



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS



Από το 1836

Μελέτη Οικονομικού αντικτύπου του Πατρινού Καρναβαλιού 2025

Μάιος 2025

Συντομογραφίες

ΔΕΠΑΠ	Δημοτική Επιχείρηση Πολιτιστικής Ανάπτυξης Πάτρας
ΔΠ	Δήμος Πατρέων
ΕΑ	Επιμελητήριο Αχαΐας
ΕΛΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
ΕΣΥΕ	Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος
ΚΕΔΗΠ	Κοινοφελής Δημοτική Επιχείρηση Πατρινό Καρναβάλι
ΚΤΕΛ	Κοινά Ταμεία Εισπράξεων Λεωφορείων
ΟΣΕ	Οργανισμός Σιδηροδρόμων Ελλάδας
ΠΚ	Πατρινό Καρναβάλι

Περιεχόμενα

Συντομογραφίες	2
Περιεχόμενα	3
1 Ταυτότητα της έρευνας & Μεθοδολογία.....	4
2 Πολιτιστικά γεγονότα και επιδράσεις.....	7
3 Μεθοδολογική Προσέγγιση	9
4 Εξειδίκευση Προτεινόμενης Μεθοδολογίας και συμπεράσματα.....	10
5 Αποτελέσματα Έρευνας & Ανάλυση	13
6 Συμπεράσματα	18
7 Περιορισμοί της έρευνας & Περαιτέρω διερεύνηση.....	19
8 Βιβλιογραφία.....	20
Σχήμα 1 Κατηγοριοποίηση επιδράσεων από την διεξαγωγή πολιτιστικών γεγονότων	7
Σχήμα 2 Ο οικονομικός αντίκτυπος μιας βραχυπρόθεσμης εκδήλωσης αναψυχής στην τοπική οικονομία	12
Πίνακας 1 Κλάδοι παραγωγής που δέχονται επιδράσεις λόγω του Καρναβαλιού	10
Πίνακας 2 Μέσες Δαπάνες ανά ηλικιακή ομάδα.....	13
Πίνακας 3 Μέση Δαπάνη ανά κατηγορία	15
Πίνακας 4 Αναλυτικός πίνακας εισοδημάτων.....	15
Πίνακας 5 Μέσο εισόδημα ανά ηλικιακή ομάδα.....	16
Πίνακας 6 Πολλαπλασιαστής ανά ηλικιακή ομάδα	16
Πίνακας 7 Συνολικός Πολλαπλασιαστής.....	16
Πίνακας 8 Συνολικός Πολλαπλασιαστής ανά είδος δαπάνης και ηλικιακή ομάδα.....	17

1 Εισαγωγή

Αρκετές πόλεις προσπαθούν να επιτύχουν ένα ανάλογο "Φαινόμενο του Μπιλμπάο" ή "Bilbao Effect" όπου μια μικρή ή μεσαία πόλη αναζωογονείται χάρη σε ένα εντυπωσιακό πολιτιστικό έργο που προσελκύει τουρισμό, επενδύσεις και αναβαθμίζει τη διεθνή της εικόνα. Γνωρίζουμε ήδη ότι τα πολιτιστικά φαινόμενα, όπως η διεξαγωγή καρναβαλιού, τα φεστιβάλ και οι τοπικές γιορτές, αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνικής ζωής πολλών κοινοτήτων και πόλεων. Συνδυάζοντας, συνεπώς, την έκφραση της πολιτιστικής ταυτότητας με τη συλλογική συμμετοχή, λειτουργούν ως μοχλός κοινωνικής συνοχής, διατήρησης της παράδοσης και ενίσχυσης του τοπικού αισθήματος του «ανήκειν». Ο κύριος ρόλος τους που καταγράφεται στην σχετική βιβλιογραφία αναφέρεται κυρίως στο πολιτιστικό και κοινωνικό μέρος. Μάλιστα, τα πολιτιστικά φαινόμενα φαίνεται ότι δρουν καταλυτικά στην ενδυνάμωση της πολιτιστικής ταυτότητας και της κοινωνικής συνοχής. Μέσα από χορούς, μουσικές, παραδοσιακά δρώμενα και εικαστικές εκφράσεις, αναδεικνύεται η τοπική παράδοση και η συλλογική μνήμη. Επιπλέον, οι πολιτιστικές διοργανώσεις φέρνουν κοντά ανθρώπους διαφορετικών ηλικιών και κοινωνικών ομάδων, ενισχύοντας τη συμμετοχή των πολιτών στη δημόσια ζωή και προάγοντας την εθελοντική προσφορά και τη συνεργασία.

Πέρα όμως από τον πολιτιστικό τους ρόλο, έχουν και σημαντικό οικονομικό αντίκτυπο, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για διοργανώσεις μεγάλης κλίμακας όπως το καρναβάλι. Η βιβλιογραφία στρέφοντας την προσοχή της σε πολιτιστικές εκδηλώσεις αλλά και στην διεξαγωγή του Καρναβαλιού αναφέρει ότι προσφέρονται σημαντικά οφέλη που καλύπτουν θέματα όπως:

- Η αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας,
- Η στήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας,
- Η δημιουργία θέσεων εργασίας,
- Η προβολή και επενδυτική ενίσχυση της περιοχής

Από την άλλη πλευρά καταγράφουν και σημαντικές προκλήσεις που αφορούν:

- Τον κίνδυνο της εμπορευματοποίησης και απώλειας αυθεντικότητας
- Τις πιθανές ανισότητες στην κατανομή των οικονομικών οφελών
- Τις πιθανές περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιβαρύνσεις
- Το φαινόμενο της εκτόπισης
- Την βραχυχρόνια δημιουργία θέσεων εργασίας

Η διεθνής βιβλιογραφία δεν είναι εκτενής σε εμπειρικές μελέτες καθώς η συγκέντρωση των απαραίτητων στοιχείων αποτελεί δε σημαντικό εμπόδιο για την εφαρμογή κατάλληλων μεθοδολογιών από ερευνητές και οικονομολόγους (Bracalente et al., 2011¹). Μελέτες που έχουν διεξαχθεί αναφέρονται σε δρώμενα όπως του φεστιβάλ Umbria Jazz στην Περούτζια, Ιταλία. Οι Bracalente et al. (2011) χρησιμοποιώντας υποδείγματα εισροών-εκροών, κατέδειξαν ότι το φεστιβάλ συμβάλλει σημαντικά στην τοπική οικονομία μέσω της αύξησης της τουριστικής δαπάνης και της δημιουργίας θέσεων εργασίας. Εξετάζοντας ένα άλλο πολιτιστικό δρώμενο αυτό του Φεστιβάλ Λαϊκής Μουσικής Kaustinen στη Φινλανδία ο Tohmo (2005) ²χρησιμοποίησε ανάλυση εισροών-εκροών για να εκτιμήσει τον οικονομικό αντίκτυπο του. Η μελέτη ανέδειξε ότι το φεστιβάλ ενισχύει την τοπική οικονομία, ιδιαίτερα στους τομείς της φιλοξενίας και της εστίασης.

Εστιάζοντας τώρα σε μελέτες που αφορούν την διεξαγωγή Καρναβαλιού και σύμφωνα με στοιχεία του 2024, το καρναβάλι του Ρίο ντε Τζανέιρο απέφερε έσοδα περίπου 917 εκατομμυρίων δολαρίων, δημιουργώντας πάνω από 32.000 προσωρινές θέσεις εργασίας. Η εκδήλωση ενίσχυσε σημαντικά τους τομείς του τουρισμού, της εστίασης και της φιλοξενίας. Η μελέτη του SpringerLink (2016) ³εξετάζει το καρναβάλι του Notting Hill ως παράδειγμα αστικού πολιτιστικού φεστιβάλ που συμβάλλει στην κοινωνική συνοχή και την

¹ Bracalente, B., Chirieleison, C., Cossignani, M., Ferrucci, L., Gigliotti, M., & Ranalli, M. G. (2011). The economic impact of cultural events: The Umbria Jazz Music Festival. *Tourism Economics*, 17(6), 1235–1255. <https://doi.org/10.5367/te.2011.0096>

² Tohmo, T. (2005). Economic impacts of cultural events on local economies: An input–output analysis of the Kaustinen Folk Music Festival. *Tourism Economics*, 11(3), 431–451. <https://doi.org/10.5367/000000005774352980>

³ SpringerLink. (2016). Notting Hill Carnival and urban transformation. In M. Smith & G. Richards (Eds.), *The Routledge Handbook of Cultural Tourism* (pp. 161–174). https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-29544-2_11

οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, προσελκύοντας μεγάλο αριθμό επισκεπτών και ενισχύοντας την τοπική οικονομία. Τέλος, σύμφωνα με την Inter-American Development Bank (2020)⁴, το καρναβάλι του Barranquilla το 2018 προσέλκυσε χιλιάδες επισκέπτες, με ποσοστό πληρότητας ξενοδοχείων 95% και έσοδα περίπου 18,24 εκατομμυρίων δολαρίων, ενισχύοντας σημαντικά την τοπική οικονομία.

Το Πατρινό Καρναβάλι είναι η μεγαλύτερη και παλαιότερη αποκριάτικη εκδήλωση στην Ελλάδα, με ιστορία που ξεκινά το 1829. Έκτοτε το καρναβάλι εξελίχθηκε σε ένα πολύπλευρο φεστιβάλ που περιλαμβάνει παρελάσεις, χορούς, το Κυνήγι του Κρυμμένου Θησαυρού και το Καρναβάλι των Μικρών. Οι εκδηλώσεις ξεκινούν περίπου στις 17 Ιανουαρίου και κορυφώνονται το τελευταίο Σαββατοκύριακο της Αποκριάς με τη Νυχτερινή Ποδαράτη Παρέλαση το Σάββατο, τη Μεγάλη Παρέλαση την Κυριακή και το τελετουργικό κάψιμο του βασιλιά Καρνάβαλου στο λιμάνι της Πάτρας.

Το Καρναβάλι της Πάτρας αποτελεί όχι μόνο κορυφαίο πολιτιστικό γεγονός, αλλά και μια σημαντική οικονομική και τουριστική κινητήρια δύναμη για την περιοχή. Κάθε χρόνο, προσελκύει δεκάδες χιλιάδες επισκέπτες από όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό, γεγονός που μεταφράζεται σε άμεση τόνωση της τοπικής οικονομίας, ιδιαίτερα στους τομείς της εστίασης, της φιλοξενίας, των μεταφορών και του λιανεμπορίου. Παράλληλα, η έντονη προβολή του καρναβαλιού συμβάλλει στη δημιουργία μιας ισχυρής τοπικής ταυτότητας και προβάλλει την Πάτρα διεθνώς ως πολιτιστικό προορισμό. Ωστόσο, ο ανταγωνισμός με άλλα καρναβάλια – τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη – είναι υπαρκτός ενώ αρκετά φαινόμενα όπως οι βανδαλισμοί έχουν δημιουργήσει αρκετά προβλήματα.

Η συνεργασία του Επιμελητηρίου Αχαΐας και του Πανεπιστημίου Πατρών με την διεξαγωγή μελετών σε βασικά καίρια σημεία αποτελεί μια πρώτη προσπάθεια αποτύπωσης δυνατών και αδυνάτων σημείων σε βασικές συνιστώσες. Οι αρχικές συζητήσεις ξεκίνησαν τον Δεκέμβριο του 2024 με στόχο την διατύπωση του κεντρικού ερωτήματος (-των) αλλά και την προσπάθεια καταγραφής μεταβλητών και διατύπωσης των κατάλληλων ερωτηματολογίων. Παράλληλα, η εκτίμηση του οικονομικού αντίκτυπου μέσω συγκεκριμένη μεθοδολογικής προσέγγισης έρχεται να εκτιμήσει την τεκμηρίωση του βαθμού σημασίας του για την τοπική οικονομία. Μέσα από ποσοτικές αναλύσεις, όπως η καταγραφή των εσόδων από τουρισμό, διαμονή, εστίαση και λιανικό εμπόριο, καθίσταται δυνατή η αποτύπωση της συνολικής συμβολής του θεσμού στην οικονομική δραστηριότητα της Πάτρας.

