



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS



Από το 1836

Έρευνα στις τοπικές επιχειρήσεις που έχουν άμεσα οφέλη από το Πατρινό Καρναβάλι 2025

Μάιος 2025

Περιεχόμενα

1	Εισαγωγή	3
2	Ταυτότητα της έρευνας & Μεθοδολογία.....	4
2.1	Ταυτότητα της έρευνας.....	4
2.2	Μεθοδολογία	4
3	Χαρακτηριστικά τοπικών επιχειρήσεων	5
4	Εποχιακή Τοπική Επιχειρηματικότητα και Πατρινό Καρναβάλι	6
4.1	Σύνδεση των τοπικών επιχειρήσεων με το Πατρινό Καρναβάλι	6
4.2	Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας εν όψει του Πατρινού Καρναβαλιού.....	8
4.3	Τομείς που ωφελούνται από την εποχική επιχειρηματικότητα των τοπικών επιχειρήσεων.....	9
5	Εκτιμήσεις των τοπικών επιχειρηματιών για βασικές οικονομικές διαστάσεις του ΠΚ 2025.....	11
5.1	Εκτίμηση για την προσέλευση επισκεπτών/τριών στο ΠΚ 2025	11
5.2	Αγοραστική κίνηση στο ΠΚ 2025.....	12
5.3	Εκτίμηση επί της μεταβολής των πωλήσεων στο ΠΚ 2025.....	13
5.3.1	Προέλευση Αύξησης των Πωλήσεων στο ΠΚ 2025	14
5.4	Διαμόρφωση τιμών/προϊόντων στο ΠΚ 2025	15
6	Οικονομικά & Κοινωνικά Οφέλη από το ΠΚ και Αλληλένδετα Προβλήματα	16
6.1	Οικονομικά & κοινωνικά οφέλη του ΠΚ.....	16
6.2	Αλληλένδετα προβλήματα του ΠΚ για την πόλη και τις επιχειρήσεις.....	18
6.3	Συνολική ικανοποίηση από Πατρινό Καρναβάλι 2025	20
7	Συμπεράσματα	21

1 Εισαγωγή

Το Επιμελητήριο Αχαΐας σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Πατρών προωθεί τη διεξαγωγή τεσσάρων ερευνών που αποσκοπούν στην αποτύπωση του οικονομικού αντίκτυπου του Πατρινού Καρναβαλιού το 2025. Οι έρευνες διεξήχθησαν από ομάδες ερευνητών τη χρονική περίοδο Μαρτίου-Απριλίου 2025. Οι διαδικασίες διεξαγωγής των ερευνών περιλάμβαναν:

- Έρευνα σε δείγμα δημοτών της ευρύτερης περιοχής της Πάτρας (συμμετέχοντες/ουσες και μη στο Πατρινό Καρναβάλι)
- Έρευνα σε δείγμα επισκεπτών/τριών του Πατρινού Καρναβαλιού κατά το τελευταίο τριήμερο
- Έρευνα σε δείγμα τοπικών επιχειρήσεων που έχουν άμεσα οφέλη κατά την περίοδο του Καρναβαλιού και
- Έρευνα σε δείγμα αρχηγών γκρουπ του Πατρινού Καρναβαλιού.

Το Επιμελητήριο Αχαΐας και το Πανεπιστήμιο Πατρών στηρίχτηκαν στη συμμετοχή των πολιτών για την εύρυθμη και αποτελεσματική ολοκλήρωση των ερευνών, τα αποτελέσματα των οποίων ευελπιστούμε να τροφοδοτήσουν με σημαντικά στοιχεία την τοπική και ευρύτερη κοινωνία. Οι έρευνες διεξήχθησαν ανώνυμα και τα δεδομένα χρησιμοποιήθηκαν αποκλειστικά για τις ανάγκες της παρούσας κατάστασης.

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

2 Ταυτότητα της έρευνας & Μεθοδολογία

2.1 Ταυτότητα της έρευνας

ΣΚΟΠΟΣ: Η καταγραφή των απόψεων των τοπικών επιχειρηματιών για το Πατρινό Καρναβάλι 2025.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ: Δείγμα 62 τοπικών επιχειρήσεων που έχουν άμεσα οφέλη από το Πατρινό Καρναβάλι 2025.

ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ: Αναλογική Τυχαία δειγματοληψία, βάση της κατανομής του είδους των επιχειρήσεων που έχουν άμεσα οφέλη από το ΠΚ στην περιοχή της Πάτρας.

ΧΡΟΝΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ: 11/03- 18/03/2025

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ: Η συλλογή των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε μέσω τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI (Computer Aided Telephonic Interviewing) σε τοπικές επιχειρήσεις της Πάτρας μέσω δομημένου ερωτηματολογίου.

Σημείωση: Για λόγους συγκρίσεων παρουσιάζονται ευρήματα από τις Έρευνες επισκεπτών του ΠΚ για τα έτη 2012, 2011 και 2009 που είχε πραγματοποιήσει η DATA RC για λογαριασμό της ΚΔΕΠΑΚ & ΔΕΠΑΠ (Φορέων-προκατόχων της σημερινής ΚΕΔΗΠ- Καρναβάλι Πάτρας).

2.2 Μεθοδολογία

Για τις ερωτήσεις κλειστού τύπου με μορφή πολλαπλής επιλογής, οι οποίες αντιστοιχούν σε ονομαστική κλίμακα μέτρησης, παρουσιάζονται οι σχετικές συχνότητες (ποσοστά) των επιμέρους απαντήσεων, ώστε να αναδειχθεί η κατανομή των προτιμήσεων των συμμετεχόντων/ουσών. Στις περιπτώσεις κλειστών ερωτήσεων με δυνατότητα πολλαπλών απαντήσεων, καταγράφεται η σχετική συχνότητα (ποσοστό) επιλογής κάθε απάντησης επί του συνολικού δείγματος, γεγονός που ενδέχεται να οδηγήσει σε αθροιστικό ποσοστό μεγαλύτερο του 100%, δεδομένου ότι οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα να επιλέξουν περισσότερες από μία απαντήσεις. Για τις ανοικτού τύπου ερωτήσεις, η μεθοδολογία περιλάμβανε την ανεξάρτητη κωδικοποίηση των απαντήσεων από δύο ερευνητές, οι οποίοι αρχικά εντόπισαν τις βασικές κατηγορίες. Στη συνέχεια, συγκρίθηκαν και συζήτησαν τα αποτελέσματά τους, συμφωνώντας στις κοινές κατηγορίες αλλά και στη συχνότητα εμφάνισης κάθε θέματος. Η διαδικασία αυτή διασφάλισε την αξιοπιστία και την εγκυρότητα των καταγεγραμμένων κατηγοριών.

Για τις κλειστού τύπου ερωτήσεις που αντιστοιχούν σε διατακτική κλίμακα επτά ή περισσότερων σημείων (π.χ., κλίμακες τύπου Likert), παρουσιάζονται βασικά περιγραφικά μέτρα όπως η Μέση Τιμή (Μ.Τ.) και η Τυπική Απόκλιση (Τ.Α.), ώστε να αποτυπωθεί η τάση και η διασπορά των απαντήσεων.

3 Χαρακτηριστικά τοπικών επιχειρήσεων

Από την ερώτηση: «Αντικείμενο δραστηριότητας:»

Από συλλογή τοπικών επιχειρήσεων που έχουν άμεσα οφέλη από το ΠΚ, συλλέχθηκε προκαθορισμένο δείγμα με βάση την αναλογία των επιχειρήσεων της πόλης, από όπου προέκυψε και ο Πίνακας 1 της αναφοράς. Αρχικά μπορεί να παρατηρηθεί ότι ο κλάδος της εστίασης (εστιατόρια και καφετέριες) κατέχει τη σημαντικότερη θέση με 24,2% έκαστος, ακολουθούμενος από τα ξενοδοχεία (16,1%). Η υπόλοιπη οικονομική δραστηριότητα κατανέμεται σε εξειδικευμένους ή λιγότερο διαδεδομένους τομείς, όπως ζαχαροπλαστεία-φούρνοι (4,8%), υπηρεσίες φωτογραφίας και ηχητικών εγκαταστάσεων (6,5% έκαστος), καθώς και εμπόριο ειδών δώρων, μεταφορές και δρώμενα (1,6%-3,2%). Τέλος σημαντική είναι και η παρουσία επιχειρήσεων υφαντικών και κατασκευής/ενοικίασης στολών (4,8% έκαστος).

