

Στρατηγική Κατεύθυνση /Αξονας			Στρατηγικός Στόχος	ΚΡΙ/Δείκτης	Σκοπός/ Περιγραφή	Μέθοδος μέτρησης	Συχνότητα	
1	Αειφόρος Ανάπτυξη							
1	1	Αξονας Προτεραιότητας 1: Προϊόντα & Υπηρεσίες – Ποιότητα Θρησκευτικού Τουρισμού						
1	1	1	Ανάπτυξη, βελτίωση υποδομών θρησκευτικού τουρισμού	<ol style="list-style-type: none"> <li>% Υλοποίησης του συμφωνημένου προγράμματος βελτίωσης των υποδομών</li> <li>Βαθμός ικανοποίησης του επισκέπτη σε ότι αφορά τις υποδομές</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Βαθμός υλοποίησης υποδομών σύμφωνα με το Πρόγραμμα Βελτίωσης Υποδομών</li> <li>Βαθμός ικανοποίησης του επισκέπτη σε ότι αφορά τις υποδομές στο χώρο θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Εκτίμηση Φορέα Υλοποίησης προγράμματος</li> <li>Ερωτηματολόγιο στις πύλες εισόδου, σε επιλεγμένα ξενοδοχεία και έξω από χώρους θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Κάθε τρίμηνο</li> <li>Κάθε χρόνο</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Data Entry (Q, Values%)</li> <li>Data Entry (Y, Value %)</li> </ol>
1	1	2	Αύξηση Αριθμού Επισκεπτών Θρησκευτικού – Πολιτιστικού Τουρισμού	Αριθμός επισκεπτών Θρησκευτικού Τουρισμού ανά χώρα προέλευσης ανά πύλη εισόδου	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει από το σύνολο των επισκεπτών τους επισκέπτες θρησκευτικού τουρισμού και τη χώρα προέλευσης τους	Ερωτηματολόγιο στις πύλες εισόδου	Κάθε μήνα	Data Entry (M, Value, country, πύλη εισόδου)
1	1	3	Αύξηση Καταγραφής Αριθμού Θετικών Τουριστικών Εμπειριών στην Πλατφόρμα / Social Media	% αύξησης των θετικών τουριστικών εμπειριών στην Πλατφόρμα	Σκοπός του δείκτη είναι να αξιολογήσει τον βαθμό μετάδοσης των θετικών μηνυμάτων των επισκεπτών από την τουριστική τους εμπειρία όπως αυτή εκφράζεται μέσα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μέσα από την πλατφόρμα θρησκευτικού - πολιτιστικού τουρισμού.	Καταγραφή των θετικών μηνυμάτων στη Πλατφόρμα Θρησκευτικού – Πολιτιστικού Τουρισμού και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με συγκεκριμένα εργαλεία από το διαχειριστή της πλατφόρμας	Κάθε μήνα	Discussion ACTE / CUT (M, Value)
1	1	4	Αύξηση Μέσου Τιμολογίου ανά επισκέπτη	Μέση Κατά Κεφαλή Δαπάνη (ΜΚΔ) του επισκέπτη θρησκευτικού τουρισμού	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει την κατά κεφαλή δαπάνη του επισκέπτη για σκοπούς σύγκρισης με άλλες μορφές τουρισμού αλλά και με τον γενικό μέσο όρο των επισκεπτών στον προορισμό	Ερωτηματολόγιο στις πύλες εισόδου	Κάθε μήνα	Data Entry (M, Value)
1	1	5	Βαθμός Ικανοποίησης Επισκέπτη Θρησκευτικού – Πολιτιστικού Τουρισμού	Γενικός δείκτης ικανοποίησης θρησκευτικού - πολιτιστικού τουρισμού	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει το βαθμό ικανοποίησης του επισκέπτη θρησκευτικού - πολιτιστικού	Ερωτηματολόγιο στις πύλες εισόδου, σε επιλεγμένα ξενοδοχεία και έξω από χώρους	Γενικός δείκτης ικανοποίησης	Data Entry (M, Value, Category)

