

**ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ  
ΣΤΗ ΤΗΝΟ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ:**  
**(ΚΑΤΣΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ)**  
**(Α.Μ. 173)**

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ**  
**(Δρ. ΠΟΛΥΞΕΝΗ ΜΟΙΡΑ)**

## **Περίληψη**

Σκοπός της παρούσης πτυχιακής εργασίας, αναφέρεται η συλλογή, καταγραφή και ανάλυση στοιχείων που αφορούν την ανάπτυξη θρησκευτικού και πολιτιστικού τουρισμού στο νησί της Τήνου. Προκειμένου λοιπόν η εν λόγω πτυχιακή εργασία να θεωρείται ορθή και αντιπροσωπευτική ως προς τα στοιχεία που εξετάζει και παραθέτει, διαχωρίζεται σε επτά (7) σχετικά κεφάλαια και όπου στο μεν πρώτο αναφέρεται η Έννοια και τα Χαρακτηριστικά του Τουρισμού στις Μέρες μας, στο δεύτερο κεφάλαιο ο Θρησκευτικός – Πολιτισμικός Τουρισμός, στο τρίτο κεφάλαιο παραθέτονται στοιχεία για το νησί της Τήνου, στο τέταρτο κεφάλαιο αναφέρεται η Ανάπτυξη Θρησκευτικού Τουρισμού στο Νησί της Τήνου, στο πέμπτο κεφάλαιο ο Τουρισμός της Νήσου Τήνου – Τουριστική Πολιτική, στο έκτο κεφάλαιο αναφέρεται η Μεθοδολογία της Έρευνας και τέλος στο έβδομο κεφάλαιο αναφέρεται το Ερευνητικό Μέρος Μελέτης.

## **Abstract**

Major purpose of particular dissertation is actually to collect, record and analyze specific details which are concerned to the religious and cultural development of Tinos island. More specific and in order for such dissertation to be mentioned as an accurate one, student proceeds by separating this into seven (7) chapters where at first one is analyzed the meaning and characteristics of tourism in ourdays, in second chapter is mentioned the religious and cultural tourism, in third chapter are mentioned basic details and characteristics of Tinos island and in fourth chapter is mentioned the religious and cultural tourism in Tinos island. Finally in fifth chapter is mentioned the development of tourism and similar policy of Tinos island, in sixth chapter is mentioned the Methodology Research and in seventh chapter is mentioned the Research Part of dissertation.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<i>Εισαγωγή</i> .....	5
Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> – Η Έννοια και τα Χαρακτηριστικά του Τουρισμού στις Μέρες μας.....	7
1.1    Εννοιολογικός Προσδιορισμός του Όρου Τουρισμός .....	7
1.2    Ιστορική Αναδρομή στην Έννοια του Τουρισμού.....	8
1.3    Ορισμός του Εναλλακτικού Τουρισμού.....	11
<i>Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> – Θρησκευτικός – Πολιτισμικός Τουρισμός</i> .....	15
2.1    Εισαγωγή Κεφαλαίου.....	15
<i>Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> - Τήνος</i> .....	18
3.1    Ιστορικά και Γεωγραφικά Στοιχεία της Τήνου.....	18
3.2    Δημογραφικά Κοινωνικά και Οικονομικά Στοιχεία .....	18
3.3    Ο τουρισμός στο Νησί της Τήνου.....	21
<i>Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> –Η Ανάπτυξη Θρησκευτικού Τουρισμού στο Νησί της Τήνου</i> .....	23
4.1    Προσκύνημα και τουρισμός .....	23
4.1.1 <i>Τουρίστας ή Προσκυνητής</i> .....	23
4.2    Θρησκευτικά Δόγματα που Αναφέρονται στο Νησί της Τήνου.....	26
4.3    Καθολικές Εκκλησίες στο Νησί της Τήνου .....	27
4.4    Ο Χριστιανικός Ναός της Παναγίας Ευαγγελίστριας.....	29
<i>Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> – Τουρισμός Νήσου Τήνου – Τουριστική Πολιτική</i> .....	33
5.1    Τουριστική Πολιτική στο Νησί της Τήνου.....	33
5.2    Τουριστική Προσφορά στη Τήνο.....	35
5.2.1 <i>Ξενοδοχεία Νήσου Τήνου</i> .....	35
5.3    Διατύπωση Δυνατών Σημείων, Αδυναμιών, Ευκαιριών και Κινδύνων Βάσει SWOT Analysis για την Ανάπτυξη του Τουρισμού στο Νησί της Τήνου από Μέρους του ΕΟΤ .....	38
5.4    Προγραμματισμός Τουριστικών Δράσεων 2014.....	43
5.5    Ορθή Προβολή Τουριστικού Προϊόντος της Νήσου Τήνου .....	43

5.6	Προτάσεις ΕΟΤ.....	45
5.7	Στρατηγικοί Στόχοι για την Τουριστική Προβολή του Νησιού .....	46
5.8	Ενέργειες Εκδηλώσεων στο Νησί με Σκοπό την Ανάπτυξη του Τουρισμού.....	47
	<i>Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup> – Μεθοδολογία της Έρευνας.....</i>	<i>51</i>
6.1	Ερευνητική Μέθοδος.....	51
6.2	Σκοπός της Έρευνας.....	51
6.3	Δείγμα.....	52
6.4	Ερευνητικό υλικό – εργαλεία .....	53
6.5	Σχεδιασμός της Έρευνας .....	53
	<i>Κεφάλαιο 7<sup>ο</sup> - Ερευνητικό Μέρος Μελέτης .....</i>	<i>54</i>
7.1	Σκοπός Έρευνας.....	54
7.2	Παράθεση Αποτελεσμάτων Έρευνας.....	55
	<i>Επίλογος – Συμπεράσματα .....</i>	<i>79</i>
	<i>Βιβλιογραφία.....</i>	<i>82</i>
1.	<i>Παράρτημα – Ερωτηματολόγιο Έρευνας.....</i>	<i>84</i>

## Εισαγωγή

Αποτελεί γεγονός πως η γενικότερη κατάσταση για την Τήνο, τουριστικά είναι καλή, χρήζει όμως διαρθρωτικών δράσεων που θα έχουν στόχο περισσότερο την τόνωση των υποανάπτυκτων υποδομών, που θα υποστηρίξουν το τουριστικό προϊόν και θα το προβάλουν συνολικά και καθοριστικά. Η βελτίωση στις υποδομές, η προσοχή στο φυσικό περιβάλλον καθώς και η γενικότερη αλλαγή που πρέπει να συντελεσθεί στην στρατηγική μάρκετινγκ είναι σε απόλυτη εναρμόνιση τόσο με την θεωρία του Μάσλοου όσο και με την αρχή της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Ειδικότερα και σύμφωνα με τους ειδικούς στο χώρο, όσον αφορά στην πολιτική μάρκετινγκ, θα πρέπει να δοθεί μία συγκεκριμένη ταυτότητα για την Τήνο, προκειμένου να διαφοροποιηθεί και να αποκτήσει συγκριτικό πλεονέκτημα. Η ταυτότητα βεβαίως δεν επαρκεί εάν δεν προβληθεί με τον κατάλληλο τρόπο.

Οι συντονισμένες μάρκετινγκ ενέργειες (ταυτότητας – προβολής) θα βοηθήσουν στο να μειωθεί η έντονη εποχικότητα στον τουρισμό για την Τήνο και να επεκταθεί η τουριστική δραστηριότητα κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου. Η σωστή στρατηγική μάρκετινγκ προϋποθέτει αντίχρεωση των αναγκών του καταναλωτή. Συνεπώς, η κατανόηση των αναγκών οδηγεί στη δημιουργία του αντίστοιχου προϊόντος και στην σωστότερη τιμολόγηση αυτού, στοιχείο πολύ βασικό για τον τουρισμό γιατί μόνο έτσι το τουριστικό προϊόν καθίσταται ανταγωνιστικό.

Η Τήνος ως προορισμός μπορεί να απευθυνθεί σε νέες αγορές όπως είναι η Ρωσία, και η Κίνα που θεωρούνται ότι είναι οι καλύτερες αγορές την τελευταία δεκαετία λόγω της αύξησης της αγοραστικής δύναμης των πολιτών τους, της καλύτερης αεροπορικής τους ένωσης, των μειωμένων και ελεγχόμενων σε επίπεδο κόστους και χρόνου διαδικασιών έκδοσης τουριστικής βίζας. Ο επικρατέστερος τρόπος προσέγγισης των αγορών αυτών είναι το διαδίκτυο ως ο πιο δημοφιλής τρόπος προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος.

Καταλήγοντας σχετικά και πριν αναφερθούμε στα στοιχεία βιβλιογραφικής και εμπειρικής έρευνας με τη χρήση ερωτηματολογίου, θα λέγαμε πως το συγκεκριμένο πλαίσιο της εργασίας κινείται γύρω από το σκοπό της παρούσης μελέτης, όπου κρίνεται η παρουσίαση και ανάλυση των στοιχείων που αναφέρονται στην ανάπτυξη του Τουρισμού στο νησί της Τήνου και ειδικότερα του είδους του

θρησκευτικού τουρισμού. Για το σκοπό αυτό, εκτός της βιβλιογραφικής ανάλυσης που επιτελείται, πραγματοποιείται και σχετική έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου και του στατιστικού «εργαλείου» Excel, με απώτερο στόχο να αποτυπωθούν οι απόψεις τριακοσίων (300) ατόμων στο νησί κατά την περίοδο από Ιούνιο του έτους 2013 έως Μάιο του 2014, αναφορικά με τις εντυπώσεις τους για το νησί, τα τουριστικά αξιοθέατα και τα σημεία χριστιανικού ή διαφορετικά θρησκευτικού τουρισμού.

# Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> – Η Έννοια και τα Χαρακτηριστικά του Τουρισμού στις Μέρες μας

## 1.1 Εννοιολογικός Προσδιορισμός του Όρου Τουρισμός

Υπάρχει πληθώρα ορισμών για τον όρο «τουρισμός». Ο προσδιορισμός της έννοιας της είναι μια δύσκολη υπόθεση καθώς πρόκειται για ένα πολιτισμικό, κοινωνικό και ταυτόχρονα οικονομικό φαινόμενο. Ειδικότερα από την *πολιτιστική άποψη* ο τουρισμός αναφέρεται σε μετακίνηση που γίνεται με σκοπό το άτομο να εξερευνήσει άλλους πολιτισμούς και κουλτούρες και γενικώς να επικοινωνήσει με κοινωνίες που παρουσιάζουν διαφορετικές πολιτισμικές αξίες. (Ζαχαράτος και Τσάρτας, 2008).

Παράλληλα μια σημαντική ίσως και η κύρια διάσταση του τουρισμού είναι η *κοινωνική*, καθώς ο τουρισμός αναφέρεται στη διαδικασία μετακίνησης από ένα μέρος σε άλλο, με στόχο την ικανοποίηση των αναγκών του ατόμου για νέες εμπειρίες. Η τρίτη διάσταση του είναι η οικονομική. Σε μια εποχή που χαρακτηρίζεται από δυσχερείς οικονομικές συνθήκες, η διάσταση αυτή είναι ίσως και η σημαντικότερη, αν αναλογιστεί κανείς ότι η τουριστική βιομηχανία είναι πολύ μεγάλη και εξελίσσεται συνεχώς προσφέροντας σημαντικά οικονομικά οφέλη σε μια χώρα – προορισμό (Βαγιονής, 2002). Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω γίνεται κατανοητό, ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα πολύπλοκο φαινόμενο, γεγονός που δυσκολεύει τον εννοιολογικό προσδιορισμό του. Για την καλύτερη όμως κατανόηση του φαινομένου, στη συνέχεια, παραθέτονται μερικοί ορισμοί που παρουσιάζονται στη βιβλιογραφία.

Ένας από τους παλιότερους ορισμούς είναι αυτός που έδωσαν οι Hunziker & Kraft (στο Σφακιανάκης, 2004) σύμφωνα με τον οποίο «ο τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται κατά την μετακίνηση ενός ατόμου από ένα μέρος σε άλλο, χωρίς αυτή η μετακίνηση να καταλήγει σε μόνιμη διαμονή αλλά και χωρίς να συνδέεται με καμία κερδοσκοπική δραστηριότητα».

Επίσης, ο Βρετανικός Οργανισμός Τουρισμού ορίζει τον τουρισμό ως κάθε δραστηριότητα που αφορά την προσωρινή μετακίνηση ανθρώπων σε προορισμούς εκτός του τόπου στον οποίο διαμένουν και εργάζονται, καθώς και στις

δραστηριότητές τους κατά τη διάρκεια της παραμονής σε αυτούς τους προορισμούς. Ο ορισμός αυτός προκύπτει και από τους Burkart & Medlik (στο Σφακιανάκης, 2004).

Οι Jansen -Verbeke & Dietvorst (1987 στο Tungchawal, 2001) θεωρούν ότι ο τουρισμός αντιπροσωπεύει μια διαδικασία που προσφέρει εμπειρίες, χαλάρωση και αρμονία, δίνοντας με αυτό τον τρόπο μεγαλύτερη έμφαση στην διαδικασία και στο σκοπό του ίδιου του ταξιδιού που πραγματοποιεί ο τουρίστας. Σύμφωνα με τον Leiper (στο Ζαχαράτος και Τσάρτας, 2008) είναι μια επιστήμη, που αντιπροσωπεύει ένα ανοιχτό σύστημα το οποίο αποτελείται από πέντε βασικά στοιχεία: ανθρώπινο δυναμικό, περιοχή προέλευσης, ενδεχόμενη ενδιάμεση περιοχή, περιοχή υποδοχής και τουριστική βιομηχανία. Οι Mill & Morrisson (στο Σφακιανάκης, 2004) φαίνεται να συμφωνούν με την άποψη του Leiper, προσθέτοντας τέσσερα βασικά στοιχεία δηλαδή την αγορά, το ταξίδι, τον προορισμό και το μάρκετινγκ ή διαφορετικά τη διαδικασία προώθησης του τουρισμού.

Σήμερα ο περισσότερο αποδεκτός ορισμός για τον όρο «Τουρισμός» είναι αυτός που δίνεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) ως «το φαινόμενο που εμφανίζεται όταν πραγματοποιούνται προσωρινές επισκέψεις ή διανυκτερεύσεις εκτός της μόνιμης κατοικίας, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από τη διεκπεραίωση αμειβόμενων εργασιών στον τόπο επίσκεψης».

## ***1.2 Ιστορική Αναδρομή στην Έννοια του Τουρισμού***

Το φαινόμενο της ανάπτυξης του τουρισμού έχει παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια, σε όλες τις χώρες αλλά και στην Ελλάδα. Η διαμορφωθείσα οικονομική κατάσταση της κάθε χώρας, παρουσιάζεται ως ένας σημαντικός παράγοντας από τον οποίο εξαρτάται ο τουρισμός της συγκεκριμένης χώρας καθώς και το ποσοστό αύξησής του. Το ίδιο βέβαια ισχύει και για την οικονομική ευημερία των κατοίκων αυτής της χώρας, ή/και την ευημερία που μπορεί να υπάρχει ανάμεσα σε κράτη σχετικά με το πολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον των χωρών αυτών. Από τη στιγμή βέβαια που σε κάποια χώρα το οικονομικό περιβάλλον χαρακτηρίζεται ως ήρεμο και «υγιές», τότε ο κάθε τουρίστας μπορεί να επισκεφτεί τη χώρα αυτή οποιαδήποτε περίοδο με σκοπό την πραγματοποίηση των διακοπών που εκείνος επιθυμεί (Ζαχαράτος και Τσάρτας, 2008).



Σημειώνεται μάλιστα ότι οι παράμετροι από τις οποίες εξαρτάται η ανάπτυξη του τουρισμού σε μια χώρα, είναι διαφορετικοί και συντελούν στους στόχους οι οποίοι έχουν τεθεί αρχικά από τις αρμόδιες αρχές για την ανάπτυξη του τουρισμού και τουριστικού προϊόντος. Φυσικά οι παράμετροι αυτοί επηρεάζουν τους συγκεκριμένους στόχους που θέτονται κάθε φορά. Υποστηρίζεται μάλιστα ότι οι παράμετροι αυτοί μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά την ανάπτυξη του τουρισμού σε μια χώρα. Η διαφορά τους σχετίζεται με την «φέρουσα ικανότητα» της κάθε υπό ανάπτυξη τουριστικής περιοχής, τόσο σε διεθνές και τοπικό επίπεδο. Έτσι λοιπόν, αναφέρεται σχετικά πως οι παράγοντες εκείνοι οι οποίοι επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού, είναι οι ακόλουθοι (Βαρβαρέσος, 2005).

1. Χαρακτηριστικά τουριστικής ζήτησης
2. Τουριστικοί πόροι της χώρας ή της εκάστοτε περιοχής
3. Επιρροή υπαρκτών προτύπων τουριστικής ανάπτυξης σε προσφορά
4. Φορείς, οργανισμοί και κοινωνικο-επαγγελματικές ομάδες που έχουν σχέση με τη διαδικασία τουριστικής ανάπτυξης
5. Τουριστικές επιχειρήσεις
6. Τουριστική πολιτική
7. Τουριστικοί πόροι μιας χώρας ή μιας περιοχής.

Όσον αφορά τους τουριστικούς πόρους μιας χώρας ή μιας περιοχής, αυτοί θεωρούνται πολύ σημαντικοί αφού καθορίζουν την τουριστική ανάπτυξη αυτής. Αν οι πόροι αυτοί θεωρούνται πλούσιοι και ανεπτυγμένοι, τότε η περιοχή αυτή μπορεί να ανταπεξέλθει στον τουριστικό ανταγωνισμό και ειδικότερα από τη στιγμή που διαθέτει το συγκεκριμένο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι πόροι αυτοί μπορεί να είναι (Βαρβαρέσος, 2005) φυσικοί (κλίμα, γεωμορφολογία, φυσικό περιβάλλον) και πολιτιστικοί (παράδοση, ήθη και έθιμα).

Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι στην κατηγορία αυτή των πόρων αναφέρονται και οι υποδομές και οι υπηρεσίες της χώρας ή της περιοχής υποδοχής τουρισμού. Συγκεκριμένα, γίνεται αναφορά σε συγκοινωνίες, χώρους διασκέδασης και αναψυχής,

μέσα μαζικής μεταφοράς και πρακτορεία. Οι τουριστικοί πόροι είναι απαραίτητο να αναπτύσσονται σε μια περιοχή όπου είναι απαραίτητη και η τουριστική αύξηση. Η διαχείριση των πόρων αυτών πρέπει να είναι ορθή και άριστη. Σημαντικό ρόλο όμως παίζουν και οι διάφορες κοινωνικο-επαγγελματικές ομάδες οι οποίες συγκροτήθηκαν λόγω της τουριστικής ανάπτυξη σε μια διαφορετική περιοχή η χώρα. Η λειτουργία τους είναι η πλέον σημαντική για την τουριστική ανάπτυξη αφού επηρεάζουν και αναλαμβάνουν σε μεγάλο βαθμό την έντονη παρουσία του τουρισμού και της πολιτικής του (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2005).

Σημειώνεται επίσης πως μέχρι πριν από μερικά χρόνια, υπήρχε ένα σοβαρό μειονέκτημα σ' ότι αφορούσε τις τουριστικές επιχειρήσεις σε σχέση με την διεθνοποίηση του τουρισμού και την ανάδειξη των τουριστικών αγορών. Το οικονομικό κλίμα που επικρατούσε ήταν ιδιαίτερα θετικό για τις επιχειρήσεις αυτές οι οποίες βρίσκονταν σε κάποια σημαντική θέση κατάταξης τουριστικών αποδράσεων. Σιγά σιγά όμως ο ρόλος τους άρχισε να γίνεται πιο δυνατός και σε αυτό συντέλεσε και η αλλαγή που υπέστη το τουριστικό προϊόν, είτε στην Ελλάδα είτε παγκοσμίως. Παρακάτω αναφέρονται τα πλεονεκτήματα τα οποία προκύπτουν από την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα (Ζαχαράτος και Τσάρτας, 2008):

- Αύξηση η οποία σημαντική σε εισροή συναλλάγματος και μείωση του ισοζυγίου συναλλαγών
- Ανάπτυξη και μεγέθυνση κλάδων της οικονομίας οι οποίοι έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό. Σαν αποτέλεσμα η εγχώρια παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα ενδυναμώνεται σε εθνικό και τοπικό επίπεδο
- Οι θέσεις εργασίας αυξάνονται και μειώνεται η ανεργία
- Αυξάνονται τα εισοδήματα τοπικής αυτοδιοίκησης αλλά και των κατοίκων των τουριστικών περιοχών
- Η οικονομία στο γενικό της σύνολο αυξάνεται από τις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού. Έτσι παρατηρείται μια αύξηση συναλλαγών με ποιοτικά και ποσοτικά αποτελέσματα.

Δεν πρέπει όμως να παραγνωρίζονται και τα σημαντικά μειονεκτήματα που είναι (Βαρβαρέσος, 2005):

- Δημιουργία πληθωριστικών τάσεων σε αρχικά στάδια ανάπτυξης τουρισμού
- Μεγάλα επίπεδα αύξησης τιμών γης και σε ακίνητα
- Τα καταναλωτικά πρότυπα ενδυναμώνονται. Πολλές αυτές είναι ακατάλληλα για το ντόπιο πληθυσμό αφού έρχονται σε αντίθεση με τις αξίες και την οικονομία του.
- Η μείωση του τουρισμού, ιδιαίτερα αν είναι απότομη μπορεί να δημιουργήσει κάποια οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα όπως απώλεια οικονομικών πόρων, ανεργία, μείωση πόρων τοπικής αυτοδιοίκησης ή και ύφεση στον τουρισμό. Ειδικά αν μια χώρα εξαρτάται απόλυτα από τον τουρισμό τότε οι επιδράσεις είναι ιδιαίτερα αρνητικές.

### ***1.3 Ορισμός του Εναλλακτικού Τουρισμού***

Ο Εναλλακτικός Τουρισμός αποτελεί μια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης ή/και πολυ-δραστηριότητας η οποία λαμβάνει χώρα στο ύπαιθρο ή σε αγροτικές περιοχές (Βαρβαρέσος, 2005). Είναι η μορφή εκείνου του τουρισμού η οποία αποτελεί και μια παράλληλη ανάπτυξη δραστηριοτήτων που σαν σκοπό έχουν την αναβάθμιση των περιοχών αυτών καθώς και την οικονομική στήριξη αυτών μέσω (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2005) :

- Της ήπιας και μικρής κλίμακας προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών
- Της τοπικής αγροτικής παραγωγής
- Της δημιουργίας και εμπορίας παραδοσιακών προϊόντων
- Του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου.

Ο εναλλακτικός τουρισμός παρουσιάζει ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον στις μέρες μας αφού απευθύνεται σε επιχειρήσεις οι οποίες έχουν την έδρα τους στη ύπαιθρο και συχνά σε αγροτικές περιοχές. Στις επιχειρήσεις αυτές υπάρχουν παραδοσιακά εστιατόρια, καφεενεία, παραγωγοί και έμποροι τοπικών προϊόντων. Επίσης υπάρχουν μουσεία κάθε είδους και διάφοροι πολιτιστικοί σύλλογοι όπως ορειβατικοί,

φυσιολατρικοί, γυναικείοι, αγροτικοί, τοπική αυτοδιοίκηση και σχολεία. Με αυτό τον τρόπο και σύμφωνα με τις προσδοκίες των επιχειρηματιών, αναπτύσσεται μια αγροτουριστική δραστηριότητα σε αυτές τις περιοχές η οποία φέρνει οφέλη οικονομικά και προσωπικά (Ζαχαράτος και Τσάρτας, 2008).

Η σχέση αλληλοβοήθειας που υπάρχει ανάμεσα σε αυτούς τους επιχειρηματίες αλλά και με τους τουρίστες, είναι σημαντική και ειδικότερα από τη στιγμή που ο κάθε επισκέπτης σε αυτές τις περιοχές αποτελεί έναν θαυμαστή και φίλο, έναν ταξιδιώτη που σαν σκοπό έχει να θαυμάσει την ομορφιά των τόπων και να έχει μια ήρεμη και ήσυχη ανάπαυλα κάποιων ημερών από την πολυτάραχη ζωή του. Η φυσική κληρονομιά των τόπων διακοπών είναι ξεχωριστή και μοναδική. Ο εναλλακτικός τουρισμός διαθέτει μια διαφορετική φιλοσοφία η οποία εστιάζεται σε μια ανθρώπινη, διαπροσωπική και άμεση σχέση στους κατοίκους της περιοχής και στους επισκέπτες.

Έτσι είναι πολύ σημαντικό, κάθε τουρίστας να βρεθεί σε επαφή με τη φύση, να μυηθεί στην καλλιέργεια της γης, στην περισυλλογή των καρπών και να έρθει σε επαφή με τους κατοίκους. Με τον τρόπο αυτό γίνονται γνωστά πολλά από τα ήθη και έθιμα αυτών των τόπων όπως και κάποιες από τις καθημερινές εργασίες των κατοίκων. Παράδειγμα είναι ο αργαλειός, το κέντημα, η παρατήρηση των ζώων, των πουλιών, το κρασί, το τσίπουρο, η αίσθηση του τρύγου, η χρήση του κρόκου, η γεύση του μελιού και η συλλογή μανιταριών.

Ένας άλλος σκοπός του εναλλακτικού τουρισμού είναι και ο τρόπος με τον οποίο ο κάθε επισκέπτης θα γνωρίσει και θα περπατήσει σε δασώδη μονοπάτια. Θα γνωρίσει ορμητικά ποτάμια και θα γνωρίσει τα φυσικά τοπία του τουριστικού προορισμού. Η δυνατότητα που δίνεται για αθλητικές δραστηριότητες στη φύση, είναι επίσης σημαντική. Η ξενάγηση σε εκκλησίες και μοναστήρια μοναδική, τα αρχαιολογικά ευρήματα σημαντικά και ο καθημερινός τρόπος ζωής ή η συμμετοχή σε πανηγύρια και εκδηλώσεις μοναδική εμπειρία.

Κάτω από αυτό το πρίσμα, ο κάθε επισκέπτης γίνεται κομμάτι του τόπου έστω και αν πρόκειται για λίγο και αποκτά γνώσεις γύρω από την περιοχή που πήγε. Ο εναλλακτικός τουρισμός πέρα από τα παραπάνω χαρακτηριστικά έχει αποκτήσει και την ιδιότητα της μορφής αυτού του τουρισμού ο οποίος αναφέρεται στην αναζήτηση

της αυθεντικότητας και της φυσικής επαφής, της άρνησης των απρόσωπων τουριστικών πακέτων και την αποφυγή κοσμικών παραλιών. Η εθελοντική εργασία μπορεί να γίνει κομμάτι των διακοπών και ταυτόχρονα δίνει την δυνατότητα να προστατεύεται το περιβάλλον και να γίνεται τρόπος ζωής. Βάσει των ανωτέρω λοιπόν, ορισμένες μορφές εναλλακτικού τουρισμού που εντοπίζονται στις μέρες μας, είναι οι εξής (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2005):

- Αγροτουρισμός
- Συνεδριακός τουρισμός
- Ορειβατικός και περιπατητικός
- Τουρισμός υγείας
- Αθλητικός τουρισμός
- Χειμερινός τουρισμός
- Παράκτιος τουρισμός, παραποτάμιος, θαλάσσιος τουρισμός και τουρισμός των υδροβιότοπων
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Αστικός τουρισμός
- Ιαματικός Τουρισμός
- Τουρισμών Χρήσης Αθλητικών Κέντρων
- Τουρισμός σε Κέντρα Αναζωογόνησης
- Τουρισμός για Αθλητικές Διοργανώσεις Γκολφ
- Τουρισμός Ψυχαγωγικών Θεματικών Πάρκων.

Ο μαζικός τουρισμός δεν μπορεί να αντικατασταθεί από τις παραπάνω μορφές τουρισμού, ειδικά δε ο παραθαλάσσιος μαζικός τουρισμός. Απλά έχει συμπληρωματικό χαρακτήρα και προσφέρει τη δυνατότητα για οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη σε περιοχές της περιφέρειας. Υπάρχουν και ορισμένες ειδικές

μορφές τουρισμού οι οποίες ανήκουν στον εναλλακτικό τουρισμό και χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη κινήτρων για κάποια ειδική υποδομή. Ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει τη δυνατότητα ενός διαφορετικού τρόπου διακοπών σε κάποιους ανθρώπους και έχει απόλυτη σχέση με τη προστασία της τοπικής κουλτούρας, τη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και του ανθρωπογενούς καθώς και με την αποφυγή των υπηρεσιών του οργανωμένου τουρισμού (Βαρβαρέσος, 2005).