Τοπικές επιχειρήσεις - Κλάδος	N	%
Εστιατόριο	15	24,2
Καφετέρια	15	24,2
Ξενοδοχείο	10	16,1
Ζαχαροπλαστείο- Φούρνος	3	4,8
Κατασκευή, Ενοικίαση, Πώληση στολών	3	4,8
Φωτογραφείο, ψηφιακές εκτυπώσεις	4	6,5
Ηχητικές εγκαταστάσεις	4	6,5
Εμπόριο είδη δώρων, εποχιακά είδη	2	3,2
Μεταφορές	2	3,2
Δρώμενα -Παραστάσεις-Κατασκευές	1	1,6
Υφάσματα	3	4,8
ΣΥΝΟΛΟ	62	100

Πίνακας 1. Κλάδος δραστηριότητας τοπικών επιχειρήσεων του δείγματος

Από την ερώτηση: «Αριθμός εργαζομένων:»

Από την ανάλυση του αριθμού εργαζομένων στις τοπικές επιχειρήσεις, διακρίνεται ότι η πλειονότητα (40,3%) ανήκει στην κατηγορία «Από 4 έως 10» εργαζόμενους, ακολουθούμενη στενά από τις επιχειρήσεις με «Έως 3» εργαζόμενους (35,5%). Οι μεγαλύτερες μονάδες («Από 11 έως 15» και «Πάνω από 16») αποτελούν μικρότερο ποσοστό (8,1% και 9,7% αντίστοιχα), ενώ το 6,5% δεν προσδιορίζεται («ΔΑ»). Η κατανομή αυτή υπογραμμίζει πως η Καρναβαλική Πάτρα στηρίζεται κυρίως σε μικρές έως και πολύ μικρές επιχειρήσεις, με έμφαση στη δυνατότητα περιορισμένης απασχόλησης, πιθανώς λόγω του ειδικού χαρακτήρα των δραστηριοτήτων τους.

Αριθμός Εργαζόμενων Τοπικών Επιχειρήσεων	N	%
Έως 3	22	35,5
Από 4 έως 10	25	40,3
Από 11 έως 15	5	8,1
Πάνω από 16	6	9,7
ΔΑ	4	6,5
ΣΥΝΟΛΟ	62	100

Πίνακας 2. Αριθμός Εργαζόμενων Τοπικών Επιχειρήσεων

4 Εποχιακή Τοπική Επιχειρηματικότητα και Πατρινό Καρναβάλι

4.1 Σύνδεση των τοπικών επιχειρήσεων με το Πατρινό Καρναβάλι

Από τις ερωτήσεις: «Ποια προϊόντα ή υπηρεσίες διαθέτετε – παράγετε που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με το Καρναβάλι;» & «Ποιο ποσοστό του συνολικού σας Π/Υ καλύπτουν, όσον αφορά το κόστος;»

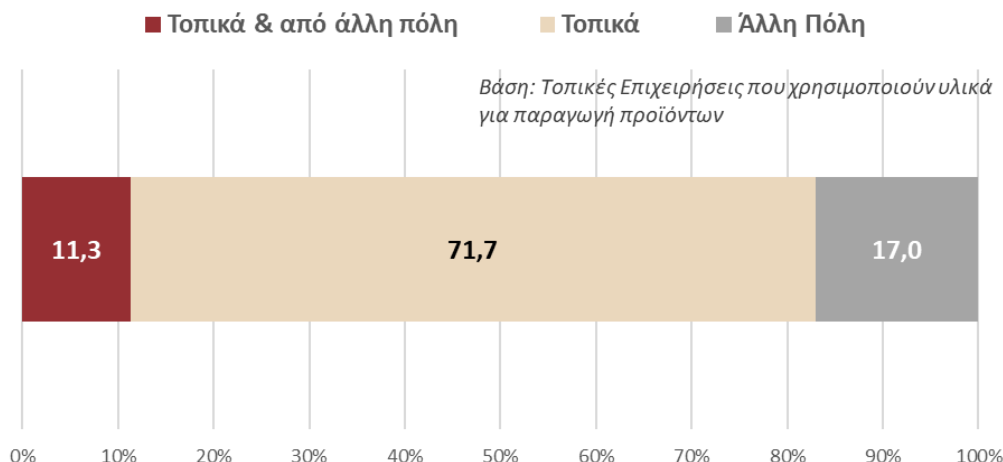
Από την ανάλυση των απαντήσεων σχετικά με τα προϊόντα/υπηρεσίες (Π/Υ) που συνδέονται με το Καρναβάλι, διαπιστώνεται ότι ο κλάδος «Υπηρεσίες Εστίασης – Καφετέριας-Μπαρ» καταλαμβάνει την πρώτη θέση σε συχνότητα απαντήσεων (54,8%), αλλά καλύπτει μόνο το 14,3% του κόστους, γεγονός που υποδηλώνει περιορισμένη οικονομική επίδραση. Αντίθετα, η «Ενοικίαση/Πώληση στολών και καρναβαλικών προϊόντων», αν και αναφέρθηκε στο ίδιο ποσοστό (8,1%) με την «Παραγωγή καρναβαλικών προϊόντων», καλύπτει σημαντικότερο μέρος του κόστους (22,5%), υπογραμμίζοντας τη σχετική οικονομική σπουδαιότητα αυτών των δραστηριοτήτων για τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις που ως ένα βαθμό οφείλονται στη διαφορά των εξόδων που έχουν, μιας και διαφορετικά κόστη θα έχει μια καφετέρια για παράδειγμα με μια επιχείρηση παραγωγής στολών που έχει πιο πολλά και πιο δαπανηρά προϊόντα, όπως υφάσματα αξεσουάρ, εξειδικευμένη εργασία κ.λπ.

Παράλληλα, το «Άλλο» (32,3%) που αναφέρεται συνήθως σε υπηρεσίες καταλύματος και φωτογραφεία αποτελεί σημαντική κατηγορία απαντήσεων, αλλά με χαμηλό ποσοστό κάλυψης κόστους (9,4%), πιθανόν λόγω ετερογενών ή δευτερευόντων υπηρεσιών. Σημαντική είναι η απουσία δραστηριοτήτων σε τομείς, όπως η διοργάνωση χορών, ο στολισμός χώρων ή η δημιουργία εντύπων, γεγονός που δείχνει περιορισμένη ποικιλία στην προσφορά καρναβαλικών υπηρεσιών, κάτι που επιβεβαιώνεται και από προηγούμενες σχετικές έρευνες που όλες αυτές οι δραστηριότητες απασχολούσαν μικρό ποσοστό, ιδιαίτερα στο έντυπο υλικό που ως ένα βαθμό οφείλεται και στην ανάπτυξη των social media. Συνολικά, η οικονομική δραστηριότητα σχετίζεται κυρίως με κατανάλωση (εστίαση) και προϊόντα/υπηρεσίες άμεσα συνδεδεμένες με τον εξοπλισμό (στολές, ηχητικές εγκαταστάσεις), με περιορισμένη ανάπτυξη σε άλλους τομείς παρά τη λαϊκή φύση του Καρναβαλιού.

Τομέας Δραστηριοποίησης	% (απαντήσεις=68)	Ποσοστό Π/Υ
Παραγωγή καρναβαλικών προϊόντων (στολές, καπέλα, μάσκες κ.α.)	8,1	12%
Ενοικίαση/Πώληση στολών και καρναβαλικών προϊόντων	8,1	22,5%
Ηχητική κάλυψη καρναβαλικών εκδηλώσεων (ιδιωτικών και του δήμου)	3,2	7,5%
Υπηρεσίες Εστίασης – Καφετέριες- Μπαρ	54,8	14,3%
Άλλος (Ξενοδοχείο, Φωτογραφείο κ.α.)	32,3	9,4%

Πίνακας 3. Τομέας Δραστηριοποίησης

Από την ερώτηση: «Από πού προμηθεύεστε τα υλικά-πρώτες ύλες;»



Γράφημα 1. Προέλευση προμηθευτών

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει και η ανάλυση των πηγών προμήθειας υλικών-πρώτων υλών για τις τοπικές επιχειρήσεις, όπου διαπιστώνεται μια ενδιαφέρουσα μεταβολή μεταξύ των ετών 2025 και 2012. Στο 2025, η συντριπτική πλειονότητα των επιχειρήσεων (71,7%) προμηθεύεται αποκλειστικά από τοπικές πηγές, ένα ποσοστό που έχει αυξηθεί σημαντικά σε σύγκριση με το 2012 (61,5%). Παράλληλα, παρατηρείται δραστική μείωση των επιχειρήσεων που συνδύαζαν τοπικές πηγές με προμήθειες από άλλες πόλεις (από 38,5% το 2012 σε 11,3% το 2025), πιθανώς λόγω περισσότερης προσοχής στη βιωσιμότητα, στη μείωση κόστους ή στη διαθεσιμότητα τοπικών πόρων.