					τουρισμού σε ένα αριθμό ποιοτικών κριτηρίων τα οποία περιλαμβάνουν την θρησκευτική εμπειρία, την εξυπηρέτηση, την υποδομή, την προσβασιμότητα, την ενημέρωση κλπ. Ο δείκτης θα αφορά τη μέση τιμή της ικανοποίησης από όλες τις παραμέτρους.	θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος	θρησκευτικού - πολιτιστικού τουρισμού Κάθε Μήνα	
1	1	6	Βελτίωση Προσβασιμότητας Θρησκευτικών – Πολιτιστικών Μνημείων	<ol style="list-style-type: none"> <li>Βαθμός ικανοποίησης (% βελτίωσης) ικανοποίησης προσβασιμότητας</li> <li>Αριθμός δράσεων Κράτους – Εκκλησίας για βελτίωση της προσβασιμότητας.</li> <li>% υλοποίησης του προγράμματος βελτίωσης προσβασιμότητας</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Βαθμός ικανοποίησης του επισκέπτη θρησκευτικού - πολιτιστικού τουρισμού σε ότι αφορά την προσβασιμότητα στο χώρο θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος</li> <li>Μέτρηση Αρ. Δράσεων</li> <li>% υλοποίησης του προγράμματος</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ερωτηματολόγιο στις πύλες εισόδου, σε επιλεγμένα ξενοδοχεία και έξω από χώρους θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος</li> <li>Εκτίμηση Φορέα Υλοποίησης προγράμματος</li> <li>Εκτίμηση Φορέα Υλοποίησης προγράμματος</li> </ol>	Κάθε χρόνο	<ol style="list-style-type: none"> <li>Data Entry (Y, Value %, Category)</li> <li>Data Entry (Y, Value)</li> <li>Data Entry (Y, Value %)</li> </ol>
1	1	7	Βελτίωση της Διασυνδεσιμότητας της Κύπρου (Αεροπορικά / Ακτοπλοϊκά)	% αύξησης των πτήσεων με τις αγορές στόχος	Μέτρηση με βάση Στοιχεία του Υπ. μεταφορών	Εκτίμηση Φορέα Υλοποίησης προγράμματος	Κάθε χρόνο	Data Entry (YMe) (Y, Value, Country)
1	1	8	Διαχείριση προϊόντος & εμπειρίας επισκεπτών	<ol style="list-style-type: none"> <li>Αρ, ερευνών</li> <li>% ικανοποίησης θρησκευτικών τουριστών</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Μέτρηση με βάση Στοιχεία Ερευνών</li> <li>Βάση Δείκτη 1.1.5</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Εκτίμηση Φορέα Υλοποίησης προγράμματος</li> <li>Ερωτηματολόγιο στις πύλες εισόδου, σε επιλεγμένα ξενοδοχεία και έξω από χώρους θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Κάθε χρόνο</li> <li>Κάθε Μήνα</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Data Entry (Y, Value)</li> <li>See 1.1.5</li> </ol>

1	1	9	Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου	% Αύξησης των αφίξεων κατά τις περιόδους Q1 και Q4	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει τη μείωση της εποχικότητας δηλαδή την αύξηση των αφίξεων μεταξύ Οκτωβρίου και Μαρτίου	Ερωτηματολόγιο στις πύλες εισόδου / Στατιστική Υπηρεσία	Κάθε μήνα	Data Access to myData / Στατιστική Υπηρεσία (M, #of Visitors, Destination)
1	1	10	Μείωση Αριθμού Παραπόνων Επισκεπτών	1. % μείωσης των αρνητικών αναφορών στην Πλατφόρμα. 2. % μείωσης των αρνητικών αναφορών από τα ερωτηματολόγια	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει τον βαθμό ικανοποίησης των επισκεπτών μέσα από την καταγραφή των παραπόνων.	Καταγραφή των παραπόνων στη Πλατφόρμα Θρησκευτικού – Πολιτιστικού Τουρισμού και μέσα από τα ερωτηματολόγια στις πύλες εισόδου, σε επιλεγμένα ξενοδοχεία και έξω από χώρους θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος αλλά και μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	Κάθε χρόνο	1. Discussion ACTE / CUT (M, Value) 2. Data Entry (Y, Value, Category)
1	1	11	Χαρτοφυλάκιο προϊόντος Θρησκευτικού Τουρισμού	1. Δείκτης επίπτωσης: % βελτίωσης της Θρησκευτικής εμπειρίας (μέσα από την Πλατφόρμα ή τα ερωτηματολόγια παρατηρητηρίου) 2. Δείκτες αποτελέσματος: 2.1. Αριθμός θρησκευτικών μνημείων που έχουν αξιολογηθεί και ενταχθεί ανα περιφέρεια 2.2. Αριθμός προϊόντων που έχουν αναπτυχθεί (Κρουαζιέρες, σχολικές εκδρομές)	1. Εκτίμηση του Δείκτη επίπτωσης στην Βελτίωση της Θρησκευτικής εμπειρίας 2. Δείκτες αποτελέσματος: 2.1. Βαθμός Βελτίωσης των θρησκευτικών μνημείων ανα περιφέρεια 2.2. Βελτίωση του προσφερόμενου προϊόντος (Κρουαζιέρες, σχολικές εκδρομές) 2.3. Αριθμός εμπλουτισμένων πακέτων θρησκευτικού τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί	1. Ερωτηματολόγιο στις πύλες εισόδου, σε επιλεγμένα ξενοδοχεία και έξω από χώρους θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος 2. Εκτίμηση Φορέα Υλοποίησης	Κάθε χρόνο	1. Data Entry (Y, Value, Category) / Discussion ACTE/CUT 2. 1. Data Entry IAK (Y. Value) 2. Data Entry IAK (Y. Value) 3. Data Entry ACTA (Y. Value) 4. Data Entry IAK (Y. Value)