Η μελέτη θα δοθεί στην τελική της μορφή στο τέλος Αυγούστου 2025 ενσωματώνοντας σχόλια από διάφορους φορείς και οργανισμούς καθώς ήδη έχει προηγηθεί Ημερίδα παρουσίασης ενώ έχουν δοθεί και στην δημοσιότητα πολύ μεγάλος μέρος. Θεωρούμε ότι τέτοιες προσεγγίσεις όχι μόνο προσφέρουν αντικειμενικά δεδομένα για τον σχεδιασμό πολιτικών ενίσχυσης και προβολής του καρναβαλιού, αλλά και ενισχύουν τη διαφάνεια και τη λογοδοσία απέναντι στους πολίτες και τους εμπλεκόμενους φορείς.

Συγγραφική ομάδα

Το παρόν συνέταξαν οι:

- **Κουνετάς Κωνσταντίνος** - (Επιστημονικός υπεύθυνος του έργου), Καθηγητής, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών-Πανεπιστήμιο Πατρών
- **Λαβίδας Κωνσταντίνος**, Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Επιστημών της Εκπαίδευσης και της Αγωγής στην Προσχολική Ηλικία-Πανεπιστήμιο Πατρών
- **Τζαβάρα Αγγελική**, Ε.ΔΙ.Π, Τμήμα Επιστημών της Εκπαίδευσης και της Αγωγής στην Προσχολική Ηλικία-Πανεπιστήμιο Πατρών
- **Καρανικόλα Ζωή**, Ε.ΔΙ.Π, Τμήμα Ιστορίας-Αρχαιολογίας -Πανεπιστήμιο Πατρών
- **Φρούντζος Αριστείδης**, Υποψήφιος Διδάκτορας, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών-Πανεπιστήμιο Πατρών

⁴ Inter-American Development Bank. (2020). Carnivals: A celebration of development. <https://www.iadb.org/en/story/carnivals-celebration-development>

2 Μεθοδολογία

Η ανάλυση των οικονομικών επιπτώσεων των πολιτιστικών εκδηλώσεων και των εκδηλώσεων του θεάματος (Hall, 1989) έχει προσελκύσει την προσοχή των ερευνητών τις τελευταίες δεκαετίες, ιδίως όσον αφορά την εμπειρική εκτίμηση του αντίκτυπου στις τοπικές οικονομίες των δαπανών που πραγματοποιούν οι επισκέπτες (Baldin et al., 2024; Herrero et al., 2006; Styne et al., 2003; Brown et al., 2002; Schunk and Teel, 2002, μεταξύ άλλων). Μάλιστα οι επενδύσεις σε πολιτιστικές υποδομές έχουν χρησιμοποιηθεί ως μια περιφερειακή στρατηγική για την τοπική οικονομική ανάπτυξη, με την προσδοκία να ενισχυθεί η τουριστική απήχηση προσπαθώντας να υιοθετήσουν ένα «Bilbao Effect»⁵ (Heidenreich and Plaza, 2015; Bille and Schulz, 2006-) και να προσελκύσουν νέες επιχειρήσεις (Bille and Storm, 2021; Henningsen et al., 2017; Andres and Gresillon, 2013) αυξάνοντας, επίσης, την τοπική απασχόληση. Το φαινόμενο αυτό έχει γίνει πρότυπο για πολλές πόλεις που επιδιώκουν ανάπτυξη μέσω πολιτιστικών υποδομών, αν και η αναπαραγωγή του αποτελεί αντικείμενο συζητήσεων λόγω των μοναδικών ιστορικών και γεωγραφικών συνθηκών του Μπιλμπάο (Wouters, 2022).

Από την άλλη πλευρά, η παρουσία της αποκαλούμενης υλικής (tangible) πολιτιστικής κληρονομιάς που χαρακτηρίζει τις πόλεις που φιλοξενούν τέτοια γεγονότα (φεστιβάλ μουσικής, χορού, τέχνης, καρναβάλι) συνδυάζεται με καταστάσεις υπερ-τουρισμού και συνωστισμού σε πολλά επίπεδα. Αυτά περιλαμβάνουν την υπέρβαση της τουριστικής ικανότητας μεταφοράς (Bertocchi et al., 2020), την αύξηση των ροών επισκεπτών (Bertocchi et al., 2021), τη συμφόρηση (Riganti and Nijkamp, 2008) και τη σταδιακή ερήμωση ως μια μορφή μόνιμου παραγκωνισμού λόγω της τουριστικοποίησης (Bertocchi and Ferri, 2021) και των φυσικών και κοινωνικών εκτοπισμών (Cocola-Gant, 2018) των ίδιων των πόλεων.

Όπως επισημαίνουν αρκετοί μελετητές (για παράδειγμα Miles, 2005; Olsen, 2013; Quinn et al., 2021; Skot-Hansen, 2005), τις τελευταίες δεκαετίες, η αστική πολιτιστική πολιτική έχει μετατοπιστεί προς την εργαλειοποίηση του πολιτισμού, με αυξανόμενη έμφαση στα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από την πολιτιστική κληρονομιά παρά στις ίδιες τις αξίες του θεσμού, συμπεριλαμβανομένης της πολιτιστικής ένταξης. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για την άυλη πολιτιστική κληρονομιά, όπως τα φεστιβάλ τέχνης, των οποίων η εξάπλωση μπορεί να εντοπιστεί στα τέλη της δεκαετίας του 1980 αλλά και σήμερα όπως συνέβη στην περίπτωση του Αζερμπαϊτζάν με την φιλοξενία του μουσικού διαγωνισμού της Eurovision που ενίσχυσε τα εισοδήματα των άμεσα ενδιαφερομένων κατά 3,3 εκατομμύρια ευρώ με βάση το μοντέλο input output που εφαρμόστηκε. (Arnegger & Herz, 2015). Αρχικά, τα πολιτιστικά φεστιβάλ υποστηρίχθηκαν για το ρόλο τους στην ενίσχυση της τοπικής ταυτότητας, τον εορτασμό σημαντικών γεγονότων και την ενθάρρυνση της συμμετοχής και της συνοχής της κοινότητας, όπως συνέβη και στην περίπτωση της Πάτρας (Pappa et al., 2022). Ωστόσο, οι πολιτικές ατζέντες όσον αφορά τις πολιτιστικές εκδηλώσεις έχουν σταδιακά μετατοπιστεί σε άλλες προτεραιότητες, όπως οι στόχοι διαχείρισης/μάρκετινγκ και προώθηση εικόνας, ως απάντηση στον έντονο ανταγωνισμό μεταξύ πόλεων και περιφερειών. Αυτή η μετατόπιση προέρχεται από μια εν δυνάμει “αντιπαλότητα” μεταξύ των οικονομικών στρατηγικών πίσω από το σκεπτικό της αστικής πολιτικής με οικονομικό αντίκτυπο και της ενδυνάμωσης. Η αντίθεση αυτή επιδεινώνεται από τον κίνδυνο εμπορευματοποίησης πολιτιστικών προϊόντων και εκδηλώσεων, που είναι μία από τις πιθανές συνέπειες του τουρισμού ως οικονομικής δραστηριότητας (Smith and Robinson, 2006).

Ένα ξεκάθαρο παράδειγμα της σύγκρουσης μεταξύ οικονομικής απόδοσης και τοπικής συμμετοχής είναι η παράδοση αιώνων του Καρναβαλιού στη Βενετία. Ξεκινώντας ως μια αστική τελετουργική γιορτή της ένδοξης Δημοκρατίας της Βενετίας (Serenissima), η οποία συνέβαλε στην ενίσχυση της συνοχής των πολιτών, αυτή η παραδοσιακή γιορτή έχει διατηρηθεί μέχρι σήμερα μέσω της εμπορευματοποίησής της από την τουριστική βιομηχανία (Bertrand, 2020). Σύμφωνα με τον εθνικό οργανισμό που εκπροσωπεί τις συναφείς βιομηχανίες και υπηρεσίες αλλά και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (CNA, Confederazione Nazionale del- l'Artigianato e della piccola media impresa), το Καρναβάλι της Βενετίας του 2023 προσέλκυσε 5 εκατομμύρια επισκέπτες στο ιστορικό κέντρο (προσεγγιστικά 100 φορές παραπάνω του αριθμού των μόνιμων κατοίκων) πραγματοποιώντας συνολικό κύκλο εργασιών περίπου 3 δισ. ευρώ.

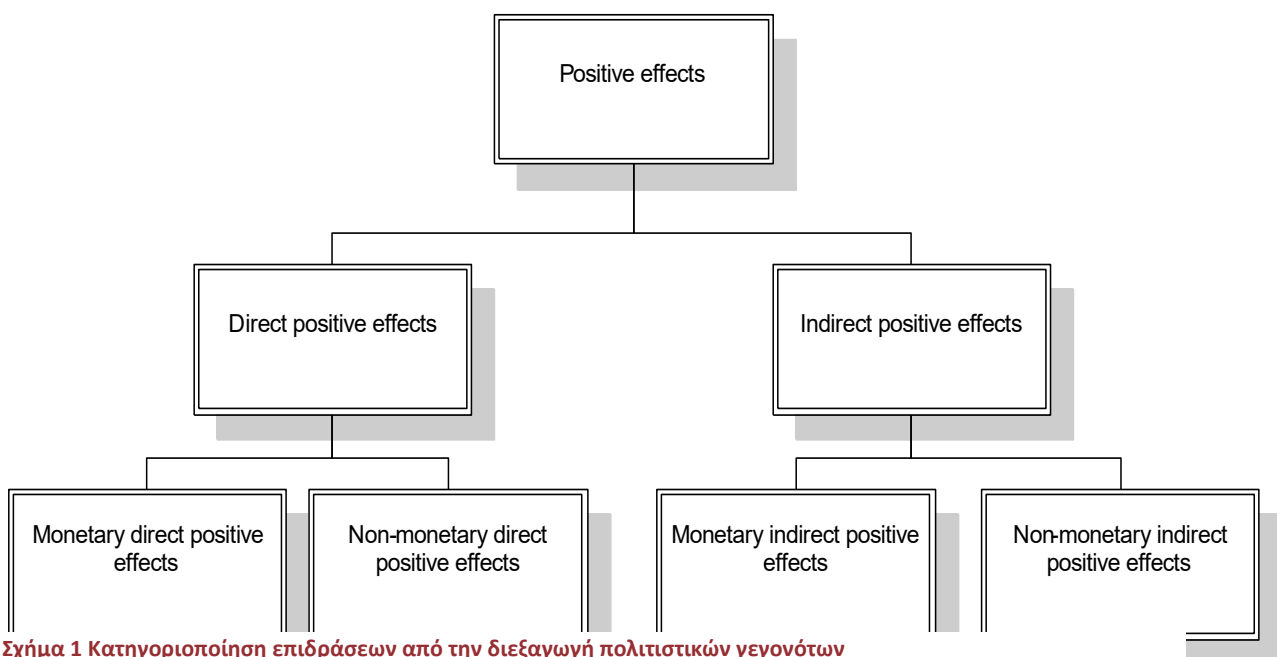
Ωστόσο, η μέχρι στιγμής βιβλιογραφία έχει αποδώσει μικρή προσοχή στο πώς λειτουργεί η αλληλεπίδραση μεταξύ δημογραφικών χαρακτηριστικών και τουρισμού σε σχέση με την άυλη (intangible)

⁵ Το φαινόμενο Μπιλμπάο, γνωστό και ως Φαινόμενο Guggenheim, απαντάται στην περίπτωση που μια πόλη βιώνει σημαντικό αστικό μετασχηματισμό, αναζωογόνηση και οικονομική ανάπτυξη μέσω της κατασκευής εμβληματικών αρχιτεκτονικών ορόσημων

και προσωρινή (temporary) κληρονομιά, όπου η επίδραση στον τουρισμό και τους κατοίκους διακρίνεται σε εννοιολογικό αλλά και μεθοδολογικό επίπεδο. Από τη μία πλευρά, η ανάλυση των οικονομικών επιπτώσεων των πολιτιστικών εκδηλώσεων επικεντρώθηκε σε «απτούς» οικονομικούς δείκτες (απασχόληση, φορολογικά έσοδα, κ.λπ.) που προκύπτουν από τις δαπάνες των τουριστών (π.χ. [Bracalente et al., 2011](#); [O'Hagan, 1992](#); [Wallace et al., 2005](#)). Από την άλλη πλευρά, οι μέθοδοι ενδεχόμενης αποτίμησης χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση των θετικών εξωτερικών επιπτώσεων των πολιτιστικών γεγονότων για τους κατοίκους, όπως αισθήματα υπερηφάνειας, βελτιωμένη κοινοτική εκπαίδευση και κοινωνική συνοχή (π.χ. [Baldin et al., 2024](#); [Andersson et al., 2012](#); [Snowball, 2005](#)). Αυτές οι δύο μέθοδοι αντιστοιχούν σε διαφορετικές προσεγγίσεις για τις αστικές πολιτιστικές πολιτικές: η μία είναι η εργαλειοκή χρήση του πολιτισμού ως μέσου για την επίτευξη στόχων σε άλλους τομείς (π.χ. τουρισμός) και η άλλη είναι η άποψη του πολιτισμού ως διαδρομής προς την ενδυνάμωση των πολιτών ([Scott-Hansen, 2005](#)) μέσα από την κοινωνική συνοχή και την αυτοέκφραση της τοπικής ταυτότητας.

