



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΡΙΟ
HAROKOPIO UNIVERSITY

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**« Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ
ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΧΟΛΩΝ ΚΑΙ ΜΗ »**



Τμήμα: ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

Ονοματεπώνυμο: ΑΛΕΞΣΑΝΤΡΟ- ΣΑΛΒΑΤΟΡΕ ΣΟΡΡΕΝΤΙΝΟ

A.M.: 21226

Ακαδημαϊκό Έτος: 2016 – 2017

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Ρ. Μητούλα

ΜΕΛΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ : Ε. Σαρδιανού

Ι. Κωστάκης



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ευχαριστίες	σελ 4
Περίληψη	σελ 6
Abstract	σελ 7
Εισαγωγή	σελ 8

Κεφάλαιο 1^ο:

1.1) Βιώσιμη ανάπτυξη	σελ 11
1.2) Περιβαλλοντικό μάνατζμεντ	σελ 16
1.3) Καταναλωτικές συνήθειες και καταναλωτών	σελ 19
1.4) Οικολογικό αποτύπωμα	σελ 26
1.5) Ενημέρωση / Εκπαίδευση βιώσιμης ανάπτυξης	σελ 28
1.6) Οικονομική κρίση ατομική και κοινωνική ευημερία	σελ 31

Κεφάλαιο 2ο : Βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά

2.1) Με βάση την οικολογική προσέγγιση	σελ 36
2.2.1) Γενικός ορισμός της οικολογίας	σελ 40
2.2.2) Περιβαλλοντικά προβλήματα	σελ 41
2.2.3) Περιβαλλοντικές πολιτικές- οικονομικές προσεγγίσεις	σελ 45
2.2.4) Πράσινα προϊόντα- ετικέτες	σελ 48
2.2.5) Τρόποι διατήρησης της οικολογίας και των οικοσυστημάτων ...	51

2.3) Με βάση την οικονομική προσέγγιση

2.3.1) Ορισμός της οικονομικής προσέγγισης σελ 53

2.3.2) Οι επιμέρους τομείς της οικονομικής επιστήμηςσελ 54

2.3.3) Μορφές οργάνωσης της οικονομίας για την διαμόρφωση μιας βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράςσελ 54

Κεφάλαιο 3ο : Εμπειρική ανάλυση δεδομένων..... σελ 57

3.1) Στόχος- Σκοποί

3.2) Ερευνητικά ερωτήματα

3.3) Επιλογή δείγματος

3.4) Ερευνητικό εργαλείο

Κεφάλαιο 4ο: Παρουσίαση αποτελεσμάτων έρευνας σελ 59

4.1) Γενικές ερωτήσεις

4.2) Παράγοντες επιλογής προϊόντων

4.3) Ρίσκο/ κίνδυνοι/ βλαβεροί παράγοντες για την υγεία

4.4) Πηγές πληροφόρησης και αξιοπιστίας

4.5) Παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση για οικολογική και οικονομική συμπεριφορά

Συμπεράσματα σελ 120

Βιβλιογραφίασελ 126

- Ελληνική βιβλιογραφία
- Ξένη βιβλιογραφία

Παράρτημα: Το ερωτηματολόγιο της έρευναςσελ 130

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Την συγκεκριμένη εργασία αρχικά θα ήθελα να την αφιερώσω στον Χριστό, διότι με την βοήθειά Του μπορούμε καθημερινά να καταφέρουμε πολύ περισσότερα από αυτά που εμείς οι ίδιοι πιστεύουμε ότι μπορούμε να καταφέρουμε.

Εκτός αυτού θα ήθελα να ευχαριστήσω όλη μου την οικογένεια η οποία συνεχίζει και με στηρίζει σε κάθε μου βήμα. Ιδίως η μητέρα μου η οποία μου στέκεται σε όλη μου την ζωή, σε κάθε μου απόφαση ανεξαρτήτως αποτελέσματος, καθώς αποτελεί για μένα πηγή έμπνευσης και θαυμασμού για όσα έχει καταφέρει μόνη της.

Επιπροσθέτως θα ήθελα να ευχαριστήσω δυο άτομα που με την συμβολή τους καταφέραμε να εκπονήσουμε αυτή την εργασία, την κ. Σαίτη η οποία παρά τις δουλειές της και το φόρτο εργασίας της με βοήθησε στο τεχνικό κομμάτι της πτυχιακής εργασίας, με τις πολύ χρήσιμες υποδείξεις τις οποίες μου έκανε. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την Εβελίνα Παναγοπούλου η οποία με βοήθησε στο ψυχολογικό κομμάτι και με στήριζε διαρκώς καθ' όλη την διάρκεια της εργασίας μου.

I would initially want to dedicate this work to God because, with his help, we can do much more than what we ourselves believe we can achieve.

Besides, all my family helped me and supported me every single step. In particular, my mother, who has been in my life , regardless of its outcome, is a source of inspiration and admiration for what she has accomplished on her own.

In addition, I would like to thank two people who, with their contribution, have been able to do this work, Mrs. Saiti, who, despite her work and her workload, helped me in the technical part with the suggestions she made to me. Finally, I would like to thank Evelina Panagopoulou who helped me in the psychological part and supported me constantly throughout my work.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία θα μελετήσει την καταναλωτική συμπεριφορά καθώς και τα επιμέρους μέρη από τα οποία αποτελείται , το οικονομικό και το οικολογικό τομέα της. Περαιτέρω θα εξετάσουμε ,τι επίδραση έχει η ενημέρωση και η εκπαίδευση της οικολογίας και της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς στους νέους και πόσο μάλλον σε φοιτητές οι οποίοι φοιτούν σε οικονομικές σχολές και μη και τι διαφορές έχουν μεταξύ τους. Προκειμένου να δώσουμε μια πιο γενική εικόνα θα κάνουμε λόγο για την οικονομική συμπεριφορά, πως δρουν πλέον οι καταναλωτές ως προς τις αγορές τους με δεδομένη την τρέχουσα οικονομική κατάσταση και τους περιορισμένους φυσικούς πόρους.

Ένας ακόμη τομέας που θα μελετήσουμε είναι η οικολογική συμπεριφορά των ανθρώπων καθώς πλέον το περιβάλλον μας απειλείται από πλήθος απειλών οι οποίες όμως έχουν άμεσο αντίκτυπο στην ανθρώπινη υγεία. Ιδίως τα τελευταία χρόνια αυτές οι περιβαλλοντολογικές απειλές έχουν αυξηθεί με ραγδαίους ρυθμούς και τείνουν ως προς την άμεση εξαφάνιση ποικίλων φυσικών πόρων. Δηλαδή κατά πόσο έχει εμφυτευτεί η οικολογική συνείδηση στους νέους και σε τι ποσοστό δρουν οικολογικά, ορθολογικά και ποια είναι η προσπάθεια προφύλαξης της βιοποικιλότητας και του οικοσυστήματος. Το τελευταίο μέρος της συγκεκριμένης εργασίας το οποίο είναι μείζονος σημασίας και αυτό έχει να κάνει με τα άτομα τα οποία συνεχίζουν να φοιτούν στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Κατά πόσο δέχονται ερεθίσματα γύρω από την οικονομική και οικολογική συμπεριφορά μέσω της βελτίωσης του μορφωτικού τους επιπέδου και σε τι ποσοστό διαφέρουν οι απόψεις φοιτητών οικονομικών σχολών και μη.

ABSTRACT

The survey examines the theory and the goals of Consumer Behavior. For a better view of the perspectives and in order to have a further approach this study is consisted from two parts. The first one is the examination of economical behavior that includes our shopping targets and the goods that we buy among our economic capacity due to the economic crisis and the highly reduced natural resources. The second part that we will discuss is the ecological behavior, how much we have assimilated that behavior, how often we act ecologically in our lives. Additionally this study is focused in higher education students, how much and if they receive further education for the proper economically and ecological behavior and in what rating is distinguished from students of economical universities and not. The conclusion of this study is to bring some results on how the acquisition of consumer behavior significantly affects the youth population who attend higher education. All the above affects the better changing of the environment and highlights the importance of studying the consumer behavior, the green policies and the highly important contribution in alleviating the environmental problem.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Μέσω της παγκοσμιοποίησης και με τη ραγδαία ανάπτυξη των τεχνολογικών μέσων μαζικής ενημέρωσης, οι οποίοι επηρεάζουν ποικίλους τομείς της ζωής μας σε καθημερινή βάση, έχουν μεταβληθεί οι συνήθειες μας. Αυτό έχει ως κύριο αντίκτυπο την μεταβολή της καταναλωτικής μας συμπεριφοράς και των καταναλωτικών τάσεων και προτιμήσεων. Με το πέρασμα των χρόνων, την ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας αλλά και λόγω της δυσμενούς οικονομικής περιόδου που περνάμε οι καταναλωτές τείνουν ολοένα και περισσότερο να γίνονται ορθολογικοί καταναλωτές και να πράττουν σύμφωνα με τα οικολογικά και οικονομικά πρότυπα που επικρατούν. Καταναλωτική θεωρείται η συμπεριφορά κατά την οποία οι καταναλωτές μεταβαίνουν στην κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών. Μελετώντας σε βάθος την υπάρχουσα καταναλωτική συμπεριφορά των ανθρώπων προσπαθούμε να παρατηρήσουμε τις στρατηγικές των καταναλωτών αλλά και τον τρόπο τον οποίο χρησιμοποιούν οι έμποροι προκειμένου να ταυτιστούν με τις ανάγκες των καταναλωτών. Έχει παρατηρηθεί ιδίως τα τελευταία χρόνια ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών αλλά και των ανθρώπων μεταξύ τους έχει οξυνθεί, προκειμένου να έχουν μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά εργασίας (Ακριβούση Χριστίνα, 2012)

Η καταναλωτική συμπεριφορά όπως έχουμε διδαχθεί διαχωρίζεται σε δύο μεγάλους τομείς, τον οικονομικό τομέα και τον οικολογικό τομέα. Μελετώντας την οικονομική συμπεριφορά των καταναλωτών διαπιστώνουμε ότι κύριος στόχος της συγκεκριμένης καταναλωτικής συμπεριφοράς αποτελεί η μεγιστοποίηση της χρησιμότητας των ποσοτήτων των προϊόντων που χρησιμοποιούνται. Ο Petrot (1979) προσπάθησε μέσω ερευνών που διεξήγαγε να εξηγήσει την οικονομική καταναλωτική συμπεριφορά χρησιμοποιώντας τη μέθοδο της μέγιστης χρησιμότητας. Συγκεκριμένα, ξεχώρισε τρία βασικά κίνητρα της οικονομικής συμπεριφοράς. *Πρώτον* το άτομο πλέον λόγω οικονομικής στενότητας γνωρίζει επακριβώς τις ανάγκες του. *Δεύτερον* οι προτιμήσεις του θεωρούνται ατομικές και τελείως ανεξάρτητες με των υπολοίπων ατόμων με τους οποίους συνυπάρχει. *Τρίτον* πλέον οι καταναλωτές λειτουργούν ορθολογικά ως προς την χρήση των προϊόντων ή των υπηρεσιών που τους παρέχονται, προσπαθούν να πετύχουν την μέγιστη χρησιμότητα τους.

Από την άλλη πλευρά, παρατηρούμε την οικολογική συμπεριφορά η οποία αποτελεί επιμέρους τμήμα της καταναλωτικής συμπεριφοράς και ως κύριο στόχο της έχει την διερεύνηση των συνηθειών των καταναλωτών. Στην περίοδο την οποία διανύουμε ο άνθρωπος τείνει να εκμεταλλεύεται ολοένα και περισσότερο το φυσικό περιβάλλον προς όφελος του (Peters, Reusswing & Altenburg, 2013; Spaargaren, 2003; Wiedmann, Minx, Barrett & Wackernagel, 2006). Όμως η διαρκής εκμετάλλευση του από τους ανθρώπους σε συνδυασμό με την γρήγορη τεχνολογική ανάπτυξη έρχονται σε άμεση σύγκρουση με τους περιορισμένους φυσικούς πόρους τους οποίους μπορεί να παράγει το περιβάλλον. Η οικολογική συνείδηση των καταναλωτών η οποία αποτελεί το δεύτερο τομέα της καταναλωτικής συμπεριφοράς τον οποίο θα εξετάσουμε επηρεάζεται επιπροσθέτως από πλήθος ατμοσφαιρικών μολύνσεων, καθώς οι επιπτώσεις που δέχεται ο άνθρωπος προέρχονται από τον ίδιο (Beynon & Munday, 2008; Young, Hwang, McDonald, & Oates, 2010). Μέσω των προϊόντων που χρησιμοποιεί ο καταναλωτής εντείνει τα περιβαλλοντολογικά προβλήματα μερικά εκ των οποίων είναι το φαινόμενο του θερμοκηπίου, η τρύπα του όζοντος καθώς και η μόλυνση των υδάτων και του αέρα. (Figueras & Duro, 2014; Μιχαήλ, 2008)

Έχει παρατηρηθεί ότι τα τελευταία χρόνια οι έρευνες σχετικά με την καταναλωτική συμπεριφορά ολοένα και αυξάνονται (Jickling & Wais, 2008). Ειδικότερα, ο ρόλος της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στη μάθηση της βιώσιμης κατανάλωσης είναι πραγματικά κομβικός και εξαιρετικά σημαντικός αφού αποτελεί μονοπάτι για τα άτομα που φοιτούν στην τριτοβάθμια εκπαίδευση να αναπτύξουν μια βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά (Abambent, et.al. , 2014; Abambent, Barth, Fischer, Richter & Rieckmann, 2014). Οποιοσδήποτε και αν είναι ο λόγος, η μελέτη και η κατανόηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των ανθρώπων αναπτύσσεται μέσα στην οικογένεια αλλά εμπλουτίζεται και επανεξετάζεται μέσω της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Σύμφωνα με μελέτες που έχουν διεξαχθεί με την πάροδο των ετών (Μαιος 1960 οικολογικό κίνημα, δεκαετία 1990 διεξαγωγή έρευνας και συνθήκη του Κιότο) παρατηρήθηκε ότι τα άτομα τα οποία φοιτούν στην τριτοβάθμια εκπαίδευση ενασχολούνται περισσότερο πλέον με μαθήματα σχετικά με την καταναλωτική, την οικονομική και την οικολογική συμπεριφορά των ανθρώπων (Abambent, et.al. , 2014; Abambent, Barth, Fischer, Richter & Rieckmann, 2014; Cortese, 2003; Schiffman, & Kanuk, 2008). Μέσω της εκπαίδευσης που δέχονται τα συγκεκριμένα άτομα είναι σε

θέση αφού έχουν διδαχθεί πώς να εντοπίζουν την απάτη και άλλες καταχρήσεις που μπορεί να γίνονται (Jickling & Wais, 2008). Ωστόσο έχει διαπιστωθεί ότι η εκπαίδευση της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς στην τριτοβάθμια εκπαίδευση δεν είναι πλήρως ολοκληρωμένη (Abambent, et.al. , 2014; Abambent, Barth, Fischer, Richter & Rieckmann, 2014; Cortese, 2003; Schiffman, & Kanuk, 2008). Η εκπαίδευση και η μάθηση σχετικά με τη βιώσιμη κατανάλωση μπορεί να βοηθήσει τα άτομα από την άμεση εξοικονόμηση χρημάτων καθώς λειτουργεί ορθολογικά ενώ τα εκπαιδευτικά προγράμματα που δέχονται οι φοιτητές στην τριτοβάθμια κατανάλωση βασίζονται σε έρευνες παρακίνησης και συμπεριφοράς (Schiffman, & Kanuk, 2008)

Η μελέτη της καταναλωτικής συμπεριφοράς είναι κοινωνική επιστήμη η οποία μελετά την συμμετοχή και τη συνεισφορά των ανθρώπων αλλά και των επιχειρήσεων στην αγορά, στην κατανάλωση και την ανταλλαγή προϊόντων και υπηρεσιών. Ένας άρρηκτα συνδεδεμένος κλάδος της κοινωνικής επιστήμης είναι η οικονομική επιστήμη η οποία συνδέεται άμεσα και χωρίζεται σε δύο επιμέρους τομείς την μικροοικονομική και την μακροοικονομική. Η μικροοικονομική μελετά την συμπεριφορά των ατόμων των νοικοκυριών και των επιχειρήσεων δηλαδή με ποιον τρόπο ενεργούν, λαμβάνουν αποφάσεις και ποιος ο γνώμονάς τους στην λήψη αποφάσεων. Η μακροοικονομική από την άλλη πλευρά εξετάζει τις επιδράσεις των αποφάσεων μακροπρόθεσμα ως προς τον καταναλωτή και το περιβάλλον καθώς και τις επιδράσεις που θα υποστεί.

Διανύουμε μια εποχή όπου η χώρα ταλανίζεται από έναν φαύλο κύκλο οικονομικών προβλημάτων, ο οποίος έχει επηρεάσει σφοδρά το επίπεδο ζωής και κατ' επέκταση την αγοραστική συμπεριφορά των ανθρώπων. Οπότε αποτελεί εξαιρετικό ενδιαφέρον να διερευνηθεί η καταναλωτική συμπεριφορά των ατόμων, ως προς την οικονομική και οικολογική διάστασή της, ιδίως των ατόμων εκείνων που φοιτούν στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. (Λιανός, Παπαβασιλείου & Χατζηανδρέου, 2011)

Ο κύριος σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η διερεύνηση, μέσω εμπειρικής ανάλυσης, της αγοραστικής συμπεριφοράς, ως προς τις διαστάσεις της, των ατόμων που φοιτούν σε ιδρύματα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Ειδικότερα, η παρούσα μελέτη έχει ως στόχο τη διερεύνηση τυχόν διαφορών της αγοραστικής συμπεριφοράς ατόμων που φοιτούν σε οικονομικές σχολές και σε όλες τις υπόλοιπες. Επιπρόσθετα, θα εξεταστεί το κατά πόσο η οικονομική και κοινωνική κρίση στην οποία διέπεται η

χώρα, έχει επηρεάσει τις συνήθειες, τις επιλογές και τα αγοραστικά πρότυπα των ατόμων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

1.1 ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΣΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η βιωσιμότητα σαν ορισμός έχει να κάνει με την επιβίωση των έμβιων όντων μέσα σε μια κοινωνία και γενικότερα στο περιβάλλον στο οποίο διαμένουμε. Κύριος στόχος της είναι η μείωση των τοξικών αποβλήτων και των εκπομπών από τις ανθρώπινες δραστηριότητες καθώς και η ελαχιστοποίηση της αλόγιστης χρήσης των φυσικών πόρων. Η βιώσιμη ανάπτυξη αρχικά διατυπώθηκε μέσω της διάσκεψης για τα ανθρώπινο περιβάλλον που διοργανώθηκε από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών και έλαβε χώρα στην Στοκχόλμη το 1972. Έπειτα το 1987, διοργανώθηκε μια έκθεση με κεντρικό θέμα της « Διεθνή Επιτροπή σχετικά με την Περιβαλλοντική ανάπτυξη» και είχε ως στόχο της , την δημιουργία ενός νέου αναπτυξιακού δρόμου, ο οποίος ενισχύει την γενική πρόοδο των ανθρώπων και προωθεί την βιώσιμη και αειφορική ανάπτυξη. Το 1992 στην « Διάσκεψη της Γης» η οποία διοργανώθηκε στο Ρίο της Βραζιλίας στην οποία συμμετείχαν 108 αρχηγοί κρατών, υπεγράφη η συνθήκη “AGENDA 21” , το πρώτο ολοκληρωμένο βήμα το οποίο μαζικά προωθεί την βιώσιμη ανάπτυξη. Το 2002 στο συνέδριο το οποίο διεξάχθηκε στο Γιοχάνεσμπουργκ έγινε αποτίμηση και εκτίμηση των αποτελεσμάτων της συμφωνίας του Ρίο. Το θέμα της συγκεκριμένης διάσκεψης ήταν «Παγκόσμια Διάσκεψη για την Βιώσιμη Ανάπτυξη». Τέλος, στο συγκεκριμένο συνέδριο υπεγράφησαν συμφωνίες για την ουσιαστική αύξηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και βιώσιμων συνθηκών για τις κοινωνίες. Η βιώσιμη ανάπτυξη προκειμένου να επιτευχθεί σωστά, πρέπει να συνδυαστούν ποικίλες επιστήμες μερικές εκ των οποίων είναι οι οικονομικές επιστήμες, οι ανθρωπιστικές επιστήμες καθώς και η κοινωνιολογία. Γενικότερα με τον όρο ανάπτυξη εννοούμε την επίτευξη ή την επιδίωξη μίας ή περισσότερων μεταβολών στον κοινωνικό, οικονομικό, πολιτισμικό και τεχνολογικό τομέα μιας κοινωνίας, μιας χώρας ή ολόκληρης της γης. Δηλαδή με λίγα λόγια η ανάπτυξη συνδέεται με την εξέλιξη σε διαφόρους τομείς της ζωής μας, την καλυτέρευση της