## **Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> – Θρησκευτικός – Πολιτισμικός Τουρισμός**

### **2.1 Εισαγωγή Κεφαλαίου**

Το θρησκευτικό φαινόμενο είναι συνυφασμένο με την ανθρώπινη παρουσία στη γη. Δεν υπήρξε λαός που να μην είχε κάποια μορφή θρησκείας ή λατρείας προς κάποιο ή κάποια υπέρτατα όντα. Ο άνθρωπος είναι από τη φύση του ον θρησκευτικό (homo religiosus). Η θρησκεία, ως πανανθρώπινο φαινόμενο, διαδραματίζει σημαντικότατο ρόλο στην πνευματική ζωή του ανθρώπου. Επηρεάζει βαθύτατα και διαμορφώνει τον ανθρώπινο πολιτισμό. Η επικοινωνία με το ιερό/θείο, ο περιορισμός της απόστασης ανθρώπου και Θεού, ικανοποιεί ένα πλήθος συναισθημάτων και καλύπτει ένα πλήθος ψυχικών και συναισθηματικών αναγκών, που συνδέονται άμεσα με την ίδια την ύπαρξη του ανθρώπου (Μοίρα, 2002).

Ένας τρόπος προσέγγισης του ανθρώπου με το Θείο είναι το προσκύνημα. Το προσκύνημα υπήρξε ανέκαθεν και εξακολουθεί να είναι ένα ταξίδι στο άγνωστο. Η αρχική πράξη του προσκυνήματος είναι να θέσει ο άνθρωπος τον εαυτό του στα χέρια της θεότητας. Μέσα από αυτή την εκδήλωση πίστης, ο προσκυνητής αναζητά τη θεότητα, μακριά από τις δομές της καθημερινής ζωής. Ο προσκυνητής επιδιώκει τη σωτηρία της ψυχής του μέσω της πραγματοποίησης ενός «φυσικού ταξιδιού», με κυρίαρχο το πνευματικό στοιχείο, την αγάπη για το θείο και την απομάκρυνση από το χώρο των υλικών αναγκών (Μοίρα 2002). Το προσκύνημα προϋποθέτει τη μετάβαση του πιστού στο χώρο που θεωρείται ιερός. Είναι ένα ταξίδι τόσο εξωτερικό, προς το ιερό μέρος, όσο και εσωτερικό, προς την πνευματική ανύψωση.

Σε όλες τις περιόδους της ιστορίας, από την αρχαιότητα, το προσκύνημα αποτελούσε κίνητρο μετακίνησης των ανθρώπων και κατ' επέκταση αιτία δημιουργίας «τουριστικού» ρεύματος. Ο Ηρόδοτος περιέγραψε στις «Ιστορίες» του τη μετακίνηση χιλιάδων Αιγυπτίων, οι οποίοι έπλεαν το Νείλο με τις φελούκες τους με σκοπό να μεταβούν στο ναό της Μέμφιδος για προσκύνημα. Οι αρχαίοι Έλληνες επισκέπτονταν τους Δελφούς για να ζητήσουν το χρησμό από το Μαντείο του Απόλλωνα και την Επίδαυρο για να θεραπευθούν στο ναό του Ασκληπιού. Οι κάτοικοι του Μεξικού αναζητούσαν τη λύτρωση στο ναό του Quetzal, οι κάτοικοι του Περού στο Κούζκο και οι Βολιβιανοί στη λίμνη Τιτικάκα (Baiffal, 1906:112-20, στο Μοίρα 2002). Από το Μεσαίωνα χιλιάδες πιστοί συνέρεαν για προσκύνημα στον

Άγιο Ιάκωβο της Κομποστέλα ή τη Μέκκα. Σ' αυτό συνηγορούσε, επίσης, το γεγονός ότι όλα τα θρησκευτικά κείμενα των γνωστών θρησκείων παροτρύνουν τους πιστούς στην αναζήτηση της θεότητας μέσω του προσκυνήματος (Μοίρα, 2009:31).

Οι δυσκολίες και οι αντιξοότητες του φυσικού ταξιδιού, ανάλογα βέβαια με την ιστορική περίοδο στην οποία λάμβανε χώρα, βοηθούσαν τον πιστό να παραμένει στο χώρο της πειθαρχίας, της ευλάβειας και της εγκράτειας που επιβάλλει το πνευματικό ταξίδι του προσκυνήματος. Σε προηγούμενες περιόδους το προσκύνημα ήταν ψυχική ανάγκη και η πραγματοποίησή του θεωρείτο λυτρωτική πράξη (Μοίρα, 2009:32). Οι Χριστιανοί προσκυνητές μετέβαιναν στους Άγιους Τόπους με κάθε μέσο, στερούμενοι συχνά ακόμα και την τροφή, υπομένοντας όλες τις κακουχίες του ταξιδιού προκειμένου να προσκυνήσουν στον ιερό τόπο. Σήμερα, όμως, από τις συνθήκες, υπό τις οποίες γίνεται το ταξίδι, προκαλούνται ερωτηματικά για το κατά πόσο πρόκειται πραγματικά για προσκυνητές, με την ουσιαστική έννοια του όρου (Μοίρα, 2009:32).

Έτσι διαμορφώνεται και επικρατεί η έννοια του Θρησκευτικού Τουρίστα (Homo Touristicus Religiosus) ο οποίος αντιδιαστέλλεται από τον προσκυνητή (pilgrim) (Vukonic, 1996:68, στο Μοίρα 2009:43). Ο Rinschede (1992) θεωρεί ότι θρησκευτικός τουρισμός είναι η μορφή του τουρισμού, του οποίου οι μετέχοντες κινούνται είτε εν μέρει είτε αποκλειστικά από θρησκευτικούς λόγους. Μάλιστα θεωρεί ότι ο θρησκευτικός τουρισμός είναι υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού, από το γεγονός ότι οι μετέχοντες σε οργανωμένα προσκυνήματα διαθέτουν συχνά μια μέρα επιπλέον για επίσκεψη σε επιλεγμένα τουριστικά αξιοθέατα (Μοίρα, 2009: 43-44).

Ο Robichaud (1999:2, στο Μοίρα, 2009: 45) θεωρεί ότι ο θρησκευτικός τουρίστας βρίσκεται ανάμεσα στον τουρίστα και στον προσκυνητή. Είναι αυτός που ταξιδεύει για θρησκευτικούς σκοπούς αλλά δεν γνωρίζει με ποιο τρόπο να αγγίξει τον πνευματικό του στόχο, καθώς περιβάλλεται από επαγγελματίες ταξιδιωτικούς συμβούλους, εντάσσεται σε προκαθορισμένα προγράμματα ταξιδιού, συμμετέχει σε οργανωμένα ομαδικά γεύματα και ακολουθεί τυποποιημένες διαδρομές, χάνοντας τον πραγματικό θρησκευτικό / πνευματικό του στόχο. Μπορεί το ταξίδι του να ονομάζεται προσκύνημα, στην πραγματικότητα όμως ο ταξιδιώτης αυτός αλλοτριώνεται και καθίσταται από προσκυνητής απλά και μόνο τουρίστας. Η



ευμάρεια, οι ανέσεις, το κοσμοπολίτικο περιβάλλον των ταξιδιών και της διαμονής σε πολυτελή ξενοδοχεία, οι φωτογραφικές μηχανές και οι κάμερες που συνοδεύουν πολλούς ταξιδιώτες, η εμπορευματοποίηση των ιερών αντικειμένων, οι ανάγκες για καταλύματα, γεύματα, οργανωμένες εκδηλώσεις κ.λπ. αφαιρούν από το προσκύνημα το στοιχείο της πνευματικότητας και το περιορίζουν στο τουριστικό στοιχείο.

Ο Vukonic (1996, στο Μοίρα, 2009: 46) υποστηρίζει ότι ο θρησκευτικός τουρίστας όταν εκπληρώσει τις θρησκευτικές του ανάγκες, συμπεριφέρεται κατά τα λοιπά, ως τουρίστας, εννοώντας ότι έχει ανάγκη για κατάλυμα, γεύματα, να αγοράσει ενθύμια κ.λπ.). Οι Turner και Turner (1978:20, στο Μοίρα, 2009:46) υποστηρίζουν ότι «ο θρησκευτικός τουρίστας είναι κατά το ήμισυ προσκυνητής και κατά το ήμισυ τουρίστας».

## ***Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> - Τήνος***

### ***3.1 Ιστορικά και Γεωγραφικά Στοιχεία της Τήνου***

Η Τήνος είναι το τέταρτο σε μέγεθος νησί των Κυκλάδων (Έκταση 194,59 τ.χλμ.) μετά τη Νάξο, την Άνδρο και την Πάρο. Έχει 8.574 κατοίκους (απογραφή 2001) μοιρασμένους σε 62 οικισμούς. Ανήκει στις βόρειες Κυκλάδες και βρίσκεται ΝΑ. της Άνδρου και ΒΔ. της Μυκόνου. Η απόσταση από την Άνδρο, το λεγόμενο στενό Άνδρου - Τήνου, είναι 1/2 μίλι, ενώ η κοντινότερη απόσταση από τις ακτές της Μύκονου είναι περίπου 5 μίλια και 9 μίλια από λιμένα σε λιμένα. Νοτιοδυτικά του νησιού και σε απόσταση 12 μιλίων βρίσκεται η Σύρος, όπου και η πρωτεύουσα του νομού Κυκλάδων, η Ερμούπολη (Κούρου, 2005).

Το έδαφος γενικά είναι ορεινό με υψόμετρο που δεν ξεπερνά τα 729 μέτρα. Δεν υπάρχουν δάση και μεγάλες πεδινές εκτάσεις. Χαρακτηριστικό είναι το επικλινές του εδάφους στο μεγαλύτερο μέρος του νησιού, έτσι ώστε οι αγροί να παρουσιάζουν εικόνα μεγάλων σκαλοπατιών, τα λεγόμενα «πεζούλες» ή «χαλιά», που διαχωρίζονται από χαμηλούς μαντρότοιχους, τους τράφους από «ξερολιθιές». Γι' αυτό το χαρακτηριστικό της η Τήνος χαρακτηρίστηκε από τον Κ. Καστοριάδη ως «χειροποίητο νησί». Πεδινή έκταση συναντάται στον κάμπο της Κολυμπήθρας, στο βόρειο μέρος του νησιού, όπου καλλιεργούνται οπωροκηπευτικά και εσπεριδοειδή.

Τα υψηλότερα βουνά είναι κατά σειρά ο Τσικνιάς (729 μ.) στο Ν.Α. τμήμα της νήσου, η Πατέλα ή Πολέμου Κάμπος (616μ.) στο δυτικό τμήμα της νήσου και το Κεχροβούνι (604μ.) με τη Μονή Κοιμήσεως της Θεοτόκου και το Όρος (375μ.). Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του νησιού είναι οι πολλοί και με αξιοθαύμαστη αρχιτεκτονική περιστεριώνες και τα εκατοντάδες εξωκλήσια του. Συνολικά, εκκλησίες και εξωκλήσια μαζί φτάνουν τα 750 (Κούρου, 2005).

### ***3.2 Δημογραφικά Κοινωνικά και Οικονομικά Στοιχεία***

Αναφερόμενοι στα δημογραφικά και κοινωνικά στοιχεία της Τήνου, θα λέγαμε πως κατά τη διάρκεια της εποχής του χαλκού, οι περιοχές οι οποίες είχαν θέα στα παράκτια, κατοικήθηκαν πρώτες και ιδιαίτερα στη περιοχή του Εξωμβούργου μια περιοχή παρουσίασε ακμή στη διάρκεια των ιστορικών χρόνων. Πιο νότια από το σημερινό κέντρο του νησιού, χτίστηκε η περιοχή των Κλασσικών αλλά και των Ελληνιστικών χρόνων, το οποίο βρίσκεται στη βορειοδυτική ακτή του νησιού

(Περιφέρεια Τήνου, Δημογραφικά και Κοινωνικά Στοιχεία, 2014). Από τη Χώρα μέχρι τα Κιόνια στη περίοδο των Ρωμαίων, η γύρω περιοχή ήταν σε ανάπτυξη. Ένας πολύ σημαντικός ναός βρέθηκε στη περιοχή αυτή ο ναός του Ποσειδώνα και της Αμφιτρίτης. Ο ναός αυτός αποτελούσε χώρο λατρείας και προσευχής για του ναυτικούς τα παλαιότερα χρόνια.

Στη διάρκεια των πρώτων Βυζαντινών χρόνων, η πόλη κατοικήθηκε αλλά μέχρι τη στιγμή που οι επιθέσεις από τους πειρατές έκαναν τους κατοίκους να οδηγηθούν στη ενδοχώρα. Κατά τη διάρκεια του 13<sup>ου</sup> αιώνα, οι Φράγκοι και οι κατακτήσεις τους, ήταν ένα γεγονός το οποίο αποτέλεσε σημαντικό σταθμό για τη μεσαιωνική ιστορία του νησιού. Ο κυβερνήτης Γκίζι ο οποίος ήταν ο Ενετός κυβερνήτης του νησιού, επέλεξε το Εξώμβουργο το οποίο και χρησιμοποίησε σα διοικητικό κέντρο. Η αντιμετώπιση των κατοίκων ήταν αυτή των δουλοπάροικων και το σημαντικό είναι ότι η γη τους χωρίστηκε σε φέουδα (Περιφέρεια Τήνου, Δημογραφικά και Κοινωνικά Στοιχεία, 2014).

Οι διαδοχικές επιθέσεις των Τούρκων δεν αντιμετωπίστηκαν για πολύ καιρό και έτσι το Κάστρο δεν άντεξε για αρκετό καιρό και σαν αποτέλεσμα ήταν η κατάκτηση των Τούρκων της Τήνου το 1715, έπειτα από μακρόχρονη πολιορκία. Είναι λοιπόν γεγονός ότι το νησί έζησε μια μεγάλη περίοδο Ενετικής κυριαρχίας και μια μικρή περίοδο Τούρκικης. Η Τήνος άρχισε να αναπτύσσεται οικονομικά το 19<sup>ο</sup> αιώνα. Κατοικούταν από περίπου 25.000 άτομα και ήταν ο μεγαλύτερος νομός των Κυκλάδων. Στη διάρκεια της Ενετικής κυριαρχίας ήκμασε το εμπόριο, η βιοτεχνία, τα λιμάνια του Εύξεινου Πόντου, η Κωνσταντινούπολη, η Σμύρνη, Η Αλεξάνδρεια (Κούρου, 2005).

Παρόλα αυτά υπήρξαν και μεγάλες απώλειες στη διάρκεια του Μεγάλου Αγώνα του Έθνους εθελοντών στρατού. Η εικόνα της Παναγίας και η εύρεσή της, αποτέλεσε ένα πολύ σημαντικό γεγονός για το νησί. Η εύρεση της εικόνας σημειώθηκε το 1823. Η ολοένα και μεγαλύτερη μετανάστευση των μαρμαρογλυπτών αποτέλεσε ένα γεγονός το οποίο ήταν έντονο στα χρόνια ης ανεξαρτησίας. Ο πληθυσμός του νησιού μειώθηκε σημαντικά. Η ακμή ήταν ιδιαίτερα σημαντική σε Σμύρνη και Κωνσταντινούπολη στη διάρκεια του δεύτερου μισού του 10<sup>ου</sup> αιώνα. Ο θρησκευτικός τουρισμός όμως παρουσίασε σημαντική ανάπτυξη λόγω της παρουσίας της εικόνας της Παναγίας ( Κούρου, 2005).

Την ίδια στιγμή όμως και όλες οι υπόλοιπες βιομηχανίες λειτουργούσαν με ικανοποιητικούς ρυθμούς. Χαρακτηριστικές είναι οι βιομηχανίες παραγωγής μεταξιού και μαρμαρογλυπτικής. Μεγάλα ονόματα μαρμαρογλυπτών και ζωγράφων προέρχονται από τη Τήνο όπως Χαλεπάς, ο Βιτάλης, ο Λίτρας, ο Γύζης. Αυτοί οι καλλιτέχνες έκαναν γνωστό το όνομα της Τήνου στο κόσμο της τέχνης σε όλη την Ελλάδα και τη Μεσόγειο. Ωστόσο, στη διάρκεια της γερμανικής κατοχής ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού χάθηκε. Ο άνδρες του νησιού επέδειξαν μεγάλο θάρρος αν και πολλοί από τους κατοίκους του νησιού άρχισαν να μετακινούνται απ' αυτό. Τα αστικά κτίρια άρχισαν να πληθαίνουν λόγω του μεγάλου αριθμού των πιστών και των προσκυνητών.

Σημειώνεται επίσης πως στη Χώρα του νησιού βρίσκεται το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού. Το χαρακτηριστικό της Τήνου είναι υπάρχουν πάνω από σαράντα χωριά με πληθυσμό 3.405 κατοίκους. Αυτό δεν περιλαμβάνει τα μεγάλα χωριά όπως ο Πύργος, η Στενή, ο Φαλατάδος, η Κώμη, η Καλλονή, όπου το καθένα από τα οποία έχει 200 κατοίκους. Το υπόλοιπο του πληθυσμού (περίπου 600 άτομα) ζουν στις παράκτιες περιοχές στους νεότερους οικισμούς όπως τα Κιόνια, ο Άγιος Ρωμανός, ο όρμος Γιαννάκη, το Ρόχαρη, η Κολυμπήθρα, ο Άγιος Ιωάννης Πόρτο, ο Άγιος Σώστης, ο Άγιος Φωκάς, τα Υστέρνια και οι άλλοι οικισμοί όπως ο Πάνορμος. Σε ότι αφορά τη ενδοχώρα και τις παράκτιες περιοχές έμειναν ανέπαφες από τη ανάπτυξη. Υπήρξε μια εντυπωσιακή αλλαγή από τα οικιακά στη γεωργία (Περιφέρεια Τήνου, Δημογραφικά και Κοινωνικά Στοιχεία, 2014).

Αναφορικά με την οικονομία και απασχόληση στο νησί, σημειώνεται πως σημειώθηκε μια σημαντική αλλαγή και πρόοδος του ανθρώπου η οποία συνέβαλε ενεργά στο να ενδυναμωθεί και την ίδια στιγμή να υπάρξει μια ισορροπία σε φυσικό και στο οικοσύστημα (Κούρου, 2005). Υπήρξαν πολλές αναβαθμίσεις στη γη της Τήνου, οι οποίες συγκρατούσαν το χώμα στη γη και ειδικά στη πλευρά των λόφων ώστε να καλλιεργούνται εύκολα. Το αποτέλεσμα της εργασίας των ανθρώπων τότε, είναι σήμερα το πιο εντυπωσιακό αποτέλεσμα. Οι αισθητικές δημιουργίες του νησιού είναι πολλές όπως πηγάδια, εκκλησίες, νερόμυλοι, ανεμόμυλοι αλλά και περισσότερες οι οποίοι είναι διάσημοι και βρίσκονται σε όλο το νησί. Τα χωριά της Τήνου συγκροτούν πολλές κοινότητες και μεταξύ τους διατηρούν μια καλή και ζεστή σχέση.

Σημειώνεται πως η βασική ασχολία των ανθρώπων του νησιού είναι η γεωργία, η ναυτιλία και ο τουρισμός και η αλιεία. Ο τουρισμός στηρίζει τη οικονομία του νησιού και ειδικά τους θερινούς μήνες. Το προσκύνημα στο Μοναστήρι είναι διαδεδομένο όλο το χρόνο. Προκειμένου να συγκρατήσουν το έδαφος, οι κάτοικοι του νησιού έχουν δημιουργήσει στις πλαγιές του νησιού τις πεζούλες οι οποίες δεν είναι παρά μικρά χωράφια τα οποία έχουν αντίσταση λόγω της πέτρας και στα σημεία αυτά καλλιεργούν τα αγαθά τους. Το θλιβερό είναι ότι η μείωση του αγροτικού πληθυσμού ήταν η αιτία για το ότι έμειναν ακαλλιέργητες πολλές εκτάσεις.

Η παραγωγή του νησιού αναφέρεται σε δημητριακά, εσπεριδοειδή, φρούτα. Φυσικά υπάρχει και εξαγωγή των αγαθών αυτών. Η κτηνοτροφία επίσης υπάρχει και αναφέρεται σε χοίρους, περιστέρια, κόττες. Η περιστρεροτροφία έχει αναπτυχθεί και μάλιστα αναφέρονται πάνω από 600 περιστερόνες. Αναφέρονται επίσης κάποιες χιλιάδες βοοειδή, χοίροι και αιγιοπρόβατα. Ένα από τα γνωστά αγαθά της Τήνου είναι η τηνιακή γραβιέρα και το μέλι του νησιού (Περιφέρεια Τήνου, Δημογραφικά και Κοινωνικά Στοιχεία, 2014).

### ***3.3 Ο τουρισμός στο Νησί της Τήνου***

Η Τήνος αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα θρησκευτικά κέντρα της Ελλάδας, καθώς όλους τους μήνες του χρόνου αποτελεί πόλο έλξης για χιλιάδες προσκυνητές που ζητούν από τη Παναγιά βοήθεια, παρηγοριά και κουράγιο ώστε να συνεχίσουν να δέχονται και να καταπολεμούν τις κακουχίες της ζωής (Κούρου, 2005). Παράλληλα όμως πολλοί είναι αυτοί που επισκέπτονται το νησί για διακοπές και παράλληλα επισκέπτονται ορισμένα σημαντικά πολιτιστικά αξιοθέατα.

## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> – *Η Ανάπτυξη Θρησκευτικού Τουρισμού στο Νησί της Τήνου*

### **4.1 Προσκύνημα και τουρισμός**

Στο παρελθόν υπήρχε ο μοναχικός προσκυνητής που αποφάσιζε για το ταξίδι μόνος του. Συνήθως εγκατέλειπε τον τόπο κατοικίας του, την οικογένειά του και το κοινωνικό του περιβάλλον. Το προσκύνημα αποτελούσε μια πράξη με νόημα και αντιμετωπιζόταν από όλους με μεγάλο σεβασμό. Παράλληλα ο προσκυνητής διέτρεχε σημαντικούς κινδύνους. Μπορούσε να πέσει θύμα ληστείας ή να δεχτεί επίθεση στην πορεία του προς τον τόπο του προσκυνήματος. Ο σκοπός του προσκυνήματος ήταν συχνά διαφορετικός, άλλοι πήγαιναν για να ευχαριστήσουν το Θεό και άλλοι για να ζητήσουν χάρη/ άφεση.

Στην εποχή μας, σε αντίθεση με τη μορφή και την οργάνωση που είχε το προσκύνημα στο παρελθόν, αυτό διαμορφώνεται σε μια παγκόσμιας διάστασης επιχείρηση. Οι προσκυνητές συνήθως καταφτάνουν σε ομάδες, που έχουν οργανώσει ταξιδιωτικές επιχειρήσεις. Ο σύγχρονος προσκυνητής πληρώνει για ένα ταξίδι - πακέτο,. Η διάρκεια της εμπειρίας του προσκυνήματος έχει επίσης μεταβληθεί. Το παλιό τυπικό του βαδίσματος έως τον τόπο του προσκυνήματος δεν υφίσταται πλέον. Τώρα είναι δυνατόν να επισκεφτεί κανείς δέκα τόπους προσκυνήματος σε ισάριθμες ημέρες, γιατί η διάρκεια που απαιτείται για τη μετακίνηση μειώθηκε δραματικά. Ο συνδυασμός αυτών των δύο στοιχείων - του πλουραλισμού και του συντόμου χρόνου μετάβασης - δημιουργεί τις εξωτερικές συνθήκες για τις ιδιαιτερότητες του σύγχρονου τουρισμού σε θρησκευτικό τόπο, υπό τις προϋποθέσεις της υψηλής τεχνολογίας, της πολυεθνικής καπιταλιστικής κοινωνίας και του πολιτισμού. Μπορεί κανείς να φανταστεί μια συνάντηση ανάμεσα σε αυτούς που έρχονται σε ένα τόπο θρησκευτικού προσκυνήματος χωρίς να έχουν ιδέα γιατί συμπεριλήφθητε στο ταξίδι τους, σε αντίθεση με αυτούς που ήλπιζαν, ονειρεύονταν και σχεδίαζαν να εκπληρώσουν μια θρησκευτική τους δέσμευση.

Η αξιοποίηση της προσκυνηματικής κίνησης είναι καθαρά οικονομική για τη χώρα / περιοχή υποδοχής και τα οφέλη είναι πολλαπλασιαστικά. Από τις χιλιάδες πιστούς που επισκέπτονται κάθε χρόνο τους ιερούς τόπους συντηρείται ένας μεγάλος αριθμός επαγγελματιών, όπως τουριστικοί πράκτορες, αεροπορικές εταιρείες,

ξενοδοχοί, μικροπωλητές αντιγράφων ιερών αντικειμένων (εικόνες, κεριά, αγαλματάκια, κ.λπ.), και άλλα άτομα που εξυπηρετούν ποικιλοτρόπως τις ανάγκες των πιστών (Μοίρα, 2002). Παράλληλα προκαλούνται συχνά ασφυκτικές πιέσεις στην υποδομή των χώρων υποδοχής (εγκαταστάσεις εστίασης, αναψυχής, δίκτυα μεταφορών, επιχειρήσεις, κ.λπ.), που δοκιμάζονται από τους χιλιάδες πιστούς που συρρέουν στους ιερούς τόπους, με αποτέλεσμα η χώρα / πόλη υποδοχής να μεριμνά για τη βελτίωση της υποδομής, των μεταφορικών της δικτύων, των εγκαταστάσεων (Μοίρα, 2002).

Αποτέλεσμα αυτού του οικονομικού ενδιαφέροντος είναι η από τρίτους, έντονη εμπορευματοποίηση των θρησκευτικών χώρων. Έτσι αποκτά ιδιαίτερη απήχηση το εμπόριο των αναμνηστικών. Τα αντικείμενα αυτά μπορεί να έχουν τελετουργικά χαρακτηριστικά και να είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν ως τέτοια (π.χ. σταυροί, εικόνες, προσευχητάρια κ.λπ.) ή απλά να έχουν θρησκευτικά χαρακτηριστικά (βιβλικά σύμβολα, αγαλματάκια από κερί, διακοσμητικά, μαντήλια κ.λπ.). (Μοίρα, 2009:79-80).

Η οικονομική δραστηριότητα που συνοδεύει σήμερα την ανάγκη για προσκύνημα, έχει ως συνέπεια πολλά τουριστικά γραφεία σε ολόκληρο να κόσμο να εξειδικεύονται στο προσκύνημα / θρησκευτικό τουρισμό και να δραστηριοποιούνται στη διοργάνωση ταξιδιών σε περιοχές με μεγάλο θρησκευτικό ενδιαφέρον. Έτσι, τουριστικά γραφεία προσφέρουν «πακέτα» σε περιοχές όπου σημειώθηκαν εμφανίσεις της Παρθένου Μαρίας, άλλα διοργανώνουν ταξίδια αναζήτησης της πίστης, και άλλα οργανώνουν περιηγήσεις σε ιερούς τόπους που συνδέονται με τη Βίβλο. (Μοίρα, 2002). Παράλληλα ταξίδια που πραγματοποιούνται οργανώνονται από την εκκλησία, από τοπικές ενορίες ή από θρησκευτικές εκκλησιαστικές οργανώσεις.

Η ζήτηση προς θρησκευτικούς τόπους αυξάνεται την εποχή του επίσημου εορτασμού της θείας εμφάνισης. Όπως για παράδειγμα στην Τήνο στις 15 Αυγούστου ημέρα εορτασμού της Παναγίας.

#### *4.1.1 Τουρίστας ή Προσκυνητής*

Το προσκύνημα, τόσο το παραδοσιακό και θρησκευτικό, όσο και το σύγχρονο και το κοσμικό βρίσκεται σε άνθηση σε ολόκληρο τον κόσμο. Αυξημένες ενδείξεις υποδηλώνουν ότι υπάρχει μια τάση για πρόσβαση και χρήση των ιερών χώρων. Τα

εκατομμύρια των ανθρώπων που κατευθύνονται κάθε χρόνο σε θρησκευτικούς τόπους για προσκύνημα είναι άγνωστο και σε τι ποσοστό είναι «αληθινοί» προσκυνητές με σκοπό λατρευτικό ή θρησκευτικό. Παρόλα αυτά υπάρχουν ενδείξεις ότι το προσκύνημα είναι εξίσου δημοφιλές, όπως στο παρελθόν, και βιώνει μια κορύφωση σε ολόκληρο τον πλανήτη τις τελευταίες δεκαετίες.

Ναοί και εκκλησιαστικά μνημεία άλλων εποχών λειτουργούν ως ελκτικοί πόροι για θρησκευτικούς-πολιτιστικούς τουρίστες αλλά το ίδιο ισχύει και για σύγχρονες εκκλησίες που προσελκύουν πιστούς από όλα τα μέρη του κόσμου. Υπάρχει αλληλεπίδραση ανάμεσα στους τουρίστες - προσκυνητές και στον προορισμό του ταξιδιού τους: ένα τόπο που είναι σεβαστός και ιερός για την ατομική τους κοσμολογία η πίστη. Το προσκύνημα βρίσκεται μέσα στην ευρύτερη κατηγορία του θρησκευτικού τουρισμού, όπου το κίνητρο είναι να επισκεφτεί κανείς θρησκευτικούς τόπους η γεγονότα αν και τελευταία παρατηρείται η αυξημένη τάση συνδυασμού του με άλλες μορφές τουρισμού (κυρίως πολιτιστικό).