3 Πολιτιστικά γεγονότα και επιδράσεις

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται, μόνο τα θετικά αποτελέσματα των μεγάλων πολιτιστικών εκδηλώσεων καθώς υπάρχουν και αρνητικές επιδράσεις που δεν θα μελετηθούν σε αυτή την αναφορά. Η βιβλιογραφία καταγράφει τρεις διαφορετικές επιδράσεις. Η πρώτη ομάδα αφορά τις άμεσες (direct) θετικές επιδράσεις και η δεύτερη οι έμμεσες (indirect) θετικές επιδράσεις (Σχήμα 1). Τέλος η βιβλιογραφία καταγράφει ξεχωριστά και τον αποκαλούμενο επαγόμενο-προκλητό αντίκτυπο (induced impact) ([Ritchie, 1984](#)).



Σχήμα 1 Κατηγοριοποίηση επιδράσεων από την διεξαγωγή πολιτιστικών γεγονότων

Ένας από τους κύριους λόγους για τη φιλοξενία μιας εκδήλωσης είναι τα χρηματικά οφέλη ([Getz, 2008](#)). Σημαντικός παράγοντας άμεσων χρηματικών οφελών είναι οι δαπάνες των επισκεπτών της εκδήλωσης. Τα μεγάλα γεγονότα προσελκύουν τουρίστες, ενώ η μείωση των αεροπορικών ναύλων μειώνουν τη διάσταση του κόστους ταξιδιού ([Burgan and Mules, 1992](#)). Συνεπώς, στις άμεσες θετικές επιδράσεις καταγράφονται τα παρακάτω:

Αύξηση Εισοδήματος: Οι επισκέπτες της εκδήλωσης ξοδεύουν χρόνο και χρήμα στην πόλη υποδοχής. Αυτό δημιουργεί εισόδημα για ολόκληρη την περιοχή, ειδικά για τις βιομηχανίες λιανικής, φιλοξενίας (ξενοδοχείων) και εστίασης. Ωστόσο, θα πρέπει να προσέχουμε όταν περιγράφουμε το καθαρό εισόδημα για μια συγκεκριμένη περιοχή και να μην λαμβάνουμε υπόψη τις δαπάνες του τοπικού πληθυσμού ([Herrero et al., 2006](#); [Jones, 2001](#)). Ένα μέρος των χρημάτων μπορεί να διαρρεύσει σε μη τοπικές επιχειρήσεις (π.χ.,

πολυεθνικές αλυσίδες ξενοδοχείων) (Herrero et al., 2006). Για παράδειγμα, μελέτη για το Φεστιβάλ Jazz στην Ούμπρια έδειξε ότι μόνο το 65% των εσόδων παρέμεινε στην τοπική οικονομία λόγω διαρροών (Bracalente et al., 2011).

Αύξηση Απασχόλησης: Η διοργάνωση μιας μεγάλης πολιτιστικής εκδήλωσης μπορεί να αυξήσει, σε τοπικό επίπεδο, τα επίπεδα απασχόλησης. Η άφιξη ανθρώπων ασκεί πίεση σε κάθε είδους πόρους στην περιοχή. Τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια και το λιανικό εμπόριο είναι παραδείγματα τομέων που θα παρουσιάσουν αύξηση πελατών συνεπώς θα χρειαστούν επιπλέον εργατοώρες (Hotchkiss et al., 2003). Για αυτό τον λόγω της πανδημίας του COVID-19 ανέδειξε τη δομική ευπάθεια τουριστικών περιοχών σε εξωγενείς κρίσεις, όπως φαίνεται στην μελέτη των Rodríguez et al. (2022) για τις Βαλεαρίδες Νήσους, η έλλειψη ευελιξίας και η εξάρτηση από τον μαζικό τουρισμό επιδείνωσαν τις οικονομικές επιπτώσεις και την μείωση της απασχόλησης.

Ενίσχυση εξωστρέφειας: Διεθνή και εθνικά μέσα ενημέρωσης αναφέρουν την ύπαρξη του μεγάλου πολιτιστικού γεγονότος. Μια παρόμοια περίπτωση είναι αυτή της πόλης Calabar στην Νιγηρία τοποθετώντας την στο επίκεντρο του παγκόσμιου ενδιαφέροντος για πολιτιστικό τουρισμό (Esu et al, 2011). Αυτή η έκθεση, μέσω του Διαδικτύου, της τηλεόρασης και των έντυπων μέσων μπορεί να ωφελήσει την πόλη υποδοχής. Η προσοχή των μέσων ενημέρωσης είναι ένα μη νομισματικό άμεσο θετικό αποτέλεσμα, καθώς συνδέεται στενά με ένα συγκεκριμένο γεγονός και δεν μπορεί να αποτιμηθεί εύκολα από χρηματική άποψη.

Εκτός από τα άμεσα οφέλη που συνοδεύουν τη διοργάνωση μιας μεγάλης πολιτιστικής εκδήλωσης, υπάρχουν και έμμεσα θετικά αποτελέσματα. Αρχικά οι Richards & Palmer (2010), υποστηρίζουν ότι οι μεγάλες πολιτιστικές εκδηλώσεις λειτουργούν ως «καταλύτες» για τη δημιουργία νέων δικτύων συνεργασίας μεταξύ του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, ενισχύοντας παράλληλα την καινοτομία στον τοπικό επιχειρηματικό κλάδο. Επιπλέον αυτά τα έμμεσα θετικά αποτελέσματα αποτελούν θετικές εξωτερικότητες μίας αποτυπώνονται στην εργασία του Ritchie (1984). Ο Ritchie διακρίνει τις ακόλουθες κατηγορίες επιπτώσεων από εκδηλώσεις που συνδέονται με τέτοια φαινόμενα ως εξής: οικονομικές, τουριστικές/εμπορικές, φυσικές, κοινωνικοπολιτισμικές, ψυχολογικές και πολιτικές. Συγκεκριμένα αναφέρονται:

Νέες θέσεις εργασίας: Η δημιουργία θέσεων εργασίας μπορεί να αποτελεί τόσο άμεσο όσο και έμμεσο θετικό αποτέλεσμα. Άμεσο, καθώς προκύπτει άμεσα από τη διοργάνωση της εκδήλωσης, όπως οι αστυνομικοί, οι πυροσβέστες και οι ιατροί. Ωστόσο, η δημιουργία θέσεων εργασίας μπορεί να είναι και έμμεση, καθώς μπορεί να είναι εξωτερικότητα. Για παράδειγμα, άτομα που προσλαμβάνονται για να καθαρίσουν τους δρόμους μετά από μια εκδήλωση δεν συνδέονται άμεσα με αυτήν. Και οι δύο τύποι δημιουργίας θέσεων εργασίας είναι χρηματικοί, καθώς μπορούν να αποτιμηθούν εύκολα σε χρηματικούς όρους.

Αυξημένη αναγνωσιμότητα & Εικόνα: Η αυξημένη αναγνωσιμότητα της περιοχής ως τουριστικού προορισμού και η αυξημένη γνώση σχετικά με τις επενδυτικές και εμπορικές δυνατότητες της περιοχής αποτελούν μια θετική εξωτερικότητα μιας μεγάλης πολιτιστικής εκδήλωσης με μη χρηματικό χαρακτήρα. Οι πολιτιστικές δραστηριότητες και ειδικά οι πολιτιστικές εκδηλώσεις συμβάλλουν στην αναγέννηση και ανανέωση περιοχών με αρνητική εικόνα. Οι πολιτιστικές δραστηριότητες χρησιμοποιούνται συχνά ως εργαλείο αστικής αναζωογόνησης και στρατηγικών προβολής (Bagwell, 2008). Η ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει επηρεάσει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο οι πολιτιστικές εκδηλώσεις προσελκύουν επισκέπτες και μεγιστοποιούν τον οικονομικό τους αντίκτυπο. Η χρήση των κοινωνικών δικτύων, των εφαρμογών κινητών και των ψηφιακών πλατφορμών έχει δημιουργήσει νέες δυνατότητες για τη διάδοση και την προβολή των εκδηλώσεων, αυξάνοντας την εμβέλειά τους (Gretzel et al., 2015). Επιπλέον, η εικονική και η επαυξημένη πραγματικότητα προσφέρουν νέες εμπειρίες στους επισκέπτες, ενισχύοντας την αξία της εκδήλωσης και την οικονομική της επίδραση (Neuhofer et al., 2014).

Νέες εγκαταστάσεις και υποδομές: Παραδείγματα φυσικών θετικών αποτελεσμάτων, αποτελούν επίσης η κατασκευή νέων εγκαταστάσεων και η βελτίωση των τοπικών υποδομών. Μόλις κατασκευαστούν, μπορούν να συνεισφέρουν στην οικονομία της πόλης για χρόνια. Ωστόσο, τίθεται ένα κρίσιμο ερώτημα: Εάν τέτοιες υποδομές και εγκαταστάσεις είναι τόσο επικερδείς για μια πόλη όσο ισχυρίζονται, γιατί είναι απαραίτητη μια μεγάλη εκδήλωση για να τις προωθήσει; (Jones, 2021).

Κοινωνικοπολιτικά οφέλη: Τα συγκεκριμένα οφέλη περιλαμβάνουν την αύξηση του ενδιαφέροντος για την δραστηριότητα που συνδέεται με την εκδήλωση. Οι πόλεις ή οι περιοχές διοργάνωσης μπορούν να χρησιμοποιήσουν την εκδήλωση για να ενισχύσουν το ενδιαφέρον του πληθυσμού για την τέχνη ή τον αθλητισμό. Ένα άλλο θετικό κοινωνικοπολιτισμικό αποτέλεσμα είναι η ενίσχυση των τοπικών παραδόσεων και αξιών. Αυτό το θετικό αποτέλεσμα δεν μπορεί εύκολα να αποδοθεί σε μια συγκεκριμένη εκδήλωση και μπορεί να θεωρηθεί ως εξωτερικότητα. Επίσης, δεν μπορεί να αποτιμηθεί εύκολα σε όρους χρημάτων, και επομένως αναφέρεται ως μη χρηματικό έμμεσο θετικό αποτέλεσμα. Επίσης, παράδειγμα ψυχολογικού θετικού αποτελέσματος μιας μεγάλης πολιτιστικής εκδήλωσης είναι η αύξηση της τοπικής υπερηφάνειας και του κοινοτικού πνεύματος. Μπορούν να ενισχύσουν την κοινωνική συνοχή, να προωθήσουν την πολιτιστική ποικιλομορφία και να δημιουργήσουν αίσθημα ταυτότητας μεταξύ των κατοίκων (Deery & Jago, 2010). Ωστόσο, σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορεί να οδηγήσουν σε κοινωνικές ανισότητες ή σε εκτοπισμό τοπικών κοινοτήτων λόγω τουριστικής ανάπτυξης (Colomb & Novy, 2016).