				2.3. Αριθμός εμπλουτισμένων πακέτων θρησκευτικού τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί 2.4. Αριθμός θρησκευτικών τελετών που έχουν μεταφραστεί σε άλλες γλώσσες.	2.4. Αριθμός θρησκευτικών τελετών που έχουν μεταφραστεί σε άλλες γλώσσες.			
1	2	Άξονας Προτεραιότητας 2: Προώθηση – Προβολή – Ταυτότητα Θρησκευτικού Τουρισμού						
1	2	1	Branding Θρησκευτικού Τουρισμού	Κατάρτιση σχεδίου Brand και εκπόνηση brand management manual	Στόχος είναι η Κατάρτιση σχεδίου Brand και εκπόνηση brand management manual	Υπεύθυνος Φορέας	Μία φορά	1. Ποιοτικός Δείκτης
1	2	2	Ανάπτυξη Προωθητικών Ενεργειών Θρησκευτικών – Πολιτιστικών Μνημείων	1. Δείκτης επίπτωσης: % βελτίωσης της επισκεψιμότητας στην Πλατφόρμα θρησκευτικού τουρισμού. 2. Δείκτες αποτελέσματος 2.1. Αριθμός συμμετοχών σε διεθνής εκθέσεις ανά έτος 2.1. Αριθμός συμμετοχών σε διεθνής εκθέσεις ανά έτος 2.1. Αριθμός συμμετοχών σε διεθνής εκθέσεις ανά έτος 2.2. Αριθμός στοχευμένων FAM, που οργανώθηκαν ανα έτος 2.3. Αριθμός καινοτόμων πακέτων που έχουν δημιουργηθεί 2.4. Αριθμός προωθητικών ενεργειών σε συγκεκριμένους Οργανωτές Ταξιδιών στις χώρες στόχος	1. Βελτίωσης της επισκεψιμότητας στην Πλατφόρμα θρησκευτικού τουρισμού. 2. Δείκτες αποτελέσματος: 2.1. Αύξηση Αριθμού συμμετοχών σε διεθνής εκθέσεις ανά έτος 2.2. Αύξηση Αριθμού στοχευμένων FAM, που οργανώθηκαν ανα έτος 2.3. Αριθμός καινοτόμων πακέτων που έχουν δημιουργηθεί 2.4. Αριθμός προωθητικών ενεργειών σε συγκεκριμένους Οργανωτές Ταξιδιών στις χώρες στόχος 2.5. Κατάρτιση σχεδίου Brand 2.6. Ετοιμασία στρατηγικής και σχεδίου προώθησης προς τις χώρες στόχος και στους	1. Μέτρηση από την πλατφόρμα 2. Δείκτες αποτελέσματος: Υφυπουργείο Τουρισμού	Κάθε χρόνο	1. Data Entry (Y, Value, %) 2. 1. Data Entry (Y. Value) 2. Data (Y. Value. %) 3. Data (Y. Value) 4. Data Entry (Y. Value/ country) 5. ποιοτικός 6. Data Entry (Y,T/F, Country)

				2.5. Κατάρτιση σχεδίου Brand 2.6. Ετοιμασία στρατηγικής και σχεδίου προώθησης προς τις χώρες στόχος και στους τουρίστες που ήδη βρίσκονται στον προορισμό.	τουρίστες που ήδη βρίσκονται στον προορισμό.			
1	2	3	Αύξηση Αριθμού Επισκεπτών Θρησκευτικού – Πολιτιστικού Τουρισμού	Βλέπε 1.1.2				Data Entry (M, Value, country, πύλη εισόδου)
1	2	4	Αύξηση Αριθμού Επισκεπτών στην Πλατφόρμα Θρησκευτικού – Πολιτιστικού Τουρισμού	1. % υλοποίησης του προγράμματος ανάπτυξης πολυγλωσσικού περιεχομένου % αύξησης της επισκεψιμότητας στην Πλατφόρμα	Βελτίωσης της επισκεψιμότητας στην Πλατφόρμα θρησκευτικού τουρισμού.	Θα μετρηθεί από τον διαχειριστή της πλατφόρμας με τη χρήση συγκεκριμένου εργαλείου	Κάθε μήνα	Data Entry (M, Value, %)
1	2	5	Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου	Βλέπε 1.1.9				Data Access to myData / Στατιστική Υπηρεσία (M, #of Visitors, Destination)
1	2	6	Καμπάνια γενικής ενημέρωσης	1. % υλοποίησης των συμφωνημένων δράσεων του σχεδίου προώθησης 2. Ανάπτυξη οδηγού θρησκευτικού τουρισμού	1. Στόχος είναι η Υλοποίηση του σχεδίου και η καλύτερη πληροφόρηση	Υπεύθυνος Φορέας	Κάθε χρόνο	1. Data Entry (Y, Value, %, #actions, #completed actions) 2. Data Entry (Y, T/F)
1	2	7	Μάρκετινγκ – προβολή θρησκευτικού τουρισμού	1. % υλοποίησης των συμφωνημένων δράσεων του σχεδίου προβολής 2. % υλοποίησης των ψηφιακών εργαλείων προώθησης	Στόχος είναι η Υλοποίηση του σχεδίου και η καλύτερη πληροφόρηση	1. Υπεύθυνος Φορέας 2. Μέτρηση των περιπτώσεων προώθησης	Κάθε μήνα	1. Data Entry (M, Value, %, #actions, #completed actions) 2. Data Entry