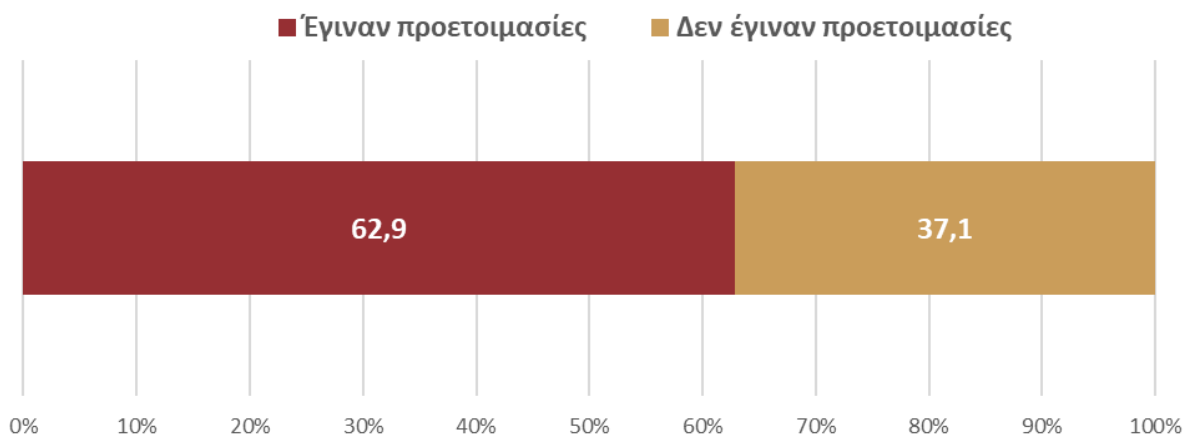
Το 17% των επιχειρήσεων το 2025 αναφέρει προμήθειες αποκλειστικά από άλλες πόλεις, έναν τομέα που δεν εμφανιζόταν (ή ήταν αμελητέος) το 2012. Αυτό μπορεί να υποδηλώνει εξειδίκευση σε υλικά που δεν παράγονται τοπικά ή ευρύτερες δυνατότητες σύνδεσης με εξωτερικούς προμηθευτές. Συνολικά, η προτίμηση στην τοπική προμήθεια κυριαρχεί, ενισχύοντας την αυτονομία και την αξιοποίηση του τοπικού παραγωγικού δικτύου. Ωστόσο η παρουσία εξωτερικών προμηθειών υπογραμμίζει την ανάγκη για συμπληρωματικές λύσεις σε ειδικούς τομείς.

Βάση: Τοπικές Επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν υλικά για παραγωγή προϊόντων	2025	2012
Τοπικά & από άλλη πόλη	11,3	38,5
Τοπικά	71,7	61,5
Άλλη Πόλη	17,0	-

Πίνακας 4. Προέλευση προμηθευτών

4.2 Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας εν όψει του Πατρινού Καρναβαλιού

Από την ερώτηση: «Είχατε κάνει κάποια προετοιμασία ή άλλη ενέργεια για το Καρναβάλι;»



Γράφημα 2. Προετοιμασία Επιχειρήσεων για το ΠΚ

Από το 2009 έως το 2025 παρατηρείται σταθερή μείωση στο ποσοστό των επιχειρήσεων που δηλώνουν ότι προετοιμάζονται για το Καρναβάλι (από 76,6% σε 62,9%). Αυτό υποδηλώνει είτε μειωμένο ενδιαφέρον είτε αδυναμία προσαρμογής στις ευκαιρίες που δημιουργεί το γεγονός. Το ποσοστό των επιχειρήσεων που δεν κάνουν κάποια προετοιμασία αυξάνεται (από 23,4% το 2009 σε 37,1% το 2025), γεγονός που μπορεί να οφείλεται σε:

- Έλλειψη πληροφόρησης ή στρατηγικού σχεδιασμού.
- Αβεβαιότητα σχετικά με τα οφέλη της συμμετοχής.
- Οικονομικές δυσκολίες ή περιορισμούς.

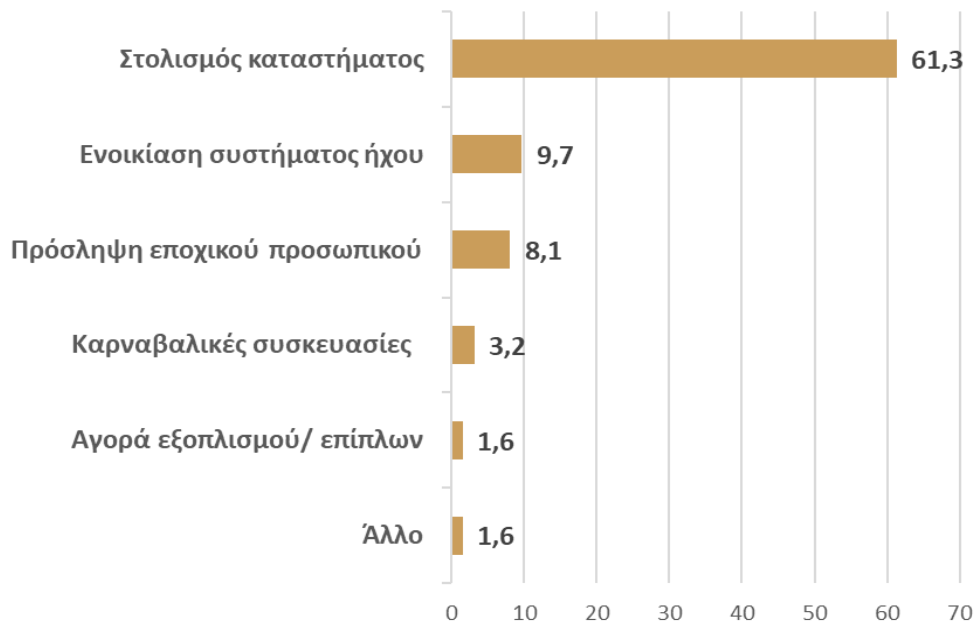
Το γεγονός αυτό θέτει ζητήματα για την ανάγκη ενίσχυσης της επιχειρηματικής κουλτούρας γύρω από το Καρναβάλι και την αξιοποίηση της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας, όπως καμπάνιες ενημέρωσης και επιμόρφωσης.

	2025	2012	2009
Έγιναν προετοιμασίες	62,9	68,0	76,6
Δεν έγιναν προετοιμασίες	37,1	32,0	23,4

Πίνακας 5

4.3 Τομείς που ωφελούνται από την εποχική επιχειρηματικότητα των τοπικών επιχειρήσεων

Από την ερώτηση: «Τι είδους προετοιμασία ή ενέργειες πραγματοποιήσατε; [ΠΟΛΛΑΠΛΗ]»



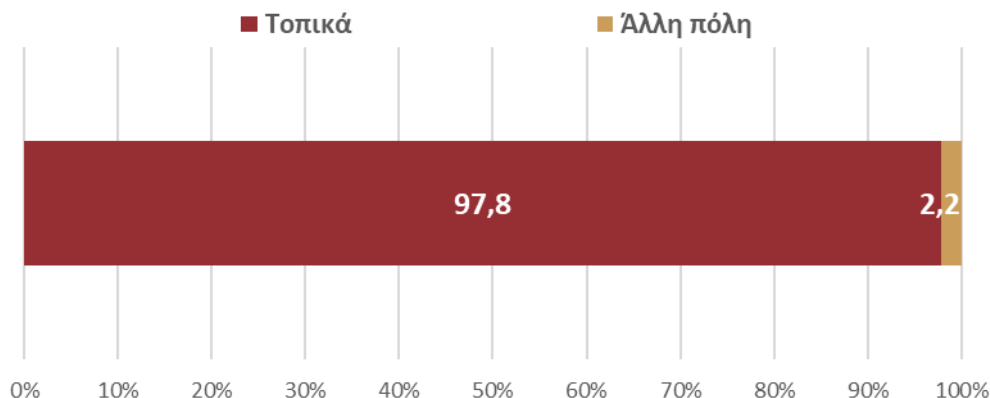
Γράφημα 3. Ενέργειες προετοιμασίας για το ΠΚ από τις επιχειρήσεις

Από την ανάλυση των ενεργειών προετοιμασίας των τοπικών επιχειρήσεων για την εποχική επιχειρηματικότητα (π.χ., Καρναβάλι), διαπιστώνονται σημαντικές μεταβολές ανά τα έτη 2025, 2012 και 2009. Ο στολισμός καταστημάτων, αν και παραμένει η πιο διαδεδομένη πρακτική, παρουσιάζει δραματική μείωση: το 61,3% του 2025 δε συγκρίνεται καθόλου σχέση με το 97,1% του 2012, πιθανώς λόγω έμφασης σε ψηφιακές στρατηγικές ή μείωσης του κόστους ή και γενικότερης απαξίωσης του θεσμού. Παράλληλα, η πρόσληψη εποχικού προσωπικού μειώνεται σταθερά (8,1% το 2025 από 37,8% το 2009), πράγμα που μπορεί να οφείλεται τόσο σε αυτοματοποίηση ή ευελιξία μόνιμων εργαζομένων ή και μειωμένης ζήτησης γιατί η μείωση είναι αρκετά σημαντική. Η αγορά εξοπλισμού/επίπλων περιορίζεται σημαντικά (από 11,8% το 2012 σε 1,6% το 2025), ενώ αναδεικνύεται νέα τάση με την ενοικίαση συστημάτων ήχου (9,7% το 2025), πιθανώς για κάλυψη ζήτησης σε εκδηλώσεις. Οι καρναβαλικές συσκευασίες και οι λοιπές ενέργειες (υπό την κατηγορία «Άλλο») διατηρούν χαμηλά ποσοστά (1,6%-3,2% το 2025), γεγονός που υποδηλώνει περιορισμένη ανάπτυξη σε δευτερεύουσες υπηρεσίες. Συνολικά, οι επιχειρήσεις φαίνεται να εστιάζουν σε λιγότερες αλλά στρατηγικά σημαντικές ενέργειες, με έμφαση σε βιώσιμες πρακτικές (π.χ., τοπικές προμήθειες) και τεχνολογικές λύσεις, ενώ μειώνουν τη χρηματοδότηση δαπανηρών ή χρονοβόρων δραστηριοτήτων. Αυτή η μετατόπιση αντανακλά προσαρμογή στις αλλαγές της αγοράς και στις ανάγκες για αποδοτικότητα, με περιορισμένη ανάπτυξη νέων τομέων παρά τη δυναμική του Καρναβαλιού.