Σύμφωνα με τη Μοίρα (2005, 2008, 2009) συχνά παρατηρείται το φαινόμενο, θρησκευτικοί χώροι ή θρησκευτικού περιεχομένου εκδηλώσεις να έχουν αποβάλλει το πνευματικό στοιχείο του προσκυνήματος και να λειτουργούν απλά και μόνο ως πολιτισμικοί χώροι και ως χώροι για πολιτιστικές εκδηλώσεις. Έτσι το θρησκευτικό στοιχείο απομονώνεται από το θρησκευτικό χώρο και αυτός καθίσταται για τον οποιονδήποτε επισκέπτη, ανεξαρτήτως θρησκείας, πολιτισμικός πόλος έλξης. Με αυτό τον τρόπο δημιουργείται τουριστικό ρεύμα που βασίζεται στη θρησκεία ως στοιχείο πολιτισμού και εντάσσεται στον *πολιτιστικό τουρισμό*.

Τέτοιου είδους πολιτισμικοί πόλοι είναι (Μοίρα, 2008; Μοίρα, 2009:49-61):

α) *κτίσματα που έχουν χάσει τη θρησκευτική τους λειτουργία δηλαδή θα λέγαμε ότι είναι θρησκευτικώς ανενεργά ή «ενεργοποιούνται» σε ειδικές ημέρες, οπότε και η πρόσβαση στους τουρίστες την περίοδο αυτή είναι περιορισμένη (π.χ. το Αβαείο του Westminster, η Παναγία των Παρισίων, ο Καθεδρικός Ναός του Αγίου Παύλου, ο Άγιος Πέτρος στη Ρώμη κ.λπ.)*

β) *κτίρια που έχουν ιστορικό – θρησκευτικό ή αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον ή βρίσκονται σε ειδυλλιακό τοπίο που προσελκύουν τουρίστες (π.χ. η Παναγία της Chartres, το Mont Saint Michel, η Παναγία των Παρισίων κ.λπ.).*



γ) κτίρια με θρησκευτικό χαρακτήρα όπως μοναστήρια, ασκητήρια, θρησκευτικές σχολές, βιβλιοθήκες κ.λπ. όπου μπορούν οι επισκέπτες να διαμείνουν ή να παρακολουθήσουν διαλέξεις ή να πραγματοποιήσουν έρευνα, συχνά μετά από γραπτή άδεια του αρμόδιου φορέα.

δ) κτίρια που χρησιμοποιούνται ως μουσεία ή εκθεσιακοί χώροι, όπου εκτίθενται θρησκευτικά αντικείμενα, όπως το μουσείο εκκλησιαστικής τέχνης που λειτουργεί στις εγκαταστάσεις της Μητρόπολης Θεσσαλονίκης ή το Βυζαντινό και Χριστιανικό Μουσείο.

ε) εορταστικές εκδηλώσεις με θρησκευτικές αναφορές π.χ. το φεστιβάλ που γίνεται τον Ιούλιο-Αύγουστο στην ιερή πόλη Κάντι (Σρι Λάνκα) προς τιμή του ιερού δοντιού του Βούδα. Ανάλογο είναι και το φεστιβάλ που τελείται 6-14 Ιουλίου κατά τη διάρκεια του εορτασμού του St. Fermin που είναι ο προστάτης Άγιος της Παμπλόνα της Ισπανίας. Ο εορτασμός αποτελεί συνδυασμό θρησκευτικών και μη-θρησκευτικών τελετών. Οι θρησκευτικές τελετές συνοδεύονται από ταυρομαχίες, καλό φαγητό και διασκέδαση.

στ) συνέδρια με θρησκευτικό περιεχόμενο, π.χ. συνέδρια που πραγματοποιούνται στο συνεδριακό κέντρο της Τήνου.

ζ) τελετές που δεν αφορούν στη θρησκεία του επισκέπτη αλλά προσελκύουν το ενδιαφέρον του λόγω του «τοπικού χρώματος» και λόγω της διατήρησης «παλαιών τελετουργιών».

η) σημεία ή μέρη που αφορούν στη ζωή και στη δράση κάποιου προσώπου που συνέδεσε τη ζωή του με την εκκλησία και τα οποία συχνά μετατρέπονται σε μουσειακούς χώρους.

Όλα τα παραπάνω συνδράμουν στη δημιουργία τουριστικής ροής προς τα πολιτισμικά στοιχεία με θρησκευτικό χαρακτήρα. Είναι μια μορφή πολιτιστικού τουρισμού που δεν έχει σχέση με το προσκύνημα στο οποίο ουσιώδες στοιχείο είναι η εκδήλωση πίστης σε συνθήκες κατάνυξης και εγκράτειας.

Μπορούμε και πάλι να τοποθετήσουμε τους προσκυνητές σε τρεις κατηγορίες, βασιζόμενοι στο μοντέλο της επίσκεψης ιερών χωρών και άλλων τόπων προορισμού:

- 1) Οι «καθαροί» προσκυνητές είναι αυτοί που επισκέπτονται μονό θρησκευτικούς χώρους,
- 2) Οι προσκυνητές - τουρίστες που συνδυάζουν την επίσκεψη των θρησκευτικών χωρών με την επίσκεψη και άλλων περιοχών,
- 3) Οι τουρίστες που

αφιερώνουν το μεγαλύτερο μέρος του ταξιδιού τους σε διαφορές περιοχές (μη θρησκευτικές) και ίσως «περάσουν» από κάποιο θρησκευτικό χώρο, αφιερώνοντας όμως ελάχιστο χρόνο εκεί.

Οι θρησκευτικοί χώροι μπορεί να εκπέμπουν έναν «πνευματικό μαγνητισμό», ο οποίος αναπτύσσεται στους ναούς για διάφορους λόγους. Ανεξάρτητα όμως από αυτό, ο μαγνητισμός αυτός δεν ενυπάρχει μονό στο ναό αλλά και στα άτομα που τον επισκέπτονται, στο ταξίδι τους προς τον τόπο αυτό αλλά ακόμη και στον τόπο από τον όποιο προέρχονται. Σε μια προσπάθεια ανάλυσης των διαφορών που υπάρχουν στα κίνητρα των τουριστών εν γένει, έγινε κατηγοριοποίηση σε δύο μεγάλες ομάδες η κατηγορίες: στην πρώτη ομάδα, η απόφαση για τον προορισμό του ταξιδιού γίνεται από δυνάμεις που δεν μπορούν να ελέγξουν τα άτομα και επισκέπτονται ένα συγκεκριμένο τόπο, ενώ στη δεύτερη ομάδα υπάρχει πλήρης ελευθέρια επιλογής του τουριστικού προορισμού.

Οι τουρίστες με θρησκευτικά κίνητρα ανήκουν στην πρώτη από τις δύο κατηγορίες. Σύμφωνα με την προαναφερόμενη ανάλυση οι οικονομικοί λόγοι δεν παίζουν αποφασιστικό ρόλο στην επιλογή του τόπου που θα επισκεφτούν. Αντιθέτως η απόφαση τους βασίζεται σε άλλα κριτήρια, πιο συχνά από τη σφαίρα του συναισθήματος, του μεγάλου προσωπικού ενδιαφέροντος η των οικογενειακών δεσμών. Αυτοί είναι τουρίστες των οποίων η επιλογή του τόπου προορισμού δεν περιορίζεται ούτε από την τιμή, ούτε από την απόσταση αλλά προκύπτει σχεδόν αποκλειστικά από τη δύναμη έλξης που ασκεί πάνω τους ένας τέτοιος προορισμός (Πράσου, 2006). Σε ότι αφορά στα χαρακτηριστικά των τουριστών με θρησκευτικά κίνητρα, αν εξαιρέσει κανείς το κίνητρο τους, τη συμπεριφορά τους κατά τη διάρκεια της μετακίνησης (σε μικρότερη έκταση) και τη συμπεριφορά τους κατά τη διάρκεια παραμονής στον τουριστικό προορισμό (σε μεγαλύτερη έκταση) δεν διαφέρουν από τα άλλα τμήματα της τουριστικής ζήτησης, όσον αφορά τις απαιτήσεις τους για την ικανοποίηση των υπολοίπων αναγκών τους (Πράσου, 2006).

## **4.2 Θρησκευτικά Δόγματα που Αναφέρονται στο Νησί της Τήνου**

Αναφορικά με τα θρησκευτικά δόγματα που αναπτύχθηκαν στο νησί της Τήνου, αυτά είναι ουσιαστικά δύο κατηγοριών, το Καθολικό και το Χριστιανικό δόγμα. Η παρουσία του Καθολικισμού στις Κυκλάδες αναφέρεται στις αρχές του 13<sup>ου</sup>

αιώνα μετά την άλωση της Κωνσταντινούπολης από τους Φράγκους και από την υπαγωγή της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας η οποία βρέθηκε υπό τη κυριαρχία τους. Η Τήνος αποτέλεσε μια από τις μεγαλύτερες κοινότητες καθολικών. Ο μεγαλύτερος αριθμός καθολικών υπάρχει στη Τήνο και Σύρο. Αναφέρονται όμως και η Νάξος, Σαντορίνη και Μύκονος. Η Καθολική Εκκλησία των Κυκλάδων περιλαμβάνει (Κούρου, 2005):

- Την αρχιεπισκοπή Νάξου-Τήνου στην οποία υπάγονται τα νησιά Νάξος, Πάρος, Αντίπαρος, Αμοργός, Τήνος, Μύκονος και Άνδρος, που λειτουργεί ως μητρόπολη όλου του Αιγαίου και αριθμεί περίπου 3.000 μέλη
- Την επισκοπή Σύρου με 8.000 μέλη, στη δικαιοδοσία της οποίας βρίσκονται οι δύο εκκλησίες και το καθολικό κοιμητήριο της Μήλου
- Την επισκοπή Θήρας με περίπου 150 μέλη.

Στις μέρες μας, το 1/3 του πληθυσμού του νησιού είναι καθολικοί. Αν και οι σχέσεις καθολικών και χριστιανών ήταν σχέσεις «αντιπαλότητα» με τη πάροδο του χρόνου γίνονταν καλύτερες. Και οι δυο κατηγορίες πιστών, είναι ιδιαίτεροι πιστοί στη θρησκεία τους με ένα βαθύ αίσθημα πίστης ιδιαίτερα στη Παναγία. Έτσι καταφέρνουν να ζουν αρμονικά μεταξύ τους και όλοι να ενδιαφέρονται για το κοινό καλό του νησιού. Τα ήθη και οι παραδόσεις είναι σχεδόν τα ίδια και στις δυο θρησκείες. Οι μικτοί γάμοι επιτρέπονται αν και υπάρχει ο περιορισμός ο οποίος αναφέρεται στο ότι ο καθολικός γάμος προηγείται του ορθόδοξου. Επίσης αν το ζευγάρι αποκτήσει παιδιά, πρέπει οι γονείς να αποφασίσουν το δόγμα που το παιδί θα ακολουθήσει.

### **4.3 Καθολικές Εκκλησίες στο Νησί της Τήνου**

Στο νησί της Τήνου υπάρχουν 25 καθολικές εκκλησίες οι οποίες βρίσκονται στη Χώρα και στα χωριά Στενή, Κεχρί, Ποταμιά, Καλλονή, Αετοφωλιά, Κάμπο, Καρδιανή, Κάτω Κλείσμα, Καρκάδο, Σκαλάδο, Κουμάρο, Κρόκο, Λουτρά, Κώμη, Περάστρα, Μοναστήρι, Ταραμπάδο, Σμαρδάκιτο, Κτικάδο, Βολάξ, Αγάπη, Μυρσίνη και Ξυνάρα, όπου και βρίσκεται ο καθεδρικός ναός, η Παναγία Ροδαρίου (Κούρου, 2005). Οι καθολικές εκκλησίες της Τήνου, είναι οι εξής

- ***Μητρόπολη Καθολικής Εκκλησίας***

Η Τήνος ανήκε στη Βυζαντινή Αυτοκρατορία από πολύ παλαιά. Οι Σαρακηνοί και η παρουσία τους ήταν έντονη στο Αιγαίο. Στον ίδιο χώρο με το Καθεδρικό ναό του νησιού βρίσκεται και η Επισκοπή της Τήνου. Υπάρχουν περίπου 30<sup>ο</sup> τόμοι στη βιβλιοθήκη του νησιού οι οποίοι ανήκαν σε ιδιωτικές βιβλιοθήκες επισκόπων και ιερέων. Μόλις πρόσφατα προστέθηκε η βιβλιοθήκη της Επισκοπής Χίου και κάποια σημαντικά βιβλία από μοναστήρια Φραγκισκανών στη Νάξο, Χίο και Τήνο. Αναφέρονται πολλά βιβλία έντυπα, περιοδικά και εφημερίδες γραμμένα στα ελληνικά, γαλλικά και ιταλικά.

Τα βιβλία αυτά είναι κείμενα φιλοσοφικά, θεολογικά και ιστορικά. Υπάρχει μάλιστα και μια συλλογή από εκδόσεις του 17<sup>ου</sup> και 18<sup>ου</sup> αιώνα που αφορά την Ανατολική Εκκλησία καθώς και κείμενα Ελλήνων και Λατίνων Πατέρων της Εκκλησίας. Στη βιβλιοθήκη της Επισκοπής Τήνου, έχει γίνει δωρεά μια βιβλιοθήκη 4000 τόμων, που περιέχει λατινικά, ιταλικά και γαλλικά βιβλία που αφορούν θεολογικά θέματα, ιστορικά και καλλιτεχνικά. Ανάμεσα σ' αυτά αξίζει να σημειωθεί η πιο ολοκληρωμένη συλλογή στην Ελλάδα που αφορά την ιστορική παρουσία της Καθολικής Εκκλησίας στην Ελλάδα, στο Αιγαίο και στην Μικρά Ασία.

- ***Η Παναγία του Βρυσίου***

Βρίσκεται περίπου τέσσερα χιλιόμετρα από το χωριό Ταραμπάδος σε ένα ιδιαίτερα όμορφο μέρος που είναι φυσικό με μεγάλη ομορφιά. Το χτίσιμο της εκκλησίας χρονολογείται το περασμένο αιώνα και λόγω της ανακάλυψης της εικόνας της Παναγίας της Βρεφοκρατούσας στις αρχές του 17<sup>ου</sup> αιώνα. Ο ενοριακός ναός του Αρχάγγελου Μιχαήλ φιλοξενεί την εικόνα και υπάρχει και ένα πιστό αντίγραφο αυτής που έχει προσφερθεί από την οικογένεια de Summerer. Η εικόνα αυτή της Παναγίας θεωρείται ότι είναι ο προστάτης των οδηγών και των αυτοκινήτων και για αυτό το λόγο και μια φορά το χρόνο γίνεται εορτασμός στην Εκκλησία όπου πολλά αυτοκίνητα αγιάζονται.

- ***Μονή Αγίου Φραγκίσκου***

Η ανέγερση της Μονής έγινε το έτος 1702 από τάγμα Φραγκισκανών και οι οποίοι κατοικούσαν στη Τήνο. Είναι από τα πιο σημαντικά κέντρα προσκυνήματος στη Τήνο. Το μοναστήρι αυτό είναι παλαιό και ιστορικό και βρίσκεται έξω από το χωριό Στενή. Αναφέρονται η εκκλησία του Αγίου Φραγκίσκου και το τριώροφο κτίριο στα αριστερά της. Εκεί στεγάζονται τα κελιά των μοναχών και οι βοηθητικοί χώροι, ενώ το κατώι της Μονής μετατράπηκε σε μουσείο γεωργικών εργαλείων.

- ***Εκκλησία της Ιεράς Καρδίας***

Χτίστηκε το 1724 και έχει την ονομασία Εκκλησία της Ιεράς Καρδίας Ιησουιτών Πατέρων. Το 1941 έγινε η τελευταία αναστήλωση του ναού και αναφέρονται βοηθητικοί χώροι, κουζίνα, τουαλέτες. Αποτελεί ένα σημαντικό τόπο προσκυνήματος. Η φήμη του έχει περάσει την Ελλάδα και το προσκύνημα στο ναό είναι γεγονός καθολικό και πανελλήνιο. Κάθε Παρασκευή τελείται θεία λειτουργία και τον Ιούνιο γίνεται πανηγύρι. Υπάρχει κέντρο φιλοξενίας κοντά στο ναό για άτομα από όλο τον κόσμο. Με αυτό τον τρόπο, μπορούν και συνδυάζουν τη πνευματική μόρφωση με τη απόλαυση της τηνιακής υπαίθρου. Οι χώροι είναι άνετοι και εξοπλισμένοι με τέτοιο τρόπο ώστε να δίνουν μια διαμονή ευχάριστη.

- ***Μουσείο Εκκλησιαστικών Κειμηλίων***

Πολλά από τα πολύτιμα αντικείμενα τέχνης τα οποία προέρχονται από καθολικές ενορίες της Τήνου αλλά και από άλλα νησιά έχουν συγκεντρωθεί στο υπόγειο κτίριο της Επισκοπής στη Ξυναρά. Τα αντικείμενα αυτά έχουν καθολικό χαρακτήρα. Υπάρχουν εικόνες σε ξύλο, σε χαρτί, σε μουσαμά, χρυσά και ασημένια δισκοπότηρα, άμφια από πολύτιμα υφάσματα κεντημένα στο χέρι, μεγάλοι ασημένιοι σταυροί που χρησιμοποιούν στις λιτανείες, ασημένια και μπρούτζινα κηροπήγια του 18<sup>ου</sup> αιώνα, ασημένια θυμιατήρια και διάφορα άλλα μικρά αντικείμενα.

#### ***4.4 Ο Χριστιανικός Ναός της Παναγίας Ευαγγελίστριας***

Ο ναός της Ευαγγελίστριας χτίστηκε στο σημείο όπου στις 30 Ιανουαρίου του 1823 βρέθηκε η εικόνα του Ευαγγελισμού της Θεοτόκου μετά από όραμα της μοναχής Πελαγίας. Την κατασκευή του ανέλαβε ο αρχιτέκτονας Ευστράτιος, με καταγωγή από τη Σμύρνη. Κατά τη διάρκεια χτισίματος του Ναού βοήθησαν όλοι οι κάτοικοι του νησιού, όχι μόνο όσον αφορά τη χρηματική ενίσχυση αλλά και με προσωπική δουλειά. Ο ναός είναι χτισμένος κυρίως με μάρμαρο σε ρυθμό τρίκλιτης

Βασιλικής με πολύ ψηλό καμπαναριό, ενώ το εξωτερικό προαύλιο είναι στρωμένο με βότσαλο. Περιβάλλεται από κτίρια που στεγάζουν ενδιαφέρουσες καλλιτεχνικές συλλογές. Το συγκρότημα ανήκει στο Ιερό Ίδρυμα Ευαγγελιστρίας, το οποίο έχει αναπτύξει μία αξιοσημείωτη δραστηριότητα σε εθνικούς, κοινωνικούς, φιλανθρωπικούς και εκπαιδευτικούς τομείς (Κούρου, 2005).

Ο προσκυνητής μπαίνοντας στην κύρια είσοδο βλέπει στα αριστερά του την εικόνα της Παναγίας, ενώ παντού στο χώρο υπάρχουν αφιερώματα πιστών. Ακριβώς από κάτω, εκεί που βρέθηκε η εικόνα, υπάρχει ο ναός της Ευρέσεως αφιερωμένος στην Ζωοδόχο Πηγή.



***Εικόνα Νο.1 – Κόσμος που Συρρέει στην Παναγία Ευαγγελίστρια για Προσκύνημα***



*Εικόνα Νο.2 – Κόσμος σε Μικρομάγαζα στην Αγορά της Τήνου*



*Εικόνα Νο.3 – Κόσμος που Ανεβαίνει με τα Γόνατα στην Παναγία Ευαγγελίστρια για Προσκύνημα*



*Εικόνα Νο.4 – Θρησκευτική Εκδήλωση στην Παναγία Ευαγγελίστρια*



*Εικόνα Νο.5 – Θρησκευτική Εκδήλωση στην Παναγία Ευαγγελίστρια*



## Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> – *Τουρισμός Νήσου Τήνου – Τουριστική Πολιτική*

### *5.1 Τουριστική Πολιτική στο Νησί της Τήνου*

Αναφερόμενοι σχετικά στην τουριστική πολιτική που ακολουθούν οι υπεύθυνοι τουρισμού στο νησί της Τήνου, αυτή αναφέρεται στην εφαρμογή διαφόρων τεχνικών και προγραμμάτων τα οποία θα δώσουν ώθηση στο μέγεθος των τουριστών που επισκέπτονται το νησί και συγχρόνως θα αντιμετωπίσουν τα όποια προβλήματα προκύπτουν και θέτουν εμπόδια στην ανάπτυξη τουρισμού.

Θα λέγαμε λοιπόν πως οι υπεύθυνοι του ΕΟΤ για το νησί της Τήνου, εφαρμόζουν το πρόγραμμα «Σύγχρονη Επιχείρηση 2009» το οποίο έχει σαν σκοπό την ενσωμάτωση της σύγχρονης τεχνογνωσίας και καινοτομίας με ποιότητα στην περιβαλλοντική ευαισθησία, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών επιχειρήσεων στα τουριστικά προϊόντα στην ελληνική και στις διεθνείς αγορές, την πιστοποίηση των επιχειρήσεων σύμφωνα με τις απαιτήσεις των νέων πανευρωπαϊκών προτύπων, την βελτίωση των ήδη εγκατεστημένων συστημάτων διαχείρισης, την ενίσχυση των υποδομών έτσι ώστε να μπορέσουν οι επιχειρήσεις να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις για την πιστοποίησή τους, αλλά και την πιστοποίηση προϊόντων και υπηρεσιών σύμφωνα με τα αναγνωρισμένα πρότυπα (ΕΟΤ, Στοιχεία Ανάπτυξης Τουρισμού Ανά Περιφέρεια Ελλάδος, Τήνος, 2014).

Φυσικά για όλα τα παραπάνω προγράμματα υπάρχουν και κάποιες προϋποθέσεις ή ακόμα και δεσμεύσεις οι οποίες είναι αδύνατον να πραγματοποιηθούν για ευνόητους λόγους. Ήδη τα πρώτα προγράμματα στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007-2013 έχουν δημοσιευθεί ή και προκηρυχθεί τους τελευταίους μήνες αλλά η διαδικασία υποβολής των αιτήσεων δεν έχει ακόμα ολοκληρωθεί. Αυτό σημαίνει ότι δεν υπάρχουν στο σημείο αυτό χρηματοδοτήσεις στο πλαίσιο της τέταρτης προγραμματικής περιόδου. Στην περίπτωση που ολοκληρωθεί η διαδικασία υποβολής αιτήσεων, ο Αρμόδιος Φορέας υλοποίησης του κάθε προγράμματος θα συνεχίσει σε αξιολογήσεις των επενδυτικών προγραμμάτων και θα πάρει αποφάσεις υπαγωγής για τα εγκεκριμένα σχέδια. Ο

Επενδυτικός Νόμος είναι το μόνο σχέδιο ενίσχυσε τις τουριστικές επενδύσεις και στου οποίου τις διατάξεις έχουν υπαχθεί εκατοντάδες τουριστικές επενδύσεις από όλη την Ελλάδα, συμπεριλαμβανομένης της νήσου Τήνου (ΕΟΤ, Στοιχεία Ανάπτυξης Τουρισμού Ανά Περιφέρεια Ελλάδος, Τήνος, 2014).

Σχετικά με τα προβλήματα και τις λύσεις στην πορεία για την επιδότηση των τουριστικών προϊόντων, θα πρέπει να σημειωθεί πως σε πρώτη φάση η ένταξη μιας επιχείρησης σε κάποιο χρηματοδοτικό πρόγραμμα και η υλοποίηση ενός επιδοτούμενου επενδυτικού σχεδίου σε δεύτερη φάση για τα τουριστικά προϊόντα, απαιτούν την ικανοποίηση κάποιων προϋποθέσεων και όρων. Όσα προβλήματα απασχολούν τους επενδυτές έχουν να κάνουν άμεσα με τις παραπάνω προϋποθέσεις και όρους. Βέβαια και με κάποιους άλλους παράγοντες όπως το ύψος του επενδυτικού σχεδίου, την περιοχή υλοποίησής του, το είδος του επενδυτικού σχεδίου, κλπ.

Αν είναι δυνατόν να εξασφαλισθεί από τον δυνητικό δικαιούχο της επιχείρησης, τότε το πρόβλημα περιορίζεται στο ελάχιστο. Και αυτό που πρέπει να εξασφαλισθεί είναι :

- Η ρευστότητα για το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα πριν την υποβολή της αίτησής του αλλά και για το χρονικό διάστημα υλοποίησής του επενδυτικού σχεδίου.
- Η διαδικασία προσκόμισης των δικαιολογητικών που χρειάζονται από κάθε χρηματοδοτικό πρόγραμμα.
- Η δυνατότητα λήψης μεσομακροπρόθεσμου και βραχυπρόθεσμου τραπεζικού δανεισμού.
- Η δυνατότητα λήψης των εγκρίσεων και αδειών που χρειάζονται από τους ανάλογους φορείς κάθε φορά για την δημιουργία της επιδότησης.

Είναι γνωστό επίσης ότι η Ελλάδα και συγκεκριμένα το νησί της Τήνου, είναι μια χώρα τουριστική η οποία διαθέτει πολλά πλεονεκτήματα έναντι άλλων ανταγωνιστικών χωρών. Επίσης όμως διαθέτει και κάποια μειονεκτήματα γνωστά στον τουριστικό κόσμο. Ο οργανισμός γύρω από τις επενδύσεις τόσο σε υφιστάμενες όσο και σε καινούργιες είναι μεγάλος τα τελευταία χρόνια. Κυρίως σε τουριστικά καταλύματα. Σύμφωνα με τους ειδικούς, ο χώρος που υπάρχει για

νέες επενδύσεις στα νέα τουριστικά προϊόντα είναι αρκετός και όλες αφορούν τον τουρισμό. Αλλά κυρίως σε υποδομές που συμπληρώνουν το τουριστικό προϊόν κάποιας περιοχής και είναι πόλοι έλξης για νέους επισκέπτες. Τέτοιοι πόλοι μπορεί να είναι τα τουριστικά πάρκα, τα συνεδριακά κέντρα ή τα κέντρα θαλασσοθεραπείας.

Όλες οι επενδύσεις που αφορούν τις νέες κλίνες θα πρέπει πάντα να υλοποιούνται βάσει σχεδιασμού και με μέτρο σε περιοχές που διαθέτουν τα απαραίτητα στοιχεία και σε τουριστικά αναπτυσσόμενες. Οι επενδύσεις πάνω σε υφιστάμενα καταλύματα θα πρέπει να είναι πιο συνεχείς και να συμβαδίζουν με τις ανάγκες της κάθε επιχείρησης. Τέλος, στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2007-2013, το πρώτο πρόγραμμα (Ενίσχυση Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων από τα Περιφερειακά Προγράμματα Τουριστικών Προϊόντων) όπου και στο οποίο οι τράπεζες θα είναι εκείνες που θα έχουν τον μεσολαβητικό ρόλο βρίσκεται ακόμα σε στάδιο προδημοσίευσης. Δεν υπάρχουν ακόμα συγκεκριμένα στοιχεία. Αλλά αν ληφθεί υπόψη η εμπειρία του Γ'ΚΠΣ, συνήθως οι χρόνοι έγκρισης των χρηματοδοτήσεων φτάνουν τους 4-5 μήνες από την ημερομηνία υποβολής των επενδυτικών σχεδίων των επιχειρήσεων.

Αναφερόμενοι στα είδη προβλημάτων που εμφανίζονται στο τομέα του τουρισμού της Τήνου στις μέρες μας, θα λέγαμε πως αυτά ορίζονται ως ποικίλης φύσης και αναλόγως του τρόπου με τον οποίο κάθε χώρα επιθυμεί να αναπτύξει τον τουριστικό της τομέα. Ως εκ τούτου και βάση των όσων καταγράφονται στον τομέα του ελληνικού τουρισμού, θα λέγαμε πως τα σημαντικότερα προβλήματα στο τομέα του τουρισμού για την Τήνο, αναφέρονται ως εξής.

## **5.2 Τουριστική Προσφορά στη Τήνο**

### **- Ακτοπλοϊκές Αφίξεις Τουριστών στην Τήνο του 2013**

Αύξηση 10%-15% σημείωσαν οι αφίξεις τουριστών για το νησί της Τήνου τη τουριστική σεζόν 2013, ενώ ειδικά για τον Αύγουστο η αύξηση άγγιξε το 18%. Αντίθετα ο εγχώριος τουρισμός σημείωσε μείωση 10%-15% εξαιτίας της οικονομικής κρίσης. Αυξημένες ήταν οι αφίξεις τουριστών φέτος από Γαλλία και Ιταλία τον Αύγουστο, ενώ τον Ιούλιο πρωταγωνίστησαν οι Σκανδιναβοί. Τα

έσοδα των ξενοδόχων καταγράφουν αύξηση 5%-10% για το 2013, ωστόσο τα καταλύματα και τα μικρά ξενοδοχεία μπορεί να έχουν καταγράψει και ζημίες. Ο Σεπτέμβριος σημείωσε αύξηση σε σχέση με πέρσι κυρίως λόγω της αυξημένης ζήτησης που υπάρχει από Γερμανία, Αυστρία και Βέλγιο, ενώ η έλλειψη αεροδρομίου που μπορεί να δεχθεί πτήσεις charter μειώνει κατά πολύ τις τουριστικές δυνατότητες του νησιού των Κυκλάδων (ΕΟΤ, Στοιχεία Ανάπτυξης Τουρισμού Ανά Περιφέρεια Ελλάδος, Τήνος 2014).