**Με σχόλια [AT1]:** Πως μάθατε για τους θρησκευτικούς προορισμούς που επισκεφθήκατε ; - Selected Choice  
Τι είναι αυτό που σας οδήγησε να αποφασίσετε για τον Θρησκευτικό χώρο που επισκεφτήκατε ; - Selected Choice

							(M, Value,%, # digital actions, #completed digital actions)	
1	2	8	Πληροφόρηση Επισκεπτών	1. Δείκτης επίπτωσης: % βελτίωσης της ικανοποίησης των επισκεπτών σχετικά με την πληροφόρηση, 2. Δείκτες αποτελεσμάτων 2.1. Αριθμός κέντρων πληροφόρησης που έχουν αναπτυχθεί 2.2. Αριθμός ψηφιακών διαδραστικών εφαρμογών που έχουν αναπτυχθεί 2.3. Ανάπτυξη μύθου 2.4. κώδικα συμπεριφοράς	Βελτίωση Πληροφόρησης Επισκεπτών	1. Έρευνα Πεδίου 2. Υπεύθυνος Φορέας	Κάθε Τρίμηνο	1. Data Entry (Q, %) 2. 1. Data Entry (Q, Value) 2. Data Entry (Q, Value) 3. Data Entry (Q, #of Myths) 4. Data Entry (Q, T/F)
1	2	9	Τμηματοποίηση – Στόχευση Πελατειακών Ομάδων	1. Ανάλυση δεδομένων και Δημιουργία πελατειακών ομάδων 2. % υλοποίησης του προγράμματος προβολής	Στόχος είναι η Στόχευση σε Τμήματα της Αγοράς που θα επιλέγονται με βάση τα δεδομένα	Υπεύθυνος Φορέας	Κάθε χρόνο	1. Data Entry (Y, T/F) 2. Data Entry (Y, #actions, #completed actions, %)
1	3	Άξονας Προτεραιότητας 3: Θεσμικές Παρεμβάσεις						
1	3	1	Ενίσχυση θεσμικής ικανότητας στον τομέα του θρησκευτικού τουρισμού	% υλοποίησης του προγράμματος ενίσχυσης της θεσμικής ικανότητας	Στόχος είναι η Υλοποίηση του σχεδίου για καλύτερη διαχείριση του Θρησκευτικού Τουρισμού	Υπεύθυνος Φορέας	Κάθε χρόνο	Data Entry (Y,%)
1	3	2	Επενδυτικά κίνητρα ανάπτυξης θρησκευτικού τουρισμού	Βλέπε 1.3.1				Data Entry (Y,%)
1	4	Άξονας Προτεραιότητας 4: Δικτύωση						