ποιότητας ζωής μας καθώς και την διαμόρφωση ευνοϊκότερων συνθηκών για τις μελλοντικές γενιές. (Μητούλα, 2006)

Για να πετύχουμε μια βιώσιμη ανάπτυξη θα πρέπει πρώτα να επιτευχθεί η οικονομική ανάπτυξη έτσι ώστε να τονωθούν οι τοπικές και διεθνείς απασχολήσεις. Το παραπάνω έχει ως αποτέλεσμα να υπάρξει μια διαρκής ροή προϊόντων και υπηρεσιών που θα παρέχονται στους ανθρώπους και θα αξιοποιούνται πλήρως τα βιολογικά, παραδοσιακά προϊόντα καθώς και η πολιτισμική κληρονομία η οποία βελτιώνει την ποιότητα της ζωής μας. Προκειμένου να επιτευχθεί η βιώσιμη ανάπτυξη σύμφωνα με τις αρχές που εφάρμοσε η Επιτροπή και ο ΟΗΕ, εστιάζουν σε τρεις βασικούς άξονες, την αποτελεσματικότητα της οικονομίας, την κοινωνική δικαιοσύνη και την προφύλαξη από περαιτέρω κινδύνους το φυσικό περιβάλλον. Τα κυριότερα χαρακτηριστικά της βιώσιμης ανάπτυξης θα μπορούσαν να διατυπωθούν ως προς το χρόνο, το χώρο και την ολοκλήρωση των στόχων. Για μια ορθή βιώσιμη ανάπτυξη χρειάζεται να διαχειριστούμε επίσης τα απορρίμματα , όπως έχει παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια μέσω της ανακύκλωσης, της ανάκτησης, της αποτέφρωσης καθώς και η μείωση της ποσότητας των αποβλήτων έχουν συμβάλει σημαντικά στην διατήρηση του φυσικού μας περιβάλλοντος. (Μητούλα, Καλδής & Αστάρα, 2008)

Όλες οι χώρες πλέον αναζητούν τους τρόπους εφαρμογής της βιώσιμης ανάπτυξης, έτσι ώστε να μπορέσουν να αποκτήσουν και να χρησιμοποιήσουν τα αγαθά στο έπακρο και να μην δημιουργήσουν καμία αναταραχή στο περιβάλλον.. Πλέον, ο όρος βιωσιμότητα και η βιώσιμη ανάπτυξη δεν έχουν να κάνουν μόνο με οικολογικούς κλάδους της επιστήμης αλλά όπως προαναφέραμε με πλήθος άλλων κλάδων της επιστήμης. Η ορθή επικοινωνία και αλληλεξάρτηση των επιστημών θα μας οδηγήσει στην σωστή δόμηση των κυριότερών μας αναγκών (W. Nentwig, S. Bacher, R. Brandl, 2011). Βιώσιμη θα λέγαμε ότι είναι η ανάπτυξη η οποία καλύπτει τις ανάγκες των τωρινών γενεών αλλά φροντίζει έτσι ώστε να μην εκλείψει κάποιο αγαθό από τις επερχόμενες γενιές. Η βιώσιμη ανάπτυξη έχει σαν γνώμονές της το περιβάλλον, την οικονομία αλλά και τον πολιτισμό. Με την πάροδο των ετών, έχει παρατηρηθεί ότι η επιστήμη της βιώσιμης ανάπτυξης επιδρά σημαντικά στον τομέα τον περιβαλλοντικό, τον οικονομικό, τον τεχνολογικό και τον κοινωνικό. Εάν δεν

τηρηθεί από τις κυβερνήσεις οι συνθήκες που υπογράφηκαν τότε θα έχουμε σοβαρές επιπτώσεις στον περιβαλλοντικό τομέα καθώς θα υποβαθμιστεί τελείως το βιοτικό επίπεδο ζωής μας, το έδαφος και το υπέδαφος δεν είναι το ίδιο αποδοτικά και παραγωγικά. Το οξυγόνο θα μειωθεί με αποτέλεσμα τα έμβια όντα να αδυνατούν να ζήσουν στο συγκεκριμένο περιβάλλον, γι αυτό το λόγο τα είδη προς εξαφάνιση έχουν αυξηθεί κατά μεγάλα ποσοστά. Στον οικονομικό τομέα θα υπάρξει μεγάλη αύξηση της ανεργίας, η οποία θα πλήξει την εκάστοτε κυβέρνηση. Διότι εάν τηρούνται οι συνθήκες της βιώσιμης ανάπτυξης μεγάλες μερίδες ανθρώπων θα ξαναγυρίσουν στις χειρωνακτικές εργασίες και στην γεωργία, έτσι ώστε παράλληλα να μειώνεται και η ανεργία. Στον τεχνολογικό τομέα, θα παρατηρηθεί μια στασιμότητα εφόσον δεν θα παράγονται νέα τεχνολογικά μέσα προς χρήση, σε τομείς όπως η γεωργία, η αλιεία, η υλοτομία. Τέλος στον κοινωνικό-πολιτισμικό τομέα θα παρατηρηθεί ραγδαία αύξηση της αστικοποίησης η οποία θα επιφέρει πλήθος προβλημάτων με την εκπομπή επιβλαβών αερίων στην ατμόσφαιρα. (Αστάρια Όλγα, Ελένη Β, Καλδής Παναγιώτης, Μητούλα Ρόιδω, 2008)

Η Ελλάδα προσπαθεί με εντατικούς ρυθμούς να ενταχθεί σε προγράμματα βιώσιμης ανάπτυξης, ακολουθώντας μερικές από τις συνθήκες που έχουν ειπωθεί. Μερικοί τρόποι δημιουργίας βιώσιμης ανάπτυξης είναι η ορθή και μεθοδευμένη διαχείριση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας τις οποίες θα μελετήσουμε παρακάτω αλλά και οι εναλλακτικοί τρόποι διαχείρισης των στερεών αποβλήτων. Καθώς παρακάτω στην συνέχεια της εργασίας μας θα αναφερθούμε στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, στο συγκεκριμένο κομμάτι θα κάνουμε μια εισήγηση τον τρόπο διαχείρισης των στερεών αποβλήτων ο οποίος να συμβαδίζει με το πρότυπο μιας βιώσιμης ανάπτυξης. Όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε, διακρίνουμε την :

ΥΓΕΙΟΝΟΜΙΚΗ ΤΑΦΗ(ΑΠΟΘΕΣΗ)

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Ο πιο εύκολος και γρήγορος τρόπος για την απαλλαγή από τα απορρίμματα
- Χαμηλό κόστος απόθεσης των απορριμμάτων, εφόσον υπάρχουν ειδικοί χώροι απόθεσής τους.
- Τα ΧΥΤΑ μπορούν μετά την χρησιμότητά τους σαν χώροι απόθεσης απορριμμάτων αν χρησιμοποιηθούν και σαν κάτι εντελώς διαφορετικό.
- Εάν μια μονάδα ΧΥΤΑ είναι πλήρως εξοπλισμένη τεχνολογικά μπορεί να χρησιμοποιήσει το παραγόμενο βιοαέριο.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Ο μεγάλος και διαρκής όγκος των απορριμμάτων οδηγεί σε ταχεία πλήρωση του χώρου των ΧΥΤΑ
- Η τοποθέτηση των απορριμμάτων χωρίς την λήψη κάποιου μέτρου αφήνει τελείως ελεύθερες όλες τις εκπομπές τοξικών αερίων.
- Υπάρχει σοβαρή πιθανότητα κάτω από το ΧΥΤΑ να βρίσκεται μια υπόγεια πηγή η οποία να μολυνθεί, έτσι ώστε να μολύνεται το υδάτινο περιβάλλον σταδιακά.
- Η δημιουργία νέων χώρων φαντάζει απίθανη διότι για την δημιουργία τους χρειάζονται αρκετά στρέμματα γης.
- Η περίοδος φροντίδας των χώρων είναι μεγαλύτερη από την περίοδο χρήσης των συγκεκριμένων χώρων.

ΚΟΜΠΟΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Αποτελεί συμπληρωματική μέθοδο της ανακύκλωσης
- Μέσω της κομποστοποίησης γίνεται η ανάκτηση όλων των οργανικών υλών που περιέχουν τα απορρίμματα.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Προκειμένου να κομποστοποιηθούν τα απορρίμματα χρειάζεται μεγάλο χρονικό περιθώριο για την ολοκληρωτική ζύμωση τους.
- Επρόκειτο να υπάρξουν έντονα προβλήματα δυσοσμίας όχι μόνο στον χώρο στον οποίο πραγματοποιείται η κομποστοποίηση αλλά γενικότερα στην ευρύτερη περιοχή.
- Για να φτιαχτεί η ανάλογη μονάδα το κόστος που χρειάζεται να επενδυθεί είναι αρκετά υψηλό.

ΚΑΥΣΗ

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Η μείωση των στερεών αποβλήτων είναι αισθητή
- Η καύση των στερεών απορριμμάτων αποτελεί ταυτόχρονα και πηγή ενέργειας
- Ο χώρος εγκατάστασης μιας τέτοιας μονάδας είναι μικρός, έτσι δεν καταλαμβάνει μεγάλες εκτάσεις γης, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν με ποικίλους τρόπους.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Τα αέρια που αποβάλλονται είναι καρκινογόνα για την υγεία μας
- Η αλλαγή στα φίλτρα καθαρισμού χρειάζεται να γίνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα λόγω της συσσωρευμένης τέφρας.

Για τους παραπάνω λόγους που αναφέραμε η Ελλάδα προκειμένου να πετύχει την βιώσιμη ανάπτυξη και να μειώσει τους ρύπους, τα απορρίμματα αλλά και να ωθήσει τους πολίτες να χρησιμοποιήσουν ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, στράφηκε προς την **ανακύκλωση**. Η μέθοδος της **ανακύκλωσης** προσφέρει πλήθος πλεονεκτημάτων μερικά εκ των οποίων είναι

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Η απόθεση και η μείωση των απορριμμάτων γίνεται σε τέσσερα βασικά στάδια και διαχωρίζει τα απορρίμματα στα τέσσερα βασικά πρωταρχικά στοιχεία τους(χαρτί, γυαλί, μέταλλο, πλαστικό)
- Γίνεται άμεσος διαχωρισμός των βλαβερών ουσιών έτσι ώστε να μην έρθει σε κίνδυνο η προσωπική μας υγεία
- Γίνεται ταυτόχρονη εξοικονόμηση πρώτων υλών και περιορισμός της κατάχρησης τους στο μέλλον
- Μέσω των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας αλλά και των φυσικών πόρων, διατηρούνται αβλαβείς οι φυσικοί πόροι του πλανήτη
- Χρειάζεται η ενεργή συμμετοχή όλων των πολιτών καθώς παρατηρούμε και διαρκή ενημέρωση και εκπαίδευση των πολιτών από πολύ μικρές ηλικίες
- Το κόστος περισυλλογής είναι μηδαμινό

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Διότι χρειάζεται η συλλογική βοήθεια όλων των πολιτών αποτελεί ένα μειονέκτημα
- Η επαναχρησιμοποίηση των ανακυκλωμένων προϊόντων δεν βρίσκει θετικές πολλές βιομηχανίες, λόγω της πιθανής αλλοίωσης της ποιότητας των προϊόντων. (Λουλετζόγλου, 2011) (Ανδρεαδάκης et al. 2000)

1.2) ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ

Οι ρυθμοί ζωής με τους οποίους ζούμε την σήμερα ημέρα είναι ταχείς και αγχωτικοί καθώς δεν είμαστε σε θέση να διαχειριστούμε πολλά γεγονότα που συμβαίνουν τριγύρω μας. Λόγω της τρέχουσας οικονομικής κατάστασης που διανύει η χώρα μας αλλά και γενικότερα όλος ο κόσμος, έχουν αυξηθεί σε μεγάλο βαθμό, τα επίπεδα της φτώχειας η οποία είτε με έμμεσο , είτε άμεσο τρόπο μολύνει το περιβάλλον δημιουργώντας παράλληλα ένα περιβαλλοντικό άγχος. Οι άνθρωποι που βρίσκονται κάτω από τα όρια της φτώχειας, πολλές φορές προκειμένου να επιζήσουν καταστρέφουν το περιβάλλον καθώς και τους καρπούς και τις πηγές του περιβάλλοντος, το οποίο όμως έχει σημαντική επίδραση για την γονιμότητα του εδάφους (Miller G Tyler, George Tyler, 2004). Μερικές πράξεις στις οποίες θα προβούν τα άτομα αυτά είναι η κοπή δέντρων , προκειμένου να δημιουργήσουν ένα κατάλυμα για να επιβιώσουν καθώς και ένα μέσο για θέρμανση. Θα χρησιμοποιήσουν σε μεγάλο βαθμό περιθωριακή γη και θα συσσωρευτούν όλοι σε πυκνοκατοικημένες περιοχές, το οποίο θα έχει ως άμεσο αποτέλεσμα την αύξηση των αποβλήτων. (Ε.Σαρδιανού, Ι. Κωστάκης, Ρ. Μητούλα, 2015)

Το 1970 δημιουργήθηκε ένας ενιαίος συνειρμός από την Ευρωπαϊκή Ένωση ο οποίος σχετιζόταν με το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ αλλά και την περιβαλλοντική εκπαίδευση στα σχολεία. Την δεκαετία του 90 δημιουργήθηκαν πιο ισχυροί συνειρμοί καθώς και ιδέες περί της περιβαλλοντικής ανάπτυξης, του περιβαλλοντικού μάνατζμεντ καθώς και της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης. Αυτό επιτεύχθηκε διότι χρησιμοποιήθηκαν πλήθος τεχνολογικών μέσων και πολύπλευρες μελέτες οι οποίες εξέταζαν όλους τους τομείς, ενώ τα παλαιότερα χρόνια γινόταν μια πιο προσωπική προσέγγιση περί του θέματος. Το κύριο στοιχείο που περιβαλλοντικού μάνατζμεντ είναι η ισχυρή σχέση μεταξύ δύο συστατικών τα οποία το συμπληρώνουν: είναι η εκπαίδευση της περιβαλλοντικής συμπεριφοράς με σκοπό την προφύλαξη και της βελτίωσης του φυσικού περιβάλλοντος στο οποίο διαμένουμε.

Το άλλο συμπληρωματικό στοιχείο χρησιμεύει για την ανάπτυξη και την βελτίωση της ποιότητας της ζωής μας καθώς και των ανθρώπινων κοινοτήτων, αυτό το συναντάμε πάρα πολύ ιδίως τα τελευταία χρόνια που έχει αναπτυχθεί το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ.

Το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ έχει δημιουργηθεί για να αναπτύσσει και να διαμορφώνει ανάλογα με τις απαιτήσεις τις εκάστοτε κοινωνίας, ένα πρότυπο ζωής και μια βιώσιμη ανάπτυξη έτσι ώστε τα άτομα που διαμένουν εκεί να απολαμβάνουν όλους τους φυσικούς πόρους που τους παρέχονται. Μέσω του περιβαλλοντικού μάνατζμεντ επιτυγχάνεται η ολοκλήρωση των αναγκών χωρίς όμως να υποσκιάζονται οι ανάγκες των επόμενων γενεών, οι οποίες λόγω των ταχέων ρυθμών ζωής θα είναι αυξημένες. Επιπλέον το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ έχει δημιουργηθεί με σκοπό την διαρκή μετατροπή των επιλογών μας και των ρυθμών ζωής μας έτσι ώστε να επιτευχθεί η παράλληλη αύξηση των φυσικών αποθεμάτων.

Το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ το οποίο προσπαθούν να εφαρμόσουν οι κυβερνήσεις έχει ως στόχο του την μείωση των κινδύνων που διατρέχει το περιβάλλον καθώς και τα προγράμματα που δημιουργήθηκαν για αυτό τον σκοπό. Οι περισσότερες κυβερνήσεις προβαίνουν σε κινήσεις οι οποίες είναι υπεύθυνες για τις αποφάσεις που παίρνονται σχετικά με το περιβάλλον καθώς και από τα φυσικά αποθέματα που διαθέτει μια χώρα. Τέτοιου είδους αποφάσεις λαμβάνονται από «κεφάλια» εθνών, υψηλόβαθμα στελέχη καθώς και υπουργούς. Επιπροσθέτως το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ αποσκοπεί στο να περιοριστεί η υπαίθρια ορυχεία, οι εξωρίξεις, η υπεραλίευση και οι βιομηχανίες που πλήττουν την φύση. (Chapman , Duane, 1999)

Το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ εμπεριέχει την περιβαλλοντική επιστήμη η οποία μελετά την αλληλεπίδραση όλων των έμβιων όντων μέσα στο περιβάλλον. Είναι η κοινωνική και φυσική επιστήμη που εμπεριέχει ένα ευρύ φάσμα ειδικοτήτων μεταξύ των οποίων η φυσική, η χημεία, η βιολογία , η οικολογία, η γεωγραφία, η γεωλογία καθώς και η τεχνολογία φυσικών πόρων. Σημαντική πρόοδος έχει σημειωθεί τα τελευταία πενήντα χρόνια με την βοήθεια του περιβαλλοντικού μάνατζμεντ αλλά ακόμα δεν έχουμε παρατηρήσει τις επιπτώσεις όλων των περιβαλλοντικών προβλημάτων στην υγεία μας . Με τις λιγοστές πληροφορίες που μας παρέχονται αλλά και με τα δεδομένα τεχνολογικά μέσα που διαθέτουμε δεν μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα ενιαίο περιβαλλοντικό πλάνο έτσι ώστε να να το χρησιμοποιήσουν όλες οι κυβερνήσεις το οποίο θα ελαχιστοποιήσει τα περιβαλλοντικά προβλήματα που διατρέχουμε.

Πολλές χώρες λόγω της έλλειψης περιβαλλοντικού μάνατζμεντ δεν έχουν καταφέρει να εξασφαλίσουν αρκετό γόνιμο έδαφος, καθαρό νερό καθώς και καθαρό αέρα.

Έχουν υποστεί επίσης σοβαρά πλήγματα στην βιοποικιλότητα τους και στην περιβαλλοντική τους ανάπτυξη. Σύμφωνα με πλήθος αναλυτών έχουν υποστηρίξει ότι προκειμένου ένα κράτος θα παραμείνει ασφαλές, δηλαδή προκειμένου να επιτευχθεί η εθνική ασφάλεια πρέπει πρώτα να υπάρξει περιβαλλοντική σταθερότητα και περαιτέρω ανάπτυξη (Miller G Tyler, George Tyler, 2004) . Έως και σήμερα προκειμένου να αναπτυχθεί το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ έχουν δημιουργηθεί σε 115 έθνη γραφεία περιβαλλοντικού μάνατζμεντ και έχουν υπογραφεί παραπάνω από 150 συνθήκες για περιβαλλοντική ανάπτυξη, περιβαλλοντική ασφάλεια και περιβαλλοντικό μάνατζμεντ. Οι συνθήκες οι οποίες έχουν υπογραφεί στοχεύουν στην τρύπα του όζοντος, την μόλυνση των υδάτων, την παγκόσμια θέρμανση και την διαφύλαξη της βιοποικιλότητας των χωρών. Στην διάσκεψη η οποία έλαβε χώρα το 1972 στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής με στόχο το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ και που έλαβε εφαρμογή τον Ιούνιο του 1992.