- ***Η Σύνδεση από και προς την Τήνο***

Προβληματισμός επικρατεί γύρω από το κατά πόσο η ακτοποικική σύνδεση για την Τήνο είναι γρήγορη, άνετη και σε λογικά οικονομικά πλαίσια για τον επισκέπτη αλλά και έντονος προβληματισμός για τη πρόσβαση στα νησιά τους χειμερινούς μήνες.

- ***Τρόπος Μετακίνησης***

Δημοφιλής τρόπος μετακίνησης στην Τήνο, είναι :

- το ιδιόκτητο αυτοκίνητο
- τα Αστικά Λεωφορεία

Δεν είναι λίγοι αυτοί που μετακινούνται με τα πόδια. Η αξιολόγηση της ενοικίασης οχήματος θεωρείται από τους ξένους σχετικά οικονομική αλλά ποιοτικά χαμηλή.

- ***Διάγνωση Προβλημάτων***

Κάποια από τα σημαντικότερα προβλήματα τα οποία αναφέρονται ως προς την ανάπτυξη του τουρισμού στο νησί της Τήνου, αναφέρονται ως εξής.

**Τα Φαινόμενα Αισχροκέρδειας.** Οι επιχειρηματίες του κλάδου κατηγορούνται για συχνά για μη σταθερή τιμολογιακή πολιτική, ασάφειες ως προς το τι χρεώνουν και ασυνέπεια ως προς το τι τιμολογούν

**Η Έλλειψη Ελέγχων.** Ο ανταγωνισμός στο νησί είναι πολλές φορές είναι αθέμιτος. Οι επιχειρηματίες αισθάνονται την ανάγκη να υπάρχουν αυστηροί έλεγχοι για να

κατοχυρώνονται οι επαγγελματίες που εφαρμόζουν το γράμμα του νόμου, ακολουθούν τις τυπικές διαδικασίες και προδιαγραφές. Ο προβληματισμός εκφράζεται από όλους τους κλάδους.

**Η Έλλειψη Επαγγελματικής Εκπαίδευσης Τουριστικών Επαγγελματιών.** Επιτακτική ανάγκη για κάποιους το να περάσουν τα άτομα που ασχολούνται με το τουριστικό κλάδο σεμινάρια, εκπαίδευση σχετική με το κλάδο τους. Προβληματισμός υπάρχει ανάμεσα στους κατοίκους για το κατά πόσο η προσφερόμενη υπηρεσία διέπεται από επαγγελματισμό και γνώσεις σχετικές με αυτή τη τόσο απαιτητική δουλειά η οποία απαιτεί πληθώρα ικανοτήτων, γνώσεων και αντοχών τόσο ψυχικών όσο και σωματικών.

**Η Διάρκεια της Τουριστικής Σεζόν.** Οι ντόπιοι θεωρούν ότι η τουριστική σεζόν ολοένα και μικραίνει δημιουργώντας τρομερή πίεση στους επαγγελματίες. Στόχος είναι να επεκταθεί η τουριστική σεζόν αλλά και προβληματισμός για το πώς μπορεί να γίνει κάτι τέτοιο.

### **5.2.1 Ξενοδοχεία Νήσου Τήνου**

Ο αριθμός των ξενοδοχείων στην Τήνο ανάλογα με την κατηγορία φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί.

<b><u>Είδος Ξενοδοχείου</u></b>	<b><u>Αριθμός</u></b>
<b>5*</b>	1
<b>4*</b>	4
<b>3*</b>	12
<b>2*</b>	19
<b>1*</b>	2
<b>λοιπά</b>	3

**ΠΗΓΗ:** **ΣΕΤΕ** **2014**

<http://services.grhotels.gr/cloud1/el/SearchAccommodation/Results?chkCamping=on&chkHotel=on&chkStar1=on&chkStar2=on&chkStar3=on&chkStar4=on&chkStar5=on&peripheryID=40102&islandID=41&page=1>

Στα περισσότερα ξενοδοχεία, υπάρχουν άνετα δωμάτια και σουίτες, κομψά διακοσμημένα και πλήρως εξοπλισμένα, τα οποία σε συνδυασμό με ένα ευχάριστο

και καλά εκπαιδευμένο προσωπικό προσπαθούν να προσφέρουν μια ικανοποιητική και ξεκούραστη την διαμονή.

### **5.3 Διατύπωση Δυνατών Σημείων, Αδυναμιών, Ευκαιριών και Κινδύνων Βάσει SWOT Analysis για την Ανάπτυξη του Τουρισμού στο Νησί της Τήνου από Μέρος του EOT**

Αποτελεί γεγονός στα συστήματα όπως αυτό στο νησί της Τήνου, να επηρεάζονται σε ανάλογο βαθμό από το σύνολο των εξελίξεων που συμβαίνουν στην ευρύτερη περιοχή ακόμα και σε επίπεδο παγκόσμιο πέραν του περιφερειακού και του Εθνικού. Οι επιρροές που δέχεται και η Τήνος είναι άμεσα συναρτώμενες με την υφιστάμενη κατάστασή της και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της που την συνθέτουν ως περιοχή ενδιαφέροντος.

Στην βάση που αναφέραμε, θα κινηθεί και η παρούσα ενότητα αναλύοντας τα κατάλληλα εργαλεία για την ορθολογικότερη, αμεσότερη και πληρέστερη ανάλυση για το νησί της Τήνου. Η μέθοδος που θα χρησιμοποιηθεί παρακάτω είναι η S.W.O.T ανάλυση. Η συγκεκριμένη ανάλυση αποτελεί εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο επικαλείται η παρούσα πτυχιακή μελέτη με σκοπό να καταγράψει συγκεντρωτικά τόσο τα εσωτερικά όσο και τα εξωτερικά χαρακτηριστικά για το νησί της Τήνου με απώτερο στόχο την αποτίμηση, μέσω της προαναφερθείσας διαδικασίας, της τουριστικής υποδομής αλλά και της δυναμικής της περιοχής.

Η ανάλυση SWOT είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μίας επιχείρησης, η μίας περιοχής όταν η υπό ανάλυση περιοχή ή επιχείρηση πρέπει να λάβει μία απόφαση σε σχέση με τους στόχους που έχει θέσει ή με σκοπό την επίτευξή τους. Το αρκτικόλεξο S.W.O.T. προκύπτει από τις αγγλικές λέξεις: *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats* (αντίστοιχα στα ελληνικά: δυνατά σημεία, αδύνατα σημεία, ευκαιρίες, απειλές). Κατά την ανάλυση SWOT μελετώνται τα δυνατά (*Strengths*) και αδύνατα (*Weaknesses*) σημεία μίας επιχείρησης, οργανισμού ή και περιοχής, καθώς και οι ευκαιρίες (*Opportunities*) και οι απειλές (*Threats*) που υπάρχουν.

Τα δυνατά και αδύνατα σημεία αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης καθώς προκύπτουν από τους εσωτερικούς πόρους που αυτή κατέχει (πχ. ικανότητες προσωπικού και στελεχών, ιδιότητες και χαρακτηριστικά της επιχείρησης, τεχνογνωσία, χρηματοοικονομική υγεία και ικανότητα να ανταποκριθεί σε νέες επενδύσεις, κλπ.). Αντιθέτως οι ευκαιρίες και οι απειλές αντανακλούν μεταβλητές του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης τις οποίες η επιχείρηση θα πρέπει να εντοπίσει, να προσαρμοστεί σε αυτές ή ακόμα και να τις προσαρμόσει όπου κάτι τέτοιο είναι εφικτό (πχ. είσοδος νέων ανταγωνιστών, ρυθμίσεις στο νομικό περιβάλλον, δημιουργία ή/και εμφάνιση νέων αγορών, κλπ.). Γενικά, κατά την εφαρμογή της ανάλυσης επιχειρείται να απαντηθούν με όσο το δυνατόν πιο ποσοτικοποιημένο τρόπο ερωτήματα για την περιοχή όπως:

#### **Δυνάμεις:**

- Ποια είναι τα πλεονεκτήματα;
- Ποιο είναι το πλέον ανταγωνιστικό προϊόν / υπηρεσία;
- Ποιοι είναι οι διαθέσιμοι πόροι που είναι μοναδικοί ή έχουν το μικρότερο συγκριτικά κόστος;
- Τι θεωρούν οι τοπικοί οικονομικοί παράγοντες ως ενδογενή δύναμη της περιοχής;

#### **Αδυναμίες:**

- Τι θα μπορούσε να βελτιωθεί;
- Τι θα έπρεπε να αποφευχθεί;
- Τι θεωρούν οι τοπικοί οικονομικοί παράγοντες ως ενδογενή αδυναμία;

Η παραπάνω θεώρηση των Δυνάμεων – Αδυναμιών πραγματοποιείται τόσο από την εσωτερική οπτική, όσο και από την οπτική των «πελατών». Κρίσιμος παράγοντας, ο οποίος επιβάλλει την προσπάθεια ποσοτικοποίησης των δεδομένων αποτελεί η δυνατότητα ρεαλιστικής (αντικειμενικής) αποτίμησης της υφιστάμενης κατάστασης. Η όλη ανάλυση οφείλει να γίνει συσχετιζόμενη με τον ανταγωνισμό: για παράδειγμα, η παραγωγή ενός προϊόντος υψηλής ποιότητας,

εφόσον παράγεται σε αφθονία και από τον ανταγωνισμό, δεν αποτελεί δύναμη για την περιοχή, αλλά αναγκαιότητα.

### Ευκαιρίες

- Ποιές είναι οι καλές ευκαιρίες που προβάλλουν;
- Ποιές είναι οι ενδιαφέρουσες τάσεις που αφορούν την περιοχή;

Χρήσιμες ευκαιρίες μπορεί να θεωρηθούν:

- Αλλαγές στην τεχνολογία και τις αγορές, σε μικρή ή μεγάλη κλίμακα
- Αλλαγές στην κρατική πολιτική στο πεδίο ενδιαφέροντος
- Αλλαγές σε κοινωνικά μοτίβα, πληθυσμιακά προφίλ, αλλαγές τρόπου ζωής
- Τοπικά γεγονότα

Μια συνήθης προσέγγιση εντοπισμού των ευκαιριών έγκειται στην ανασκόπηση των Δυνάμεων και τη διερεύνηση της δυναμικής τους για άνοιγμα ευκαιριών. Εναλλακτικά, ανασκοπούνται οι Αδυναμίες και διερευνάται η δυνατότητα αξιοποίησης ευκαιρίας μέσω της εξάλειψης των. Για παράδειγμα, η μείωση του τεχνολογικού κόστους σε έναν τομέα, αποτελεί ευκαιρία για μια περιοχή η οικονομία της οποίας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον τομέα αυτό.

### Απειλές:

- Ποια εμπόδια εμφανίζονται συνήθως;
- Τι κάνουν οι ανταγωνιστές;
- Εμφανίζονται αλλαγές στις προδιαγραφές για τα ήδη παρεχόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες;
- Οι τεχνολογικές αλλαγές απειλούν ή ακυρώνουν τη υφιστάμενη οικονομία της περιοχής;
- Υπάρχουν χρηματοδοτικά ή χρηματοοικονομικά προβλήματα;



Αποτελεί κάποια από τις Αδυναμίες πραγματική απειλή για την οικονομία της περιοχής; Μετά, την εξακρίβωση και την καταγραφή των παραμέτρων που συγκροτούν το τουριστικό προϊόν για το νησί της Τήνου καθώς και τα ευρήματα της έρευνας που διεξήχθη και παρουσιάστηκε προηγουμένως, παρατίθεται παρακάτω σε πίνακα (Πίνακας Νο.1) η SWOT ανάλυση. Η ανάλυση που ακολουθεί περιλαμβάνει:

- Εσωτερική ανάλυση για το νησί της Τήνου που αποτελείται από τον εντοπισμό των δυνατών και αδυνάτων σημείων του. Τα δυνατά σημεία, είναι τα πλεονεκτήματα ενός τουριστικού προορισμού, ενώ τα αδύνατα σημεία της, είναι τα μειονεκτήματα
- Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος του νησιού, που περιλαμβάνει τις ευκαιρίες και απειλές που υπάρχουν στο ευρύτερο περιβάλλον. Συνήθως οι μεταβλητές αυτές δεν είναι ελέγξιμες από τον τουριστικό οργανισμό με αποτέλεσμα να μην είναι εύκολος ο προσδιορισμός τους.

**Πίνακας Νο.1**

**SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ ΝΗΣΟΥ ΤΗΝΟΥ**

ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ	
Ισχυρά σημεία	Αδύναμα σημεία
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Μεγάλη, αρχαιολογική ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, η οποία μπορεί να αποτελέσει την βάση περαιτέρω ανάπτυξης πολιτιστικού και αρχαιολογικού τουρισμού.</li> <li>○ Πλούσια λαογραφική παράδοση</li> <li>○ Προνομιακή γεωγραφική θέση, λόγω της γειτνίασης με άλλα νησιά του Αιγαίου</li> <li>○ Καλές και ήπιες κλιματολογικές συνθήκες.</li> <li>○ Διαφορετικότητα και ποικιλία τουριστικών προορισμών (αρχαιολογικοί χώροι, παραθεριστικός μαζικός</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Περιορισμένη χρήση νέων τεχνολογιών και τεχνολογιών διαδικτύου</li> <li>○ Η Τουριστική ανάπτυξη είναι άνισα κατανομημένη στις περιοχές της Αττικής και στα γύρω νησιά</li> <li>○ Διαρκώς μειούμενος πρωτογενής τομέας.</li> </ul>

<p>τουρισμός διακοπών)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Τουριστικοί πόροι οι οποίοι παραμένουν ανεκμετάλλευτοι και όταν αναπτυχθούν μπορούν να αποτελέσουν ένα επί πλέον πλεονέκτημα</li> <li>○ Κατασκευή και λειτουργία μαρίνας</li> <li>○ Καλή ποιότητα παράλιων περιοχών οι οποίες ενδείκνυνται για μπάνιο και γενικότερο παραθερισμό</li> <li>○ Ξενοδοχειακά καταλύματα σε ικανοποιητικό αριθμό</li> <li>○ Η πληθώρα παραθεριστικών και μονίμων κατοικιών που συντηρούν και τους μήνες χαμηλής τουριστικής κίνησης</li> </ul>	
<b>ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ</b>	
<b>Ευκαιρίες</b>	<b>Απειλές</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Αξιοποίηση νέων συστημάτων πληροφορικής για την προβολή και την προώθηση του τουριστικού προϊόντος</li> <li>○ Ασφαλής τουριστικός προορισμός.</li> <li>○ Περιοχή της Ελλάδος η οποία απολαμβάνει γεωγραφικά προνόμια</li> <li>○ Η ενδυνάμωση του εσωτερικού τουρισμού κύρια με το πρόγραμμα «Μένουμε Ελλάδα»</li> <li>○ Ανάπτυξη του μαθητικού και του σπουδαστικού τουρισμού</li> <li>○ Ανάπτυξη μορφών τουρισμού (π.χ. θαλάσσιου τουρισμού) που προσελκύουν οικονομικά ανώτερες βαθμίδες τουριστών που δύνανται να τονώσουν σημαντικά τη τοπική</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Παγκόσμια οικονομική κρίση</li> <li>○ Ο ανταγωνισμός σε εθνικό και διεθνές επίπεδο και ιδιαίτερα αυτό που προέρχεται από τη γειτονική Τουρκία</li> <li>○ Ελλειπής δράση των δημόσιων φορέων στην προβολή</li> <li>○ Βελτίωση της ποιότητας ανταγωνιστικών προορισμών με παράλληλη διατήρηση τιμών παρεχόμενων υπηρεσιών</li> <li>○ Απαίτηση καταναλωτών για ποιοτικό τουριστικό προϊόν στην ίδια ή χαμηλότερη τιμή</li> <li>○ Δημογραφικό πρόβλημα και αυξητική τάση της γήρανσης του πληθυσμού</li> </ul>

<p>οικονομία</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ο Δυνατότητα ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού</li> <li>ο Οι νέες αγορές τουριστών (Ρωσία, Κίνα, Λατινική Αμερική)</li> </ul>	
---	--

#### **5.4 Προγραμματισμός Τουριστικών Δράσεων 2014**

Η Τήνος διαθέτει πλούσια τοπική ιστορία, αρχιτεκτονική, έντονο θρησκευτικό στοιχείο, ιδιαίτερη γαστρονομία, πολιτιστική παράδοση, θεματικά μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και πλήθος εκδηλώσεων πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Η πρόσβαση στην περιοχή γίνεται κυρίως ακτοπλοϊκά (Ραφήνα-Πειραιάς) αλλά και αεροπορικά, καθώς ο Κρατικός Αερολιμένας της Μυκόνου είναι ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο περιφερειακό αεροδρόμιο της χώρας, που εξυπηρετεί σήμερα πολλές αεροπορικές εταιρίες με σταθερές και μισθωμένες πτήσεις.

Αναφορικά με την ξενοδοχειακή υποδομή, στην Τήνο λειτουργούν καταλύματα κάθε κατηγορίας, δραστηριοποιούνται 42 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις κλασικής ή παραδοσιακής μορφής (ΞΕΕ, 2014) καθώς και 210 επιχειρήσεις ενοικιαζόμενων δωματίων. Επιπρόσθετα, δραστηριοποιούνται όλες εκείνες οι επιχειρήσεις που συνθέτουν μια ολοκληρωμένη τουριστική παροχή, όπως τοπικά τουριστικά γραφεία, γραφεία ενοικιάσεων αυτοκινήτων, καταστήματα εστίασης και διασκέδασης και συνεδριακοί χώροι.

#### **5.5 Ορθή Προβολή Τουριστικού Προϊόντος της Νήσου Τήνου**

Οι δράσεις που λαμβάνουν χώρα, τόσο για το νησί της Τήνου, κατά πρώτον δεν ανταποκρίνονται στις δυνατότητές του ενώ παράλληλα δεν λαμβάνονται υπόψη λόγω άγνοιας και αντίστοιχα ελλιπούς ενημέρωσης των φορέων και των επιχειρηματιών της πόλης. Δεν υπάρχει ουσιαστική συνεργασία μεταξύ των δημοσίων φορέων και ξενοδοχείων ή αυτή είναι μικρή στο βαθμό που δεν αποδίδει ουσιαστικά αποτελέσματα. Το τουριστικό προϊόν δεν έχει συνοχή και συγκροτημένη προωθητική βάση

- **Ανάλυση ανταγωνιστικών προορισμών**

Ανταγωνιστικοί προορισμοί αποτελούν τα κοντινά νησιά που απέχουν το ίδιο ή περίπου το ίδιο από την Τήνο όπως η Μύκονος, Σαντορίνη και Νάξος. Η δε προώθησή τους ως προορισμοί είναι εξίσου ίσως και περισσότερο δομημένη και συστηματική. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του νησιού σε σχέση με τον ανταγωνισμό, είναι η καθαρότητα των θαλασσών, η υπάρχουσα μαρίνα σκαφών, η εγγύτητα με την Αττική καθώς και το χαμηλότερο κόστος μετάβασης και παραμονής σε σχέση με τους άλλους προορισμούς.

- **Νέοι στοχοποιημένο πελατολόγιο και τρόποι προσέγγισής του**

Η Τήνος ως προορισμός μπορεί να απευθυνθεί σε νέες αγορές όπως είναι η Ρωσία, και η Κίνα που θεωρούνται ότι είναι οι καλύτερες αγορές την τελευταία δεκαετία λόγω της αύξησης της αγοραστικής δύναμης των πολιτών τους, της καλύτερης αεροπορικής τους ένωσης, των μειωμένων και ελεγχόμενων σε επίπεδο κόστους και χρόνου διαδικασιών έκδοσης τουριστικής βίζας. Ο επικρατέστερος τρόπος προσέγγισης των αγορών αυτών είναι το διαδίκτυο ως ο πιο δημοφιλής τρόπος προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος

- **Διερεύνηση προσφοράς και ζήτησης του τουριστικού προϊόντος και της θέσης του τουριστικού προορισμού του νησιού**

Το επίπεδο για την Τήνο, τουριστικά, σε θέματα ζήτησης και προσφοράς είναι καλή, χρήζει όμως βελτιώσεων σε ποιοτικά χαρακτηριστικά. Η θέση της επίσης είναι προνομιακή και επηρεάζει σημαντικά την προβολή του και την τουριστική του δυναμική εφόσον αυτή αξιοποιηθεί συστηματικά. Η θέση του νησιού αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλους προορισμούς.

- **Εναλλακτικές μορφές τουρισμού**

Στο νησί αναπτύσσονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο θρησκευτικός-πολιτισμικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός. Υπάρχουν π.χ. υπάρχουν δυνατότητες οινοτουρισμού & επίσκεψης σε οινοποιείο στο Εξωμβούργο, επίσκεψη στους παραδοσιακούς οικισμούς του νησιού, στα μουσεία κ.λπ. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί δεν είναι πολύ αναπτυγμένες, ενώ ο σχεδιασμός και η ανάλυση των δυνατοτήτων του νησιού σε

επίπεδο εναλλακτικού τουρισμού ενώ έχει επαρκώς αναλυθεί και μελετηθεί κυρίως από τους φορείς δεν έχει ούτε διαφημιστεί επαρκώς αλλά και ούτε και έχει γίνει αποδεκτός από την τουριστική αγορά σε επίπεδο επιχειρήσεων.

- **Βασικά συμπεράσματα σχετικά με τα δυνατά, αδύνατα σημεία καθώς και τις ευκαιρίες και απειλές για την Τήνο**

Τα δυνατά σημεία για την Τήνο:

- Το κλίμα
- Η εύκολη πρόσβαση νησιά των Κυκλάδων
- Οι διαφορετικοί τουριστικοί προορισμοί
- Οι αρχαιολογικοί χώροι και η ιστορία
- Η πληθώρα παραθεριστικών και μονίμων κατοικιών σε σχέση με άλλους προορισμούς

Τα αδύνατα σημεία για Τήνο είναι :

- Η άνιση ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών
- Οι αναξιοποίητοι φυσικοί πόροι
- Η τουριστική προβολή και προώθηση
- Ο τουρισμός του Σαββατοκύριακου

Οι ευκαιρίες που παρουσιάζονται για την Τήνο είναι:

- Η αξιοποίηση της εγγύτητάς της με άλλες κοντινές περιοχές
- Η ασφάλεια του προορισμού και της Ελλάδος γενικότερα
- Η δυναμική των εναλλακτικών μορφών τουρισμού
- Η μαρίνα του νησιού και τα υπόλοιπα έργα που έχουν εξαγγελθεί

Οι απειλές- ευκαιρίες που παρουσιάζονται (κατά σειρά σημαντικότητας) για το νομό είναι:

- Η διαρκώς μειωμένη καταναλωτική δύναμη των Ελλήνων πολιτών
- Η προσφορά χαμηλών τουριστικών υπηρεσιών

## **5.6 Προτάσεις ΕΟΤ**

Η γενικότερη κατάσταση για την Τήνο, τουριστικά είναι καλή, χρήζει όμως διαρθρωτικών δράσεων που θα έχουν στόχο περισσότερο την τόνωση των υποανάπτυκτων υποδομών που θα υποστηρίξουν το τουριστικό προϊόν και θα προβάλλουν συνολικά και καθοριστικά. Η βελτίωση στις υποδομές, η προσοχή στο φυσικό περιβάλλον καθώς και η γενικότερη αλλαγή που πρέπει να συντελεσθεί στην στρατηγική μάρκετινγκ είναι σε απόλυτη εναρμόνιση τόσο με την θεωρία του Μάσλοου όσο και με την αρχή της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Ειδικότερα, όσον αφορά στην πολιτική μάρκετινγκ, θα πρέπει να δοθεί μία συγκεκριμένη ταυτότητα για την Τήνο, προκειμένου να διαφοροποιηθεί και να αποκτήσει συγκριτικό πλεονέκτημα. Η ταυτότητα βεβαίως δεν επαρκεί εάν δεν προβληθεί με τον κατάλληλο τρόπο.

Οι συντονισμένες μάρκετινγκ ενέργειες (ταυτότητας – προβολής) θα βοηθήσουν στο να μειωθεί η έντονη εποχικότητα στον τουρισμό για την Τήνο και να επεκταθεί η τουριστική δραστηριότητα κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου. Η σωστή στρατηγική μάρκετινγκ προϋποθέτει ανίχνευση των αναγκών του καταναλωτή. Συνεπώς, η κατανόηση των αναγκών οδηγεί στη δημιουργία του αντίστοιχου προϊόντος και στην σωστότερη τιμολόγηση αυτού, στοιχείο πολύ βασικό για τον τουρισμό γιατί μόνο έτσι το τουριστικό προϊόν καθίσταται ανταγωνιστικό.

### **- *Όραμα για την Τουριστική Ταυτότητα της Περιοχής***

Το όραμά των κατοίκων είναι το νησί τους να γίνει ευρύτατα γνωστό ως τόπος τουρισμού, που συνδυάζει μοναδικά την ενδοχώρα – παράδοση με τη θάλασσα και όπου ο πολιτισμός είναι υπαρκτό τοπικό χαρακτηριστικό. Είναι ένα ιερό νησί, παγκόσμιος προσκυνηματικός τόπος. Ένα νησί όπου η ενδοχώρα είναι ένας τόπος ιδιαίτερος, με τη φύση να κυριαρχεί, ζωντανή, αδιαπραγμάτευτη απόδειξη ενός υγιούς φυσικού περιβάλλοντος. Όπου η θάλασσα είναι καθαρή, προσβάσιμη, χώρος αναψυχής και χαλάρωσης και χαρακτηριστικό της Τήνου. Όπου το έντονο πολιτιστικό στοιχείο υπάρχει σε κάθε γεωγραφικό και χρονικό σημείο της περιοχής, και αυτή η πολιτιστική παρουσία δηλώνει το σεβασμό της περιοχής στην κληρονομιά της, δηλώνει πως με τον ίδιο σεβασμό διαχειρίζεται τους πόρους της. Όπου τέλος, αυτή η περιοχή περιλαμβάνει διατηρημένους παραδοσιακούς οικισμούς με ξεχωριστή

αρχιτεκτονική και μια πόλη με τουριστικό, γαστρονομικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον, εύκολα προσβάσιμη κάθε στιγμή του χρόνου.

## **5.7 Στρατηγικοί Στόχοι για την Τουριστική Προβολή του Νησιού**

### **Στόχος 1.**

Ανάδειξη της Τήνου ως ελκυστικού τουριστικού προορισμού στην ελληνική τουριστική αγορά. Προορισμός σε όλες τις εποχές του χρόνου, προορισμός Σαββατοκύριακου, εύκολα προσβάσιμος, όπου κάποιος μπορεί να έχει πλήθος επιλογών.

### **Στόχος 2.**

Εδραίωση της περιοχής διεθνώς ως προορισμού για διακοπές με έμφαση στην ποιότητα, το συνδυασμό ενδοχώρας – θάλασσας, τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, το θρησκευτικό στοιχείο, με ολοκληρωμένη τουριστική υποδομή και ποικίλο πολιτιστικό στοιχείο.

### **Αγορές-Στόχοι για τον Τουρισμό της περιοχής και γενικοί τρόποι προσέγγισής τους**

Σε αντιστοιχία με τους παραπάνω 2 στρατηγικούς στόχους, ορίζονται οι αγορές για τον τοπικό τουρισμό ως εξής:

**Έλληνες επισκέπτες.** Πρόκειται για την πιο προσιτή αγορά, η οποία μπορεί να προσεγγιστεί κυρίως με ενέργειες δημοσιότητας και συμπληρωματικά με διαδικτυακή προβολή. Εστίαση στις περιοχές: Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κεντρική και Βόρεια Ελλάδα

**Αλλοδαποί επισκέπτες.** Χώρες προέλευσης: Ιταλία, Ουκρανία, Κύπρος, Αγγλία, Ολλανδία, Γερμανία, Ρωσία, Γαλλία, Αμερική. Σκανδιναβικές χώρες και περιοχές με αεροπορικές συνδέσεις. Προσέγγιση αγοράς: Κυρίως με διαδικτυακή προβολή, και συμπληρωματικά με ενέργειες δημοσιότητας. Συμπληρωματικές αγορές: Μικρότερα αλλά όχι αμελητέα οφέλη θα πρέπει να αναμένονται από τις ακόλουθες αγορές, στις οποίες επίσης προτείνεται να γίνει προβολή με ενέργειες χαμηλότερου κόστους:

**Αγορά-Στόχος 3** - Άλλες κατηγορίες Ελλήνων τουριστών και ιδίως όσοι ταξιδεύουν ομαδικά (σύλλογοι, σωματεία, ΚΑΠΗ, σχολεία κοκ.). Προσέγγιση αγοράς: Με εστιασμένες προωθητικές ενέργειες.

**Αγορά-Στόχος 4** - **Ανεξάρτητοι Ευρωπαίοι παραθεριστές** που χρησιμοποιούν αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους (διαρκώς αυξάνεται ο αριθμός αυτών των εταιριών που πετούν στη Μύκονο). Προσέγγιση αγοράς: Με διαδικτυακή προβολή και εστιασμένες ενέργειες διαφήμισης.

