

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ:
ΣΧΕΔΙΑΣΗ, ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ ΚΑΙ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ANDROID**

**ΓΚΙΖΑΡΗ ΔΕΣΠΟΙΝΑ
ΑΜ: 4494**

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ
ΤΖΗΜΟΥΡΤΑ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ**

**ΚΑΣΤΟΡΙΑ
ΜΑΪΟΣ 2023**

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ΘΕΜΑ: Ολοκληρωμένο σύστημα προώθησης τουριστικού προϊόντος: Σχεδίαση, ανάπτυξη και αξιολόγηση πλατφόρμας και τουριστικής εφαρμογής σε λειτουργικό σύστημα Android

Η αλματώδης ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών στο χώρο της επικοινωνίας και η συνεχής χρήση των κινητών συσκευών, δεν άφησε ανεπηρέαστο και τον τομέα του τουρισμού.

Η χρήση του διαδικτύου δημιούργησε νέες ανάγκες αλλά κάλυψε και πολλές από τις παλιές ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου, όπως η γρήγορη και ολοκληρωμένη πληροφόρηση όπου κι αν βρίσκεται. Η διευκόλυνση αυτή παρέχεται μέσω των εφαρμογών που αναπτύσσονται και μπορεί ο χρήστης να επιλέξει και να τις εγκαταστήσει στο κινητό του.

Η παρούσα εργασία έχει ως στόχο την ολοκληρωμένη προώθηση τουριστικού προϊόντος με τον σχεδιασμό, την ανάπτυξη και την αξιολόγηση πλατφόρμας και τουριστικής εφαρμογής σε λειτουργικό πρόγραμμα Android. Στο θεωρητικό κομμάτι αναλύονται όροι σχετικοί με τον τουρισμό, και την επιρροή του διαδικτυακού μάρκετινγκ τόσο σε αυτό όσο και στους τουρίστες.

Στο πρακτικό κομμάτι αναλύθηκε το όνομα, το λογότυπο, τα είδη τουρισμού που παρέχει ο Δήμος Δομοκού και η κατηγοριοποίηση που προέκυψε από αυτούς ώστε να βασιστεί σε εξαγώμενα δεδομένα η ανάπτυξη της ιστοσελίδας και μετέπειτα της εφαρμογής. Η σελίδα αναπτύχθηκε στο πρόγραμμα wordpress και η εφαρμογή αναπτύχθηκε με τη χρήση του προγραμματιστικού περιβάλλοντος MIT App Inventor για κινητές συσκευές Android. Εν κατακλείδι η εφαρμογή είναι εύκολη στη χρήση της, περιλαμβάνει περιεχόμενα, εισαγωγή βίντεο, εντολή τηλεφωνικής κλίσης, βαθμολόγηση καταστημάτων εστίασης και πεδίο αποστολής μηνυμάτων και σχολιασμού.

ABSTRACT

The colossal development of new technologies in the communication field and the continuous use of mobile devices, have not left unaffected the tourism sector as well. The usage of Web, created new needs but also filled much more of the older needs of modern man, such as the fast and complete information wherever they are located. This empowerment is enabled through developing applications which the user can choose and download into his mobile phone.

The present essay is about a completed promotion of tourism product through designing, developing and assessing on an electronic platform and a tourism application with utilization of an Android operating system. During the theoretically part, there has been analyzed terms related to tourism as also the influence of it, so on online marketing as on the tourists themselves.

On the practical side, there has been studied the name, the logotype, the tourism types which the municipality of Domokos is providing, and furthermore the classification that derived from them due to grounding the webpage and the application on the exported data. The webpage has been developed on the Wordpress program and also the application on the MIT App Inventor programming environment for Android mobile devices. Last but not least, the application is easy to use, includes contents, video introduction, phone call command, rating eating establishments and messaging and commenting fields.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Τουρισμός, τουριστικό προϊόν, προώθηση τουριστικού προϊόντος, Wordpress, MIT App Inventor, εφαρμογή, ιστοσελίδα, εναλλακτικός τουρισμός, αγροτουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, αρχαιολογικός τουρισμός, λαογραφικός τουρισμός, ιαματικός τουρισμός, παραδοσιακά προϊόντα, τοπικά προϊόντα, Δομοκός, Δήμος Δομοκού , Android, travel media, τουριστικό μάρκετινγκ, είδη τουρισμού.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ABSTRACT.....	3
ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ.....	4
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	5
ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	10
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	10
1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	11
1.3.ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΕΙΔΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	11
1.4. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ.....	14
1.5. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΤΟΥ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	14
1.6. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ.....	16
2.1. ΣΚΟΠΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΟΔΗΓΟΥ.....	16
2.2. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	16
2.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ (ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ - ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ).....	17
2.4. TRAVEL MEDIA.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ANDROID.....	19
3.1 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ANDROID.....	19
3.2. GOOGLE PLAY STORE.....	20
3.3. MIT APP INVENTOR.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.....	22
6.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ: Ο ΔΗΜΟΣ ΔΟΜΟΚΟΥ.....	22
6.2. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	24
6.3. ΣΤΑΔΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ.....	26
6.4. ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟ ΔΟΜΟΚΟΥ.....	26
6.4.1 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	26
6.4.2 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	28
6.4.3. ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	28
6.4.4. ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ - ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	29
6.4.5. ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	31
6.4.6. ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	36
6.4.7. ΙΣΤΟΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	37

6.4.8. ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΟΣ - ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	39
6.5. ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΕΠΙΛΟΓΗ ΟΝΟΜΑΤΟΣ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΛΙΣΜΟΙ.....	42
7.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΟΝΟΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ APP.....	42
7.2 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΛΙΣΜΟΙ ΤΩΝ ΣΧΗΜΑΤΩΝ.....	43
7.3 ΣΥΜΒΟΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΧΡΩΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: WORDPRESS.....	44
8.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ WORDPRESS.....	44
8.2 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΣΕΛΙΔΑΣ.....	44
8.2.1. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΡΧΙΚΗΣ ΣΕΛΙΔΑΣ.....	44
8.2.2 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΜΕΝΟΥ.....	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΜΙΤ APP INVENTOR.....	53
9.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΜΙΤ APP INVENTOR.....	53
9.2. ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	53
9.3. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ.....	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA ΣΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΣΚΕΨΗΜΟΤΗΤΑ ΤΩΝ SITES.....	67
10.1. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ SOCIAL MEDIA.....	67
10. 2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑΣ SITE.....	68
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	68
ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ - ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΚΠΟΝΗΣΗ.....	69
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	71

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

• Εικόνα 7.2.1: Το λογότυπο της ιστοσελίδας και της εφαρμογής.....	43
• Εικόνα 8.2.1.1: Η ταυτότητα της ιστοσελίδας.....	45
• Εικόνα 6.2.1.2: Πληροφορίες και στοιχεία επικοινωνίας.....	45
• Εικόνα 8.2.1.3: Το λογότυπο, ο τίτλος και το κυρίως μενού.....	45
• Εικόνα 8.2.1.4: Καλωσόρισμα και εστιακό σημείο.....	46
• Εικόνα 8.2.1.5: Columns με εικόνα και σύνδεσμο.....	46
• Εικόνα 8.2.1.6: Εναλλακτικοί τρόποι τουρισμού.....	47
• Εικόνα 8.2.1.7: Άρθρα.....	47
• Εικόνα 8.2.1.8: Footer.....	47
• Εικόνα 8.2.1.9: RSS.....	48
• Εικόνα 8.2.2.1: Χαρακτηριστικά του τόπου μας.....	48
• Εικόνα 8.2.2.2: Κατηγορία Μορφές Τουρισμού.....	49
• Εικόνα 8.2.2.3: Κατηγορία Φωτογραφίες.....	49
• Εικόνα 8.2.2.4: Κατηγορία Χρήσιμα τηλέφωνα.....	50
• Εικόνα 8.2.2.5: Κατηγορία Δραστηριότητες.....	50
• Εικόνα 8.2.2.6: Κατηγορία Προτάσεις.....	51
• Εικόνα 8.2.2.7: Προτάσεις για ζευγάρια.....	51
• Εικόνα 8.2.2.8: Κατηγορία CHATDOM.....	52
• Εικόνα 8.2.2.9: Κατηγορία Κοντινών Προορισμών.....	52
• Εικόνα 8.2.2.910: Τα χρώματα μέσα στις σελίδες του site.....	53
• Εικόνα 9.2 1: Εφαρμογές και Start new project.....	54
• Εικόνα 9.2 2: Περιβάλλον δημιουργίας της εφαρμογής.....	54
• Εικόνα 9.2 3: Palette και Properties.....	55
• Εικόνα 9.2 3: Καρτέλα εντολών Block.....	55
• Εικόνα 9.2 5: Κατηγορία Components.....	56
• Εικόνα 9.3 1: Εικονίδιο και αρχική σελίδα της εφαρμογής.....	57
• Εικόνα 9. 2: Βασικό MENU.....	58
• Εικόνα 9.3.3: Μενού από τα χαρακτηριστικά του τόπου & η σελίδα εκδηλώσεις.....	59
• Εικόνα 9.3 4: Αγροτουρισμός & Ομάδα Παραγωγών Θέτις Γη.....	60
• Εικόνα 9.3 5: Μενού Αρχαιολογικού Τουρισμού και σελίδα της Ακρόπολης της αρχαίας Προέρνας.....	61
• Εικόνα 9.3 6: Θρησκευτικός Τουρισμός και η σελίδα της Ι. Μ. Παναγίας Αντίνιτσας.....	62
• Εικόνα 9.3.7: Ιαματικός και Λαογραφικός Πολιτισμός.....	63
• Εικόνα 9.3 8: Μενού Αξιοθέατα και κατηγορία Μνημείο Πεσοντών.....	64

- Εικόνα 9.3 9: Μενού παραδοσιακών εργαστηρίων και σελίδα Εργαστήριο Ζυμαρικών “ Αργύρη.....65
- Εικόνα 7.3.10: Μενού Χρήσιμα τηλέφωνα και κατηγορία εστίαση.....66
- Εικόνα 9.3.11: Δραστηριότητες και CHAT...DOM.....67
- Εικόνα: Αναφορά σφάλματος70

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός στην χώρα μας έχει γνωρίσει αισθητή ανάπτυξη τις τελευταίες δεκαετίες με αποτέλεσμα, μεγάλα οικονομικά μεγέθη να συνδέονται με αυτόν. Η επιτυχία των τουριστικών προορισμών δεν βασίζεται μόνο στην εκτεταμένη δημοσιότητα αλλά χρειάζεται και σωστό πλάνο μάρκετινγκ προκειμένου να εξασφαλίσουν οικονομική ευημερία και σταθερή προτίμηση στο τουριστικό κοινό.

Στην παρούσα εργασία καλούμαστε να σχεδιάσουμε ένα ολοκληρωμένο σύστημα προώθησης τουριστικού προϊόντος με τη δημιουργία ιστοσελίδας Wordpress και εφαρμογής στο πρόγραμμα MIT App Inventor.

Οι βασικές έννοιες του θέματος που πρέπει να κατανοήσουμε αρχικά είναι ο ορισμός του τουριστικού προϊόντος και ποιά η σύνδεσή του με το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ. Έπειτα προσπαθούμε να κατανοήσουμε και να διαχωρίσουμε τα είδη τουρισμού που μπορούν να αναπτυχθούν στην περιοχή μας και να αποφασίσουμε ποια μέρη μπορούμε να προβάλουμε. Στόχος είναι να δημιουργηθούν δύο διαδικτυακές πλατφόρμες οι οποίες θα καλύπτουν όσο το δυνατόν περισσότερο τις ανάγκες προώθησης το Δήμου Δομοκού που είναι το βασικό τουριστικό προϊόν .

Η μεθοδολογία που αναπτύχθηκε ήταν αυτή της ποιοτικής έρευνας με συνδυασμό μεθόδων όπως της μελέτης περίπτωσης και της ανάλυσης κειμένου και αρχειακού υλικού. Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε ήταν μεικτή καθώς χρησιμοποιήθηκαν ιστορικά στοιχεία, σύγχρονα στοιχεία που δείχνουν τις προτιμήσεις του κοινού και η πειραματική δημιουργώντας την ιστοσελίδα, την εφαρμογή για Android και χρησιμοποιώντας σπανίως τα Social Media δίνοντας έμφαση στο Instagram ώστε να γίνει αντιληπτή η απήχηση του προορισμού.

Με λίγα λόγια παρακάτω μπορείτε να διαβάσετε για τα είδη τουρισμού, τα συστατικά του στοιχεία, την σύνδεση του με το e-marketing, και τα travel media. Έπειτα γίνει αναλυτική παρουσίαση των ειδών τουρισμού του Δήμου Δομοκού και τα target groups στα οποία απευθύνεται, όπως και την λεπτομερή “πλοήγηση” με εικόνες στην ιστοσελίδα, στο πρόγραμμα MIT App Inventor και στην ίδια την εφαρμογή. Τέλος δίνονται τα στατιστικά στοιχεία που εξήχθησαν από από την επισκεψιμότητα του site και του Instagram.

ΜΕΡΟΣ Ι

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑΤΙ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Ο τουρισμός δεν αποτελεί σύγχρονο φαινόμενο στον κόσμο. Οι πρώτες μορφές που εντοπίζονται στον ελλαδικό χώρο φτάνουν στα χρόνια της αρχαιότητας, όταν ακόμη οι τότε ιστορικοί και φιλόσοφοι έφευγαν από την πόλη του και πήγαιναν σε μια άλλη για να γνωρίσουν άλλους λαούς και πόλεις - κράτη. Τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα όμως είναι αυτά των Ολυμπιακών Αγώνων που πλήθος κόσμου επισκεπτόταν την Αρχαία Ολυμπία ή κατά τη διάρκεια των Ελευσίνιων Μυστηρίων που συμμετείχαν χιλιάδες πιστοί από όλες τις πόλεις του ελλαδικού χώρου.. Πιο έντονο γίνεται το φαινόμενο την περίοδο της ρωμαϊκής αυτοκρατορίας που ξεκινά ο τουρισμός να παίρνει μια άλλη διάσταση αφού αυτή τη φορά η μετακίνηση δεν ήταν μαζική ή για κάποιο σπουδαίο γεγονός, αλλά γίνεται ατομικά ή σε ομάδα λίγων ανθρώπων οι οποίοι επισκέπτονται λουτρά και αναζητούν τη χαλάρωση.

Η κινητικότητα αυτή επιφέρει αλλαγές όχι μόνο στους ίδιους αλλά και σε όλα τα εμπλεκόμενα μέρη, από την στιγμή που αποχωρεί κάποιος από το σπίτι του μέχρι τη στιγμή που θα επιστρέψει από τον τόπο που επισκέφτηκε. Η κινητικότητα αυτή σημαίνει οικονομία, μεταφορές, καταλύματα, εστίαση, αξιοθέατα, πολιτισμός και κουλτούρα.

Στη χώρα παραδοσιακά στηρίζει το κομμάτι της οικονομίας της στον τουρισμό με συνεχείς άνοδο επισκεψιμότητας μέχρι το καλοκαίρι του 2019. Το 2022 κατέφθασαν στην Ελλάδα πάνω 27,8 εκατομμύρια τουρίστες¹ που αναζητούσαν ένα πλήρες πακέτο διακοπών. Πρακτικά σημαίνει χιλιάδες θέσεις εργασίας, εκατομμύρια ευρώ στην ελληνική αγορά χάρη στον τουρισμό, οικονομική και βιοποριστική ανάπτυξη. Τι σημαίνει όμως στην πραγματικότητα τουρισμός, ποιές οι διακρίσεις του, από τι εξαρτάται και πως επιτυγχάνεται το σωστό “πακέτο” διακοπών;

¹ 27,8 εκατ. τουρίστες «ψήφισαν» Ελλάδα το 2022 - Πόσα χρήματα άφησαν. (2023, February 21). Η NAYTEMΠΟΡΙΚΗ. Ανακτήθηκε (Φεβρουάριος 27, 2023), από <https://www.naftemporiki.gr/finance/economy/1441842/278-ekat-toyristes-psifisan-ellada-to-2022-posa-chrimata-afisan/>

1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στην παγκόσμια βιβλιογραφία έχουν γίνει αμέτρητες προσπάθειες ώστε να δοθεί ένας πλήρης ορισμός του τουρισμού. *“Τουρισμός είναι η πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων, από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής σε άλλο, με σκοπό την ψυχική ευχαρίστηση. Το στοιχείο της μετακίνησης αποτελεί ένα θέμα που απαιτεί οριοθέτηση σε σχέση με τον χρόνο που διαρκεί. Συνηθίζεται να θεωρείται τουριστική η μετακίνηση που έχει διάρκεια τουλάχιστον 24 ώρες. Η μέγιστη διάρκεια ενός τουριστικού ταξιδιού θεωρείται κατ’ άλλους το εξάμηνο, ενώ κατ’ άλλους το έτος”.* (Λαλούμης, 2005,14)

Ο ορισμός αυτός έχει πολλά κενά ως προς τις δραστηριότητες του τουρίστα. Τουρισμός, λοιπόν, είναι η πρόσκαιρη ατομική ή ομαδική μετακίνηση ανθρώπων σε ένα άλλο τόπο, πέραν αυτόν της μόνιμης κατοικίας τους ή τον τόπο με τον οποίο έχουν ισχυρούς δεσμούς, με σκοπό την ευχαρίστηση, την χαλάρωση και τον πιο ξέγνοιαστο τρόπο ζωής. Η διαμονή τους εκεί θα πρέπει να συνδυάζεται κυρίως με κάποιο γνωστό είδος τουρισμού, να έχει όσο το δυνατόν λιγότερη σχέση με τη εργασία των ατόμων και τις οικονομικές του δραστηριότητες. Σημαντικός παράγοντας είναι να εξαρτάται η διαμονή και η διατροφή κατά κύριο λόγο από τρίτο άτομο και η διαμονή σε αυτό τον τόπο να μην είναι λιγότερη του ενός εικοσιτετραώρου και όχι περισσότερη των 30 ημερών.

1.3.ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΕΙΔΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι διακρίσεις των ειδών του τουρισμού ποικίλουν. Χρησιμοποιώντας τη επαγωγική μέθοδο θα ξεκινήσουμε την ανάλυση τους από τα γενικότερα είδη προς τα ειδικότερα.

Οι άνθρωποι ως όντα με μεγάλη περιέργεια αλλά και όρεξη για μάθηση τείνουν να μετακινούνται συχνά. Η μετακίνηση αυτή μπορεί να χαρακτηριστεί σύμφωνα με τον τόπο μόνιμης κατοικίας και τον τελικό προορισμό του τουρίστα σε εγχώριο, εισερχόμενο ή εξερχόμενο. Καθοριστικό ρόλο παίζει η περίοδος και ο προορισμός. Για το λόγο αυτό έχουμε τον θερινό τουρισμό, τον χειμερινό τουρισμό και τον τουρισμό ολόκληρου του έτους.

Η Ελλάδα χάρη στο εξαιρετικό της κλίμα και τις ιδιαιτερότητες της σχετικά με τα καιρικά φαινόμενα είναι χώρα με τουριστική κίνηση ολόκληρο το χρόνο, όμως χαρακτηρίζεται κυρίως ως χώρα θερινού τουρισμού. Παρόλα αυτά έχει στη διάθεσής τα κλασικά είδη τουρισμού που χαρακτηρίζονται από μαζικότητα αλλά και πλήθος βιώσιμων εναλλακτικών τρόπων τουρισμού που προτιμούνται από λιγότερο κόσμο.

Οι Κοκκώσης και Τάρτας (2001) αναγνωρίζουν τα 18 είδη ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού που ακολουθούν. Πέρα από την συγκεκριμένη κατηγοριοποίηση μπορούν να διαχωριστούν και χρονικά (θερινός, χειμερινός και χρονομεριστικός) σύμφωνα με τον πίνακα που ακολουθεί:

	ΕΙΔΙΚΟΣ - ΜΑΖΙΚΟΣ	ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ
ΘΕΡΙΝΟΣ	<ul style="list-style-type: none"> • τουρισμός της Τρίτης ηλικίας • θαλάσσιος τουρισμός • ιαματικός τουρισμός, θερμαλιστικός τουρισμός • Πολιτιστικός τουρισμός • εκπαιδευτικός τουρισμός • θρησκευτικός τουρισμός • επαγγελματικός τουρισμός • συνεδριακός τουρισμός • εκθεσιακός τουρισμός 	<ul style="list-style-type: none"> • αγροτουρισμός • συμπλέγματα αγροτουρισμού σε σύγχρονους οικισμούς, δομημένα με χαρακτηριστικά παραδοσιακών αγροτικών οικισμών • συμπλέγματα αγροτουρισμού σε σύγχρονους οικισμούς, δομημένα με χαρακτηριστικά παραδοσιακών αγροτικών οικισμών • περιηγητικός τουρισμός • οικολογικός τουρισμός, οικοτουρισμός

ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ	<ul style="list-style-type: none"> ● ορεινός τουρισμός ● χειμερινός τουρισμός 	<ul style="list-style-type: none"> ● ορεινός τουρισμός ● Γυμναστικός τουρισμός ● τουρισμός περιπέτειας
ΧΡΟΝΟΜΕΡΙΣΤΙΚΟΣ	<ul style="list-style-type: none"> ● Κοινωνικός τουρισμός ● κοινωνικός τουρισμός επαγγελματιών ενώσεων ● Αθλητικός τουρισμός ● τουρισμός σε θεματικά πάρκα και θεματικά μουσεία ● Αστικός τουρισμός ● τουρισμός κινήτρων 	<ul style="list-style-type: none"> ● Τουρισμός στο ύπαιθρο, φυσιολατρικός τουρισμός ● Γυμναστικός τουρισμός ● οικολογικός τουρισμός, οικοτουρισμός ● τουρισμός υγείας και φυσικής ζωής ● τουρισμός οργανωμένα τουριστικά χωριά ειδικού τύπου ● τουρισμός κινήτρων

Σύμφωνα με την ηλικία: σε παιδικό, νεανικό, ενηλίκων και υπερηλίκων.

Με βάση την οικογενειακή κατάσταση σε: ζευγαριών, μόνους και οικογένειας

Με βάση τον φορέα: σε ιδιωτικό, κοινωνικό και τουρισμό κινήτρων

και με βάση το κόστος σε τουρισμό σακιδίου - camping, μεσαίας οικονομικής κατάστασης και πολυτελείας.

1.4. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Πέρα από τους παράγοντες που αναλύθηκαν παραπάνω ένας εν δυνάμει τουριστικός προορισμός μπορεί να επηρεαστεί από την κοινωνική, οικονομική και πολιτική κατάσταση που υπάρχει στην εκάστοτε περιοχή μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Σε έναν νεοαναδειχθή τουριστικό προορισμό σημαντικό ρόλο έχει παίζει η ελκυστικότητα, η απόσταση από τα αστικά κέντρα, η προσβασιμότητα και το κλίμα. Από εκεί και έπειτα ο προορισμός μπορεί να διαμορφωθεί από τους ίδιους τους κατοίκους ώστε να μπορεί να εξυπηρετήσει μεγαλύτερο εύρος αναγκών - επιθυμιών όπως είναι η άνεση, το κόστος διαμονής, διατροφής και μετακίνησης, οι παρεχόμενες υπηρεσίες και δραστηριότητες, η ευχαρίστηση, οι εμπειρίες, οι σωματικές, συναισθηματικές και εγκεφαλικές συγκινήσεις.

1.5. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΤΟΥ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Ως τουριστικό προϊόν μπορεί να χαρακτηριστεί ένας προορισμός. Ο προορισμός αυτός αποτελείται από υποδομές, αξιοθέατα και υπηρεσίες. Όλα αυτά δημιουργούν στον επισκέπτη μία συνολική εμπειρία κατά την περίοδο διαμονής του. Η εμπειρία που δημιουργείται δεν εξαρτάται μόνο από τις παραπάνω κατηγορίες, σημαντικό ρόλο έχουν και οι παράγοντες που ακολουθούν οι οποίοι έχουν σχέση με τη διαμόρφωση του φυσικού περιβάλλοντος, τα θρησκευτικά, ιστορικά και πολιτιστικά μνημεία, τα καταλύματα και η εστίαση.

Τα συστατικά στοιχεία όμως ενός προορισμού μπορεί να είναι εκτός από υλικά και άυλα. Τα υλικά συστατικά προέρχονται από διάφορους αξιοποιήσιμους πόρους όπως οι μεταφορές, το φυσικό περιβάλλον, οι σύγχρονες, οι ιστορικές, οι πολιτισμικές και οι θρησκευτικές υποδομές, δηλαδή είναι κάποια συστατικά τα οποία μπορούν να δημιουργηθούν, να αλλοιωθούν να συντηρηθούν και να υποστούν οποιαδήποτε επεξεργασία .

Στα άυλα στοιχεία προστίθεται η αίσθηση που εισπράττει ο επισκέπτης κατά τη διάρκεια της παραμονής του, αυτά μπορεί να είναι οι μυρωδιές, η φιλοξενία, η θέα ενός τοπίου, η αύρα του περιβάλλοντος ή κάποιου κτιρίου, η ζεστασιά των ανθρώπων, οι ιστορίες, οι μύθοι και οι θρύλοι της περιοχής που τη συνοδεύουν. Τα συναισθήματα που θα δημιουργηθούν κατά τη διάρκεια της ταξιδιωτικής εμπειρίας από τον τόπο κύριας κατοικίας έως τον τόπο προορισμού, οι προσδοκίες που έχει για αυτόν αλλά και για τον ίδιο τον ταξιδιώτη κατά την παραμονή του στον τελικό προορισμό.

Τα βασικά συστατικά στοιχεία του τουριστικού προϊόντος που θα πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία είναι τα ακόλουθα:

- Η προσβασιμότητα στον τελικό προορισμό παίζει σημαντικό ρόλο για την ψυχολογική και σωματική κατάσταση του επισκέπτη οι οποίες τον επηρεάζουν από την αρχή είτε θετικά είτε αρνητικά. Συνεπώς συνδέεται άμεσα με τα υλικά στοιχεία στα οποία θα πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία.
- Οι εγκαταστάσεις: Τόσο στα καταλύματα όσο στην εστίαση, στα καταστήματα, και στους κοινόχρηστους χώρους που επιτρέπουν στον επισκέπτη να βιώσει την απόλυτη αίσθηση της άνεσης, της φιλοξενίας και της εξυπηρέτησης ώστε να του δοθεί το ερέθισμα της επιθυμίας να μείνει μεγαλύτερη διάρκεια στον τόπο.
- Η τιμή μπορεί να παίζει καθοριστικό ρόλο για τον τουριστικό προορισμό διότι οι επισκέπτες θα πρέπει να απολαμβάνουν όλες τις υπηρεσίες σε όσο μικρότερο κόστος γίνεται αλλά να συνοδεύονται με το μέγιστο των παροχών των οποίων μπορούν να προσφερθούν. Η τιμή των προϊόντων δεν έχει τόσο μεγάλη σημασία εάν την δούμε αποσπασματικά, αλλά ο επισκέπτης για να φτάσει έως τον προορισμό και να απολαύσει όλες τις παροχές τις οποίες επιθυμεί, θα πρέπει να έχει δώσει χρόνο και χρήμα.
- Οι μορφές τουρισμού συνεπάγονταν τόσο με τα αξιοθέατα όσο και με την αύρα του προορισμού. Όταν αναφερόμαστε σε ιστορικά μνημεία το μυαλό και οι αισθήσεις πάνε στο παρελθόν, σε συνδυασμό με το φυσικό περιβάλλον και τον τρόπο διαμόρφωσης του τουριστικού προορισμού μπορούν να δώσουν μία ξεχωριστή αίσθηση η οποία μπορεί να χαραχθεί στη μνήμη του ανθρώπου.
- Μεγάλο ρόλο για τον άνθρωπο παίζουν οι εικόνες. Οι εικόνες αυτές μπορεί να προέρχονται από το γενικότερο πλαίσιο του προορισμού ως τοπίο, από μυρωδιές οι οποίες θα φέρουν στη μνήμη εικόνες, από συμπεριφορές και συναισθήματα που μπορούν να διαμορφώσουν με αυτόν τον τρόπο μία ιδιαίτερη εικόνα στο μυαλό και στην ψυχή του επισκέπτη.
- Τέλος καθοριστικό ρόλο έχει και η διαφοροποίηση του προορισμού μας. Η ιδιαιτερότητα του μπορεί να προσελκύσει περισσότερο κόσμο συνδυαστικά με τους γύρω προορισμούς αφού θα σκεφτεί πώς θα ζήσει μία ξεχωριστή εμπειρία την οποία δεν έχει βιώσει κάπου αλλού. Δεν θα είναι απλά μία ακόμη εκδρομή στη φύση μία περιήγηση σε έναν αρχαιολογικό χώρο, θα είναι ένας συνδυασμός εμπειριών, αισθήσεων και συναισθημάτων.