4 Μεθοδολογική Προσέγγιση

Στην ενότητα 3 παρουσιάζονται οι κύριες μεθοδολογικές προσεγγίσεις για την εκτίμηση των επιδράσεων λόγω της ύπαρξης ενός πολιτιστικού γεγονότος. Θα πρέπει να τονίσουμε ότι υπάρχει μια βασική διάκριση σε ποσοτικές αλλά και ποιοτικές μεθόδους. Στην περίπτωση των ποιοτικών μεθόδων οι βασικές προσεγγίσεις αναφέρονται σε (Getz, 1999):

- Ομάδα εστίασης (focus group), η οποία παρακολουθείται και αναλύεται κατά τη διάρκεια και μετά την εκδήλωση.
- Εις βάθος συνεντεύξεις (in depth interviews) για παράδειγμα με διοργανωτές, υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και καταναλωτές.
- Η ανάλυση περιεχομένου πολυμέσων (media attention), προκειμένου να έχουμε μια επισκόπηση της εικόνας που πραγματοποιείται από τα μέσα.
- Η χρήση ερευνών καταναλωτών.

Στον αντίποδα οι κύριες ποσοτικές μέθοδοι περιλαμβάνουν:

Μέθοδος επιπτώσεων (impact analysis): Η κοινή μέθοδος ποσοτικής ανάλυσης επιπτώσεων στην ανάλυση επιπτώσεων είναι η «μέθοδος επιπτώσεων» (Herrero et al., 2006). Η συγκεκριμένη μέθοδος λειτουργεί ως ανάλυση εισροών-εκροών προκειμένου να γίνει μια ανάλυση κόστους-οφέλους του γεγονότος. Ο κύριος στόχος αυτού του είδους των μελετών επιπτώσεων είναι να μετρήσει και να παρουσιάσει τις μεγάλες ροές και επιπτώσεις στο πλαίσιο της περιφερειακής οικονομίας, που προκύπτουν από την παρουσία ή την ύπαρξη μιας πολιτιστικής δραστηριότητας ή οργανισμού σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο (Grefee, 1990). Αυτός ο τύπος μελέτης προσπαθεί να εκτιμήσει το μέγεθος των ροών δαπανών και να μετρήσει τη συνολική επίδραση ενός γεγονότος. Αυτό δεν σημαίνει ότι περιορίζεται πάντα στον όγκο των κερδών. Συχνά συμπληρώνονται από ανάλυση απασχόλησης ή φορολογικές επιπτώσεις (Heilbrun and Gray, 1997).

Πολλαπλασιαστής (Multiplier): Ένα εργαλείο που χρησιμοποιείται σε αρκετές μελέτες είναι αυτό του πολλαπλασιαστή. Ο πολλαπλασιαστής υπολογίζεται μετρώντας μια ομάδα επισκεπτών και πολλαπλασιάζοντας τις μέσες δαπάνες τους με το συνολικό αριθμό επισκεπτών της εκδήλωσης. Η συγκεκριμένη μεθοδολογική προσέγγιση είναι και η προτεινόμενη και εξειδικεύεται στην επόμενη ενότητα 4 στην συνέχεια.

Ανάλυση Εισροών-Εκροών (analysis I-O): Ένα από τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται πιο συχνά για την αξιολόγηση των οικονομικών επιπτώσεων πολιτιστικών ή ψυχαγωγικών εκδηλώσεων (καθώς και άλλων γεγονότων που σχετίζονται με τον τουρισμό) σε τοπικά ή περιφερειακά οικονομικά συστήματα είναι το η ανάλυση εισροών-εκροών (Fleisher and Freeman, 1997; Frechtling και Horváth, 1999, Bracalente et al, 2011, μεταξύ άλλων). Ωστόσο, υπάρχουν διαφορετικοί τύποι μοντέλων εισροών-εκροών (Isard et al, 1998) και δεν είναι όλα ικανά να μετρήσουν σωστά τον οικονομικό αντίκτυπο. Ξεκινώντας από τον πίνακα της ενδιάμεσης κατανάλωσης και χρησιμοποιώντας την έννοια του τεχνικού συντελεστή, που είναι θεμελιώδες στοιχείο της ανάλυσης του Leontief, καταλήγουμε στον αντίστροφο πίνακα του Leontief $(I-A)^{-1}$, που αποτελείται από τα

στοιχεία α_{ij} που περιλαμβάνει την συνολική παραγωγή που ο κλάδος i θα πρέπει να υλοποιήσει εάν θέλει να ικανοποιήσει μια ενιαία αύξηση της τελικής ζήτησης προϊόντων του κλάδου j , συμπεριλαμβανομένων τόσο των άμεσων όσο και των έμμεσων ή επαγόμενων-προκλητών επιδράσεων (Payeras and Sastre, 1994). Η βιβλιογραφία έχει καταγράψει αρκετά τέτοια υποδείγματα (Rickman and Schwer, 1995)⁶ και μελέτες συμπεραίνουν ότι τα «έτοιμα προς χρήση» μοντέλα που βασίζονται σε I-O προσφέρουν την κατάλληλη μορφή για τη διεξαγωγή των έμμεσων επιπτώσεων ως μέρος μιας μελέτης οικονομικών επιπτώσεων (Rickman and Schwer, 1995).

5 Εξειδίκευση Προτεινόμενης Μεθοδολογίας και συμπεράσματα

Η επισκόπηση της βιβλιογραφίας καταδεικνύει την αναγκαιότητα της συγκεκριμένης έρευνας. Ωστόσο, η σημαντική έλλειψη χρόνου για την διεξαγωγή της αποκλείει την χρήση της μεθόδου της ανάλυσης εισροών-εκροών και επιτρέπει μόνο την χρήση των πολλαπλασιαστών. Η παρούσα ενότητα προσπαθεί να εξειδικεύσει την συγκεκριμένη ανάλυση στο παρόν πλαίσιο. Η μεθοδολογική προσέγγιση της χρήσης του πολλαπλασιαστή είναι ένα βασικό εργαλείο στην ανάλυση του οικονομικού αντίκτυπου των γεγονότων. Το φαινόμενο του πολλαπλασιαστή σημαίνει ότι μια αρχική άμεση δαπάνη των επισκεπτών ενός γεγονότος δημιουργεί πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα. Αυτή η οικονομική δραστηριότητα μπορεί να εκδηλωθεί με διάφορους τρόπους, όπως η απασχόληση, ο επιχειρηματικός κύκλος εργασιών, το εισόδημα των νοικοκυριών και τα φορολογικά έσοδα της κυβέρνησης (Archer, 1973).

Οι κύριοι παράγοντες εισροής για την αξιολόγηση του οικονομικού αντίκτυπου είναι οι δαπάνες που πραγματοποιούνται από επισκέπτες, συνοδούς, συνέδρους, χορηγούς, διοργανωτές και άλλους (Dwyer, Forsyth & Spurr, 2005). Συνεπώς σημαντικό σημείο είναι το να καταγράψουμε τους συμμετέχοντες (δύο πολύ μεγάλες κατηγορίες προτείνονται ντόπιοι και επισκέπτες). Μέρος των χρημάτων που δαπανώνται από τους επισκέπτες στον πρώτο κύκλο δαπανών διαρρέει από την τοπική οικονομία σε άλλες οικονομικές δραστηριότητες. Άρα, το δεύτερο σημαντικό στοιχείο που θα πρέπει να κατανοήσουμε είναι οι χρηματικές ροές (που βασικά ξοδεύουν). Οι ροές μπορεί να προκληθούν με διάφορους τρόπους, για παράδειγμα, μέσω της αγοράς αγαθών από επιχειρήσεις που ανήκουν σε άλλους κλάδους οικονομίας ή μέσω της καταβολής φόρων. Συνεπώς, **ποιοι είναι οι βασικοί κλάδοι (μάλλον υποκλάδοι) που συμμετέχουν στο Καρναβάλι και εμφανίζουν να έχουν άμεσες ή έμμεσες επιδράσεις** (Πίνακας 1):

Κλάδοι που δέχονται άμεσες επιδράσεις	Κλάδοι που δέχονται έμμεσες επιδράσεις
Κοπτική-Ραπτική-Υφάσματα	Φωτογραφίες
Ενοικίαση χώρων	Υπηρεσίες ψυχαγωγίας και αναψυχής
Λιανικό εμπόριο	Μουσεία
Διαφήμιση	Κινηματογράφος
Έντυπο υλικό	Νοσοκομεία
Υπηρεσίες ψυχαγωγίας και αναψυχής	Εταιρείες φύλαξης
Μεταφορές	
Επισκευή και σέρβις αυτοκινήτων	
Ενοικίαση και χρηματοδοτική μίσθωση αυτοκινήτων	
Ξενοδοχεία	

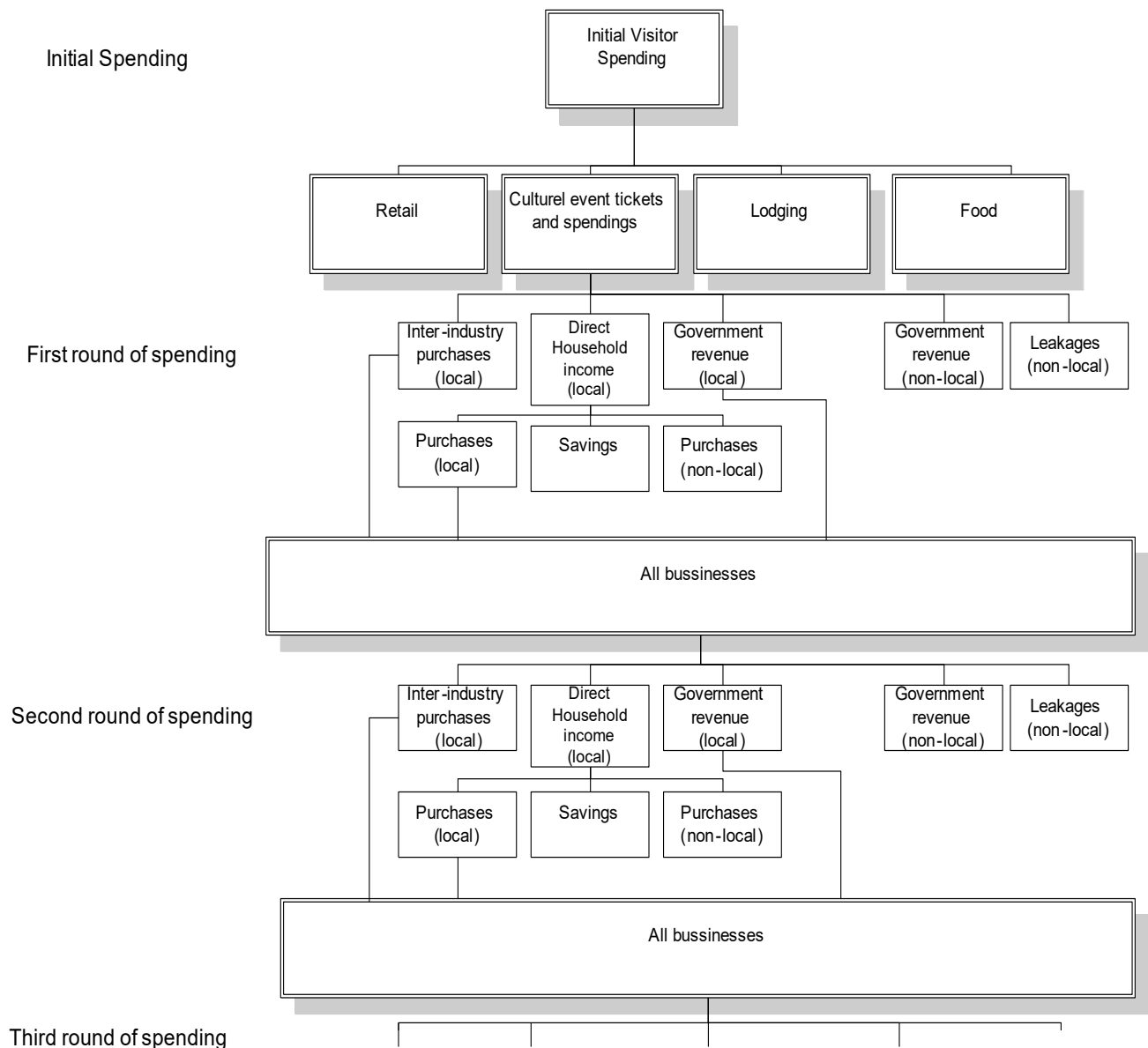
Πίνακας 1 Κλάδοι παραγωγής που δέχονται επιδράσεις λόγω του Καρναβαλιού

Τα χρήματα που δαπανώνται από τους επισκέπτες αποτελούν τον άμεσο οικονομικό αντίκτυπο (direct impact). Μπορούμε να διακρίνουμε διαφορετικούς τύπους ομάδων που δέχονται επίδραση εντός της πόλης. Κάθε μία από αυτές τις δαπανά, τουλάχιστον εν μέρει, το ποσό των χρημάτων που δημιουργείται από την αρχική δαπάνη των επισκεπτών. Θα μπορούσαμε σε αυτή την φάση να σκεφτούμε την

⁶ Το μοντέλο εισροών-εκροών IMPLAN χρησιμοποιείται για να αναλυθεί ο συνολικός οικονομικός αντίκτυπος των δαπανών που δημιουργούνται από επισκέπτες μιας εκδήλωσης. Μια σύγκριση τριών μοντέλων I-O (REMI-II, IMPLAN και REMI) που διεξήχθη από τους Rickman και Schwer (1995) δεν βρήκε σημαντική διαφορά στους πολλαπλασιαστές μετά τη συγκριτική αξιολόγηση των μοντέλων, αν και τα μοντέλα διαφέρουν ουσιαστικά.