Προκειμένου μια κυβέρνηση να θέσει σε δράση ένα πλάνο περιβαλλοντικού μάνατζμεντ πρέπει να υιοθετήσουν οι κάτοικοι της χώρας μια συγκεκριμένη στρατηγική η οποία αποτελείται από μερικά βήματα τα οποία διαμορφώθηκαν το 1993 από τον Mc Daniel et al. Αρχικά να δημιουργηθεί μια ηγεσία η οποία έχει ως πρότυπο περιβαλλοντικές αρχές και να δρα σύμφωνα με αυτές. Έπειτα να δημιουργηθεί και αν αφομοιωθεί η περιβαλλοντική συνείδηση από τις μικρές ηλικίες. Εκτός αυτού να επενδύσει σαν κράτος στην εκπαίδευση των εργαζομένων σύμφωνα με περιβαλλοντικά πρότυπα. Ακολουθεί η ενημέρωση των κατοίκων για το πράσινο σχέδιο της εκάστοτε κυβέρνησης . Παρατηρείται η διάθεση όλων των επαρκών πόρων προκειμένου να επιτευχθεί η περιβαλλοντική δέσμευση. Στο τέλος ενός ερευνητικού πλάνου παρατηρούμε την ανταπόκριση των πολιτών καθώς και το ποσοστό επιτυχίας του περιβαλλοντικού μάνατζμεντ που εφαρμόστηκε. (Σύρρος, 2011)

1.3) ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ

Η ταχύτητα διάδοσης τους σημερινού καταναλωτικού τρόπου ζωής σε όλο τον κόσμο σηματοδοτεί τις αλλαγές που έχει υποστεί ο άνθρωπος σε όλη του την ζωή. Με τις αλλαγές που έχει επιφέρει η τεχνολογία και οι επιστήμες, το εύρος των αγορών και οι καταναλωτικές συνήθειες επηρεάζονται διαρκώς και για αυτό τον λόγο πρέπει οι καταναλωτές να προσαρμόζονται σε νέα καταναλωτικά πρότυπα. (Γυφτάκη, 2009)

Η κατανάλωση και οι καταναλωτικές συνήθειες αποτελούν κινητήριο μοχλό σε έναν παγκοσμιοποιημένο κόσμο. Μερικές απόψεις που έχουν δημιουργηθεί γύρω από την κατανάλωση και τις καταναλωτικές συνήθειες είναι « Καταναλώνουμε για να ζούμε ή ζούμε για να καταναλώνουμε;». Επιπροσθέτως η άποψη ότι καταναλώνουμε την σήμερον ημέρα για την κάλυψη πραγματικών ή ψεύτικων αναγκών; (Παμπούκη, 2010)

Η συμπεριφορά των καταναλωτών αποτελεί τον σημαντικότερο παράγοντα στον κλάδο της κατανάλωσης και του μάρκετινγκ, διότι από εκεί ξεκινά κάποιος με σκοπό την διαμόρφωση μιας «στρατηγικής» προκειμένου οι καταναλωτές να προβούν σε αγορές. Καταναλωτική συμπεριφορά και καταναλωτικές συνήθειες έχουν οριστεί οι ενέργειες τις οποίες λαμβάνουν οι άνθρωποι προκειμένου να λάβουν και στην συνέχεια καταναλώσουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Ο Abraham Maslow θεωρείται ο πατέρας της ανθρώπινης ψυχολογίας ο οποίος μελέτησε κατά κύριο λόγο τις ανάγκες των ανθρώπων και τις ταξινόμησε σε πέντε βασικές κατηγορίες. Ο Abraham Maslow στο έργο του ιεραρχεί αυτές τις πέντε βασικές ανάγκες των ανθρώπων σε μια πυραμίδα, η οποία προκειμένου να ολοκληρωθεί πρέπει να υλοποιηθεί το πρώτο στάδιο για να μεταβεί ο άνθρωπος στο επόμενο. Στην αρχή της πυραμίδας παρατηρούμε, τις φυσιολογικές ανάγκες, τις ανάγκες ασφάλειας, τις κοινωνικές ανάγκες, τις ανάγκες αναγνώρισης και την ανάγκη αυτοπραγμάτωσης (Maslow 1954) :

Φυσιολογικές ανάγκες: Σε αυτές τις ανάγκες συγκαταλέγεται η ανάγκη για τροφή, για νερό, ένδυση, καθώς και για θέρμανση και για στέγη. Αυτές οι ανάγκες είναι πρωταρχικές για την επιβίωση των ανθρώπων και γενικότερα όλων των έμβιων όντων.

Ανάγκες ασφάλειας: Οι ανάγκες ασφαλείας χωρίζονται σε δυο βασικές κατηγορίες. Στην πρώτη κατηγορία παρατηρούμε την ανάγκη για ασφάλεια σωματική και ψυχολογική, δηλαδή ο κάθε άνθρωπος να ναι σωματικά και ψυχολογικά αβλαβείς έξω στην κοινωνία και στην προσωπική τους οικία. Η δεύτερη κατηγορία ασφάλειας είναι η δυνατότητα το άτομο να μπορεί εκφραστεί μόνο του, να ονειρευτεί να πραγματοποιήσει τις φιλοδοξίες του. Είναι η ελευθερία λόγου και η ελευθερία κοινωνικοποίησης.

Κοινωνικές ανάγκες: Είναι οι ανάγκες των ανθρώπων για ολοκλήρωση ψυχολογική, καθώς μέσω των κοινωνικών επαφών ο άνθρωπος νιώθει αποδεκτός στο ευρύτερο σύνολο. Πέρα από την ανάγκη της ολοκλήρωσης, ο άνθρωπος κατά την ένταξή του σε μια κοινωνική ομάδα λαμβάνει μαθήματα ζωής καθώς και αγάπη.

Ανάγκες αναγνώρισης: Είναι η ανάγκη του ανθρώπου, να γίνει ευρέως αποδεκτός από τον κοινωνικό του περίγυρο. Έχει την ανάγκη απόκτησης κύρους και την δημιουργία μια σταθερής θέσης μέσα στην κοινωνία στην οποία ζει.

Ανάγκη για αυτοπραγμάτωση: Είναι η ανάγκη των ανθρώπων να αναπτύξουν τις ικανότητες και τις δυνατότητες τους στο μέγιστο για αυτούς δυνατό σημείο. Εάν ένα άτομο νιώσει ασφάλεια και εμπιστοσύνη τότε θα μπορέσει να αναπτύξει όλα τα χαρίσματά του στο έπακρο.

Ο πατέρας της ανθρωπιστικής ψυχολογίας Abraham Maslow καθώς κατέγραφε τις ανθρωπιστικές ανάγκες των ανθρώπων, έκανε μια ουσιώδη διαπίστωση ως προς τις καταναλωτικές συνήθειές τους οι οποίες εκπληρώνονται με λανθασμένη στρατηγική. Ένα από τα συχνότερα λάθη που κάνουν οι καταναλωτές κατά την εκπλήρωση των καταναλωτικών τους αναγκών, είναι η ταυτόχρονη εκπλήρωση όλων τους των αναγκών. Προκειμένου να καλύψουν όλες τους τις ανάγκες, αποτυγχάνουν να τις καλύψουν σωστά και ολοκληρωμένα. Επιπροσθέτως ένας άνθρωπος προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες του μπορεί να πιστεύει ότι ανήκουν σε υψηλότερα κλιμάκια της πυραμίδας ενώ να ανήκουν σε χαμηλότερα και να μην εκπληρώνονται ολοκληρωμένα. Τέλος ο Abraham Maslow υποστήριξε ότι ο κάθε άνθρωπος είναι διαφορετικός, έχει διαφορετικές ανάγκες και διαφορετικές απαιτήσεις συνεπώς το

μέτρο ικανοποίησής των καταναλωτικών απαιτήσεων είναι υποκειμενικό και προκειμένου να μεταβεί σε επόμενο στάδιο θα πρέπει να το κρίνει μόνος του.

Μια ακόμη θεωρία που αναπτύχθηκε ήταν από τον Sigmund Freud ο οποίος υποστήριξε, ότι ο κάθε άνθρωπος αποτελείται από τέσσερις ξεχωριστές διαστάσεις οι οποίες συνθέτουν την συμπεριφορά του ανθρώπου. Η θεωρία του Sigmund Freud έχει απήχηση και στις καταναλωτικές συνήθειες και στα καταναλωτικά πρότυπα των ανθρώπων. Αρχικά αναφέρεται στην σκέψη των καταναλωτών, δηλαδή οι αγοραστικές κινήσεις των καταναλωτών πώς προέκυψαν, για ποιο λόγο και που αποσκοπούν. Στην συνέχεια αναφέρθηκε στο υποσυνείδητο, το οποίο σχετίζεται με τον αυθορμητισμό των ανθρώπων. Το υποσυνείδητο πολλές φορές μας εξωθεί στην αγορά και την κατανάλωση αγαθών χωρίς κάποιο προφανή λόγο, καθώς μπορεί ο καταναλωτής να είναι επηρεασμένος από κάποιον άλλον παράγοντα. Επόμενο στοιχείο προς ανάλυση στην συγκεκριμένη θεωρία είναι το εγώ των ανθρώπων, το οποίο είναι το συνειδητό μέρος των ανθρώπων. Το εγώ των ανθρώπων είναι υπεύθυνο για τις αποφάσεις που παίρνει ο άνθρωπος σε όλη την διάρκεια της ζωής του καθώς και οι καταναλωτικές του αποφάσεις. Το εγώ μας εξωθεί στις ανάλογες καταναλωτικές μας πράξεις καθώς προσπαθούμε να καλύψουμε τις δικές μας ανάγκες και επιθυμίες. Τελευταίος παράγοντας που αναλύθηκε από τον Sigmund Freud είναι το υπereγώ των ανθρώπων, το οποίο είναι μια μεταίχμια κατάσταση η οποία πηγάζει και από το εγώ των ανθρώπων και από το υποσυνείδητο. Πολλές φορές ένας άνθρωπος κατά την διάρκεια της ζωής του ακόμα και αν είναι για την αγορά ενός αγαθού μπορεί να μην έχει αποσαφηνίσει πλήρως για ποιο λόγο προβαίνει σε μια τέτοια ενέργεια. Μπορεί να ακολουθήσει ένα καταναλωτικό πρότυπο το οποίο να μην είναι σίγουρος πλήρως γιατί το ακολουθεί. (Μυλωνά, 2009)

Υπάρχει πλήθος δράσεων που συμπεριλαμβάνονται στον ορισμό της καταναλωτικής συμπεριφοράς και των καταναλωτικών συνηθειών. Αρχικά ο καταναλωτής αποκτά ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Δηλαδή θα κάνουμε μια αναφορά στο τι ώθησε τον καταναλωτή να προβεί στην αγορά του συγκεκριμένου προϊόντος. Κατά την απόκτηση ενός προϊόντος ο καταναλωτής πληροφορείται σχετικά με το αγαθό, εξετάζει όλες τις πιθανές επιλογές που υπάρχουν. Η μελέτη της καταναλωτικής συμπεριφοράς εξετάζει τις τρέχουσες συνήθειες και ανάγκες των καταναλωτών, τι τους συμφέρει και πως και από πού μπορούν να το προμηθευτούν. Έπειτα ακολουθεί η κατανάλωση η οποία απαντά πλήθος ερωτημάτων μερικών εκ των οποίων είναι πως

καταναλώνεται ένα προϊόν, που καταναλώνεται και τότε, καθώς και για ποιο σκοπό καταναλώνεται. Η κατανάλωση ενός προϊόντος μπορεί αν γίνει οπουδήποτε και με οποιονδήποτε τρόπο και σκοπό, γι αυτό το λόγο οι μαρκετίστες μελετούν διεξοδικά τα παραπάνω δεδομένα προκειμένου να διαμορφώσουν μια στρατηγική έτσι ώστε να προσελκύσουν περισσότερους καταναλωτές. Το τελευταίο κομμάτι που χρειάζεται να μελετηθεί προκειμένου να δημιουργηθεί η στρατηγική είναι το πέταμα, το οποίο περιλαμβάνει το πώς οι καταναλωτές ξεφορτώνονται το συγκεκριμένο προϊόν. Εκεί εστιάζει η οικολογική πλευρά της στρατηγικής, η οποία οφείλει να δημιουργεί συσκευασίες, πακέτα φιλικά προς το περιβάλλον και μετά την χρησιμοποίησή τους.

Ύστερα από πολλές μελέτες και θεωρίες που έχουν αναπτυχθεί γύρω από τις καταναλωτικές συνήθειες που παρακινούν και παροτρύνουν τους καταναλωτές να αγοράσουν ένα προϊόν, ερευνητές και ειδικοί διαμόρφωσαν μια ιδέα, την ιδέα του John Devey's, η οποία αφορά την εξελικτική συμπεριφορά (Archer, J., 2001). Η συγκεκριμένη έρευνα είναι βασισμένη στο πως οι άνθρωποι παίρνουν αρχικά κάποιες αποφάσεις και ύστερα συνεχίζουν να ενημερώνονται και να ενδιαφέρονται για καινούργιες καινοτόμες ιδέες. Ένας καταναλωτής ακόμα και αν έχει πλήθος επιλογών οι οποίες είναι διαθέσιμες για εκείνον συνήθως δρα με την λογική και το συναίσθημα και είναι γνώστης των πράξεων του καθώς και των αποτελεσμάτων που θα του επιφέρει η συγκεκριμένη καταναλωτική συμπεριφορά. Η καταναλωτική συμπεριφορά καθώς και οι συνήθειες τις οποίες έχουμε, έχει παρατηρηθεί ότι επηρεάζεται και διαμορφώνεται από πολλούς παράγοντες μερικοί εκ των οποίων είναι οι γενικές διαφορές, επιρροές από το περιβάλλον και ψυχολογική κατάσταση. Στην πρώτη κατηγορία των γενικών διαφορών που θα μελετήσουμε, περιλαμβάνονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, οι αξίες και η προσωπικότητα του καταναλωτή. Δηλαδή τις διαφορετικές επιρροές που δέχεται ένας καταναλωτής, την στρατηγική που ακολουθεί ένας καταναλωτής καθώς και την αγοραστική συμπεριφορά που θα ακολουθήσει.

Οι καταναλωτικές συνήθειες οι οποίες ορίζονται από τρεις παράγοντες, τον παράγοντα χρόνο, δηλαδή πόση ώρα δαπανάμε για την αγορά των προϊόντων μας. Έπειτα ο παράγοντας χρήματα, δηλαδή πόσα χρήματα έχουμε προς δαπάνη έτσι ώστε να αποκτήσουμε τα αγαθά που επιθυμούμε και στις ποσότητες που εμείς οι ίδιοι επιθυμούμε. Στην συνέχεια ακολουθεί ο παράγοντας πληροφορίες, δηλαδή τι γνωρίζουμε σχετικά με το προϊόν που επιθυμούμε να αποκτήσουμε, τι ξέρουμε για

την παρασκευή του αγαθού, την φύλαξη και την διανομή του συγκεκριμένου αγαθού. Τέλος παρατηρούνται οι εξελικτικές συμπεριφορές, με την πάροδο των ετών οι καταναλωτικές συνήθειες καθώς και η μόδα προς την αγορά προϊόντων έχει διαφοροποιηθεί. Η εξελικτική συμπεριφορά έχει ως στόχο την ανανέωση και την δημιουργία νέων αναγκών του καταναλωτή, οι οποίες χρήζουν εκπλήρωσης προκειμένου να παραμείνει ικανοποιημένος από την αγορά του.

Στις *γενικές διαφορές* συμπεριλαμβάνεται και η παρακίνηση κατά την οποία οι ψυχολόγοι και έμποροι έχουν διεξάγει πλήθος ερευνών και ποικιλία μελετών προκειμένου να καταλάβουν τις καταναλωτικές συνήθειες των καταναλωτών και πως οι ίδιοι ενεργούν. Ποιες είναι οι προθέσεις τους για την αγορά των προϊόντων, που αποσκοπούν ύστερα από την απόκτησή τους και τι περιμένουν σαν αποτέλεσμα, μια συναισθηματική ή υλική ολοκλήρωση.

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό αποτελεί η *γνώση* την οποία καταλαμβάνει ένας καταναλωτής και την χρησιμοποιεί προκειμένου να ενημερωθεί για την διαθεσιμότητα ενός προϊόντος σε ένα συγκεκριμένο κατάστημα, που και τότε να αγοράσουμε ένα συγκεκριμένο αγαθό. Κατά την διεξαγωγή μιας προώθησης ή μιας διαφήμισης παρέχονται σημαντικές πληροφορίες στους καταναλωτές, ώστε να τους βοηθήσει στην έπαρση των αποφάσεών τους.

Τελευταίο χαρακτηριστικό των γενικών διαφορών αποτελεί η *συμπεριφορά*, η οποία μπορεί να ποικίλει είτε να είναι μια δυναμική συμπεριφορά η οποία να μην επηρεάζεται από άλλες απόψεις, στάσεις είτε ακόμα και από μάρκες ή επώνυμα προϊόντα. Όμως κάλλιστα μια συμπεριφορά μπορεί να είναι εύκολα επηρεασμένη από τα παραπάνω δεδομένα. Μια στάση δηλώνει μια ολική άποψη και την αξιολόγηση των αγαθών είτε αρνητικά είτε θετικά, ο ρόλος των στάσεων κατέχει σημαντικό ρόλο διότι μιας και διαμορφωθούνε εμφυτεύονται στο υποσυνείδητο των ανθρώπων και είναι πολύ δύσκολο να μεταβληθούνε.

Στην συνέχεια θα μελετήσουμε εκτός από τις γενικές διαφορές, τις περιβαλλοντικές επιρροές, οι οποίες συμπεριλαμβάνουν την ιστορία ενός τόπου, την κληρονομιά του, την κοινωνική τάξη των ατόμων, τις πεποιθήσεις της οικογενείας, την προσωπική γνώμη και την τρέχουσα κατάσταση των ατόμων.

Η ιστορία και η κληρονομιά χρησιμοποιείται σαν μεταβλητή σε πολλές έρευνες και μελέτες διότι κατέχει σημαντικό ρόλο για την διεκπεραίωση τους. Καθώς σε αυτό τον τομέα συγκαταλέγονται οι αξίες, οι ιδέες, τα τεχνάσματα και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά μιας περιοχής. Οι παραπάνω παράγοντες μπορούν να λάβουν καθοριστικό ρόλο μέσα σε μία έρευνα καθώς μπορούν να μεταβάλλουν την «σχέση» μεταξύ των καταναλωτών και ενός αγαθού καθώς και την όλη εικόνα της κοινωνίας προς ένα αγαθό.

Η κοινωνική τάξη κατέχει σημαντικό ρόλο στον διαχωρισμό των υποομάδων μέσα σε μια κοινωνία. Διότι ανάλογα σε ποια κοινωνική τάξη βρίσκεται ένας καταναλωτής θα πράξει αναλόγως, θα επηρεαστεί από τα μοντέλα της εκάστοτε κοινωνικής τάξης και θα ενεργήσει διαφορετικά στις αγορές του.

Η οικογένεια ίσως αποτελεί τον πιο σημαντικό παράγοντα κατά την προσωπική μου άποψη, καθώς προκειμένου να προβεί ένας καταναλωτής στην αγορά ενός προϊόντος. Μέχρι και πριν μερικά χρόνια, ο καταναλωτής συμβουλευόταν πλήρως τα υπόλοιπα μέλη της οικογενείας του πριν την αγορά ενός αγαθού, καθώς σύγκριναν όλοι τις πληροφορίες τους και μέσω αυτής της συζήτησης προέκυπτε ένα αποτέλεσμα. Εάν ανατρέξουμε πολλές φορές και στις δικές μας αποφάσεις παρατηρούμε ότι σε μια μεγάλη μερίδα επιλογών συμβουλευτήκαμε τα άτομα της οικογενείας μας.