1.6. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το τουριστικό μάρκετινγκ θεωρητικά δεν διαφέρει από το εμπορικό με τη μόνη διαφορά πως στο τουριστικό υπάρχει η λεπτή γραμμή, αυτή της ζήτησης και της προσφοράς, της προώθησης και της διανομής. Απαιτούν μεγαλύτερη προσπάθεια, έρευνα και στρατηγική. Αυτό γίνεται γιατί κάθε φορά υπάρχει ο παράγοντας “άνθρωπος” που είναι η βάση της τουριστικής οικονομίας. Κατά το τουριστικό

μάρκετινγκ υπάρχει διαφορά προσέγγισης του τουρίστα και το εκδρομέα, του ημεδαπού ή του αλλοδαπού, της κουλτούρας και των απαιτήσεων. Για το λόγο αυτό όλοι όσοι ασχολούνται με τον τομέα του τουρισμού είναι “υποχρεωμένοι” να ασχολούνται κατά μια έννοια με το μάρκετινγκ, την προώθηση της δουλειάς τους με τους παραδοσιακού και σύγχρονους τρόπους (π.χ. παρουσία στο διαδίκτυο).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

2.1. ΣΚΟΠΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΟΔΗΓΟΥ

Στον τομέα του μάρκετινγκ οι σύγχρονες τεχνολογίες διαδικτύου δίνουν την λύση στις συνεχείς οικονομικές απαιτήσεις που ζητούνται από παραδοσιακά μέσα προώθησης. Τον κλάδο αυτό ακολουθεί αναπόφευκτα και το μάρκετινγκ των τουριστικών προορισμών. Τα διαδικτυακά εργαλεία προσφέρουν περισσότερα πλεονεκτήματα καθώς απευθύνονται σε εκατομμύρια ανθρώπους με συγκεκριμένες απαιτήσεις και προτιμήσεις. Οι αναζητήσεις που πραγματοποιούνται καθημερινά για τους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως είναι ένα δώρο για οικονομία και τους ανθρώπους που ασχολούνται με αυτούς.

Καθοριστική είναι η συμβολή των online κοινοτήτων, των Forums, των social media, των τουριστικών γραφείων και των σελίδων που πραγματοποιούν online κρατήσεις (π.χ. Booking, Trivago κλπ), στην ολοκληρωμένη εικόνα των δυνητικών επισκεπτών για έναν τουριστικό προορισμό.

Επίσης υπάρχουν εφαρμογές και sites που δίνουμε στον “πελάτη” από πριν την δυνατότητα δημιουργίας ολοκληρωμένου πακέτου διακοπών χωρίς ιδιαίτερο κόστος και σπατάλης χρόνου, επιτρέποντάς του να βιώσει από πολύ νωρίς την εμπειρία του ταξιδιωτικού του προορισμού καθώς γνωρίζει από πριν λίγα πράγματα για την κουλτούρα, τον τρόπο ζωής και τις εικόνες που θα μπορέσει να απολαύσει από κοντά.

2.2. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το μάρκετινγκ του τουριστικού προϊόντος, μεταβάλλεται και προσαρμόζεται ανάλογα με την τεχνολογική επανάσταση ώστε οι τουριστικές επιχειρήσεις και οργανισμοί να αυξήσουν την αποδοτικότητά τους και τον ανταγωνισμό. Η χρήση του

affiliate (συνεργατικού) μάρκετινγκ είναι αρκετά διαδεδομένα τα τελευταία χρόνια ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς με αμφίδρομα αποτελέσματα.

Τα νέα κανάλια επικοινωνίας ενός τουριστικού προϊόντος απαιτούν μεγαλύτερη και ποιοτικότερη παραγωγή προωθητικού υλικού και ενεργειών. Η χρήση των μέσων κοινής δικτύωσης (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat και Tik Tok) συμβάλλουν δραστικά στην ανάπτυξη και στις απαιτήσεις του αγοραστικού κοινού. Η πληρωμένη προώθηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιφέρει πολλούς υποψήφιους τουρίστες στις σελίδες του με σκοπό την αναζήτηση πληροφοριών και την πραγματοποίηση κράτησης.

Άλλο ένα φαινόμενο προωθητικής ενέργειας αποτελεί το νέο trend της εποχής μας με τους influencers και τα giveaways. Στην πρώτη περίπτωση μιλάμε ξανά για ένα είδος affiliate μάρκετινγκ μόνο που αυτό γίνεται πιο στοχευμένα και σε πραγματικό χρόνο από ανθρώπου που έχουν επιρροή μέσω των social media σε συγκεκριμένο target group. Αυτού του είδους οι πρακτικές πραγματοποιούνται κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες, με σχετικά χαμηλό κόστος και υψηλότερη αποτελεσματικότητα αναλογικά με την απήχηση που θα έχει το προϊόν υπό άλλες συνθήκες. Οι influencers πραγματοποιούν ανα τακτά χρονικά διαστήματα stories, posts και reels στους λογαριασμούς τους με το προϊόν, μιλούν για την εμπειρία τους, δίνουν προσφορές τις οποίες έχουν προσυμφωνήσει, παρουσιάζουν μέρη που έχουν επισκεφτεί με αποτέλεσμα οι ακόλουθοι να μπαίνουν στη διαδικασία να αναζητήσουν περισσότερες πληροφορίες.

Κάτι παρόμοιο γίνεται και με τα giveaways σε ξενοδοχεία, κέντρα αισθητικής και σε καταστήματα εστίασης μιας περιοχής. Για να λάβεις μέρος στον διαγωνισμό συνήθως δεν αρκεί ένα like ή ένα follow αλλά απαιτείται μια σειρά βημάτων που βάζει τον ενδιαφερόμενο στη διαδικασία μεγαλύτερης διάδρασης με το προϊόν με το να ακολουθήσει σελίδες, να πατήσει likes και σε άλλες αναρτήσεις, να προσθέσει άτομα, δημιουργώντας έτσι μια μαζική στόχευση προς έναν προορισμό.

Έτσι η ανάπτυξη των εργαλειών αυτών επιφέρει μια σειρά διαδοχικών αλλαγών στον τρόπο προώθησης και λήψης ερεθισμάτων της τουριστικής εμπειρίας.

2.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ (ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ - ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ)

Μετά την έκρηξη του διαδικτύου και της συνεχούς παρουσίας όλων των ανθρώπων, των οργανισμών, των καταστημάτων και των τουριστικών προορισμών στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και της αύξησης του ανταγωνισμού έχουν δημιουργηθεί πλεονεκτήματα σε σχέση με τον παραδοσιακό τρόπο προώθησης του τουριστικού οδηγού.

Τα πλεονεκτήματα αυτά δεν αφορούν μόνο τους τουρίστες αλλά ολόκληρη την οικονομία των τουριστικών προορισμών.

Για τους τουρίστες

- Οι περισσότερες πληροφορίες μειώνουν το χάσμα μεταξύ της προσδοκώμενης

υπηρεσίας και της υπηρεσίας που τελικά λαμβάνεται.

- Άμεση πρόσβαση σε τουριστικά sites και εφαρμογές όπου παρέχονται όλες οι πληροφορίες που επιθυμείς σχετικά με τις τιμές, τις αποστάσεις, τον τρόπο μεταφοράς, την εστίαση, τον καιρο, τα καταλύματα, την εστίαση κλπ. ώστε να αποφασίσει που θα ταξιδέψει, τι θα επισκεφτεί και για να πραγματοποιήσει online τις κρατήσεις.
- Μεγάλη ευκολία στη χρήση καθώς υπάρχει πρόσβαση από οποιαδήποτε συσκευή διαθέτει σύνδεση στο διαδίκτυο με την δυνατότητα επιλογής γλώσσας ώστε η πληροφορία να φτάνει πιο οικία μπροστά στον ενδιαφερόμενο.
- Δυνατότητα διαπίστωσης της εγκυρότητας των τουριστικών πακέτων και προσδοκιών μέσα από την επικοινωνία με άλλους χρήστες των social media, των Forums ακόμη και μέσα από τους ίδιους τους ταξιδιωτικούς οδηγούς ανάλογα με τις κριτικές που έχουν κάνει στον εκάστοτε ιστότοπο.
- Πλοήγηση μέσα από χάρτες σε ζωντανό χρόνο χάρη στην εφαρμογή του GPS.
- Δυνατότητα πλοήγησης και εκμάθησης μέσω των εφαρμογών web viewer.
- Δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε μεγάλο αριθμό υπηρεσιών, προϊόντων, τοποθεσιών και είδος τουρισμού

Για τους τουριστικούς προορισμούς

- Ανεξάρτητη προώθηση των τουριστικών προορισμών μέσω ιστοσελίδων, εφαρμογών, groups και social media.
- Ανάδειξη νέων τουριστικών προορισμών που συμβάλλουν στην ανάπτυξη και στην οικονομία κάθε περιοχής.
- Ανάπτυξη και αναγνωρισιμότητα πέρα από τα στενά όρια του νομού ή της χώρας με για κάθε περιοχή εκμεταλευόμενη τον φυσικό, ιστορικό και θρησκευτικό της πλούτο
- Δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης με τους τουρίστες καθώς έρχονται σε επαφή με νέους πελάτες-καταναλωτές.
- Μικρότερη τιμή προβολής και διαφήμισης.
- Διαδικτυακή έρευνα, σχετικά με την επισκεψιμότητα των κατηγοριών που ενδιαφέρουν τους τουρίστες αλλά και με διαδικτυακά ερωτηματολόγια ώστε να γίνει ακριβέστερη εξαγωγή συμπερασμάτων ως προς τις προτιμήσεις τους, τα ενδιαφέροντα τους αλλά και για την βελτίωση των υπηρεσιών που προσφέρονται. Συνεχής βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.²

² ΒΑΤΣΙΚΟΣ Α. (2021). ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΟΔΗΓΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ. ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ, ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ, ΤΜΗΜΑ ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

2.4. TRAVEL MEDIA

Άλλη μια τάση της εποχής μας είναι η δημιουργία λογαριασμών στα μεσα κοινωνικής δικτύωσης, από ανεξάρτητους ανθρώπους που αγαπούν τη φύση, τον τόπο τους με ότι αυτό συνεπάγεται, και αποφασίζουν να αφιερώσουν προσωπικό χρόνο για την ανακάλυψη αλλά την προώθησή του.

Οι άνθρωποι αυτοί δεν έχουν συγκεκριμένο όριο ηλικίας, είναι δραστήριοι, ανήσυχοι, διψούν για την απόκτηση και τη διάδοση της πληροφορίας. Συχνά θα τους δεις με μια φωτογραφική μηχανή, ένα κινητό ή το τηλεχειριστήριο ενός drone στο χέρι. Δημοσιεύουν συνέχεια φωτογραφίες, κάνουν vlog και δεν ξεχνούν ποτέ την προσθήκη της τοποθεσίας, των hastags, των mentions και δεν σταματουν να εκπλήσουν και τον πιο απαιτητικό επισκέπτη του προφίλ τους.

Συνήθως αυτοί οι λογαριασμοί αποκτούν πολλούς followers, τα posts τους αναδημοσιεύονται και δημιουργείται για κινητικότητα αρχικά γύρω από το προφίλ και έπειτα γύρω από τον προορισμό.

Ανάλογα με την απήχηση στο κοινό μέσω του προφίλ μπορούν να διοργανωθούν διάφορες εκδηλώσεις που δεν περνούν απαρατήρητες ούτε από την τοπική κοινωνία, ούτε από τα τοπικά και εθνικά sites. Έτσι δημιουργείται ένα είδος φήμης, ένα είδος δυνητικού τουρισμού που αρκετές φορές αποδίδει εάν την κινητικότητα αυτή συμμερίζονται και υποστηρίζουν οι τοπικοί φορείς και η κοινωνία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ANDROID

3.1 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ANDROID

Το γνωστό σε όλους μας Android είναι ένα πρόγραμμα ελεύθερου κώδικα Πάνω στο οποίο στηρίζονται προγραμματιστές ώστε να δημιουργήσουν εφαρμογές κατάλληλες για ένα συγκεκριμένο λειτουργικό σύστημα.

Το android είναι πρόγραμμα το οποίο έχει βασιστεί στο λειτουργικό σύστημα των Linux και πρωτοκυκλοφόρησε 2008. Έως τώρα έχει κυκλοφορήσει συνολικά 21 εκδόσεις με πιο πρόσφατη την Android 13, το καλοκαίρι του 2022. Το λειτουργικό σύστημα android αφορά κινητές συσκευές όπως tablet και Smartphone στα οποία δίνει συνδεσιμότητας με NFC.

3.2. GOOGLE PLAY STORE

Google Play Store είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα του λειτουργικού συστήματος Android. Στο Play Store είναι ανεβασμένες χιλιάδες εφαρμογές, από χρήστες του διαδικτύου οι οποίοι τις προσφέρουν είτε δωρεάν είτε επί πληρωμή.

3.3. MIT APP INVENTOR

Το MIT App Inventor είναι μία πλατφόρμα δημιουργίας εφαρμογών η οποία σχεδιάστηκε από την Google σε συνεργασία το Τεχνολογικό Ινστιτούτο μασαχουσέτης ώστε να δώσει τη δυνατότητα σε άτομα που δεν έχουν γνώσεις προγραμματισμού να δημιουργήσουν τις δικές τους εφαρμογές μέσω πλακιδίων (blocks). Η εφαρμογή έχει και εκπαιδευτικό χαρακτήρα.

Σε σχέση με άλλα προγράμματα ανάπτυξης εφαρμογών έχει τα ακόλουθα πλεονεκτήματα:

- Είναι δωρεάν λογισμικό
- Υποστηρίζεται από την Google και το MIT
- Δίνει την δυνατότητα εισαγωγής του χρήστη στο προφίλ του και στις εφαρμογές του εφόσον υπάρχει σύνδεση στο διαδίκτυο
- Είναι εύκολο στη χρήση, με ξεκάθαρο περιβάλλον το οποίο προσφέρει πολλές δυνατότητες
- Προσφέρει μαγνητοσκοπημένα μαθήματα (tutorials)
- Πραγματοποιεί αυτόματη αποθήκευση
- Προσφέρει προσομοιωτή ώστε να βλέπεις σε ζωντανή σύνδεση την εφαρμογή στο κινητό σου κατά την διάρκεια υλοποίησης της

Μειονεκτήματα

- Η δημιουργία των εφαρμογών χρειάζεται σύνδεση στο διαδίκτυο
- Για προσομοίωση της εφαρμογής απαιτείται η σύνδεση του υπολογιστή και της κινητής συσκευής στο ίδιο δίκτυο
- Δεν μπορεί να γίνει μετονομασία στις σελίδες που δημιουργούνται
- Δίνεται η δυνατότητα δημιουργίας εφαρμογών >30MB.
- Κατά τη μεταγλώττιση εμφανίζει αδιευκρίνιστο σφάλμα χωρίς να σου δίνει προηγουμένως κάποια ένδειξη προβλήματος τόσο στο block όσο και στον κατά τη διάρκεια της δοκιμής.

ΜΕΡΟΣ II

ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΚΟΜΜΑΤΙ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

Στο πρακτικό κομμάτι της εργασίας παρουσιάζεται η μεθοδολογία της συλλογής πληροφοριών, το τουριστικό προϊόν που είναι ο Δήμος Δομοκού, και ανάπτυξης της ιστοσελίδας και της εφαρμογής, μια ανάλυση SWOT (με τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές), το στάδιο ανάπτυξη που βρίσκεται ο τουριστικός προορισμός, αναλύονται τα είδη τουρισμού που πραγματεύεται η εργασία και η τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς. Έπειτα αναλύεται η επιλογή του ονόματος που θα δοθεί στην πλατφόρμα και στην εφαρμογή, η δημιουργία και ο συμβολισμός του λογοτύπου, ο συμβολισμός των χρωμάτων στην ψυχολογία και την επικοινωνία. Τέλος θα δούμε βήμα βήμα την υλοποίηση της ιστοσελίδας σε πρόγραμμα Wordpress, την ανάπτυξη της εφαρμογής για συσκευές Android στο πρόγραμμα MIT App Inventor, την απήχηση των αναρτήσεων στα social media και την επισκεψιμότητα της σελίδας σε συνδυασμό με τα social media.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η μεθοδολογία που αναπτύχθηκε ήταν αυτή της ποιοτικής έρευνας με συνδυασμό μεθόδων όπως της μελέτης περίπτωσης και της ανάλυσης κειμένου και αρχειακού υλικού.

Σκοπός ήταν να εντοπιστούν όλα τα σημαντικά γεγονότα, οι τοποθεσίες, τα μνημεία, η ιστορία και οι υποδομές που διατίθενται ώστε να διαπιστωθεί αν μπορεί η μελέτη περίπτωσης να αναδειχθεί ως ένας νέος τουριστικός προορισμός. Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε ήταν μεικτή καθώς χρησιμοποιήθηκαν ιστορικά στοιχεία, σύγχρονα στοιχεία που δείχνουν τις προτιμήσεις του κοινού και η πειραματική δημιουργώντας την ιστοσελίδα, την εφαρμογή για Android και χρησιμοποιώντας σπανίως τα Social Media και ειδικότερα το Instagram ώστε να γίνει αντιληπτή η απήχηση του προορισμού.

Αρχικά έγινε καταμέτρηση των αγροτικών, των αρχαιολογικών, των θρησκευτικών, ιστορικών, των λαογραφικών στοιχείων, των καταστημάτων, των

δραστηριοτήτων, των υποδομών, των υπηρεσιών και των κοντινών προορισμών της περιοχής. Έπειτα έγινε τμηματοποίηση όλων αυτών, ώστε να απομονωθούν και να αναδειχθούν τα σημαντικότερα, καθώς ο όγκος των στοιχείων ήταν πολύ μεγάλος για μια τόσο περιορισμένη γεωγραφική περιοχή.

Έπειτα από τα στοιχεία που προέκυψαν καθορίστηκε η πληθυσμιακή ομάδα στόχος (ως προς το φύλο, την ηλικία, τα ενδιαφέροντα, την οικονομική κατάσταση και τη μόρφωση) που θα μπορούσε να προσελκύσει ο προορισμός.

Η συγκέντρωση των στοιχείων έγινε από έντυπες και διαδικτυακές πηγές, επιτόπιες παρατηρήσεις και γενικότερες γνώσεις που υπήρχαν για τις κατηγορίες που αναλύονται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

6.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ: Ο ΔΗΜΟΣ ΔΟΜΟΚΟΥ

Τουριστικό προϊόν της παρούσας εργασίας αποτελεί ο Δήμος Δομοκού. Ο Δήμος Δομοκού βρίσκεται στην Κεντρική Ελλάδα, συγκεκριμένα στην βόρεια Φθιώτιδα. Συνορεύει νότια με τους Δήμους Λαμίων και Μακρακώμης, ανατολικά με τον νομό Μαγνησίας, βόρεια με τον Νομό Λάρισας και βορειοδυτικά με το Νομό Καρδίτσας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για την απογραφή του 2021 ο Δήμος Δομοκού αποτελεί τον 244ο, με βάση τον πληθυσμό, έχοντας 9158³ κατοίκους και τον 57ο σε έκταση 708 km², ανάμεσα σε 333 Δήμους. Ο Δήμος εκτείνεται κατά το μεγαλύτερο μέρος του στο οροπέδιο του όρους Όρθυς και ο υπόλοιπος στον Θεσσαλικό Κάμπο.

Δομοκός... Το μπαλκόνι της Στερεάς προς τη Θεσσαλία. Αποτελεί την πρωτεύουσα του ομώνυμου Δήμου, χτισμένος στα 561 μέτρα στις πλαγιές του όρους Όρθυς και συγκεκριμένα στο Ξηροβούνι.

Κατοικείται αδιάκοπα από την προϊστορική εποχή ενώ για πρώτη φορά αναφέρεται από τον Όμηρο ως Θαυμακία στην Ιλιάδα χάρη στον Φιλοκτήτη. Λέγεται

³ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΡΧΗ. (2022, July 19). ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ* ΑΠΟΓΡΑΦΗΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ ΕΛΣΤΑΤ 2021 19.07.2022. Ελληνική Στατιστική Αρχή. σελ 28, Ανακτήθηκε (Οκτώβριος 16, 2022), από https://elstat-outsourcers.statistics.gr/Census2022_GR.pdf

πως το όνομά του το πήρε από τον βασιλιά της τον Θαύμακο, παππού του Φιλοκτήτη . Η Θαυμακία ήταν τμήμα του Βασιλείου της Φθίας – Μυρμιδόνων.

Μια άλλη θεωρία λέει πως το όνομά της το πήρε από την θαυμάσια θεά που έχει στον θεσσαλικό κάμπο. Το όνομα από Θαυμακία ξεκίνησε να αλλάζει περίπου στα ρωμαϊκά χρόνια σε Δομοκός και σταδιακά να καθιερώνεται.

Ο Δομοκός δεν ήταν ποτέ μεγάλος αλλά πάντα είχε κάτι το ξεχωριστό που μάγευε όσους περνούσαν από εδώ. Η απέραντη θεά στον θεσσαλικό κάμπο που φτάνει από τον Όλυμπο έως τα Μετέωρα, η ιστορία και τα μνημεία του δημιουργούν μια αλλιώςτική και συνάμα μαγευτική μυστηριώδης ατμόσφαιρα.

Ο Δομοκός είναι το καταλληλότερο μέρος για όποιον αποφασίσει να κάνει εναλλακτικό τουρισμό. Εκτός του ότι βρίσκεται στο κέντρο της Ελλάδας κάνοντάς τον εύκολα προσβάσιμο, δίνει στον επισκέπτη τη δυνατότητα να ανακαλύψει κάθε σπιθαμή του! Απευθύνεται σε όσους επιθυμούν να συνδυάσουν τον αγροτικό, τον αρχαιολογικό, τον γαστρονομικό, τον θρησκευτικό αλλά και τον λαογραφικό τουρισμό. Επίσης μπορεί να λειτουργήσει και ως «ορμητήριο» για μονοήμερες εκδρομές σε πλήθος προορισμών στις γύρω περιοχές.

Το ίδιο το χωριό δεν μπορεί να χαρακτηριστεί αποκλειστικά ως θερινός ή χειμερινός προορισμός, γιατί ο ένας αδικεί τον άλλο! Η μελαγχολία της ομίχλης, το χιόνι, η μυρωδιά του βρεγμένου χώματος και η θεά από παράθυρο δίπλα στο αναμμένο τζάκι συναγωνίζεται το δροσερό καλοκαιράκι με την απέραντη θεά, τα λουλούδια, τα πανηγύρια, τις βόλτες στο πλακόστρωτο, τις πεζοπορίες και την εξερεύνηση όλων των μνημείων που διαθέτει.

Κάθε γωνιά έχει τη δική της ιστορία, κάτι να διηγηθεί και κάτι για να φωτογραφίσεις. Πάνω από το χωριό δεσπόζει επιβλητικό το Κάστρο που έχει θεά σε όλη τη γύρω περιοχή, απέναντι του και λίγο πιο ψηλά βρίσκεται ο Προφήτης Ηλίας και το Στρογγυλόκαστρο. Μέσα στην αγορά αλλά και στους γύρω δρόμους υπάρχουν διάσπαρτες βρύσες, εκκλησάκια, μέχρι και τα Κυκλώπεια Τείχη. Έχει 11 εκκλησίες που μπορείς να επισκεφτείς, τρία μνημεία πεσόντων, το Τούρκικο Χαμάμ και αρκετές λαογραφικές εκθέσεις.

Στη διάθεση των επισκεπτών υπάρχουν ξενώνες, ταβέρνες και ένα τουριστικό γραφείο. Εάν κάποιος δεν γνωρίζει τίποτα για την περιοχή μπορεί να αντλήσει πληροφορίες και να φτιάξει το ιδανικό πρόγραμμα ή πακέτο απευθυνόμενος σε τουριστικό γραφείο, είτε στην υπεύθυνη τουρισμού του Δήμου για να τον βοηθήσει να

διοργανώσει την εκδρομή του και να τον φέρει σε επαφή με όποιον επιχειρηματία ή φορέα επιθυμείς.

6.2. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η ανάλυση σε πίνακα ισχυρών σημείων - αδυναμιών και ευκαιριών - απειλών ονομάζεται Μήτρα SWOT και επιτρέπει την εξαγωγή συμπερασμάτων τόσο για το εσωτερικό όσο και για το εξωτερικό περιβάλλον ενός “στόχου”. Με αυτόν τον τρόπο μπορούν να δημιουργηθούν οι κατάλληλες στρατηγικές για την αποφυγή ή αντιμετώπιση των απειλών, την μετατροπή των αδύνατων σημείων σε ευκαιριών και κυρίως την προώθηση των ευκαιριών.

	Ισχυρά Σημεία	Αδύναμα Σημεία
Ευκαιρίες	<ul style="list-style-type: none"> ● Βρίσκεται στο κέντρο της Ελλάδας ● Απέχει περίπου 2,5 - 3 ώρες από Αθήνα και Θεσσαλονίκη ● Εύκολα προσβάσιμος με αυτοκίνητο, λεωφορείο και τρένο ● Θερινός και χειμερινός τουριστικός προορισμός ● Συνδυασμός θέας, γαστρονομίας, παραδοσιακής πόλης, και αξιοθεάτων ● Συνδυασμός ιστορίας και μυθολογίας ● Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. ● Αρχαιολογικός τουρισμος ● Θρησκευτικός Τουρισμός ● Αγροτουρισμός ● Παραδοσιακά εργαστήρια με γνωστά τοπικά προϊόντα (π.χ. Κατίκι Δομοκού) ● Λαογραφικός Τουρισμός ● Μεγάλα πανηγύρια ● Γνωστές τοπικές γιορτές 	<ul style="list-style-type: none"> ● Έλλειψη σύγχρονων ξενοδοχειακών μονάδων ● Έλλειψη οργανωμένων προωθητικών δραστηριοτήτων ● Έλλειψη θεματικών πάρκων ● Καλύτερη συντήρηση κάποιων αρχαιολογικών χώρων που ακόμη δεν είναι επαρκώς επισκέψιμοι ● Έλλειψη αμιγώς τουριστικών μαγαζιών (πώληση αναμνηστικών και τοπικών προϊόντων) ● Δεν αποτελεί γνωστό τουριστικό προορισμό ● Έλλειψη τουριστικής εκπαίδευσης σε προσωπικό και επαγγελματίες ● Έλλειψη κρατικών και ιδιωτικών επενδύσεων στον τομέα του τουρισμού

	<p>με στόχο την προώθηση του πολιτισμού και των τοπικών προϊόντων</p> <ul style="list-style-type: none"> • Δραστηριότητες για μικρούς και μεγάλους • Γαστρονομικός τουρισμός • Κλιματολογικές συνθήκες • Βρίσκεται πολύ κοντά σε άλλους τουριστικούς προορισμούς • Πλήθος καταστημάτων και υπηρεσιών • Μπορεί να αποτελέσει βάση για τους επισκεπτες που θέλουν να κάνουν μονοήμερες εκδρομές σε απόσταση λιγότερων των 2 ωρών • Καραθό και ήσυχο περιβάλλον • Ποιοτικές και οικονομικές διακοπές 	
Απειλές	<ul style="list-style-type: none"> • Βρίσκεται πολύ κοντά σε άλλους γνωστότερους τουριστικούς προορισμούς 	<ul style="list-style-type: none"> • Απέχει περίπου 1 ώρα από την πλησιέστερη ακτή • Επενδύσεις για τουριστικές δραστηριότητες ανταγωνιστικών περιοχών

Πίνακας ανάλυσης SWOT για τον Δήμο Δομοκού

Σύμφωνα και με την Μήτρα SWOT ο Δήμος Δομοκού μπορεί να γίνει ένας καλός και ποιοτικός τουριστικός προορισμός καθώς προσφέρει πλήθος ευκαιριών για όσους επιθυμούν να κάνουν ποιοτικές διακοπές μακριά από τον μαζικό τουρισμό και τις υπερβολικές οικονομικές απαιτήσεις που εκείνοι έχουν. Η έλλειψη των σύγχρονων ξενοδοχειακών μονάδων, των οργανωμένων προωθητικών δραστηριοτήτων, των θεματικών πάρκων, των αμιγώς τουριστικών μαγαζιών και η φήμη του τουριστικού προορισμού μπορούν να λειτουργήσουν και να μετατραπούν σε ευκαιρίες τόσο για τους επισκέπτες αφού όσοι τον γνωρίζουν θα αποφύγουν τον μαζικό τουρισμό, όσο και για τον ίδιο τον προορισμό διότι αν δημιουργήσει τις κατάλληλες υποδομές και συνθήκες μπορεί να γίνει ανταγωνιστικότερος από τους γνωστότερους τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται πολύ κοντά σε αυτόν.