χρησιμοποίηση των παρακάτω ροών: τοπικές αγορές μεταξύ βιομηχανιών, άμεσο εισόδημα των νοικοκυριών, τοπικά κυβερνητικά έσοδα, μη τοπικά κυβερνητικά έσοδα και μη τοπικές διαρροές. Οι τρεις πρώτες από αυτές τις συμβάλλουν στο φαινόμενο του πολλαπλασιαστή, ενώ οι δύο τελευταίες όχι ⁷(Σχήμα 2). Θα πρέπει επίσης να τονίσουμε ότι υπάρχει ένα κύκλος δαπανών. Ο κύκλος δαπανών (spending cycle) είναι μια θεμελιώδης έννοια στην οικονομική ανάλυση των πολιτιστικών εκδηλώσεων. Όταν οι επισκέπτες δαπανούν χρήματα σε μια τοπική οικονομία, αυτά τα χρήματα επαναεπενδύονται σε διάφορους κλάδους, δημιουργώντας έναν πολλαπλασιαστικό αντίκτυπο (Archer, 1973). Κάθε μία από τις τρεις τοπικές οντότητες που λαμβάνουν ταμειακή ροή από τον πρώτο κύκλο δαπανών θα συνεχίσει να δαπανά την ταμειακή ροή με τους ίδιους τρόπους όπως και στον πρώτο κύκλο. Αυτή η διαδικασία συνεχίζεται μέχρις ότου όλος ο αντίκτυπος να έχει διαρρεύσει σε άλλες οικονομικές δραστηριότητες και το αποτέλεσμα να καταστεί αμελητέο. Όλοι αυτοί οι κύκλοι δαπανών αθροίζονται και συνιστούν τον έμμεσο οικονομικό αντίκτυπο (indirect impact) της αρχικής ταμειακής ροής που δαπανήθηκε από τους επισκέπτες του πολιτιστικού γεγονότος. Ο τρίτος τύπος αντίκτυπου ονομάζεται επαγόμενος-προκλητός (induced) αντίκτυπος. Αυτό σημαίνει το ποσοστό του εισοδήματος των νοικοκυριών που δαπανάται σε τοπικά αγαθά και υπηρεσίες. (Liú και Var, 1982). Όλα αυτά φαίνονται και στο επακόλουθο διάγραμμα που περιγράφει όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω πώς μια αρχική δαπάνη επισκεπτών μπορεί να δημιουργήσει πολλαπλά επίπεδα οικονομικής δραστηριότητας σε τοπικό επίπεδο. Κάθε επανακυκλοφορία του χρήματος προσθέτει αξία στην τοπική οικονομία, εφόσον οι δαπάνες παραμένουν τοπικές και οι διαρροές (leakages) είναι περιορισμένες. Η αφετηρία είναι οι άμεσες δαπάνες που πραγματοποιούν οι επισκέπτες σαν το Λιανικό εμπόριο (Retail), τα Εισιτήρια και δαπάνες πολιτιστικών εκδηλώσεων (Cultural event tickets and spendings), η Διαμονή (Lodging) και το Φαγητό (Food) και που οι επιχειρήσεις που έλαβαν τα αρχικά χρήματα τα επανεπενδύουν/ανακυκλώνουν με Τοπικές επιδράσεις (Inter-industry purchases, Direct Household income και Government revenue) αλλά και με Μη τοπικές επιδράσεις (Government revenue (non-local) Purchases (non-local) και Purchases (non-local))

⁷ Αυτό συμβαίνει επειδή τα μη τοπικά κυβερνητικά έσοδα και οι μη τοπικές διαρροές δεν αντιπροσωπεύουν τον οικονομικό αντίκτυπο της αρχικής δαπάνης στην τοπική οικονομία, αλλά μάλλον στην παγκόσμια οικονομία.



Σχήμα 2 Ο οικονομικός αντίκτυπος μιας βραχυπρόθεσμης εκδήλωσης αναψυχής στην τοπική οικονομία

Οι τύποι χρησιμοποιούνται στη βιβλιογραφία με βάση όλα τα παραπάνω για τον υπολογισμό των πολλαπλασιαστών είναι οι κάτωθι:

$$M_1 = \frac{DI_{nc} + II_{nc}}{DV_{spend}}$$

$$M_2 = \frac{DI_{nc} + IndInc + II_{nc}}{DV_{spend}}$$

$$\text{και } M_3 = \frac{DI_{nc} + II_{nc} + IndInc}{DI_{nc}}$$

Όπου

DI_{nc}: Άμεσο Εισόδημα, II_{nc}: Έμμεσο εισόδημα, DV_{spend}: άμεση δαπάνη IndInc: προκλητό εισόδημα

Παράδειγμα 1: Επίδραση Δαπανών σε Ξενοδοχείο

- **Άμεση δαπάνη (DVSpending):** 100.000 € από επισκέπτες.
- **Άμεσο εισόδημα (DInc):** 60.000 € (μισθοί εργαζομένων + κέρδη ξενοδοχείου).
- **Έμμεσο εισόδημα (IInc):** 30.000 € (αγορές από ντόπιους προμηθευτές).
- **Επαγόμενο εισόδημα (IndInc):** 20.000 € (δαπάνες εργαζομένων σε άλλους κλάδους).

Υπολογισμός πολλαπλασιαστή M_1 : $(DInc+IInc)/DVSpending=(60.000+30.000)/100.000=0,9$

Αυτό σημαίνει ότι για κάθε 1 € που ξοδεύουν οι επισκέπτες η τοπική οικονομία κερδίζει 0,9 € από άμεσες και έμμεσες ροές.

Παράδειγμα 2: : Επίδραση Δαπανών σε Εστιατόριο

- **Άμεση δαπάνη (DVSpending):** 50,000 €.
- **Άμεσο εισόδημα (DInc):** 30,000 € (μισθοί + κέρδη).
- **Έμμεσο εισόδημα (IInc):** 15,000 € (αγορές από ντόπιους γεωργούς).
- **Επαγόμενο εισόδημα (IndInc):** 10,000 € (δαπάνες εργαζομένων σε σουπερμάρκετ).

Υπολογισμός πολλαπλασιαστή M_3 : $(DInc+IInc+IndInc)/DInc=(30,000+15,000+10,000)/30,000=1.83$

Αυτός ο υψηλός πολλαπλασιαστής δείχνει ότι οι δαπάνες των επισκεπτών έχουν σημαντική επαγόμενη επίδραση.

6 Αποτελέσματα Έρευνας & Ανάλυση

Η παρούσα ανάλυση βασίζεται σε δεδομένα που προέκυψαν από έρευνα 264 επισκεπτών του Πατρινού Καρναβαλιού, οι οποίοι ταξινομήθηκαν σε έξι ηλικιακές κατηγορίες. Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να δηλώσουν τις ατομικές τους δαπάνες σε διάφορες κατηγορίες εξόδων, όπως φαγητό, διαμονή, ένδυση, ψυχαγωγία και μεταφορές. Η ανάλυση των δεδομένων αποκαλύπτει τα παρακάτω μοτίβα καταναλωτικής συμπεριφοράς, τα οποία σχετίζονται με την ηλικία, τον τρόπο συμμετοχής στο Καρναβάλι και την αγοραστική ικανότητα κάθε ομάδας.

Nace Code ⁸	Περιγραφή	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
I56.10	Φαγητό	58.15	81.9	108.13	110.69	119.47	51.25
I56.30	Ποτά- Καφέ	43.88	50.2	64.88	57.36	74.05	25
G47.19	Ψώνια (Εμπορικά)	14.42	16.34	24.41	37.22	13.15	0
G47.78	Μικροέξοδα σχετικά με το ΠΚ (αξεσουάρ)	10.55	11.47	20.34	21.55	7.63	0
G47.72	Καρναβαλική Στολή Γκρουπ	7.07	10.15	37.7	35.69	17.36	0
I55.10	Διαμονή	50.70	98.41	57.9	117.77	51.57	40
H49.31	Εισιτήρια	3.06	0.15	0.3	0	0	0
H49.32	Ταξί	1.68	0	1.04	0.13	0	0
G47.30	Βενζίνη	1.76	6.03	8.25	4.16	8.15	12.5
G47.11	Supermarket	9.58	9.6	22.55	16.52	8.42	5
R93.29	Οργανωμένο Πάρτι(πρόσκληση)	11.48	7.77	21.62	16.94	4.73	0
Άλλες Δαπάνες	Διάφορα	2.37	4.60	4.88	1.11	1.05	0
ΣΥΝΟΛΟ		214.75	296.68	372.16	419.19	305.63	133.75

Πίνακας 2 Μέσες Δαπάνες ανά ηλικιακή ομάδα

Οι επισκέπτες ηλικίας 18 έως 24 ετών παρουσιάζουν σχετικά μειωμένη καταναλωτική δραστηριότητα σε σχέση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, με βασικές δαπάνες να κατευθύνονται κυρίως στο φαγητό, όπου δαπανούν κατά μέσο όρο 58.5 ευρώ, καθώς και σε ποτά και καφέδες, με 43.88 ευρώ. Η διαμονή επίσης αποτελεί σημαντική κατηγορία δαπάνης, με 50.71 ευρώ κατά μέσο όρο. Αντίθετα, οι δαπάνες για στολές, μετακινήσεις και μικροέξοδα παραμένουν χαμηλές. Παρόλα αυτά, καταγράφεται συμμετοχή σε

⁸ Οι κωδικοί Nace Code έχουν βρεθεί από [European Commission](https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&code=sdg_11_3_10&plugin=1)

οργανωμένα πάρτι, με δαπάνες της τάξης των 11.48 ευρώ, στοιχείο που υποδεικνύει ενεργή παρουσία σε νυχτερινές εκδηλώσεις. Η συγκεκριμένη ομάδα χαρακτηρίζεται από έντονη κατανάλωση για την αναψυχή της, χωρίς όμως υψηλή συμμετοχή σε πιο δομημένες ή δαπανηρές εκδηλώσεις.

Οι επισκέπτες ηλικίας 25 έως 34 ετών εμφανίζουν σημαντικά υψηλότερες δαπάνες, με την υψηλότερη μέση τιμή να αφορά τη διαμονή, η οποία φτάνει τα 98.41 ευρώ. Οι δαπάνες για φαγητό και ποτά παραμένουν υψηλές, στις 81.90 και 50.20 ευρώ αντίστοιχα, ενώ παρατηρείται ήπια συμμετοχή σε αγορές ψυχαγωγικού ή αναμνηστικού χαρακτήρα, με δαπάνες σε ψώνια 16.35 ευρώ και καρναβαλική στολή 10.15 ευρώ. Οι μεταφορές και τα μικροέξοδα είναι περιορισμένα. Η ομάδα αυτή φαίνεται να αποτελείται κυρίως από νέους επαγγελματίες, που συνδυάζουν αναψυχή με οικονομική δυνατότητα για διαμονή και κατανάλωση.