Η προσωπική επιρροή που δέχεται ο καθένας ποικίλει λόγω του χαρακτήρα του ατόμου όπως μελετήσαμε και πιο πριν. Οι καταναλωτές ιδίως τα τελευταία χρόνια με όλες τις ραγδαίες εξελίξεις που έχουν προκύψει σε πολλούς τομείς της καθημερινότητας, όπως η ένδυση, η διατροφή μας και το κοινωνικό κύρος των ανθρώπων, καθώς και η ανάπτυξη του περιβαλλοντικού μάνατζμεντ, έχουν αλλάξει τις καταναλωτικές συνήθειες και την καταναλωτική συμπεριφορά των καταναλωτών. Συχνά οι καταναλωτές δέχονται πολύ πειστικές επιρροές από συγγενείς, φίλους ακόμα και τρίτα άτομα οι οποίες έχουν ως στόχο την μεταβολή κάποιων προτιμήσεών τους. Όλα τα παραπάνω έχουν ως τελικό αποτέλεσμα να προκύπτει ένα αποτέλεσμα, μια απόφαση η οποία να μην είναι εξολοκλήρου δικιά τους.

Η τρέχουσα κατάσταση στην οποία βρίσκεται ο καταναλωτής. Με τον όρο αυτό εννοούμε ότι καθώς οι συμπεριφορές, οι αντιλήψεις και η μόδα μεταβάλλονται έτσι αλλάζουν και οι καταστάσεις. Πολλές φορές οι καταστάσεις που προκύπτουν ύστερα από την αλληλουχία διαρκών πράξεων μπορεί να ναι απρόσμενες και να πρέπει ο

καταναλωτής να ενσωματωθεί σε αυτές. Για παράδειγμα μια επερχόμενη προαγωγή θα βοηθήσει και θα τονώσει έναν καταναλωτή να κάνει πιο πολλές αγορές, ενώ μια απόλυση θα τον βάλει σε δύσκολη θέση με αποτέλεσμα να σκέφτεται πολλούς παράγοντες πριν την αγορά ενός αγαθού. (Wells, William, 1996)

1.4 ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ

Η έννοια του οικολογικού αποτυπώματος είχε αρχικά οριστεί από τον Wackernagel και Rees (1996). Ως στόχος του οικολογικού αποτυπώματος ήταν να μάθουν οι ερευνητές που διεξήγαγαν αυτή την έρευνα με τι ρυθμό καταναλώνονται οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας του πλανήτη μας. Στην τρέχουσα περίοδο οι άνθρωποι καταναλώνουν πολύ περισσότερο απ' ό,τι παράγουν καθώς επίσης καταναλώνουν αλόγιστα τους φυσικούς διαθέσιμους πόρους. Σύμφωνα με μελέτες που έχουν διεξαχθεί όπως θα δούμε και παρακάτω, ένας μέσος άνθρωπος καταναλώνει σε μία εβδομάδα ό,τι θα κατανάλωνε κάποιος το 1800 σε έναν χρόνο. Από το 1980 καταναλώνουμε πολύ περισσότερο απ' ό,τι μπορεί να προσφέρει η γη, σε βιολογικά αγαθά. Όλα αυτά οφείλονται σε πολλούς τομείς οι κυριότεροι εκ των οποίων είναι η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, η οποία προκαλεί υπερκατανάλωση ιδίως στις αναπτυγμένες χώρες. Εκτός αυτού το χαμηλό κόστος παραγωγής των αγαθών, δίνει την δυνατότητα στην μεγαλύτερη μερίδα των καταναλωτών να αγοράζουν πλήθος αγαθών, πολλές φορές όμως προβαίνουν σε αλόγιστη χρήση των αγαθών αυτών. Επιπλέον λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας υπάρχουν αυξημένες ανάγκες οι οποίες προκειμένου να καλυφθούν δαπανούν μεγάλα ποσά ανανεώσιμων φυσικών πόρων. Τέλος υπάρχουν οι τεχνητές ανάγκες, οι οποίες δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια σαν υπαίτιο όλων των παραπάνω παραγόντων, για παράδειγμα η ανάγκη για κατανάλωση ντομάτας ή φράουλας σε διαφορετική εποχή από την περίοδο παραγωγής τους. Τα στατιστικά που προέκυψαν από μελέτες που διεξήχθησαν έδειξαν ότι από το 2003 το οικολογικό αποτύπωμα ήταν 25% μεγαλύτερο από το επιτρεπτό. Εάν συνεχιστεί η κατάσταση με τέτοιους ρυθμούς έχει υπολογιστεί ότι το 2050 ο πλανήτης μας θα χρειάζεται δύο ολόκληρα χρόνια προκειμένου να ανανεώσει

ότι εμείς οι ίδιοι καταναλώνουμε. Για να μπορέσουμε να εφαρμόσουμε πλήρως το οικολογικό αποτύπωμα θα πρέπει πρώτα εμείς οι ίδιοι να μάθουμε να αναγνωρίζουμε τις προσωπικές μας ανάγκες και πώς να τις εκπληρώσουμε (Thomas Wiedmann , Jan Minx , John Barrett , Mathis Wackernagel). Επίσης πώς να δρούμε ορθά και να αξιοποιούμε πλήρως την αγοραστική μας δύναμη. Επιπροσθέτως να προσαρμόσουμε όσο το δυνατόν περισσότερο τον τρόπο διαβίωσης μας στο περιβάλλον. Τέλος, αλλά εξίσου σημαντικό, είναι να γνωρίζουμε τις υποχρεώσεις ως προς τους εαυτούς μας αλλά και προς το περιβάλλον και να γίνουμε υπεύθυνοι και ορθοί πολίτες και καταναλωτές. (Ηροδότου, 2006) (Malcolm J. Beynona*, Max Munday, 2008)

Μέσω της συγκεκριμένης έρευνας προσπαθούν να υπολογίσουν την διαθεσιμότητα και στην συνέχεια να βοηθήσουν στην ορθή κατανάλωση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας καθώς και την προστασία από τις αλόγιστες καταχρήσεις τους. Το οικολογικό αποτύπωμα παρέχει πλήθος πληροφοριών οι οποίες μας βοηθάνε σε πολλούς τομείς όπως ο υπολογισμός των βιολογικών αποθεμάτων και ο βαθμός κατανάλωσης των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας με ένα δοσμένο πληθυσμό. Προκειμένου να υπολογίσουμε και στην συνέχεια να αναλύσουμε το οικολογικό αποτύπωμα, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε πλήθος υπολογιστικών διαδικασιών. Το οικολογικό αποτύπωμα συναντά απήχηση σε πολλές εταιρίες, οργανώσεις καθώς και σε ορισμένα είδη κατανάλωσης (J. Teixidó-Figueras , J.A. Duro,2014). Η κύρια ερώτηση που δημιουργείται γύρω από το οικολογικό αποτύπωμα τα τελευταία χρόνια δεν είναι, πόσοι άνθρωποι μπορούν να τραφούν στο συγκεκριμένο περιβάλλον στο οποίο ζούμε. Αλλά η ερώτηση που τίθενται γύρω από το οικολογικό αποτύπωμα είναι το μέγεθος της γης που χρειάζεται να χρησιμοποιηθεί προκειμένου να απορροφήσει το δοσμένο πληθυσμό και να καταναλωθούν πλήρως όλα τα παραγόμενα αγαθά. Δηλαδή με συγκεκριμένη γη και συγκεκριμένη τεχνολογία πόσα αγαθά μπορούμε να παράγουμε χωρίς όμως να προκαλέσουμε κάποια βλάβη στο περιβάλλον ή να εξαντλήσουμε τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, έτσι ώστε οι επόμενες γενιές να μην μπορούν να επιβιώσουν. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που λάβαμε από το Παγκόσμιο Οικολογικό Δίκτυο, εάν ο κάθε άνθρωπος στον κόσμο ζούσε σαν ένας μέσος πολίτης της Αμερικής ή των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων θα χρειαζόμασταν 4,5 φορές το μέγεθος της γης προκειμένου να μπορούσαμε να επιβιώσουμε. Εν αντιθέσει εάν ο παγκόσμιος πληθυσμός ζούσε σαν τον μέσο όρο των ανθρώπων που κατοικούν στην Ινδία ή την Ζάμπια, τότε θα είμαστε σε θέση αν

χρησιμοποιήσουμε την μισή χωρητικότητα της γης στην οποία διαμένουμε. (Texido-Figueiras & Duro, 2014)

Ο Bicknell το 1998 ήταν ο πρώτος που επιχείρησε να υπολογίσει το οικολογικό αποτύπωμα. Ξεκίνησε την έρευνά του με την Νέα Ζηλανδία διότι, οι κάτοικοι της Νέας Ζηλανδίας χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο ανανεώσιμες πηγές ενέργειας προκειμένου να καλύψουν τις βιολογικές τους ανάγκες. Όμως ο ερευνητής κατά την διεξαγωγή της έρευνάς του, παρατήρησε και έκανε κάποιες επισημάνσεις μόνο στην μεθοδολογία και την νοοτροπία των κατοίκων. Δεν πήρε σαν παραμέτρους όμως την εκμετάλλευση της γης και τις παραγωγικές διαδικασίες που λάμβαναν χώρα, με αποτέλεσμα να οδηγούσε σε ένα εσφαλμένο αποτέλεσμα. Το 2003 όμως οι McDonald et Patterson αναβάθμισαν την υπολογιστική ιδέα του Bicknell και έλαβαν και τα παραπάνω γεγονότα σαν δεδομένα με αποτέλεσμα να διαμορφώσουν ένα πιο έγκυρο αποτέλεσμα, Όμως πάλι δεν είχαν υπολογίσει τον οικονομικό παράγοντα κατά την διάρκεια της μελέτης τους όπως είχαν ήδη αναφέρει το 1999 οι Van den Bergh et Verbuggen. Οι Lenzen et Murray το 2001 έκαναν μια υποθετική εκτίμηση του οικολογικού αποτυπώματος και συμπεριέλαβαν τα πράσινα κτίρια, τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα καθώς και τις φυσικές εκπομπές από τα εδάφη της γης. Οι συγκεκριμένοι αναλυτές προσπάθησαν να αποδώσουν τον πιο εμπειριστατωμένο ορισμό για το οικολογικό αποτύπωμα συνδυάζοντας κοινωνικοοικονομικούς παράγοντες καθώς και δημογραφικούς παράγοντες μέσα στην έρευνά τους. (Thomas Wiedmann, Jan Minx, John Barret, Mathis Wackernagel, 2005)

Ένα από τα παραδείγματα τα οποία ακολουθεί το οικολογικό αποτύπωμα είναι το Χονγκ Κονγκ, το οποίο εξαρτάται σχεδόν αποκλειστικά από τα αγαθά που παράγει η γη και από τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Σύμφωνα με υπολογισμούς που έχουν διεξαχθεί παρατηρήθηκε ότι στους κατοίκους του Χονγκ Κονγκ ανήκουν 3,7 εκτάρια γης και θαλάσσιου οικοσυστήματος. Όταν μελετήθηκε το οικολογικό αποτύπωμα του Χονγκ Κονγκ λήφθηκαν και τα διαθέσιμα καλλιεργήσιμα εκτάρια γης αλλά και οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα. Εάν υπολογιστεί και όλη η θαλάσσια περιοχή τότε τα εκτάρια ανά άτομο αυξάνονται σε 6. Η τοπική αγροτική παραγωγή του Χονγκ Κονγκ έχει υποστεί σοβαρές μειώσεις προκειμένου να μην μολύνεται το υδάτινο περιβάλλον από τις εκπομπές βλαβερών ουσιών και από τα απόβλητα των ζώων. Όλες οι παραπάνω ενέργειες έγιναν με σκοπό οι κάτοικοι του Χονγκ Κονγκ να

αυξήσουν το βιοτικό τους επίπεδο και να μειώσουν τις εκπομπές ρύπων στο περιβάλλον στο οποίο διαμένουν. (Warren- Rhodes & Koenig, 2000)

1.5 ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ/ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Μέχρι και πριν λίγα χρόνια δεν είχαν παρθεί σοβαρά μέτρα για την ενημέρωση των μαθητών και των φοιτητών για την βιώσιμη ανάπτυξη. Όμως με την στροφή προς το περιβάλλον που παρατηρήθηκε τα τελευταία χρόνια, οι κυβερνήσεις αποφάσισαν να δημιουργήσουν κάποια εκπαιδευτικά προγράμματα έτσι ώστε να ενημερωθεί ο κόσμος για την βιώσιμη ανάπτυξη. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα που δημιουργήθηκαν αφορούσαν το εκπαιδευτικό και περιβαλλοντικό μάνατζμεντ το οποίο περιλάμβανε την βιώσιμη κατανάλωση και την βιώσιμη ανάπτυξη. Τα συγκεκριμένα προγράμματα εφαρμόστηκαν κατά κύριο λόγο στην Ανατολική και την Κεντρική Ευρώπη καθώς θεωρούνται από τα κυριότερα τμήματα ,με τα πιο ενισχυμένα και με υψηλά εκπαιδευτικά ιδρύματα για εκπαίδευση πάνω στην βιώσιμη ανάπτυξη. Η εκπαίδευση της βιώσιμης ανάπτυξης δεν ενημερώνει μόνο τον κόσμο, ούτε αλλάζει την στάση του προς το περιβάλλον αλλά επίσης ενημερώνει και ενισχύει με γνώσεις τις αυριανές επιχειρήσεις, πώς να τοποθετηθούν μέσα στην κοινωνία και πώς να χρησιμοποιούν το περιβάλλον προς όφελός τους (Φλογαΐτη, 2006). Η υψηλή προσοχή η οποία δίνεται από τα ιδρύματα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης φέρνει στο φως και άλλα θέματα προς συζήτηση τα οποία καλούνται οι εκάστοτε κυβερνήσεις να πάρουν θέση, μέσω των οποίων ενισχύεται μια χώρα. Όλα πλέον αποτελούν μέρος μιας αλυσίδας καθώς από την ενημέρωση και την εκπαίδευση που παρέχεται στα ιδρύματα, λαμβάνουν μέτρα και οι κυβερνήσεις και οι εφημερίδες πλέον δημοσιεύουν ειδικά θέματα με την βιώσιμη κατανάλωση και την βιώσιμη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Η αλλαγή στις καταναλωτικές μας συνήθειες καθώς γινόμαστε ορθολογικοί καταναλωτές σε έναν πλήρως εκβιομηχανισμένο κόσμο, αποτελεί μια πρόκληση η οποία είχε αναφερθεί στην Agenda 21. Στην διάσκεψη του Rio το τελικό έγγραφο που καλούνται να ακολουθήσουν οι αρχηγοί των κυβερνήσεων είναι η ένταξη στην υψηλόβαθμη εκπαίδευση ενημερωτικών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων, για έναν πιο βιώσιμο και πλήρως παραγωγικό κόσμο.(Maik Adomßent, Daniel Fischer, Jasmin Godemann, Christian Herzig, 2014)

Λόγω των διαρκών αλλαγών στην καθημερινότητά μας, έχει ενταχθεί πλέον στην τριτοβάθμια εκπαίδευση η ενημέρωση και η εκπαίδευση σχετικά με την βιώσιμη ανάπτυξη, η οποία ενισχύει και ενθαρρύνει τα άτομα που ζουν σε αυξανόμενες κοινωνίες να δημιουργήσουν υπεύθυνες και «πράσινες» επιχειρήσεις. Λόγω της αυξανόμενης βιώσιμης κατανάλωσης, πλήθος πανεπιστημίων έχουν εντάξει στην πανεπιστημιακή τους εγκύκλιο δημιουργικές εργασίες σχετικά με την βιώσιμη ανάπτυξη. Επιπλέον δημιουργούν ημερίδες ώστε να ενημερωθούν οι φοιτητές και να ενταχθεί στις συνήθειές τους η βιώσιμη ανάπτυξη. Οι άνθρωποι μελετούν και ενημερώνονται για την καταναλωτική συμπεριφορά για διάφορους λόγους. Ένας από τους λόγους για τους οποίους εντάχθηκε η βιώσιμη ανάπτυξη στην τριτοβάθμια εκπαίδευση είναι είτε λόγω της εγκυκλίου των μαθημάτων, διότι είναι αναγκαίο για την διεκπεραίωση του πτυχίου τους. Εκτός αυτού είναι αναγκαία για την απόκτηση εργασιακής εμπειρίας καθώς ο φοιτητής ενημερώνεται για τις υπάρχουσες καταναλωτικές τάσεις, και είναι σε θέση να επινοήσει νέες μόδες, τάσεις και τρόπους βιώσιμης κατανάλωσης. Πολλοί άνθρωποι στην τρέχουσα οικονομική και περιβαλλοντική περίοδο που διανύουμε παγκοσμίως νοιάζονται και ενημερώνονται σχετικά με μαθήματα βιώσιμης ανάπτυξης και καταναλωτικής συμπεριφοράς. Οι συγκεκριμένοι άνθρωποι ενημερώνονται διότι επιθυμούν να βοηθήσουν τους υπολοίπους ανθρώπους να αγοράζουν ορθά και να λειτουργούν σύμφωνα με τους κανόνες, τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματά τους. Μέσω της ενημέρωσης και της εκπαίδευσης οι άνθρωποι είναι σε θέση να καταλάβουν τι τους χρησιμεύει περισσότερο, τι θα χρησιμοποιήσουν στο έπακρο και πώς να ζουν και να δρουν πιο ορθά, να μην πέφτουν διαρκώς σε καταναλωτικά λάθη.(Wells, 1996)

Φανταστείτε εάν εφαρμοζόταν καθολικά σε όλα τα ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης μαθήματα τα οποία αφορούσαν την βιώσιμη κατανάλωση και την βιώσιμη ανάπτυξη, στην οποία όλοι οι άνθρωποι και οι επόμενες γενιές είναι υγιείς, χαρούμενοι και με λιγότερο άγχος. Όλοι οι άνθρωποι να έχουν πρόσβαση στους φυσικούς πόρους που παράγει η γη, μια αξιοπρεπή ποιότητα ζωής και να μην ζουν κάτω από το όριο της φτώχειας καθώς και να χαίρονται για την παγκόσμια διαφοροποίηση. Η πείνα, η δίψα και πολλές αρρώστιες να έχουν εκλείψει λόγω της περιβαλλοντικής βελτίωσης και των συνθηκών ζωής. Σκεφτείτε τους μελλοντικούς επιστήμονες καθώς και τα τεχνολογικά επιτεύγματα που θα έχουν επιτευχθεί να λειτουργούν για την καλύτερευση του φυσικού περιβάλλοντος και την ενίσχυση της

ανθρώπινης υγείας. Εάν μπορέσουμε να αντιληφθούμε τα οφέλη που θα λάβουμε εάν όλα τα τεχνολογικά μέσα που δημιουργούνται βασίζονται σε βιολογικά μοντέλα και σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, τα οποία δεν θα μολύνουν καθόλου το περιβάλλον. Αν οι άνθρωποι από μόνοι τους είναι σε θέση να δρουν ορθολογικά στις αγορές τους και στον τρόπο διαβίωσης τους μέσα στην κοινωνία και σύμφωνα με τους άτυπους κανόνες οι οποίοι προστατεύουν το περιβάλλον. Τέλος φανταστείτε ένα μέλλον το οποίο έχει μειώσει αισθητά την ρύπανση του περιβάλλοντος και την διατηρεί στα επιθυμητά όρια, τα οφέλη που θα μας παρέχονται από τις κλιματικές αλλαγές. Όλα τα παραπάνω που προαναφέρθηκαν είναι μερικές από τις επιδιώξεις που προσπαθούν να πετύχουν οι επιστήμονες και τα εκπαιδευτικά ιδρύματα μέσω της ενημέρωσης των πολιτών για την βιώσιμη ανάπτυξη και την βιώσιμη κατανάλωση.