6.3. ΣΤΑΔΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Σύμφωνα με τους (Κοκκώση και Τσάρτα, 2001:38) ο Δήμος Δομοκού βρίσκεται στο πρώτο από τα τρία στάδια τουριστικής ανάπτυξης. Ο Δομοκός έχει αποτυπωθεί στον ευρύτερο πληθυσμό ως μια καθαρά αγροτική περιοχή, ταυτισμένη με την παραγωγή του παραδοσιακού προϊόντος Κατίκι και όχι ως τουριστικός τουριστικός προορισμός, για τον λόγο αυτό μέχρι τώρα δεν είχε χρειαστεί η αλλαγή στον τρόπο διαβίωσης και παραγωγικών δομών και οι ελάχιστοι τουρίστες που τον επισκέπτονται αντιμετωπίζονται ως φιλοξενούμενοι και όχι καθαρά ως πελάτες. Παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτές τις αλλαγές είναι οι έλληνες και αλλοδαποί τουρίστες που τον επισκέπτονται, η προβολή συγκεκριμένων τουριστικών αξιοθέατων που τον χαρακτηρίζουν όπως το κάστρο του Δομοκού, η αρχαία Μελιταία, η Ιερά Μονή του Αγίου Αθανασίου του Ομβρικού, η υποστήριξη του τουριστικού πλάνου από τους ντόπιους επιχειρηματίες και τους νέους που δραστηριοποιούνται στην περιοχή. Στα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης συμπεριλαμβάνονται ο μικρός αριθμός τουριστών που τον επισκέπτονται, ο μικρός αριθμός ξενοδοχείων και τουριστικών επιχειρήσεων και η ελάχιστη τουριστική προώθηση.

6.4. ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟ ΔΟΜΟΚΟΥ

6.4.1 ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο Δήμος Δομοκού κατά κύριο λόγο είναι αγροτικός δήμος, με ποιοτικά προϊόντα που συχνά κάνουν τη διαφορά. Οι οργανωμένες επιχειρήσεις είναι αυτές που κάνουν τη μεγαλύτερη εντύπωση τόσο για τα προϊόντα όσο και για την αναγνωρισιμότητά τους. Μέσα σε αυτές βρίσκονται τρία οινοποιεία με συνεχείς βραβεύσεις, μια σχετικά νεοιδρυθείσα ομάδα παραγωγών οσπρίων και ένα κτήμα με μήλα.

6.4.1.1 ΑΜΠΕΛΩΝΑΣ ΓΚΑΝΗ

Ο ΑΜΠΕΛΩΝΑΣ της οικογένεια Γκανή βρίσκεται στο Βαρδαλή Δομοκού από το 1920. Το 2004 οι παλιοί αμπελώνες με τις τοπικές ποικιλίες εκριζώνονται. Στη θέση τους φυτεύονται ελληνικές και ξένες ποικιλίες. Πλέον χωρίζονται σύμφωνα με το υψόμετρο και τη σύσταση του εδάφους ενώ από το 2006 είναι υπό καθεστώς βιολογικής καλλιέργειας (πιστοποιημένοι από την TüV HELLAS). Οι εγκαταστάσεις απαρτίζονται από το οινοποιείο, την κλιματιζόμενη αποθήκη και τον χώρο εμφιάλωσης.

Το οινοποιείο παράγει έξι είδη κρασιών, όλα από βιολογικά σταφύλια ώστε να διατηρείται αναλλοίωτη και σταθερή η ποιότητά τους.⁴

6.4.1.2. ΕΥΑΜΠΕΛΟΣ ΓΗ

Το 2000 ιδρύεται στο Γερακλί Δομοκού το Κτήμα Ευάμπελος Γη – Οίνοι Δομοκού. Τα αμπέλια τους αποτελούνται από ελληνικές ισπανικές και γαλλικές ποικιλίες 220 στρεμμάτων δημιουργώντας μια μεγάλη γκάμα κρασιών. Το οινοποιείο βρίσκεται στην κορυφή των αμπελώνων, με δυνατότητα αποθήκευσης 250 τόνων κρασιού το χρόνο. Επίσης η γραμμή εμφιάλωσης είναι πιστοποιημένη σύμφωνα με τα πρότυπα BS EN ISO 22000 : 2005. Παράγει δύο σειρές κρασιών, τη σειρά Ευάμπελος Γη με σήμα τη μαργαρίτα και τη σειρά Φιλοκτήτης με σήμα το διαχρονικό Φ. Τέλος η πολύχρονη αυτή προσπάθεια για τα εκλεκτά κρασιά επιβραβεύεται με την κατάκτηση 17 διακρίσεων τόσο σε πανελλαδικό όσο και σε πανευρωπαϊκό επίπεδο.⁵

6.4.1.3. ΘΕΤΙΣ ΓΗ

Τέσσερις φίλοι από τα χωριά του Δομοκού με πολύ μεράκι, αγάπη για γη και όραμα ένωσαν τις δυνάμεις τους δημιουργώντας μια ομάδα παραγωγών. Στη διάθεσή τους πέρα από τα εξαιρετικά όσπρια έχουν και ένα σύγχρονο καθαριστήριο πιστοποιημένο με HACCP ΚΑΙ ISO. Η ομάδα ιδρύθηκε το 2020 με έδρα τον Άγιο Γεώργιο Δομοκού.

6.4.1.4. ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΓΚΙΡΛΕΜΗ

Η οικογένεια Γκιρλέμη το 2004 ξεκινά την υλοποίηση του οράματος της αγοράζοντας κτήματα στο Πολυδένδρι Δομοκού. Το 2007 μετά από λεπτομερή εδαφολογική μελέτη και προετοιμασία αρχίζει η φύτευση των αμπελιών κυρίως με ελληνικές αλλά και με ξένες ποικιλίες. Το 2011 το όραμα αυτό παίρνει “σάρκα και οστά” καθώς δίπλα στους αμπελώνες ολοκληρώνεται η δημιουργία του οινοποιείου με πέτρες των κτημάτων. Τα κρασιά τους βραβεύονται επανειλημμένα. Η τελευταία βράβευση έλαβε μέρος στο Oenorama 2023.⁶

6.4.1.5. FRUITDOM

Η FRUITDOM είναι μια οικογενειακή επιχείρηση με αντικείμενο τα μήλα. Τα κτήματα της οικογένειας Τράντα βρίσκονται στον Δομοκό και περνούν από γενιά σε γενιά. Κάτοχος πλέον είναι ο 28χρονος Γιάννης, όπου μετά τις σπουδές του ως γεωπόνος γύρισε εδώ ώστε να κάνει το όνειρό του πραγματικότητα. Με τις γνώσεις, το μεράκι και την αγάπη του για τη γη και τα μήλα σταδιακά μεγαλώνει την παραγωγή του, προσφέροντας άριστο προϊόν.

⁴ (n.d.). Αμπελώνες Γκανή. (Ανάκτηση Ιανουάριος 10, 2022), από <http://www.ganis.gr/?sl=el>

⁵ (n.d.). Ευάμπελος Γη: Αρχική. (Ανάκτηση Ιανουάριος 10, 2022), από <https://evampelosghi.gr/>

⁶ (n.d.). Οινοποιείο Οικογένειας Γκιρλέμη. (Ανάκτηση Ιανουάριος 10, 2022), από <https://www.gkiremismiswinery.gr/>

6.4.2 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο Δήμος Δομοκού δίνει ιδιαίτερη σημασία στον τομέα του αθλητισμού. Σχεδόν όλα τα χωριά διαθέτουν κατάλληλες υποδομές τόσο σε 5Χ5 γήπεδα ποδοσφαίρου όσο και πραγματικών διαστάσεων. Τα μεγαλύτερα χωριά πολλές φορές μπορεί να έχουν και γήπεδο μπάσκετ ενώ μέσα στον Δομοκό υπάρχει το ποδοσφαιρικό γήπεδο “Γραβάνης” , δύο γήπεδα 5Χ5, δύο γήπεδα τένις, ένα ανοιχτό γήπεδο μπάσκετ και ένα κλειστό το οποίο μετατρέπεται και σε γήπεδο βόλεϊ. Μεγάλη σημασία δίνει και στα μονοπάτια που συνήθως οδηγούν σε κάποιο αξιοθέατο ή σε τοποθεσία με ωραία θέα και προτιμούνται για πεζοπορίες. Υπάρχουν ειδικά διαμορφωμένοι ποδηλατόδρομοι σε κάποια από τα χωριά που βρίσκονται στον θεσσαλικό κάμπο και τέλος οι λάτρεις του κυνηγιού μπορείτε να βρείτε κυνηγετικούς συλλόγους όπου κάθε Κυριακή κατά την κυνηγετική περίοδο διοργανώνουν εξορμήσεις.

6.4.3. ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο Δήμος Δομοκού βρίσκεται σε μία περιοχή που κατοικείται αδιάκοπα εδώ και 4.000 χρόνια από την προϊστορική εποχή. Πρώτη φορά αναφέρεται από τον Όμηρο ως Θαυμακία στην Ιλιάδα χάρη στον Φιλοκτήτη. Λέγεται πως το όνομά της το πήρε από τον βασιλιά της τον Θαύμακο, παππού του Φιλοκτήτη. Η Θαυμακία επίσης ήταν τμήμα του Βασιλείου της Φθίας – Μυρμιδόνων. Έτσι είναι φυσικό να υπάρχουν και πολλά αρχαιολογικά ευρήματα.

6.4.3.1 ΑΡΧΑΙΑ ΑΚΡΟΠΟΛΗ ΠΡΟΕΡΝΑΣ

Η αρχαία Προέρνα βρίσκεται στο Νέο Μοναστήρι. Χρονολογείται στο τέλος της Πρώιμης Εποχής του Χαλκού (3.300-2.100 π.Χ). Ξεκίνησε να αναπτύσσεται κατά τον 4ο και 3ο αιώνα π.Χ., εκείνη την εποχή ενίσχυσε την οχύρωσή της και σταδιακά «άλλαξε το όνομα της σε Γυναικόκαστρο».⁷

6.4.3.2 ΑΓΑΛΜΑ ΔΗΜΗΤΡΑΣ ΠΡΟΕΡΝΑΣ

Το άγαλμα της θεάς Δήμητρας βρέθηκε στο «Γυναικόκαστρο», όπως λέγεται το Κάστρο της Προέρνας, του οποίου ήταν προστάτιδα. Ο ναός της χρονολογείται περίπου στον 6ο και τον 5ο αιώνα π.Χ. Το άγαλμα σύμφωνα με την Τζαναβάρη (2012) φαίνεται πως είχε φυσικές διαστάσεις, είναι φτιαγμένο κατά τους κλασικούς χρόνους από πεντελικό μάρμαρο, ενώ το σωζόμενο εύρημα, που εκτίθεται στο Μουσείο της Λαμίας, έχει ύψος 0,66 εκατοστά.

6.4.3.3 ΕΡΕΙΠΙΑ ΑΡΧΑΙΑΣ ΜΕΛΙΤΑΙΑΣ

Η Μελιταία υπήρξε η σπουδαιότερη αρχαία πόλη της περιοχής και του Δήμου Δομοκού. Η πόλη που είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον μύθος του Δευκαλίωνα και γενέτειρα του Έλληνα. Αναφορές γι’ αυτή έχουμε από επιγραφές των Δελφών (Δελφική Αμφικτιονία) αλλά και σε επιγραφές της Αιτωλικής Συμπολιτείας.

⁷ Αρχαία Ακρόπολη Προέρνας. (n.d.). Δήμος Δομοκού. Ανάκτηση (Ιανουάριος 15, 2022), από <https://www.domokos.gr/episkeptes/axiotheata/archaia-akropoli-proernas/>

Η πόλη άκμασε περίπου τον 5ο αιώνα π.Χ. και φημιζόταν για τα αδιαπέραστα τείχη της.Πρόσφατες ανασκαφές έφεραν στο φως μέρος των τειχών, ένα οικοδόμημα, που σύμφωνα με ευρήματα άλλων περιοχών, εικάζεται πως ήταν το Ασκληπιείο, νομίσματα, ναούς και πλήθος επιγραφών.Κοντά στον αρχαιολογικό χώρο είναι χτισμένη η Μονή της Αγίας Τριάδος όπου μια επιγραφή χρησιμοποιείται ως βάση της Αγία Τράπεζας.Τέλος εντός του σύγχρονου χωριού βρέθηκε ναός αφιερωμένος στην Θεά Άρτεμις.⁸

6.4.3.4 ΚΟΥΤΡΟΥΛΟΥ ΜΑΓΟΥΛΑ

Η Κουτρούλου Μαγούλα(=οικισμός) βρίσκεται κοντά στο χωριό Βαρδαλή. Χρονολογείται περίπου στην 6η χιλιετία π.Χ. και αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα ευρήματα αρχιτεκτονικής αφού ήταν προηγμένη και μεγάλη σε σχέση με άλλους οικισμούς της εποχής εκείνης. Εκτός από τα κτίρια βρέθηκαν ειδώλια και μια τάφος που ίσως εξυπηρετούσε σε θέματα άμυνα ή σε συγκέντρωση νερού ή το μάζεμα πηλού. Στα μεταγενέστερα χρόνια, αφού αρχικά εγκαταλείφθηκε, χρησιμοποιήθηκε σαν χώρος ταφής.⁹

6.4.4. ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ - ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο γαστρονομικός και ο εκθεσιακό - επαγγελματικός τουρισμός είναι δύο είδη τουρισμού που συνδυάζονται και έχουν μεγάλη σημασία για τον τόπο μας καθώς προβάλλονται τα περίφημα τοπικά μας προϊόντα και εξάγονται πέρα από τα στενά γεωγραφικά όρια του Δήμου και του νομού Φθιώτιδας. Ο Καλπίδης (2014) στο βιβλίο του αναφέρει την επισήμανση που έγινε από τον Hughes (1995) πως “ υπάρχει σχέση μεταξύ του εδάφους μιας περιοχής, κλιματικών συνθηκών και του χαρακτήρα των τροφίμων που παράγει” και ο ίδιος συμπληρώνει πως “αυτή η ποικιλομορφία που προσφέρει τοπική ιδιαιτερότητα στις μαγειρικές παραδόσεις και διαμορφώνει μία χαρακτηριστική γαστρονομική κληρονομιά, η οποία μπορεί να προβληθεί ως στοιχείο διαφοροποίησης”. Η φήμη έχει επιτευχθεί χάρη στην αρτιότητα των παραγόμενων προϊόντων, την θρεπτική τους αξία, τα εργαστήρια στα οποία παρασκευάζονται καθώς συνδυάζονται οι παραδοσιακές συνταγές με τα σύγχρονα μηχανήματα. Τέλος σημαντικό ρόλο παίζουν και οι δύο μεγάλες γιορτές στο Βούζι και το Δομοκού που έχουν στόχο την προώθηση τόσο των παραδοσιακών γλυκών (παντεσπανι, γαλακτομπούρεκο, μπακλαβά, γλυκό του κουταλιού καρύδι, κολοκύθι, μελιτζανάκι, νεράντζι και τα ροζάκια)

και τα παραδοσιακά φαγητά (κατίκι Δομοκού, γαλατόπιτα, κολοκυθόπιτα, μαμαλίγκα, μπαμπανέτσα, αρνίσ τη σούβλα, γιουβέτσι, εξοχικό στη λαδόκολλα, κοκορέτσι, κοντοσούβλι, λουκάνικο, κολοκυθοανθούς γεμιστούς, χυλοπίτες και τραχανά).

⁸ Ιστορία, 4ο Συνέδριο Φθιωτικής Ιστορίας (Ιστορία, Αρχαιολογία, Λαογραφία), Λαμία 9,10 και 11 Νοεμβρίου 2007, Ανάκτηση (Νοέμβριος 30, 2022) από http://melitaia.gr/images/docs/iera_latreies.pdf

⁹ ΚΟΥΤΡΟΥΛΟΥ ΜΑΓΟΥΛΑ | ΚΟΥΤΡΟΥΛΟΥ ΜΑΓΟΥΛΑ. (n.d.). Brown University Blogs. Ανάκτηση (Σεπτέμβριος 18, 2022), από <https://blogs.brown.edu/koutrouloumagoula/>

6.4.4.1. ΚΑΤΙΚΙ ΔΟΜΟΚΟΥ - ΗΠΕΙΡΟΣ

Κατίκι Δομοκού «Ορεινές Πλαγιές»... το μυστικό που διαδόθηκε από γενιά σε γενιά . Ένα γνήσιο ελληνικό προϊόν με προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (Π.Ο.Π.). Η μονάδα παραγωγής βρίσκεται στο Περιβόλι Δομοκού. Το Κατίκι αποτελείται από 100% αγνό αιγοπρόβειο γάλα από πιστοποιημένες φάρμες, ακολουθώντας πιστά την παραδοσιακή συνταγή. Το 1994 ξεκίνησε η παραγωγή του Κατίκι Δομοκού «Ορεινές Πλαγιές» στο τυροκομείο στο Περιβόλι Δομοκού και πλέον διατίθεται αποκλειστικά από την ΗΠΕΙΡΟΣ ΑΕΒΕ. Η εταιρεία ΗΠΕΙΡΟΣ ΑΕΒΕ διαθέτει ένα υπερσύγχρονο τυροκομικό εργοστάσιο στο οποίο παράγεται αποκλειστικά το προϊόν.

6.4.4.2. ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΖΥΜΑΡΙΚΩΝ - ΑΡΓΥΡΗ

Το Παραδοσιακό Εργαστήριο Ζυμαρικών «Αργύρη» βρίσκεται στην επαρχιακή Οδό Λαμίας – Λάρισας στο Δομοκό. Άνοιξε τις πόρτες του το 2010 φτιάχνοντας μόνο χυλοπίτες και τραχανά κατά παραγγελία. Με την πάροδο του χρόνου καθιερώθηκε και σταδιακά ξεκίνησε η μαζικότερη παραγωγή, η τυποποίηση και η εισαγωγή νέων ζυμαρικών χωρίς να χάνεται στο ελάχιστο η ποιότητα και να αλλάζει η παραδοσιακή συνταγή. Τα ζυμαρικά που παράγονται είναι οι χυλοπίτες Δομοκού, το χυλοπιτάκι, ο τραχανάς, ο ξινός τραχανάς, οι βίδες, το κοφτό μακαρονάκι, το κοχυλάκι και το κριθαράκι. Όλα τα προϊόντα τους μπορούν να παραχθούν και με αλεύρι ολικής, όπως και με διάφορες γεύσεις λαχανικών (καρότο, σπανάκι, πιπεριά φλωρίνης και παντζάρι). Επίσης υπάρχει η δυνατότητα να φτιάξετε το ζυμαρικά σας και με δικά σας υλικά.

6.4.4.3. ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ ΓΑΛΑΝΗ

Το Τυροκομείο Γαλάνης είναι το παλαιότερο τυροκομείο της περιοχής αφού ιδρύθηκε το 1945. Μέσα του κρύβει όλα τα μυστικά για το γνήσιο παραδοσιακό τυρί με τις συνταγές του να περνούν από γενιά σε γενιά. Στεγάζεται στην Ξυνιάδα Δομοκού και ήταν το πρώτο τυροκομείο της περιοχής που παρήγαγε το Κατίκι Δομοκού. Η παραγωγή των προϊόντων του γίνεται κυρίως σε μικρές ποσότητες έχοντας συγκεκριμένα σημεία πώλησης, εξασφαλίζοντας με αυτόν τον τρόπο την άριστη ποιότητά τους. Τα γάλατα του τα προμηθεύεται αποκλειστικά από κοπάδια που εκτρέφονται στα γύρω χωριά. Τυριά παραγωγής τους είναι το Κατίκι Δομοκού, η φέτα, το κατσικίσιο τυρί, η γραβιέρα, το ανθότυρο, η μυζήθρα και το πιπεράτο.

6.4.4.4. DOLOPIA

Η Οικοτεχνία Dolopia στεγάζεται στην Ομβριακή από το 2013. Ξεκίνησε διστακτικά με την παρασκευή μαρμελάδων που όμως έγιναν πολύ γρήγορα γνωστές χάρη στην εξαιρετική τους γεύση, τα αγνά υλικά και την απουσία συντηρητικών. Εν συνεχεία η παραγωγή εδραιώθηκε, αλλά η ποιότητα δεν ελαττώθηκε στο παραμικρό.

Επίσης μέσα στα δέκα χρόνια λειτουργίας της έχει βραβευτεί ήδη 19 φορές για την ποιότητα, την γεύση και την πρωτοτυπία των προϊόντων της.¹⁰

6.4.4.5. ΓΙΟΡΤΗ ΚΑΤΙΚΙ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Ο Πολιτιστικός Σύλλογος Δομοκού ιδρύθηκε το 1981. Στόχος του είναι η προώθηση και η ανάδειξη του πολιτισμού και των τοπικών προϊόντων. Από το 2014 ξεκίνησε μια προσπάθεια ανάδειξης και στήριξης των τοπικών προϊόντων με πρωταγωνιστή το Κατίκι Δομοκού «Ορεινές Πλαγιές». Η γιορτή πραγματοποιείται συνήθως το τελευταίο Σάββατο του Αυγούστου. Φέτος η 7η Γιορτή Κατίκι και τοπικών Προϊόντων πραγματοποιήθηκε στις 27 Αυγούστου με 15 παραγωγού εκθέτες που έδωσαν το παρόν όπως και το πλήθος κόσμου που για ακόμη μια χρονιά στήριξε αυτή τη μεγάλη προσπάθεια. Ανάμεσα στους επισκέπτες πέρα από τους δημότες βρέθηκαν έμποροι, γευσιγνώστες και καταστηματάρχες της εστίασης από διάφορες περιοχές της Ελλάδας και του εξωτερικού, ώστε να δοκιμάσουν και να αγοράσουν τα τοπικά προϊόντα.

6.4.4.6. ΓΙΟΡΤΗ ΦΑΚΗΣ

Ο Πολιτιστικός Σύλλογος Βουζιού εδώ και δεκαπέντε χρόνια διοργανώνει την Γιορτή Φακής. Μια γιορτή που ενώνει όλο το χωριό και αναδεικνύει την τοπική φακή καθώς προσφέρεται σε όλους δωρεάν.

6.4.5. ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το θρησκευτικό στοιχείο στην περιοχή του Δομοκού είναι ιδιαίτερα έντονο αν σκεφτεί κανείς ότι εντός του χωριού υπάρχουν 14 εκκλησίες, ενώ στη γύρω περιοχή υπάρχουν πάνω από 90 εκκλησίες και Μονές. Έχουμε την ευλογία μέσα σε αυτές να υπάρχουν θαυματουργές εικόνες της Παναγίας αλλά και των Αγίων. Η πιο γνωστή είναι η Παναγία Ελεούσα της Ξυνιάδας. Χάρη στην αγιότητα την εικόνων και την ιστορία των εκκλησιών μας καθημερινά τις επισκέπτεται πλήθος τουριστών. Το σημαντικό είναι πως όσοι τις επισκέπτονται μια φορά ξαναεπιστρέφουν έχοντας να αφηγηθούν κάτι το οποίο τους τράβηκε την προσοχή ή τους έκανε να νιώσουν τη παρουσία των Αγίων κοντά τους.

6.4.5.1. ΙΕΡΟΣ ΝΑΟΣ ΑΓΙΑΣ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗΣ

Ο Ιερός Ναός της Αγίας Κυριακής αποτελεί στολίδι για τον Δομοκό. Είναι η μεγαλύτερη εκκλησία και από τις νεότερες στον Δομοκό. Ο ρυθμός της είναι σταυροειδής εγγεγραμμένος.

Βρίσκεται επί της επαρχιακής οδού Λαμίας – Λαρίσης καθώς εντάσσεται στην νεοϊδρυθείσα ενορία με ημερομηνία έγκρισης τον Ιανουάριο του 1987. Τρεις μήνες αργότερα ξεκινά η ανέγερση του ναού με δωρεές των ενοριτών.

¹⁰ Plesk Obsidian 18.0.51. (n.d.). Dolopia. Ανακτήθηκε (Δεκέμβριος 17, 2022) από <https://dolopia.eu/?lang=el>

Το 1990 ο ναός λειτουργεί για πρώτη φορά υπό τον νεαρό ιερέα Γεώργιο Βούλγαρη. Το 1997 ξεκινά η αγιογράφηση του Ναού από τον Νικόλαο Ρίζο. Η πιο εντυπωσιακή αγιογραφία βρίσκεται στην εσωτερική πλευρά της εισόδου του ναού. Η Αγία Κυριακή έχει υπό την σκέπη της τον Δομοκό, δεξιά της εικονίζεται η εκκλησία του Προφήτη Ηλία και αριστερά της το Κάστρο του Δομοκού και ο θεσσαλικός κάμπος.

6.4.5.2. ΙΕΡΟΣ ΝΑΟΣ ΑΓΙΑΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ

Το “προσκυνητάρι των οδηγών”, όπως λέγεται το γραφικό εκκλησάκι της Αγίας Αικατερίνης της Μεγαλομάρτυρος, βρίσκεται στα διοικητικά όρια του Δήμου Δομοκού και του Δήμου Λαμιέων στο 20ο χιλιόμετρο της Επαρχιακής Οδού Λαμίας Λάρισας.

Το 1830 είχε δημιουργηθεί στην περιοχή ένα χάνι, τελωνειακός σταθμός και φυλάκιο, καθώς στο σημείο αυτό χωριζόταν η τότε Ελεύθερη Ελλάδα με την τουρκοκρατούμενη ακόμη περιοχή. Το εκκλησάκι της Αγίας Αικατερίνης χτίστηκε στην μνήμη των αδικοχαμένων ψυχών εξαιτίας του στενού δρόμου και της μορφολογία του εδάφους. Με τον καιρό οι οδηγοί ξεκίνησαν να σταματούν στο εκκλησάκι για να ξεκουραστούν και να ανάψουν ένα κεράκι.. Με αφορμή αυτό το γεγονός, ξεκίνησε να λειτουργεί ένα καφενείο και έπειτα στήθηκαν “μαγαζάκια” όπου λειτουργούν μέχρι και σήμερα με τοπικά παραδοσιακά προϊόντα, χαλβά Φαρσάλων και γλυκά.

Το 2012 από ανεξήγητη αιτία το εκκλησάκι κάηκε ολοσχερώς, όμως η εικόνα της Αγίας Αικατερίνης έμεινε ανέγγιχτη! Οι εργασίες αποκατάστασης ξεκίνησαν αμέσως με πρωτοβουλία του Πανοσιώτατου Αρχιμανδρίτου Αγαθόνικου, ηγουμένου της Ι. Μονής Αντίνιτσας, στην οποία ανήκει διοικητικά το ιερό προσκύνημα της Αγίας Αικατερίνης.