### **5.8 Ενέργειες Εκδηλώσεων στο Νησί με Σκοπό την Ανάπτυξη του Τουρισμού**

Στο νησί διοργανώνονται ποικίλες εκδηλώσεις και φεστιβάλ, που με την κατάλληλη προβολή μπορούν να προσελκύσουν τουρισμό. Αυτές είναι:

**1) Το Φεστιβάλ Τήνου (Εξωμβούργου).** Το φεστιβάλ ξεκίνησε να διοργανώνεται από την Δημοτική Επιχείρηση Ανάπτυξης Εξωμβούργου, η οποία το υλοποιούσε έως και το 2010. Σήμερα πραγματοποιείται από την Κοινωφελή Επιχείρηση Υπηρεσιών Δήμου Τήνου με τη στήριξη του καλλιτεχνικού διευθυντή Κ. Ροδαμίτη Θέμη. Το φεστιβάλ διοργανώθηκε για πρώτη φορά το Μάιο του 2001 ως φεστιβάλ κλασικής μουσικής, ενώ στη συνέχεια επεκτάθηκε σε μουσικό – καλλιτεχνικό – πολιτιστικό. Στόχος του Δήμου είναι η ανάδειξη των ντόπιων καλλιτεχνών, των χώρων πολιτισμού και γενικότερα η παρουσίαση πολιτιστικών δρώμενων τόσο στους κατοίκους όσο και στους επισκέπτες συμβάλλοντας έτσι στη πολιτιστική ανάπτυξη του νησιού.

Τον κύριο χώρο πραγματοποίησης των εκδηλώσεων αποτελεί το προαύλιο της Μονής Ουρσουλινών, στο χωριό Λουτρά. Παρόλα αυτά οι υπαίθριοι χώροι, οι εκκλησίες, τα μουσεία και οι παραλίες αξιοποιούνται για να φιλοξενήσουν τις ανάλογες εκδηλώσεις. Οι εκδηλώσεις απευθύνονται σε φίλους της μουσικής, του θεάτρου, του χορού, της ζωγραφικής, της γλυπτικής, της λογοτεχνίας, της φωτογραφίας αλλά και του κινηματογράφου.

Το φεστιβάλ χρηματοδοτείται από χορηγίες ιδιωτών όπως επίσης και από τα έσοδα των πωλήσεων των εισιτηρίων από τις συναυλίες και τις υπόλοιπες εκδηλώσεις της προηγούμενης χρονιάς. Ορισμένες από τις εκδηλώσεις που έχουν χαρακτήριστη στη μνήμη των ντόπιων κατά τη διάρκεια του Φεστιβάλ είναι :

- ο Η τιμητική εκδήλωση το 2005 στον κορυφαίο φιλέλληνα συγγραφέα Ζακ Λακαριέρ, λίγες μέρες πριν φύγει από τη ζωή



- Η εικαστική παρέμβαση του Κώστα Τσόκλη το 2006 στο εγκαταλελειμμένο χωριό Μοναστήρια, όπου για πρώτη φορά σε ελληνικό αλλά και διεθνές επίπεδο, ένα ολόκληρο χωριό ντύθηκε με καθρέφτες και έργα του ίδιου
- Η εικαστική παρέμβαση στον Ιερό Ναό του Αγίου Ιωσήφ με παράλληλες δράσεις στο εσωτερικό του ναού από το Μάνο Στεφανίδη
- Μια βραδιά σταθμό για τα πολιτιστικά δρώμενα του νησιού αποτέλεσε η συναυλία του Νίκου Παπάζογλου στο χωριό Λουτρά, η οποία είχε συγκινητική ανταπόκριση
- Σημαντικές εκθέσεις αλλά και ιδιαίτερες εκθέσεις για τους κορυφαίους Έλληνες δημιουργούς, όπως για τον Γιαννούλη Χαλεπά, το Νικόλαο Γύζη αλλά και πολλούς άλλους.
- Πρωτότυπες βραδιές αφιερωμένες σε μεγάλους Έλληνες ποιητές και συγγραφείς όπως ο Καβάφης, ο Ρίτσος και άλλοι.
- Παραγωγές και αφιερώματα που έγιναν με πολύ ιδιαίτερο ύφος σε σημαντικούς Έλληνες δημιουργούς όπως ο Μίκης Θεοδωράκης, ο Μάνος Χατζηδάκης και πολλοί άλλοι.
- Σε χώρους ιδιαίτερου φυσικού κάλλους πραγματοποιούνται εκδηλώσεις με μεγάλη συμμετοχή του κόσμου όπως ο θεσμός «Όλοι μαζί τραγουδάμε», που πραγματοποιείται κάθε χρόνο με διαφορετικό θέμα.
- Αρκετοί από τους πιο σημαντικούς Έλληνες συνθέτες και τραγουδιστές έχουν περάσει από το ιστορικό χώρο της πρώην Μονής Ουρσουλινών.

2) **Το Διεθνές Λογοτεχνικό Φεστιβάλ.** Το φεστιβάλ διοργανώνεται τα τρία τελευταία χρόνια, συνήθως το μήνα Ιούλιο με τη βοήθεια του καλλιτεχνικού διευθυντή Ντίνου Σιώτη στο Ίδρυμα Τηνιακού Πολιτισμού, στο θέατρο του Βωλάξ εναλλακτικά στη πλατεία του χωριού Πύργος. Αποτελεί τόπο συνάντησης των καλύτερων συγγραφέων διεθνώς και σημειώνει αυξανόμενη ανταπόκριση από όλο τον κόσμο εξαιτίας της μοναδικότητάς του και της παρουσίας των έργων των συγγραφέων.

3) **Η Γιορτή της αγκινάρας.** Διοργανώνεται από το 2005 από τη Δημοτική Ενότητα Κώμης στις αρχές Μαΐου και πραγματοποιείται για μία μόνο μέρα στην κεντρική πλατεία του χωριού με τη συμμετοχή των κατοίκων αλλά και των τοπικών παραγωγών. Πρόκειται για μια θεματική γιορτή με σκοπό την προώθηση του τοπικού προϊόντος της αγκινάρας αλλά και γενικότερα την αγροτική ανάπτυξη του νησιού. Η

εκδήλωση έχει μεγάλη απήχηση με τη πάροδο των χρόνων, υπολογίζεται πως κάθε χρόνο συμμετέχουν στη γιορτή περίπου τρεις χιλιάδες άτομα από τα οποία μόνο τα πενήντα είναι εθελοντές. Κατά τη διάρκεια της γιορτής γίνεται έκθεση με φωτογραφίες από όλα τα στάδια που περνάει η αγκινάρα έως ότου φτάσει στο τραπέζι μας, ενώ παρουσιάζονται η ιστορία της αγκινάρας, οι διάφοροι τρόποι μαγειρέματός της όπως και τοπικές συνταγές που έχουν ως βασικό υλικό την αγκινάρα.

**4) Η Γιορτή της κάπαρης.** Πραγματοποιείται στην κεντρική πλατεία του χωριού Ποταμιά στα τέλη Ιουλίου για μία μόνο μέρα τα δύο τελευταία έτη, από το 2010, ενώ παρατηρείται μεγάλη απήχηση στους επισκέπτες του νησιού. Σκοπός της εκδήλωσης είναι η προβολή της ως τοπικό προϊόν, η ανάδειξη της διαφορετικότητάς της ως υλικό και η παρουσίαση διαφόρων συνταγών με βάση τη κάπαρη.

**5) Η εορτή αναβίωσης της Τράτας.** Είναι ετήσια εκδήλωση που πραγματοποιείται από το 2008 από το Δήμο Τήνου στη παραλία των Κιονίων κατά τα τέλη Αυγούστου και αφορά την παρουσίαση του τρόπου ψαρέματος με την τράτα. Κάθε χρόνο κατά την αναβίωση του εθίμου, συμμετέχουν στη γιορτή περίπου 1.500 άτομα και γύρω στους είκοσι εθελοντές.

**6) Η Γιορτή του Μελιού.** Διοργανώνεται από τη τοπική Κοινότητα Κάμπου, τη Δημοτική Ενότητα Εξωμβούργου\ Τήνου και το Μελισσοκομικού Συλλόγου στη κεντρική πλατεία του χωριού στις αρχές Σεπτεμβρίου με σκοπό τη προβολή του θυμαρίσιου μελιού. Η εκδήλωση οργανώνεται με τη βοήθεια των εθελοντών, που υπολογίζονται γύρω στα τριάντα άτομα και γνωρίζει μεγάλη απήχηση με την πάροδο των χρόνων. Υπολογίζεται πως ο αριθμός των συμμετεχόντων ξεπερνά τις 2.500 χιλιάδες άτομα, κυρίως εκτός του νησιού. Επιδίωξη των φορέων που οργανώνουν τη γιορτή είναι η προβολή αλλά και η προώθηση του μελιού μέσω της παρουσίασης των ευεργετικών ιδιοτήτων του, την αναπαράσταση του τρύγου αλλά και με την παρουσίαση συνταγών με βάση το μέλι.

**7) Το Ρακιζιό.** Πραγματοποιείται από το 1996 στην αυλή του πρώην Δημοτικού σχολείου Φαλατάδου, από το Σύλλογο Φιλοπροόδων Φαλατάδου, τη Τοπική Κοινότητα αλλά και από το Δήμο Τήνου στα μέσα του Σεπτεμβρίου. Παρουσιάζεται ο τρόπος παραγωγής της τοπικής ρακής μέσα από την αναπαράσταση της απόσταξης

την ημέρα της εκδήλωσης με πρωτοφανή απήχηση κυρίως από επισκέπτες του νησιού.

## **Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup> – Μεθοδολογία της Έρευνας**

### **6.1 Ερευνητική Μέθοδος**

Για να πραγματοποιηθεί η επιλογή της έρευνας, τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται δεν είναι μόνο τεχνικά, αλλά για να γίνει η επιλογή λαμβάνεται υπόψη το είδος και η καταλληλότητα της έρευνας ώστε να απαντήσει στα ερευνητικά ερωτήματα της εργασίας. Μάλιστα, συνδυάζοντας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα από κάθε μία έρευνα, μπορεί να γίνει συνθετική χρήση των ερευνών. Πιο συγκεκριμένα, η ποσοτική έρευνα αποτελεί ουσιαστικά την βάση επεξήγησης, που στοχεύει κύρια στη συλλογή, ανάλυση και επεξήγηση των στοιχείων, προκειμένου να προσεγγιστεί παραγωγικά η σχέση ανάμεσα στη θεωρία και στην πράξη (Κυριαζόπουλος & Σαμαντά, 2011).

Η έρευνα για να είναι αποτελεσματική, συλλέγει ποσοτικά στοιχεία από μεγάλα δείγματα του πληθυσμού-στόχου, μέσω του δομημένου ερωτηματολογίου. Η ποσοτική έρευνα συχνά χρησιμοποιείται για να επαληθεύσει τα ευρήματα της ποιοτικής έρευνας. Οι πιο συχνά χρησιμοποιούμενες μέθοδοι της ποιοτικής έρευνας είναι οι προσωπικές συνεντεύξεις πρόσωπο με πρόσωπο με τους ερωτώμενους, οι προσωπικές συνεντεύξεις σε κεντρικά σημεία, στο δρόμο, στο χώρο εργασίας, αλλά και οι τηλεφωνικές, οι ταχυδρομικές έρευνες και συνεντεύξεις μέσω Internet.

Η ποσοτική έρευνα είναι η πλέον κατάλληλη, όταν οι παράγοντες που πρέπει να ελεγχθούν είναι λίγοι και συγκεκριμένοι, όπως είναι για παράδειγμα η εύρεση σχέσης μεταξύ δύο ή περισσότερων μεταβλητών. (Κυριαζόπουλος & Σαμαντά,

2011). Η ποιοτική έρευνα είναι περισσότερο χρήσιμη όταν πρέπει να γίνει έρευνα για εμπειρίες, συναισθήματα, κίνητρα, ακόμη και αντιλήψεις ή στάσεις των ατόμων.

## **6.2 Σκοπός της Έρευνας**

Σκοπός της παρούσης μελέτης, κρίνεται η διερεύνηση της δυνατότητας ανάπτυξης θρησκευτικού – πολιτιστικού τουρισμού στο νησί της Τήνου, η παρουσίαση και ανάλυση των στοιχείων που αναφέρονται στην ανάπτυξη του τουρισμού στο νησί της Τήνου και ειδικότερα του είδους του θρησκευτικού τουρισμού. Για το σκοπό αυτό, εκτός της βιβλιογραφικής ανάλυσης, πραγματοποιήθηκε και σχετική έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου δομημένου ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε σε 300 επισκέπτες-τουρίστες της Τήνου κατά την περίοδο από Ιούνιο του έτους 2013 έως Μάιο του 2014, και περιελάμβανε ερωτήσεις αναφορικά με τις εντυπώσεις τους για το νησί, τα τουριστικά αξιοθέατα και τα σημεία χριστιανικού ή διαφορετικά θρησκευτικού τουρισμού. Στη συνέχεια γίνεται παράθεση και ανάλυση των αποτελεσμάτων. Στα στοιχεία έγινε επεξεργασία με το excel.

## **6.3 Δείγμα**

Η δειγματοληψία αποτελεί βασικό εργαλείο της έρευνας. Είναι η διαδικασία συλλογής στοιχείων, γύρω από τα χαρακτηριστικά και τις δραστηριότητες μιας μεγάλης ομάδας. Είναι η μέθοδος μελέτης ενός πληθυσμού με βάση ένα δείγμα που λαμβάνουμε από τον πληθυσμό αυτό. Εάν όμως ο πληθυσμός που μας ενδιαφέρει, είναι πολύ μεγάλος θα είναι αδύνατο να μελετηθούν όλοι αυτοί οι άνθρωποι με άμεσο τρόπο (Μοίρα, 2008:61). Έτσι, στις περιπτώσεις αυτές η έρευνα περιορίζεται σε ένα δείγμα, ή ένα μικρό ποσοστό του συνολικού πληθυσμού.

Η δειγματοληψία επιτρέπει τη συλλογή δεδομένων με μεγαλύτερη ταχύτητα και μικρότερο κόστος, με μεγαλύτερη ακρίβεια και ευχέρεια εφαρμογής, υπό την προϋπόθεση ότι το δείγμα θα είναι αντιπροσωπευτικό, αξιόπιστο, αντικειμενικό και συγκρίσιμο δηλ. να αποτελεί μικρογραφία του πληθυσμού. Λέγοντας πληθυσμό εννοούμε ένα σύνολο ανθρώπων, οι οποίοι έχουν κάποια σημαντικά στοιχεία ομοιότητας μεταξύ τους π.χ. όλοι όσοι ταξίδεψαν στην Τήνο το 2012. Ο πληθυσμός αποτελεί και το αντικείμενο της έρευνας. Λέγοντας δείγμα εννοούμε ένα τμήμα μόνο του πληθυσμού που πρέπει να ερευνηθεί. Αντί λοιπόν να γίνει απογραφή, δηλ. να

καλυφθεί το σύνολο του πληθυσμού, ερευνάται μόνο ένα επιλεγμένο τμήμα του πληθυσμού (Μοίρα, 2008:61-62).

Στην περίπτωση της παρούσας έρευνας χρησιμοποιήθηκε η δειγματοληψία ευκολίας (Convenience samplig). Στην περίπτωση αυτή το δείγμα είναι ένα κλάσμα του πληθυσμού που επιλέγεται λόγω της διάθεσής του να απαντήσει. Δηλ. επιλέχθηκε με βάση την ευκολία απάντησης, ή την ευκολία πρόσβασης σ' αυτό και όχι την πιθανότητα. (Μοίρα, 2008:65-66).

Το δείγμα στην έρευνα ήταν οι τριακόσιοι (300) τουρίστες που επισκέφτηκαν το νησί κατά την περίοδο από Ιούνιο του έτους 2013 έως Μάιο του 2014, και δέχθηκαν να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο. Η διανομή του ερωτηματολογίου έγινε στα επιβατηγά πλοία στο λιμάνι και στο ναό της Ευαγγελίστριας.

#### **6.4 Ερευνητικό υλικό – εργαλεία**

Η συλλογή των στοιχείων έγινε με τη μέθοδο του ερωτηματολογίου που διανεμήθηκε σε τριακοσίους (300) τουρίστες στο νησί κατά την περίοδο από Ιούνιο του έτους 2013 έως Μάιο του 2014 και οι οποίοι συμμετείχαν στην συγκεκριμένη έρευνα. Στόχος της έρευνας είναι η ύπαρξη δυνατοτήτων ανάπτυξης θρησκευτικού-πολιτιστικού τουρισμού στο νησί. Το ερωτηματολόγιο συντάχθηκε με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι σαφές και χωρίς αοριστίες, να διασφαλίζει την ανωνυμία των ερωτώμενων και έτσι ώστε να εξασφαλιστεί η ειλικρίνειά τους. Ακόμα στους ερωτώμενους τουρίστες δόθηκαν σαφείς οδηγίες συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου για διευκόλυνση στη συμπλήρωσή του. Τα ερωτηματολόγια που παραδόθηκαν στους ερωτηθέντες αποτελούνταν από κλειστού τύπου ερωτήσεις. Η τελική μορφή του ερωτηματολογίου καθορίστηκε κατόπιν εγκρίσεως του από την επιβλέπουσα καθηγήτρια.

#### **6.5 Σχεδιασμός της Έρευνας**

Αναφορικά με τον σχεδιασμό της έρευνας και όπως αναφέρθηκε, στο πρώτο μέρος της εργασίας, παρουσιάζεται το θεωρητικό πλαίσιο της έρευνας, το οποίο περιλαμβάνει δύο βασικά κεφάλαια. Αρχικά, πραγματοποιείται προσδιορισμός των όρων τουρισμού και τουριστικής ανάπτυξης στο νησί της Τήνου. Στη συνέχεια, γίνεται επισκόπηση βιβλιογραφίας, όπου επιχειρείται η καταγραφή και ανάλυση στοιχείων για τους παράγοντες που παίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού στη Τήνο.

Το δεύτερο μέρος της εργασίας περιλαμβάνει την εμπειρική έρευνα. Στο μέρος αυτό παρουσιάζεται η ερευνητική διαδικασία που ακολουθείται. Αναλυτικότερα, περιγράφεται η ερευνητική μέθοδος και οι τεχνικές συλλογής των δεδομένων, καθώς και το ερευνητικό εργαλείο. Περιγράφεται το δείγμα της έρευνας και η διαδικασία συλλογής δεδομένων. Ακολουθεί η ανάλυση των δεδομένων (μέθοδος επεξεργασίας ερευνητικών δεδομένων/ κατηγοριοποίηση, ανάλυση και παρουσίαση των δεδομένων).

Τέλος, το τρίτο μέρος ολοκληρώνεται με τη συζήτηση των δεδομένων και αποτελεί το «κλείσιμο» της εργασίας. Παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της έρευνας, καθώς και τυχόν ερευνητικές προτάσεις που θα προκύψουν.

## **Κεφάλαιο 7<sup>ο</sup> - Ερευνητικό Μέρος Μελέτης**

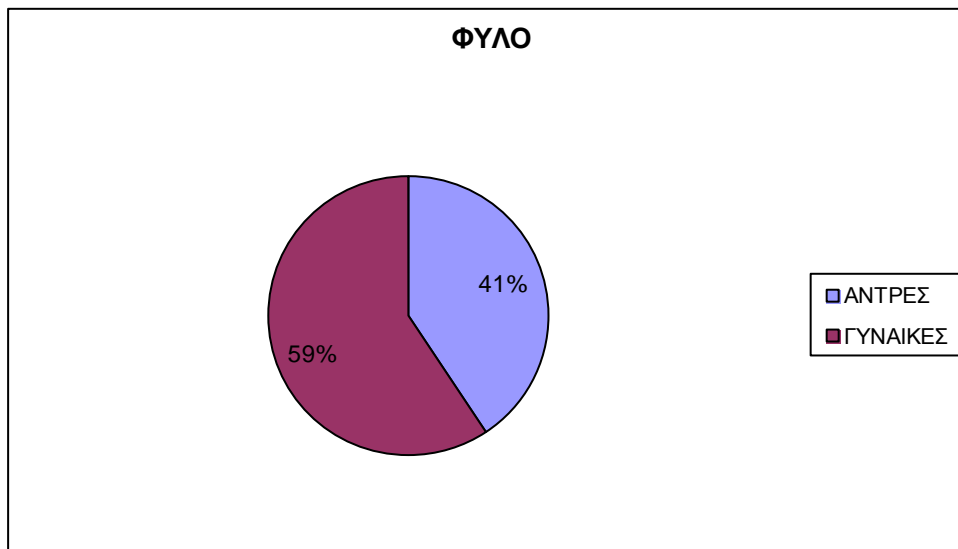
### **7.1 Σκοπός Έρευνας**

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, σκοπός της παρούσης μελέτης, κρίνεται η παρουσίαση και ανάλυση των στοιχείων που αναφέρονται στην ανάπτυξη του Τουρισμού στο νησί της Τήνου και ειδικότερα στις δυνατότητες ανάπτυξης θρησκευτικού πολιτιστικού τουρισμού. Για το σκοπό αυτό, εκτός της βιβλιογραφικής ανάλυσης που επιτελείται, πραγματοποιείται και σχετική έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου και του στατιστικού «εργαλείου» Excel, με απώτερο στόχο να αποτυπωθούν οι απόψεις τριακοσίων (300) τουριστών στο νησί κατά την περίοδο από Ιούνιο του έτους 2013 έως Μάιο του 2014, αναφορικά με τις εντυπώσεις τους για το νησί, τα τουριστικά αξιοθέατα και τα σημεία χριστιανικού ή διαφορετικά θρησκευτικού τουρισμού.

## 7.2 Παράθεση Αποτελεσμάτων Έρευνας

### ΕΡΩΤΗΣΗ 1: «ΦΥΛΟ»

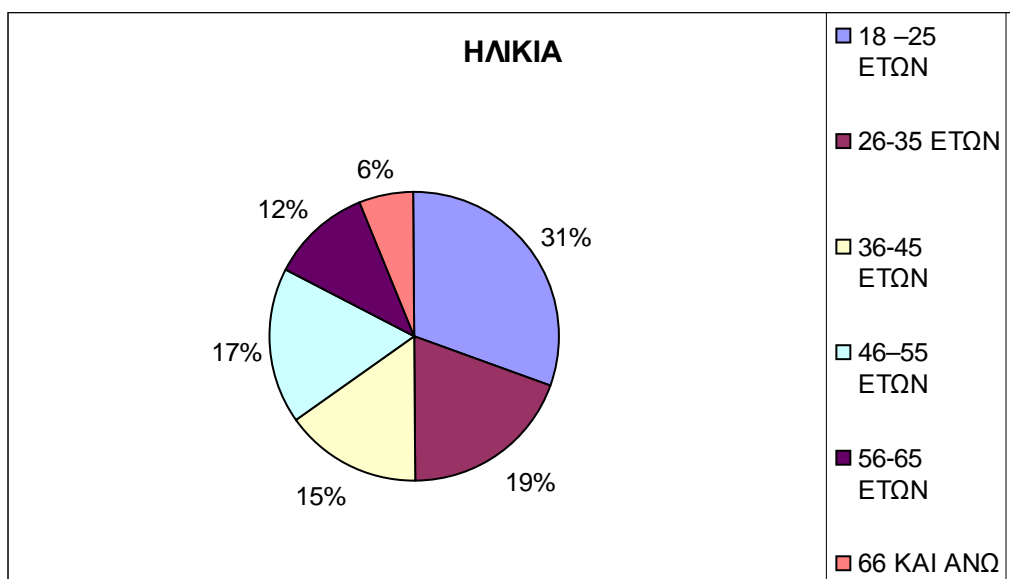
ΦΥΛΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΑΝΤΡΕΣ	122	40,67 %
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	178	59,33%



Στην συγκεκριμένη ερώτηση, το 59% δηλαδή 178 άτομα είναι γυναίκες και το 41%, δηλαδή 1212 άτομα είναι γυναίκες.

### ΕΡΩΤΗΣΗ 2: «ΗΛΙΚΙΑ»

18 –25 ΕΤΩΝ	%	26-35 ΕΤΩΝ	%	36-45 ΕΤΩΝ	%	46–55 ΕΤΩΝ	%	56-65 ΕΤΩΝ	%	66 ΚΑΙ ΑΝΩ	%
92	30,6 %	57	19 %	46	15,3 %	52	17,3 %	35	11,6 %	18	6 %

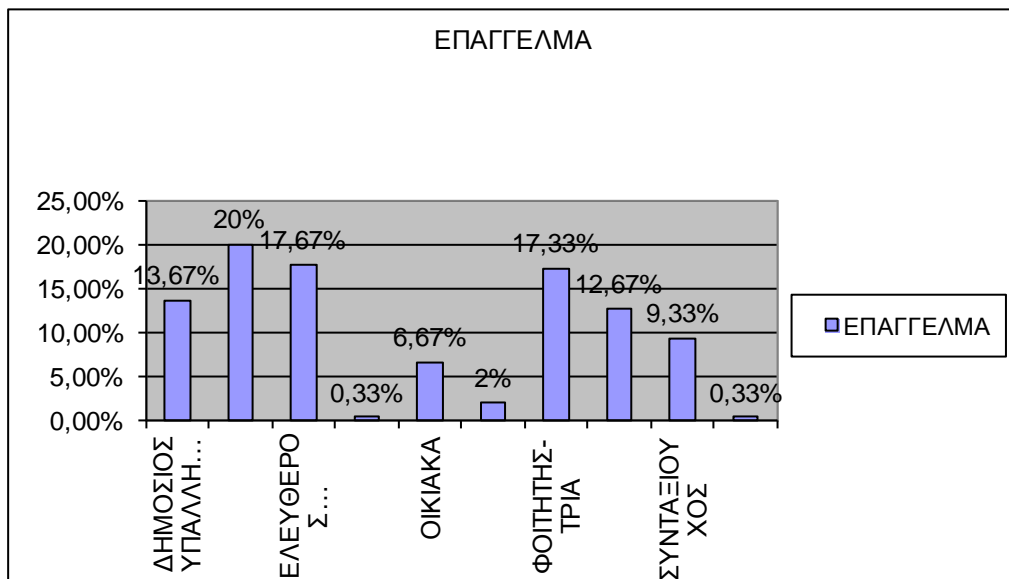


Στη συγκεκριμένη ερώτηση, των 31% των ερωτηθέντων, έχουν ηλικία 18-25 ετών, το 19% των ερωτηθέντων έχει ηλικία 26-35 ετών, το 15% έχει ηλικία 36-45 ετών, το 17% έχει ηλικία 46-55 ετών, το 12% είναι με ηλικία 55-65 ετών και το 6% με ηλικία 66 ετών και άνω.

### **ΕΡΩΤΗΣΗ 3: «ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ»**

<b>ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
<b>ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ</b>	41	13,67 %
<b>ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ</b>	60	20%
<b>ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΕΠΑΓ/ΤΙΑΣ</b>	53	17,67 %
<b>ΑΓΡΟΤΗΣ</b>	1	0,33 %
<b>ΟΙΚΙΑΚΑ</b>	20	6,67 %
<b>ΜΑΘΗΤΗΣ-ΤΡΙΑ</b>	6	2 %
<b>ΦΟΙΤΗΤΗΣ-ΤΡΙΑ</b>	52	17,33 %
<b>ΑΝΕΡΓΟΣ-Η</b>	38	12,67 %
<b>ΣΥΝΤΑΞΙΟΥΧΟΣ</b>	28	9,33 %
<b>ΑΛΛΟ</b>	1	0,33 %

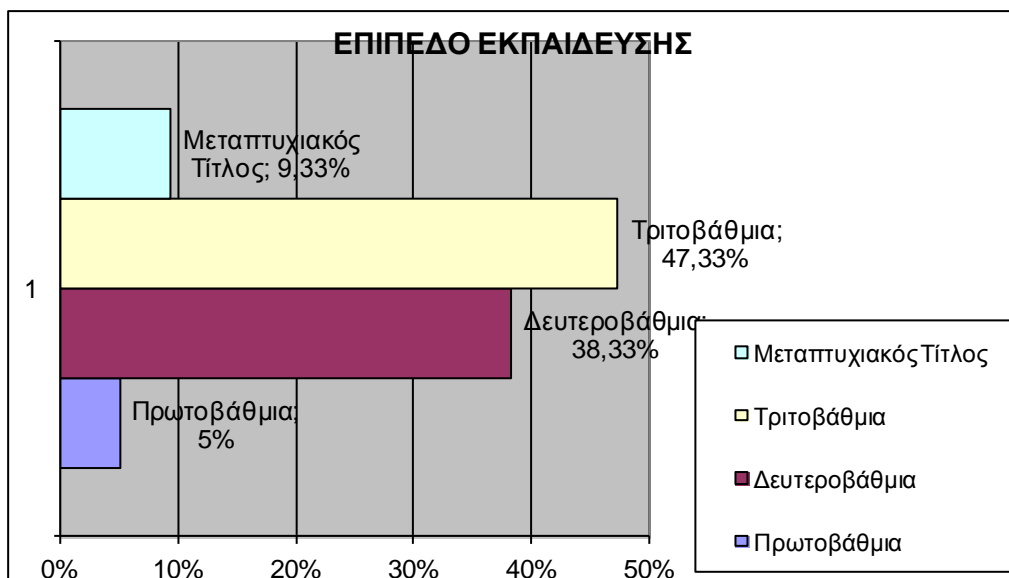




Βάσει των αποτελεσμάτων, το 13,67% των ερωτηθέντων είναι δημόσιοι υπάλληλοι, το 20% Ιδιωτικοί Υπάλληλοι, το 17,67% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, το 0,33% αγρότης, το 6,67% ασχολούνται με οικιακά, το 2% είναι μαθητές, το 17,33% είναι φοιτητές, το 12,67% είναι άνεργοι, το 9,33% είναι συνταξιούχοι και το 0,33% με άλλη ιδιότητα διαφορετική από τις παραπάνω.