Εν αντιθέσει, όμως, στην τρέχουσα περίοδο που διανύουμε σύμφωνα με μελέτες που έχουν διεξαχθεί, ένας μέσος αμερικανός δεν ξέρει τι αγαθά καταναλώνει κατά την διάρκεια της ζωής του. Δεν γνωρίζει επίσης πως παράγονται τα αγαθά που καταναλώνει, τι περιέχουν και τι του προκαλούν στον οργανισμό του. Επιπλέον δεν γνωρίζει ουσιώδη πράγματα για την διατροφή του, τις καταναλωτικές του συνήθειες, την ζημιά που προκαλεί στο περιβάλλον, συν τοις άλλοις τον δείκτη μάζας σώματος του ώστε να προφυλαχτεί. Στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής προκειμένου να παραχθούν 100 κιλά προϊόντων χρειάζονται 3200 κιλά προϊόντων και ενέργειας. Το μεγαλύτερο ποσοστό των αγαθών αυτό το οποίο αγγίζει το 94% καταλήγει σε απόβλητα ενώ εμείς χρησιμοποιούμε μόνο το 6 % ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας, καθώς επίσης δεν αντιλαμβανόμαστε την ζημιά που προκαλείται στο περιβάλλον. (Anthony D. Cortese, 2003)

1.6 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ, ΑΤΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΗΜΕΡΙΑ

Η λέξη κρίση με την ευρύτερη έννοια ειπώθηκε για πρώτη φορά στην Ιατρική επιστήμη, κατά την οποία ο Ιπποκράτης θεώρησε ότι όταν ένα άτομο βρίσκεται σε κατάσταση κρίσης, νιώθει εξασθενημένο. (Γυφτάκη, 2009)

Τον 16^ο αιώνα παρατηρούμε ξανά τον ίδιο όρο στην πολιτική επιστήμη αλλά για πολιτικούς παράγοντες. Το 19^ο αιώνα ο όρος κρίση μεταπήδησε στον οικονομικό κλάδο, όπου και χρησιμοποιήθηκε από τον Μαρξ, δηλώνοντας έτσι την αδυναμία της οικονομίας. Όπως θα μελετήσουμε και παρακάτω οικονομική κρίση αποτελεί το φαινόμενο κατά το οποίο μια οικονομία διαρκώς φθίνει. Όταν λέμε οικονομική δραστηριότητα κάνουμε αναφορά σε μικροοικονομικά και μακροοικονομικά μεγέθη όπως η εργασία, το ΑΕΠ της χώρας, ο κρατικός προϋπολογισμός. (Γεωργακόπουλος, 2008)

Οι Adam Smith, Ricard and Say διαμόρφωσαν τα θεμέλια για την δημιουργία μιας νέας επιστήμης. Το αντικείμενο της μελέτης που διεξήγαγαν ήταν η μελέτη των νόμων που διέπουν μια κοινωνία, η διανομή πλούτου και ο διαχωρισμός των φυσικών πηγών πλούτου καθώς και η κοινωνική και ατομική ευημερία των πολιτών. Η μελέτη τους δεν βασίστηκε μόνο στον πλούτο τον υλικό που κατέχουν οι άνθρωποι, αλλά γενικότερα οτιδήποτε χρησιμεύει και χρειάζεται προκειμένου να διατηρηθεί η κοινωνική και ατομική ισορροπία . Οι παραπάνω επιστήμονες διαμόρφωσαν μια επιστήμη η οποία ονομάζεται πολιτική επιστήμη και έχει ως άξονες της τι πρέπει να ακολουθήσει ο άνθρωπος και η κοινωνία γενικότερα , έτσι ώστε να επιτευχθούν τα παραπάνω. Η Ελλάδα βρίσκεται στο μάτι του κυκλώνα της οικονομικής κρίσης, λόγω των λανθασμένων επιλογών και της αδιάφορης πολιτικής ιδιαίτερα σε θέματα που αφορούσαν την ένταξη της χώρας μας στην Ευρωζώνη. (Λέανδρος, 2012)

Η ένταξη της χώρας μας στην Οικονομική Νομισματική Ένωση , στην αρχή του μας προσέφερε πλήθος πλεονεκτημάτων, τεράστια ανάπτυξη σε πολλούς τομείς κοινωνικούς και οικονομικούς. Μας έδωσε την δυνατότητα να έχουμε ισάξιο νόμισμα με την υπόλοιπη Ευρώπη, να μπορέσουμε να αποκτήσουμε αγαθά και να επενδύσουμε. Οι Έλληνες καταναλωτές πριν την οικονομική κρίση επένδυαν τα εισοδήματά τους με ποικίλους τρόπους, κατά κύριο λόγο για την προσωπική τους διασκέδαση και αναψυχή. Είχε παρατηρηθεί ότι δαπανούσαν μεγάλα ποσά για διάφορους τρόπους διασκέδασης έτσι ώστε να μοιάσουν στα δυτικά πρότυπα και

δαπανούσαν λιγότερα χρήματα για την προσωπική τους υγεία και την πνευματική τους καλλιέργεια. Η προσωπική υγεία τους καθώς και τα γράμματα και οι τέχνες πριν την οικονομική κρίση δεν ήταν ο πρωταρχικός στόχος των ανθρώπων. Όμως σιγά σιγά με την πάροδο των ετών καθώς ξέσπασε και η οικονομική κρίση το καταναλωτικό πρότυπο των ανθρώπων αλλά και η στάση ζωής τους διαρκώς άλλαζε. Η ζωή των Ελλήνων καταναλωτών άλλαξε ριζικά σε σχεδόν όλους τους τομείς της ζωής τους εκτός από την διατροφή και μερικούς από τους τρόπους διασκέδασης.

Οι Έλληνες καταναλωτές με το ξαφνικό ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης βρέθηκαν σε δυσμενή θέση πολύ περισσότερο από άλλες χώρες της Ευρώπης. Ο λόγος για τον οποίο βρέθηκαν στην συγκεκριμένη θέση οι Έλληνες καταναλωτές είναι λόγω των λανθασμένων επενδυτικών τους τάσεων, του στάσιμου πληθωρισμού αλλά και των πολύ χαμηλών μισθών. Καθώς άλλαξε ριζικά η ζωή των συγκεκριμένων καταναλωτών, άλλαξε και η αγοραστική δύναμη τους, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να ανταπεξέλθουν στα επίπεδα και να συμβαδίσουν με τα δυτικά πρότυπα. Εφόσον άλλαξε η αγοραστική τους δύναμη αφού είχε αποδυναμωθεί επηρεάστηκε αρνητικά και η καταναλωτική αγορά Ευρωπαϊκό επίπεδο (Wells, 1996) Λόγω της δεδομένης κατάστασης δημιουργήθηκαν κάποιες καινούργιες θεωρίες σχετικά με την καταναλωτική τάση των ανθρώπων, οι οποίες χαρακτηρίζουν τους σημερινούς καταναλωτές εν μέρει ορθολογιστές. Οι Έλληνες καταναλωτές πλέον γίνανε ορθολογικοί καταναλωτές, οι οποίοι επιλέγουν τον ευνοϊκότερο συνδυασμό αγαθών και τιμής (Ρέππας, 1991) Πλέον η καταναλωτική αγορά διαμορφώνεται σύμφωνα με δύο άξονες της ζήτησης και της προσφοράς η οποία ιδίως τα τελευταία χρόνια έχει μεταβληθεί ριζικά. Ένας ακόμη παράγοντας ο οποίος έχει επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό από την οικονομική κρίση είναι ο ψυχολογικός τομέας. Ο ψυχολογικός τομέας με την καταναλωτική συμπεριφορά των ανθρώπων είναι δύο συγγενικές έννοιες , οι οποίες είναι άρρηκτα συνδεδεμένες μεταξύ τους. Πολλοί ψυχολόγοι με το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης μελετούν την συμπεριφορά των ανθρώπων, πώς έχει μεταβληθεί σε όλους τους τομείς της ζωής τους. Η ψυχολογία των καταναλωτών και η καταναλωτική συμπεριφορά τους επηρεάζονται από τους κοινωνικούς παράγοντες που διατρέχουν μια κοινωνία. (Λαμπρινή, 2014)

Όπως ανέφερε σε σχετική έρευνα που διεξήγαγε ο Δρ. Εξαδάκτυλος το 1996 διαπίστωσε ότι η ψυχολογία των ανθρώπων είναι ο πρωταρχικός παράγοντας στις αγοραστικές συνήθειες των ανθρώπων. Η οικονομική και η ψυχολογική επιστήμη

μελετούν την συμπεριφορά των ανθρώπων καθώς και την ευημερία που επικρατεί ανάμεσά τους. Εάν λάβουμε σαν δεδομένο παράγοντα την τρέχουσα οικονομική κατάσταση που διανύει η χώρα μας, την πολιτική αστάθεια και τους περιορισμένους φυσικούς πόρους, πολλές φορές οι ψυχολογικοί παράγοντες γίνονται αρκετά ανταγωνιστικοί μεταξύ των ανθρώπων. Η οικονομική ψυχολογία εννοούμε τους συντελεστές που λαμβάνονται υπ όψη προκειμένου να ληφθεί μία απόφαση. (Χαλκός, 2013)

Λόγω της οικονομικής κρίσης όπως αναφέραμε και αναλύσαμε πιο πάνω, πολλοί τομείς έχουν μεταβληθεί στην ζωή μας αλλά και γενικότερα στην κοινωνία. Η ανεργία αποτελεί το σημαντικότερο κοινωνικό ζήτημα το οποίο καλείται να λύσει η κυβέρνηση καθώς και όλη η Ευρώπη, καθώς ολοένα και με γρηγορότερους ρυθμούς αυξάνεται το ποσοστό της ανεργίας. Όλο και μεγαλύτερη μερίδα ατόμων και πόσο μάλλον νέων ατόμων αδυνατεί να βρει εργασία, ενώ παράλληλα ανήκουν στο εργατικό δυναμικό της χώρας τους. Όμως ακόμη και τα άτομα τα οποία εργάζονται, ανέχονται πολλούς περιορισμούς και διακατέχονται από μεγάλο φόρτο εργασιών και υποχρεώσεων. Σύμφωνα με στατιστικές μελέτες που διεξήχθησαν το 2014 στην Ελλάδα παρατηρήθηκε ότι το ποσοστό ανεργίας άγγιζε το 26,7 % με τους ανέργους να αγγίζουν τον αριθμό του 1.317.848. Στον παρακάτω πίνακα θα μελετήσουμε τα ποσοστά ανεργίας ανά ηλικιακές ομάδες και ανά έτη για τον μήνα Αύγουστο για χρονολογίες από το 2010 έως το 2015.

ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ

ΟΜΑΔΕΣ ΗΛΙΚΙΩΝ	2010	2011	2012	2013	2014	2015
15-24 ετών	32,2	45,5	56,6	57,6	49,8	47,9
25-34 ετών	17,2	25,5	32,8	36,5	34,7	31,3
45-54 ετών	10,8	15,4	21,9	24,1	22,8	22,2
55-64 ετών	8,8	12,8	19,1	20,5	20,5	19,9
56-74 ετών	1,6	4,1	3,7	9,3	11,4	11
Σύνολο	12,9	18,6	25,6	27,7	26,2	24,6

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Εταιρία, Αύγουστος 2015

Όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε από το σχεδιάγραμμα που παρουσιάσαμε , διαπιστώνουμε ότι το μεγαλύτερο πρόβλημα σχετικά με το ποσοστό της ανεργίας παρατηρείται στις μικρότερες ηλικιακές ομάδες, Όπως διαπιστώνουμε το μεγαλύτερο ποσοστό ανεργίας στην ηλικιακή ομάδα 15-24 ετών παρατηρήθηκε τον Αύγουστο του 2013, ύστερα από αυτόν παρατηρούμε μια αισθητή μείωση η οποία ακόμα παραμένει σε μεγάλα ποσοστά. Η οικονομική κρίση και η ανεργία έχει ως άμεσο αντίκτυπο την οικονομική μετανάστευση πολλών μερίδων ατόμων, τα οποία με το που συμπληρώσουν τα επιθυμητά χρόνια ενηλικίωσης προβαίνουν σε οικονομική μετανάστευση ώστε να συντηρήσουν το νοικοκυριό τους. Πλήθος εμπειρικών μελετών έλαβε χώρα κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης, οι οποίες σχετιζόντουσαν με την οικονομική και ψυχολογική κατάσταση των ατόμων και γενικότερα του νοικοκυριού. Μια έρευνα εκ των οποίων αποτελεί η έρευνα του Schwartz 2012 ο οποίος μελέτησε την ατομική και κοινωνική ευημερία στον πληθυσμό της Γερμανίας.

Μερικά από τα ερωτήματα της έρευνας που διατέθηκε σε 3.500 ερωτώμενους ήταν σχετικά με την οικονομική τους κατάσταση του νοικοκυριού τους, το βιοτικό επίπεδο, το σύστημα υγείας και η κατάσταση της προσωπικής και ψυχολογικής τους υγείας και αν ανήκουν σε κάποια από τις κλίμακες ανεργίας. Σε μια ακόμη έρευνα που διεξήχθη έλαβαν μέρος και οι Scuttela and Wooden (2006) και επικεντρώθηκαν στην ατομική και την κοινωνική ευημερία των κατοίκων της Αυστραλίας . Εάν είναι ικανοποιημένοι και ψυχικά υγιείς με τους διαθέσιμους πόρους που τους παρέχονται, καθώς και τι θα επιθυμούσαν περισσότερο για την καλύτερευση του βιοτικού τους επιπέδου. (Πατσιάς , 2014)

Στο επόμενο κεφάλαιο το οποίο θα αναλύσουμε θα παρουσιάσουμε εκτενώς τον ορισμό και την γενικότερη άποψη της βιώσιμης κατανάλωσης, καθώς και τα επιμέρους τμήματά της. Θα δούμε τον συσχετισμό της βιώσιμης κατανάλωσης με τις καταναλωτικές των ανθρώπων ύστερα από την οικονομική κρίση καθώς και την συμβολή των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και των πράσινων προϊόντων, στην δημιουργία ενός βιώσιμου καταναλωτικού προτύπου. Εκτός αυτού στους επιμέρους τομείς της βιώσιμης κατανάλωσης θα εξετάσουμε την οικολογική και οικονομική εικόνα της και τι αντίκτυπο έχει στους νέους καταναλωτές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

Το 1987 δόθηκε ο ορισμός της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς από το συνέδριο του Brundland το οποίο όρισε τι είναι η βιώσιμη ανάπτυξη την οποία εξηγήσαμε αναλυτικά πιο πάνω και τι είναι η βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά. Για να επιτευχθεί η βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά απαιτείται η ιεράρχηση και σωστή τοποθέτηση των προσωπικών μας αναγκών, έτσι ώστε να μειωθεί η άσκοπη και διαρκής εκμετάλλευση της γης. Εάν καταφέρουμε την μείωση της εκμετάλλευσης της γης θα μπορέσουμε να παρατείνουμε την διάρκεια ζωής των προϊόντων καθώς και να προβούμε στην άμεση επαναχρησιμοποίηση τους μέσω της ανακύκλωσης. (Καρβουνής & Γεωργκέλλος, 2003)

Σύμφωνα με την έρευνα που διεξήγαγαν οι Minton et al (1997) η οποία έλαβε χώρα στο πανεπιστήμιο Southern της Αμερικής στην οποία έλαβαν μέρος 500 άτομα. Τα συγκεκριμένα αυτά άτομα έλαβαν ένα ερωτηματολόγιο το οποίο περιείχε ερωτήσεις οι οποίες συμπεριλάμβαναν σχετικά με την γενική περιβαλλοντική ανησυχία, την περιβαλλοντική συμπεριφορά των ανθρώπων. Εκτός αυτού την προθυμία των ανθρώπων να αναπτύξουν και να ακολουθήσουν ένα πρότυπο βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς. Τέλος την προθυμία τους να πληρώνουν υψηλότερους οικονομικούς δασμούς οι οποίοι όμως θα τους βοηθήσουν στην καλύτερη προστασία τους περιβάλλοντός τους. Η έρευνα του Larcoche et al. (2001) η οποία έλαβε μέρος στις Βόρειες πολιτείες της Αμερικής εξέτασε ποιοι παράγοντες επηρεάζουν την διαμόρφωση της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς και σε τι ποσοστό βρίσκουν σύμφωνους τους πολίτες. (Σύρρος, 2011)

Τα άτομα προκειμένου να λάβουν μέρος στην συγκεκριμένη έρευνα χρειαζόταν να έχουν γνώση αλλά και σχετική συμμετοχή σε τρεις κύριους άξονες τα 3R ανακύκλωση(recycle), μείωση (reduce) και επαναχρησιμοποίηση (reuse). Ο όρος της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς μελετήθηκε και από τους Abeliotis et al.

το 2010, που πραγματοποιήθηκε στη Ελλάδα. Για την διεξαγωγή της συγκεκριμένης έρευνας χρησιμοποιήθηκε δείγμα 300 ατόμων. Τα 3R συγκαταλέγονται στον ευρύτερο τομέα της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς στον κοινωνικό τομέα, ο οποίος εκτός των άλλων παραγόντων που αναλύσαμε περιλαμβάνει και την εξέλιξη των ανθρώπων. Ακόμη υποστηρίζει την ισότητα και ενθαρρύνει τον σεβασμό και την εκτίμηση σε διαφορετικές απόψεις είτε ενισχύουν είτε όχι την βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά.

Καθοριστικό ρόλο στα 3R παίζουν οι δημογραφικοί, οικονομικοί, κοινωνικοί και ψυχολογικοί παράγοντες ρόλο τους οποίους θα μελετήσουμε εκτενέστερα παρακάτω. Κάθε χρόνο στην Αμερική έχει παρατηρηθεί ότι πετιούνται και δεν ξαναχρησιμοποιούνται 50 δις από πακέτα αναψυκτικών και φαγητών, εκ των οποίων τα 27 δις είναι γυάλινα μπουκάλια και γυάλινα δοχεία. Μόνο το 15 % ακολουθεί την διαδικασία των 3R καθώς ο συγκεκριμένος όρος χρησιμοποιείται τα τελευταία χρόνια παγκοσμίως. Τα 3R έχουν ως στόχο τους την προώθηση μιας βιώσιμης ανάπτυξης και κατανάλωσης, καθώς επισημαίνουν την μείωση (reduce) της αγοράς, χρησιμοποίησης και σπατάλης των αγαθών. Στην συνέχεια την επαναχρησιμοποίηση (reuse), δηλαδή την άμεση προφύλαξη των ανανεώσιμων φυσικών πόρων από την αλόγιστη εκμετάλλευσή τους. Μέσω της επαναχρησιμοποίησης μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε αρκετές φορές το ίδιο προϊόν δίχως να προκαλέσουμε κάποια βλάβη στο περιβάλλον. Τέλος στα 3R παρατηρούμε την ανακύκλωση (recycle) κατά την οποία τα αγαθά δέχονται κάποια επεξεργασία, αλλά μπορούν να χρησιμοποιηθούν άμεσα, χωρίς να επιβαρύνουν το περιβάλλον. (Marni, 2017)

Πριν όμως προβούμε στην ανάλυση της βιώσιμης ανάπτυξης στους επιμέρους κλάδους της τον οικολογικό και τον οικονομικό τομέα, θα μελετήσουμε την βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά σαν σύνολο. Την καταναλωτική συμπεριφορά την αποτελούν όλες οι επιθυμίες, οι τάσεις και τα θέλω των καταναλωτών, οι οποίοι είναι και οι ίδιοι που καθορίζουν τους ρυθμούς ανάπτυξης και παραγωγής νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Με τον ορθή καταμέτρηση των φυσικών πόρων και την ισόποση και ισομερή διανομή τους επιτυγχάνεται η βιώσιμη κατανάλωση σε όλα τα άτομα ενός συγκεκριμένου πληθυσμού. Οι λόγοι για τους οποίους δεν επιτυγχάνεται η εμφύτευση της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς στην συνείδηση των καταναλωτών οφείλονται πέρα από την μηδαμινή τήρηση των 3R και σε οικονομικούς, δημογραφικούς, κοινωνικούς και ψυχολογικούς παράγοντες.