6.4.5.3. ΙΕΡΟΣ ΝΑΟΣ ΑΓΙΑΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ

Η Αγία Παρασκευή είναι ο Μητροπολιτικός Ναός του Δομοκού και μέχρι τις αρχές του περασμένου αιώνα ήταν ο Μητροπολιτικός Ναός της Επισκοπής Θαυμακού. Είναι χτισμένη πάνω σε ένα απόκρημνο βράχο στην βόρεια πλευρά της Πόλης.

Υπάρχουν δύο θεωρίες σχετικά με την επιλογή να χτιστεί εκεί ο ναός. Ένας θρύλος λέει πως ο ναός θα χτιζόταν αλλού αλλά όση προσπάθεια και να έκαναν όλη την ημέρα οι χτίστες το βράδυ ο ναός γκρεμιζόταν και τελικά χτίστηκε επάνω σε έναν παλιό ναό της Ζωοδόχου Πηγής. Η άλλη άποψη λέει πως χτίστηκε επάνω στα ερείπια αρχαίου ναού που βρισκόταν πάνω σε φρούριο. Δεν γνωρίζουμε την ακριβή ημερομηνία που χτίστηκε αλλά στην ανατολική πλευρά της επάνω στον τοίχο αναγράφονται δυο ημερομηνίες που μοιάζουν με 1785 ή 1872, έτσι δεν γνωρίζουμε αν κάποια φανερώνει την χρονολογία κτήσης ή εάν είναι χρονολογίες ανοικοδόμησης.

Η εκκλησία έχει μεγάλη καλλιτεχνική αξία καθώς είναι πλέον από τις λίγες αυτής της εποχής, τόσο καλά διατηρημένη με σπάνιες αγιογραφίες και ανεκτίμητης αξίας κειμήλια. Παράλληλα την ακολουθεί ακόμη ένας θρύλος που λέει πως στο κέντρο του ναού κάτω από την εικόνα το Παντοκράτορα ή μέσα στο καμπαναριό υπάρχει μυστική κρύπτη που οδηγεί ή στο Νέο Μοναστήρι ή στο νέο χωριό που βρίσκεται κάτω από το Δομοκός και έχει πάρει το παλιό όνομα της ακρόπολης, Θαυμακός.

Η Αγία Παρασκευή ήταν πάντα στο πλευρό των Δομοκιτών, εμφανίστηκε ουκ ολίγες φορές στα όνειρά τους αλλά και στην καθημερινότητα τους για να τους δώσει

κάποιο μήνυμα και για να τους σώσει. Η εικόνα της είναι θαυματουργή, όπως και η Αγία Ζώνη που τη φορούν οι έγκυες γυναίκες που δεν μπορούν να κρατήσουν το παιδί. (Η Αγία Παρασκευή Δομοκού, 1994)

6.4.5.4. ΙΕΡΟΣ ΝΑΟΣ ΑΓΙΟΥ ΟΣΙΟΜΑΡΤΥΡΑ ΝΙΚΟΛΑΟΥ ΤΟΥ ΝΕΟΥ, ΕΝ ΒΟΥΝΕΝΗ

Ο Ιερός Ναός του Αγίου Οσιομάρτυρος Νικολάου, του Νέου εν Βουνένη είναι ιστορικής σημασίας. Αρχικά εντασσόταν στο χωριό Ζαπάντι το οποίο καταστράφηκε κατά τον ατυχή πόλεμο του 1897 από τους τούρκους. Ο ναός κάηκε και καταστράφηκε. Πρέπει να επισημανθεί πως είναι από τους λίγους ναούς που βρίσκονται χαρτογραφημένοι από τον στρατό.

Ο ναός ξαναχτίστηκε λίγα χρόνια αργότερα, το 1928, από τις προσφορές των κατοίκων του Αγίου Γεωργίου, του νέου χωριού όσων επέζησαν από την καταστροφή. Έως τις αρχές του 1960 αποτελούσε την κύρια εκκλησία του χωριού μαζί με το νεκροταφείο. Η εκκλησία πανηγυρίζει στις 9 Μαΐου.

6.4.5.5. ΙΕΡΑ ΜΟΝΗ ΑΓΙΑΣ ΤΡΙΑΔΟΣ ΜΕΛΙΤΑΙΑΣ

Ο Ιερός Ναός Αγίας Τριάδος στη Μελιταία έχει μεγάλη ιστορική και θρησκευτική σημασία. Χτίστηκε κοντά στην αρχαία Μελιταία με πέτρες από την παλαιά πόλη κατά τη διάρκεια της Τουρκοκρατίας.

Δεν γνωρίζουμε την ακριβή ημερομηνία, ούτε αυτόν που την έχτισε αλλά έχει στην ιδιοκτησία της δύο πολύ σημαντικά για την περιοχή «κειμήλια». Το πρώτο είναι ένας ογκόλιθος μέσα στο ιερό που στηρίζει την Αγία Τράπεζα και πάνω του χαραγμένο κείμενο συνθήκης μεταξύ Μελιταίων και Πηρέων. Το δεύτερο είναι μια προκήρυξη που υπογράφηκε στην Μονή, τους πρόκριτος της Μελιταίας και του Νεοχωρίου που αφορούσε την επανάσταση της 15ης Φεβρουαρίου του 1854.

Το Μοναστήρι κατοικείται συνεχόμενα από το 1917, όταν ο τότε ηγούμενος έχτισε τα κελιά της Μονής. Οι πιστοί κάνουν λόγο για ένα θαυματουργό μοναστήρι η χάρη του οποίου γιορτάζεται την ημέρα του Αγίου Πνεύματος.¹¹

6.4.5.6. ΙΕΡΑ ΜΟΝΗ ΑΓΙΟΥ ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΤΟΥ ΟΜΒΡΙΚΟΥ

Ο Άγιος Αθανάσιος Ομβριακής βρίσκεται 1χλμ βοριοδυτικά του χωριού και ατενίζει την άλλοτε λίμνη Ξυνιάδας. Πραγματικό στολίδι για την περιοχή, με πλούσια ιστορία και μεγάλη θρησκευτική σημασία.

Σύμφωνα με τον Τσούμα (2006) η Μονή χτίστηκε το 1565 προς τιμήν του Αγίου Αθανασίου από «Μετεωρίτες» μοναχούς. Στο σημείο που χτίστηκε, από τον Μετεωρίτη μοναχό Αθανάσιο, η Μονή, προϋπήρχε σκήτη κάποιου μοναχού αφιερωμένη στον Άγιο Αθανάσιο. Το 1708 η Μονή κάηκε ολοσχερώς, οι μοναχοί της διασκορπίστηκαν στα βουνά, αλλά ένα χρόνο αργότερα επέστρεψαν και έχτισαν από την αρχή την εκκλησία και τα κελιά. Το 1812 οι Γεώργιος Γεωργίου και Ιωάννης από το Μαυρίλο Φθιώτιδας

¹¹ Ιερά Μονή Αγίας Τριάδος Μελιταίας. (2022, June 24). Dogma. Ανακτήθηκε 16 Οκτωβρίου 2022, από <https://www.dogma.gr/ellada/iera-moni-agias-triados-melitaias/146321/>

ανέλαβαν την Αγιογραφία. Οι σπάνιες αγιογραφίες (Ο μάταιος βίος του πλάνου κόσμου, η Ουρανοδρόμος Κλίμαξ, ο Πύρινος Ποταμός, η Δευτέρα Παρουσία – Ετοιμασία του θρόνου, Άγγελος Κυρίου σαλπίζων την εσχάτην Σάλπιγγα, ο υπομείνας εις τέλους ούτος σωθήσεται, η του Πιλάτου Απόφαση, ο 13ος Ωαλμός του Δαβίδ, σκηνές από την Παλαιά Διαθήκη κ.α.) τους σώζονται μέχρι σήμερα στον Νάρθηκα, το μοναδικό κομμάτι που γλίτωσε από την πυρπόληση στις 6 Μαΐου του 1897 μετά τον Ατυχή Πόλεμο και τον σεισμό στις 30 Απριλίου του 1954 όπου γκρεμίστηκε ολόκληρο το μοναστήρι. Κατά τη διάρκεια του τουρκικού πολέμου αλλά και πιο πριν αποτελούσε καταφύγιο τόσο των γυναικόπαιδων όσο και των κλεφταρτολών, των μοναχών και των ιερέων. Το 1908 αφού η Μονή έχει ανεγερθεί την αγιογράφιση αναλαμβάνει ο μακεδόνας ζωγράφος Αθανάσιος Αποστολίδης. Το 1917 οικοδομείται η οστεοθήκη του μοναστηριού όπου φιλοξενεί τα οστά των περισσοτέρων μοναχών και ιερομονάχων που έχουν «υπηρετήσει» τον Άγιο Αθανάσιο. Το 1954 μετά τον μεγάλο σεισμό ανήμερα της Ζωοδόχου πηγής ο Ναός καταστρέφεται αλλά ανέγγιχτος παραμένει ξανά ο Νάρθηκας και ένα χρόνο αργότερα με τη βοήθεια των πιστών το μοναστήρι χτίζεται από την αρχή. Πρώτη μοναχή γίνεται η Άννα Γρηγοριάδου το 2022, ενώ τώρα η μοναδική μοναχή είναι η Μακαρία.

Ιερά κειμήλια της μονής αποτελούν οι 3 λειψανοθήκες που φέρουν λείψανα 15 Αγίων με το πιο “σημαντικό” την Κάρα του Οσίου Ιωάννου Ερημίτου ή Κρητικού.

Η Μονή γιορτάζει τρεις φορές το χρόνο. Συγκεκριμένα πανηγυρίζει στις 18 Ιανουαρίου, τιμώντας τη μνήμη του Αγίου Αθανασίου, στις 2 Μαΐου την εύρεση των οστών του Αγίου Αθανασίου και στις 14 Σεπτεμβρίου ημέρα του Σταυρού.

6.4.5.7. ΙΕΡΑ ΜΟΝΗ ΠΑΝΑΓΙΑΣ ΕΛΕΟΥΣΑΣ ΞΥΝΙΑΔΑΣ

Η Ιερά Μονή της Παναγίας Ελεούσας της Ξυνιάδας χτίστηκε το 1962 έπειτα από όραμα που έβλεπε συνεχώς ως παιδί ο Ιερομόναχος Αθανάσιος.

Η Παναγία είχε εμφανιστεί επανειλημμένα στον οχτάχρονο τότε Θανασάκη με τη μορφή μαυροφορεμένης γυναίκας και του υποδείκνυε συνεχώς το μέρος που ήθελε να σκάψει ώστε να βρεθεί η εικόνα της. Μετά από χρόνια με προτροπή του προέδρου του χωριού όταν είχαν έρθει οι μπουλντόζες για να κάνουν έργα στην γύρω περιοχή συγκεντρώθηκε όλο το χωριό και πήγαν να σκάψουν στο σημείο που έβλεπαν τον νεαρό Θανασάκη να πηγαίνει συστηματικά. Ενώ στην αρχή κανείς δεν πίστευε το παιδί, στις 21 Ιουνίου του 1962 έγιναν όλοι μάρτυρες της εύρεσης της εικόνας που χρονολογείται από την εποχή της εικονομαχίας.

Το μοναστήρι έχει γίνει πολύ γνωστό και χιλιάδες πιστοί το επισκέπτονται κάθε χρόνο. Η χάρη της Παναγίας δεν το εγκαταλείπει ποτέ και η εικόνα της πραγματοποιεί συνεχώς θαύματα.

Γύρω από τη μονή υπάρχουν πολλά κελιά όπου μπορούν να φιλοξενηθούν αρκετά άτομα, χώρος τραπεζαρίας, λαογραφικό μουσείο και ζωολογικός κήπος.

6.4.5.8. ΙΕΡΑ ΜΟΝΗ ΠΑΝΑΓΙΑΣ ΑΝΤΙΝΙΤΣΗΣ

Ιερά Μονή Παναγίας Αντίνιτσας... η ιστορική Μονή που αναγεννήθηκε από τις στάχτες της!

Η Μονή είναι αφιερωμένη στην Γέννηση της Θεοτόκου, πανηγυρίζει στις 8 Σεπτεμβρίου και χτίστηκε τον 12ο – 13ο αιώνα, για το όνομά της υπάρχουν δύο εκδοχές. Σύμφωνα με την πρώτη, στην περιοχή υπήρχε η αρχαία πόλη Αντίνη και σύμφωνα με τη δεύτερη η εικόνα έφτασε στο σημείο από το Αϊδίνιο της Μικράς Ασίας όταν ξεκίνησαν οι σφαγές από τους οθωμανούς.

Παρά την μακραίωνη ιστορία της, γραπτά στοιχεία βρίσκονται από το 1734 και έπειτα από συμβόλαια και λιγοστά ιδιωτικά αρχεία καθώς η Μονή λεηλατήθηκε και πυρπολήθηκε. Το μόνο που γνωρίζουμε με μεγάλη ακρίβεια είναι η πορεία διαδοχής της ηγουμενίας από το 1734 έως σήμερα.

Κατά τον απελευθερωτικό αγώνα (1821-1900) δεν πήρε επίσημα μέρος, όμως πέρα από θρησκευτικό κέντρο ήταν μέρος συνάντησης οπλαρχηγών, κλεφταρματολών, διαπραγματευτών της ελεύθερης Ελλάδας και της τουρκοκρατούμενης ακόμη επαρχίας Δομοκού – Θεσσαλίας καθώς βρισκόταν για πολλά χρόνια πάνω στα σύνορα.¹²

Το μοναστήρι ήταν πραγματικό στολίδι! Το Καθολικό του ήταν το παλαιότερο αθωνικού τύπου (Σταυροειδής τετρακίδιος με τα τρούλου, με πλάγιους χώρους και παρεκκλήσια με τρούλο αριστερά και δεξιά που επικοινωνούν εσωτερικά με τον κυρίως Ναό) των μεταβυζαντινών χρόνων. Στα χρόνια του Ιακώβου Δήμου γίνεται μια μεγάλη ανακαίνιση στο ναό, που ταυτοποιείται από μαρμάρινες πλάκες όπου αναγράφονται χρονολογίες και εργασίες. Το 1935 ολοκληρώνεται σε κοντινή απόσταση από τη Μονή το Αντιφυματικό Αναρρωτήριο Αντινίσης (Σανατόριο). Η ενέργεια αυτή έφερε την διάνοιξη του δρόμου κάνοντας ευκολότερη την πρόσβαση στο μοναστήρι αλλά και την εξυπηρέτηση των αναγκών αυτού.

Η διάνοιξη του δρόμου όμως έφερε και την καταστροφή της Μονής την Δευτέρα του Πάσχα το 1944 από τους Γερμανούς. Χωρίς καμία προειδοποίηση οι Γερμανοί κανονιοβολούν και ανατινάζουν την Μονή και Σανατόριο. Η θαυματουργή εικόνα της Παναγίας λέγονται πως διασώθηκε είτε χάρη στον ηγούμενος Σωφρόνιος που πρόλαβε και την έβγαλε από τη Μονή είτε χάρη σε έναν Γερμανό αξιωματικό που την έβγαλε πριν την καταστροφή και την μετέφερε στη Λαμία. Τα επόμενα 46 χρόνια υπάρχει ένα μικρό εκκλησάκι στη θέση του παλαιού καθολικού όπου γίνονται τα ιερά μυστήρια και να για να μην ερημώσει η περιοχή. Από το 1968 με τη στήριξη του Μητροπολίτη Φθιώτιδας Δαμασκηνού ξεκινά η ανοικοδόμηση του μοναστηριού με κελιά και εκκλησία στο κέντρο. Το 1981 με προεδρικό διάταγμα γίνεται η ανασύσταση την μονής (είχε καταργηθεί επί του Όθωνα και είχε γίνει υποτυπώδη συνένωση με την Μονή Αγάθωνος).¹³

Το 1991 επί ηγουμενίας Αγαθόνικου Αναγνωστόπουλου ξεκινά η συστηματική και σκληρή δουλειά στο μοναστήρι. Το 1993 χτίζεται ένα μικρό εκκλησάκι των Αγίων Πάντων εντός του περιβόλου της Μονής ώστε να πραγματοποιούνται εκεί τα Ιερά Μυστήρια, όσο θα πραγματοποιούνταν το μεγάλο του όνειρο, η ανοικοδόμηση μιας

¹² Μπαλωμένος, Κ. (2015, January 4). Η Ιερά Μονή Αντινίσης «Το Γενέσιον της Θεοτόκου» (Μέρος Β'). ΑΜΦΙΚΤΥΩΝ. Ανακτήθηκε (Μάρτιος 16, 2023), από <http://amfictyon.blogspot.com/2015/01/blog-post.html>

¹³ Μπαλωμένος, Κ. (2015, April 13). Η Ιερά Μονή Αντινίσης «Το Γενέσιον της Θεοτόκου» (μέρος Γ'). ΑΜΦΙΚΤΥΩΝ. Ανακτήθηκε (Μάρτιος 16, 2023), από http://amfictyon.blogspot.com/2015/04/blog-post_13.html

νέας εκκλησίας, ίδιας με την παλιά που καταστράφηκε και άφησε πίσω της ελάχιστα κομμάτια που να θυμίζουν το μεγαλείο της. Το 1998 ξεκινά επιτέλους η υλοποίηση του μεγάλου ονείρου και το 2001 η εκκλησία είναι έτοιμη και πλέον πραγματοποιούνται αγιογραφίες και ψηφιδωτά με τα πιο χαρακτηριστικά και μεγαλειώδες «ΤΗΝ ΠΛΑΤΥΤΕΡΑ ΤΩΝ ΟΥΡΑΝΩΝ» στο ιερό και το «ΓΕΝΝΕΣΙΟΝ ΤΗΣ ΘΕΟΤΟΚΟΥ» πάνω από την κεντρική πόρτα του Καθολικού. Κάτω από την εκκλησία δημιουργείται το εκκλησάκι της Ζωοδόχου Πηγής και το κρυφό σχολειό στο μέρος που πραγματοποιούσαν τις συναντήσεις τους οι οπλαρχηγοί της επανάστασης. Στον κυρίως ναό έχουν προστεθεί και τέσσερα παρεκκλήσια των Αγίων Φθιωτών, του Αγίου Ιωάννη του Προδρόμου, του Αγίου Αγαθονίκου και του Αγίου Νικολάου. Τα θυρανοίξια πραγματοποιήθηκαν 1 Σεπτεμβρίου του 2022, παρουσία του Μητροπολίτη Νικολάου.¹⁴ Από το 2018 ηγούμενος είναι ο Πανοσιολογιώτατος Αρχιμανδρίτης π. Αμβρόσιος Αναστασίου, απόφοιτος της Εκκλησιαστικής Σχολής Λαμίας¹⁵ και στις 13 Μαΐου 2019 την ημέρα μνήμης της ανατίναξης της Μονή πραγματοποιήθηκε η ρασοφορία του νέου μοναχού Δαβίδ Σαμαντά.¹⁶

Λόγω της καταστροφής του 1944 δεν υπάρχουν παλαιότερα σκεύη και χειρόγραφα. Με την λειτουργία του νέου ναού η μονή απέκτησε τεμάχια των Ιερών Λειψάνων του Αγίου Χαραλάμπους, της Αγίας Κυριακής, της Αγίας Βαρβάρας και των Αγίων Μόδεστου και Μάμαντος.

6.4.6. ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Οι ιαματικές πηγές είναι γνωστές για τις θεραπευτικές τους ιδιότητες από την αρχαιότητα. Στον Δήμο μας υπάρχουν τρεις, οι δύο εκ των οποίων βρίσκονται στο Γερακλή και στην Εκκάρια με τη μορφή βρύσης. Η γνωστότερη και πιο αξιοποιήσιμη βρίσκεται κοντά στο χωριό Μακρυρράχη. Τα Ιαματικά Λουτρά Δρανίστας – Καϊτσας έγιναν γνωστά κατά την Τουρκοκρατία. Ως ιαματικό κέντρο ξεκίνησε την λειτουργία του το 1890 και πλέον διαθέτει ένα σύγχρονο υδροθεραπευτήριο. Το νερό είναι ψυχρό και υδρόθειο καθώς η θερμοκρασία του είναι 22 βαθμών C.

Οι ιαματικές πηγές είναι κατάλληλες για όσους πάσχουν από αρθροπάθειες, ρευματισμούς, αρθρίτιδες, οσφυοισχιαλγίες, μυαλγίες, αυχενικό σύνδρομο και γυναικολογικές παθήσεις.

Η περίοδος λειτουργίας είναι τετράμηνη 1η Ιουνίου ως τις 30 Σεπτεμβρίου. Τέλος όποιος επιθυμεί μπορεί να φιλοξενηθεί σε ένα εκ των τριών ξενοδοχείων

¹⁴ Μπαλωμένος, Κ. (2015, June 20). Η Ιερά Μονή Αντινίτσης “Το Γενέσιον της Θεοτόκου” (Μέρος Δ΄). ΑΜΦΙΚΤΥΩΝ. Ανακτήθηκε (Μάρτιος 16, 2023), από http://amfictyon.blogspot.com/2015/06/blog-post_20.html

¹⁵ Ο νέος Ηγούμενος της Ι. Μ. Αντινίτσας απόφοιτος της Εκκλησιαστικής Σχολής Λαμίας. (2018, May 3). πεμππουσια. Ανακτήθηκε (Μάρτιος 16, 2023), από <https://www.pemptousia.gr/2018/05/o-neos-igoumenos-tis-i-m-antinitas-apofitos-tis-ekklisiastiki-s-scholis-lamias/>

¹⁶ Νέος Μοναχός στην Ιστορική Μονή Παναγίας Αντινίτσης. (2019, May 13). Dogma. Ανακτήθηκε (Μάρτιος 16, 2023), από

<https://www.dogma.gr/ellada/neos-monachos-stin-istoriki-moni-panagias-antinitis/102051/>

«Δράνος», «Θεσσαλία» και «Λεμονιά» και να γευματίσει σε μία από τις ταβέρνες που βρίσκονται εκεί.¹⁷

6.4.7. ΙΣΤΟΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο Δήμος Δομοκού αποτελεί συνώνυμο της ιστορίας. Από την αρχαιότητα παίζει σημαντικό ρόλο αφού λέγεται πως είναι η γενέτειρα του Έλληνα, του Φιλοκτήτη και του Αχιλλέα. Με την πάροδο των αιώνων έχει γράψει τη δική του ξεχωριστή ιστορία είτε ως σταυροδρόμι λαών, ως πεδίο μαχών, είτε τόπος ανάπαυσης αυτοκρατόρων, έδρα πασάδων, απελευθερωτικών κινημάτων ακόμη και ως τόπος μιας ξεχωριστής αρχιτεκτονικής. Τα σημαντικότερα μνημεία που σώζονται σε πολύ καλή κατάσταση, είναι επισκέψιμα και πολύ κοντά ή ακόμη και στο κέντρο του Δομοκού είναι το Κάστρο που στέκει αγέρωχο επάνω από την πόλη, το Μνημείο πεσόντων, η Βρύση Σκαμνά και το χαμάμι στο κέντρο του Δομοκού, ακόμη και το Στροφυλόκαστρο κοντά στον Προφύτη Ηλία με την απέραντη θέα.

6.4.7.1. ΚΑΣΤΡΟ ΔΟΜΟΚΟΥ

Ο Δομοκός είναι μια αρχαία πόλη γνωστή από την εποχή του Αχιλλέα ως Θαυμακία. Η πόλη δεν σταμάτησε στιγμή να κατοικείται λόγω του στρατηγικού σημείου και της απέραντης θέας. Στην μακραίωνη ιστορία της έχει γνωρίσει πλήθος κατακτητών, που ο καθένας συνέβαλε με τον δικό του τρόπο, στην οπτική και τη διαμόρφωσή της. Τον 11ο αιώνα ο Δήμος Δομοκού ήταν Βυζαντινή επαρχία της Βλαχίας μέσα στα επόμενα χρόνια όμως χρόνια εναλλασσόταν ανάμεσα στους Βυζαντινούς, τους Φράγκους και τους Καταλανούς. Περίπου στο 11.900 – 1300 εντός των τειχών της πόλης, πάνω στον κεντρικό βράχο 50 μέτρων, χτίστηκε το Κάστρο του Δομοκού (Ακρόπολη Θαυμακού).

Πρώτη αναφορά για το Κάστρο γίνεται το 1310 μετά την κατάληψή του υπό τις εντολές του Φράγκου Δούκα των Αθηνών. Εν συνεχεία πέρασε στα χέρια των Βυζαντινών και λίγο αργότερα, το 1393, στον Οθωμανού σουλτάνου Βαγιαζήτ Α'.¹⁸

Με το πέρασμα των χρόνων έχει δεχτεί μεγάλη αλλοίωση όμως δεν υστερεί σε τίποτα από τα υπόλοιπα κάστρα ανά την Ελλάδα. Είναι εύκολα προσβάσιμο όλο το εικοσιτετράωρο με θέα και αύρα που κόβει την ανάσα. Μπορείς να το επισκεφτείς είτε με αυτοκίνητο, είτε με τα πόδια σε λιγότερο από πέντε λεπτά αν βρίσκεσαι στην Κεντρική Πλατεία.

6.4.7.2 ΒΡΥΣΗ ΣΚΑΜΝΑ ΔΟΜΟΚΟΥ

Η βρύση Σκάμνα βρίσκεται στο κέντρο του Δομοκού και είναι από τα πιο καλοδιατηρημένα μνημεία την πόλης.

Ο Δομοκός στα τέλη του 19ου αιώνα υπολογίζεται πως είχε από 5 έως 8 βρύσες μέσα στην πόλη. Πραγματικά είναι πολύ ιδιαίτερη και έχει χαρακτηριστεί ως

¹⁷ ΙΑΜΑΤΙΚΑ ΛΟΥΤΡΑ ΔΡΑΝΙΣΤΑΣ ΚΑΪΤΣΑΣ. Ανακτήθηκε (Μάρτιος 13, 2023), από <https://www.loutradranistas-kaitsas.gr/>

¹⁸ Κάστρο Δομοκού – Ελληνικά Κάστρα. Ανακτήθηκε 15 Νοεμβρίου, 2022 από <https://www.kastra.eu/castlegr.php?kastro=domoko>

διατηρητέα καθώς ήταν είναι χτισμένη με πέτρα και στην κορυφή της υπάρχει μια τουρκική επιγραφή γραμμένη στα Αραβικά.

Το όνομά της δεν είναι ξεκάθαρο από που το πήρε. Παλαιότερα η περιτριγυριζόταν από σκαμνιές, δηλαδή μουριές αλλά υπάρχει η πιθανότητα να την πήρε και από τα σκάμνα, δηλαδή τα καθίσματα που υπήρχαν γύρω της.¹⁹

6.4.7.3. ΜΝΗΜΕΙΟ ΠΕΣΟΝΤΩΝ ΔΟΜΟΚΟΥ

Στο κέντρο του Δομοκού λίγο κάτω από το Κάστρο θα βρεις ένα από τα τρία Μνημεία Πεσοντών. Είναι ένας χώρος αφιερωμένος σε όλους εκείνους που έδωσαν την ψυχή τους για την ελευθερία. Σημαντική θέση στο μνημείο κατέχει η μαρμάρινη επιγραφή προς τιμήν των Γαριβαλδινών που πολέμησα στο πλευρό μας έναντι του Τουρκικού στρατού το 1897.

6.4.7.4. ΣΤΡΟΓΓΥΛΟΚΑΣΤΡΟ

Στρογγυλόκαστρο... Το κάστρο των θρύλων και των υποθέσεων! Το Στρογγυλόκαστρο, οικοδομημένο από λευκή πέτρα στέκει «μόνο» και «σιωπηλό» κοντά στον Προφήτη Ηλία Δομοκού. Έχει 10 μέτρα ύψος και σώζεται μόνο ο περίβολος και η πυριτιδαποθήκη. Σύμφωνα με τον αρχαιολόγο Γ. Πέλλη, πολλοί εικάζουν πως είναι δημιούργημα των Φράγκων. Επικρατέστερη άποψη όμως μας λέει, πως πρόκειται για οθωμανικό κάστρο, όπως φαίνεται από τον τρόπο της τοιχοποιίας, του 19ου αιώνα. Πιο συγκεκριμένα χρονολογείται ανάμεσα στο 1854-1881 όπου οι οθωμανοί από το σημείο μπορούσαν να γνωρίζουν κάθε τι από την Θεσσαλία έως το στενό Φούρκα.²⁰

6.4.7.5. ΧΑΜΑΜ

Η Πόλη του Δομοκού πάντα χαρακτηριζόταν για το πλήθος των βρυσών που κατείχε. Ο Καρατζάς (1962) αναφέρει πως ήταν 11 στον αριθμό εκ των οποίων οι πέντε βρισκότουσαν μέσα στον Δομοκό. Μια από αυτές ήταν η Βρύση Χαμάμ.