1	4	1	Δημιουργία Συνεργειών	Δημιουργία cluster θρησκευτικού προορισμού	Βελτίωση της συνεργασίας και διαλειτουργικότητας	Υπεύθυνος Φορέας	Κάθε χρόνο	Ποιοτικός Δείκτης (T/F)
1	4	2	Συνεργασίες σε διεθνές επίπεδο	Αριθμός κοινών τουριστικών πακέτων θρησκευτικού τουρισμού που αναπτύχθηκαν	Βελτίωση της συνεργασίας και διαλειτουργικότητας με γειτονικές χώρες	Υπεύθυνος Φορέας	Κάθε χρόνο	Data Entry (Y, Value, Country)
1	4	3	Συνεργασίες σε εθνικό επίπεδο	Αριθμός πακέτων προσφορών θρησκευτικού τουρισμού που αναπτύχθηκαν από <del>Τρ. Ιδρύματα</del>	Βελτίωση της συνεργασίας και διαλειτουργικότητας των φορέων που συνδέονται με τον τουρισμό	Υπεύθυνος Φορέας	Κάθε χρόνο	Data Entry (Y, Value)
1	5	Άξονας Προτεραιότητας 5: Εκπαίδευση						
1	5	1	Ανθρώπινο δυναμικό	<p>1. Δείκτης επίπτωσης: % βελτίωσης της ικανοποίησης των επισκεπτών σχετικά με την θρησκευτική εμπειρία</p> <p>2. Δείκτες αποτελεσμάτων</p> <p>2.1. Αριθμός πιστοποιημένων(εκπαιδευμένοι) επαγγελματιών θρησκευτικού τουρισμού</p> <p>2.2. Αριθμός εκπαιδευτικών προγραμμάτων επιμόρφωσης σε επίπεδο μητροπόλεων</p> <p>2.3. Αριθμός προγραμμάτων κατάρτισης ξεναγών</p> <p>2.4. % υλοποίησης συμβουλευτικής επιχειρηματιών θρησκευτικού τουρισμού</p> <p>2.5. % αξιοποίησης του θεσμού “Σχολείο Τουρισμού On Tour”</p>	<p>1. Βελτίωση της ικανοποίησης των τουριστών</p> <p>2. Δείκτες αποτελεσμάτων:</p> <p>2.1. Μετρήσεις εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων για βελτίωση εξυπηρέτησης τουριστών</p>	Υπουργείο Τουρισμού / Υφυπουργείο Τουρισμού	Κάθε χρόνο	<p>1. Data Entry (Y, Value%, %)</p> <p>2. 1. Data Entry (Y, Value) 2. Data (Y, Value, Μητρόπολη, Τουριστική Επιχ.) 3. Data (Y, Value) 4. Data Entry (Y, #Value, Completed #, %) 5. Data Entry (Y, Value%)</p>

1	5	2	Βελτίωση της Εκπαίδευσης, Αναπτυξη Γνώσεων σε θέματα διαχείρισης του επισκέπτη	Βαθμός ικανοποίησης τουριστικής εμπειρίας μέσα από τη ξενάγηση ή τη γνώση του σημείου ενδιαφέροντος από τους εντεταλμένους λειτουργούς	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει το βαθμό ικανοποίησης του επισκέπτη θρησκευτικού - πολιτιστικού τουρισμού σε ότι αφορά την ποιότητα της ξενάγησης και τη γνώση των λειτουργών που είναι εντεταλμένοι να παρέχουν την πληροφόρηση στο χώρο θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος	Ερωτηματολόγιο στις πύλες εισόδου, σε επιλεγμένα ξενοδοχεία και έξω από χώρους θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος	Κάθε χρόνο	Data Entry (Y, Value%, Category)
1	5	3	Διαχείριση της Γνώσης & Πληροφόρηση για Λήψη Αποφάσεων	1, Υλοποίηση Παρατηρητηρίου	Σκοπός του δείκτη είναι η βελτίωση της πληροφόρησης για λήψη αποφάσεων με βάση τα δεδομένα	Υπεύθυνος Φορέας	Κάθε χρόνο (επιβεβαίωση λειτουργίας)	4. Data Entry (Y,T/F)
1	5	4	Εκπαίδευση – Καθοδήγηση Επιχειρήσεων Τουρισμού για θέματα Θρησκευτικού – Πολιτιστικού Τουρισμού	1. Αριθμός εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε επιχ. Τουρισμού 2. Αριθμός επιχειρήσεων που έχουν συμμετάσχει σε Εκπαίδευση – Καθοδήγηση σε θέματα Θρησκευτικού – Πολιτιστικού Τουρισμού 3. Δείκτες αποτελεσμάτων: Μετρήσεις εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων για βελτίωση εξυπηρέτησης τουριστών	<del>1. Βελτίωση της ικανοποίησης των τουριστών</del> 2. Δείκτες αποτελεσμάτων: Μετρήσεις εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων για βελτίωση εξυπηρέτησης τουριστών	Υπουργείο Τουρισμού / Υφυπουργείο Τουρισμού	Κάθε χρόνο	1. Data Entry (Y, Value) 2. Data Entry (Y, Value) 3. Data Entry (Y, Value)
1	5	5	Πιστοποιημένη εκπαίδευση στο θρησκευτικό τουρισμό	Αριθμός εξειδικευμένων	<del>1. Βελτίωση της ικανοποίησης των τουριστών</del>	Υπουργείο Τουρισμού / Υφυπουργείο Τουρισμού	Κάθε χρόνο	Data Entry (Y, Value)