	2025	ΠΟΛΛΑΠΛΗ	
		2012	2009
Στολισμός καταστήματος	61,3	97,1	83,8
Καρναβαλικές συσκευασίες	3,2	5,9	
Πρόσληψη εποχικού προσωπικού	8,1	23,5	37,8
Αγορά εξοπλισμού/ επίπλων	1,6	11,8	2,7
Ενοικίαση συστήματος ήχου	9,7	-	-
Άλλο	1,6	8,8	2,7

Πίνακας 6. Ενέργειες προετοιμασίας για το ΠΚ από τις επιχειρήσεις

Από την ερώτηση: «Από πού προμηθεύεστε τα υλικά-πρώτες ύλες για προετοιμασίες – ενέργειες;»



Γράφημα 4. Προμήθεια υλικών-πρώτες ύλες για προετοιμασίες των επιχειρήσεων

Άλλη μια ενδιαφέρουσα παρατήρηση είναι η επικράτηση της τοπικής προμήθειας το 2025 που αντανakλά μια σταθεροποιημένη στρατηγική που ενισχύοντας την αυτονομία και την ανθεκτικότητα των επιχειρήσεων, με παράλληλη ελάχιστη εξάρτηση από εξωτερικές πηγές. Αυτή η πορεία ευθυγραμμίζεται με τις προηγούμενες τάσεις μείωσης δαπανηρών ενεργειών (π.χ., αγορά εξοπλισμού) και την προτίμηση σε αποδοτικές, βιώσιμες λύσεις, υπογραμμίζοντας μια ολιστική προσέγγιση προσαρμογής στις δυναμικές της αγοράς και αυτό γιατί το 2025, σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις (97,8%) προμηθεύονται αποκλειστικά τοπικά, ένα ποσοστό που αντιστοιχεί σε αύξηση 22,8 μονάδων σε σύγκριση με το 2012 (75,0%) και 4,7 μονάδων σε σχέση με το 2009 (93,1%).

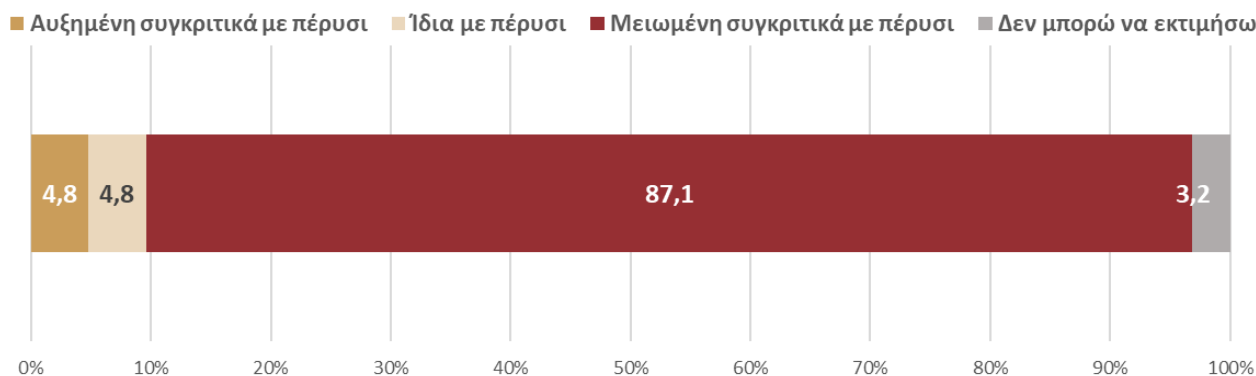
	ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΥΛΙΚΩΝ		
	2025	2012	2009
Τοπικά	97,8	75,0	93,10
Άλλη πόλη	2,2	25,0	-
Τοπικά και άλλη πόλη	-	-	6,9

Πίνακας 7. Προμήθεια υλικών-πρώτες ύλες για προετοιμασίες των επιχειρήσεων

5 Εκτιμήσεις των τοπικών επιχειρηματιών για βασικές οικονομικές διαστάσεις του ΠΚ 2025

5.1 Εκτίμηση για την προσέλευση επισκεπτών/τριών στο ΠΚ 2025

Από την ερώτηση: «Κατά την εκτίμησή σας κατά τη διάρκεια του Καρναβαλιού 2025 η προσέλευση από ξένους επισκέπτες στην πόλη ήταν:»



Γράφημα 5. Εκτίμηση για την προσέλευση επισκεπτών στο ΠΚ 2025

Σε ό,τι αφορά την εκτίμηση της προσέλευσης ξένων επισκεπτών κατά τη διάρκεια του Καρναβαλιού, διαπιστώνονται σταθερές αρνητικές τάσεις και συνεχής αντίληψη μείωσης του τουριστικού κύματος ανά τα έτη. Το 2025, το 87,1% των επιχειρήσεων εκτιμά ότι η προσέλευση ξένων επισκεπτών ήταν μειωμένη συγκριτικά με το προηγούμενο έτος, ποσοστό που παραμένει υψηλό και σταθερό σε σχέση με το 2012 (86%) και το 2009 (83%). Αξίζει όμως να αναφερθεί ότι αυτό το υψηλό ποσοστό του 2025 δε δικαιολογείται, όπως αυτό των προηγούμενων χρονιών που υπήρχε οικονομική κρίση και γενικότερη απαισιοδοξία για την προσέλευση. Η δυσαρέσκεια ή η αντίληψη παρακμής στον τουρισμό ενισχύεται από το γεγονός ότι μόλις 4,8% (2025) αναφέρουν αύξηση, ένα ποσοστό που παρόλο που είναι ελαφρώς ανώτερο των προηγούμενων ετών (4% το 2012, 0% το 2009), παραμένει αμελητέο.

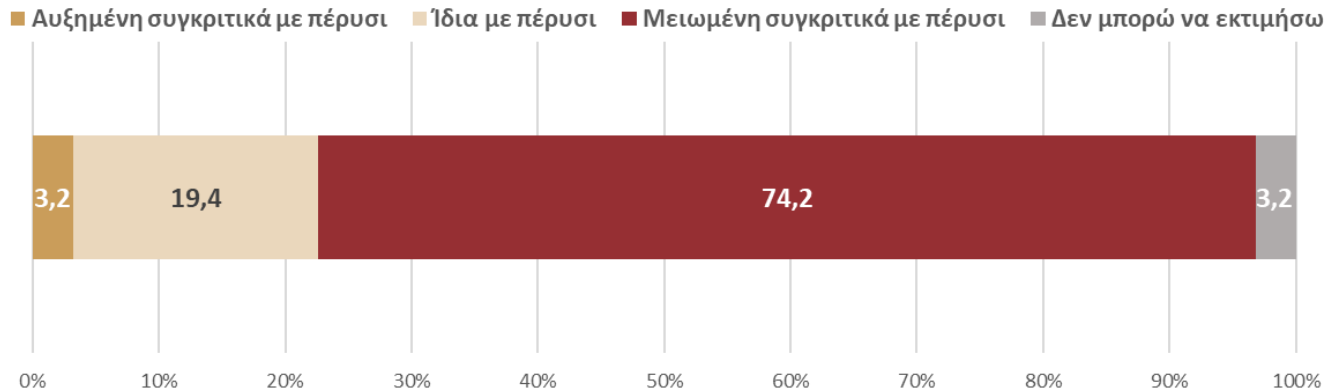
Από την άλλη μεριά η αντίληψη για σταθερότητα («Ίδια με πέρυσι») μειώνεται διαχρονικά: από 12,8% (2009) πέφτει στο 4,8% (2025), γεγονός που υποδηλώνει ότι οι επιχειρήσεις γίνονται όλο και πιο σκεπτικές απέναντι στη δυναμική του τουρισμού. Επιπλέον, το 2025 εμφανίζεται μια μικρή αλλά αξιοσημείωτη αύξηση στο «Δεν μπορώ να εκτιμήσω» (3,2%), σε αντίθεση με το 2012 (0%), πιθανώς λόγω αβεβαιοτήτων ή έλλειψης σαφών δεικτών.