Στους **οικονομικούς** παράγοντες συμπεριλαμβάνεται η ανεργία, η οποία όπως μελετήσαμε τα τελευταία ιδίως χρόνια είναι σε έξαρση καθώς και οι διαρκείς φορολογικές επιβαρύνσεις που δέχεται ένα άτομο. Η οποία δεν επιτρέπει μια βιώσιμη κατανάλωση καθώς οι συγκεκριμένοι άνθρωποι δρουν με διαφορετικά κριτήρια, σύμφωνα με της θεωρίας τους Maslow. Σύμφωνα με την έρευνα του Robert (1999) ο οποίος μελέτησε την οικολογική συμπεριφορά κατά κύριο λόγο, παρατήρησε ότι τα χαμηλά οικονομικοκοινωνικά στρώματα τείνουν να καταστρέψουν το περιβάλλον.

Στους **δημογραφικούς** παράγοντες συγκαταλέγεται ο γάμος και οι γεννήσεις παιδιών καθώς και ο θάνατος κάποιου μέλους της οικογενείας. Εάν προκύψει κάποιο από αυτά τα συμβάντα τότε ο καταναλωτής ενεργεί διαφορετικά, με αποτέλεσμα να μην μπορεί σε πολλές περιπτώσεις να ταυτιστεί με το πρότυπο της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς. Σύμφωνα με την έρευνα της Haanraa (2007) που έλαβε μέρος στην Φιλανδία παρατηρήθηκε ότι ένα μεγάλο ποσοστό των κατοίκων ήταν απρόθυμο προς μια πιο φιλική προς το περιβάλλον καταναλωτική συμπεριφορά. Ενώ μια άλλη μερίδα επιδίωκε την άνεση στην ζωή τους και την μέγιστη αξιοποίηση των αγαθών με το μηδαμινό κόστος. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων αυτών ήταν άτομα που ζούσαν μόνα τους ή άτομα που συζούσαν αλλά στα κοντινά πλάνα δεν σκόπευαν αν παντρευτούν ή να αποκτήσουν κάποιο παιδί.

Στους **κοινωνικούς** παράγοντες συγκαταλέγεται η επιθυμία ένταξης και αποδοχής ενός ατόμου από το ευρύτερο σύνολο. Το οποίο όμως μπορεί αν μην συμβαδίζει με έναν ορθό τρόπο βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς. Το άτομο προκειμένου να ενταχθεί να γίνει αποδεκτό θα χρησιμοποιήσει άλλα καταναλωτικά πρότυπα, άλλες μόδες και τάσεις τα οποία μπορεί να επιβαρύνουν το περιβάλλον. Σε μια μελέτη που έλαβε μέρος το 2003 από τους Diamantopoulos et al. η οποία έδωσε βάση στα κοινωνικά χαρακτηριστικά των ανθρώπων. Η συγκεκριμένη μελέτη έδειξε μεγαλύτερη προθυμία και απήχηση από το γυναικείο φύλο σε θέματα προστασίας τους περιβάλλοντος, ανακύκλωσης κλπ έτσι ώστε να ενταχθούν σε μια μεγαλύτερη ομάδα ατόμων για να νιώσουν σιγουριά. Ιδίως οι μικρότερες ηλικιακές ομάδες οι οποίες κάνουν τα πρωταρχικά τους βήματα για την ένταξή τους ασχολήθηκαν περισσότερο με τις παραπάνω δράσεις και ενέργειες.

Τέλος στους **ψυχολογικούς** παράγοντες συγκαταλέγονται οι συνήθειες των ανθρώπων, οι πεποιθήσεις και απόψεις τους. Επιπροσθέτως ο τρόπος ζωής τους

μέχρι και σήμερα καθώς και οι επιρροές που έχει δεχτεί από το οικογενειακό και κοινωνικό του περίγυρο. Τα ψυχολογικά χαρακτηριστικά και τα χαρακτηριστικά της συμπεριφοράς εξέτασαν εκτενέστερα στην έρευνά τους οι Fraj et al.(2006). Οι οποίοι υποστήριξαν ότι όσοι καταναλωτές διέθεταν εξωστρέφεια, κοινωνικοποιούνταν πιο εύκολα και συναισθηματική σταθερότητα ενδιαφέρονταν περισσότερο από τους άλλους για την προστασία του περιβάλλοντος και των διαθέσιμων φυσικών πόρων. (Σκραπαρλή, 2013) (Γεωργακόπουλος, 2006)

Στην συνέχεια της εργασίας μας θα μελετήσουμε την οικολογική συμπεριφορά η οποία εμπεριέχει το θέμα των διαθέσιμων φυσικών πόρων. Το φυσικό περιβάλλον, τα περιβαλλοντικά προβλήματα που διατρέχει ο κόσμος στον οποίο κατοικούμε. Θα μελετήσουμε τις πράξεις και τις συνέπειες των ανθρωπίνων αυτών πράξεων, από που πηγάζουν και τι αντίκτυπο έχουν σε άλλους τομείς της ζωής μας. Επιπροσθέτως θα μελετήσουμε τρόπους διαφύλαξης του φυσικού πλούτου μας.

Ο άλλος τομέας ο οποίος θα μελετηθεί και συμπεριλαμβάνεται στην βιώσιμη καταναλωτική ανάπτυξη είναι ο οικονομικός παράγοντας. Στοχεύει στην δυναμική που μπορεί να αποκτηθεί μέσω της ορθής οικονομικής διαχείρισης προς το περιβάλλον αλλά και της κοινωνίας. Αποσκοπεί στην προσωπική και κοινωνική ευημερία μέσω της σωστής κατανομής και τοποθέτησης των καταναλωτικών ορίων. (Μπουζούνη, 2013)

2. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ

2.2.1 Γενικός ορισμός της οικολογίας

Η οικολογία σαν έννοια συνδυάζεται άμεσα με το οικοσύστημα, οι οποίες όμως αποτελούν δύο πολλοί δύσκολοι ορισμοί χάριν της πολυπλοκότητάς τους. Η οικολογία σε συνδυασμό με το οικοσύστημα αποτελούν επιστήμες οι οποίες περιλαμβάνονται σε μια πιο γενικευμένη επιστήμη εκείνη της Βιολογίας, η οποία μελετά όλους τους ζωντανούς οργανισμούς και όλους τους περιβαλλοντικούς παράγοντες. Η οικολογία μελετά την αλληλεπίδραση των οργανισμών μέσα στο οικοσύστημα που διαμένουν και πως επηρεάζονται οι πληθυσμοί τους ύστερα από διαδοχικές ενέργειες που συμβαίνουν στο οικοσύστημα τους. Η οικολογία συνδυάζει την επιστήμη της γης και την επιστήμη της βιολογίας και αναλύθηκε πρώτη φορά το 1966 από τον Γερμανό βιολόγο Έρνστ Χέκελ. Όμως τα θεμέλια της οικολογίας τα έθεσαν οι αρχαίοι Έλληνες φιλόσοφοι Αριστοτέλης και ο Ιπποκράτης. (Γενική Παγκόσμια Εγκυκλοπαίδεια)

Για να επιτευχθεί και να εφαρμοστεί μια βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά πρέπει να αναλύσουμε τον οικολογικό χαρακτήρα των καταναλωτών μια συγκεκριμένης περιοχής. Λόγω των διαρκών αλλαγών σε όλους τους τομείς της ζωής μας έχουν επέλθει και πολλές περιβαλλοντικές αναταράξεις οι οποίες επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την προσωπική υγεία μας και τις καθημερινές μας συνήθειες. Πριν αναφερθούμε στα περιβαλλοντικά προβλήματα που έχουν δημιουργηθεί θα συζητήσουμε για το **αστικό περιβάλλον** το οποίο επηρεάζει δυσμενώς το ευρύτερο περιβάλλον. Λόγω των ραγδαίων εξελίξεων και της αυξημένης αστικοποίησης ιδίως τα τελευταία χρόνια, την δεκαετία του 1970 το 40% του πληθυσμού της γης ζούσε στα μεγάλα αστικά κέντρα. Το 1999 αυτό το ποσοστό αυξήθηκε σε 48%, το οποίο συνοδεύτηκε με πλήθος ατμοσφαιρικών προβλημάτων, καθώς υπολογίζεται ότι το 2030 οι αστικοποιημένες περιοχές θα αγγίζουν το 60%. Οι μεγάλες συγκεντρώσεις του πληθυσμού στα μεγάλα αστικά κέντρα καθώς και οι αυξημένες ανάγκες των ανθρώπων συντελούν σε πλήθος αποτελεσμάτων που υποβαθμίζουν το επίπεδο ζωής. Μερικοί παράγοντες που επηρεάζονται άμεσα είναι:

- Μείωση οξυγόνου και βλάστησης στα μεγάλα αστικά κέντρα. Η οποία συντελεί στην ολοκληρωτική εξαφάνιση της πανίδας στις πόλεις.
- Εκτός από την εσωτερική μείωση της βλάστησης μειώνεται και η βλάστηση των προαστίων, λόγω των αυξημένων μεταφορών για την άμεση ικανοποίηση των καταναλωτών μολύνεται και η «εξωτερική» βλάστηση.
- Τα μεγάλα μεγέθη στερεών, υγρών και αερίων αποβλήτων δεν αφήνουν περιθώρια για την διατήρηση της βλάστησης.
- Για την καλύτερη εξυπηρέτηση της πόλης καταναλώνονται πολύ μεγάλα ποσά φυσικών πόρων καθώς και ενέργειας.
- Μέσα στις πόλεις δημιουργούνται δυσμενείς περιβαλλοντικές συνθήκες οι οποίες επηρεάζουν αισθητά την υγεία μας.

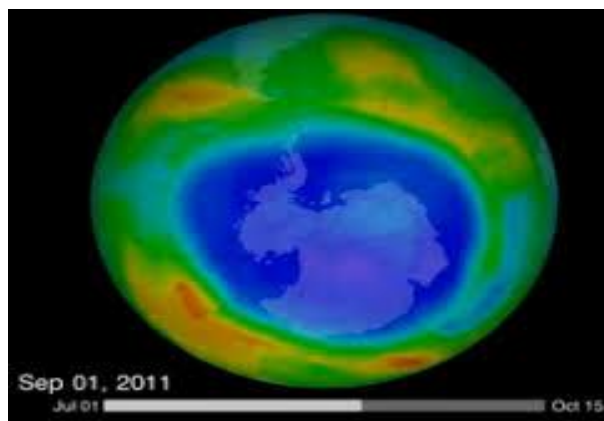
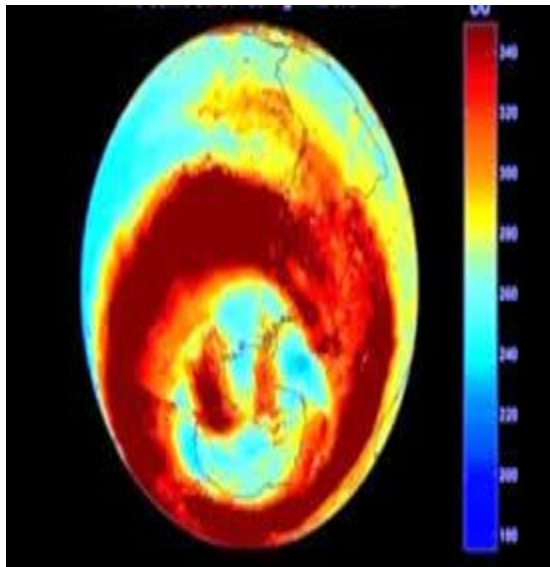
Νωθρό παρουσιάζεται και το αστικό οικοσύστημα, καθώς για την διατήρηση του χρήζουν αναγκαία η ύπαρξη βιολογικών ειδών, κατάλληλων βιοτόπων, επαρκείς πηγές ενέργειας για την κάλυψη των αναγκών και ένα υποτυπώδες καθαρό περιβάλλον. Λόγω των ραγδαίων εξελίξεων αλλά και των περιβαλλοντικών αλλαγών που θα μελετήσουμε παρακάτω στα αστικά οικοσυστήματα διαμένουν άνθρωποι, παράσιτα και μικροοργανισμοί. Παρατηρούνται όμως και σε μικρά ποσοστά φυτά και ζώα τα οποία δυστυχώς τρέφονται κατ'εξοχήν με απορρίμματα. (Χατζημπίρος, 2007)

2.2.2 Περιβαλλοντικά προβλήματα

Στις σύγχρονες περιόδους που διανύουμε ο άνθρωπος μέσω των τεχνολογικών του επιτεύξεων κατάφερε να εκμεταλλεύεται πλήρως το φυσικό περιβάλλον προς όφελος του. Η διαρκής όμως εκμετάλλευση του εδάφους έρχεται σε σύγκρουση με τους περιορισμένους διαθέσιμους φυσικούς πόρους. Σε αυτό το σημείο θα μελετήσουμε εκτενέστερα τα αποτελέσματα που προήλθαν από τις ανθρώπινες ενέργειες όλα αυτά τα χρόνια όπως η ατμοσφαιρική ρύπανση, η υπερθέρμανση του πλανήτη και η ρύπανση των υδάτων. Θα αναλύσουμε τα τρία κύρια περιβαλλοντικά προβλήματα, την τρύπα του όζοντος, το φαινόμενο του θερμοκηπίου και την όξινη βροχή.

Τρύπα του όζοντος: Η τρύπα του όζοντος άρχισε να παρατηρείται πολύ τα τελευταία χρόνια λόγω της ραγδαίας αύξησης των ατμοσφαιρικών ρύπων. Η τρύπα του όζοντος έχει ως αποτέλεσμα την μείωση του πάχους του στρώματος του όζοντος στην ατμόσφαιρα η οποία μας προστατεύει από τις υπεριώδεις ακτινοβολίες του ηλίου οι οποίες είναι καρκινογόνες για τον ανθρώπινο οργανισμό. Ο πρώτος εντοπισμός του

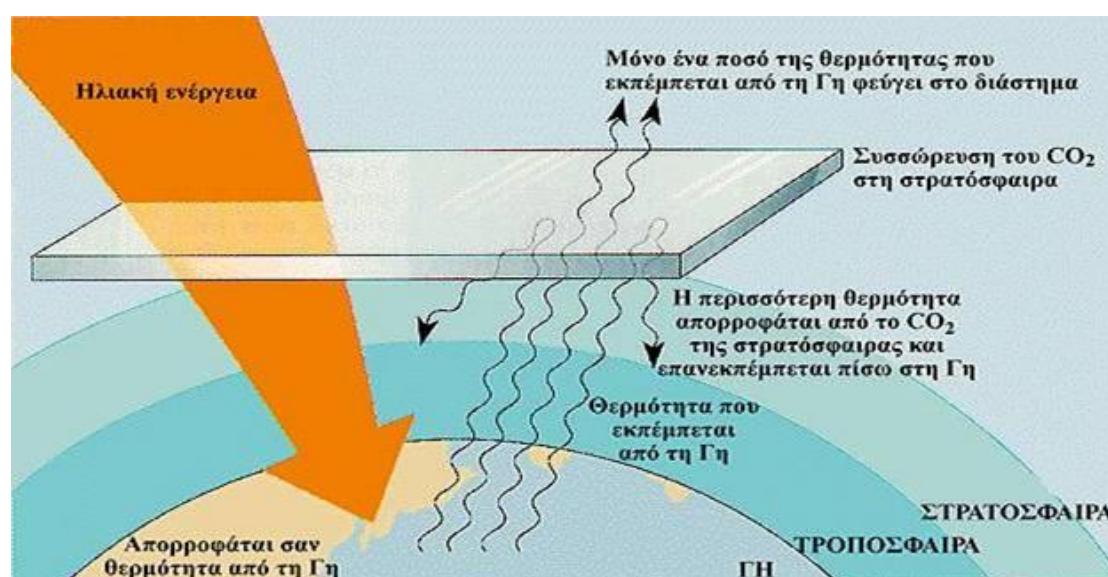
συγκεκριμένου προβλήματος έγινε το 1985 στην Ανταρκτική όπου εκεί παρατηρούμε το μικρότερο πάχος του συγκεκριμένου στρώματος προστασίας της γης. Η τρύπα του όζοντος πέρα από την υπερθέρμανση του πλανήτη προβαίνει και στο λιώσιμο των πάγων στον Νότιο Πόλο, με βαθύτερο αποτέλεσμα την δημιουργία πελώριων κυμάτων επονομαζόμενων τσουνάμι που τείνουν να «βουλιάζουν» αρκετές περιοχές του πλανήτη μας. Οι κύριες αιτίες της τρύπας του όζοντος είναι ο μεγάλος όγκος καυσαερίων και άλλων χημικών που εκπέμπουν τα μηχανοκίνητα οχήματα και τα εργοστάσια κατά την παραγωγή προϊόντων.



Φαινόμενο του θερμοκηπίου: Το φαινόμενο του θερμοκηπίου παρατηρήθηκε νωρίτερα από το προηγούμενο φαινόμενο μόλις το 1838 από τον Γάλλο μαθηματικό, αστρονόμο και φυσικό Ζοζέφ Φουριέ . Καθώς εξετάστηκε πλήρως από όλες τις σκοπιές και από τον Σουηδό χημικό Σβάντε Αρρένιους, ο οποίος το 1896 ανέπτυξε την σχετική θεωρία του φαινομένου αυτού. Η γη δέχεται από τον ήλιο διαρκώς ακτινοβολίες τις οποίες κατά ένα μέρος τις απορροφάει και τις υπόλοιπες κανονικά θα έπρεπε να τις αντανακλά, όμως λόγω των ανθρωπογενών πράξεων οι ακτινοβολίες συσσωρεύονται στην γη. Το φαινόμενο του θερμοκηπίου είναι ένα φυσικό φαινόμενο το οποίο λόγω της υπερκατανάλωσης και της δαπάνης μεγάλων ποσοτήτων ενέργειας εκπέμπει αέρια τα οποία δρουν ανασταλτικά στο φαινόμενο αυτό.

Αέρια θερμοκηπίου με τη μεγαλύτερη αύξηση συγκέντρωσης (Πηγή: [IPCC](http://ipcc.org))

Αέριο	Επίπεδα 1998	Αύξηση από το 1750	Ποσοστό αύξησης	Συνεισφορά στο φαινόμενο [W/m^2]
<u>Διοξείδιο του άνθρακα</u> (CO_2)	365 ppm	87 ppm	31%	1,46
<u>Μεθάνιο</u> (CH_4)	1,745 ppb	1,045 ppb	150%	0,48
<u>Υποξείδιο του Αζώτου</u> (N_2O)	314 ppb	44 ppb	16%	0,15



Όξινη βροχή: Η όξινη βροχή αποκαλείται έτσι λόγω των όξινων διαλυμάτων που εμπεριέχονται μέσα στην βροχή τα οποία όμως δεν είναι φυσικά στοιχεία που μπορούμε να συναντήσουμε ελεύθερα στην φύση. Ακόμα και η βροχή σαν φαινόμενο έχει επηρεαστεί ιδίως τα τελευταία χρόνια, με έντονες καταιγίδες, αρκετό χαλάζι, λιγοστό χιόνι από τις ανθρώπινες ενέργειες. Η όξινη βροχή έχει αυτή την ονομασία λόγω του μολυσμένου νερού που συσσωρεύεται στα σύννεφα, διότι εμπεριέχει καυσαέρια, διοξείδιο του άνθρακα, πετρέλαιο και γαιάνθρακα. Αυτό το μείγμα πέρα από το σοβαρό αντίκτυπο που έχει στην ανθρώπινη υγεία, επιφέρει καταστροφικά αποτελέσματα στα οικοσυστήματα. Επιπροσθέτως στις καλλιέργειες και τις σοδειές των αγροτών και στα πολιτιστικά μνημεία, διότι τους αλλοιώνει την μορφή. Η όξινη βροχή δημιουργήθηκε από την αυξημένη καύση ορυκτών καυσίμων, τις πυρκαγιές που δημιουργούνται ιδίως τους καλοκαιρινούς μήνες και οι βιολογικές δραστηριότητες. Στις βιολογικές δραστηριότητες έχει παρατηρηθεί η εντεταμένη χρήση χημικών φυτοφαρμάκων και άλλων ρυπογόνων ουσιών.