Η ηλικιακή ομάδα 35 έως 44 ετών έρχεται δεύτερη στην συνολική κατανομή δαπανών στο ΠΚ. Ξοδεύει κατά μέσο όρο 108.14 ευρώ για φαγητό και 64.88 ευρώ για ποτά και καφέ. Εντυπωσιακό στοιχείο είναι η ιδιαίτερα υψηλή δαπάνη για καρναβαλική στολή, η οποία φτάνει τα 37.79 ευρώ, στοιχείο που δείχνει ενεργό συμμετοχή σε πληρώματα και ομάδες. Παράλληλα, οι δαπάνες για ψώνια (24.41 ευρώ), μικροέξοδα (20.35 ευρώ) και συμμετοχή σε οργανωμένα πάρτι (21.62 ευρώ) ενισχύουν την εικόνα μιας ιδιαίτερα ενεργής και πολυεπίπεδης παρουσίας στο Καρναβάλι. Η διαμονή κινείται σε πιο μετριοπαθή επίπεδα, με 57.90 ευρώ και είναι ουσιαστικά η πιο έντονη διαφορά της με την κατηγορία των 45 με 54 έτη που είναι η μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα από άποψη κατανάλωσης. Η ομάδα αυτή φαίνεται να συγκροτείται από οικονομικά ενεργούς επισκέπτες με ουσιαστική συμμετοχή στο καρναβάλι, τόσο ως θεατές όσο και ως συντελεστές.

Η ομάδα ηλικίας 45 έως 54 ετών καταγράφει τη μεγαλύτερη συνολική ατομική δαπάνη. Οι επισκέπτες αυτής της κατηγορίας ξοδεύουν κατά μέσο όρο 110.69 ευρώ για φαγητό και 117.77 ευρώ για διαμονή, ξεπερνώντας όλες τις άλλες ηλικιακές ομάδες. Οι δαπάνες για ψώνια (37.22 ευρώ), καρναβαλική στολή (35.69 ευρώ), μικροέξοδα (21.55 ευρώ) και συμμετοχή σε πάρτι (16.94 ευρώ) επιβεβαιώνουν την ενεργή και πολυδιάστατη εμπλοκή τους στο σύνολο των καρναβαλικών εκδηλώσεων. Η ομάδα αυτή φαίνεται να αποτελείται από οικογένειες ή παρέες μεσαίου έως υψηλού εισοδήματος, με αυξημένη διάθεση για κατανάλωση και συμμετοχή.

Στην ηλικιακή ομάδα 55 έως 64 ετών, διαπιστώνεται εντυπωσιακά υψηλή δαπάνη στον κλάδο τρόφιμα ποτά και ιδιαίτερα στους υποκλάδους του φαγητού (119.47 ευρώ) και των ποτών/καφέ (74,05 ευρώ), υποδεικνύοντας επικέντρωση στην απόλαυση της τοπικής φιλοξενίας. Παρόλα αυτά, οι υπόλοιπες δαπάνες παρουσιάζονται αισθητά μειωμένες, ειδικά σε ό,τι αφορά τις στολές, τα πάρτι, τα μικροέξοδα και τις αγορές. Η διαμονή καταγράφεται στα 51.57 ευρώ. Συμπερασματικά, οι επισκέπτες αυτής της ηλικίας φαίνεται να υιοθετούν έναν πιο ήρεμο ρυθμό συμμετοχής, απολαμβάνοντας κυρίως τη γαστρονομική και τουριστική διάσταση του Καρναβαλιού.

Τέλος, η ηλικιακή ομάδα άνω των 65 ετών παρουσιάζει την πιο περιορισμένη καταναλωτική δραστηριότητα. Οι περισσότερες δαπάνες συγκεντρώνονται στο φαγητό (51.25 ευρώ) και τον καφέ (25 ευρώ), ενώ οι υπόλοιπες κατηγορίες σχεδόν εκλείπουν, με μηδενικές ή πολύ χαμηλές τιμές σε στολές, μεταφορές και εκδηλώσεις. Πρόκειται πιθανότατα για επισκέπτες συνοδευτικού χαρακτήρα ή άτομα που παρακολουθούν τις εκδηλώσεις χωρίς ενεργή συμμετοχή.

Κατηγορία Δαπάνης	Μέση Δαπάνη
Φαγητό	83.43
Ποτά- Καφέ	52.53
Ψώνια (Εμπορικά)	19.31
Μικροέξοδα σχετικά με το ΠΚ (αξεσουάρ)	13.5
Καρναβαλική Στολή Γκρουπ	17.34
Διαμονή	39.33
Εισιτήρια	1.23
Ταξί	0.82
Βενζίνη	4.79
Supermarket	12.49
Οργανωμένο Πάρτι(πρόσκληση)	12.62
Άλλες Δαπάνες	3.01

Πίνακας 3 Μέση Δαπάνη ανά κατηγορία

Συνοψίζοντας, η γενική εικόνα δείχνει ότι οι ηλικιακές ομάδες 35 έως 54 ετών αποτελούν τους κύριους οικονομικούς τροφοδότες του Πατρινού Καρναβαλιού, συνδυάζοντας υψηλές δαπάνες με ενεργή εμπλοκή. Η διαμονή, το φαγητό και οι στολές αναδεικνύονται ως οι σημαντικότερες κατηγορίες δαπανών όπως φαίνονται και στον παραπάνω συγκεντρωτικό πίνακα. Η παρουσία των νεότερων ηλικιών προσφέρει δυναμισμό, ενώ οι μεγαλύτερες ηλικίες συμβάλλουν περισσότερο ως υποστηρικτικό κοινό. Η ανάλυση αυτή υπογραμμίζει τη δυνατότητα στοχευμένων παρεμβάσεων σε συγκεκριμένες ηλικιακές ομάδες, προκειμένου να ενισχυθεί περαιτέρω η οικονομική επίδραση του θεσμού στην τοπική οικονομία.

Από την κατανομή των εισοδημάτων παρατηρείται ότι η μεγάλη πλειονότητα των επισκεπτών ανήκει σε σχετικά χαμηλές ή μεσαίες εισοδηματικές κατηγορίες. Η εισοδηματική βαθμίδα «έως 1,000 ευρώ» είναι μακράν η πιο αντιπροσωπευτική, με συνολικά 129 συμμετέχοντες, εκ των οποίων 57 προέρχονται από την ηλικιακή ομάδα 18–24 και 30 από την ομάδα 25–34. Αυτό αντανακλά την ισχυρή παρουσία φοιτητών και νέων εργαζομένων χαμηλού εισοδήματος, γεγονός που ενισχύει την εικόνα του Καρναβαλιού ως προσιτής μαζικής εκδήλωσης. Οι υψηλότερες εισοδηματικές βαθμίδες (€2,001 – 5,000 και άνω) καταγράφονται σποραδικά και μεμονωμένα, κυρίως σε ηλικίες άνω των 35 ετών.

Εισόδημα	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
ΔΑ	12	2	2	1	3	0
Έως €1,000	57	30	8	6	3	1
€1,001 – 1,500	10	21	12	8	6	2
€1,501 – 2,000	4	2	3	4	3	0
€2,001 – 3,000	1	1	3	1	0	0
€3,001 – 5,000	0	0	1	0	0	0
€5,001 – 10,000	1	1	0	0	0	0
Άνω των €10,001	0	0	1	1	0	0
ΣΥΝΟΛΟ	85	57	30	21	15	3

Πίνακας 4 Αναλυτικός πίνακας εισοδημάτων

Στην συνέχεια υπολογίστηκε ο (Πίνακας 5) που δείχνει την κατανομή του μέσου εισοδήματος των συμμετεχόντων ανά ηλικιακή ομάδα. Βρίσκοντας τον αντιπρόσωπο της κλάσης του εισοδήματος στην συνέχεια πολλαπλασιάζει αυτή την κεντρικής τιμή, με την αντίστοιχη συχνότητα που εμφανίζεται στο (Πίνακα 4) για να βρει προσεγγιστικά το εισόδημα όλων των επισκεπτών στην κλάση και στην το μέσο ποσό εισοδήματος ανά ηλικιακή ομάδα. Ο λόγος που δημιουργήθηκε είναι ουσιαστικά για να υπολογίσει την άμεση δαπάνη που έχει ο κάθε επισκέπτης προσεγγιστικά.

Από την ανάλυση προκύπτει ότι οι ομάδες 35-44 και 45-54 εμφανίζουν τον υψηλότερο μέσο όρο εισοδήματος, με 1.558 και 1.595 ευρώ αντίστοιχα, στοιχείο που συνάδει με το ότι οι συμμετέχοντες σε αυτές τις ηλικίες βρίσκονται στην πιο παραγωγική οικονομικά φάση της ζωής τους. Αντίθετα, η ηλικιακή ομάδα 18-24 εμφανίζει το χαμηλότερο μέσο εισόδημα (682 ευρώ), κάτι που είναι αναμενόμενο λόγω φοιτητικής ή πρώιμης επαγγελματικής κατάστασης. Σημαντικό ενδιαφέρον παρουσιάζει και η ομάδα 25-34, η οποία συγκεντρώνεται κυρίως στο εισοδηματικό εύρος 1.001–1.500 ευρώ.

Εισόδημα	Κεντρική τιμή	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
ΔΑ	0	0	0	0	0	0	0
Έως €1,000	500	28,500	15,000	4,000	3,000	1,500	500
€1,001 – 1,500	1,250	12,500	26,250	15,000	10,000	7,500	2,500
€1,501 – 2,000	1,750	7,000	3,500	5,250	7,000	5,250	0
€2,001 – 3,000	2,500	2,500	2,500	7,500	2,500	0	0
€3,001 – 5,000	4,000	0	0	4,000	0	0	0
€5,001 – 10,000	7,500	7,500	7,500	0	0	0	0
€10,001 και άνω	11,000	0	0	11,000	11,000	0	0
ΣΥΝΟΛΟ		58,000	54,750	46,750	33,500	14,250	3,000

Εισόδημα	Κεντρική τιμή	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Μέσος		682.35	960.52	1,558.33	1,595.23	950	1,000

Πίνακας 5 Μέσο εισόδημα ανά ηλικιακή ομάδα

Από τα παραπάνω προκύπτει ο πίνακας των πολλαπλασιαστών ανά ηλικιακή ομάδα σύμφωνα με τον τύπο

$$M_1 = \frac{DInc + IInc}{DVSpnd}$$

Όπου ο αριθμητής έχει υπολογιστεί με βάση το μέσο όρο του άμεσου εισοδήματος που βρίσκεται στο (πίνακα 5) του εισοδήματος ανά ηλικιακή ομάδα που αποτελούν ουσιαστικά το άθροισμα του DInc και IInc διαιρώντας με το DVspnd που είναι ουσιαστικά οι άμεσες δαπάνες σε αγαθά που κάνει ο επισκέπτης ανά μέρα στην ηλικιακή του ομάδα που βρίσκετε στον (πίνακα 2). Από αυτόν τον λόγο προκύπτει ο επακόλουθος πίνακας που δείχνει και απομονωμένα την επίδραση του ενός ευρώ στην τοπική οικονομία αν ηλικιακή ομάδα αλλά και συγκεντρωτικά κατά μέσο όρο. Το πιο άξιο αναφοράς είναι πως ο μεγαλύτερος πολλαπλασιαστής είναι αυτός της μεγαλύτερης ηλικιακής ομάδας των 65+ που αν και είναι η πιο σπάνια στο δείγμα επηρεάζει το περισσότερο μιας και φαίνεται να προτιμάει πιο δαπανηρές επιλογές διαμονή ή σίτιση κατά την διαμονή του στην Πάτρα. Ακολουθεί η κατηγορία των 35 με 44 ετών με πολλαπλασιαστή 3,8 και στο τέλος βρίσκεται η κατηγορία των 55 με 64.

Τοπικές επιχειρήσεις - Κλάδος	Πολλαπλασιαστής ανά ηλικιακή ομάδα για όλες τις δαπάνες
18-24	3.17
25-34	3.23
35-44	4.18
45-54	3.8
55-64	2.26
65+	7.47
Μέσος Πολλαπλασιαστής	4.02

Πίνακας 6 Πολλαπλασιαστής ανά ηλικιακή ομάδα

Ο μέσος πολλαπλασιαστής για όλες τις ηλικιακές ομάδες είναι 4.02, γεγονός που δείχνει ότι οι δαπάνες των συμμετεχόντων γενικά ενισχύουν σημαντικά τη δραστηριότητα των τοπικών επιχειρήσεων. Αυτό σημαίνει ότι για κάθε 1 ευρώ που δαπανάται άμεσα από την τους ξένους επισκέπτες η τοπική οικονομία ωφελείται με περαιτέρω εκροή ύψους 4.02 ευρώ από τα πολλαπλασιαστικά οφέλη που δημιουργούνται στην ευρύτερη τοπική οικονομία.