	2025	2012	2009
Αυξημένη συγκριτικά με πέρυσι	4,8	4,0	0,0
Ίδια με πέρυσι	4,8	10,0	12,8
Μειωμένη συγκριτικά με πέρυσι	87,1	86,0	83,0
Δεν μπορώ να εκτιμήσω	3,2	0,0	4,2

Πίνακας 8. Εκτίμηση για την προσέλευση επισκεπτών στο ΠΚ

5.2 Αγοραστική κίνηση στο ΠΚ 2025

Από την ερώτηση: «Κατά τη διάρκεια του Καρναβαλιού η αγοραστική κίνηση ήταν;»



Γράφημα 6. Αγοραστική κίνηση στο ΠΚ 2025

Στον πίνακα 9 σχετικά με την αγοραστική κίνηση κατά τη διάρκεια του Καρναβαλιού, διαπιστώνεται μια διαρκή αρνητική τάση. Το 2025, το 74,2% των επιχειρήσεων εκτιμά ότι η κίνηση ήταν μειωμένη συγκριτικά με το προηγούμενο έτος, ποσοστό που παρόλο που είναι χαμηλότερο από το 2012 (82%), παραμένει υψηλό και σημαντικά ανώτερο του 2009 (61,7%).

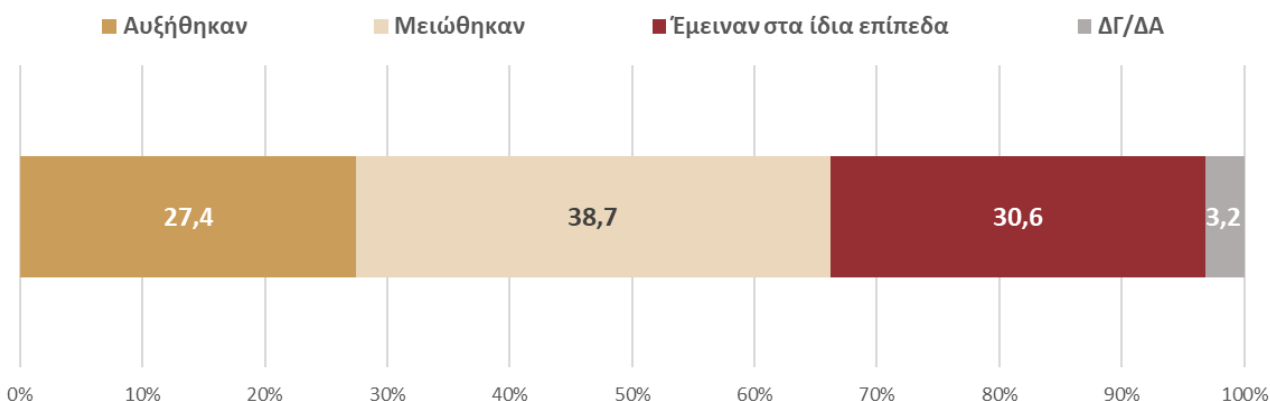
Η αντίληψη μείωσης κυριαρχεί και στα τρία έτη, με μια ενδιάμεση κορύφωση το 2012, πιθανώς λόγω οικονομικών ή κοινωνικών κρίσεων. Η αντίληψη αύξησης της αγοραστικής κίνησης παρουσιάζει σταθερή πτώση: από 12,8% (2009) πέφτει στο 3,2% (2025), γεγονός που υπογραμμίζει την εξασθένηση της εμπιστοσύνης στις δυνατότητες ανάκαμψης. Παράλληλα, η κατηγορία «Ίδια με πέρυσι» εμφανίζει διακυμάνσεις, με μια μερική ανάκαμψη το 2025 (19,4%) σε σύγκριση με το 2012 (12%), αλλά χωρίς να φτάσει τα ποσοστά του 2009 (25,5%). Το ποσοστό επιχειρήσεων που δεν μπορούν να εκτιμήσουν την κίνηση αυξάνεται σταδιακά (από 0% το 2009 σε 3,2% το 2025), πιθανώς λόγω αβεβαιοτήτων ή έλλειψης σαφών δεδομένων. Συνολικά, τα δεδομένα καταγράφουν μια συνεχή δυσарέσκεια με την αγοραστική δραστηριότητα κατά το Καρναβάλι, η οποία ενισχύεται από τη μείωση των θετικών εκτιμήσεων και τη σταθερότητα των αρνητικών.

	2025	2012	2009
Αυξημένη συγκριτικά με πέρυσι	3,2	4,0	12,8
Ίδια με πέρυσι	19,4	12,0	25,5
Μειωμένη συγκριτικά με πέρυσι	74,2	82,0	61,7
Δεν μπορώ να εκτιμήσω	3,2	2,0	0,0

Πίνακας 9. Αγοραστική κίνηση στο ΠΚ

5.3 Εκτίμηση επί της μεταβολής των πωλήσεων στο ΠΚ 2025

Από την ερώτηση: «Κατά τη διάρκεια του Καρναβαλιού οι πωλήσεις σας αυξήθηκαν ή μειώθηκαν;»



Γράφημα 7. Εκτίμηση επί της μεταβολής των πωλήσεων των επιχειρήσεων στο ΠΚ 2025

Αναφορικά τις απαντήσεις των επιχειρηματιών σχετικά με τη μεταβολή των πωλήσεων κατά το Καρναβάλι, διαπιστώνονται αντιφατικές τάσεις ανά τα έτη, με ένδειξη μερικής ανάκαμψης το 2025 σε σύγκριση με το 2012, αλλά όχι σε επίπεδα 2009. Το 2025, το 27,4% των επιχειρήσεων αναφέρει αύξηση πωλήσεων, ποσοστό που είναι σχεδόν διπλάσιο από το 2012 (14%) αλλά χαμηλότερο από το 2009 (31,9%). Ταυτόχρονα, η πτώση των πωλήσεων (38,7% το 2025) εμφανίζει βελτίωση σε σύγκριση με το 2012 (48%), ωστόσο παραμένει υψηλότερη από το 2009 (36,2%). Η κατηγορία «Έμειναν στα ίδια επίπεδα» μειώνεται σταδιακά (30,6% το 2025 vs 38% το 2012), ενώ το 3,2% δεν απαντά (ΔΓ/ΔΑ).

	2025	2012	2009
Αυξήθηκαν	27,4	14,0	31,9
Μειώθηκαν	38,7	48,0	36,2
Έμειναν στα ίδια επίπεδα	30,6	38,0	31,9
ΔΓ/ΔΑ	3,2	-	-

Πίνακας 10. Εκτίμηση επί της μεταβολής των πωλήσεων των επιχειρήσεων στο ΠΚ

Από την ανάλυση του μέσου ποσοστού μεταβολής των πωλήσεων, διαπιστώνονται σημαντικές βελτιώσεις το 2025 σε σύγκριση με το 2012, ιδίως στην κάλυψη των αρνητικών τάσεων. Το μέσο ποσοστό αύξησης πωλήσεων αυξάνεται από 24,3% (2012) σε 35,3% (2025), γεγονός που υποδηλώνει ότι οι επιχειρήσεις που πέτυχαν θετική απόδοση είχαν μεγαλύτερη ανάκαμψη ή πιο αποτελεσματικές στρατηγικές. Παράλληλα, το μέσο ποσοστό μείωσης πωλήσεων μειώνεται δραματικά από 46% (2012) σε 31,8% (2025), πράγμα που δείχνει ότι οι επιπτώσεις της πτώσης έγιναν λιγότερο σοβαρές, ακόμη κι αν η μείωση παραμένει υψηλή.

Αυτή η πορεία ευθυγραμμίζεται και με τα προηγούμενα ευρήματα, όπου το 2025 σημειώθηκε μερική ανάκαμψη στις πωλήσεις (27,4% των επιχειρήσεων ανέφεραν αύξηση σε σχέση με 14% το 2012). Η μείωση της έντασης της πτώσης (-31,8% vs -46%) και η αύξηση της κλίμακας της ανάκαμψης (+35,3% vs +24,3%) υπογραμμίζουν ότι οι επιχειρήσεις, παρά τα δυσμενή δεδομένα (π.χ., μειωμένος τουρισμός), κατάφεραν να εξομαλύνουν τις αρνητικές επιπτώσεις, πιθανώς μέσω εξειδίκευσης, βελτιωμένης διαχείρισης, ή αξιοποίησης τοπικών πόρων.