2.2.3) Περιβαλλοντικές πολιτικές-Οικολογικές προσεγγίσεις

Οι νεοκλασικοί οικονομολόγοι ανέλυσαν πολλά θέματα σχετικά με την χρήση των φυσικών πόρων και των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Μια από τις κύριες επισημάνσεις των οικονομολόγων είναι η διαρκής χρήση των πόρων η οποία όμως μπορεί να επιφέρει αυτόματα την εξαφάνιση μερικών από τους φυσικούς πόρους. Σύμφωνα με την υπόθεση Porter τονίζεται ότι μπορεί να υπάρξει η αρμονική ύπαρξη του περιβάλλοντος και της οικονομίας. Η συγκεκριμένη υπόθεση προωθεί την περιβαλλοντική και την βιώσιμη ανάπτυξη καθώς και άλλους τομείς όπως η βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και η βελτίωση της εργασίας. Εκτός αυτού να μπορέσουν οι καταναλωτές να αξιοποιήσουν ορθά τα περιβαλλοντικά αλλά και οικονομικά αγαθά. Τα οικολογικά οικονομικά, τα θεωρούμε σαν ένα υποσύστημα του οικονομικού κλάδου το οποίο θέτει τα θεμέλια για την φυσική ανάπτυξη της οικονομίας και του περιβάλλοντος. Τα οικολογικά οικονομικά συστήματα είναι απόλυτα οριοθετημένα πάνω στα όρια της χωρητικότητας της γης και στο ορθολογικό οικονομικό σύστημα. Τα πρώτα οικολογικά οικονομικά σενάρια διατυπώθηκαν στο τέλος του 1980 τα οποία βασίστηκαν σε παλαιότερες έρευνες που είχαν βασιστεί σε φυσικές και κοινωνικές επιστήμες. Η οικολογική οικονομία τα τελευταία ιδίως χρόνια έχει ενταχθεί στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και ενθαρρύνει το μοντέλο της κοινωνιοοικολογίας το οποίο αναλύει τις σχέσεις και τις δυναμικές δραστηριότητες μεταξύ οικολογίας και οικονομίας. Η βιο-οικονομία έχει καθοριστεί από την OECD (2004) η οποία περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες και ενέργειες σχετικά με την ανάπτυξη, προώθηση και χρησιμοποίηση των φυσικών και βιολογικών προϊόντων. Η βιο-οικονομική θεωρία κάνει λόγο για την ενέργεια που λαμβάνουμε από τον ήλιο, και τις υπόλοιπες ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Η βιοτεχνολογία παρέχει πλήθος προοπτικών εξέλιξης στην πρωταρχική παραγωγή και τις βιομηχανίες καθώς ελαχιστοποιούν την χρησιμοποίηση αλλά και την εξάρτηση των φυσικών ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Όλα τα παραπάνω που αναλύσαμε αναφέρονται στα οικολογικά οικονομικά προγράμματα που προωθούν οι χώρες προκειμένου να διασφαλιστεί το περιβάλλον. (Maik Adomßent, Daniel Fischer, Jasmin Godemann, Christian Herzig, Insa Otte, Marco Rieckmann, Jana Timm, 2014)

Η νομική βάση της περιβαλλοντικής πολιτικής καθιερώθηκε από την ενιαία πράξη του 1987 και παγιώθηκε από την συνθήκη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Μέσω αυτής της συνθήκης που υπογράφηκε πλέον το περιβάλλον διαθέτει μια κοινή πολιτική γραμμή η οποία το προστατεύει, το διατηρεί και βελτιώνει την ποιότητα του. Αυτή η πολιτική αποσκοπεί στην περαιτέρω αντιμετώπιση των περιφερειακών ή ακόμη και παγκόσμιων προβλημάτων που αφορούν το περιβάλλον. Όμως για την επίτευξη των παραπάνω στόχων χρειάζονται ποικίλα μέσα και προγράμματα για τα οποία διαθέτονται μεγάλα κονδύλια όλα αυτά τα χρόνια. Ένα από τα προγράμματα που καλύπτει μέρος των εξόδων αποτελεί το πρόγραμμα LIFE το οποίο στοχεύει στην ανάπτυξη και στην εφαρμογή μιας νομοθεσίας που θα συνδυάζει το περιβάλλον με τα οικολογικά οικονομικά. (Μούσης, 2015)

Τα τελευταία ιδίως χρόνια πλήθος οικολογικών κινήσεων και πολιτικών έχουν δημιουργηθεί κυρίως στον δυτικό κόσμο, τα οποία αξιολογούν την κοινωνική, οικολογική και οικονομική ανάπτυξη των χωρών. Οι πολιτικές απόψεις οι οποίες δημιουργούνται προσεγγίζουν τα προβλήματα από πολλές πλευρές και περιέχουν ιδέες με θρησκευτικό, συντηρητικό ή και άκρως ριζοσπαστικό χαρακτήρα.

Οι **ριζοσπαστικές** πολιτικές απόψεις επιμένουν στην άρνηση της ανάπτυξης είτε στο περιβαλλοντικό είτε στον οικονομικό τομέα. Οι ριζοσπαστικές απόψεις στοχεύουν στην εξαφάνιση των ανταγωνιστικών τάσεων που επικρατούν και των τεχνητών αναγκών τις οποίες έχει δημιουργήσει ο άνθρωπος τα τελευταία ιδίως χρόνια χωρίς αν τις έχει πραγματικά ανάγκη. Έμφαση και ιδιαίτερη προσοχή δίνεται επίσης στην συλλογικότητα, στην αρμονική σχέση μεταξύ των ανθρώπων και στην επικοινωνία. Αυτές οι αξίες που προωθούν οι ριζοσπαστικές πολιτικές απόψεις θεωρούνται κατά την άποψη των ατόμων που τις διαμόρφωσαν τα θεμέλια μιας ολόκληρης κοινωνίας, η οποία θα λειτουργούσε όπως τα παλαιότερα χρόνια με κύρια πρότυπα τους την διατήρηση του οικοσυστήματος (Λέανδρος, 2012) . Κατά την άποψη τους οι μικρές κοινωνίες οι οποίες διαθέτουν ελάχιστα και απλά τεχνολογικά μέσα, είναι ακριβώς το επιθυμητό αποτέλεσμα έτσι ώστε να υπάρξει η αρμονική συμβίωση όλων των έμβιων όντων καθώς και να επιτευχθεί η προστασία της γης. Οι ριζοσπαστικές πολιτικές απόψεις περιλαμβάνουν ποικίλες φιλοσοφικές απόψεις οι οποίες αναπτύχθηκαν τα τελευταία χρόνια μετά το ξέσπασμα όλων αυτών των περιβαλλοντικών

προβλημάτων. Μια άποψη που διαμορφώθηκε είναι η «**Βαθιά Οικολογία**» η οποία εστιάζει στην φύση και την σχέση της με τους ανθρώπους, προβάλλοντας τα οικολογικά οικονομικά και τις οικολογικές απόψεις που θα έπρεπε να επικρατούν.

Κάποιες ακόμη πολιτικές που αναπτύχθηκαν είναι οι **οικολογικές απόψεις** που διαμορφώνονται γύρω από την οικο-ανάπτυξη, η οποία ενθαρρύνει την διατήρηση των φυσικών ανανεώσιμων πόρων και της ποιότητας του εδάφους. Αυτές οι πολιτικές απόψεις στηρίζονται στην ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων, την κατάργηση των τεχνητών μας αναγκών, τα οποία προκαλούν σοβαρές επιπλοκές στον ανθρώπινο οργανισμό αλλά και το περιβάλλον. Επιπλέον την μείωση και την αλόγιστη σπατάλη ενέργειας καθώς και την προώθηση ανθεκτικών αγαθών και υπηρεσιών αντί αυτών μιας χρήσης. Η τεχνολογική και οικονομική ανάπτυξη δεν απορρίπτεται αυτή καθ αυτή απλά μόνο τα τεχνολογικά μέσα τα οποία δημιουργούν σοβαρές επιπλοκές στο περιβάλλον και στους ζωντανούς οργανισμούς. Η βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά σύμφωνα με τα οικολογικά πρότυπα στοχεύει στην αρμονική συνύπαρξη της φύσης με την ανθρώπινη ευημερία η οποία επιτυγχάνεται μέσα από τις ανάλογες δραστηριότητες.

Τέλος οι πιο **φιλοπεριβαλλοντικές πολιτικές** προσεγγίσεις που προσπαθούν να εφαρμόσουν οι κυβερνήσεις στρέφουν την προσοχή τους στην προστασία του περιβάλλοντος και την διατήρηση της Βιόσφαιρας. Η τεχνολογική ανάπτυξη σύμφωνα με τις συγκεκριμένες θεωρίες πρέπει να είναι ελεγχόμενη έτσι ώστε να μην δημιουργούνται διαταραχές στην βιόσφαιρα. Γι αυτό τον λόγο δημιουργούνται οι ανάλογες αρχές όπως η αρχή της ευθύνης της πρόληψης, η αρχή της ρύπανσης και η αρχή της επίπτωσης. . Η αρχή της πρόληψης είναι η γνώση και η εκπαίδευση που πρέπει να διαθέτουμε όλοι πριν προβούμε σε μια ενέργεια η οποία θα μολύνει το περιβάλλον στο οποίο ζούμε. Η αρχή της ρύπανσης εστιάζει κατά κύριο λόγο στις ανθρωπογενείς πράξεις οι οποίες ρυπαίνουν το περιβάλλον, όπως η αστικοποίηση, η χρήση πολλών οχημάτων και η εντεταμένη παραγωγή ρύπων από τα εργοστάσια. Η αρχή της επίπτωσης, έχει ως θέμα τις επιπτώσεις που δεχόμαστε εμείς οι ίδιοι από τις πράξεις μας, τι προκαλούμε στην υγεία μας, στο περιβάλλον και σε όλους τους έμβιους οργανισμούς. (Χατζημπίρος , 2007)

2.2.4) Πράσινα προϊόντα- ετικέτες

Όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε στον παγκόσμιο χάρτη καμία χώρα δεν είχε διαμορφώσει και ακολουθήσει μια καθορισμένη πολιτική άποψη μέχρι και το τέλος της δεκαετίας του 60. Τον Μάιο του 1968 όμως δημιουργήθηκαν κάποιες αναταράξεις οι οποίες προήλθαν από φοιτητές στην Γαλλία και την Γερμανία. Ύστερα από τις αναταράξεις που έλαβαν χώρα, τα Ηνωμένα Έθνη κάλεσαν σύσκεψη με θέμα το ανθρώπινο περιβάλλον και τα πράσινα προϊόντα η οποία εξελίχθηκε στην Στοκχόλμη το 1972. Εκτός αυτού μέσω της έκθεσης της έρευνας που έγινε στην Ρώμη την ίδια περίοδο με θέμα της «τα όρια της ανάπτυξης», δημιουργήθηκαν κάποιες ερωτήσεις σχετικά με τα οικολογικά προβλήματα, την οικονομική και την περιβαλλοντική ανάπτυξη και για τα πράσινα αγαθά τα οποία δεν επιβαρύνουν την γη. Οι κυβερνήσεις κλήθηκαν να λάβουν άμεσα μέτρα φοβούμενοι ότι θα είναι πολύ αργά για την πρόληψη και την αντιμετώπιση των οικολογικών προβλημάτων. Η Ευρωπαϊκή βιομηχανία αναπτύχθηκε με γοργούς ρυθμούς χωρίς όμως να ενδιαφερθεί ή έστω να λάβει μέτρα για την προφύλαξη του περιβάλλοντος. Όπως έχουμε μελετήσει και παραπάνω σχεδόν όλες οι ανθρωπογενείς δραστηριότητες παράγουν ρύπους, οι οποίες έχουν άμεσο αντίκτυπο στα έμβια όντα, στο έδαφος, το υπέδαφος, τον αέρα και τα θαλάσσια εδάφη. Αν και η ρύπανση του περιβάλλοντος έχει ξεκινήσει εδώ και έναν αιώνα, τα περιβαλλοντικά προβλήματα και οι πρώτες ελλείψεις σε φυσικούς πόρους παρατηρήθηκαν τις δεκαετίες του 60 και 70. Η Ευρώπη κλήθηκε να λύσει αυτό το μείζον πρόβλημα άμεσα, να προβεί στην θεσμοθέτηση μίας περιβαλλοντικής πολιτικής η οποία θα προστατέψει την έμβια ζωή, το περιβάλλον και τους φυσικούς διαθέσιμους πόρους. Έπρεπε να στραφούν πλέον στην παραγωγή αγαθών με φυσικούς τρόπους και στην ορθή κατανάλωση των διαθέσιμων πόρων η οποία άρχισε με ραγδαίους ρυθμούς να εξελίσσεται την δεκαετία του 80. (Μόυσης, 2015) (Ζουμπούλης, 2015)

Αντικείμενο μελέτης αποτέλεσαν τα πράσινα προϊόντα για τους Rios et al. (2006) καθώς και οι καταναλωτικές συνήθειες κα απόψεις των νεαρών ατόμων οι οποίοι επηρεασμένοι από όλα τα παραπάνω γεγονότα έχουν στραφεί προς τα πράσινα προϊόντα. Η ανακύκλωση καθώς και οι επιχειρήσεις οι οποίες κρατούν μια φιλικότερη στάση προς το περιβάλλον βρίσκουν θετικούς πολλούς νέους

καταναλωτές. Στην έρευνα που διεξήχθη εντάσσονται και οι περιβαλλοντικές οργανώσεις και οι περιβαλλοντικές ετικέτες. Τα τελευταία χρόνια ιδίως παρατηρούμε πλήθος διαφημίσεων, μαρκών πράσινων αγαθών, διότι ολοένα και αποκτούν περισσότερους καταναλωτές, έχουν μεγαλύτερη απήχηση και αναγνώριση σε νέους ανθρώπους και εμπνέουν εμπιστοσύνη η οποία εξασφαλίζει έμμεσα ένα καλύτερο περιβάλλον. Η οικολογική επισήμανση σύμφωνα με πλήθος ερευνών η οποία αναγράφεται πάνω σε ένα προϊόν, δημιουργεί μια φιλικότερη στάση του καταναλωτή και πιο θετική ώστε να προβεί στην ανάλογη αγορά του. Μεγάλη απόκλιση παρατηρείται στα θαλασσινά τα οποία όσα φέρουν οικολογική ετικέτα προτιμούνται από τους καταναλωτές. (Λέοντη, 2015)

Ένα προϊόν προκειμένου να λάβει την ετικέτα ότι αποτελεί πράσινο αγαθό χρειάζεται μια πιστοποίηση από τα αρμόδια όργανα προς τον παραγωγό. Η επισημοποίηση ενός προϊόντος σαν πράσινο απαιτεί την συμπλήρωση κάποιων επιστημονικών κριτηρίων και καθορισμένες διαδικασίες οι οποίες οποιαδήποτε στιγμή μπορεί να αναθεωρηθούν ως προς την εγκυρότητά τους. Η σήμανση εκτός από το γεγονός ότι δηλώνει ότι το συγκεκριμένο προϊόν δεν επιβαρύνει την γη και έχει παραχθεί με παραδοσιακούς τρόπους παραγωγής. Εκτός αυτού η σήμανση παρέχει στους καταναλωτές πληροφορίες και βοήθεια στις επιλογές ώστε να ναι σίγουροι όταν προβούν στην αγορά τους. Μερικά από τα σύμβολα τα οποία δηλώνουν την περιβαλλοντική παραγωγή των προϊόντων είναι :



Σύμφωνα με την έρευνα που είχε διεξαχθεί από τους Shaw et al(2005) , στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, προέκυψε το αποτέλεσμα ότι οι καταναλωτές νιώθουν ηθική ικανοποίηση καθώς καταναλώνουν πράσινα προϊόντα. Κατά την διεξαγωγή μίας ακόμη έρευνας της GF KNOP για λογαριασμό των FINANCIAL TIMES (2007) σε πέντε από τις κορυφαίες οικονομίες του κόσμου, ΗΠΑ, Μ. Βρετανία, Γαλλία, Γερμανία και Ισπανία. Στην συγκεκριμένη έρευνα έλαβαν μέρος 5.000 ερωτώμενοι οι οποίοι ερωτήθηκαν την γνώμη τους για την ετικέτα και την επισημοποίηση των πράσινων προϊόντων. Το 43 % ενέκρινε θετικά και την θεώρησε απαραίτητη τη συγκεκριμένη ετικέτα.

2.2.5) Τρόποι διατήρησης της οικολογίας και των οικοσυστημάτων

Η προστασία της φύσης ιδίως τα τελευταία χρόνια αποτελεί όπως προαναφέραμε μείζον θέμα και χρήζει επίλυσης από τις ανθρωπογενείς πιέσεις που δέχεται διαρκώς. Είναι ένα ιδιαίτερο πρόβλημα καθώς είναι σύνθετο και οι επιπτώσεις που δέχεται το οικοσύστημα αντανακλούνται σε ποικίλους τομείς των φυσικών και κοινωνικών συστημάτων και οικοσυστημάτων. Τα προβλήματα που έχουν προκύψει από την ρύπανση του περιβάλλοντος διαρκώς αυξάνονται με ποικίλους τρόπους και ραγδαίους ρυθμούς αλλά για την άμεση επίλυση τους δεν λαμβάνονται άμεσα μέτρα. Οι κυριότερες δυσκολίες που συναντώνται στην αντιμετώπιση των προβλημάτων και την διατήρηση της βιοποικιλότητας αποτελούν τα κοινωνικά θέματα. Μέσα σε μια κοινωνία όλοι οι πολίτες θα πρέπει να ακολουθούν μια κοινή γραμμή πλεύσης έτσι ώστε να συγκροτείται μια μαζική δυναμική ανθρώπων οι οποίοι ως στόχο τους έχουν την διατήρηση της οικολογίας (Gill Seyfang & Jouni Paavola, 2008). Διότι το τοπίο που παρατηρούμε σε μια κοινωνία, αποτελεί άμεση προβολή του φυσικού τοπίου της κοινωνίας αυτής αλλά και την κουλτούρα, την νοοτροπία και την οικολογική στάση των συγκεκριμένων πολιτών. Επιπροσθέτως ένα καθαρό περιβάλλον το οποίο συμπεριλαμβάνει μνημεία, ιστορικούς χώρους, καλοδιατηρημένους παραδοσιακούς οικισμούς χαρίζουν στους επισκέπτες τους μοναδικά και αξιομνημόνευτα χαρακτηριστικά. Τα κοινωνικά προβλήματα τα οποία παράγονται κατά την χρήση μέτρων για την προστασία του οικοσυστήματος και της βιοποικιλότητας είναι ποικίλα μερικά εκ των οποίων είναι :

- Κατά την προσωπική άποψη των ατόμων που δημιουργούν τα συγκεκριμένα προβλήματα είναι η αντίθεση που δημιουργείται μεταξύ της αξίας της ελευθερίας των φυσικών τοπίων και του περιορισμού τους προκειμένου να τα προστατέψουν. Δηλαδή με απλά λόγια πιστεύουν ότι ένα τοπίο πρέπει να είναι «ελεύθερο» και όχι να «περιορίζεται» και να φυλάσσεται. Η αρχή τους « Η ελευθερία του ενός σταματά εκεί που αρχίζει η ελευθερία του άλλου» καλείται να υποστεί έναν πρόσθετο περιορισμό για χάρη της διατήρησης του οικοσυστήματος.
- Ένα ακόμη πρόβλημα που δημιουργείται για την προστασία της βιοποικιλότητας από τους θιγόμενους , είναι η έλλειψη ισότητας που παρατηρείται ή της κοινωνικής δικαιοσύνης, όπως υποστηρίζεται από τους

ιδίους. Δηλαδή κατά την προσωπική τους άποψη ισχύει η γνώμη ότι προκειμένου ένας τουρίστας να θαυμάσει ένα αρχαίο μνημείο ή ο φυσιολάτρης να θαυμάσει έναν σπάνιο υγρότοπο, ή ένα παράξενο φυσικό περιβάλλον που έχει δημιουργηθεί από φυσικά αίτια, αυτά περιορίζουν τους αγρότες. Λόγω των μεγάλων εκτάσεων γης που χρησιμοποιούνται για αυτούς τους σκοπούς, οι καλλιέργειες των αγροτών περιορίζονται με αποτέλεσμα να μην βγάζουν τα προς το ζην .