#### **ΕΡΩΤΗΣΗ 4: «ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ»**

<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
<b>Πρωτοβάθμια</b>	15	5 %
<b>Δευτεροβάθμια</b>	115	38,33 %
<b>Τριτοβάθμια</b>	142	47,33 %
<b>Μεταπτυχιακός Τίτλος</b>	28	9,33 %



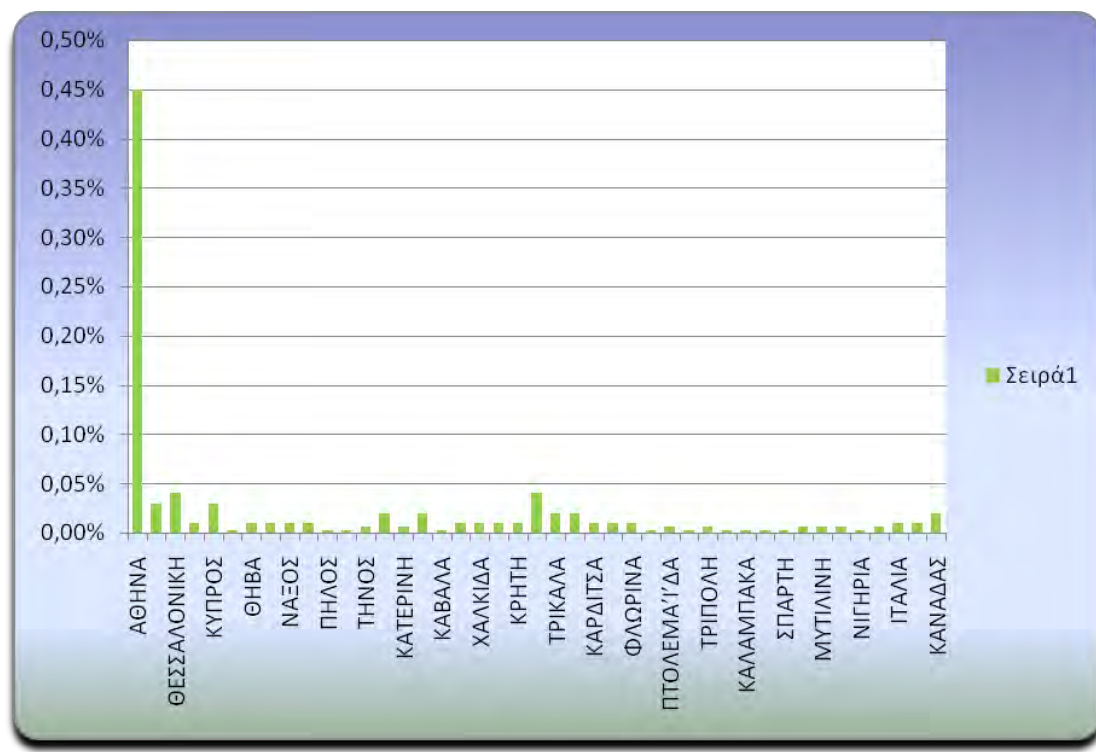
Βάσει των αποτελεσμάτων, το 5% έχει τελειώσει τη πρωτοβάθμια εκπαίδευση, το 38,33% την δευτεροβάθμια εκπαίδευση, το 47,33% την Τριτοβάθμια και το 9,33% έχει Μεταπτυχιακό Τίτλο.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 5: «ΤΟΠΟΣ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ»**

ΤΟΠΟΣ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΑΘΗΝΑ	137	0,45 %
ΣΥΡΟΣ	9	0,03%
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	13	0,04%
ΚΟΖΑΝΗ	3	0,01%
ΚΥΠΡΟΣ	11	0,03%
ΜΕΤΣΟΒΟ	1	0,003%
ΘΗΒΑ	4	0,01%

ΒΟΛΟΣ	5	0,01%
ΝΑΞΟΣ	4	0,01%
ΙΩΑΝΝΙΝΑ	3	0,01%
ΠΗΛΟΣ	1	0,003%
ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	1	0,003%
ΤΗΝΟΣ	2	0,006%
ΠΑΤΡΑ	8	0,02%
ΚΑΤΕΡΙΝΗ	2	0,006%
ΛΑΡΙΣΑ	7	0,02%
ΚΑΒΑΛΑ	1	0,003%
ΛΑΜΙΑ	4	0,01%
ΧΑΛΚΙΔΑ	3	0,01%
ΠΡΕΒΕΖΑ	4	0,01%
ΚΡΗΤΗ	4	0,01%
ΡΟΔΟΣ	13	0,04%
ΤΡΙΚΑΛΑ	8	0,02%
ΑΡΤΑ	7	0,02%
ΚΑΡΔΙΤΣΑ	5	0,01%

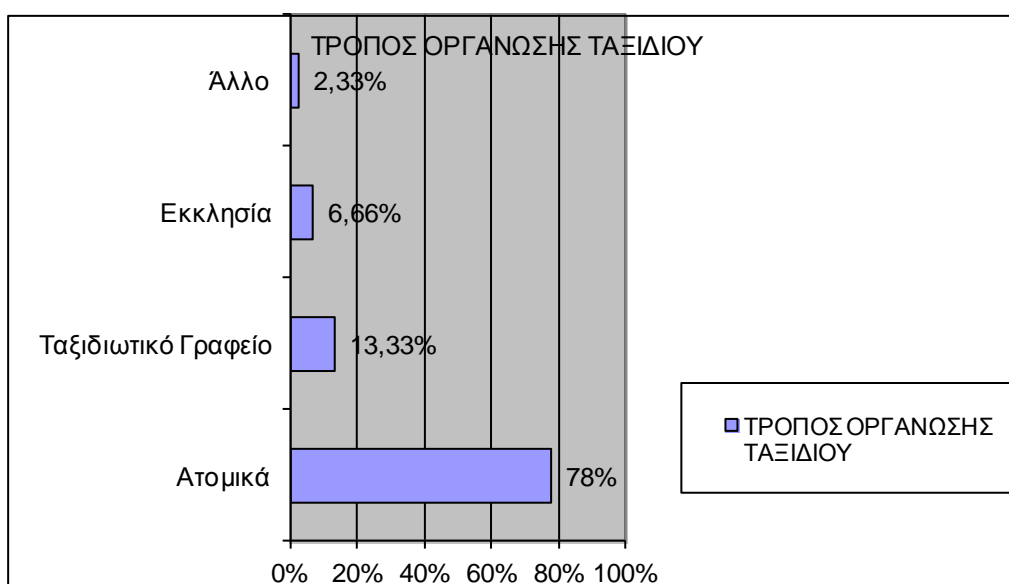
ΚΕΡΚΥΡΑ	4	0,01%
ΦΛΩΡΙΝΑ	4	0,01%
ΝΑΟΥΣΑ	1	0,003%
ΠΤΟΛΕΜΑΪΔΑ	2	0,006%
ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	1	0,003%
ΤΡΙΠΟΛΗ	2	0,006%
ΣΚΟΠΕΛΟΣ	1	0,003%
ΚΑΛΑΜΠΑΚΑ	1	0,003%
ΒΕΡΟΙΑ	1	0,003%
ΣΠΑΡΤΗ	1	0,003%
ΚΑΛΑΜΑΤΑ	2	0,006%
ΜΥΤΙΛΙΝΗ	2	0,006%
ΞΑΝΘΗ	2	0,006%
ΝΙΓΗΡΙΑ	1	0,003%
ΓΑΛΛΙΑ	2	0,006%
ΙΤΑΛΙΑ	3	0,01%
ΑΛΒΑΝΙΑ	3	0,01%
ΚΑΝΑΔΑΣ	7	0,02%



Από τα αποτελέσματα που λάβαμε συμπεραίνουμε πως η Τήνος έχει υψηλή επισκεψημότητα και μάλιστα από διάφορα μέρη. Το μεγαλύτερο ποσοστό, της τάξης του 45% προέρχεται από την Αθήνα. Τα νησιά αγγίζουν το 12,5% ενώ το 34,5% προέρχεται από την υπόλοιπη Ελλάδα, όπως επίσης παρατηρείται επισκεψημότητα ακόμα και από Έλληνες του εξωτερικού που ανέρχονται στο 0,8%.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 6: «ΤΡΟΠΟΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΟΥ ΤΑΞΙΔΙΟΥ ΣΑΣ»**

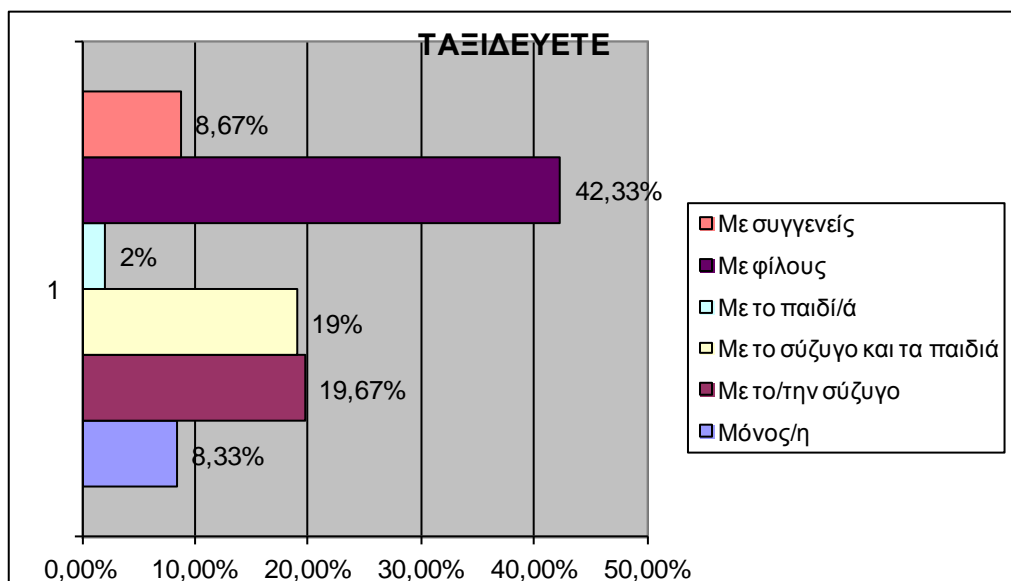
ΤΡΟΠΟΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ατομικά	233	77,66%
Μέσω ταξιδιωτικού γραφείου	40	13,33%
Μέσω της εκκλησίας	20	6,66%
Άλλο	7	2,33%



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 77,66% των ερωτηθέντων οργάνωσε το ταξίδι του σε προσωπική βάση, το 13,33% μέσω ταξιδιωτικού γραφείου, το 6,66% μέσω της εκκλησίας και το 2,33% από άλλο είδος.

#### **ΕΡΩΤΗΣΗ 7: « ΤΑΞΙΔΕΥΕΤΕ»**

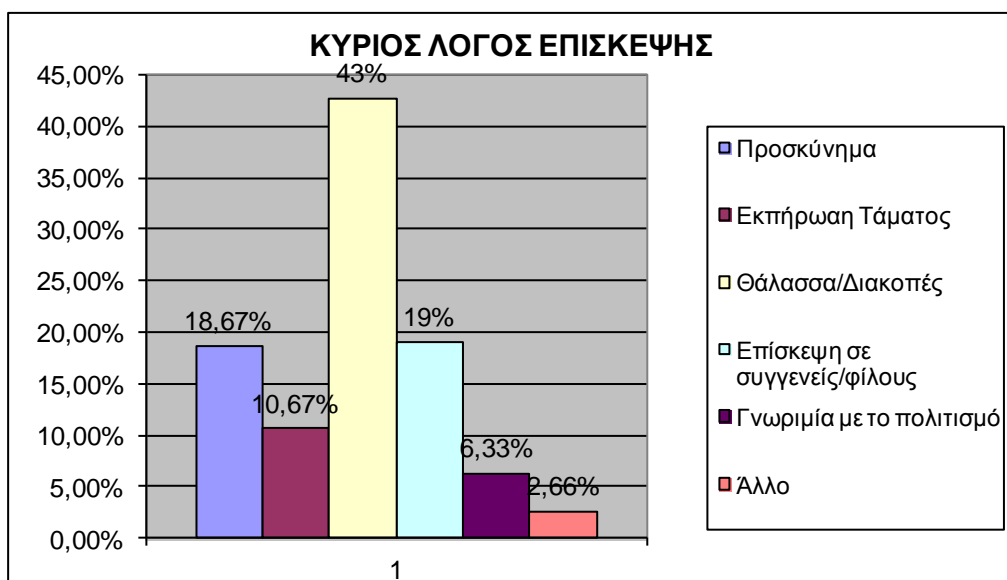
<b>ΤΡΟΠΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
<b>Μόνος/η</b>	25	8,33%
<b>Με το/την σύζυγο</b>	59	19,67%
<b>Με το/την σύζυγο κ τα παιδιά</b>	57	19%
<b>Με το παιδί/ά</b>	6	2%
<b>Με φίλο/ους</b>	127	42,33%
<b>Με συγγενείς</b>	26	8,67%



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 8,67% των ερωτηθέντων ταξιδεύει με συγγενής, το 42,33% με φίλους, το 2% με τα παιδιά τους, το 19% με το σύζυγο και τα παιδιά, το 19,67% με τον/τη σύζυγο και το 8,33% μόνοι τους.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 8: « Ο ΚΥΡΙΟΣ ΛΟΓΟΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΣΑΣ ΣΤΟ ΝΗΣΙ ΕΙΝΑΙ»**

ΛΟΓΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
<b>Προσκόνημα</b>	56	18,67%
<b>Εκπλήρωση Τάματος</b>	32	10,67%
<b>Θάλασσα / Διακοπές</b>	128	42,67%
<b>Επίσκεψη σε συγγενείς / φίλους</b>	57	19%
<b>Γνωριμία με τον Πολιτισμό</b>	19	6,33%
<b>Άλλο</b>	8	2,66%

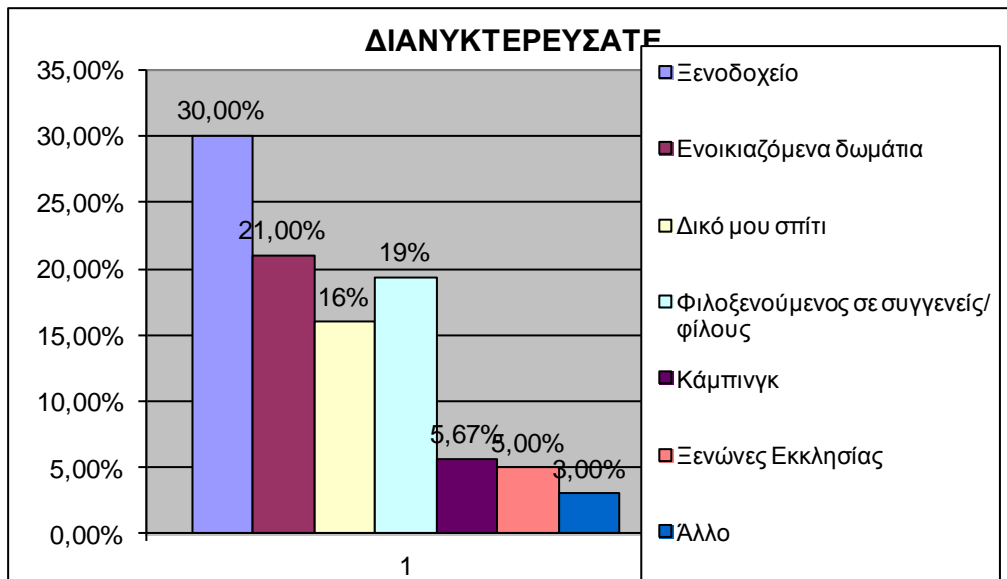


Βάσει των αποτελεσμάτων, το 18,67% των ερωτηθέντων επισκέπτεται το νησί για προσκύνημα, το 10,67% για εκπλήρωση τάματος, το 43% για θάλασσα και διακοπές, το 19% για επίσκεψη σε συγγενής, το 6,33% για γνωριμία με το πολιτισμό και το 2,66% για άλλο λόγο. Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό δηλώνει ως κύριο λόγο τις διακοπές στη θάλασσα και μόνο το 18,67% το προσκύνημα.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 9: «ΠΟΥ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΑΤΕ ΣΤΟ ΝΗΣΙ»**

ΚΑΤΑΛΥΜΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ξενοδοχείο	90	30%
Ενοικιαζόμενα Δωμάτια / Διαμερίσματα	63	21%
Δικό μου σπίτι	48	16%
Φιλοξενούμενος σε συγγενείς / φίλους	58	19,33%
Κάμπινγκ	17	5,67%
Ξενώνες της Εκκλησίας	15	5%
Άλλο	9	3%

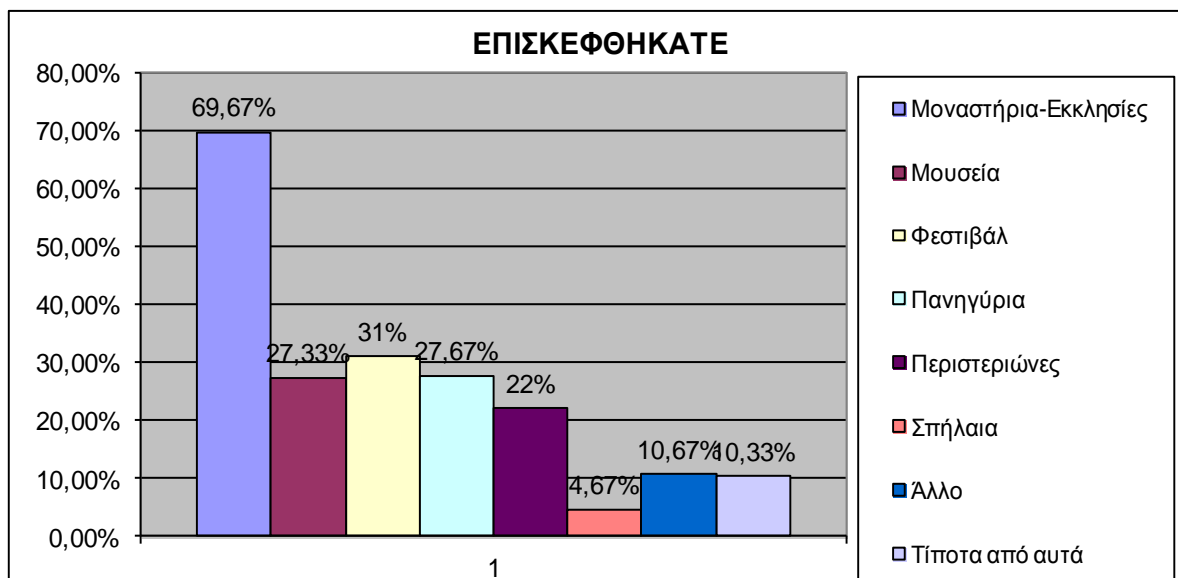




Βάσει των αποτελεσμάτων, το 30% των ερωτηθέντων διαμένει σε ξενοδοχείο, το 21% σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, το 16% σε δικό του σπίτι, το 19% σε συγγενικό σπίτι, το 5,67% σε κάμπινγκ, το 5% σε ξενώνες εκκλησίας και το 3% σε άλλο είδος εστίας.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 10: «ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΣΑΣ ΣΤΟ ΝΗΣΙ ΕΠΙΣΚΕΦΘΗΚΑΤΕ»**

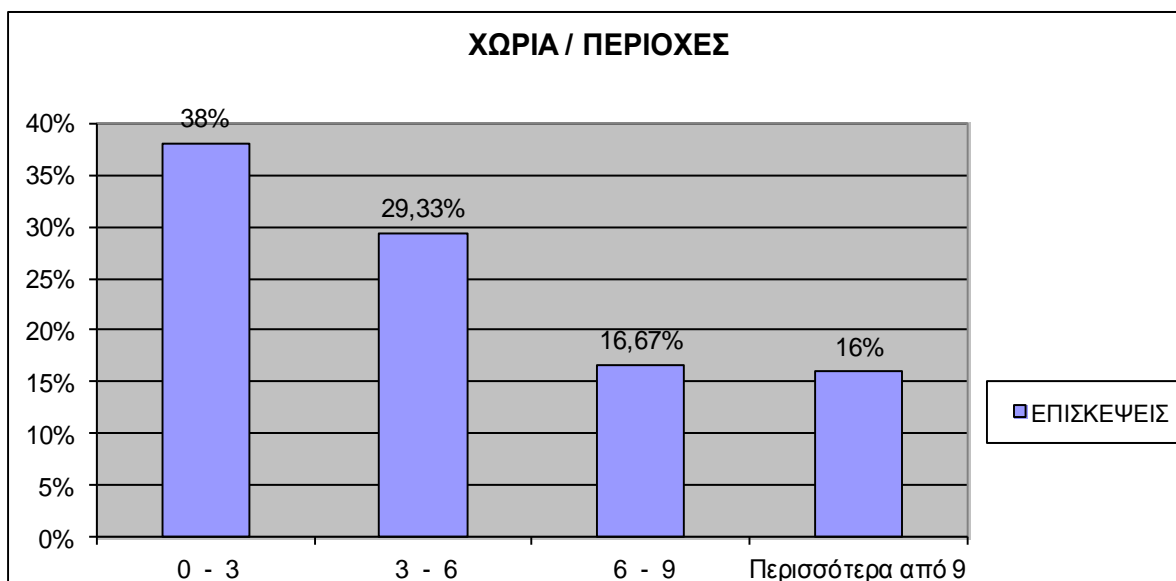
ΕΠΙΣΚΕΨΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Μοναστήρια-Εκκλησίες	209	69,67%
Μουσεία	82	27,33%
Φεστιβάλ	93	31%
Πανηγύρια	83	27,67%
Περιστεριώνες	66	22%
Σπήλαια	14	4,67%
Άλλο	32	10,67%
Τίποτα από αυτά	31	10,33%



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 69,67% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, επισκέφθηκε μοναστήρια και εκκλησίες, το 27,33% επισκέφθηκε μουσεία, το 31% επισκέφθηκε κάποιο φεστιβάλ, το 27,67% τα πανηγύρια, το 22% τους περιστερώνες, το 4,67% τα σπήλαια, το 10,67% κάποιο άλλο αξιοθέατο ενώ το 0,33% τίποτα από τα παραπάνω. Παρατηρείται λοιπόν ένα σημαντικό ποσοστό που επισκέπτεται μοναστήρια και εκκλησίες, γεγονός που μας επιτρέπει να αναφερθούμε σε θρησκευτικούς-πολιτιστικούς τουρίστες.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 11: «ΠΟΣΑ ΧΩΡΙΑ / ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΕΠΙΣΚΕΦΘΗΚΑΤΕ»**

ΑΡΙΘΜΟΣ ΧΩΡΙΩΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
0 - 3	114	38%
3 - 6	88	29,33%
6 - 9	50	16,67%
Περισσότερα από 9	48	16%



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 38% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, επισκέφθηκε από 0-3 χωριά, το 29,33% επισκέφθηκε από 3-6 χωριά, το 16,67% από 6-9 χωριά και το 16% περισσότερα από 9 χωριά.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 12: «ΔΟΚΙΜΑΣΑΤΕ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ»**

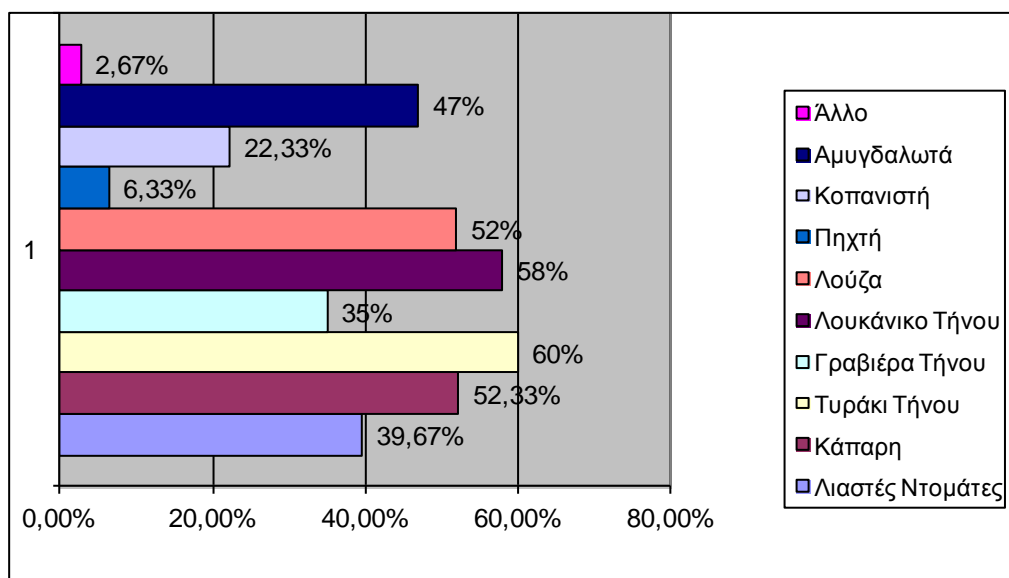
ΝΑΙ	%	ΟΧΙ	%
282	94%	18	6%



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 94% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, δοκίμασε κάποια τοπικά προϊόντα ενώ το 6% δεν δοκίμασε. Το ποσοστό αυτό επίσης μας επιτρέπει να συμπεράνουμε το ενδιαφέρον των επισκεπτών για ένα άλλο πολιτιστικό προϊόν, την τοπική γαστρονομία.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 13: «ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΑ:»**

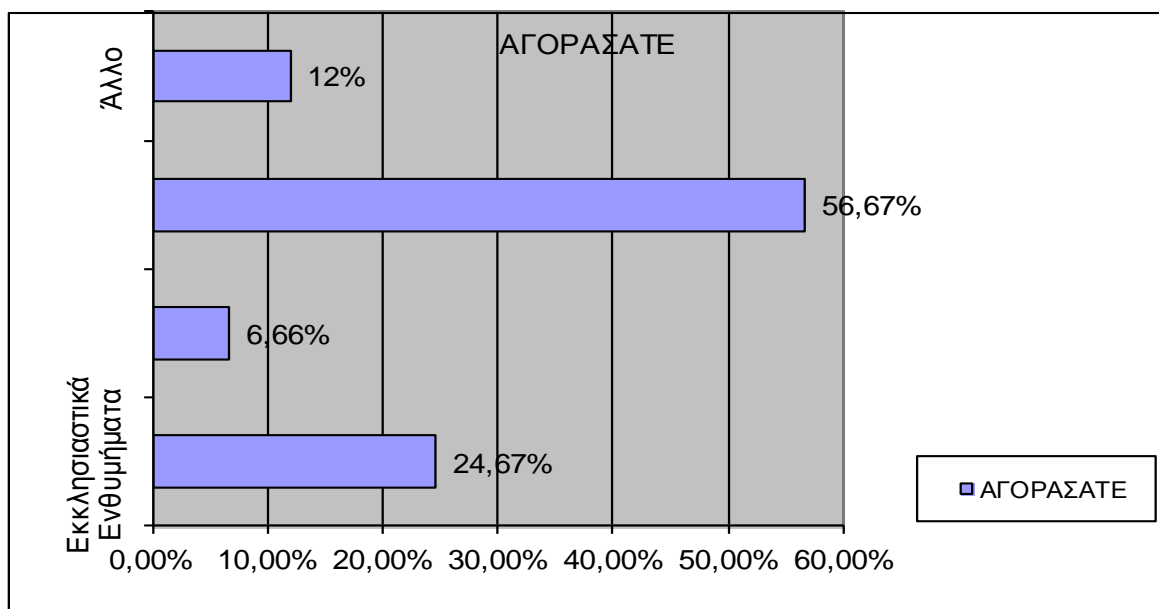
ΠΡΟΙΟΝ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Λιαστές Ντομάτες	119	39,67%
Κάπαρη	157	52,33%
Τυράκι Τήνου	180	60%
Γραβιέρα Τήνου	105	35%
Λουκάνικο Τήνου	174	58%
Λούζα	156	52%
Πηχτή	19	6,33%
Κοπανιστή	67	22,33%
Αμυγδαλωτά	141	47%
Άλλο	8	2,67%



Βάσει των αποτελεσμάτων, εκ του 94% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί και οι οποίοι δοκίμασαν τοπικά προϊόντα, το 47% δοκίμασε αμυγδαλωτά, το 22,33% κοπανιστή, το 6,33% πηχτή, το 52% δοκίμασε λούζα, το 58% δοκίμασε λουκάνικο Τήνου, το 35% δοκίμασε γραβιέρα Τήνου, το 60% δοκίμασε τυράκι, το 52,33% δοκίμασε κάπαρη και το 39,67% δοκίμασε λιαστές ντομάτες.

