. Βασίλειος Α. Πατσουράτης, «Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού τομέα», Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.), Αθήνα 2002, σ. 6
5. Σ. Βαρβαρέσος, «Τουρισμός-έννοιες, μεγέθη, δομές», Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα 1999, σ. 76
6. Γ. Ν. Ηγουμενάκης, «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', Εκδόσεις INTERBOOKS, Αθήνα 1991, σελ. 156
7. Μ. Κ. Σφακαινάκης, «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», Αθήνα 2000, σελ. 262
8. Μ. Λογοθέτης, Π. Φώκιαλη, Γ. Παπαδημήτρης, «Ανάπτυξη Χειμερινού Τουρισμού», Ινστιτούτο Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Ερευνών, Ρόδος 1996
9. Μ. Κων. Σφακαινάκης, «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα 2000, σ. 262
10. Σ. Βαρβαρέσος «Τουρισμός έννοιες, μεγέθη, δομές», εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ, Αθήνα 1998, σ. 87
11. Δερμιτζάκης Μ. και Λέκκας Σ., «Εισαγωγή στη Γενική Γεωλογία», 1986
12. Ankel 1965, Szilvassy 1979, Θεοδώρου 1981-1982.
13. Α. Πετροχείλου, άρθρο «Θρύλοι-παραδόσεις των ελληνικών σπηλαίων» του Δελτίου Ε.Σ.Ε., XVIII, Αθήνα 1981-1982, σ.74-93
14. Χ. Πετρέας «Τουριστικό Μάρκετινγκ», εκδόσεις Γαλαίος, 1989, Αθήνα
15. Ομιλία του Προέδρου Της Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρίας, Μηχ. Δερμιτζάκη, Δελτίο Ε.Σ.Ε., τόμος XX, Αθήνα, 1992

16. «Τα Ελληνικά Σπήλαια - Παιανία», Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Υπ. Πολιτισμού
17. «Τα Ελληνικά Σπήλαια – Το Σπήλαιο των Λιμνών», Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Υπ. Πολιτισμού

### **ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

18. “Traditional inns in Greece” – Alternative Forms of Tourism, Greek National Tourist Organization, Publication Vertical, Athens 1995.
19. “Details de la Grotte D’ Antiparos” – Ephorate of Paleanthropology Speleology, Athens 1999.
20. Pine and Gilmore, “The Experience Economy”, Copyright 1999 by Harvard Business School Publishing Corporation, p. 6
21. Chris Cooper, John Fletcher, David Gilbert, Alan Fyall and Stephen Wanhill, “TOURISM. PRINCIPLES AND PRACTICE”, Τρίτη Έκδοση, 2005, σ. 766
22. “Speleology in the Third Millennium: Sustainable Development of Karsts Environments” – 13<sup>th</sup> International Congress of Speleology (Proceedings), Brasilia, July 2001.
23. 14<sup>th</sup> International Congress of Speleology (Proceedings), Greece, August 2005.
24. Bulletin de la sossiete speleologique de Grece, volume 20, Athenes 1992.
25. Renault P., “La formation des cavernes”, 1970
26. Victor T. C. Middleton, «Marketing in Travel & Tourism», εκδόσεις BUTTERWORTH, Oxford, 1992, σ. 79

### **ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΚΑΙ ΦΥΛΛΑΔΙΑ**

27. «Έργο φύσης ...Σπήλαιο Περάματος» (φυλλάδιο)
28. «Σπήλαιο Παιανίας Κουτούκι» (φυλλάδιο)
29. Εφημερίδα «ΒΟΥΝΑ & ΣΠΗΛΑΙΑ», Περιοδική Έκδοση του Ομίλου Α. Ε. Τ. Ο. Σ. (Αθλητικός – Επιστημονικός – Τουριστικός – Ορειβατικός – Σπηλαιολογικός Όμιλος Γλυφάδας), Σεπτέμβριος –Οκτώβριος 2000.

30. Εφημερίδα «ΒΟΥΝΑ & ΣΠΗΛΑΙΑ», Περιοδική Έκδοση του Ομίλου Α. Ε. Τ. Ο. Σ. (Αθλητικός – Επιστημονικός – Τουριστικός – Ορειβατικός – Σπηλαιολογικός Όμιλος Γλυφάδας), Νοέμβριος-Δεκέμβριος 2000.
31. Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα «Ο Κόσμος των Σπηλαίων», Υπουργείο Πολιτισμού Εφορεία Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Τεύχος 1, Αθήνα 2000.
32. Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα «Ο Κόσμος των Σπηλαίων», Υπουργείο Πολιτισμού Εφορεία Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Τεύχος 2, Αθήνα 2000.
33. Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα «Ο Κόσμος των Σπηλαίων», Υπουργείο Πολιτισμού Εφορεία Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Τεύχος 4, Αθήνα 2000.
34. «Υπόγειος Κόσμος», Ελληνική Σπηλαιολογική Εταιρία (Ε.Σ.Ε.), 2001 (φυλλάδιο).
35. Κ. Μανωλαράκη «Το κοινό «εναλλάσσει» τις προτιμήσεις του», ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ, Τεύχος 186, Δεκέμβριος 2005.
36. «Γενικές προδιαγραφές για την αξιοποίηση των σπηλαίων», φυλλάδιο της Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας του Υπ. Πολιτισμού
37. ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 2989, Άρθρο 46 «Εφορεία Παλαιοανθρωπολογίας-Σπηλαιολογίας», Εφημερίδα των Κυβερνήσεων, τεύχος πρώτο.
38. ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 3028 «Για την προστασία των Αρχαιοτήτων και εν γένει της Πολιτιστικής Κληρονομιάς», Εφημερίδα των Κυβερνήσεων, τεύχος πρώτο, Αρ. Φύλου 153, 28 Ιουνίου 2002
39. Κ. Μανωλαράκη «Επιστρέφοντας στα σπήλαια», ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ, Τεύχος 184, Οκτώβριος 2005.
40. Μ. Ρεπανέλη «Τουριστικά Στατιστικά Πρότυπα», ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ, Τεύχος 178, Μάρτιος 2005.

## ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

41. Συνέντευξη από τον κ. Κ. Β. Γιαννόπουλο – Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Υπ. Πολιτισμού
42. Συνέντευξη από τον κ. Α. Πουλιανό – Ευφορίας Παλαιοανθρωπολογίας – Σπηλαιολογίας, Υπ. Πολιτισμού

## ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

43. [www.ebusinessforoum.gr](http://www.ebusinessforoum.gr)
44. [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)
45. [www.aee.gr](http://www.aee.gr)
46. [www.web.otenet.gr](http://www.web.otenet.gr)
47. [www.qnto.gr](http://www.qnto.gr)
48. [www.antaqonisticotita.gr](http://www.antaqonisticotita.gr)
49. [www.eisriesenwelt.at](http://www.eisriesenwelt.at)
50. [www.orgnac.com](http://www.orgnac.com)
51. [www.grottes-arcy.net](http://www.grottes-arcy.net)
52. [www.feengrotten.de](http://www.feengrotten.de)
53. [www.alistraticave.gr](http://www.alistraticave.gr)
54. [www.spilaio-perama.gr](http://www.spilaio-perama.gr)
55. [www.cuevadevalporquero.org](http://www.cuevadevalporquero.org)
56. [www.frasassi.com](http://www.frasassi.com)
57. [www.grottagigante.it](http://www.grottagigante.it)
58. [www.park-skocjanske-jame.si](http://www.park-skocjanske-jame.si)
59. [www.postojna-cave.com](http://www.postojna-cave.com)