Από την ερώτηση: «Σε τι ποσοστό;»

	2025	2012
Μέση ποσοστιαία αύξηση πωλήσεων	35,3	24,3
Μέση ποσοστιαία μείωση πωλήσεων	31,8	46,0

Πίνακας 11. Εκτίμηση επί της ποσοστιαίας μεταβολής των πωλήσεων

5.3.1 Προέλευση Αύξησης των Πωλήσεων στο ΠΚ 2025

Από την ερώτηση: «Η αύξηση αυτή πιστεύετε πως προέρχεται από τον τοπικό πληθυσμό ή από τους επισκέπτες;»

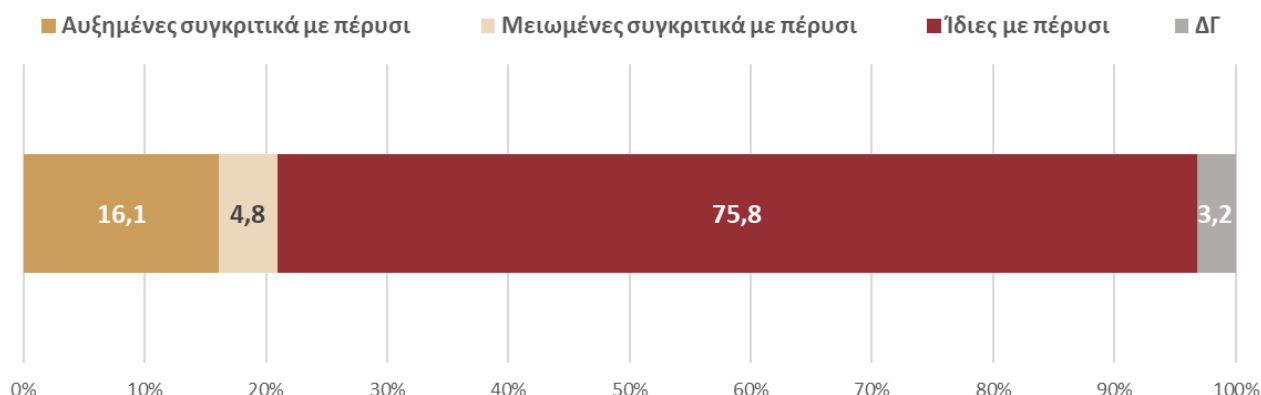
Σε ό,τι αφορά την εκτίμηση των επιχειρηματιών για τον τόπο καταγωγής των πελατών τους το 2012, το 60% των επιχειρήσεων πίστευε ότι η αύξηση προερχόταν κυρίως από τον τοπικό πληθυσμό, ένα ποσοστό που μειώθηκε σημαντικά το 2025 (35,3%). Αντίθετα, το 2025, η πλειοψηφία (58,8%) αποδίδει την αύξηση στους επισκέπτες, σε απόλυτη αντίθεση με το 2012, όπου μόνο το 30% συμφωνεί με αυτή την άποψη. Η αβεβαιότητα («Δεν μπορώ να εκτιμήσω») μειώθηκε ελαφρά από 10% σε 5,9%, υποδηλώνοντας αυξημένη σαφήνεια στις εκτιμήσεις.

	2025 (17 απαντήσεις)	2012
Από τον τοπικό πληθυσμό	35,3	60,0
Από τους επισκέπτες	58,8	30,0
Δεν μπορώ να εκτιμήσω	5,9	10,0

Πίνακας 12

5.4 Διαμόρφωση τιμών/προϊόντων στο ΠΚ 2025

Από την ερώτηση: «Οι τιμές των προϊόντων/υπηρεσιών που προσφέρατε φέτος κατά τη Καρναβαλική περίοδο ήταν:»



Γράφημα 8. Διαμόρφωση τιμών/προϊόντων στο ΠΚ 2025

Σε ό, τι αφορά τις τιμολογιακές πολιτικές των τοπικών επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια του Καρναβαλιού που εμφανίζονται στον πίνακα 13, διαπιστώθηκε ότι το 2025 χαρακτηρίστηκε από σημαντική τιμολογιακή σταθερότητα, με το 75,8% των επιχειρήσεων να διατηρεί τις ίδιες τιμές με το προηγούμενο έτος, ποσοστό που πλησιάζει τα επίπεδα του 2009 (72,3%) και αντιπαραβάλλεται με την πτώση του 2012 (62%). Παράλληλα, παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση των επιχειρήσεων που αύξησαν τις τιμές (16,1% το 2025 έναντι του 2% το 2012), πιθανώς είτε λόγω της αυξημένης ζήτησης από επισκέπτες/τριες, οι οποίοι αποτέλεσαν το κύριο κοινό για το 58,8% των επιχειρήσεων με αύξηση πωλήσεων, είτε λόγω του γενικότερου πληθωρισμού που επικρατεί όπου οι τιμές είναι ανεβασμένες γενικότερα και όχι μόνο την καρναβαλική περίοδο. Η μείωση τιμών περιορίστηκε στο ελάχιστο (4,8% το 2025 σε σχέση με το 36% του 2012), υπογραμμίζοντας μια στροφή προς ποιοτικές προσφορές και μακροπρόθεσμη σταθερότητα έναντι βραχυπρόθεσμων εκπτωτικών τακτικών, ενώ αξίζει να σημειωθεί ότι αναφέρθηκε από επιχειρήσεις που ασχολούνται με ηχητικά, φωτογραφία και ενοικίαση στολών.

Η μετατόπιση στην προέλευση της αύξησης των πωλήσεων (από 60% τοπικό πληθυσμό το 2012 σε 58,8% επισκέπτες το 2025) αντανακλά στρατηγικές προσαρμογής, όπως η ενίσχυση τουριστικής έλξης ή η εξειδίκευση σε υπηρεσίες προσανατολισμένες σε εξωτερικό κοινό. Παρά τη μείωση της τουριστικής κίνησης (87,1% μείωση επισκεπτών/τριών το 2025), η μερική ανάκαμψη των πωλήσεων (27,4% αύξηση) και η βελτίωση του μέσου ποσοστού αύξησής τους (35,3% το 2025 σε σχέση με το 24,3% του 2012) υποδεικνύουν ότι οι επιχειρήσεις κατάφεραν να εξομαλύνουν αρνητικές τάσεις μέσω αποδοτικότερης διαχείρισης και αξιοποίησης εξωτερικών κοινοτήτων. Ωστόσο, η συνεχιζόμενη υψηλή δυσaréσκεια (38,7% μείωση πωλήσεων το 2025) και η απουσία σημαντικής βελτίωσης στην τουριστική προσέλευση αποκαλύπτουν δομικές αδυναμίες που απαιτούν στρατηγικές ενίσχυσης της εμπορικής δραστηριότητας και της διαρθρωτικής ανασυγκρότησης του Καρναβαλιού ως τουριστικού προορισμού.

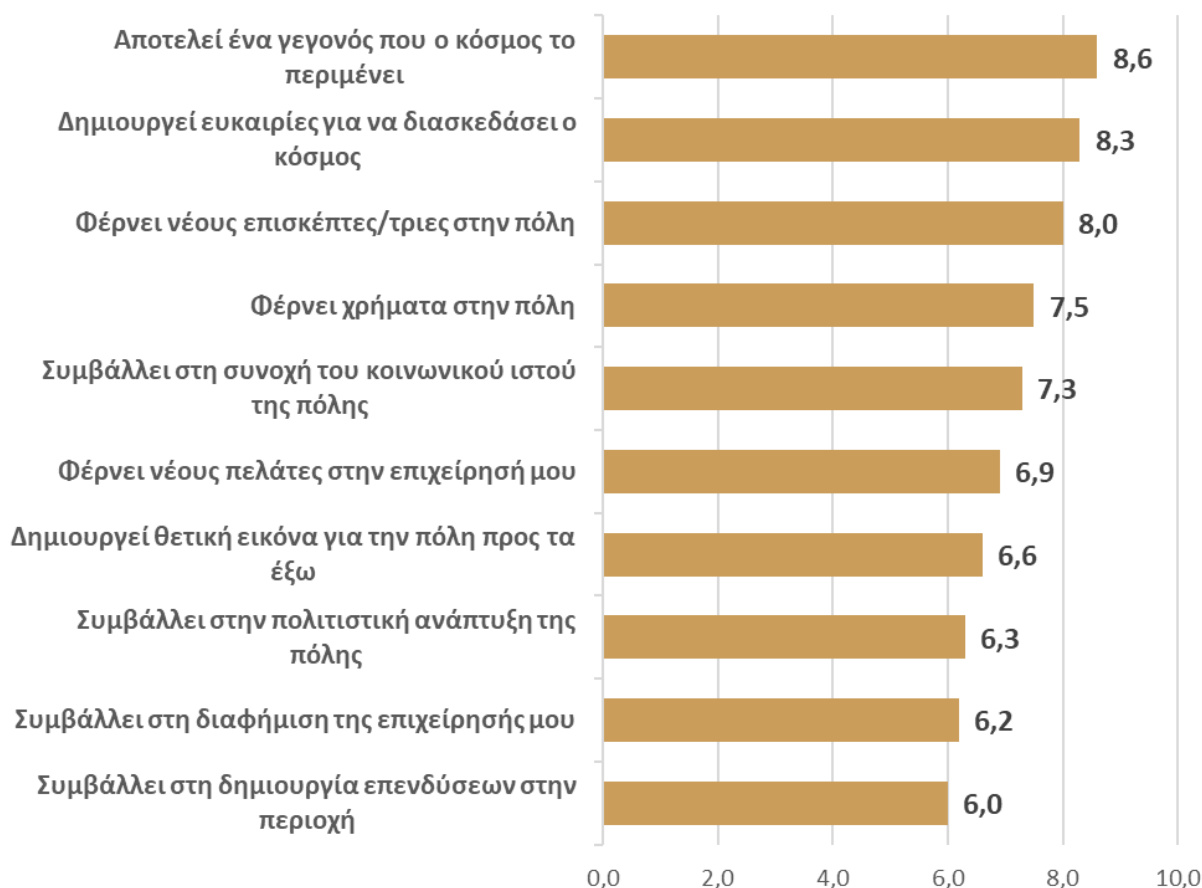
	2025	2012	2009
Αυξημένες συγκριτικά με πέρυσι	16,1	2,0	4,3
Μειωμένες συγκριτικά με πέρυσι	4,8	36,0	23,4
Ίδιες με πέρυσι	75,8	62,0	72,3
ΔΓ	3,2		