Με σχόλια [AT2]: Να το ξανά δούμε



			προγραμμάτων που διεξήχθησαν	1. Δείκτες αποτελεσμάτων: Μετρήσεις εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων για βελτίωση εξυπηρέτησης τουριστών			
2			Ανάδειξη Θρησκευτικής - Πολιτιστικής Κληρονομιάς				
2	1		Άξονας Προτεραιότητας 1: Προϊόντα & Υπηρεσίες – Ποιότητα Θρησκευτικού Τουρισμού				
2	1	1	Ανάπτυξη Θεματικών Τουριστικών Διαδρομών	1. Δείκτης επίπτωσης: % βελτίωσης της επισκεψιμότητας 2. Δείκτης αποτελέσματος: Αριθμός διαδρομών που έχουν αναπτυχθεί	Σκοπός του δείκτη είναι η βελτίωση της επισκεψιμότητας σε σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος	1. Ερωτηματολόγιο έξω από χώρους θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος 2. Φορείς Διοργάνωσης Εκδρομών	Κάθε χρόνο 1. Data Entry (Y, Value%, %) 2. 1. Data Entry (Y, Value)
2	1	2	Αύξηση της Γνώσης Θρησκευτικών – Πολιτιστικών Μνημείων	Βλέπε 1.5.2			Data Entry (Y, Value%, Category)
2	1	3	Διαχείριση προϊόντος & εμπειρίας επισκεπτών	1. Σύσταση Συντονιστικού οργάνου 2. Ανάπτυξη Προσκυνηματικού Οδηγού	Σκοπός η Βελτίωση Διαχείρισης Θρησκευτικού Τουρισμού	Ποιοτικοί Δείκτες που ελέγχουν την υλοποίηση της Δράσης	Μια φορά 1&2 Ποιοτικός Δείκτης (T/F)
2	1	4	Προστασία και ανάδειξη θρησκευτικών μνημείων	% υλοποίησης του προγράμματος προστασίας και ανάδειξης θρησκευτικών μνημείων	Σκοπός είναι η υποστήριξη για την Ανάπτυξη Υποδομών Ψηφιοποίηση Θρησκευτικών Μνημείων & Κειμηλίων	Ποιοτικοί Δείκτες που ελέγχουν την υλοποίηση της Δράσης. Παροχή Πληροφόρησης από την ΙΑΚ / ΕΕ	Κάθε χρόνο Data Entry (Y, Value%, %)
2	1	5	Προστασία και ανάδειξη θρησκευτικών εθίμων – πρακτικών	Βλέπε 2.1.4			Data Entry (Y, Value%, %)
2	1	6	Χαρτοφυλάκιο προϊόντος Θρησκευτικού Τουρισμού	1. Δείκτης επίπτωσης: % βελτίωσης της ικανοποίησης των επισκεπτών σχετικά με την θρησκευτική εμπειρία	Σκοπός του δείκτη είναι η βελτίωση της ικανοποίησης των επισκεπτών σχετικά με την θρησκευτική εμπειρία	Ερωτηματολόγιο έξω από χώρους θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος	Κάθε χρόνο Data Entry (Y, Value%, %)

2	2	Άξονας Προτεραιότητας 2: Προώθηση – Προβολή – Ταυτότητα Θρησκευτικού Τουρισμού					
2	2	1	Ανάπτυξη Επισκεψιμότητας σε Θρησκευτικά – Πολιτιστικά Μνημεία	Μέτρηση Επισκεψιμότητας μέσω ερωτηματολογίου	Σκοπός που δείκτη είναι να καθοριστεί ο αριθμός των επισκεπτών σε Θρησκευτικά – Πολιτιστικά Μνημεία	Ερωτηματολόγιο έξω από χώρους θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος	Κάθε χρόνο Data Entry (Y, Value, %)
2	2	2	Αύξηση του αριθμού Θεματικών Τουριστικών Εκδρομών σε Θρησκευτικά – Πολιτιστικά Μνημεία	Αριθμός προσφερόμενων θεματικών τουριστικών εκδρομών σε θρησκευτικά - πολιτιστικά μνημεία	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει τον αριθμό των προσφερόμενων εκδρομών.	Αριθμός δηλωμένων εκδρομών στα αρχεία του Υπουργείου / Υφυπουργείου Τουρισμού και στα μέσα ενημέρωσης ή μέσα κοινωνικής δικτύωσης	Κάθε χρόνο Data Entry (Y, Value, %)
2	2	3	Βελτίωση της Γνώσης των Επισκεπτών σε θέματα Τοπικών Αξιών / Εθίμων / Κινδύνων κ.α.	Δείκτης Θετικών απαντήσεων ως μέτρηση της γνώσης από τους επισκέπτες σε σημεία Θρησκευτικού Τουρισμού	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει τον αντίκτυπο των ενεργειών ενημέρωσης / ανάπτυξης γνώσης στους επισκέπτες.	Ερωτηματολόγιο στις πύλες εισόδου, σε επιλεγμένα ξενοδοχεία και έξω από χώρους θρησκευτικού - πολιτιστικού ενδιαφέροντος	Κάθε χρόνο Data Entry (Y, Value, Category, %)
2	2	4	Μάρκετινγκ – Προβολή θρησκευτικού τουρισμού	Βλέπε 1.2.2			1. Data Entry (Y, Value, %) 2. 1. Data Entry (Y. Value) 2. Data (Y. Value. %) 3. Data (Y. Value) 4. Data Entry (Y. Value/ country) 5. ποιοτικός 6. Data Entry (Y,T/F, Country)