Με την ίδια μεθοδολογία είναι εφικτό να υπολογιστεί και ο συνολικός πολλαπλασιαστής όλων των επισκεπτών μαζί χωρίς να γίνει ο διαχωρισμός αυτός των ηλικιακών ομάδων. Για να πραγματοποιηθεί αυτό δημιουργήθηκε ο σχετικός (πίνακας 6) που εμφανίζει το σύνολο των δαπανών των επισκεπτών από το δείγμα των 264 ατόμων καθώς και το συνολικό άμεσο εισόδημα τους από τα 211 άτομα που έδωσαν στοιχεία, που ως αποτέλεσμα έχει τον συνολικό πολλαπλασιαστή 2,95 όπως φαίνεται παρακάτω:

Κατηγορία	Μέγεθος
Συνολικές Δαπάνες Επισκεπτών	71,122.5
Συνολικό Άμεσο Εισόδημα	210,250
Πολλαπλασιαστής	2.95

Πίνακας 7 Συνολικός Πολλαπλασιαστής

Το παραπάνω αποτέλεσμα είναι ως ένα βαθμό παρόμοιο με παρόμοια έρευνα που είχε πραγματοποιηθεί για τον Οικονομικό αντίκτυπο του Πατρινού Καρναβαλιού από την εταιρεία DataRc το 2009 που ανατέθηκε από την ΔΕΠΑΠ. Συγκεκριμένα στην μελέτη του τότε ο πολλαπλασιαστής είχε υπολογιστεί ως 2.38 πολύ κοντά με τα δικά μας δεδομένα της τάξεως του 2.95. Στη δική τους αναφορά αναφέρουν ότι συγκεκριμένος

πολλαπλασιαστής συμφωνεί με τις εκτιμήσεις του [Παυλόπουλου \(1999\)](#) που υποστηρίζει ότι το ύψος του πολλαπλασιαστή κυμαίνεται στις μεγαλύτερες πόλεις της χώρας μας μεταξύ 1.5 και 3.0. Αυτή η αύξηση μπορεί να οφείλεται και ως ένα βαθμό και στην άνοδο του πληθωρισμού και του γενικότερου επιπέδου των τιμών στην Ελλάδα που επηρεάζει και το πατρινό καρναβάλι.

Nace Code	Περιγραφή	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
I56.10	Φαγητό	2.83	3.2	4.42	3.72	2.5	2.07
I56.30	Ποτά- Καφέ	3.71	3.8	3.75	4.3	2.8	1.6
G47.19	Ψώνια (Εμπορικά)	2.5	2.6	3.7	3.22	1.9	0.8
G47.78	Μικροέξοδα σχετικά με το ΠΚ (αξεσουάρ)	2.66	2.72	3.09	3.3	2.06	
G47.72	Καρναβαλική Στολή Γκρουπ	2.9	3.0	4.3	3.82	0.3	0.6
I55.10	Διαμονή	3.3	3.25	4.1	3.9	2.2	3.0
H49.31	Εισιτήρια	3.07		4.4			
H49.32	Ταξί	2.8	2.9	0.9	1.13		
G47.30	Βενζίνη	2.8	3.23	4.23	0.7	0.55	
G47.11	Supermarket	3.7	3.8	4.5	4.3	2.8	
R93.29	Οργανωμένο Πάρτι(πρόσκληση)	2.5	2.6	1.7	1.2	0.19	
Άλλες Δαπάνες	Διάφορα	2.6	2.72	3.9	3.3	2.0	1.02

Πίνακας 8 Συνολικός Πολλαπλασιαστής ανά είδος δαπάνης και ηλικιακή ομάδα

Τέλος συνθέτοντας τον ολικό πίνακα των πολλαπλασιαστών προκύπτει ότι η ηλικιακή ομάδα των 35-44 έχει την πιο συχνή κορυφή σε πολλές κατηγορίες (φαγητό, ποτά/καφέ, supermarket, μικροέξοδα, καρναβαλική στολή, διαμονή, βενζίνη και οργανωμένα πάρτι) που υποδηλώνει ότι αυτή η ηλικιακή ομάδα πιθανώς διαθέτει υψηλότερο διαθέσιμο εισόδημα και μεγαλύτερη οικονομική δραστηριότητα. Από την άλλη μεριά οι νεαρότερες (18-24 και 25-34) σε κάποιες κατηγορίες, όπως το ταξί, παρουσιάζονται υψηλότερα επίπεδα δαπανών, πιθανώς λόγω περιορισμένης ιδιοκτησίας οχήματος. Σε άλλες κατηγορίες τα επίπεδα είναι χαμηλότερα συγκριτικά με την ομάδα 35-44 όπως στην διαμονή που οφείλεται ως ένα βαθμό και λόγω του περιορισμένου εισοδήματός τους.

Ηλικιωμένοι (55-64 και 65+): Σε γενικές γραμμές, παρατηρείται μια τάση μείωσης των δαπανών, με εξαιρέσεις (π.χ. η διαμονή στα 65+ είναι ελαφρώς υψηλότερη από τα 55-64) που μπορεί να αποδίδονται σε μεταβατικές καταναλωτικές προτιμήσεις καθώς μειώνεται η κινητικότητα ή οι μετακινήσεις. Η πτώση στις δαπάνες για ποτά/καφέ στα 65+ δείχνει πιθανόν διαφορετικές προτιμήσεις ή λιγότερη συχνή κοινωνική συναναστροφή σε συγκεκριμένα περιβάλλοντα.

Άξιο αναφοράς είναι επίσης το γεγονός ότι ορισμένες κατηγορίες (π.χ. Εισιτήρια, Ταξί, Οργανωμένο Πάρτι) παρουσιάζουν αρκετά ελλιπή δεδομένα για κάποιες ηλικιακές ομάδες κυρίως τις μεγαλύτερες των 65+ από το δείγμα που έχει συλλεχθεί, γεγονός που επιβάλλει την περαιτέρω ανάλυση και συμπλήρωση δεδομένων για πιο ολοκληρωμένη εικόνα των πολλαπλασιαστών που μπορούν να υπολογιστούν σε αυτές.

7 Συμπεράσματα

Η περίπτωση του Πατρινού Καρναβαλιού αποδεικνύει ότι οι πολιτιστικές εκδηλώσεις δεν είναι μόνο γεγονότα τουριστικού ενδιαφέροντος αλλά και στρατηγικά εργαλεία τοπικής ανάπτυξης. Το οικονομικό όφελος είναι υπαρκτό και μετρήσιμο, ενώ ταυτόχρονα διατηρείται η κοινωνική και πολιτιστική διάσταση, η οποία ενδυναμώνει την ταυτότητα της πόλης και ενισχύει τη συλλογική συμμετοχή. Η διατήρηση αυτής της ισορροπίας ανάμεσα στην αυθεντικότητα και την απόδοση, στην κοινότητα και την αγορά, αποτελεί βασική προϋπόθεση για τη βιωσιμότητα τέτοιων θεσμών. Το Πατρινό Καρναβάλι, ως ζωντανό και πολυεπίπεδο παράδειγμα, συνδυάζει την οικονομική ενίσχυση με την πολιτιστική έκφραση, και ακριβώς γι' αυτό πρέπει να προσεγγίζεται με ευαισθησία και μακροπρόθεσμο σχεδιασμό.

Ωστόσο, η επέκταση και εμπορευματοποίηση της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, όπως φεστιβάλ, καρναβάλια και δημόσιες εκδηλώσεις, συνοδεύεται από φαινόμενα υπερτουρισμού, συμφόρησης και κοινωνικού εκτοπισμού, ιδίως σε αστικά κέντρα με αυξημένη επισκεψιμότητα. Όπως σημειώνουν οι Bertocchi et al. (2020), Riganti και Nijkamp (2008) και Cocola-Gant (2018), οι πιέσεις που ασκούνται στο αστικό περιβάλλον λόγω τουριστικής υπερφόρτωσης μπορεί να οδηγήσουν σε υποβάθμιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων και σταδιακή αποσύνδεση τους από τις ίδιες τις εκδηλώσεις που κάποτε ανήκαν στον τοπικό πολιτισμό. Η αντίθεση αυτή καταγράφεται και στην περίπτωση του Καρναβαλιού της Βενετίας, το οποίο από λαϊκή συμμετοχική τελετουργία έχει μετασχηματιστεί σε μαζικό τουριστικό προϊόν.

Από την άλλη πλευρά, η κοινωνική διάσταση των πολιτιστικών εκδηλώσεων δεν μπορεί να αγνοηθεί. Μελέτες όπως των Snowball (2005), Baldin et al. (2024) και Scott-Hansen (2005) υπογραμμίζουν ότι η πολιτιστική πολιτική οφείλει να ισορροπεί μεταξύ οικονομικού οφέλους και πολιτιστικής ενδυνάμωσης. Ιδιαίτερα στην περίπτωση της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, όπως τα καρναβάλια, η αξία τους δεν εξαντλείται στο τουριστικό εισόδημα αλλά σχετίζεται με την ενίσχυση της τοπικής ταυτότητας, της υπερηφάνειας και της συλλογικής μνήμης.

Στην περίπτωση του Πατρινού Καρναβαλιού, η έρευνα κατέδειξε σαφώς τον διττό του χαρακτήρα: αφενός λειτουργεί ως μοχλός τοπικής οικονομικής κινητοποίησης και αφετέρου διατηρεί ισχυρό συμμετοχικό και κοινοτικό χαρακτήρα. Η κατανομή του δείγματος των επισκεπτών ανά ηλικία δείχνει σαφή υπεροχή της ομάδας 18–24 ετών (85 άτομα), με σημαντική παρουσία και στις ηλικίες 25–34 (57 άτομα) και 35–44 (30 άτομα). Ηλικιακές ομάδες άνω των 65 ετών υποεκπροσωπούνται, κάτι που υποδεικνύει τον νεανικό χαρακτήρα του θεσμού. Παράλληλα, η εισοδηματική κατανομή δείχνει ότι η πλειονότητα των επισκεπτών δήλωσε ετήσιο εισόδημα έως 1.500 ευρώ, επιβεβαιώνοντας τη συμμετοχή κυρίως φοιτητών και νέων εργαζομένων με περιορισμένη οικονομική δυνατότητα.

Η επιμέρους κατανομή των εξόδων δείχνει ότι οι βασικές κατηγορίες δαπανών είναι η εστίαση, η διαμονή, η συμμετοχή σε καρναβαλικά γκρουπ (στολές) και η διασκέδαση (πάρτι, εκδηλώσεις). Οι επισκέπτες ηλικίας 18–24 ξόδεψαν κατά μέσο όρο 58,15 ευρώ για φαγητό, 43,88 ευρώ για ποτά και καφέ, και 50,71 ευρώ για διαμονή. Στις ηλικίες 35–44 καταγράφονται υψηλότερες δαπάνες: 108,14 ευρώ για φαγητό, 64,88 ευρώ για ποτά και 57,90 ευρώ για διαμονή. Αντίστοιχα, η ομάδα 45–54 ετών είχε τη μεγαλύτερη συνολική δαπάνη, με 110,69 ευρώ για φαγητό και 117,77 ευρώ για διαμονή, αποτυπώνοντας το υψηλότερο καταναλωτικό προφίλ. Συνολικά, η μέση ατομική δαπάνη όλων των ηλικιακών ομάδων υπολογίζεται περίπου στα 260–300 ευρώ.

8 Περιορισμοί της έρευνας & Περαιτέρω διερεύνηση

Για την πληρέστερη αποτύπωση της οικονομικής επίδρασης του Πατρινού Καρναβαλιού στην τοπική οικονομία, απαιτείται περαιτέρω έρευνα, επικεντρωμένη σε περισσότερες ποιοτικές και ποσοτικές μεταβλητές. Η παρούσα φάση της μελέτης εστίασε στις δηλωμένες δαπάνες των επισκεπτών και στην εισοδηματική τους κατανομή, παρέχοντας μια πρώτη εικόνα του καταναλωτικού προφίλ των συμμετεχόντων. Ωστόσο, για την ολοκληρωμένη εκτίμηση του οικονομικού πολλαπλασιαστή, απαιτείται η συλλογή δεδομένων που σχετίζονται με τη ροή των χρημάτων εντός της τοπικής αγοράς, την κατανομή των εξόδων σε τοπικές και εξωτοπικές επιχειρήσεις, καθώς και την εσωτερική κυκλοφορία εισοδήματος μεταξύ των διαφόρων οικονομικών φορέων της πόλης.