#### **ΕΡΩΤΗΣΗ 14: «ΑΓΟΡΑΣΑΤΕ ΑΠΟ ΤΟ ΝΗΣΙ»**

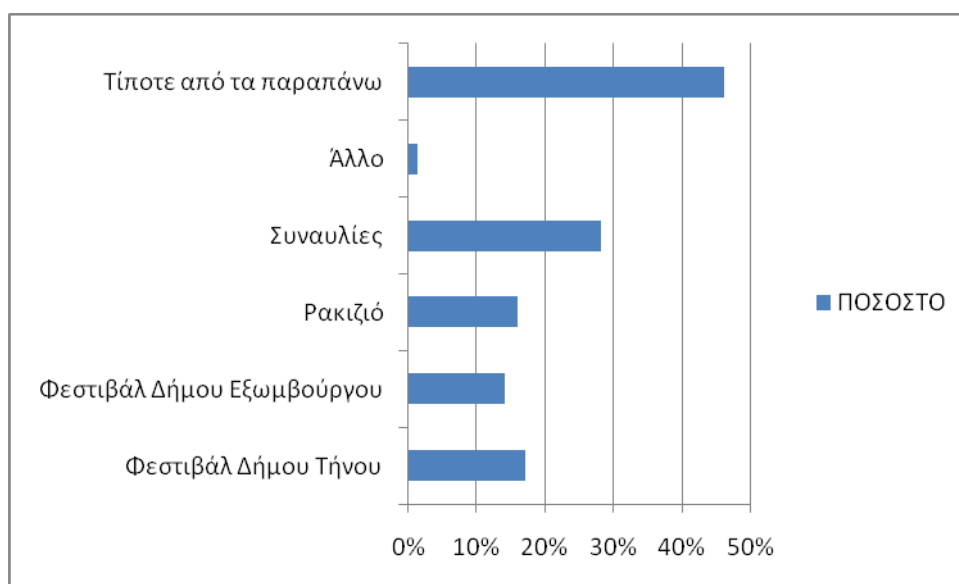
<b>ΕΙΔΗ ΑΓΟΡΩΝ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
<b>Εκκλησιαστικά Ενθυμήματα</b>	74	24,67%
<b>Είδη Μαρμαροτεχνικής</b>	20	6,66%
<b>Τοπικά Προϊόντα</b>	170	56,67%
<b>Άλλο</b>	36	12%



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 24,67% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, αγόρασε εκκλησιαστικά είδη, το 56,67% αγόρασε τοπικά προϊόντα, το 6,66% αγόρασε είδη μαρμαροτεχνικής και το 12% αγόρασε άλλα τοπικά προϊόντα.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 15: «ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΣΤΟ ΝΗΣΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΑΤΕ:»**

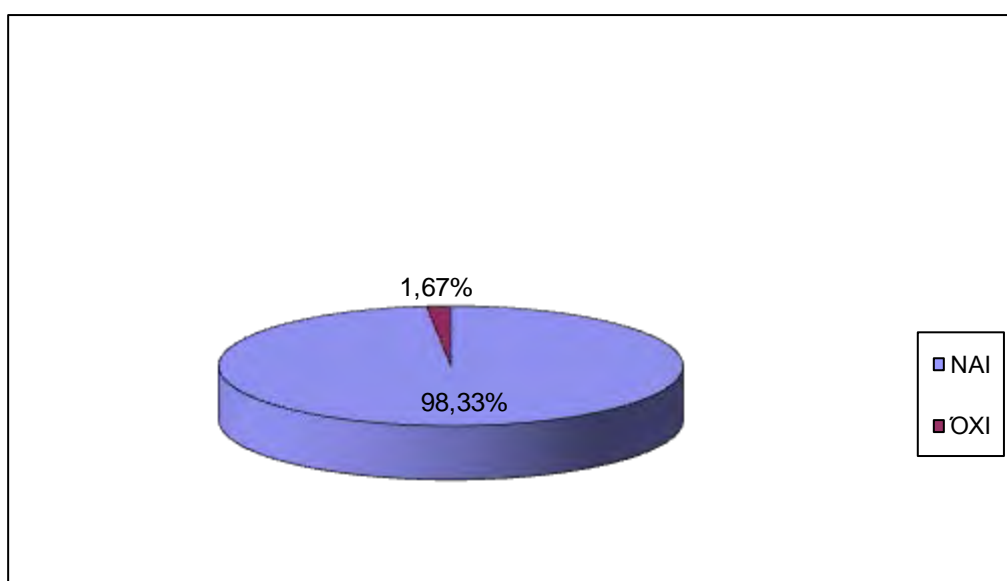
ΕΚΔΗΛΩΣΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Φεστιβάλ Δήμου Τήνου	74	17%
Φεστιβάλ Δήμου Εξωμβούργου	44	14%
Ρακιζιό	38	16%
Συναυλίες	62	28%
Άλλο	4	1,3%
Τίποτε από τα παραπάνω	136	46%



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 17% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, παρακολούθησε Φεστιβάλ Δήμου Τήνου, το 14% το Φεστιβάλ Δήμου Εξωμβούργου, το 16% το Ρακιζιό, το 28% παρακολούθησε συναυλίες, το 1,3% κάτι άλλο ενώ το 46% δεν παρακολούθησε κάτι από τα παραπάνω.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 16: «ΜΕΙΝΑΤΕ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ/Η ΜΕ ΤΗ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΤΩΝ ΚΑΤΟΙΚΩΝ?»**

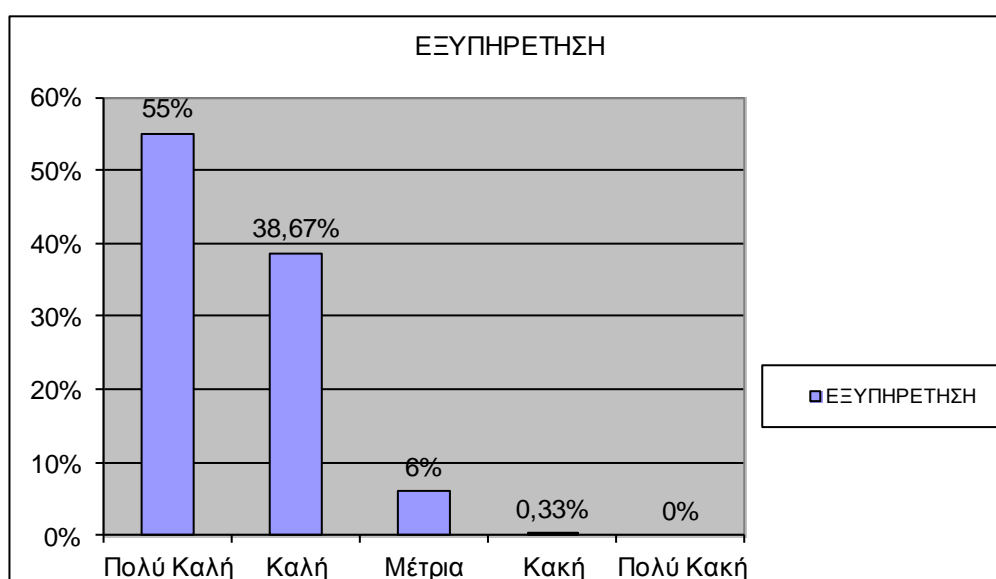
ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΝΑΙ	295	98,33%
ΟΧΙ	5	1,67%



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 98,33% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, έμειναν ευχαριστημένοι από την φιλοξενία των κατοίκων ενώ ένα 1,67% δεν έμειναν ευχαριστημένοι.

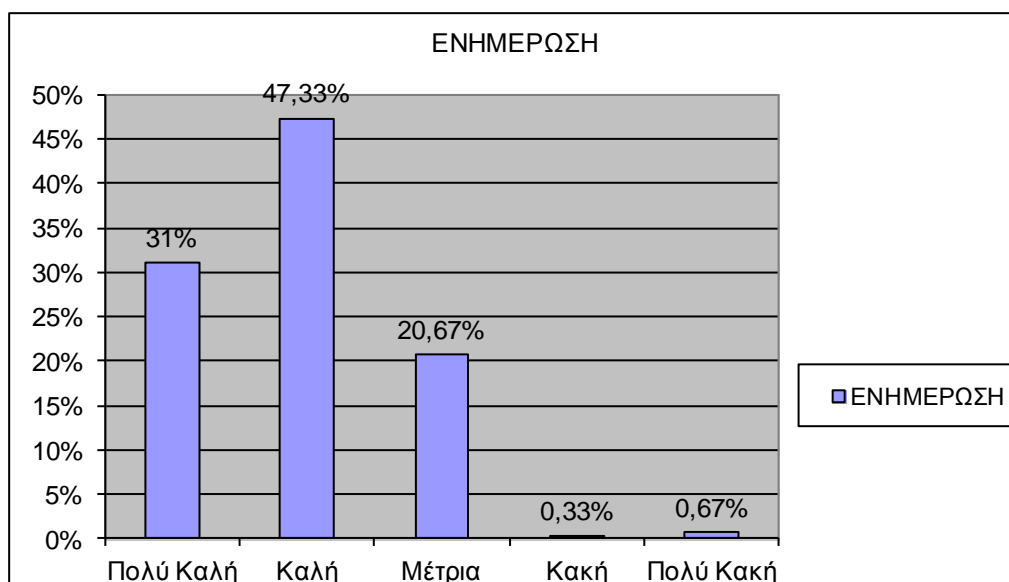
**ΕΡΩΤΗΣΗ 17: «ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΤΕ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ  
ΠΟΥ ΣΑΣ ΠΑΡΑΣΧΕΘΗΚΑΝ ΣΥΝΟΛΙΚΑ»**

	<b>Πολύ Καλή</b>	<b>Καλή</b>	<b>Μέτρια</b>	<b>Κακή</b>	<b>Πολύ Κακή</b>
<b>Εξυπηρέτηση</b>	165	116	18	1	-
	<b>55%</b>	<b>38,67%</b>	<b>6%</b>	<b>0,33%</b>	<b>0%</b>
<b>Ενημέρωση</b>	93	142	62	1	2
	<b>31%</b>	<b>47,33%</b>	<b>20,67%</b>	<b>0,33%</b>	<b>0,67%</b>
<b>Κατάλυμα</b>	153	116	31	-	-
	<b>51%</b>	<b>38,67%</b>	<b>10,33%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
<b>Φαγητό</b>	205	75	18	1	1
	<b>68,34%</b>	<b>25%</b>	<b>6%</b>	<b>0,33%</b>	<b>0,33%</b>
<b>Διασκέδαση</b>	114	118	58	6	4
	<b>38%</b>	<b>39,34%</b>	<b>19,33%</b>	<b>2%</b>	<b>1,33%</b>
<b>Συγκοινωνίες</b>	28	83	143	34	12
	<b>9,33%</b>	<b>27,67%</b>	<b>47,67%</b>	<b>11,33%</b>	<b>4%</b>

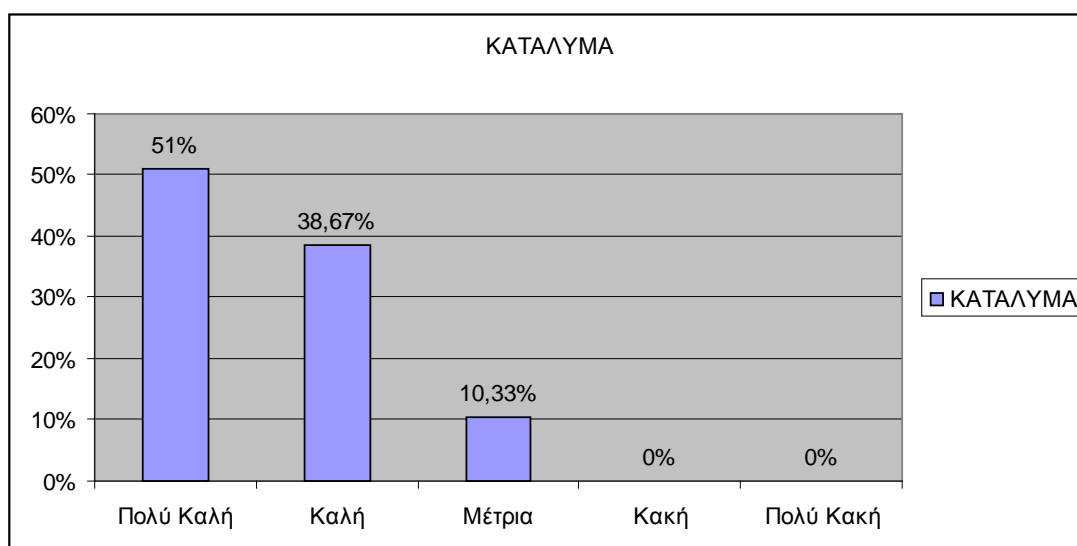




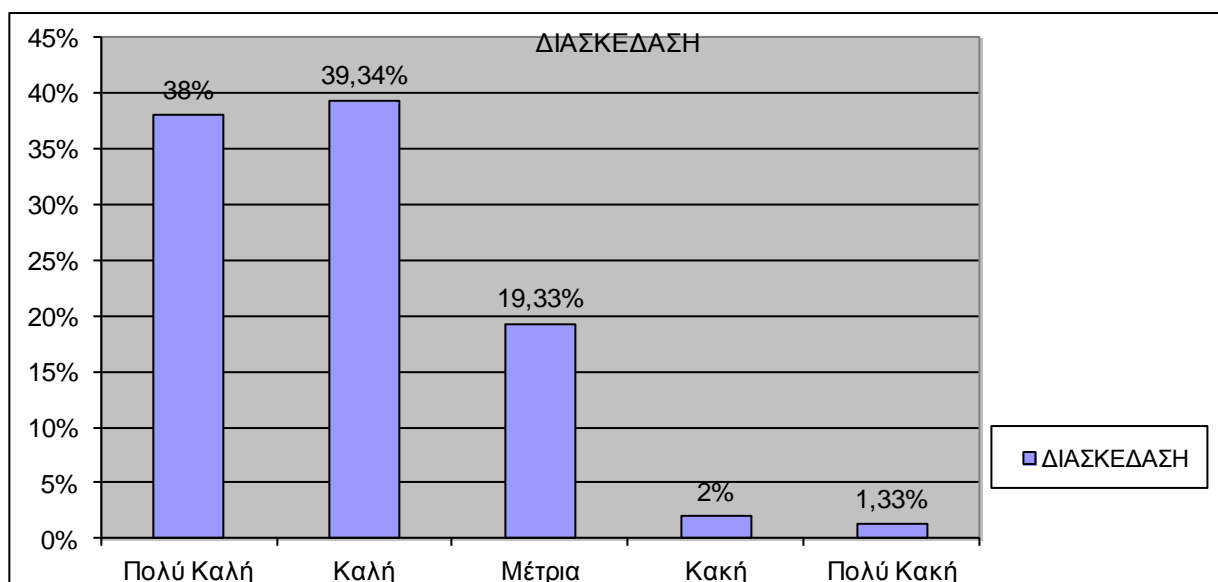
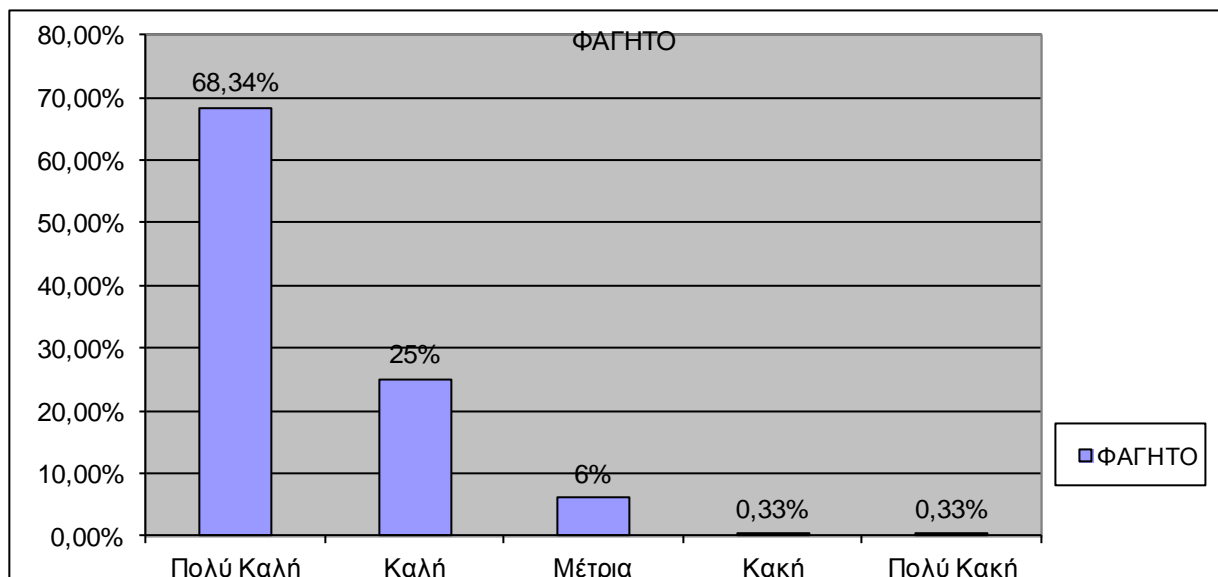
Βάσει των αποτελεσμάτων, το 55% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, βαθμολόγησε την ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ στο νησί ως Πολύ Καλή, το 38,67% ως Καλή, το 6% ως Μέτρια, το 0,33% ως Κακή.



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 31% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, βαθμολόγησε την ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ στο νησί ως Πολύ Καλή, το 47,33% ως Καλή, το 20,67% ως Μέτρια, το 0,33% ως Κακή και το 0,67% ως Πολύ Κακή.

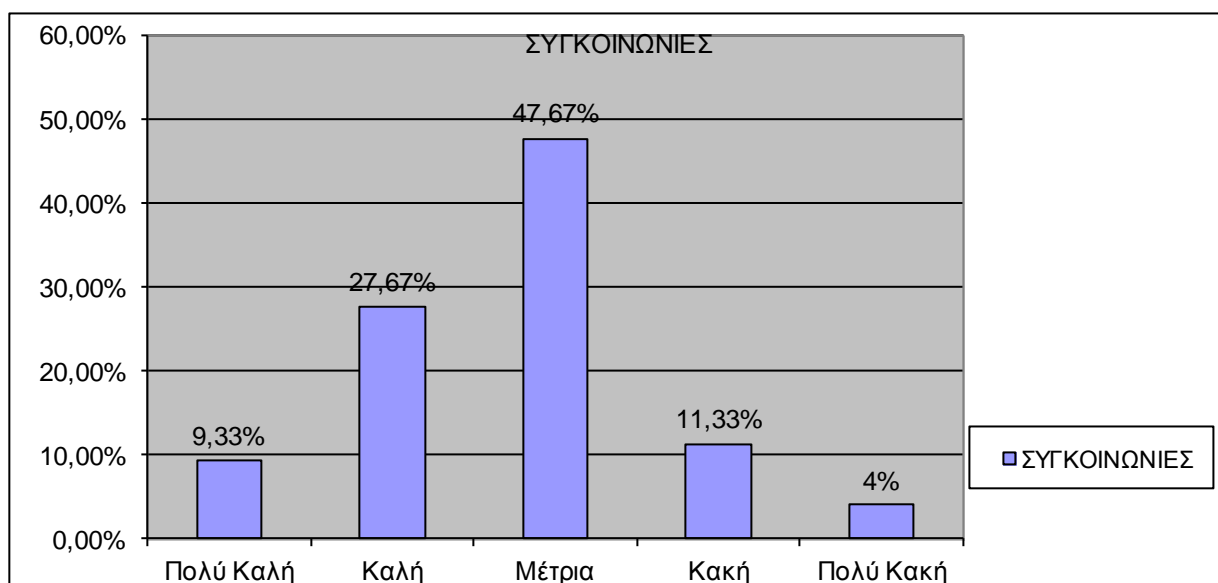


Βάσει των αποτελεσμάτων, το 51% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, βαθμολόγησε την έννοια ΚΑΤΑΛΥΜΑ στο νησί ως Πολύ Καλή, το 38,67% ως Καλή, το 10,33% ως Μέτρια.



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 68,34% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, βαθμολόγησε την ΦΑΓΗΤΟ στο νησί ως Πολύ Καλή, το 25% ως Καλή, το 6% ως Μέτρια, το 0,33% ως Κακή και το 0,33% ως Πολύ Κακή.

Επίσης, βάσει των αποτελεσμάτων, το 38% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, βαθμολόγησε την ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ στο νησί ως Πολύ Καλή, το 39,34% ως Καλή, το 19,33% ως Μέτρια, το 2% ως Κακή και το 1,33% ως Πολύ Κακή.

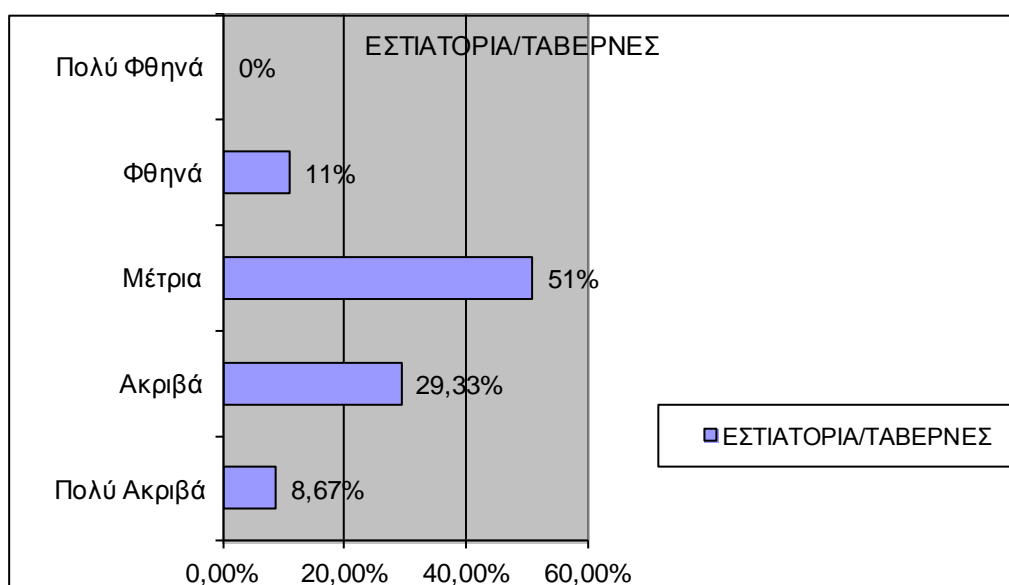


Βάσει των αποτελεσμάτων, το 9,33% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, βαθμολόγησε την ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΕΣ στο νησί ως Πολύ Καλή, το 27,67% ως Καλή, το 47,67% ως Μέτρια, το 11,33% ως Κακή και το 4% ως Πολύ Κακή.

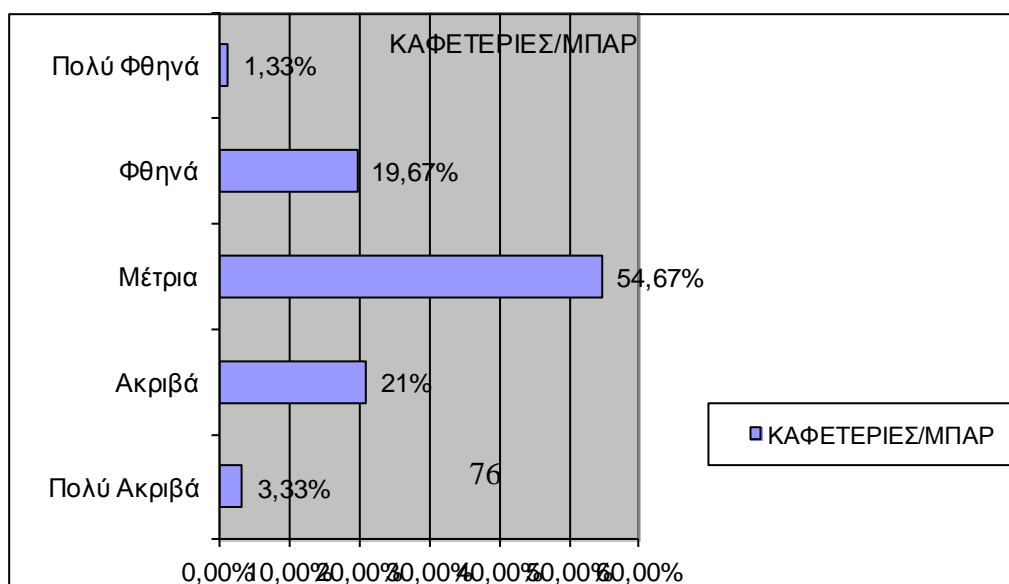
**ΕΡΩΤΗΣΗ 18: «ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΤΕ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ»**

	Πολύ Ακριβά	Ακριβά	Μέτρια	Φθηνά	Πολύ Φθηνά
<b>Εστιατόρια Ταβέρνες</b>	26	88	153	33	-
	<b>8,67%</b>	<b>29,33%</b>	<b>51%</b>	<b>11%</b>	<b>0%</b>
<b>Καφετέριες Μπαρ</b>	10	63	164	59	4
	<b>3,33%</b>	<b>21%</b>	<b>54,67%</b>	<b>19,67%</b>	<b>1,33%</b>
<b>Διαμονή</b>	13	89	166	22	10

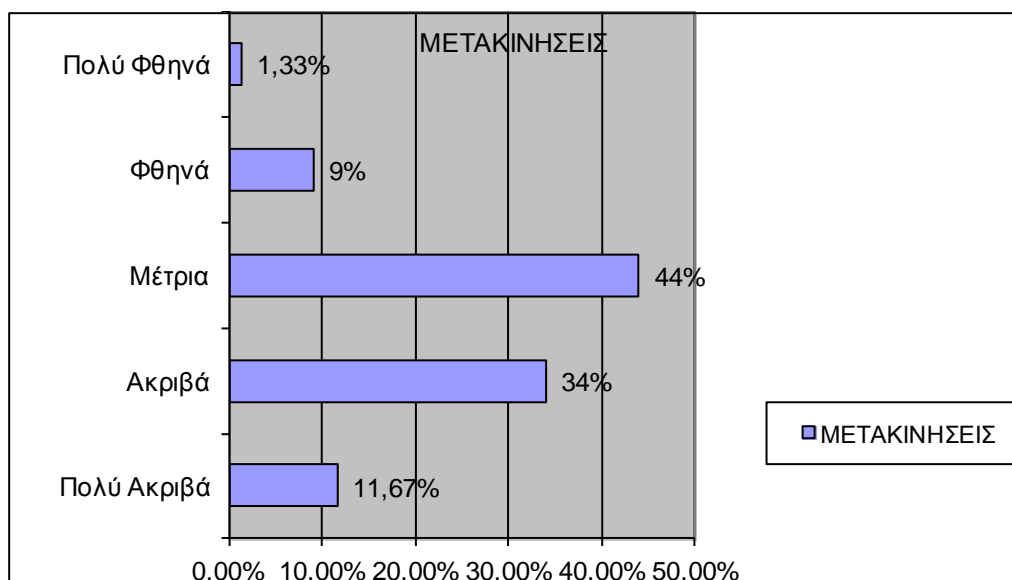
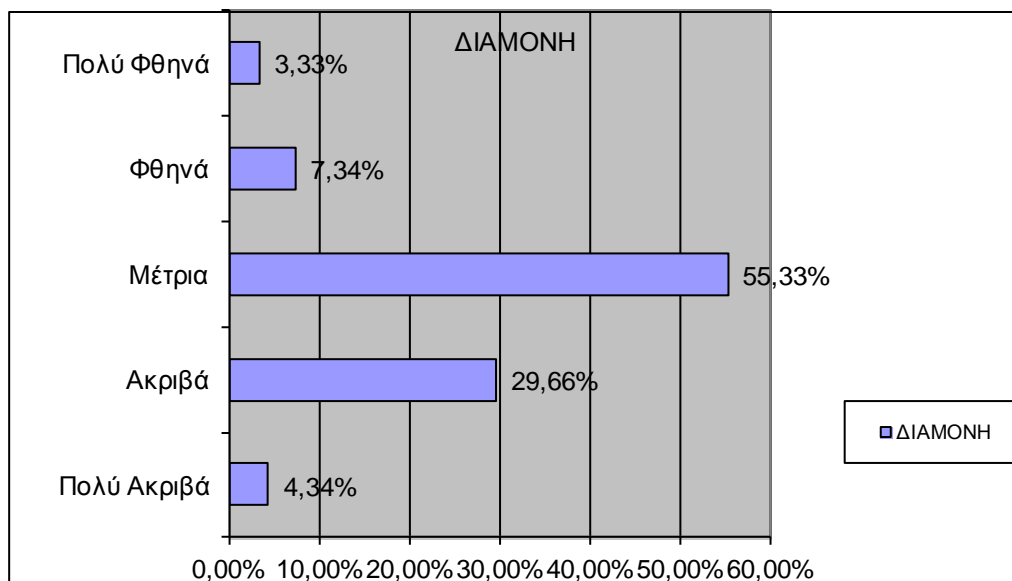
	<b>4,34%</b>	<b>29,66%</b>	<b>55,33%</b>	<b>7,34%</b>	<b>3,33%</b>
<b>Μετακινήσεις</b>	35	102	132	27	4
	<b>11,67%</b>	<b>34%</b>	<b>44%</b>	<b>9%</b>	<b>1,33%</b>
<b>Διασκέδαση</b>	7	54	187	50	2
	<b>2,33%</b>	<b>18%</b>	<b>62,33%</b>	<b>16,67%</b>	<b>0,67%</b>



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 11% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, βαθμολόγησε τα ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ /ΤΑΒΕΡΝΕΣ στο νησί ως Φθηνά, το 51% ως Μέτρια, το 29,33% ως Ακριβά, το 8,67% ως Πολύ Ακριβά.