Πιο συγκεκριμένα δυτικά του κάστρου σε χαμηλό επίπεδο υπήρχε μια βρύση με δύο κρόνους. Δίπλα της χτίστηκαν λουτρά που χρησιμοποιούσαν οι πολίτες, αργότερα χρησιμοποιήθηκαν από τους Φράγκους. Κατά την τουρκοκρατία την περίοδο διοίκησης του Τουραχάνογλου Ομέρ μπέη (1435-1484) στην περιοχή πραγματοποιήθηκαν πάρα πολλά έργα ένα εκ των οποίων ήταν και η ανοικοδόμηση των λουτρών. Λέγεται ότι εκεί λουζόταν και το χαρέμι του Γιαβέρ Πασά.²¹

Τα λουτρά ανακατασκευάστηκαν και διαθέτουν ημικυκλικές θολωτές στέγες και τρούλους, σύμφωνα με τα πρότυπα κατασκευής Οθωμανικών λουτρών της πρώιμης

¹⁹ «Η παλιά δημοτική Σκαμνά-βρύση του Δομοκού». (2021, November 21). Domokosnews.gr. Ανακτήθηκε (Οκτώβριος 16, 2022), από https://www.domokosnews.gr/2021/11/blog-post_21.html

²⁰ ΠΑΛΛΗΣ, Γ. (n.d.). Μνημεία οθωμανικής αρχιτεκτονικής στο νομό Φθιώτιδας: μια τοπογραφική επισκόπηση. <https://www.academia.edu/>. Ανακτήθηκε (Οκτώβριος 16, 2022), από https://www.academia.edu/30234140/%CE%9C%CE%BD%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CE%AF%CE%B1_%CE%BF%CE%B8%CF%89%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%

²¹ Τα οθωμανικά λουτρά (Χαμάμ) του Δομοκού. (2022, February 26). Gaiaelliniki.gr. Ανακτήθηκε (Οκτώβριος 18, 2022), from https://www.gaiaelliniki.gr/2014/01/blog-post_4.html

περιόδου της Τουρκοκρατίας στην Ελλαδική. Αποτελεί ένα από τα λίγα εναπομείναντα Λουτρά – Χαμάμ της Οθωμανικής τεχνικής. Πλέον το οίκημα ανήκει στον Λαογραφικό Όμιλο ο οποίος το παραχώρησε στον Δήμο Δομοκού ώστε να αναλάβει εκείνος την συντήρηση, την αναστήλωση και τον καθαρισμό του οικοπέδου ώστε να ξεκινήσει να γίνεται επισκέψιμο το οθωμανικό μνημείο.

6.4.8. ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΟΣ - ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

6.4.8.1 Επιμορφωτικός ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΠΑΝΤΑΧΟΥ ΒΟΥΖΙΩΤΩΝ “ ΑΓΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ”

Ο Πολιτιστικός Σύλλογος Βουζίου στεγάζεται σε ένα πέτρινο κτίριο στο κέντρο του χωριού. Στη κατοχή του έχουν επέλθει πολλά λαογραφικά αντικείμενα. Με πολύ μεράκι και όρεξη δημιούργησαν μια όμορφη λαογραφική έκθεση που περιέχει τόσο αντικείμενα από την καθημερινή ζωή στο σπίτι όσο και από την αγροτική ζωή του παρελθόντος.

6.4.8.2 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΟΜΟΚΟΥ

Ο Πολιτιστικός Σύλλογος Δομοκού ιδρύθηκε στις 20 Σεπτεμβρίου το 1981. Από τον πρώτο κιόλας χρόνο λειτουργίας του πραγματοποίησε μια μεγάλη λαογραφική έκθεση και δημιούργησε ομάδα θεάτρου. Αργότερα δημιούργησε τμήματα χορού παιδιών και ενηλίκων όπου έδιναν το παρόν σε όλες τις γιορτές και εκδηλώσεις της περιοχής. Από τον Απρίλιο του 2021 στεγάζεται σε αίθουσα στην αγορά του Δομοκού, όπου λειτουργεί έκθεση φωτογραφίας, βιβλιοθήκης και μικρός χώρος με λαογραφικά στοιχεία. Το πιο σημαντικό είναι πως από το 2015 ξεκίνησε και καθιέρωσε τη Γιορτή Κατίκι και Τοπικών Προϊόντων. Στόχος του συμβουλίου είναι η διατήρηση, η διάδοση της παράδοσης και η προώθηση των τοπικών προϊόντων.

6.4.8.3 ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΔΟΜΟΚΟΥ “ΦΙΛΑΡΕΤΗ”

Το 2008 ιδρύθηκε ο Σύλλογος Γυναικών Δομοκού «Φιλαρέτη». Ο σύλλογος από το 2021 στεγάζεται σε δημοτικό κτίριο στην αγορά του Δομοκού. Από τη αρχή της λειτουργίας του έχει πραγματοποιήσει πλήθος δράσεων όπως τα μαθήματα μαγειρικής, ντεκουπάζ, κοπτικής ραπτικής. Από το 2012 διατηρεί τμήματα παραδοσιακού και σύγχρονου χορού για παιδιά και ενήλικες. Τέλος στο κτήριο που διατηρεί, εκτός από το γραφείο στεγάζεται και η λαογραφική του έκθεση.

6.4.8.4 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΟΜΟΚΟΥ ΚΑΪΤΣΑΣ

Ο Πολιτιστικός Σύλλογος Γυναικών Καΐτσας είναι ένας από τους πιο δραστήριους της περιοχής. Για πολλά χρόνια στο παρελθόν διατηρούσε καλοκαιρινά τμήματα παραδοσιακού χορού καθώς το χωριό εκείνη της περίοδο σφύζει από ζωή. Με τα χρόνια όμως πέρα από τα τμήματα χορού και τα μικρά ή μεγαλύτερα έργα που πραγματοποιεί στο χωριό της Μακρυνράχης έχει δημιουργήσει ένα από τα ομορφότερα λαογραφικά μουσεία της περιοχής με παραδοσιακές φορεσιές, και πλήθος αντικειμένων

από την καθημερινή ζωή στο σπίτι του παρελθόντος (πχ αργαλιό, ραπτομηχανή, κατσαρόλες, γίκους, μπαούλα κλ.)

6.4.8.5 ΕΞΩΡΑΪΣΤΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΠΑΝΤΑΧΟΥ ΝΕΟΧΩΡΙΤΩΝ «ΆΓΙΟΙ ΑΝΑΡΓΥΡΟΙ»

Ο Πολιτιστικός Σύλλογος των Απανταχού Νεοχωριτών είναι ένας από τους καλύτερους και πολυπληθέστερους ως προς τα τμήματα παραδοσιακών χορών. Επίσης κάθε καλοκαίρι διοργανώνει ένα από τα μεγαλύτερα και καλύτερα πανηγύρια της περιοχής.

4.4.9. ΜΑΘΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο μαθητικός τουρισμός στηρίζεται στα αρχαιολογικά ευρήματα, τα ιστορικά μνημεία, τις εκκλησίες και τις αθλητικές δραστηριότητες που μπορούν να λάβουν χώρα.

6.5. ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η τμηματοποίηση της αγοράς γίνεται σύμφωνα με τις συμπεριφορικές, τις ψυχογραφικές, τις γεωγραφικές και τις δημογραφικές μεταβλητές. Ο συνδυασμός τους δίνει με σχετικά μεγάλη ακρίβεια το προφίλ των δυνητικών επισκεπτών.

Για μονοήμερες εκπαιδευτικές - μαθησιακές εκδρομές απευθυνόμαστε σε παιδιά ηλικίας 6-18 χρονών, από τις γύρω περιοχές, εξαρτώμενα οικονομικά, με χαμηλό επίπεδο μόρφωσης.

Σε προπτυχιακούς και μεταπτυχιακούς φοιτητές (δλδ. 18-28 χρόνων) ημεδαπούς ή αλλοδαπούς που ενδιαφέρονται για εκπαιδευτικά προγράμματα σχετικά με την αρχαιολογία και την γεωργική ζωή, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Πολλές φορές αυτά τα προγράμματα μπορεί να διαρκέσουν από 5 ημέρες μέχρι έξι μήνες, πιθανόν να είναι και αυτοί εξαρτώμενοι οικονομικά ή να έχουν χαμηλό εισόδημα.

Οι νέοι ηλικίας 16-30 χρόνων εργένηδες αλλά και οι νέοι 30-40 χρόνων έγγαμοι με παιδιά από την γύρω περιοχή που ενδιαφέρονται για μονοήμερες οικονομικές εκδρομές με στόχο την χαλάρωση, τις βόλτες και το καλό φαγητό.

Στα πλαίσια του αγροτουρισμού συνήθως συμμετέχουν οι νέοι ηλικίας 16-30 που ζουν στο αστικό περιβάλλον και θέλουν να έρθουν πιο κοντά στη φύση, να γνωρίσουν έναν διαφορετικό τρόπο ζωής, έχουν όρεξη για δουλειά, μπορούν να μείνουν από 5 -15 ημέρες, με μέτριο οικονομική άνεση. Επίσης στο ίδιο πλαίσιο θα συναντήσει κυρίως άνδρες από 65 χρόνων και πάνω με καλό επίπεδο μόρφωσης, με μεγάλη οικονομική άνεση που είτε έχουν συνταξιοδοτηθεί είτε δουλεύουν, διαβιούν σε αστικό

περιβάλλον και ενδιαφέρονται για τη φύση, την ηρεμία που παρέχεται σε αντίθεση με τους προορισμούς μαζικού τουρισμού.

Στον ιαματικό τουρισμό θα βρεις ανθρώπους από 20- 90 χρονών. Συνήθως είναι άτομα της ευρύτερης περιοχής με προβλήματα υγείας ή ανθρώπους που πηγαίνουν προληπτικά να κάνουν τα μπάνια τους εκεί λόγω των θεραπευτικών και χαλαρωτικών ιδιοτήτων των νερών. Το μορφωτικό και οικονομικό επίπεδο των ανθρώπων είναι από χαμηλό μέχρι μέτριο καθώς το κόστος χρήσης των λουτρών αλλά και τις διαμονής είναι εξαιρετικά χαμηλό.

Στον αρχαιολογικό τουρισμό συναντάμε συνήθως ή παιδιά όπως στην πρώτη περίπτωση με τον μαθησιακό τουρισμό, ή φοιτητές με εκπαιδευτικά προγράμματα ή ανθρώπους της μέσης ηλικίας και άνω δηλαδή 40+ με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και οικονομική άνεση που ενδιαφέρονται για την ιστορία και την αρχαιολογία.

Στον θρησκευτικό τουρισμό συναντούμε οικογένειες με παιδιά που ταξιδεύουν μεμονωμένα, ελληνικής καταγωγής, με μέσο εισόδημα και την ορθόδοξη χριστιανική πίστη. Κατά κύριο λόγο όμως θα δούμε επισκέπτες με group ημεδαπούς αλλά και αλλοδαπούς νεαρής, μέσης αλλά και τρίτης ηλικίας είτε από μονοήμερες είτε από πολυήμερες εκδρομές με μέσο εισόδημα. Τόπος διαμονής του group θα μπορούσε να είναι ο Δομοκός, κάποια άλλη κοντινή πόλη ακόμη ή αρκετά μακριά και η επίσκεψή τους μπορεί να διαρκέσει λίγες ώρες είτε κατά την πορεία προς τον τόπο επίσκεψης είτε κατά την επιστροφή των εκδρομέων.

Στα πλαίσια του λαογραφικού - πολιτιστικού τουρισμού συναντούμε κυρίως ανθρώπους της μέσης και τρίτης ηλικίας μεσαίου και υψηλού μορφωτικού επιπέδου που ενδιαφέρονται να μάθουν περισσότερα πράγματα και να κατανοήσουν καλύτερα τον τρόπο ζωής και την κουλτούρα των ανθρώπων της περιοχής. Σπανιότερα μπορείς να βρεις και νέους 18-39 χρόνων που ψαχνουν να βρουν τις ρίζες τους.

Τα παραδοσιακά εργαστήρια της περιοχής τα επισκέπτονται όλοι οι τουρίστες ανεξαρτήτως μορφωτικού επιπέδου, οικονομικής κατάστασης και χρονικού ορίου επίσκεψης. Τα εργαστήρια αυτά προσφέρουν όχι μόνο ποιοτικά τοπικά προϊόντα που μπορούν να λειτουργήσουν και ως αναμνηστικά αλλά και ένα μικρό δείγμα της κουλτούρας και της γαστρονομίας του Δήμου Δομοκού.

Στον γαστρονομικό τουρισμό συμμετάσχουν κυρίως άνθρωποι της δεύτερης, τρίτης αλλά και της νεαρής ηλικίας ανεξάρτητα του εισοδήματος καθώς προσφέρονται ποιοτικά πιάτα, μεγάλης διατροφικής αξίας από τοπικά προϊόντα,σε οικονομικές τιμές. Καθώς *“οι τουρίστες δείχνουν να απορρίπτουν όλο και περισσότερο το μοντέλο*

διατροφής με χαμηλής ποιότητας και μαζικής παραγωγής προϊόντα. Αναζητούν τοπικά, φρέσκα και καλής ποιότητας τρόφιμα, αλλά και την τοπική κουζίνα, που αντανακλά την αυθεντικότητα ή το χαρακτήρα του προορισμού”. (Kalpidēs, 2014, 30)

Μέσης ηλικίας είναι κυρίως οι επαγγελματικοί τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή τους καλοκαιρινούς μήνες με αφορμή την αγροτική παραγωγή και τις δύο τοπικές γιορτές. Η Γιορτή Φακής στο Βούζι και η Γιορτή Κατίκι και Τοπικών Προϊόντων στο Δομοκό έχουν στόχο την προώθηση των τοπικών προϊόντων αλλά και το “πάντρεμα” των γεύσεων.

Οι τουρίστες που ασχολούνται με τον αθλητισμός είναι άνθρωποι δραστήριοι, που αγαπούν τη φύση, νεαρής και μέσης ηλικίας με ανεξάρτητα με το οικονομικό και το μορφωτικό επίπεδο.

Τέλος υπάρχουν και οι τουρίστες που χρησιμοποιούν ως βάση διαμονής τους τον Δομοκό, ώστε να κάνουν μονοήμερες εκδρομές σε κοντινούς προορισμούς με απόσταση μικρότερη των δύο ωρών. Οι άνθρωποι αυτοί είναι όλων των ηλικιών, εργενηδες, έγγαμοι, με παιδιά ή χωρίς, μέσου και υψηλού μορφωτικού και εισοδηματικού επιπέδου.

Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι ο Δομοκός εύκολα μπορεί να γίνει ένας νέος δημοφιλής προορισμός όπου μπορεί να εξυπηρετήσει τις απαιτήσεις μεγάλου μεριδίου της τουριστικής αγοράς καθώς παρέχει πλήθος επιλογών στον επισκέπτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΕΠΙΛΟΓΗ ΟΝΟΜΑΤΟΣ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΛΙΣΜΟΙ

7.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΟΝΟΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ APP

Η ιστοσελίδα και η εφαρμογή ονομάζονται Discover Domokos. Η επιλογή της λέξης discover δεν ήταν τυχαία καθώς το γράμμα D είναι κοινό και στις δύο λέξεις. Λέγεται πως στην ελληνική γλώσσα το αντίστοιχο γράμμα Δ υποδηλώνει την εσωτερική δύναμη μιας κεκλεισμένης ενέργειας. Επίσης το discover χρησιμοποιείται για να δηλώσει κάτι το ανεξερεύνητο, το “αγνό”, το ανέγγιχτο από την φθορά που προκαλεί η πολυκοσμία και οι δραστικές αλλαγές σε έναν τόπο.

7.2 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΛΙΣΜΟΙ ΤΩΝ ΣΧΗΜΑΤΩΝ



Εικόνα 7.2.1: Το λογότυπο της ιστοσελίδας και της εφαρμογής

Το λογότυπο απεικονίζει ένα βουνό με τρεις κορυφές σε λευκό background που περικλείεται από τρία μισοφέγγαρα. Ο Πυθαγόρας έλεγε πως ο αριθμός 3 εμπεριέχει μέσα του την αρχή, τη μέση και το τέλος, επίσης είναι ο αριθμός του σύμπαντος, αδιαίρετος και συμβολίζει την πληρότητα. Ο τρόπος που σχηματίζεται ο κύκλος από τα μισοφέγγαρα είναι σαν να περικλείει το ένα μέσα του το άλλο, δίνοντας την εντύπωση του "όλον", όπως και της βιωσιμότητας.

Τα χρώματα που χρησιμοποιήθηκαν ήταν αποχρώσεις του μπλε (#1D1D9B), του πορτοκαλί (#F5821F), του πράσινου (#07C867), το λευκό και το μαύρου. Τα χρώματα μπορούν να συνδυαστούν με τις εποχές καταλληλότητας του τουριστικού προορισμού (μπλε - χειμώνας, πράσινο - άνοιξη και καλοκαίρι, πορτοκαλί - φθινόπωρο).

7.3 ΣΥΜΒΟΛΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΧΡΩΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Σύμφωνα με την επιστήμη της ψυχολογίας και της επικοινωνίας τα χρώματα έχουν διαφορετικό συμβολισμό σε διάφορες κοινωνίες. Παίρνοντας ως βάση μας την αντίληψη των δυτικών χωρών για τα χρώματα έγινε η παραπάνω επιλογή για το λογότυπο ενώ μέσα στην ιστοσελίδα χρησιμοποιείται και το μπορντό. Το μπλε χρώμα (#1D1D9B, NAVY) αποπνέει χαλάρωση, αξιοπιστία, επαγγελματισμό και καθαριότητα. Το πορτοκαλί (#F5821F) προσδίδει ζωντάνια, δημιουργικότητα, ισορροπία, την παράδοση και χρησιμοποιείται πολλές φορές για να τραβήξει τη προσοχή προς αντικατάσταση του κόκκινου και του κίτρινου, δύο χρωμάτων που είναι δύσκολο να συνδυαστούν με τα υπόλοιπα χωρίς να χαλάνε την ισορροπία στην εικόνα. Το πράσινο (#07C867) υποδεικνύει την ηρεμία, την ανάπτυξη και το φυσικό περιβάλλον. Το λευκό

δίνει την έννοια του καθαρού και του αγνού, το μαύρο την κομψότητα και τέλος το μπορντό (#B1251E) που χρησιμοποιείται στον θρησκευτικό τουρισμό δίνει την αίσθηση της άνεσης, του αριστοκρατικού και της κομψότητας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: WORDPRESS

8.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ WORDPRESS

Το Wordpress είναι ένα από τα προγράμματα ανάπτυξης ιστοσελίδων προσωπικής, εμπορικής, ειδησεογραφικής και προωθητικής χρήσης. Η ανάπτυξής δεν απαιτεί γνώση κάποιου κώδικα καθώς προσφέρει έτοιμα θέματα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν και να παραμετροποιηθούν ανάλογα με τις δυνατότητες τους και τις επιθυμίες του χρήστη. Δίνεται η δυνατότητα πρόσθετων κουμπιών (Plugins) που έχουν καθοριστικό ή αισθητικό - διευκολυντικό χαρακτήρα στην εκάστοτε σελίδα.

8.2 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΣΕΛΙΔΑΣ

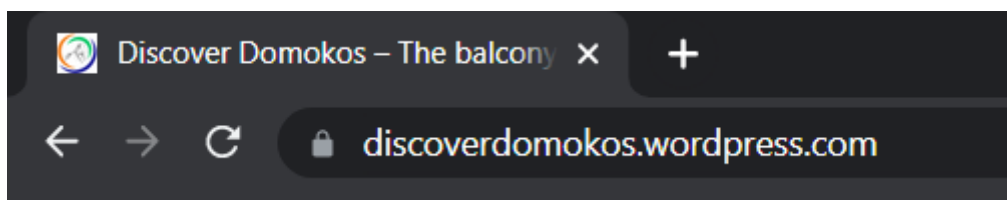
Ο παρών ιστότοπος (<https://discoverdomokos.wordpress.com/>) αποτελεί στατική σελίδα με εφαρμοσμένο το θέμα **Radcliffe 2**. Οι γραμματοσειρές των τίτλων είναι **Literata Medium** και κανονικών μεγεθών, ενώ η βασική γραμματοσειρά είναι η **Noto Sans** κανονικού μεγέθους. Επίσης δεν έχουν προστεθεί εξωτερικά plugins εκτός από τις μικροεφαρμογές που μας έδινε τη δυνατότητα χρήσης το θέμα.

8.2.1. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΡΧΙΚΗΣ ΣΕΛΙΔΑΣ

Η ιστοσελίδα έχει ολοκληρωθεί και δημοσιευθεί από τις 31 Ιανουαρίου 2023. Στόχος ήταν να γίνει ένας ολοκληρωμένος οδηγός για τους επισκέπτες που ενδιαφέρονται να μάθουν διάφορες πληροφορίες για τον Δομοκό. Έχοντας τις απαραίτητες πληροφορίες, ευελπιστούμε να βοηθήσει τον περιηγητή να διαμορφώσει την κατάλληλη εικόνα για την περιοχή και να τον βοηθήσει να οργανώσει τις διακοπές του με τον καταλληλότερο τρόπο.

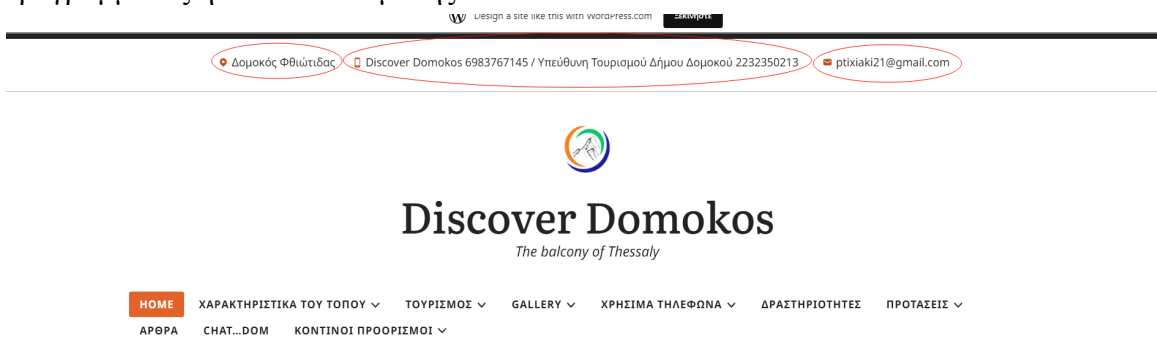
Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται ένα μέρος της ιστοσελίδας μέσω εικόνων.

Στο ξεκίνημα της σελίδας, πάνω αριστερά βλέπουμε την ταυτότητα του ιστοτόπου, δηλαδή το λογότυπο και τον τίτλο της σελίδας μας έτσι όπως εμφανίζεται στις αναζητήσεις της GOOGLE και από κάτω το link της.



Εικόνα 8.2.1.1: Η ταυτότητα της ιστοσελίδας

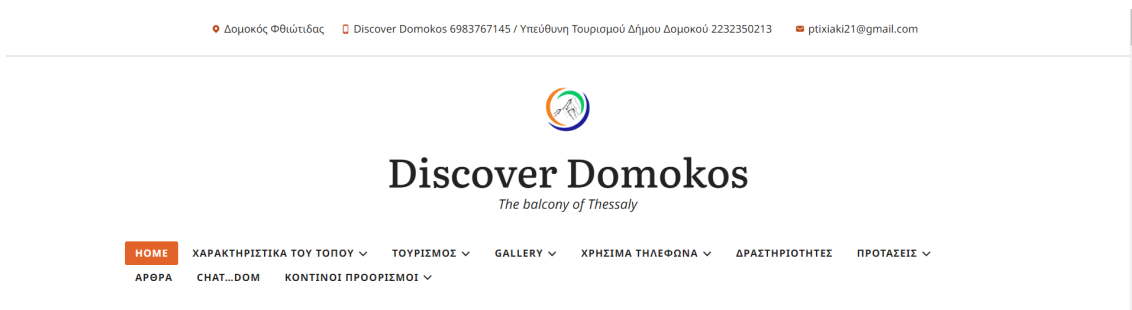
Από κάτω ακριβώς βλέπουμε την τοποθεσία του προορισμού, το τηλέφωνο επικοινωνίας του υπεύθυνου της σελίδας και της υπεύθυνης υπαλλήλου του Δήμου Δομοκού σχετικά με τα τουριστικά ζητήματα και παροχής πληροφοριών. Στο τέλος της γραμμής εμφανίζεται το email της σελίδας στο οποίο μπορεί να αποστείλει οποιοσδήποτε mail για να τον βοηθήσουμε με πληροφορίες ακόμη και με τη δημιουργία προγράμματος ή πακέτου διαμονής.



Εικόνα 6.2.1.2: Πληροφορίες και στοιχεία επικοινωνίας

δεξιά υπάρχουν οι σύνδεσμοι σύνδεσης με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι σύνδεσμοι για σύνδεση για όσους χρήστες διαθέτουν λογαριασμό ή για δημιουργία λογαριασμού.

Έπειτα υπάρχει το λογότυπο που λειτουργεί και ως σύνδεσμος της αρχικής σελίδας, ο τίτλος του site που αλλάζει χρώμα όταν περνάει ο κέρσορας από πάνω και ακολουθεί το κυρίως μενού με τις οι αναδιπλούμενες ή μη γονικές σελίδες.



Εικόνα 8.2.1.3: Το λογότυπο, ο τίτλος και το κυρίως μενού

Ακολουθούν το καλωσόρισμα στο site και στον παράλληλα στον τοπικό προορισμό, τον οποίο καλούνται να εξερευνήσουν, μαζί με το εστιακό σημείο στο οποίο έχει τοποθετηθεί πανοραμική φωτογραφία του Δομοκού. Έπειτα υπάρχουν δύο columns με φωτογραφίες και δίπλα τους ένα κουμπί που λειτουργεί ως σύνδεσμος σε κάποια αντίστοιχη σελίδα.

ΚΑΛΩΣ ΗΡΘΑΤΕ ΣΤΟ ΔΟΜΟΚΟ



Εικόνα 8.2.1.4: Καλωσόρισμα και εστιακό σημείο

ΔΟΜΟΚΟΣ...

Δομοκός... Το μπαλκόνι τη Στερεάς προς τη Θεσσαλία. Ένα χωριό που συνδυάζει το παρελθόν με το παρόν και την απaráμλλη θέα!

[Επισκεψτείτε](#)



ΣΤΡΟΓΓΥΛΟΚΑΣΤΡΟ

[Παρά](#)

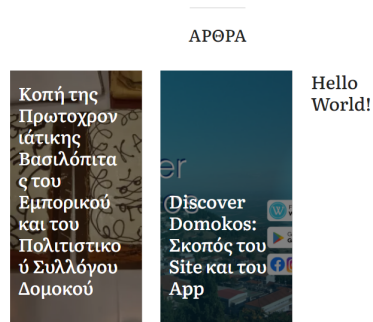
Εικόνα 8.2.1.5: Columns με εικόνα και σύνδεσμο

Κάτω από το columns - πρώτες εντυπώσεις ακολουθεί ενημέρωση - υπενθύμιση με τους εναλλακτικούς τρόπους τουρισμού που μπορείς να κάνεις στην περιοχή. Εδώ δεν περιέχονται σύνδεσμοι, αλλά είναι ένας τρόπος για να αντιληφθείς ο επισκέπτης ότι ως εκεί μπορεί να ενημερωθεί για τα είδη τουρισμού που δύναται να κάνει στον Δήμο Δομοκού. Ακολουθούν τα άρθρα, το Footer το οποίο περιέχει τα Social Media, μια φόρμα επικοινωνίας πιο ευδιάκριτη σε σχέση με το mail στο που έχει τοποθετηθεί στην αρχή, σύνδεσμος για το τοπικό διαδικτυακό ραδιόφωνο, ένας χάρτης και το google calendar όπου μπορούν να ενημερωθούν για όλες τις επερχόμενες εκδηλώσεις.