2	2	5	Πληροφόρηση Επισκεπτών	1. Αρ. Θρησκευτικών Μνημείων Ψηφιοποιημένα 2. Ανάπτυξη κώδικα συμπεριφοράς θρησκευτικού τουρίστα	Στόχος του δείκτη είναι να διασφαλίσει την υλοποίηση του προγράμματος θρησκευτικού τουριστικού	Ερωτηματολόγιο σε φορείς Τουρισμού & εκπροσώπους της Εκκλησίας	Κάθε χρόνο	1. Data Entry (Y, Value, %) 2. (T/F)
2	3	Άξονας Προτεραιότητας 3: Θεσμικές Παρεμβάσεις						
2	4	Άξονας Προτεραιότητας 4: Δικτύωση						
2	4	1	Ανάπτυξη – Προώθηση Κοινών Προγραμμάτων Προβολής με γειτονικές χώρες	Αριθμός επισκεπτών Θρησκευτικού Τουρισμού που επισκέπτονται τον Προορισμό μέσα από πακέτα σε συνδιασμό με άλλες γειτονικές χώρες	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει από το σύνολο των επισκεπτών θρησκευτικού τουρισμού πόσοι από αυτούς επισκέπτονται την Κύπρο με τη χρήση συνδιαμένων πακέτων.	Ερωτηματολόγιο στις πύλες εισόδου	Κάθε μήνα	Data Entry (M, Value, Country)
2	4	2	Συμμετοχή σε Ερευνητικές – μελετητικές δραστηριότητες	1. Αριθμός συνεργειών με πανεπιστήμια 2. Αριθμός Ερευνητικών Έργων	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει την συνεργασία με πανεπιστήμια & Ερευνητικά κέντρα καθώς και υλοποίηση ερευνητικών έργων στον χώρο του Θρησκευτικού Τουρισμού	Ερωτηματολόγιο σε φορείς Τουρισμού & εκπροσώπους της Εκκλησίας	Κάθε χρόνο	1. Data Entry (Y, Value) 2. Data Entry (Y, Value, %)
2	4	3	Συνεργασίες σε διεθνές επίπεδο	Αριθμός διασυνοριακών, διαπεριφερειακών, διακρατικών προγραμμάτων συνεργασίας	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει την συνεργασία με γειτονικές χώρες, περιφέρειες, πανεπιστήμια & Ερευνητικά κέντρα καθώς και υλοποίηση έργων στον χώρο του Θρησκευτικού Τουρισμού	Ερωτηματολόγιο σε φορείς Τουρισμού & εκπροσώπους της Εκκλησίας	Κάθε χρόνο	Data Entry (Y, Value)
2	4	4	Συνεργασίες σε εθνικό επίπεδο	1. Δημιουργία Δικτύου (cluster) Θρησκευτικού Τουρισμού 2. Αριθμός συνεργειών που έχουν αποφασιστεί	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει την ανάπτυξη συνεργασιών σε εθνικό επίπεδο με περιφέρειες, πανεπιστήμια & Ερευνητικά κέντρα καθώς και υλοποίηση έργων στον χώρο του Θρησκευτικού Τουρισμού	Ερωτηματολόγιο σε φορείς Τουρισμού & εκπροσώπους της Εκκλησίας	Κάθε χρόνο	1. Ποιοτικός Δείκτης (T/F) 2. Data Entry (Y, Value)