Πίνακας 13. Διαμόρφωση τιμών/προϊόντων στο ΠΚ

6 Οικονομικά & Κοινωνικά Οφέλη από το ΠΚ και Αλληλένδετα Προβλήματα

6.1 Οικονομικά & κοινωνικά οφέλη του ΠΚ

Από την ερώτηση: «Πόσο σημαντικά είναι τα παρακάτω ΟΦΕΛΗ που απορρέουν από το ΠΚ για την πόλη και την επιχείρησή σας; Κλίμακα 1: Καθόλου σημαντικό – 10: Πολύ σημαντικό, 0: ΔΑ, 100: ΔΓ»



Γράφημα 9. Οικονομικά & κοινωνικά οφέλη του ΠΚ 2025

Από την ανάλυση των αντιλήψεων σχετικά με τα οφέλη του ΠΚ για την πόλη και τις επιχειρήσεις, διαπιστώθηκε ότι το γεγονός εξακολουθεί να θεωρείται κομβικό για τη διασκέδαση και την κοινωνική συνοχή, με υψηλές βαθμολογίες στα κριτήρια «Αποτελεί γεγονός που ο κόσμος το περιμένει» (8,6/10 το 2025) και «Δημιουργεί ευκαιρίες για διασκέδαση» (8,3/10). Παράλληλα, η οικονομική συμβολή του φαίνεται να μειώνεται ελαφρώς, με τη σημασία του να πέφτει στο «Φέρνει χρήματα στην πόλη» (7,5/10 το 2025 vs. 8,2/10 το 2012), ενώ η ικανότητα να «Φέρνει νέους επισκέπτες» παραμένει σταθερή (8,0/10).

Εμφανίζεται μια νέα ευαισθητοποίηση για τον πολιτιστικό ρόλο του ΠΚ (6,3/10 στην «Πολιτιστική ανάπτυξη»), αλλά η δημιουργία θετικής εικόνας προς τα έξω μειώθηκε σημαντικά (6,6/10 vs. 7,8/10 το 2012). Οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν ότι το ΠΚ φέρνει νέους πελάτες με σταθερότητα (6,9/10), αλλά η αντίληψη για τη «Διαφήμιση» μειώθηκε (6,2/10 έναντι 6,8/10), πιθανώς λόγω αλλαγών στις τακτικές προβολής. Συνολικά, το Καρναβάλι διατηρεί τη κοινωνικοπολιτιστική αξία του, αλλά απαιτεί στρατηγικές για την ενίσχυση της οικονομικής επίδρασής του και της εξωτερικής προβολής, ώστε να διατηρήσει τη σημασία του σε ένα δυναμικά μεταβαλλόμενο περιβάλλον.

	2025	2012
Αποτελεί ένα γεγονός που ο κόσμος το περιμένει	8,6	8,7
Δημιουργεί ευκαιρίες για να διασκεδάσει ο κόσμος	8,3	8,5
Φέρνει νέους επισκέπτες/τριες στην πόλη	8	8,1
Φέρνει χρήματα στην πόλη	7,5	8,2
Συμβάλλει στη συνοχή του κοινωνικού ιστού της πόλης	7,3	7,3
Φέρνει νέους πελάτες στην επιχείρησή μου	6,9	6,9
Δημιουργεί θετική εικόνα για την πόλη προς τα έξω	6,6	7,8
Συμβάλλει στην πολιτιστική ανάπτυξη της πόλης	6,3	-
Συμβάλλει στη διαφήμιση της επιχείρησής μου	6,2	6,8
Συμβάλλει στη δημιουργία επενδύσεων στην περιοχή	6	5,4

Πίνακας 14. Οικονομικά & κοινωνικά οφέλη του ΠΚ

6.2 Αλληλένδετα προβλήματα του ΠΚ για την πόλη και τις επιχειρήσεις

Από την ερώτηση: «Πόσο σημαντικά είναι τα παρακάτω ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ που απορρέουν από το ΠΚ για την πόλη και για την επιχείρησή σας; Κλίμακα 1: Καθόλου σημαντικό – 10: Πολύ σημαντικό, 0: ΔΑ, 100: ΔΓ»



Γράφημα 10. Σημαντικότερα προβλήματα που δημιουργεί το ΠΚ κατά τους επιχειρηματίες

Από την άλλη μεριά το ΠΚ φέρνει και αρκετά προβλήματα πέρα από την Οικονομική Ανάπτυξη της πόλης, κάποια από τα οποία φαίνονται και στον επόμενο πίνακα 16. Τα κυριότερα ζητήματα με λίγα λόγια εστιάζονται στην κυκλοφοριακή συμφόρηση (8,5/10 το 2025 σε σχέση με το 6,5/10 του 2012) και τις προκλήσεις στάθμευσης (8,7/10 vs. 6,7/10), γεγονός που υπογραμμίζει ανεπάρκειες στην οργάνωση και τις μετακινήσεις. Επίσης παρά την άμεση αποκατάσταση της καθαριότητας από τον Δήμο, η αύξηση της ρύπανσης και των απορριμμάτων καταγράφει σημαντική επιδείνωση (8,4/10 σε σχέση με το 6,4/10), αποκαλύπτοντας πιέσεις στη διαχείριση περιβάλλοντος και δημιουργεί πρόβλημα στις επιχειρήσεις. Παράλληλα, η προσέλκυση επισκεπτών/τριών με χαμηλό διαθέσιμο προϋπολογισμό αναδεικνύεται ως κρίσιμο ζήτημα (7,6/10 το 2025 vs. 6,4/10), πιθανώς με επιπτώσεις στην οικονομική απόδοση των επιχειρήσεων. Τα ποσοστά για εγκληματικότητα (6,1/10) και βανδαλισμούς (6,1/10) παρουσιάζουν ελαφρά άνοδο, ωστόσο παραμένουν σε χαμηλότερα επίπεδα έναντι των λοιπών προβλημάτων. Η μείωση στο «Δημιουργεί ανάγκες που δεν ικανοποιούνται» (3,8/10 vs. 4,4/10) φανερώνει μερική βελτίωση, αλλά η συνολική εικόνα υπογραμμίζει την ανάγκη για στρατηγικές βελτίωσης υποδομών, περιβαλλοντικής διαχείρισης και προσανατολισμού σε ποιοτικό τουρισμό για την εξισορρόπηση των αρνητικών επιπτώσεων.

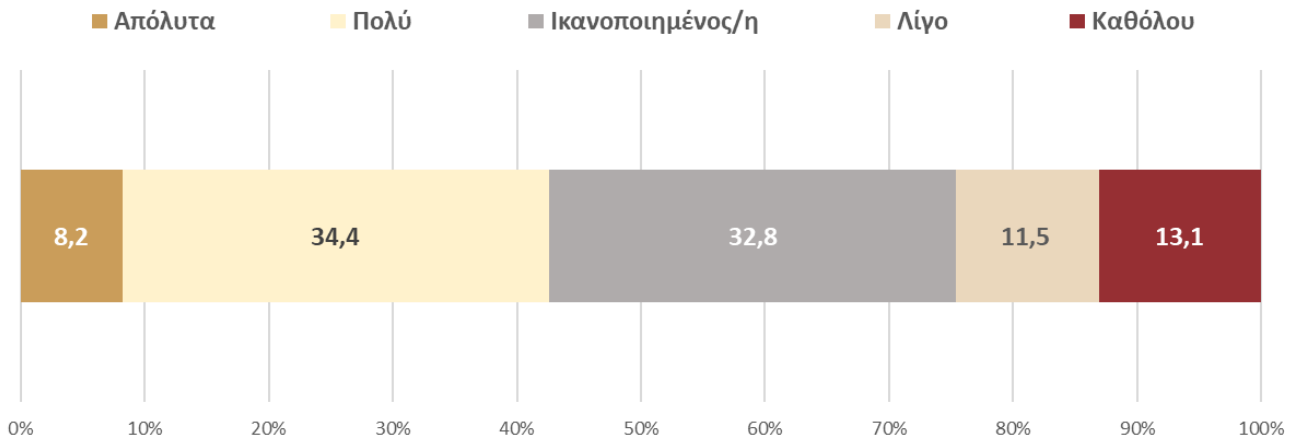
	2025	2012
Δημιουργεί προβλήματα στη στάθμευση	8,7	6,7
Δημιουργεί κυκλοφοριακά προβλήματα στην πόλη	8,5	6,5
Προκαλεί αύξηση της ρύπανσης-απορριμμάτων	8,4	6,4

	2025	2012
Προσελκύει επισκέπτες/τριες με χαμηλό διαθέσιμο προϋπολογισμό	7,6	6,4
Συμβάλλει στην αύξηση της εγκληματικότητας	6,1	5,9
Συμβάλλει στην αύξηση βανδαλισμών	6,1	5,7
Δημιουργεί ανάγκες που δεν μπορούν να ικανοποιηθούν από την πόλη	3,8	4,4