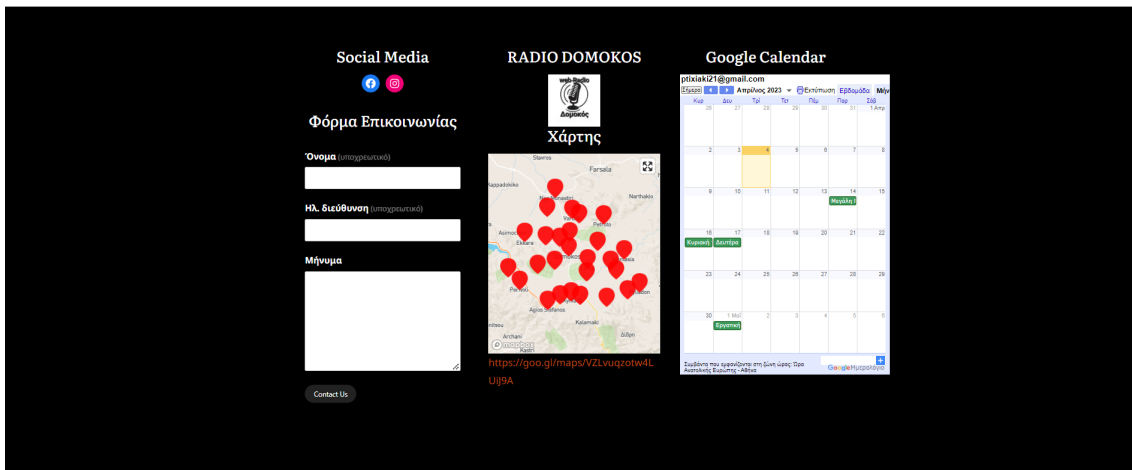
ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



Εικόνα 8.2.1.6: Εναλλακτικοί τρόποι τουρισμού

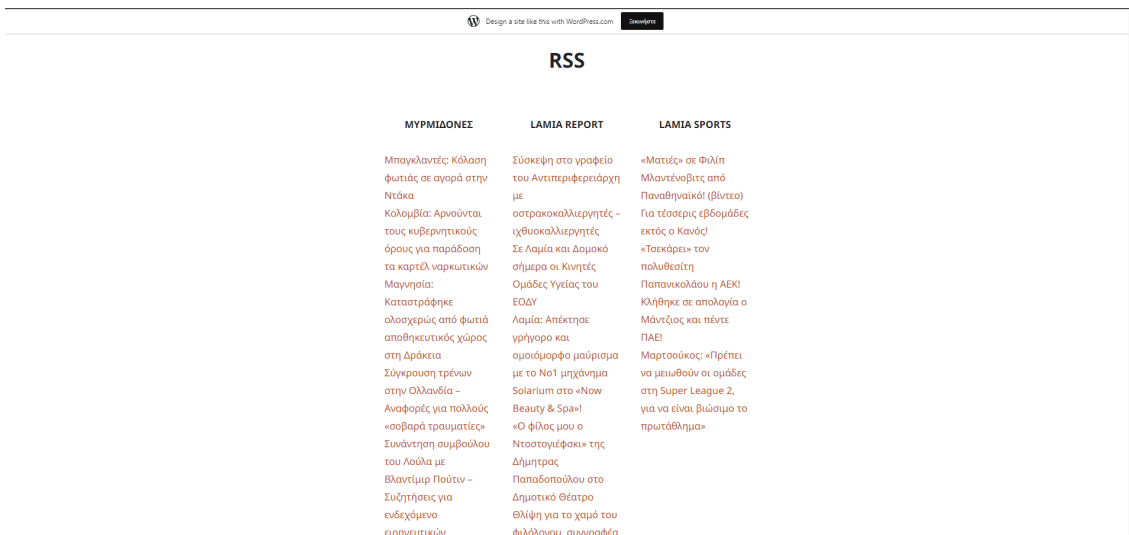


Εικόνα 8.2.1.7: Άρθρα



Εικόνα 8.2.1.8: Footer

Τέλος θα βρείτε ειδήσεις τοπικού, αθλητικού και ευρύτερου ενδιαφέροντος χάρη στα τρία ενσωματωμένα RSS κα την επιλογή μετάφρασης της σελίδας.

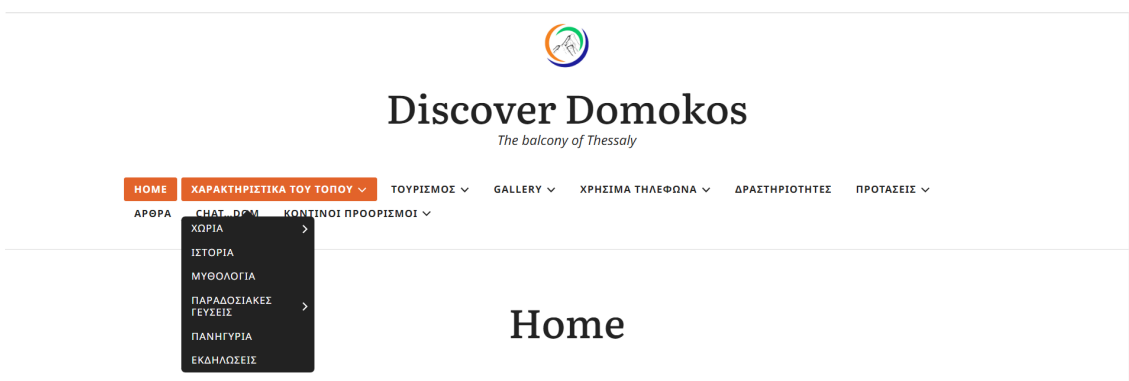


Εικόνα 8.2.1.9: RSS

8.2.2 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ MENU

Το μενού αποτελείται από εννέα γονικές κατηγορίες, οι έξι εκ των οποίων είναι αναδιπλούμενες. Έχουν λευκό φόντο με μαύρα γράμματα, όταν περνά από πάνω τους ο κέρσορας το φόντο της λέξης γίνεται πορτοκαλί και τα γράμματα μετατρέπονται σε λευκά. Αν κ κατηγορία είναι αναδιπλούμενη ανοίγει αυτόματα με μαύρο φόντο και λευκά γράμματα. Όταν ο κέρσορας περνά από πάνω τους το φόντο της μετατρέπεται και αυτό σε πορτοκαλί.

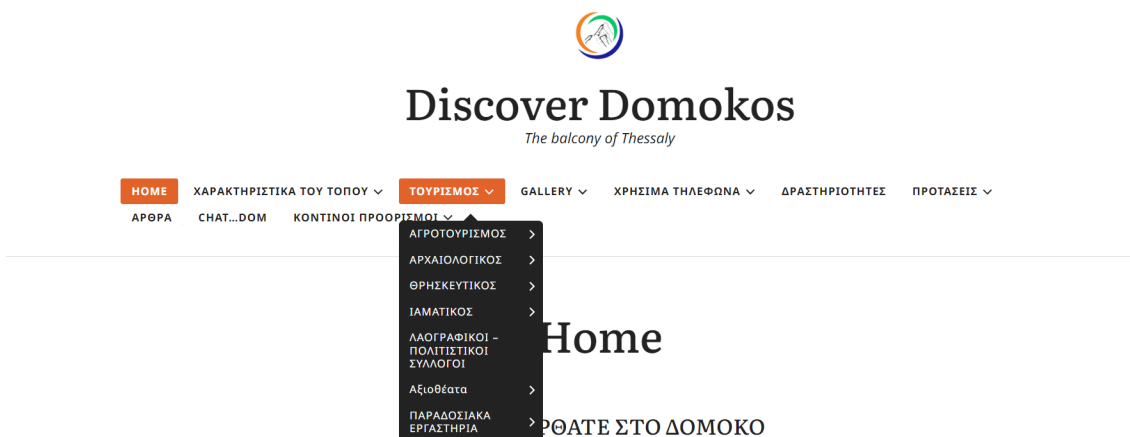
Η πρώτη κατηγορία που συναντούμε είναι τα χαρακτηριστικά του τόπου μας η οποία περιέχει λεπτομερή ανάλυση του πληθυσμού, της έκτασης του δήμου, χωριό τον απαρτίζουν, ένα καλωσόρισμα το οποίο προβάλλει τον Δομοκό όχι μόνο ως θερινό τουριστικό προορισμό, αλλά ως προορισμού μπορείς να επισκεφτείς ολόκληρο το χρόνο. Συνεχίζουμε με την ιστορία, την μυθολογία, τις παραδοσιακές γεύσεις, τα πανηγύρια, και τις εκδηλώσεις του τόπου μας.



Εικόνα 8.2.2.1: Χαρακτηριστικά του τόπου μας

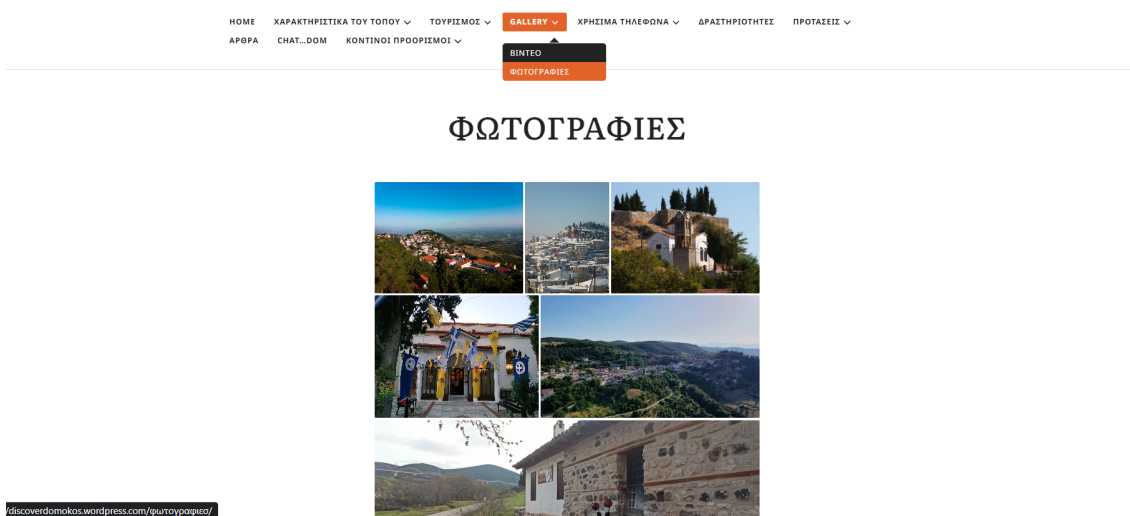
Ακολουθεί η κατηγορία του τουρισμού στον οποίο συμπεριλαμβάνονται ο αγροτουρισμός, ο αρχαιολογικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο ιαματικός

τουρισμός, ο λαογραφικός- πολιτιστικός τουρισμός προβάλλοντας μερικούς από τους πιο γνωστούς συλλόγους της περιοχής μαζί με το έργο τους, τα αξιοθέατα τα οποία είναι ιστορικά μνημεία όμως δεν ανταλλάσσονται σε αρχαιολογικούς χώρους και τα παραδοσιακά εργαστήρια τα οποία παράγουν τοπικά προϊόντα και μπορούν συμπεριληφθούν στον γαστρονομικό τουρισμό.



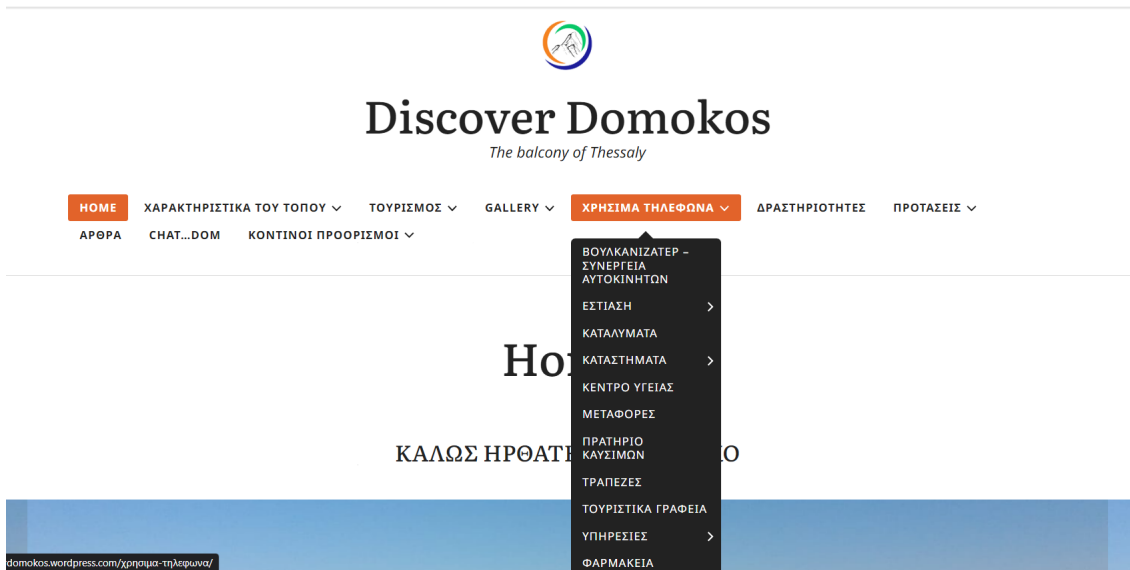
Εικόνα 8.2.2.2: Κατηγορία Μορφές Τουρισμού

Έπειτα θα βρεις φωτογραφικό υλικό τόσο από το Δομοκό όσο και από τις γύρω περιοχές αλλά και τοπία, μέρη, μνημεία και εκκλησίες που προβάλλονται στις αντίστοιχες κατηγορίες τουρισμού.



Εικόνα 8.2.2.3: Κατηγορία Φωτογραφίες

Ακολουθούν τα τηλέφωνα που είναι χρήσιμα σε όποιον αποφασίσει να επισκεφτεί τον τόπο μας. ανάμεσά τους θα βρεις τηλέφωνο από βουλκανιζατέρ, καταστήματα εστίασης, καταστήματα της αγοράς του Δομοκού και των γύρω χωριών, καταλύματα, το τηλέφωνο από το κέντρο υγείας Δομοκού, από πρακτορείο καυσίμων, από ταξί τρένα και λεωφορεία όπως και τα δρομολόγια που εκτελούν, από τράπεζες, τουριστικά γραφεία, υπηρεσίες όπως ο Δήμος, η αστυνομία, τα ΚΕΠ και της πολιτικής προστασίας και τέλος από τα φαρμακεία.



Εικόνα 8.2.2.4: Κατηγορία Χρήσιμα τηλέφωνα

Ἡ επόμενη κατηγορία που αναλύεται είναι οι δραστηριότητες. Αυτές δεν μπήκαν σε ένα διπλωμένο μενού διότι δεν αφορούν μόνο μία κατηγορία (π.χ. αθλητικές), αλλά υπάρχουν διάφορα είδη τα οποία μπορείς να πραγματοποιήσεις Είτε στο Δομοκό είτε στις κοντινές πόλεις τις οποίες θα δούμε παρακάτω.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ



Ο Δομοκός είναι ένα ευλογημένο μέρος καθώς παρέχει πολλές ευκαιρίες σε όποιον τον επισκέπτεται. Εκτός από τις δραστηριότητες που μπορείς να κάνεις σε αυτόν και τα γύρω χωριά, βρίσκεται πολύ κοντά σε μεγάλες πόλεις, σε παραλίες, λίμνες και άλλους δημοφιλείς προορισμούς προσφέροντας πλήθος επιλογών.

Δραστηριότητες:

- Αθλητικές δραστηριότητες (βόλεϊ, μπάσκετ, ποδόσφαιρο, tennis)
- Ιππασία
- Κολύμβηση (σε 1 ώρα περίπου βρίσκεται σε παραλίες της Στυλίδας, των Καμένων Βούρλων, του Βόλου και της Λάρισας)
- Κουζίνα
- Ριζοσπορία – Ορειβασία
- Πιλοτάσια
- Φεστιβάλ Μουσικής
- Φωτογραφία
- Χορός
- Ψάρεμα
- Δραστηριότητες σε κοντινές λίμνες και ποτάμια
- Βελιόσκι
- Ski (κοντινά χεινοδρομικά κέντρα)
- Spa (Παραμικά Λουτρά Αρναϊάτας - Καίταρας και στο Γενοδοχειακό Σμακώβου)

Εικόνα 8.2.2.5: Κατηγορία Δραστηριότητες

Οι προτάσεις είναι μία ακόμη κατηγορία με την οποία θέλουμε να διευκολύνουμε αλλά και να προτρέψουμε τα άτομα που αφορά η κατηγοριοποίηση να επισκεφτούμε κάποιες τοποθεσίες, καταστήματα ή να κάνουν δραστηριότητες ανάλογες με αυτές που ταιριάζουν στο προφίλ. Ακολουθεί και σχετικό παράδειγμα με την κατηγοριοποίηση των ζευγαριών.



Discover Domokos

The balcony of Thessaly

HOME ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ GALLERY ΧΡΗΣΙΜΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

ΑΡΘΡΑ CHAT...DOM ΚΟΝΤΙΝΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ

ΝΕΟΙ
ΖΕΥΓΑΡΙΑ
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΕΣ
55+

Home

Εικόνα 8.2.2.6: Κατηγορία Προτάσεις



1 / 6

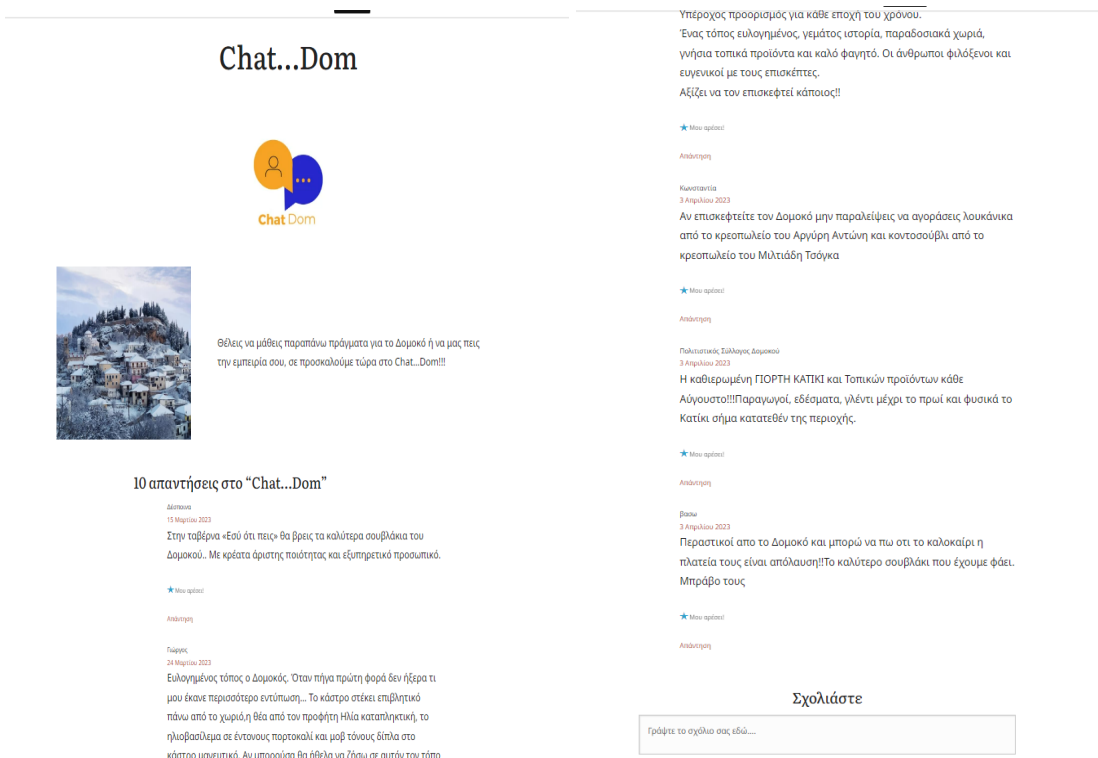
Για τα ζευγάρια προτείνεται ανεπιφύλακτα η επίσκεψη του Κάστρου του Δομοκού τις απογευματινές κυρίως ώρες όπως και η επίσκεψη του Προφήτη Ηλία τις απογευματινές και βραδινές ώρες. Και από τις δύο πλευρές μπορείς να απολαύσεις το μαγευτικό ηλιοβασίλεμα που γίνεται πάνω από τον ουρανό του Κάστρου. Επίσης από τον Προφήτη Ηλία προσφέρεται απεριόριστη θέα προς τον Θεσσαλικό κάμπο. Το βράδυ τα φώτα από τα χωριά και τις πόλεις απλώνονται μπροστά σου σαν χιλιάδες αναμμένα κεράκια.

Για φαγητό προτείνεται το Εστιατόριο – Ταβέρνα «Εσύ ότι πεις» στην κεντρική πλατεία του Δομοκού, ενώ για καφέ ή ποτό οι καλύτερες επιλογές είναι οι καφετέριες του Δομοκού «ESTRELLA CAFE BAR», το «RETRO CAFE – BAR» και στην Ομβριακή το «X-CITE».

Εάν ενδιαφέρεσαι για την επισημοποίηση της σχέσης σου με θρησκευτικό γάμο προτείνεται ο Μητροπολιτικός Ιερός Ναός της Αγίας Παρασκευής, ο Ιερός Ναός της Αγίας Κυριακής και ο Ιερός Ναός Αγίου Γεωργίου κάτω από το κάστρο. Εάν πάλι ενδιαφέρεσαι για πολιτικό με θρησκευτική την ιστορία προτείνεται ανεπιφύλακτα το Κάστρο του Δομοκού και για τους πιο τολμηρούς το Στραγγυλόκαστρο.

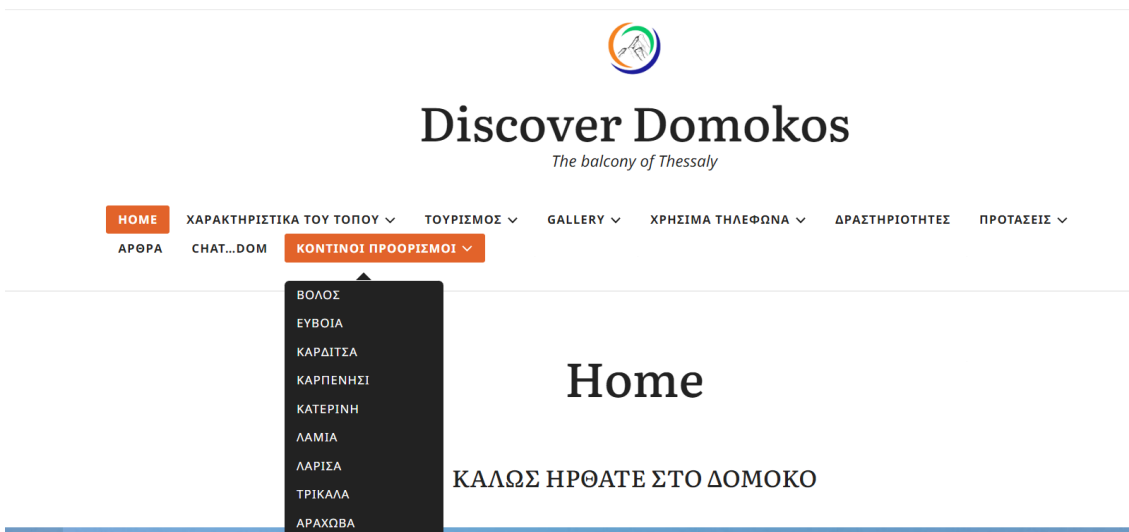
Εικόνα 8.2.2.7: Προτάσεις για ζευγάρια

Εδώ βλέπουμε την κατηγορία Chat...Dom στην οποία ο καθένας μπορεί να εκφράσει την άποψή του ελεύθερα, να προτείνει τοποθεσίες, καταστήματα, να εκφράσει εμπειρίες και συναισθήματα σχετικά με την επίσκεψη του στην περιοχή του Δομοκού, ακόμη και να κάνει ερωτήσεις για αυτόν όπου μπορούν να απαντηθούν από οποιονδήποτε.



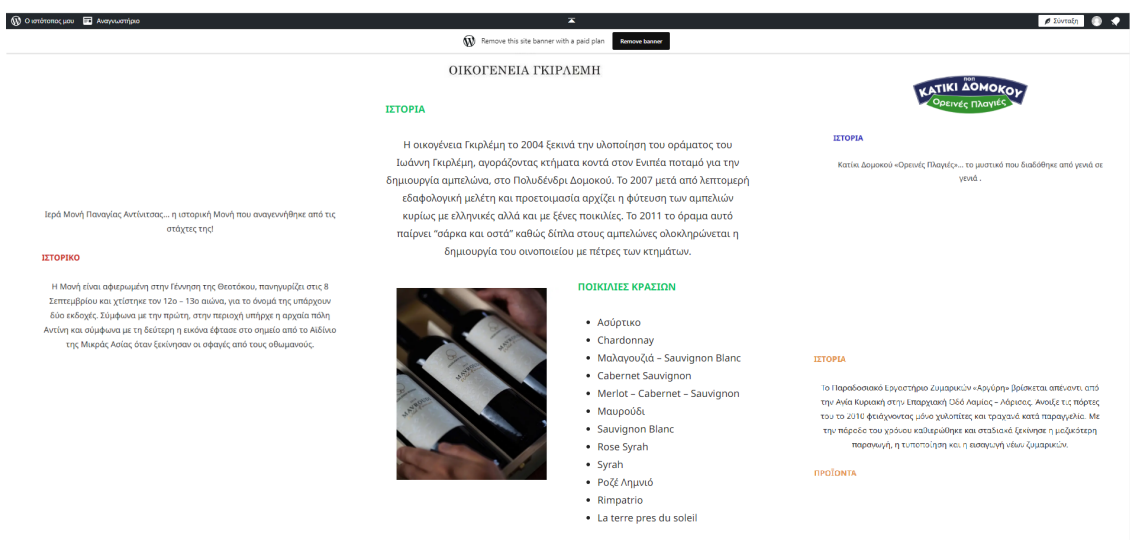
Εικόνα 8.2.2.8: Κατηγορία CHATDOM

Με την κατηγορία των κοντινών προορισμών θέλουμε να δείξουμε πως ο Δομοκός είναι εύκολα προσβάσιμος από τις περισσότερες πόλεις της Κεντρικής Ελλάδας σε λιγότερο από 2 ώρες. αυτό που τον ωφελεί ιδιαίτερα σαν προορισμό είναι πως κάποιος μπορεί να τον χρησιμοποιήσει ως “βάση” για τις διακοπές του και καθημερινά να πραγματοποιεί εκδρομές σε πάρα πολλούς προορισμούς συνδιάζοντας δραστηριότητες, αξιοθέατα, εμπειρίες, διαδρομές, εικόνες, γεύσεις, ηρεμία και όλα αυτά σε πολύ λίγο χρόνο και με ελάχιστα χρήματα σε σχέση με το αν έμενε σε κάποιον άλλον γνωστό κοντινό τουριστικό προορισμό.



Εικόνα 8.2.2.9: Κατηγορία Κοντινών Προορισμών

Τέλος Στην παρακάτω εικόνα βλέπουμε την χρήση των χρωμάτων που βρίσκονται στο λογότυπο και την προσθήκη ενός ακόμη χρώμα τους, του μπορντό, μέσα στη σελίδα. πιο συγκεκριμένα χρησιμοποιούνται για να υποδείξουν κατηγορίες. Το πράσινο χρησιμοποιείται κυρίως στον αγροτουρισμό, το πορτοκάλι στον Λαογραφικό τουρισμό και σε κάποιον από τα παραδοσιακά εργαστήρια, το μπορντό στον Θρησκευτικό τουρισμό, το μπλε στον πνευματικό τουρισμού και στα παραδοσιακά εργαστήρια χρησιμοποιούνται τα χρώματα ανάλογα με τα χρώματα που ταιριάζουν στην γενικότερη εικόνα της σελίδας.