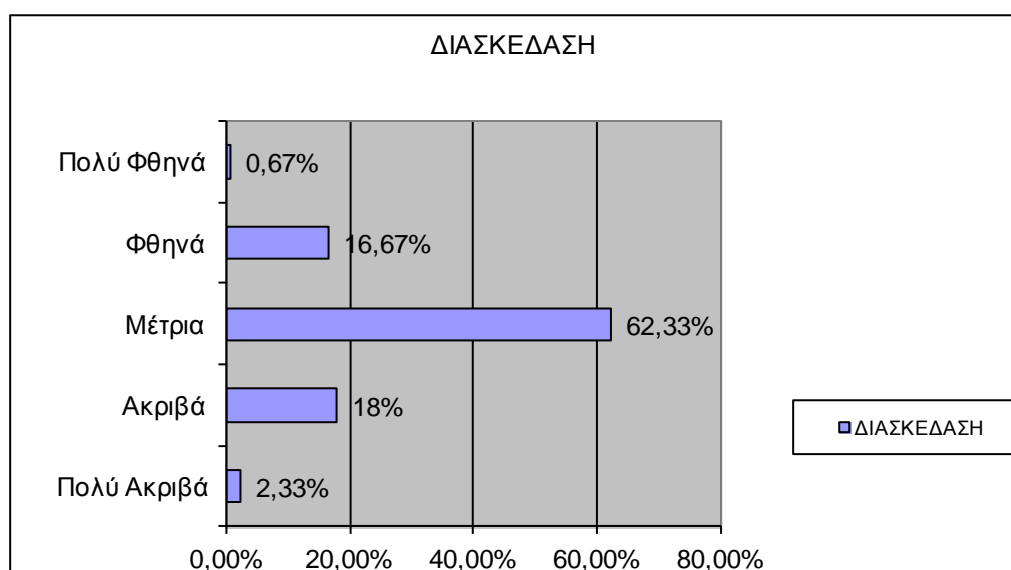
Βάσει των αποτελεσμάτων, το 0,33% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, βαθμολόγησε τα ΜΠΑΡ /ΚΑΦΕΤΕΡΙΕΣ στο νησί ως Πολύ Φθηνά, το 19,67% ως Φθηνά, το 54,67% ως Μέτρια, το 29,33% ως Ακριβά, το 8,67% ως Πολύ Ακριβά.



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 3,33% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, βαθμολόγησε τη ΔΙΑΜΟΝΗ στο νησί ως Πολύ Φθηνά, το

7,34% ως Φθηνά, το 55,33% ως Μέτρια, το 29,66% ως Ακριβά, το 4,34% ως Πολύ Ακριβά.

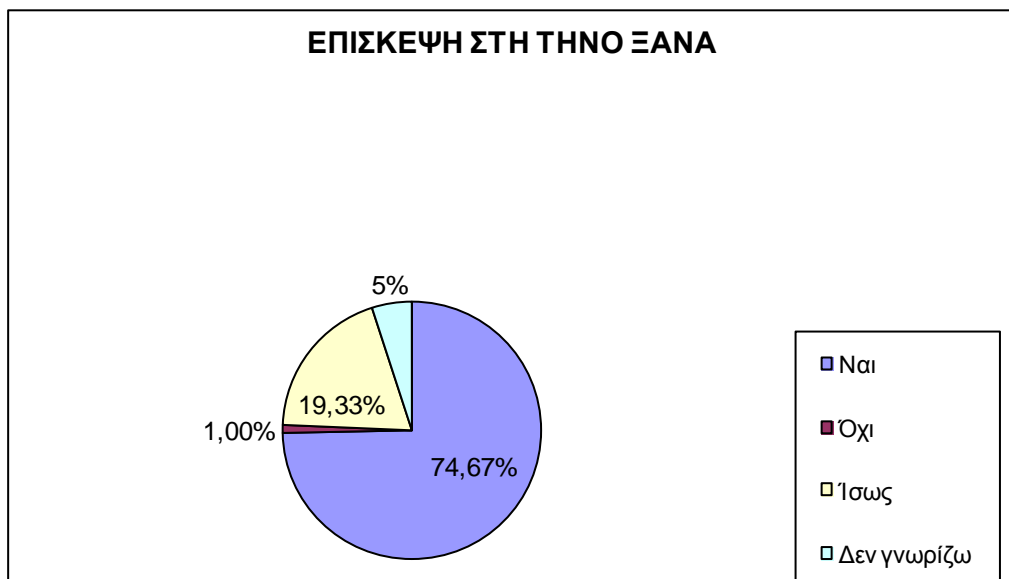
Βάσει των αποτελεσμάτων, το 1,33% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, βαθμολόγησε τις ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΙΣ στο νησί ως Πολύ Φθηνά, το 9% ως Φθηνά, το 44% ως Μέτρια, το 34% ως Ακριβά, το 11,67% ως Πολύ Ακριβά.



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 0,67% των ερωτηθέντων κατά την διάρκεια παραμονής του στο νησί, βαθμολόγησε τη ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ στο νησί ως Πολύ Φθηνά, το 16,67% ως Φθηνά, το 62,33% ως Μέτρια, το 18% ως Ακριβά, το 2,33% ως Πολύ Ακριβά.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 19: «ΣΚΕΦΤΕΣΤΕ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΝΑ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙΤΕ ΤΗΝ ΤΗΝΟ ΞΑΝΑ?»**

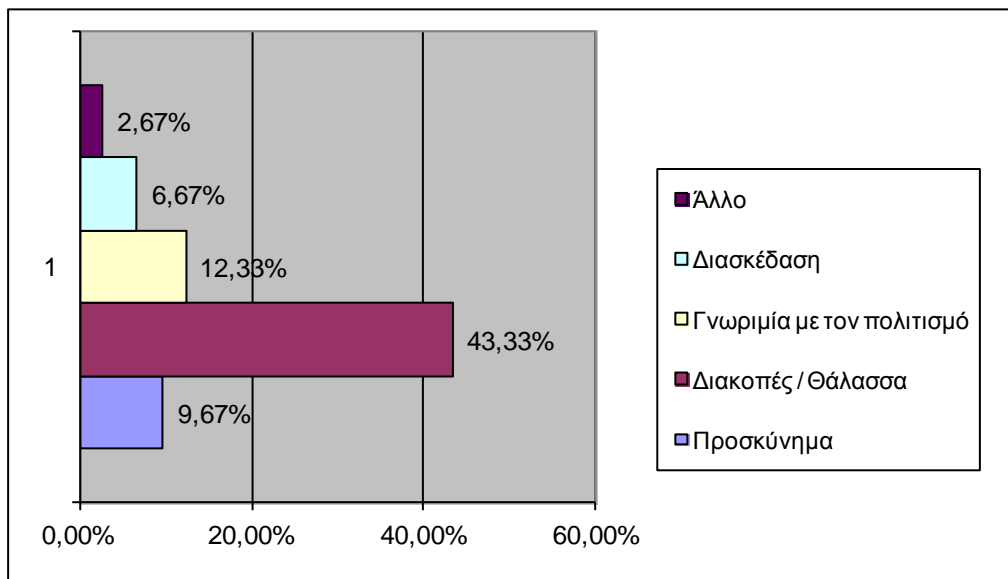
ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΕΚ ΝΕΟΥ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ναι	224	74,67%
Όχι	3	1%
Ίσως	58	19,33%
Δεν γνωρίζω	15	5%



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 74,67% των ερωτηθέντων, θα επισκεφθεί το νησί ξανά, το 19,33% ίσως, το 1% όχι ενώ το 5% δεν γνωρίζει.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 20: «ΑΝ ΝΑΙ, ΓΙΑΤΙ?»**

ΛΟΓΟΙ ΕΠΑΝΟΔΟΥ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Προσκύνημα	29	9,67%
Διακοπές / Θάλασσα	130	43,33%
Γνωριμία με τον πολιτισμό	37	12,33%
Διασκέδαση	20	6,67%
Άλλο	8	2,67%



Βάσει των αποτελεσμάτων, το 6,67% των ερωτηθέντων θα την επισκέπτονταν για διασκέδαση, το 12,33% για γνωριμία με τον πολιτισμό, το 43,33% για διακοπές και θάλασσα και το 9,67% για προσκύνημα.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 21: «ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑΤΙ?»**

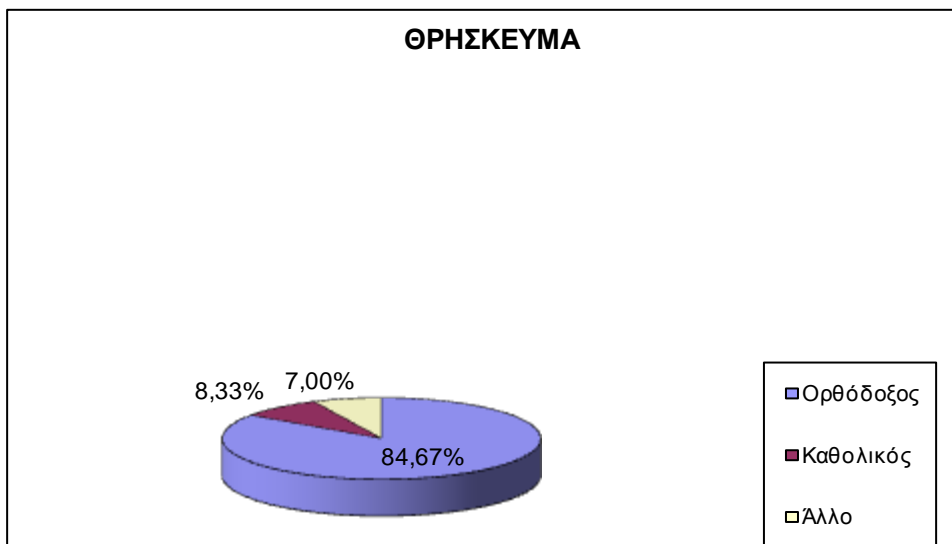
- Α) Λόγω υψηλού κόστους των υπηρεσιών
- Β) Λόγω εξαντλήσεως των ενδιαφερόντων πάνω στο νησί και
- Γ) Λόγω ακρίβειας

Βάσει των αποτελεσμάτων, το 1% των ερωτηθέντων δεν θα την επισκέπτονταν λόγω υψηλού κόστους υπηρεσιών.

**ΕΡΩΤΗΣΗ 22: «ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑ ΣΑΣ»**

ΘΡΗΣΚΕΥΜΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ορθόδοξος	254	84,67%
Καθολικός	25	8,33%
Άλλο	21	7%





Βάσει των αποτελεσμάτων, το 84,67% των ερωτηθέντων είναι Χριστιανοί, το 8,33% Ορθόδοξοι και το 7% άλλο.

## Επίλογος – Συμπεράσματα

Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας διαπιστώνουμε ότι οι επισκέπτες στο νησί δεν ενδιαφέρονται μόνο για το προσκύνημα, αλλά έχουν και άλλα κίνητρα. Κυρίαρχο είναι οι διακοπές στη θάλασσα, αλλά συμπληρωματικά επισκέπτονται και σημεία με πολιτιστικό ενδιαφέρον και μάλιστα με θρησκευτικό πολιτιστικό ενδιαφέρον όπως μοναστήρια, μονές, μουσεία, φεστιβάλ κ.λπ.

Καταλήγοντας, θα λέγαμε πως η Τήνος, ως νησί έχει δυο σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα προσβλέποντας στην ανάπτυξή της. Δηλαδή το ασύγκριτο φυσικό δομημένο περιβάλλον της, με τον σημαντικό, ανά τους αιώνες πολιτισμό και παράδοση, και το ιερό προσκύνημα της Παναγίας Μεγαλόχαρης, που πλαισιώνεται από προσκυνήματα της Παναγίας σ' όλο το νησί, τους ενοριακούς ναούς και τα ξωκλήσια συνθέτοντας την πίστη με τη θρησκευτική τέχνη.

Τα πλεονεκτήματα αυτά, πρέπει να διατηρούν τη βιωσιμότητα τους, ώστε συνεχώς να είναι ανταγωνιστικά. Ευθύνη γι' έχουν όλου οι φορείς ιδιωτικοί και δημόσιοι, καθώς και ο κλήρος. Για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας της τουριστικής κίνησης ο Δήμος θα πρέπει να χαράξει συγκεκριμένη τουριστική πολιτική, με δυναμική, ενσωματωμένη και ολοκληρωμένη στρατηγική, που θα παρέχει συνεχή και ευέλικτο μηχανισμό ελέγχου και προόδου και να υποστηρίζει τους κατοίκους και επαγγελματίες του νησιού με στόχο τη βελτίωση της συνολικής ποιότητας ζωής τους.

Η στρατηγική για τη μελλοντική βιωσιμότητα της Τήνου συντίθεται στη σωστή διαχείριση των υλικών και άυλων τουριστικών πόρων του νησιού, στη συνεχή βελτίωση της αξίας τους, στη μη υποβάθμιση του περιβάλλοντος και στην ικανοποίηση του επισκέπτη- τουρίστα- προσκυνητή, με την παροχή των άριστων προς αυτόν υπηρεσιών.

Οι δράσεις που λαμβάνουν χώρα, τόσο για το νησί της Τήνου, κατά πρώτον δεν ανταποκρίνονται στις δυνατότητές του ενώ παράλληλα δεν λαμβάνονται υπόψη λόγω άγνοιας και αντίστοιχα ελλιπούς ενημέρωσης των φορέων και των επιχειρηματιών της πόλης. Δεν υπάρχει ουσιαστική συνεργασία μεταξύ των δημοσίων φορέων και ξενοδοχείων ή αυτή είναι μικρή στο βαθμό που δεν αποδίδει ουσιαστικά αποτελέσματα. Το τουριστικό προϊόν δεν έχει συνοχή και συγκροτημένη προωθητική βάση

Ανταγωνιστικοί προορισμοί αποτελούν τα κοντινά νησιά που απέχουν το ίδιο ή περίπου το ίδιο από την Τήνο όπως η Μύκονος, Σαντορίνη και Νάξος. Η δε προώθησή τους ως προορισμοί είναι εξίσου ίσως και περισσότερο δομημένη και συστηματική. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του νησιού σε σχέση με τον ανταγωνισμό, είναι η καθαρότητα των θαλασσών, η υπάρχουσα μαρίνα σκαφών, η εγγύτητα με την Αττική καθώς και το χαμηλότερο κόστος μετάβασης και παραμονής σε σχέση με τους άλλους προορισμούς.

Η Τήνος ως προορισμός μπορεί να απευθυνθεί σε νέες αγορές όπως είναι η Ρωσία, και η Κίνα που θεωρούνται ότι είναι οι καλύτερες αγορές την τελευταία δεκαετία λόγω της αύξησης της αγοραστικής δύναμης των πολιτών τους, της καλύτερης αεροπορικής τους ένωσης, των μειωμένων και ελεγχόμενων σε επίπεδο κόστους και χρόνου διαδικασιών έκδοσης τουριστικής βίζας. Ο επικρατέστερος τρόπος προσέγγισης των αγορών αυτών είναι το διαδίκτυο ως ο πιο δημοφιλής τρόπος προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος

Το επίπεδο για την Τήνο, τουριστικά, σε θέματα ζήτησης και προσφοράς είναι καλή, χρήζει όμως βελτιώσεων σε ποιοτικά χαρακτηριστικά. Η θέση της επίσης είναι προνομιακή και επηρεάζει σημαντικά την προβολή του και την τουριστική του δυναμική εφόσον αυτή αξιοποιηθεί συστηματικά. Η θέση του νησιού αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλους προορισμούς.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού (θαλάσσιος και πολιτισμικός) που έχουν αναπτυχθεί βρίσκονται σε πολύ χαμηλό βαθμό ενώ ο σχεδιασμός και η ανάλυση των δυνατοτήτων του νησιού σε επίπεδο εναλλακτικού τουρισμού ενώ έχει επαρκώς αναλυθεί και μελετηθεί κυρίως από τους φορείς δεν έχει ούτε διαφημιστεί επαρκώς αλλά και ούτε και έχει γίνει αποδεκτός από την τουριστική αγορά σε επίπεδο επιχειρήσεων.

Η κατανομή των τουριστών ανά ομάδες δείχνει ότι ανήκει στο μεγαλύτερο βαθμό της στον ιδιωτικό και στον δημόσιο τομέα, ενώ σε πολύ μικρά επίπεδα κινούνται οι εξειδικευμένες ομάδες τουρισμού που ανήκουν είτε σε επαγγελματικές ενώσεις είτε σε οργανώσεις πολιτιστικές και θρησκευτικές. Τα δυνατά σημεία για την Τήνο είναι το κλίμα, η εύκολη πρόσβαση νησιά των Κυκλάδων, οι διαφορετικοί τουριστικοί προορισμοί, οι αρχαιολογικοί χώροι και η ιστορία και η πληθώρα

παραθεριστικών και μονίμων κατοικιών σε σχέση με άλλους προορισμούς. Τα αδύνατα σημεία για Τήνο είναι η άνιση ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών, οι αναξιοποίητοι φυσικοί πόροι, η ελλιπής τουριστική προβολή και προώθηση.

Οι ευκαιρίες που παρουσιάζονται για την Τήνο είναι η αξιοποίηση της εγγύτητάς της με άλλες κοντινές περιοχές, η ασφάλεια του προορισμού και της Ελλάδος γενικότερα, η δυναμική των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και η λειτουργία της μαρίνας του νησιού και τα υπόλοιπα έργα που έχουν εξαγγελθεί

Οι απειλές που παρουσιάζονται (κατά σειρά σημαντικότητας) για το νομό είναι η διαρκώς μειωμένη καταναλωτική δύναμη των Ελλήνων πολιτών και η προσφορά χαμηλών τουριστικών υπηρεσιών.

## **Βιβλιογραφία**

- ❖ Βαγιονής, Ν. (2002). «Η εξέλιξη του τουρισμού διαχρονικά» ημερίδα ΣΤΕ «Στόχοι, πολιτικές και μέσα προώθησης του τουρισμού στην Ελλάδα» Ρόδος, 20/4/2002.
- ❖ Βαρβαρέσος, Στ., 2005, “*Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές*”, Εκδόσεις Σακουλά
- ❖ Βελισσαρίου Ε., 2002, “*Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*, από το πρόγραμμα σπουδών *Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων*” (τόμος Δ’), Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα
- ❖ ΕΟΤ, Στοιχεία Ανάπτυξης Τουρισμού Ανά Περιφέρεια Ελλάδος, Τήνος 2014
- ❖ Ζαχαράτος Γ. και Τσάρτας Π., 2008, Πολιτική και Κοινωνιολογία της Τουριστικής Ανάπτυξης, Τόμος Γ’, “*Τουριστικός Τομέας*”, Έκδοση Ε.Α.Π.
- ❖ Ι.Τ.Ξ.Ε., «*Ανάπτυξη τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού*», Α’ & Β’ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2010
- ❖ Ι.Τ.Ξ.Ε., «*Ανάπτυξη τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού*», Α’ & Β’ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2011
- ❖ Ι.Τ.Ξ.Ε., «*Ανάπτυξη τουρισμού, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και νέες μορφές τουρισμού*», Α’ & Β’ Τεύχος, Σεπτέμβριος 2012
- ❖ Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π., 2001, “*Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*”, Εκδόσεις Κριτική
- ❖ Κοκκώσης, Χ, Τσάρτας, Π., 2005, “*Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*”, Εκδόσεις Κριτική
- ❖ Κούρου Ν., 2005, *Σύντομη Επισκόπηση της Ιστορίας της Τήνου, Τήνος – Ιστορία και Πολιτισμός*, Τόμος Α’ Εκδόσεις Δεδεμάδη
- ❖ Λογοθέτη, Χ., 1997, “*Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη*”, Εκδόσεις Σακκουλά
- ❖ Λογοθέτη, Χ., 2009, “*Δίκαιο της τουριστικής βιομηχανίας*”, Εκδόσεις Σακκουλά
- ❖ Μελάς Κ., 2009, *Η Οικονομική Κρίση του 2008 και η Σημασία της*, Εκδόσεις Λιβάνη
- ❖ Μοίρα, Π. (2003). «Από τον προσκυνητή στον θρησκευτικό τουρίστα. Κοινωνιολογική προσέγγιση», Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση, τεύχος 1, No 1, σελ. 87-102.

- ❖ Μοίρα, Πολυξένη (2008). «Έρευνα Τουριστικής Αγοράς», Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης, Τμήμα Τουριστικής Οικονομίας και Ανάπτυξης, Αθήνα.
- ❖ Μοίρα, Πολυξένη (2008). «Η παράμετρος της θρησκείας στον πολιτιστικό τουρισμό», *Αγορά Χωρίς Σύνορα*, τόμος 13 (2), σελ. 152-166
- ❖ Μοίρα, Πολυξένη (2009). *Θρησκευτικός τουρισμός*, εκδ. Interbooks, Αθήνα.
- ❖ Πράσσου Α., 2006, *Πολιτιστικός Τουρισμός στην Περιοχή των Ιωαννίνων – Η Περίπτωση των Ιερών Μονών της Νήσου*, ΕΑΠ, Πάτρα
- ❖ Σφακιανάκης Μ., 2004, “*Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*”, ΕΛΛΗΝ, Αθήνα
- ❖ Τσίτουρα, Αν., 2009, “*Η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα και τις ανταγωνίστριες χώρες*”, έκδοση ΙΤΕΠ
- ❖ Χρήστου Ευαγ., 1999, “*Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*”, εκδόσεις interbooks, Αθήνα

## 1. Παράρτημα – Ερωτηματολόγιο Έρευνας

Το ερωτηματολόγιο αυτό διενεργείται στο πλαίσιο της πτυχιακής μου εργασίας, στο Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. του Πειραιά, υπό την επίβλεψη της καθηγήτριας Δρ. Πολυξένης Μοίρα, με θέμα την ανάπτυξη του θρησκευτικού-πολιτιστικού τουρισμού στην Τήνο.

Θα ήθελα να τονίσω ότι το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και τα στοιχεία που ζητούνται δεν αφορούν συγκεκριμένα πρόσωπα αλλά είναι γενικά και στατιστικά. Θα παρακαλούσα θερμά να συμπληρώσετε το επισυναπτόμενο ερωτηματολόγιο. Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων

### 1. Ψύλο:

- α) Άντρας                       β) Γυναίκα

### 2. Ηλικία

- α) 18-25                                            δ) 46-55                        
β) 26-35                                            ε) 56-65                        
γ) 36-45                                            στ) 66 και άνω

### 3. Επάγγελμα:

- α) δημόσιος υπάλληλος                       στ) μαθητής-τρια   
β) ιδιωτικός υπάλληλος                       ζ) φοιτητής/τρια   
γ) ελεύθερος επαγ/τίας                       η) άνεργος/η   
δ) αγρότης                       θ) συνταξιούχος   
ε) οικιακά                       ι) άλλο .....

### 4. Επίπεδο εκπαίδευσης:

- α) Πρωτοβάθμια   
β) Δευτεροβάθμια (Γυμνάσιο/Λύκειο)   
γ) Τριτοβάθμια (Πανεπιστήμιο / Τ.Ε.Ι.)   
δ) Μεταπτυχιακός τίτλος

### 5. Τόπος κατοικίας .....

### 6. Τρόπος οργάνωσης του ταξιδιού σας:

- α) ατομικά   
β) μέσω ταξιδιωτικού γραφείου   
γ) μέσω της εκκλησίας   
δ) άλλο (εξηγήστε).....

**7. Ταξιδεύετε:**

- α) μόνος/η
- β) με το/την σύζυγο
- γ) με το/την σύζυγο και τα παιδιά
- δ) με το παιδί/ιά
- ε) με φίλο/ους
- στ) με συγγενείς

**8. Ο κύριος λόγος επίσκεψής σας στο νησί είναι:**

- α) προσκύνημα
- β) εκπλήρωση τάματος
- γ) θάλασσα/διακοπές
- δ) επίσκεψη σε συγγενείς/φίλους
- ε) γνωριμία με τον πολιτισμό
- στ) άλλο .....

**9. Που διανυκτερεύσατε στο νησί:**

- α) ξενοδοχείο
- β) ενοικιαζόμενα δωμάτια, διαμερίσματα
- γ) δικό μου σπίτι
- δ) φιλοξενούμενος σε συγγενείς/φίλους
- ε) κάμπινγκ
- στ) ξενώνες της εκκλησίας
- ζ) άλλο (δηλώστε).....

**10. Πόσες διανυκτερεύσεις πραγματοποιήσατε :**

- α) 0 - 2
- β) 3 - 5
- γ) 6 - 10
- δ) Πάνω από 10

**11. Κατά τη διάρκεια της παραμονής σας στο νησί επισκεφθήκατε :**

(Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- |  |   |
|--|---|
| α) μοναστήρια-εκκλησίες <input type="checkbox"/> | ε) περιστριώνες <input type="checkbox"/>    |
| β) μουσεία <input type="checkbox"/>              | στ) σπήλαια <input type="checkbox"/>        |
| γ) φεστιβάλ <input type="checkbox"/>             | ζ) άλλο..... <input type="checkbox"/>       |
| δ) πανηγύρια <input type="checkbox"/>            | η) τίποτα από αυτά <input type="checkbox"/> |



**12. Πόσα χωριά/περιοχές επισκεφθήκατε :**

- α) 0 - 3   
β) 3 - 6   
γ) 6 - 9   
δ) περισσότερα από 9

**13. Δοκιμάσατε τοπικά προϊόντα :**

- α) Ναι  β) Όχι

**14. Αν Ναι, ποιά :**

(Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

- |                     |                          |               |                          |
|---------------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| α) λιαστές ντομάτες | <input type="checkbox"/> | στ) λούζα     | <input type="checkbox"/> |
| β) κάπαρη           | <input type="checkbox"/> | ζ) πηχτή      | <input type="checkbox"/> |
| γ) τυράκι Τήνου     | <input type="checkbox"/> | η) κοπανιστή  | <input type="checkbox"/> |
| δ) γραβιέρα Τήνου   | <input type="checkbox"/> | θ) αμυγδαλωτά | <input type="checkbox"/> |
| ε) λουκάνικο Τήνου  | <input type="checkbox"/> | ι) Άλλο.....  | <input type="checkbox"/> |

**15. Αγοράσατε από το νησί:**

- α) εκκλησιαστικά ενθυμήματα   
β) είδη μαρμαροτεχνικής   
γ) τοπικά προϊόντα   
δ) άλλο .....

**16. Κατά τη διάρκεια της παραμονής στο νησί παρακολουθήσατε:**

- α) Φεστιβάλ Δήμου Τήνου   
β) Φεστιβάλ Δήμου Εξωμβούργου   
γ) Ρακιζιό   
δ) Συναυλίες   
ε) Άλλο.....   
στ) Τίποτε από τα παραπάνω

**17. Μείνατε ικανοποιημένος/η με τη φιλοξενία των κατοίκων?**

- α) Ναι   
β) Όχι

18. Βαθμολογήστε την ποιότητα των υπηρεσιών που σας παρασχέθηκαν συνολικά:

	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΚΗ	ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ
Εξυπηρέτηση					
Ενημέρωση					
Κατάλυμα					
Φαγητό					
Διασκέδαση					
Συγκοινωνίες					

17. Αξιολογήστε τις υπηρεσίες όσον αφορά τις τιμές:

	ΠΟΛΥ ΑΚΡΙΒΑ	ΑΚΡΙΒΑ	ΜΕΤΡΙΑ	ΞΕΘΙΝΑ	ΠΟΛΥ ΞΕΘΙΝΑ
εστιατόρια, ταβέρνες					
καφετέριες, μπαρ					
διαμονή					
μετακινήσεις					
διασκέδαση					
καταστήματα δώρων					

18. Σκέφτεστε στο μέλλον να επισκεφθείτε την Τήνο ξανά:

- α) ναι  γ) ίσως   
 β) όχι  δ) δεν γνωρίζω

19. Αν ναι, γιατί:

- α) προσκύνημα   
 β) διακοπές/θάλασσα   
 γ) γνωριμία με τον πολιτισμό   
 δ) διασκέδαση   
 ε) άλλο .....

20. Αν όχι, γιατί: (σύντομη απάντηση)

.....  
 .....

21. Ποιο είναι το θρήσκευμα σας:

- α) Ορθόδοξος   
 β) Καθολικός   
 γ) άλλο

Σας ευχαριστώ