Πίνακας 15. Σημαντικότερα προβλήματα που δημιουργεί το ΠΚ κατά τους επιχειρηματίες

6.3 Συνολική ικανοποίηση από Πατρινό Καρναβάλι 2025

Από την ερώτηση: «Σε μια κλίμακα από 1-10 όπου το 10= Απόλυτα ικανοποιημένος, πόσο ικανοποιημένος/η είσαστε συνολικά από το φετινό καρναβάλι;»



Γράφημα 11. Βαθμός Ικανοποίησης των επιχειρηματιών για το ΠΚ 2025

Τέλος η αξιολόγηση της συνολικής ικανοποίησης από το ΠΚ που φέτος έφτασε το 5,7 κατά μέσο όρο, με βάση την ερώτηση «Σε μια κλίμακα από 1-10 όπου το 10= Απόλυτα ικανοποιημένος, πόσο ικανοποιημένος/η είσαστε συνολικά από το φετινό καρναβάλι; », αναδεικνύει σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των ετών 2012 και 2025. Το ποσοστό των συμμετεχόντων/ουσών που δηλώνουν απόλυτα ικανοποιημένοι (βαθμολογία 9-10) παρουσίασε αύξηση από 6,0% το 2012 σε 8,2% το 2025, ενώ παράλληλα αυξήθηκε και το ποσοστό εκείνων που δήλωσαν πολύ ικανοποιημένοι (βαθμολογία 7-8), από 28,0% σε 34,4%. Η μετατόπιση αυτή προς τις υψηλότερες κλίμακες αξιολόγησης υποδηλώνει βελτίωση της συνολικής εμπειρίας των συμμετεχόντων/ουσών.

Παράλληλα, το ποσοστό όσων δήλωσαν λίγο ικανοποιημένοι (βαθμολογία 3-4) μειώθηκε σημαντικά από 20,0% το 2012 σε 11,5% το 2025, γεγονός που αποτυπώνει μια θετική τάση στη γενική αντίληψη του κοινού για το καρναβάλι. Ωστόσο, παρατηρείται μια μικρή αύξηση του ποσοστού των συμμετεχόντων/ουσών που δήλωσαν καθόλου ικανοποιημένοι (βαθμολογία 1-2), από 10,0% σε 13,1%, στοιχείο που καταδεικνύει ότι παραμένει ένα τμήμα του κοινού με αρνητικές εντυπώσεις. Συνολικά, τα στοιχεία δείχνουν μια αισθητή βελτίωση της εικόνας και της απήχησης του Πατρινού Καρναβαλιού τα τελευταία χρόνια, με ενίσχυση των θετικών αξιολογήσεων και μείωση των ενδιάμεσων και αρνητικών απόψεων.

	2025	2012
Απόλυτα ικανοποιημένος/η (Βαθμός: 9-10)	8,2	6,0
Πολύ ικανοποιημένος/η (Βαθμός: 7-8)	34,4	28,0
Ικανοποιημένος/η (Βαθμός: 5-6)	32,8	36,0
Λίγο ικανοποιημένος/η (Βαθμός: 3-4)	11,5	20,0
Καθόλου ικανοποιημένος/η (Βαθμός: 1-2)	13,1	10,0

Πίνακας 16. Βαθμός Ικανοποίησης των επιχειρηματιών για το ΠΚ 2025

7 Συμπεράσματα

Από τη διερεύνηση των δεδομένων σχετικά με τον αντίκτυπο του ΠΚ στην πόλη και τις τοπικές επιχειρήσεις, διαφαίνονται κύριες τάσεις και προκλήσεις που καθορίζουν τη σημερινή και μελλοντική δυναμική του:

1. Οικονομική Δραστηριότητα και Επιχειρησιακό Περιβάλλον:

Ο κλάδος της εστίασης (εστιατόρια, καφετέριες, ξενοδοχεία) κυριαρχεί στην τοπική οικονομία (συνολικά ~65%), με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (1-10 εργαζόμενοι) να αποτελούν το κυρίαρχο μοντέλο (75,8%). Παρά τη μερική ανάκαμψη στις πωλήσεις το 2025 (+27,4% σε σύγκριση με +14% το 2012), η συνολική απόδοση παραμένει ανίσχυρη, με το 38,7% των επιχειρήσεων να αναφέρουν πτώση. Η αύξηση των τιμών (16,1%) και η στροφή προς εξωτερικούς επισκέπτες (58,8%) υπογραμμίζουν προσπάθειες προσαρμογής σε νέες συνθήκες, αλλά η εξάρτηση από τουρισμό χαμηλού προϋπολογισμού (7,6/10) και η μείωση της αγοραστικής κίνησης (74,2%) αποτελούν σημαντικούς περιορισμούς.

2. Τουριστική Έλξη και Εξωτερική Εικόνα:

Παρά τις προσπάθειες για προβολή, η προσέλευση ξένων επισκεπτών/τριών φαίνεται σε συνεχή πτώση (87,1% μείωση το 2025), με τις επιχειρήσεις να εκτιμούν ότι η θετική εξωτερική εικόνα της πόλης έχει αποδυναμωθεί (6,6/10 vs. 7,8/10 το 2012). Ωστόσο, το ΠΚ εξακολουθεί να θεωρείται γεγονός υψηλής κοινωνικής αξίας (8,6/10 για προσδοκία, 8,3/10 για διασκέδαση), γεγονός που τονίζει τη πολιτιστική του σημασία ακόμη και σε συνθήκες οικονομικής πίεσης.

3. Υποδομές και Περιβαλλοντικές Προκλήσεις:

Οι κυκλοφοριακές δυσκολίες (8,5/10), τα προβλήματα στάθμευσης (8,7/10) και η αύξηση της ρύπανσης (8,4/10) αναδεικνύονται ως τα κύρια εμπόδια για τη βιωσιμότητα του ΠΚ. Αυτές οι προκλήσεις, σε συνδυασμό με την ανεπάρκεια υποδομών, επηρεάζουν αρνητικά τόσο την εμπειρία των επισκεπτών/τριών όσο και τη λειτουργία των επιχειρήσεων.

4. Κοινωνικοπολιτιστική Αξία vs Οικονομική Πίεση:

Το ΠΚ διατηρεί ισχυρή σύνδεση με την τοπική κοινωνία, τόσο ως πηγή συνοχής (7,3/10) όσο και ως πολιτιστικός πυλώνας (6,3/10). Ωστόσο, η οικονομική συμβολή του φθίνει, με τις επιχειρήσεις να αναφέρουν μειωμένα έσοδα (38,7%) και αυξημένα λειτουργικά κόστη (π.χ. υλικά, ενοικίαση ήχου). Η πόλωση στην ικανοποίηση (8,2% «απόλυτα ικανοποιημένες» vs 13,1% «καθόλου ικανοποιημένες») αποκαλύπτει μια διχασμένη πραγματικότητα: ενώ ένα τμήμα επιχειρήσεων προσαρμόζεται με επιτυχία, ένα άλλο αντιμετωπίζει δυσκολίες που απειλούν τη μακροχρόνια βιωσιμότητά τους.

5. Στροφή προς Βιωσιμότητα και Τοπική Αυτονομία:

Η αύξηση της τοπικής προμήθειας υλικών (97,8% το 2025) και η μείωση της εξάρτησης από εξωτερικούς παράγοντες υπογραμμίζουν μια στρατηγική αυτονομίας, πιθανώς ως απάντηση σε οικονομικές κρίσεις ή περιβαλλοντικές ανησυχίες. Ωστόσο, η έλλειψη επενδύσεων σε υποδομές και η περιορισμένη πολιτιστική προβολή απαιτούν διαρθρωτικές παρεμβάσεις.

Το Καρναβάλι παραμένει βασικό στοιχείο της τοπικής ταυτότητας, αλλά η μελλοντική επιτυχία του εξαρτάται από: α) την ενίσχυση τουριστικής προβολής με έμφαση σε ποιοτικό και βιώσιμο τουρισμό· β) τη βελτίωση υποδομών (στάθμευση, κυκλοφοριακή διαχείριση) και περιβαλλοντικών πρακτικών (διαχείριση των απορριμμάτων)· γ) τη στήριξη επιχειρήσεων μέσω χρηματοδοτικών

σχεδίων ή εκπαιδευτικών προγραμμάτων για τη διαχείριση εποχικών κρίσεων· και δ) την εξισορρόπηση μεταξύ πολιτιστικής αξίας και οικονομικής βιωσιμότητας, με στόχο τη μακροπρόθεσμη ενίσχυση τόσο της κοινωνίας όσο και της οικονομίας. Σε κάθε περίπτωση, η συνεχής παρακολούθηση δεικτών και η προσαρμογή σε νέες απαιτήσεις θα καθορίσουν αν το Καρναβάλι μπορεί να διατηρήσει τη σημασία του ως ζωντανή παράδοση και κινητήρας ανάπτυξης.