Η επόμενη φάση της έρευνας θα πρέπει να περιλαμβάνει ερωτηματολόγια προς επιχειρήσεις, ώστε να εκτιμηθεί με ακρίβεια το ποσοστό των προμηθειών και των υπηρεσιών που αγοράζονται εντός της τοπικής αγοράς. Επίσης, η ανάλυση της σχέσης μεταξύ κύκλου εργασιών και δαπανών σε τοπικούς προμηθευτές θα επιτρέψει την αποτίμηση του συντελεστή τοπικής επανακυκλοφορίας (local re-spending rate), ο οποίος είναι απαραίτητος για τον υπολογισμό του συνολικού οικονομικού πολλαπλασιαστή. Παράλληλα, συνιστάται η εφαρμογή οικονομετρικών μοντέλων εισροών-εκροών (input-output models), προσαρμοσμένων στην τοπική οικονομία, ώστε να αποδοθούν πιο αξιόπιστα οι έμμεσες και επαγόμενες επιδράσεις των άμεσων τουριστικών δαπανών.

Όπως κάθε μελέτη, έτσι και η παρούσα, έχει ορισμένους περιορισμούς οι οποίοι είναι ανεξάρτητοι από τη βούληση και την ένταση της προσπάθειας που καταβλήθηκε από την ομάδα εργασίας. Οι περιορισμοί αυτοί, σχετίζονται με:

- Αδυναμία προσδιορισμού του μέρους τους τζίρου των επιχειρήσεων που προκαλείται λόγω του ΠΚ.
- Μη ακριβή στοιχεία από διελεύσεις μέσω των διοδίων και γέφυρας ως προς τον τόπο προορισμού
- Στις δαπάνες του Δ.Π. για την υλοποίηση του ΠΚ

Τέλος, η μέτρηση της κατανομής των δαπανών σε τοπικές ή μη τοπικές επιχειρήσεις βασίστηκε σε εκτιμήσεις και δηλώσεις των επισκεπτών, χωρίς δυνατότητα επιβεβαίωσης. Αν και αυτές οι εκτιμήσεις είναι χρήσιμες ως ένδειξη, δεν υποκαθιστούν τη λεπτομερή καταγραφή πραγματικών συναλλαγών. Για τη μελλοντική εμβάθυνση της έρευνας, κρίνεται αναγκαία η συνεργασία με επαγγελματικούς συλλόγους, επιμελητήρια και φορείς της αγοράς, ώστε να αντληθούν στοιχεία πραγματικών εσόδων και εμπορικών ροών κατά την καρναβαλική περίοδο.

Παρά τους περιορισμούς της, η παρούσα μελέτη προσφέρει μια σαφή βάση για την ποσοτική προσέγγιση της συμβολής του Πατρινού Καρναβαλιού στην τοπική οικονομία. Η συνέχιση της έρευνας, σε συνδυασμό με βελτιωμένα εργαλεία και διευρυμένο δείγμα, μπορεί να οδηγήσει σε μια ολοκληρωμένη αποτύπωση των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων και να ενισχύσει τον στρατηγικό σχεδιασμό για την αξιοποίηση του θεσμού προς όφελος της περιοχής.

9 Βιβλιογραφία

- ❖ Andersson TD, Armbrrecht J and Lundberg E (2012) *Estimating use and non-use values of a music festival. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 12(3): 215–231.
- ❖ Andres L and Gré'sillon B (2013) *Cultural brownfields in European cities: a new mainstream object for cultural and urban policies. International Journal of Cultural Policy* 19(1): 40–62.
- ❖ Archer B.H., 1973. *The impact of domestic tourism. Bangor, the University of Wales Press.*
- ❖ Bagwell S., 2008. *Creative clusters and city growth. Creative Industries Journal.* 1 (1) p. 31-46.
- ❖ Arnegger, J., & Herz, M. (2016). *Economic and destination image impacts of mega-events in emerging tourist destinations. Journal of destination marketing & management*, 5(2), 76-85.
- ❖ Baldin, Andrea, Dario Bertocchi, and Nicola Camatti. "Crowding-in and (temporary) crowding-out in Venice. The effect of cultural events on residents." *Tourism Economics* (2024): 13548166241233773. <https://doi.org/10.1080/13548166241233773>
- ❖ Bertocchi D, Camatti N, Giove S, et al. (2020) *Venice and overtourism: simulating sustainable development scenarios through a tourism carrying capacity model. Sustainability* 12(2): 512.
- ❖ Bertocchi D, Camatti N and van der Borg J (2021) *Tourism peaks on the three peaks. Using big data to monitor where, when and how many visitors impact the dolomites UNESCO world heritage site. Rivista Geo- grafica Italiana* 3: 59–81.
- ❖ Bertrand G (2020) *Venice carnival from the middle ages to the twenty-first century: a political ritual turned "consumer rite". Journal of Festive Studies* 2(1): 77–104.
- ❖ Bille T and Storm HN (2021) *Local development policy: do new culture houses have an impact on migration? The case of Norway. European Planning Studies* 29(8): 1556–1577.
- ❖ Bille T and Schulze GG (2006) *Culture in urban and regional development. Handbook of the Economics of Art and Culture* 1: 1051–1099.
- ❖ Bracalente B, Chirieleison C, Cossignani M, et al. (2011) *The economic impact of cultural events: the Umbria Jazz music festival. Tourism Economics* 17(6): 1235–1255.
- ❖ Burgan B. & Mules T.L., 1992. *Economic impact of sporting events. Annals of Tourism Research* (19) p. 700-710.
- ❖ Cocola-Gant A (2018) *Tourism gentrification. In: Handbook of Gentrification Studies. Cheltenham: Edward Elgar Publishing*, 281–293.
- ❖ Deery, M., & Jago, L. (2010). *Social impacts of events and the role of anti-social behaviour. International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), 8-28.
- ❖ Dwyer L., Forsyth P. & Spurr R. (2005) *Estimating the impacts of special events on an economy. Journal of Travel Research*, Vol. 43, May 2005, 351-359
- ❖ Esu, B. B., Arrey, V. M. E., Basil, G., & Eyo, E. E. (2011). *Analysis of the economic impacts of cultural festivals: the case of Calabar Carnival in Nigeria. Tourismos*, 6(2).
- ❖ Greffe X., 1990. *La valeur économique du Patrimoine. La demande et l'offre de monuments. Paris, France.*
- ❖ Fleischer, A., and Freeman, D. (1997), 'Multiregional input–output analysis', *Annals of Tourism Research*, Vol 24, No 4, pp 998–1001.
- ❖ Frechtling, D.C., and Horváth, E. (1999), 'Estimating the multiplier effects of tourism expenditures on a local economy through a regional input–output model', *Journal of Travel Research*, Vol 37, pp 324–332.
- ❖ Hall, C. M. (1989). *The definition and analysis of hallmark tourist events. GeoJournal*, 19, 263-268.
- ❖ Heidenreich M and Plaza B (2015) *Renewal through culture? The role of museums in the renewal of industrial regions in Europe. European Planning Studies* 23(8): 1441–1455.
- ❖ Heilbrun J. & Gray M., 1997. *The Economics of Art and Culture. An American Perspective. Cambridge United Kingdom.*
- ❖ Henningsen E, Haˆkonsen L and Løyland K (2017) *From institutions to events–structural change in Norwegian local cultural policy. International Journal of Cultural Policy* 23(3): 352–371.
- ❖ Herrero L.C., Sanz J.A., Bedate A.M., Devesa M. and del Barrio M.J., 2006 *The economics impact of cultural events, a case-study of Salamanca 2002, European Capital of Culture.*

- ❖ Hotchkiss J.L., Moore R.E. & Zobay S.M., 2003. *Impact of the 1996 Summer Olympic Games on Employment and Wages in Georgia*. *Southern Economic Journal*, 69 (3) p. 691-704.
- ❖ Isard, W., Azis, I.J., Drennan, M.P., Miller, R.E., Saltzman, S., and Thorbecke, E. (1998), *Methods of Interregional and Regional Analysis*, Ashgate, Aldershot.
- ❖ Jones C., 2001. *Mega-events and Host-Region Impacts: Determining the true impact of the true*
- ❖ *Worth of the 1999 Rugby World Cup*. *The international Journal of Tourism Research*, 3 (3)
- ❖ p. 241-251.
- ❖ Liu J. and Var T., 1982. *Differential multipliers for the accommodation sector*. *Tourism Management*, September, 177-187.
- ❖ Miles M (2005) *Interruptions: testing the rhetoric of culturally led urban development*. *Urban Studies* 42(5-6): 889–911.
- ❖ Novy, J., & Colomb, C. (Eds.). (2017). *Protest and resistance in the tourist city*. London: Routledge.
- ❖ O'Hagan JW (1992) *The Wexford Opera Festival: a case for public funding?* *Cultural Economics*. Berlin: Springer Berlin Heidelberg, 61–66.
- ❖ Olsen CS (2013) *Re-thinking festivals: a comparative study of the integration/marginalization of arts festivals in the urban regimes of Manchester, Copenhagen and Vienna*. *International Journal of Cultural Policy* 19(4): 481–500.
- ❖ Pappa, E., Didaskalou, E., Kontogeorgis, G., & Filos, I. (2022). *STRATEGIC MANAGEMENT OF TOURISM SUSTAINABILITY THROUGH THE GREEK STAKEHOLDERS' PERSPECTIVE ON THE IMPACTS OF EVENTS: THE CASE OF PATRAS' CARNIVAL, GREECE*. *Sustainable Tourism X*, 256, 85-95.
- ❖ Payeras, M. and Sastre, F. (1994) 'El multiplicador turístico: su aplicación a la economía balear', *Papers de Turisme* 6 (16): 17–29.
- ❖ Quinn B, Colombo A, Lindström K, et al. (2021) *Festivals, public space and cultural inclusion: public policy insights*. *Journal of Sustainable Tourism* 29(11–12): 1875–1893.
- ❖ Rickman, D. and Schwer, R.K. (1995) *A comparison of the multipliers of IMPLAN, REMI, and RIMS II: Benchmarking ready-made models for comparison*. *The Annals of Regional Science* 29, 363–74.
- ❖ Richards, G., & Palmer, R. (2010). *Why cities need to be eventful*. In *Eventful cities: Cultural management and urban revitalisation* (pp. 1-37). Elsevier.
- ❖ Ritchie, J. R. (1984). *Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues*. *Journal of travel research*, 23(1), 2-11.
- ❖ Riganti P and Nijkamp P (2008) *Congestion in popular tourist areas: a multi-attribute experimental choice analysis of willingness-to-wait in Amsterdam*. *Tourism Economics* 14(1): 25–44.
- ❖ Rodríguez, B., García, M., & Martínez, J. (2022). *Measuring risks and vulnerability of tourism to the COVID-19 crisis in the context of extreme uncertainty: The case of the Balearic Islands*. *Tourism Management Perspectives*, 45(3), 101045.
- ❖ Skot-Hansen D (2005) *Why Urban Cultural Policies?* Eurocult21. Helsinki: Integrated Report.
- ❖ Smith MK and Robinson M (eds) (2006) *Cultural tourism in a changing world: Politics, participation and (re) presentation*. Bristol: Channel view publications, Vol. 7.
- ❖ Snowball JD (2005) *Art for the masses? Justification for the public support of the arts in developing countries— two arts festivals in South Africa*. *Journal of Cultural Economics* 29: 107–125.
- ❖ Schunk, D. L., & Teel, S. J. (2002). *The Economic Impact of The Arts in South Carolina*. *Business & Economic Review*, 48(4).
- ❖ Wallace J, Honey J and Smith S (2005) *The economic impact of the Southern Festival of books*. *Business Perspectives* 17(3): 16.
- ❖ Wouters, M. (2022). *Reinventing Bilbao, the story of the Bilbao Effect*. In *Innovating Strategies and Solutions for Urban Performance and Regeneration* (pp. 37-48). Cham: Springer International Publishing.