Εικόνα 8.2.2.910: Τα χρώματα μέσα στις σελίδες του site

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: MIT APP INVENTOR

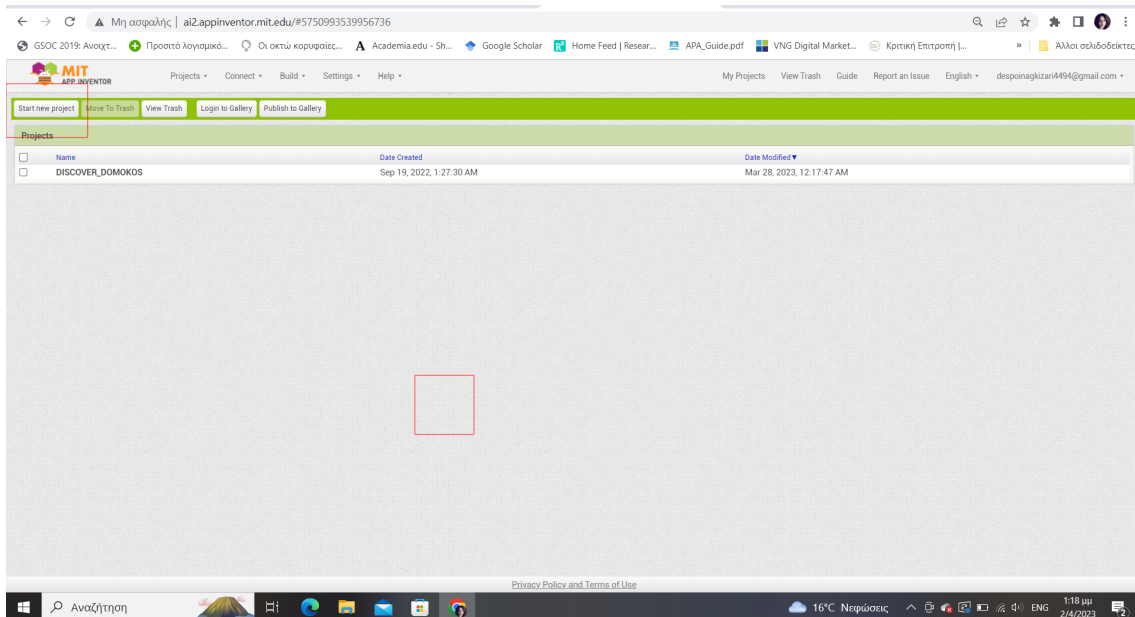
9.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ MIT APP INVENTOR

Το πρόγραμμα MIT App Inventor είναι περιβάλλον προγραμματισμού που επιτρέπει σε όλους να δημιουργούν εφαρμογές για τηλέφωνα Android, iPhone και tablet. Για να ξεκινήσεις την δημιουργία δεν χρειάζονται ιδιαίτερες γνώσεις προγραμματισμού, αλλά λογική σκέψη. Από το ίδιο το πρόγραμμα προσφέρονται tutorials που μπορούν να σε βοηθήσουν να ξεκινήσεις το ταξίδι σου στον κόσμο των εφαρμογών χωρίς ιδιαίτερο κόπο.

9.2. ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

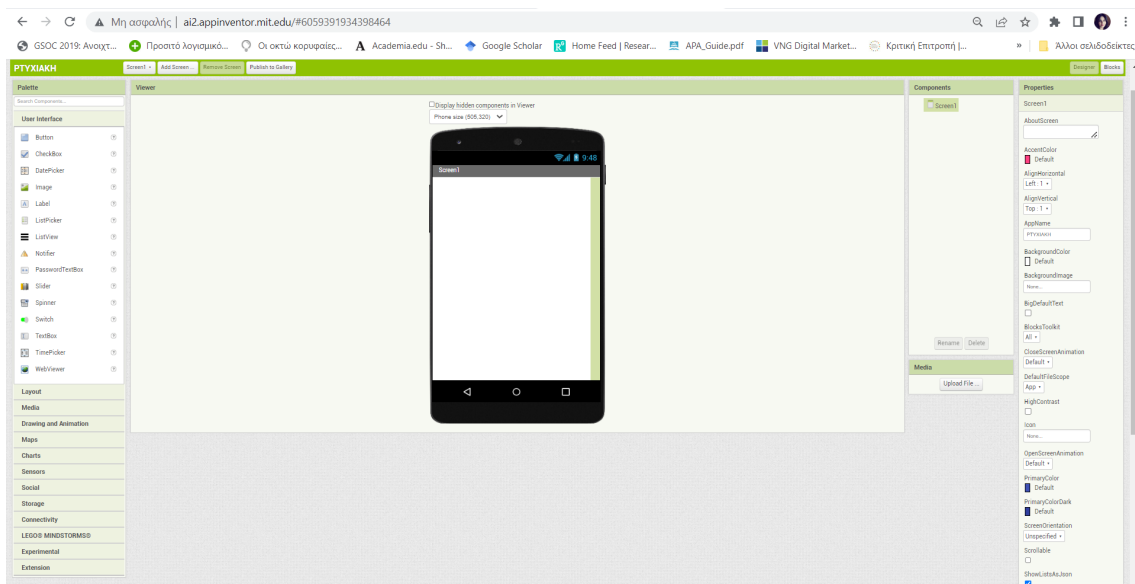
Το περιβάλλον εργασίας του MIT App Inventor είναι ξεκάθαρο και σχετικά εύκολο στη χρήση του. Στην παρούσα εικόνα βλέπουμε την οθόνη όπου μας δείχνει

όλες τις εφαρμογές που έχουμε δημιουργήσει έως τώρα . Για τη δημιουργία μιας νέας πατάμε το κουμπί start new project.

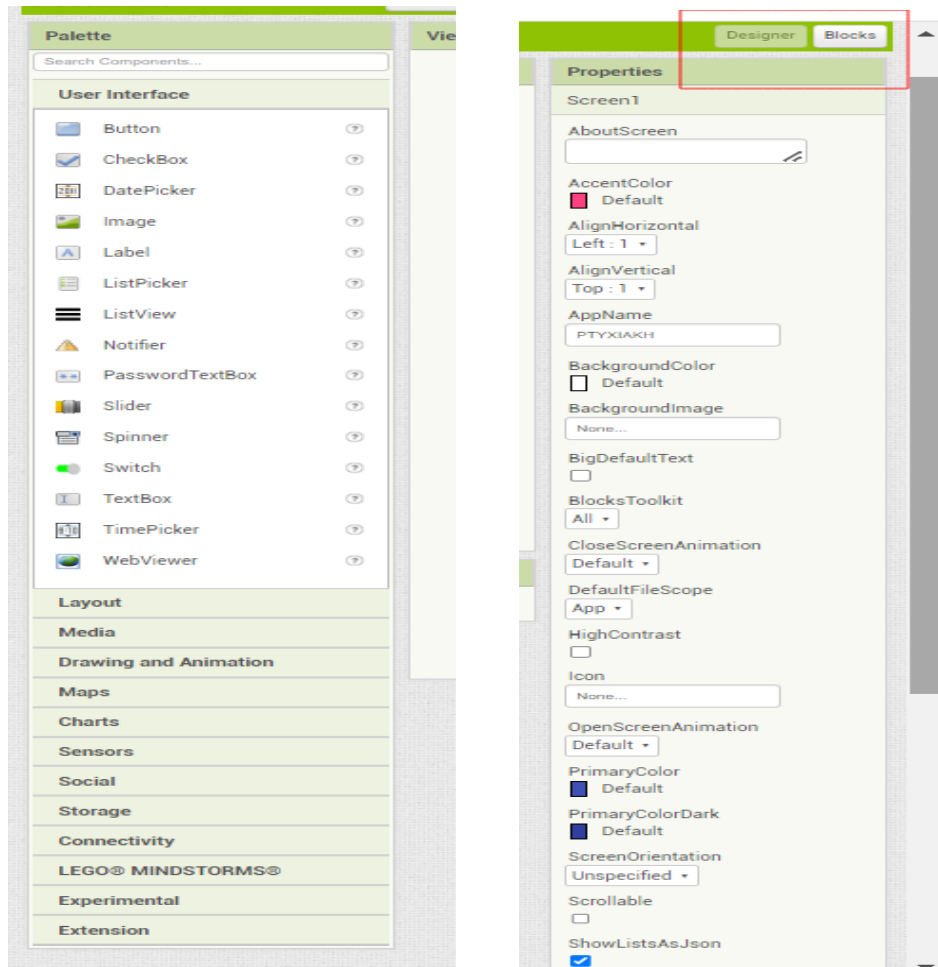


Εικόνα 9.2 1: Εφαρμογές και Start new project

Πλέον έχουμε εισαχθεί στο κεντρικό περιβάλλον της εφαρμογής και βλέπουμε στη μέση ένα κινητό μέσα στο οποίο γίνεται το design της εφαρμογής, αριστερά υπάρχει η παλέτα με όλα τα εργαλεία Πού μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε ώστε να ξεκινήσουμε την σχεδίαση. Αριστερά υπάρχει στήλη properties στην οποία γίνονται όλες οι ρυθμίσεις των αντικειμένων που υπάρχουν ή προστέθηκαν εξωτερικά. επάνω από τη λέξη properties υπάρχει επιλογή Blocks .

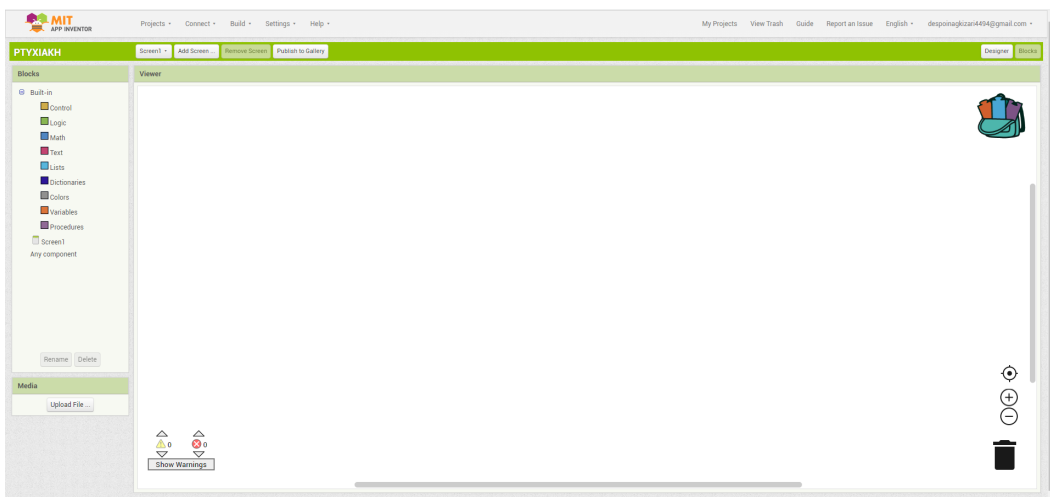


Εικόνα 9.2 2: Περιβάλλον δημιουργίας της εφαρμογής



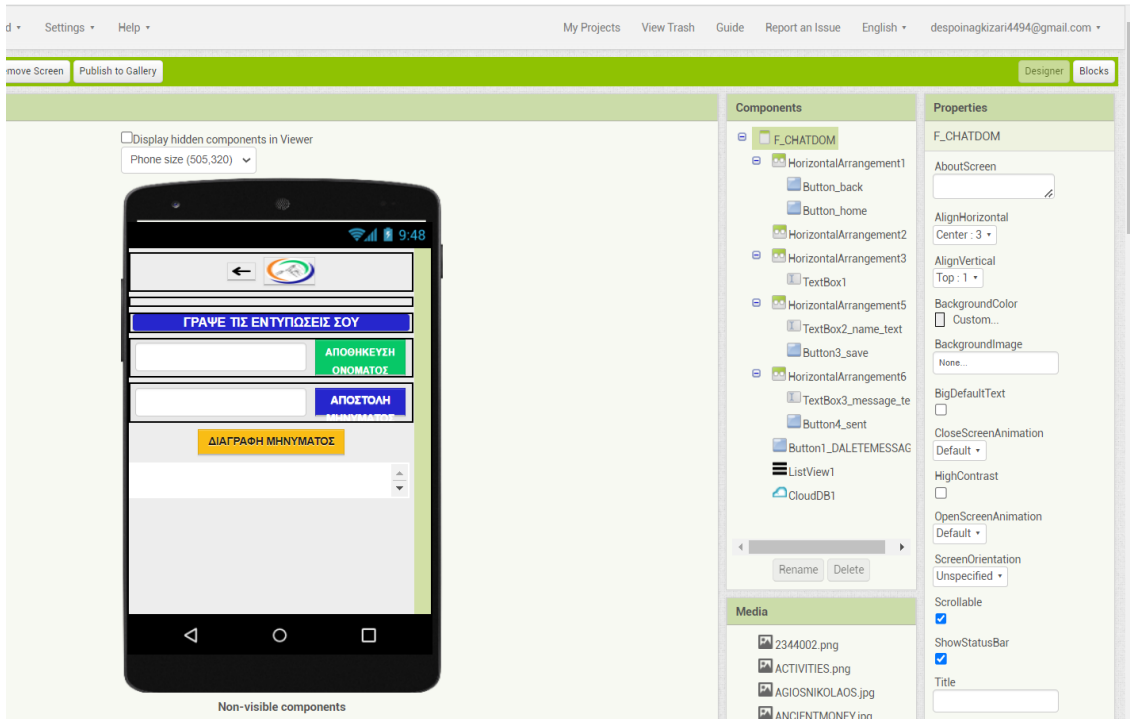
Εικόνα 9.2 3: Palette και Properties

Βρισκόμαστε στην οθόνη Blocks. Αριστερά υπάρχουν κατηγοριοποιημένες Διαφορές εντολές που θα χρειαστεί να συνδυάσουμε και να συνθέσουμε μέσα στο λευκό πλαίσιο . Κάθε αντικείμενο που έχει εισαχθεί στην καρτέλα του design έχει μία λειτουργία. Τις περισσότερες φορές το καθένα από αυτά εκτελεί μία εντολή η μία σειρά εντολών Την οποία καθορίζουμε εμείς εντός του λευκού πλαισίου.



Εικόνα 9.2 3: Καρτέλα εντολών Block

Κάθε αντικείμενο Πού είσαι έρχεται από την κατηγορία Palette σε μία οθόνη του κινητού θα πρέπει να ονομάζεται. Στην στήλη components φαίνεται το κάθε αντικείμενο και μετά ονομάζεται με αγγλικούς χαρακτήρες.



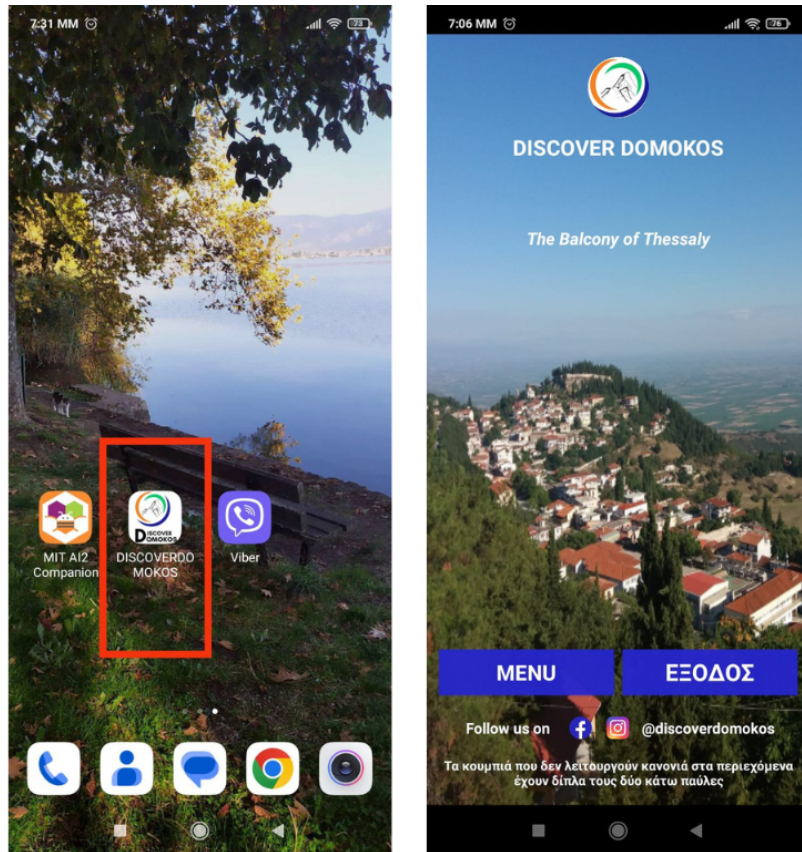
Εικόνα 9.2 5: Κατηγορία Components

9.3. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

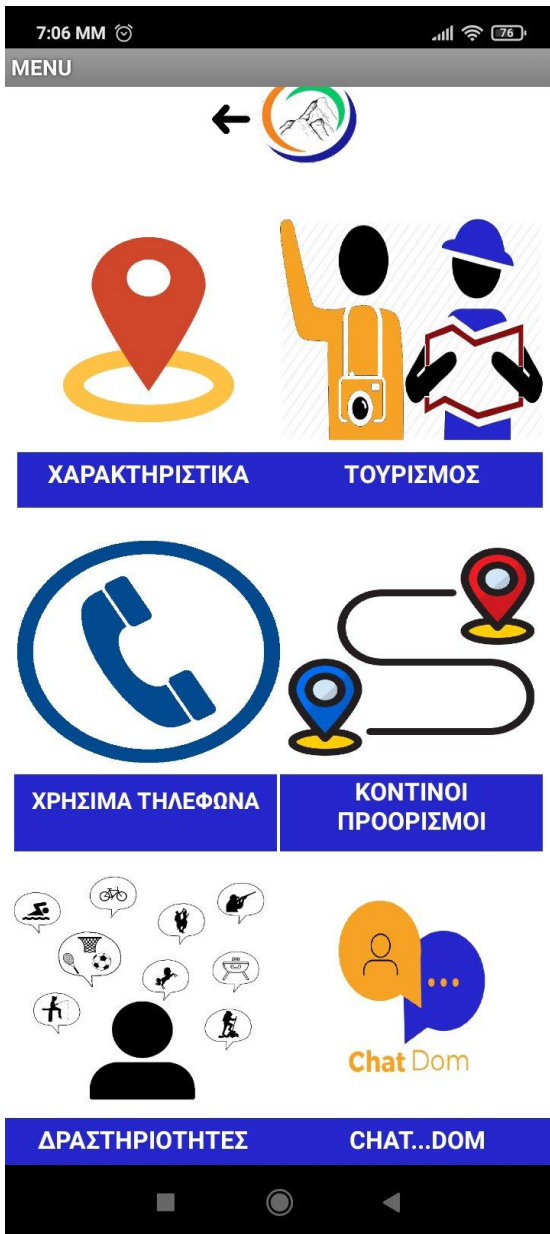
Η εφαρμογή έχει ολοκληρωθεί και εγκατασταθεί σε κινητό Android . Στόχος της είναι να αποτελέσει έναν πλήρη ταξιδιωτικό οδηγό για το τουριστικό προϊόν που είναι ο Δήμος Δομοκού. Είναι συμβατή μόνο με συσκευές Android, μικρή σε μέγεθος και πολύ εύκολη στην πλοήγηση. Κατά τη δημιουργία της στόχος ήταν η ξεκάθαρη δόμηση τα φωτεινά χρώματα και η αμεσότητα της πληροφορίας συνδυασμένη αρκετές φορές με φωτογραφίες, βίντεο και χάρτες - φωτογραφίες καθώς το πρόγραμμα δεν τους υποστήριζε κατά τη μεταγλώττιση. Αν και αρκετά περιορισμένη σε έκταση και δυνατότητες μπορεί να καλύψει τις βασικές ανάγκες ενός επισκέπτη. Δυστυχώς η έλλειψη διαδικτυακής παρουσίας των καταστημάτων και των καταλυμάτων δεν μας επιτρέπει να πραγματοποιήσουμε απευθείας κράτηση σε κάποιο από αυτά.

Στην πρώτη εικόνα η εφαρμογή έχει εγκατασταθεί σε κινητό με λειτουργικό σύστημα Android και βλέπουμε με τον οποίο εμφανίζεται το εικονίδιο της. Στην διπλανή εικόνα γίνεται εισαγωγή στην εφαρμογή. Το app έχει κατακόρυφο προσανατολισμό, ως φόντο έχει μια πανοραμική φωτογραφία του Δομοκού, η οποία χρησιμοποιείται και στην ιστοσελίδα ως εστιακό σημείο. Ψηλά απεικονίζεται το λογότυπο και από κάτω του με λευκά γράμματα είναι γραμμένος ο τίτλος της

εφαρμογής. Στο κάτω μέρος της εικόνας υπάρχουν δύο κουμπιά με μπλε φόντο και λευκά γράμματα. Το πρώτο σηματοδοτεί το μενού ένα το άλλο την έξοδο από την εφαρμογή. Ακριβώς από κάτω υπάρχουν τα λογότυπα του Instagram και του Facebook έχοντας δίπλα τους την προτροπή Follow us και τη διεύθυνση των λογαριασμών. Τέλος υπάρχει μία επισήμανση σχετικά με τα φαινομενικά κουμπιά τα οποία δεν λειτουργούν λόγω της “μεγάλης” έκτασης της εφαρμογής.



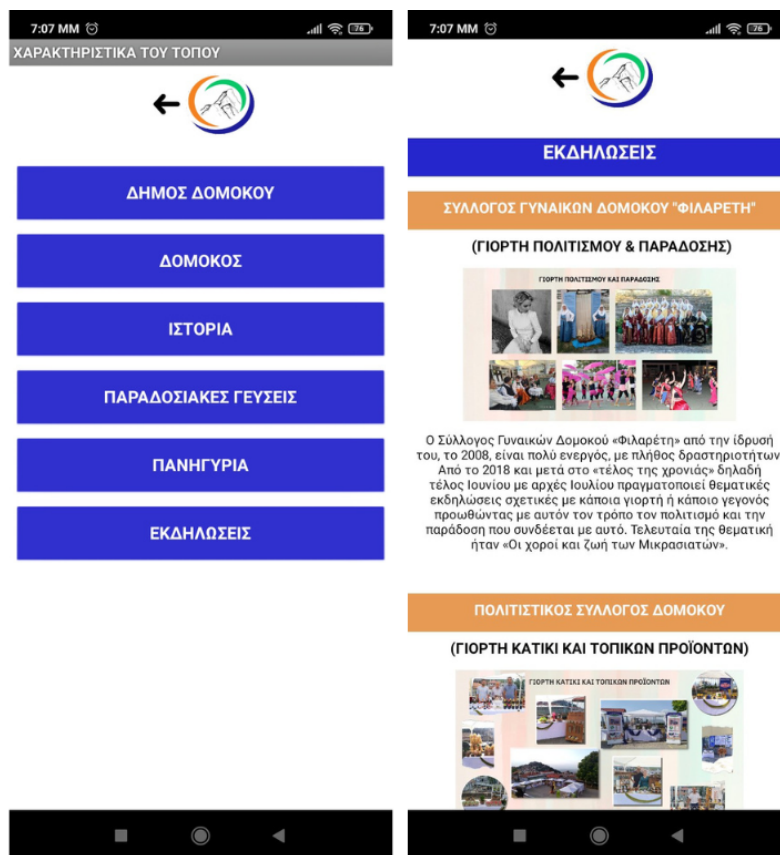
Εικόνα 9.3 1: Εικονίδιο και αρχική σελίδα της εφαρμογής



Στην παρούσα εικόνα βλέπουμε το κυρίως μενού της εφαρμογής. Επάνω υπάρχει ένα βέλος το οποίο λειτουργεί ως κουμπί back και το λογότυπο που λειτουργεί ως σύνδεσμος για να επιστροφή στην αρχική οθόνη και τα κουμπιά αυτά υπάρχουν σε όλες τις σελίδες της εφαρμογής μας. Τα περιεχόμενά της δεν διαφέρουν και πολύ από τα περιεχόμενα της ιστοσελίδας, πως και σε εκείνη έτσι και εδώ έχουμε τις εξής κατηγορίες (τα χαρακτηριστικά του τοπύ, τις μορφές τουρισμού, τα χρήσιμα τηλέφωνα, τους κοντινούς προορισμούς, τις δραστηριότητες και το CHAT...DOM). Θέλοντας δώσω μεγαλύτερη έμφαση στις κατηγορίες, στη θέση των κουμπιών ενσωματώθηκαν εικόνες και από κάτω υπάρχει η περιγραφή αυτών που λειτουργεί απλά ως βοηθητικό κείμενο. Στο ίδιο μοτίβο ακολουθούν και κάποιες υποκατηγορίες.

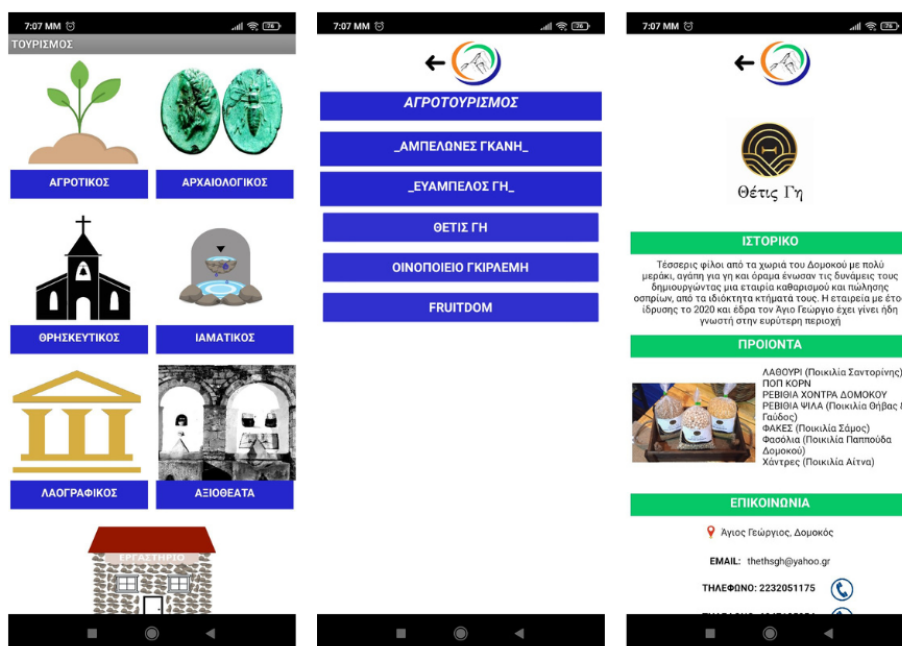
Εικόνα 9. 2: Βασικό MENU

Από αυτό το σημείο και κάτω θα δούμε τις κατηγορίες του μενού συνοδευόμενο από μία ακόμη φωτογραφία η οποία είναι μέρος των περιεχομένων. Σε αυτήν την περίπτωση βλέπουμε την κατηγορία χαρακτηριστικά του τόπου και από κάτω όλες τις υποκατηγορίες του. Ακριβώς δίπλα παρουσιάζονται οι εκδηλώσεις. Κάθε σελίδα έχει τον δικό της τίτλος που δηλώνετε μέσα σε μπλε φόντο με λευκά γράμματα όπως είναι σχεδιασμένο και όλο το design της εφαρμογής. Στα ίδια περίπου πρότυπα ακολουθεί με πορτοκαλί χρώμα το όνομα του συλλόγου ώστε να υπάρχει ξεκάθαρος διαχωρισμός, με απλά μαύρα γράμματα γράφεται η γιορτή και ακολουθεί μία φωτογραφία με το σχετικό κείμενο.