Με σχόλια [AT3]: Η ερώτηση στο ερωτηματολόγιο έχει υποθετικό χαρακτήρα

2	5	Άξονας Προτεραιότητας 5: Εκπαίδευση					
2	5	1	Βελτίωση της Γνώσης των Εκπροσώπων της Εκκλησίας σε θέματα Ιστορικής αποτύπωσης προστασίας των μνημείων	Βλέπε 1.5.2			Data Entry (Y, Value%, Category)
2	5	2	Πιστοποιημένη εκπαίδευση στο θρησκευτικό τουρισμό	Βλέπε 1.5.5			Data Entry (Y, Value)
3	Σεβασμός σε Τοπικές Αξίες - Θρησκευτικούς Χώρους - Περιβάλλον						
3	1	Άξονας Προτεραιότητας 1: Προϊόντα & Υπηρεσίες – Ποιότητα Θρησκευτικού Τουρισμού					
3	1	1	Δραστηριότητες Διαχείρισης Κινδύνων & Προφύλαξη των Θρησκευτικών – Πολιτιστικών Μνημείων	% εφαρμογής του προγράμματος διαχείρισης κρίσεων	Στόχος του δείκτη είναι να διασφαλίσει την υλοποίηση του προγράμματος σε θέματα διαχείρισης κινδύνων	Ερωτηματολόγιο σε φορείς Τουρισμού & εκπροσώπους της Εκκλησίας	Κάθε χρόνο Data Entry (Y, Value%, %)
3	1	2	Διαχείριση προϊόντος & εμπειρίας επισκεπτών	% εφαρμογής του προγράμματος διαχείρισης κρίσεων	Στόχος του δείκτη είναι να διασφαλίσει την υλοποίηση του προγράμματος σε θέματα διαχείρισης κινδύνων	Ερωτηματολόγιο σε φορείς Τουρισμού & εκπροσώπους της Εκκλησίας	Κάθε χρόνο Data Entry (Y, Value%, %)
3	1	3	Προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος στην διασυνοριακή περιοχή	Αριθμός Δράσεων για την προστασία του περιβάλλοντος στην διασυνοριακή περιοχή	Στόχος του δείκτη είναι να διασφαλίσει την υλοποίηση του προγράμματος σε θέματα προστασίας περιβάλλοντος	Ερωτηματολόγιο σε φορείς Τουρισμού & εκπροσώπους της Εκκλησίας	Κάθε χρόνο Data Entry (Y, Value, destination)
3	2	Άξονας Προτεραιότητας 2: Προώθηση – Προβολή – Ταυτότητα Θρησκευτικού Τουρισμού					
3	2	1	Βελτίωση της Γνώσης των Επισκεπτών σε θέματα Τοπικών Αξιών / Εθίμων / Κινδύνων κ.α.	Βλέπε 2.2.3			Data Entry (Y, Value, Category, %)
3	2	2	Πληροφόρηση Επισκεπτών	Βλέπε 2.2.3			Data Entry (Y, Value, Category, %)
3	3	Άξονας Προτεραιότητας 3: Θεσμικές Παρεμβάσεις					

3	3	1	Διασφάλιση επίτευξης των στόχων για τον Θρησκευτικό – Πολιτιστικό Τουρισμό	% εφαρμογής αποτελεσματικής διαχείρισης θρησκευτικού τουριστικού προορισμού	Στόχος του δείκτη είναι να διασφαλίσει την υλοποίηση του προγράμματος θρησκευτικού τουριστικού	Ερωτηματολόγιο σε φορείς Τουρισμού & εκπροσώπους της Εκκλησίας	Κάθε χρόνο	Data Entry (Y, Value%)
3	3	2	Ενίσχυση θεσμικής ικανότητας στον τομέα του θρησκευτικού τουρισμού	% εφαρμογής αποτελεσματικής διαχείρισης θρησκευτικού τουριστικού προορισμού	Στόχος του δείκτη είναι να διασφαλίσει την υλοποίηση του προγράμματος θρησκευτικού τουριστικού	Ερωτηματολόγιο σε φορείς Τουρισμού & εκπροσώπους της Εκκλησίας	Κάθε χρόνο	Data Entry (Y, Value%)
3	3	3	Επενδυτικά κίνητρα ανάπτυξης θρησκευτικού τουρισμού	% υλοποίησης του προγράμματος ανάπτυξης επενδυτικών κινήτρων θρησκευτικού τουρισμού	Στόχος του δείκτη είναι να διασφαλίσει την υλοποίηση του προγράμματος θρησκευτικού τουριστικού	Ερωτηματολόγιο σε φορείς Τουρισμού & εκπροσώπους της Εκκλησίας	Κάθε χρόνο	Data Entry (Y, Value%)
3	4	Άξονας Προτεραιότητας 4: Δικτύωση						
3	5	Άξονας Προτεραιότητας 5: Εκπαίδευση						
3	5	1	Βελτίωση της Γνώσης σε θέματα Σεβασμού σε Τοπικές Αξίες και σε θέματα Περιβάλλοντος	1. Αρ. Σεμιναρίων 2. Αρ. Συμμετοχών	Σκοπός του δείκτη είναι να μετρήσει το βαθμό ετοιμότητας των φορέων τουρισμού / εκκλησίας / τοπικής κοινωνίας στην διαχείριση / διάχυση της γνώσης σε θέματα Σεβασμού σε Τοπικές Αξίες και σε θέματα Περιβάλλοντος	Ερωτηματολόγιο σε φορείς Τουρισμού & εκπροσώπους της Εκκλησίας	Κάθε χρόνο	1. Data Entry (Y, Value, %) 2. Data Entry (Y, Value, %)