Εικόνα 9.3 3: Μενού από τα χαρακτηριστικά του τόπου & η σελίδα εκδηλώσεις

Επόμενη κατηγορία είναι αγροτουρισμός, δίπλα της εμφανίζεται η σελίδα της Ομάδας Παραγωγών Θέτις Γη. Στην παρούσα σελίδα δεν υπάρχει το μπλε χρώμα, αλλά το πράσινο, καθώς εδώ η κάθε σελίδα συνδυάζεται εμένα χρώμα. Αρχικά βλέπουμε το λογότυπο της ομάδας, ένα μικρό ιστορικό, τα προϊόντα της και στοιχεία επικοινωνίας, όπως ο τόπος που λαμβάνει χώρα η επιχείρηση, ένα email και ένα τηλέφωνο. Δίπλα στον αριθμό απεικονίζεται ένα τηλέφωνο, στην πραγματικότητα είναι ένα κουμπί το οποίο εισάγει απευθείας τον αριθμό στην συσκευή σας ώστε να πραγματοποιήσετε μία κλήση. Αυτό γίνεται και σε όλες τις άλλες σελίδες που θα συναντήσουμε το σήμα αυτό.



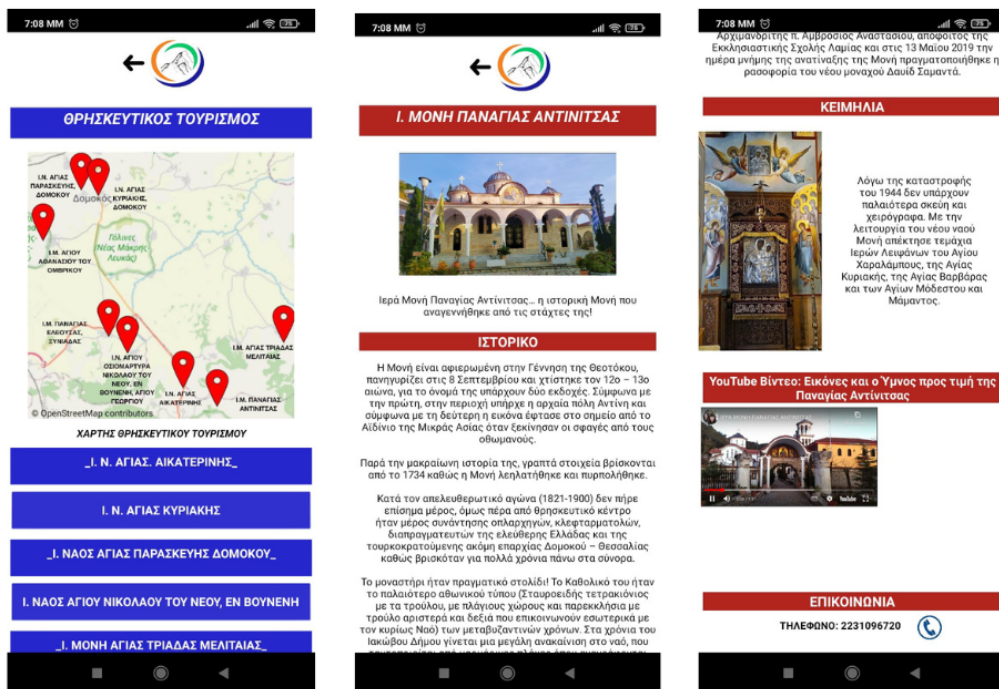
Εικόνα 9.3 4: Αγροτουρισμός & Ομάδα Παραγωγών Θέτις Γη

Ακολουθεί ο αρχαιολογικός τουρισμός όπου και εδώ κυριαρχεί το μπλε χρώμα. Κάτω από τον τίτλο υπάρχει η φωτογραφία ενός χάρτη όπου δηλώνονται οι τοποθεσίες των αρχαιολογικών ευρημάτων. Ο χάρτης - φωτογραφία έχει πάρει τη θέση του πραγματικού χάρτη καθώς δεν υποστηρόταν η λειτουργία αυτή κατά τη μεταγλώττιση της εφαρμογής. Δίπλα στο μενού υπάρχει η συνοδευτική σελίδα σχετική με τα ερείπια της αρχαίας Προέρνας και το άγαλμα της θεάς Δήμητρας προστάτιδας του αρχαιολογικού χώρου.



Εικόνα 9.3 5: Μενού Αρχαιολογικού Τουρισμού και σελίδα της Ακρόπολης της αρχαίας Προέρνας

Έπειτα βλέπουμε το μενού του θρησκευτικού τουρισμού και μια φωτογραφία - χάρτη όπου μας δείχνει την ακριβή τοποθεσία των Ναών. Δίπλα του υπάρχουν οι φωτογραφίες από τη σελίδα της Ιεράς Μονής Παναγίας Αντίνιτσας στις οποίες βασικό χρώμα είναι το μπορντό. Ακολουθεί απόσπασμα από το ιστορικό, βλέπουμε σχετικό κείμενο για τα κειμήλια του μοναστηριού και την εικόνα της Παναγίας. Από κάτω φαίνεται να έπαιζε ένα βίντεο με κύριο θέμα τον Ύμνο προς τιμήν της Παναγίας Αντίνιτσα και τέλος το κομμάτι της επικοινωνίας υπάρχει το τηλέφωνο της Μονής.



Εικόνα 9.3 6: Θρησκευτικός Τουρισμός και η σελίδα της I. Μ. Παναγίας Αντίνιτσας

Έπονται δύο ακόμη σελίδες αυτή του ιαματικού τουρισμού στα λουτρά Δρανίστας - Καΐτσας και του λαογραφικού τουρισμού.



Εικόνα 9.3.7: Ιαματικός και Λαογραφικός Πολιτισμός

Στις παρούσες εικόνες βλέπουμε το μενού από τα αξιοθέατα του δήμου Δομοκού και δίπλα το Μνημείο Πεσόντων που βρίσκεται στο κέντρο του χωριού απέναντι από το Δημαρχείο. Το πιο ενδιαφέρον σε αυτή την φωτογραφία είναι η μαρμάρινη στήλη προς τιμήν των γαριβαλδινών πεσόντων που πολέμησαν στο πλευρό των Ελλήνων κατά τον ατυχή πόλεμο.



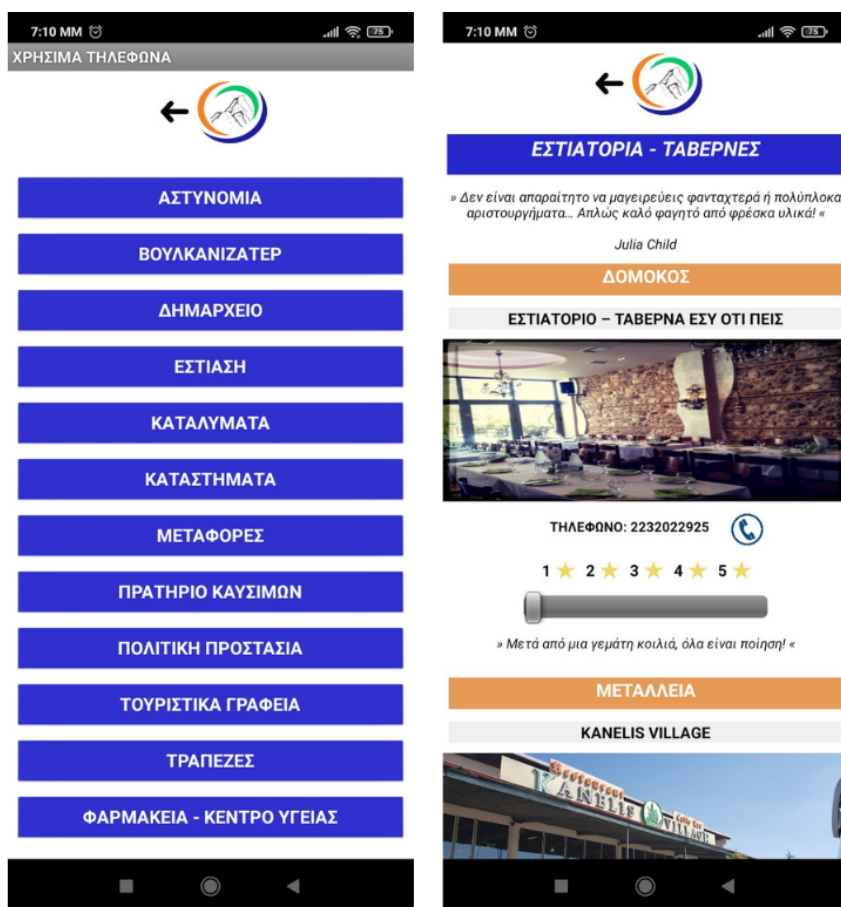
Εικόνα 9.3 8: Μενού Αξιοθέατα και κατηγορία Μνημείο Πεσόντων

Στο μενού με τα παραδοσιακά εργαστήρια βλέπουμε ότι στις δύο από τις τέσσερις σελίδες που προκύπτουν, στην αρχή και στο τέλος του τίτλου τους υπάρχουν δύο κάτω παύλες, αυτό σημαίνει πώς το κουμπί αυτό δεν λειτουργεί διότι στην πραγματικότητα είναι ένα text box το οποίο χρησιμοποιήθηκε κατά αυτόν τον τρόπο για να μην χαλάσει εικόνα της εφαρμογής. Δίπλα της υπάρχει η φωτογραφία με την σελίδα του Παραδοσιακού Εργαστηρίου Ζυμαρικών “Αργύρη”. Τα βασικά στοιχεία της δηλώνονται με πορτοκαλί που υποδηλώνει κάτι παραδοσιακό και είναι η ιστορία, τα προϊόντα και η επικοινωνία.



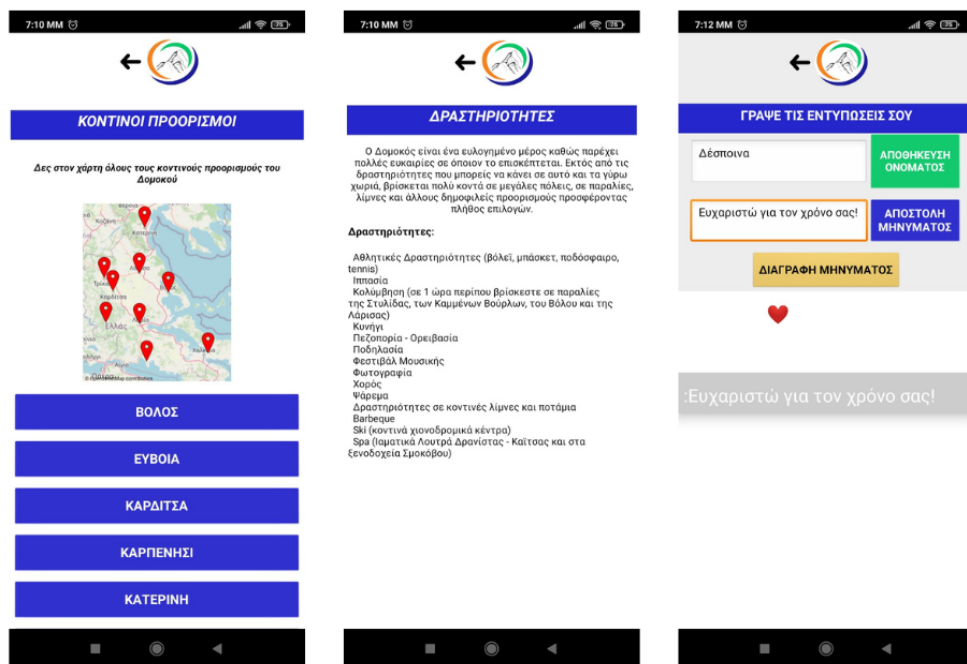
Εικόνα 9.3 9: Μενού παραδοσιακών εργαστηρίων και κατηγορία Παραδοσιακό Εργαστήριο Ζυμαρικών “ Αργύρη”

Μία εξίσου σημαντική κατηγορία αποτελούν χρήσιμα τηλέφωνα σε έναν προορισμό, είτε σχετίζονται με κάποια υπηρεσία, κάποιο κατάστημα, κατάλυμα, ακόμη και για την εστίαση. Στην δίπλα σελίδα βλέπουμε πως υπάρχουν προτεινόμενες ταβέρνες και εστιατόρια παρέχοντας τη δυνατότητα της κλήσης αλλά και της βαθμολογίας.



Εικόνα 7.3.10: Μενού Χρήσιμα τηλέφωνα και κατηγορία εστίαση

Ακολουθούν, το μενού των κοντινών τουριστικών προορισμών, οι δραστηριότητες που μπορούν πραγματοποιηθούν στο Δομοκό και να συνδυαστούν με τις υπόλοιπες που γίνονται στους υπόλοιπους τουριστικούς προορισμούς και τέλος έχουμε το CHAT...DOM όπου μπορεί ο καθένας μπορεί να στείλει σε μήνυμα την εμπειρία, τις εντυπώσεις και τις προτάσεις του.



Εικόνα 9.3.11: Δραστηριότητες και CHAT...DOM

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA ΣΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΣΚΕΨΗΜΟΤΗΤΑ ΤΩΝ SITES

10.1. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ SOCIAL MEDIA

Τα Social Media πλέον παίζουν τον καθοριστικότερο ρόλο για την προβολή ενός προορισμού, έχοντας τη δυνατότητα να τον μετατρέψουν σε πόλο έλξης τουριστών. Δημιουργήθηκαν λοιπόν δύο λογαριασμοί στο Facebook και το Instagram με το όνομα Discover Domokos. Η δημιουργία τους και η πρώτη ανάρτηση πραγματοποιήθηκε στις 6 Ιανουαρίου 2023. Στο Facebook ο λογαριασμός έχει έναν ακόλουθο. Από την άλλη το Instagram με συνολικά 7 αναρτήσεις μέσα στο διάστημα 6 Ιανουαρίου - 10 Μαρτίου και μέσο όρο likes τα 15, συγκεντρώνει 80 ακόλουθους από τους οποίους η πλειοψηφία με μέσο όρο περίπου οι 74 παρακολουθούν τα stories και περίπου το 60% μπαίνει στους συνδέσμους που έχουν επισυναπτεί.

Οι ακόλουθοι που έχουν συγκεντρωθεί δεν αποτελούν μέρος προωθητικής ενέργειας “follow-follow back”, αλλά μέσω των αναδημοσιεύσεων των stories και των αναρτήσεων, την τοποθεσία και τα hastags. Επομένως βάση των παραπάνω στοιχείων τα Social Media τα οποία έχουν μεγαλύτερη απήχηση στην νεαρή ηλικία μπορούν να παίξουν καθοριστικό ρόλο στην προώθηση και στην ανάδειξη μιας περιοχής σε εν δυνάμει τουριστικό προορισμό.

10. 2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑΣ SITE

Η πλατφόρμα δημοσιοποιήθηκε στις 31 Ιανουαρίου 2023. Γνωστοποίηση στο κοινό έγινε μέσω του Instagram story με σύνδεσμο παραπομπής και μέσω instagram post κάτω από ανάρτηση σχετική με την Κοπή της πρωτοχρονιάτικης πίτας του Πολιτιστικού Συλλόγου Δομοκού στις 12 Φεβρουαρίου. Από τις 12 Φεβρουαρίου έως τις 9 Μαρτίου όπου στον λογαριασμό του Instagram είχαν γίνει 4 αναρτήσεις με γενικές πληροφοριακές εικόνες για τον Δομοκό η επισκεψιμότητα του site μπορεί να κυμαινόταν από κανένα έως δύο άτομα την ημέρα.

Στις 10 Μαρτίου έγινε η πρώτη στοχευμένη ανάρτηση και συγκεκριμένα αφορούσε το Κάστρο του Δομοκού. Από την ημέρα εκείνη η επισκεψιμότητα του site άρχισε πολύ σταδιακά να ανεβαίνει με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα να γίνεται στις 3 Απριλίου. Συνολικά υπάρχουν 41 επισκέπτες αλλά οι επισκεψιμότητα του site εκτοξεύεται στις 429 επισκέψεις, που σημαίνει ότι υπήρξε επαναλαμβανόμενη επίσκεψη από κάποιους χρήστες. Αξίζει να σημειωθεί πως ανάμεσα σε αυτούς τους 41 επισκέπτες οι 10 έκαναν κάποιο σχόλιο. Τα σχόλια αυτά αφορούσαν μαγαζιά του προβάλλονται ήδη μέσα στην πλατφόρμα, την φιλοξενία, τα τοπικά προϊόντα, τη γαστρονομία, την γεωγραφική θέση της πόλης, τα ιστορικά και τα θρησκευτικά μνημεία. Τέλος αξίζει να αναφερθεί πως οι σελίδες με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα είναι οι δραστηριότητες, ο Δομοκός, το Στρογγυλόκαστρο, οι εκδηλώσεις, οι παραδοσιακές γεύσεις δηλαδή η γαστρονομία και μετά οι φωτογραφίες

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η δημιουργία ιστοσελίδας Wordpress ως τουριστικού οδηγού και η δημιουργία τουριστικής εφαρμογής για συσκευές Android. Η “απόλυτη” γνώση του τουριστικού προϊόντος που καλείται κανείς να αναδείξει είναι

βαρύνουσας σημασίας. Η λεπτομερής μελέτη και τμηματοποίηση δίνει καθοριστικές απαντήσεις στα ερωτήματα “ Τι μπορώ να το αναδείξω;”, “Ποια τεχνική πρέπει να χρησιμοποιήσω ώστε να γίνει σωστά η αποτύπωση αυτού που έχω στο μυαλό μου;” “ Σε ποιο target group μπορώ να απευθυνθώ και με ποιόν τρόπο;”. Η δημιουργία διαδικτυακών κόμβων που να ανταποκρίνονται στα target groups που απευθύνεται ο τουριστικός προορισμός είναι απαραίτητη καθώς συμβάλλει στην αποτελεσματική ανάπτυξή του.

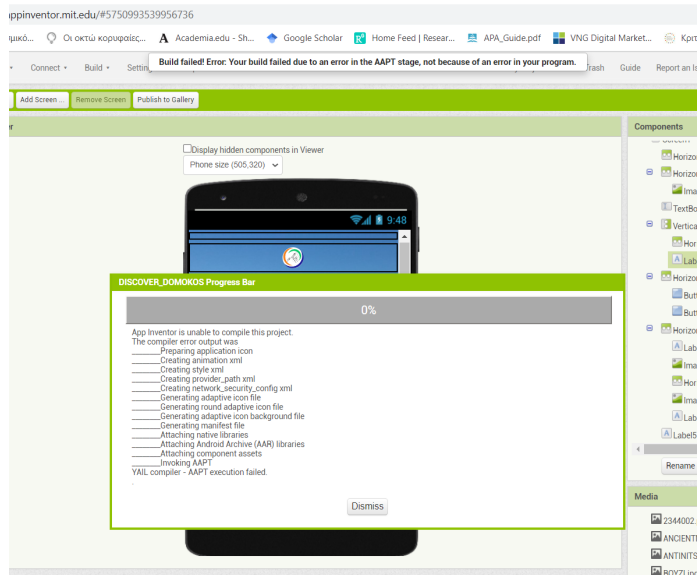
Έχοντας ως δεδομένο την συνεχή εξέλιξη της τουριστική αγορά και του ανταγωνισμού μεταξύ των προορισμών συμπεραίνουμε πως μόνο μια συνεχώς ενημερωμένη ιστοσελίδα και εφαρμογή μπορεί να επιτύχει την εδραίωση, την καθιέρωση και την ανάπτυξη του τουριστικού προορισμού που εκπροσωπεί.

ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ - ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΚΠΟΝΗΣΗ

Στο θεωρητικό κομμάτι κατά την εκπόνηση της παρούσας εργασίας δεν αντιμετώπισα κάποιο πρόβλημα ή δυσκολία καθώς υπάρχει πλήθος έντυπων και διαδικτυακών πηγών που μπορούν να αξιοποιηθούν. Τα προβλήματα προέκυψαν κατά την υλοποίηση του πρακτικού μέρους.

Αρχικά ήταν πολύ χρονοβόρο να καταγραφούν οι επιχειρήσεις, οι εκδηλώσεις και όλα τα αξιοθέατα με το ιστορικό τους πλαίσιο και να βγουν οι κατάλληλες φωτογραφίες που θα τα συνοδεύσουν. Δύσκολο κομμάτι ήταν μετά την συγκέντρωση των στοιχείων, ο περιορισμός της πληροφορίας στα σημαντικότερα μνημεία, αξιοθέατα κλπ που θα μπορούσαν να δώσουν μια ευρύτερη εικόνα του Δήμου Δομοκού ως τουριστικό προϊόν.

Την μεγαλύτερη και πιο χρονοβόρα διαδικασία την αντιμετώπισα με το πρόγραμμα υλοποίησης της τουριστικής εφαρμογής το MIT App Inventor. Πέρα από το γεγονός ότι ήρθα πρώτη φορά σε επαφή με το πρόγραμμα και κάποιο είδος μορφής προγραμματισμού, το App Inventor είναι πρόγραμμα αποκλειστικά εκπαιδευτικού χαρακτήρα με δυνατότητα εξαγωγής μικρών αρχείων. Συγκεκριμένα το επεξεργάσιμο αρχείο (.aia) θα πρέπει να είναι μικρότερο από 27 mb διότι κατά τη διαδικασία του compiling προστίθενται στο αρχείο (.apk) 2-3 mb. Για να κάνει λήψη της εφαρμογής σε περίπτωση που το (.apk) αρχείο είναι μεγαλύτερο των 29,9 mb εμφανίζει αδιευκρίνιστο σφάλμα



Εικόνα: Αναφορά σφάλματος

κατά την μεταγλώττιση και πρέπει να ανοίξεις το (.aia) αρχείο στην code.appinventor.mit.edu/login διεύθυνση, η οποία αναφέρεται σε forum, που υποστηρίζει λήψη αρχείων έως 50 Mb χωρίς την χρήση email. Πολλές φορές το πρόγραμμα αναγνωρίζει υπερφόρτωση της εφαρμογής ανεξάρτητα από το στάδιο χτισίματός της και για αδιευκρίνιστο λόγο εμφανίζει σφάλμα διακομιστή και δεν σου επιτρέπει να ανοίξεις το πρόγραμμα με το συγκεκριμένο email και χρειάζεται να κάνει εισαγωγή με νέο και έναρξη της εφαρμογής από την αρχή. Ενώ το map σε συνδυασμό με το web viewer αλλά και τα quiz λειτουργούν κανονικά κατά το AI Companion την ώρα του compiling εμφανίζεται ξανά αδιευκρίνιστο σφάλμα και σταματά τη λήψη της εφαρμογής καθώς δεν τα υποστηρίζει ενώ τα έχουν εντάξει στα εκπαιδευτικά βίντεο. Τέλος για να μην γίνει πάρα πολύ μεγάλο το αρχείο και δεν επιτρέπεται η λήψη, αναγκαστικά περιόρισα την πληροφορία σχεδόν στη μισή και πολλά φαινομενικά κουμπιά έχουν αντικατασταθεί με Textbox έτσι ώστε να μην χαλάσει τελείως ο αρχικός σχεδιασμός στο design.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Η Αγία Παρασκευή Δομοκού (Έρευνα – Αναζήτηση) Με τη συμμετοχή των μαθητών Δ', Ε' και ΣΤ' τάξη του Δημοτικού Σχολ. Δομοκού. (1994). ΔΟΜΟΚΟΣ.
- ΒΑΤΣΙΚΟΣ Α. (2021). ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΟΔΗΓΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ. ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ, ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ, ΤΜΗΜΑ ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ
- ΓΚΑΤΖΙΑ Κ. (2020). Εφαρμογή των mobile apps στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση. Πτυχιακή εργασία, Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας
- ΚΑΛΠΙΔΗΣ, Χ., (2014). ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΜΙΑ ΜΙΑ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ ΣΤΗ ΣΥΝΔΕΣΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. ΕΚΔΟΣΕΙΣ CaptainBook.gr. (Σελ.19,30)
- ΚΑΡΑΤΖΑ, Θ. Κ. (1962). ΙΣΤΟΡΙΑ ΕΠΑΡΧΙΑΣ ΔΟΜΟΚΟΥ. ΑΘΗΝΑΙ.
- ΚΟΚΚΩΣΗΣ, Χ., & ΤΣΑΡΤΑΣ, Π. (2001). ΒΙΟΣΙΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ. ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ
- Λαλουμης, Δ. (2005). *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*. Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.
- Τσιούμα, Α. Α. (2006). *Ιερά Μονή Αγίου Αθανασίου του Ομβρικού* (Αθήνα ed.). Ιεράς Μητροπόλεως Φθιώτιδας.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- https://elstat-outsourcers.statistics.gr/Census2022_GR.pdf
- (n.d.). Αμπελώνες Γκανή. (Ανάκτηση Ιανουάριος 10, 2022), από <http://www.ganis.gr/?sl=el>
- *Αρχαία Ακρόπολη Προέρνας*. (n.d.). Δήμος Δομοκού. Ανάκτηση (Ιανουάριος 15, 2022), από <https://www.domokos.gr/episkeptes/axiotheata/archaia-akropoli-proernas/>
- (n.d.). Ευάγγελος Γη: Αρχική. (Ανάκτηση Ιανουάριος 10, 2022), από <https://evangelosghi.gr/>
- «Η παλιά δημοτική Σκαμνά-βρύση του Δομοκού». (2021, November 21). Domokosnews.gr. Ανακτήθηκε (Οκτώβριος 16, 2022), από https://www.domokosnews.gr/2021/11/blog-post_21.html
- ΙΑΜΑΤΙΚΑ ΛΟΥΤΡΑ ΔΡΑΝΙΣΤΑΣ ΚΑΪΤΣΑΣ. Ανακτήθηκε Μάρτιος 13, 2023, από <https://www.loutradraniastas-kaitsas.gr/>
- Ιερά Μονή Αγίας Τριάδος Μελιταίας. (2022, June 24). Dogma. Ανακτήθηκε 16 Οκτωβρίου 2022, από <https://www.dogma.gr/ellada/iera-moni-agias-triados-melitaias/146321/>
- *Ιστορία εκδόσεων του Android*. (n.d.). Βικιπαίδεια. Ανάκτηση (Μάρτιος 27, 2023), από

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1_%CE%B5%CE%BA%CE%B4%CF%8C%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD_%CF%84%CE%BF%CF%85_Android

- Ιστορία, 4ο Συνέδριο Φθιωτικής Ιστορίας (Ιστορία, Αρχαιολογία, Λαογραφία), Λαμία 9,10 και 11 Νοεμβρίου 2007, Ανάκτηση (Νοέμβριος 30, 2022) από
- Κάστρο Δομοκού – Ελληνικά Κάστρα. Ανακτήθηκε 15 Νοεμβρίου, 2022 από <https://www.kastra.eu/castlegr.php?kastro=domoko>
- KOUTROULOU MAGOULA | ΚΟΥΤΡΟΥΛΟΥ ΜΑΓΟΥΛΑ. (n.d.). Brown University Blogs. Ανάκτηση (Σεπτέμβριος 18, 2022), από <https://blogs.brown.edu/koutrouloumougoula/>
http://melitaia.gr/images/docs/iera_latreies.pdf
- (n.d.). Οινοποιείο Οικογένειας Γκιρλέμη. (Ανάκτηση Ιανουάριος 10, 2022), από <https://www.gkirlemiswinery.gr/>
- ΠΑΛΛΗΣ, Γ. (n.d.). Μνημεία οθωμανικής αρχιτεκτονικής στο νομό Φθιώτιδας: μια τοπογραφική επισκόπηση. <https://www.academia.edu/>. Ανακτήθηκε (Οκτώβριος 16, 2022), από https://www.academia.edu/30234140/%CE%9C%CE%BD%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CE%AF%CE%B1_%CE%BF%CE%B8%CF%89%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%
- Plesk Obsidian 18.0.51. (n.d.). Dolopia. Ανακτήθηκε (Δεκέμβριος 17, 2022) από <https://dolopia.eu/?lang=el>
- *27,8 εκατ. τουρίστες «ψήφισαν» Ελλάδα το 2022 - Πόσα χρήματα άφησαν.* (2023, February 21). Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Ανακτήθηκε (Φεβρουάριος 27, 2023), από <https://www.naftemporiki.gr/finance/economy/1441842/278-ekat-toyristes-psifisan-ellada-to-2022-posa-chrimata-afisan/>