- Τέλος ένα ακόμη κοινωνικό πρόβλημα που δεν επιτρέπει την προστασία των οικοσυστημάτων είναι η περισσότερη ασφάλεια και άνεση της συγκεκριμένης μερίδας ανθρώπων. Όπως υποστηρίζουν η ασφάλεια είναι η πρωταρχική αξία των ανθρώπων αλλά και για την ίδια την κοινωνία. Για αυτό τον λόγο η άγρια φύση καθώς και οι μη φιλικό βιολογικοί οργανισμοί θα πρέπει να εκλείψουν έτσι ώστε να αυξηθεί η ασφάλεια μέσα στις κοινωνίες. Παρ' όλη την τεχνολογική και οικονομική άνοδο αλλά και τα προβλήματα που προκαλούνται, η συγκεκριμένη μερίδα ατόμων θεωρεί ότι όλα τα προβλήματα πηγάζουν από την φύση.

Με τον όρο διατήρηση της βιοποικιλότητας και των οικοσυστημάτων, εννοούμε την διατήρηση όλων των έμβιων όντων και των συμπληρωματικών τους στοιχείων που αποτελούν μέρος της τροφής τους. Η βιοποικιλότητα εμπεριέχει εκτός από τα έμβια όντα, τα υποείδη, γενετικές ποικιλίες κλπ, εάν όμως εκλείψει κάποιο από τα παραπάνω τότε θα παύσουν να τρέφονται , να αναπαράγονται και να διατηρούνται σε ζωή ποικίλα είδη της βιοποικιλότητας. Εάν το εξετάσουμε πιο γενικευμένα την διατήρηση της βιοποικιλότητας και των οικοσυστημάτων θα παρατηρήσουμε ότι σε επίπεδο Βιόσφαιρας , ο στόχος ελαχιστοποίησης των προβλημάτων και προφύλαξης τους είναι εφικτός. Αυτό το γεγονός παρατηρείται συνήθως στις ανεπτυγμένες χώρες, στις αναπτυσσόμενες χώρες λόγω οικονομικών και κοινωνικών συνθηκών είναι ακόμα υπό εξέταση. Ο στόχος σύμφωνα με μελέτες είναι πλήρως εφικτός, όπως για παράδειγμα στην Ελλάδα, η οποία διατηρεί ακόμη σε πολύ υψηλά ποσοστά την βιοποικιλότητά της και το οικοσύστημά της καθώς και την προστασία των ενδημικών ειδών που διατρέχουν σοβαρό κίνδυνο. Η προστασία της βιοποικιλότητας και των οικοσυστημάτων είναι ανισομερή και έντονα επηρεασμένη από την ανάπτυξη των ανθρώπινων δραστηριοτήτων. Ένα από τα βασικά μέτρα που λαμβάνοντα

προκειμένου να διατηρηθεί το οικοσύστημα είναι η δημιουργία ειδικά διαμορφωμένων χώρων στις οποίες δεν παρατηρείται καμία ανθρώπινη δραστηριότητα. Η αποτυχία των ανθρώπων να φέρουν μια ισορροπία στον πολιτισμό και την φύση , ανεξαρτήτως από το πλήθος των προβλημάτων που έχει ήδη δημιουργήσει, αναγκάζει στην λήψη άμεσων βεβαιασμένων μέτρων. (Hargreaves, Nye & Burgess , 2008; Χατζημπίρος, 2007)

2.3 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

2.3.1 Ορισμός της οικονομικής προσέγγισης

Η οικονομική ανάπτυξη σαν ορισμός θέτεται σαν τις ποσοτικές και ποιοτικές μεταβολές που προκύπτουν από ενέργειες όπως η αύξηση του εισοδήματος, η μείωση της φτώχειας και της εξαθλίωσης. Επιπροσθέτως συμπεριλαμβάνει την εξασφάλιση της οικίας και της ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης καθώς και την ανάπτυξη του γενικού βιοτικού επιπέδου της κοινωνίας. Όπως μελετήσαμε παραπάνω για την προστασία του οικοσυστήματος και της βιοποικιλότητας και τα θέματα που το απασχολούν, έτσι θα μελετήσουμε και την οικονομική ανάπτυξη και πως έχει συμβάλλει σε όλο αυτό. Οι στρατηγικές βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης που έχουν δημιουργηθεί με την πάροδο των ετών, έχουν σαν κύριο σκοπό τους την μεγέθυνση της βιολογικής παραγωγής και της ορθολογικής κατανάλωσης. Η οικονομική ανάπτυξη που πρόκειται να επιτευχθεί μέσω της βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς περιλαμβάνει τομείς οι οποίοι για να επιτευχθεί η παραπάνω συνθήκη χρειάζονται να ολοκληρωθούν όπως πολιτικοί, πολιτιστικοί και κοινωνικοί παράγοντες. (Ρέππας, 2015)

2.3.2 Οι επιμέρους τομείς της οικονομικής επιστήμης

Η βιώσιμη οικονομική επιστήμη, είναι η κοινωνική επιστήμη η οποία μελετά την συμμετοχή των ανθρώπων και των επιχειρήσεων σε μια πιο βιώσιμη κοινωνία και σε μια ορθολογική κατανάλωση. Η βιώσιμη οικονομική επιστήμη αναπτύσσει θεωρίες και υποδείγματα οι οποίοι καθορίζουν ποικίλους τομείς μερικοί εξ αυτών το περιβάλλον, η κοινωνία, ο πολιτισμός και συμπεριφορά των ανθρώπων μιας συγκεκριμένης κοινωνίας. Η οικονομική επιστήμη χωρίζεται σε δύο επιμέρους κλάδους την *μικροοικονομική* και την *μακροοικονομική*.

Μικροοικονομική: Η συγκεκριμένη επιστήμη, ως αντικείμενο μελέτης της έχει την παρατήρηση και την καταγραφή των συνηθειών και της συμπεριφοράς των καταναλωτών. Μελετά όλες τις δράσεις στις οποίες προβαίνουν τα νοικοκυριά αλλά και οι επιχειρήσεις προκειμένου να κατανοήσουν τι ωθεί τους ανθρώπους να λάβουν τέτοιες αποφάσεις. Επίσης μελετά τα εκάστοτε καταναλωτικά πρότυπα με τους ανάλογους δεδομένους πόρους και τις συνέπειες τους, για ένα καθορισμένο χρονικό διάστημα.

Μακροοικονομική : Είναι η επιστήμη η οποία μελετά όλα τα στοιχεία που έχει συλλέξει από την μικροοικονομική, τις αλληλεπιδράσεις που υπάρχουν στους διάφορους οικονομικούς κλάδους. Με λίγα λόγια στηρίζεται στην μικροοικονομική απλά αναφέρεται σε μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα.

2.3.3 Μορφές οργάνωσης της οικονομίας για την διαμόρφωση μιας βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς

Σύμφωνα με τον I. Timbergen (1973) κατά την διεξαγωγή της έρευνας του συμπεράνε ότι προκειμένου να υπάρξει αρμονική συσχέτιση μεταξύ οικονομίας και περιβάλλοντος, πρέπει να υπάρξει οικονομικός προγραμματισμός. Μέσω του οικονομικού προγραμματισμού που ακολουθεί το κράτος δίνεται η δυνατότητα να διαμορφωθεί μια οικολογική και πάνω απ όλα βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά. Θα αναλύσουμε περαιτέρω μερικά από τα χαρακτηριστικά του οικονομικού προγραμματισμού :

- Παρατηρείται η λήψη αποφάσεων οικονομικού χαρακτήρα, οι οποίες στηρίζονται σε μελέτες που έχουν διεξαχθεί και σε ποσοτικές εκτιμήσεις, οι οποίες θα βοηθήσουν τις μελλοντικές εξελίξεις. Η συγκεκριμένη πράξη δηλώνει ότι οι στατιστικοί αναλυτές με την συλλογή παρελθοντικών πληροφοριών προσπαθούν να διαγνώσουν την τωρινή κατάσταση και να διαμορφώσουν άποψη για μια μελλοντική κατάσταση.
- Οι κρατικοί φορείς εάν διασαφηνίσουν και οριοθετήσουν τους στόχους τους τότε θα ναι σε θέση να διατυπώσουν γενικότερους οικονομικούς μελλοντικούς σκοπούς. Μέσω της εσωτερικής κατανόησης των επιδιώξεων μιας χώρας θα μπορέσει να διαμορφωθεί το ανάλογο οικονομικό πρόγραμμα.

Σύμφωνα με την έρευνα που διεξήγαγε ο W. Lewis (1992), για την επίτευξη του οικονομικού προγραμματισμού, χρειάζονται κάποια βασικά στοιχεία καθώς και την ισόποση περιβαλλοντική και οικονομική ανάπτυξη. Τα στοιχεία αυτά θα τα αναλύσουμε εκτενέστερα παρακάτω :

- Καταγραφή των διαθέσιμων φυσικών πόρων, της έρευνας αγοράς και η διερεύνηση αναπτυξιακών δυνατοτήτων μιας χώρας.
- Μια ορθή και άκρως μελετημένη υποδομή για την ανάπτυξη περιβαλλοντικών δράσεων από δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς.
- Για την διαμόρφωση μιας βιώσιμης καταναλωτικής συμπεριφοράς, είναι αναγκαία η παροχή εξειδικευμένων εγκαταστάσεων εκπαίδευσης των ατόμων καθώς και επαρκής γενική παιδεία στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, για την πραγματοποίηση των οποίων χρειάζονται μεγάλα κονδύλια.
- Βελτίωση του νομικού πλαισίου της οικονομικής και οικολογικής δράσης, η ενίσχυση και η νόμιμη κάλυψη των περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων.
- Ενθάρρυνση και ενίσχυση της καλύτερης και ορθότερης αξιοποίησης των διαθέσιμων φυσικών πόρων καθώς και την χρήση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

- Διενέργεια τακτικών ελέγχων ενάντια στην κακή και υπερβολική χρήση των πόρων αυτών, με σοβαρές χρηματικές επιπτώσεις τους παραβάτες.
- Ενθάρρυνση και τόνωση της αποταμίευσης ιδιωτικής και δημόσιας, έτσι ώστε τα ποσά που θα συγκεντρωθούν να χρησιμοποιηθούν για την δημιουργία μιας περιβαλλοντικής οικονομικής και οικολογικής συμπεριφοράς και την σωστή υποδομή νέων επιχειρήσεων.

Όπως μελετήσαμε και παραπάνω για την καταναλωτική συμπεριφορά και την οικολογική προσέγγιση των καταναλωτών, οδηγούμαστε σε κάποια αποτελέσματα. Διαπιστώσαμε ότι ο καταναλωτής αποτελεί μια οικονομική μονάδα, ο οποίος έχει ως στόχο την άμεση ικανοποίηση των προσωπικών του αναγκών με αγαθά και υπηρεσίες, οι οποίες θα πρέπει να συνδέονται με την οικολογική πλευρά που εξετάσαμε. Με τις αλματώδεις εξελίξεις που έχουν δημιουργηθεί και την αυξημένη τεχνογνωσία που διαθέτουμε, πλέον παρατηρούμε την άρρηκτη σύνδεση της οικολογικής προσέγγισης με την καταναλωτική συμπεριφορά. Οι συνέπειες των μεταβολών αυτών και το «πάντρεμα» της οικολογίας με την καταναλωτική συμπεριφορά, διαταράσσει τις σχέσεις του ανθρώπου με το περιβάλλον αλλά ταυτόχρονα αποτελεί τα έναυσμα για την δημιουργία νέων επιστημονικών κλάδων. (Ευαγγελία Ν. Γεωργιτσογιάννη, Αμπελιώτης, 2008)

Όπως μελετήσαμε διεξοδικά και παραπάνω η καταναλωτική συμπεριφορά συνδέεται άρρηκτα με την οικολογική και την οικονομική συμπεριφορά. Στην τρέχουσα περίοδο που διανύουμε, η καταναλωτική συμπεριφορά των ανθρώπων και η οικολογική συνείδηση, έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της στρατηγικής του μάρκετινγκ. Οι κύριοι λόγοι μέσω των οποίων συνδέεται η καταναλωτική συμπεριφορά με την οικολογική προσέγγιση μιας χώρας είναι, ο δραματικός ρυθμός εισαγωγής και οι υψηλές απαιτήσεις νέων προϊόντων. Εκτός αυτού η ανησυχία για την προστασία των καταναλωτών κατά την αγορά αγαθών, έτσι ώστε να μην πέσουν θύμα κάποιου διαφημιστικού κόλπου. Το αυξημένο ενδιαφέρον, για την παραγωγή βιολογικών προϊόντων και τι επιπτώσεις θα έχουν στο φυσικό περιβάλλον. Τέλος η καταναλωτική συμπεριφορά συνδέεται με την οικολογική προσέγγιση των πολιτών, για την αυξημένη υιοθέτηση πράσινων στρατηγικών μάρκετινγκ και την διεύρυνση σε παγκόσμια κλίμακα της πράσινης αγοράς. (Σιώμκος, 2002) (Μπουζούκη, 2013)

3^ο Κεφάλαιο

Εμπειρική προσέγγιση

Κεφάλαιο 3^ο : Εμπειρική ανάλυση δεδομένων

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται εκτενώς η μεθοδολογία όλης της έρευνας. Γίνεται η ανάλυση και η περιγραφή του ερωτηματολογίου, η επιλογή του δείγματος, καθώς και η επεξεργασία όλων των δεδομένων που συλλέξαμε.

3.1 Σκοπός Στόχοι

Σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας μέσω της άμεσης και εμπειρικής προσέγγισης είναι : α) η διερεύνηση των απόψεων των ερωτηθέντων, σχετικά με τα πράσινα προϊόντα πόσο ενήμεροι και εξοικειωμένοι είναι με αυτά τα αγαθά και β) κατά πόσο είναι ενήμεροι με την οικολογία και τι δράσεις γίνονται για να ενταχθεί στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.

3.2 Ερευνητικά ερωτήματα

- Με τι κριτήρια πλέον οι καταναλωτές την τρέχουσα περίοδο αγοράζουν αγαθά και υπηρεσίες;
- Ποιους παράγοντες θεωρούν οι καταναλωτές βλαβερούς για την υγεία μας;
- Ισχύει η πεποίθηση και αν ναι σε τι βαθμό ότι αν ένα προϊόν δεν είναι πράσινο, αποτελεί κίνδυνο για την υγεία μας ;
- Σε τι βαθμό έχουν συμβάλλει τα βιολογικά αγαθά και τι μεταβολές έχουν επιφέρει στην υγεία μας και το κλάδο τροφίμων;
- Σε ποιο βαθμό οι νέοι καταναλωτές πλέον ενημερώνονται για θέματα τα οποία αφορούν το περιβάλλον;
- Σε τι βαθμό και κατά πόσο πιστεύουν οι ερωτώμενοι ότι η εκπαίδευση είναι αρκετή πάνω σε θέματα οικολογίας και προστασίας του περιβάλλοντος.
- Πιστεύετε ότι στην τριτοβάθμια εκπαίδευση υπάρχει επαρκής ενημέρωση, καθώς και η διοργάνωση ημερίδων από τις αρμόδιες αρχές (πρύτανης, διοικητικό συμβούλιο);
- Στην σχολή στην οποία φοιτάτε, θεωρείτε επαρκή την ενημέρωση ή την εκπαίδευσή σας, σχετικά με θέματα οικολογίας και ορθής οικονομίας;
- Σε τι βαθμό πιστεύουν οι ερωτώμενοι ότι οι πληροφορίες που λαμβάνουν από τα μέσα ενημέρωσης είναι έγκυρες;

- Κατά την διάρκεια απειλών στον κλάδο του περιβάλλοντος και των τροφίμων, πόσο εμπεριστατωμένες και ακριβείς ήταν οι πληροφορίες που λάμβαναν οι ερωτώμενοι ;

Με άλλα λόγια, ο κύριος στόχος της εργασίας είναι να προσδιορίσουμε ποιες είναι οι αντιλήψεις των καταναλωτών σχετικά με τα βιολογικά αγαθά. Επιπλέον πόσο ενημερωμένοι σχετικά με τα τρέχοντα περιβαλλοντικά ζητήματα καθώς και τι δράσεις γίνονται για την διαφύλαξή του. Εκτός αυτού σε τι βαθμό ενημερώνονται οι νέοι, κυρίως στην τριτοβάθμια εκπαίδευση με θέματα οικολογίας και ορθής οικονομικής συμπεριφοράς.

3.3 Επιλογή δείγματος

Για την διεκπεραίωση του ερωτηματολογίου, δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο αφορά άτομα που φοιτούν στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. . Πρόκειται για άτομα σε όλη την Ελλάδα τα οποία φοιτούν σε σχολές οικονομικές και μη, το δείγμα επιλέχθηκε τυχαία. Η δειγματοληψία πραγματοποιήθηκε από τις 7/6/2017 έως τις 15/6/2017. Τα ερωτηματολόγια που απαντήθηκαν είναι 95, διαφορετικών ηλικιών, φύλου, κοινωνικών στρωμάτων και σχολών. Ο βαθμός εγκυρότητας των απαντήσεων είναι αρκετά υψηλός καθώς οι ερωτώμενοι, κλήθηκαν να απαντήσουν σε σοβαρές ερωτήσεις όπως (ηλικία, εισόδημα, σχολή φοίτησης, μέλη οικογενείας, κλπ).

3.4 Ερευνητικό εργαλείο

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε, δημιουργήθηκε για να καλύψει τις ανάγκες της έρευνας και βασίστηκε σε ότι έχουμε προαναφέρει παραπάνω. Αποτελείται από τέσσερις ομάδες ερωτήσεων, όπως οι γενικές ερωτήσεις, οι ερωτήσεις οι οποίες εξετάζουν τους παράγοντες επιλογής των προϊόντων, οι ερωτήσεις που εξετάζουν τον ρίσκο και τον κίνδυνο των μη βιολογικών αγαθών και οι ερωτήσεις σχετικά με την αξιοπιστία των πληροφοριών που λαμβάνει ο καταναλωτής. Υπήρχαν ερωτήσεις, κλειστού τύπου που απαντήθηκαν με *ναι* και *όχι* , καθώς και ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής. Επιπλέον χρησιμοποιήθηκαν ερωτήσεις ανοικτού τύπου(που χρειαζόταν η συμπλήρωση της απάντησης) Τέλος, υπήρχαν ερωτήσεις , για τις οποίες χρησιμοποιήθηκε πενταβάθμια κλίμακα , οι οποίες λάμβαναν τιμές από 1 =καθόλου έως 5 = πάρα πολύ.

Στην πρώτη ομάδα ερωτήσεων, περιλαμβάνονται γενικές ερωτήσεις, δηλαδή τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων όπως το φύλο, η ηλικία, σχολή και

τμήμα φοίτησης κλπ. Τα ατομικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων διαφέρουν ως προς τις αντιλήψεις τους σχετικά με τα βιολογικά προϊόντα.

Στην δεύτερη ομάδα εμπεριέχονται ερωτήσεις οι οποίες αφορούν, τους παράγοντες στους οποίους προβαίνει ένας καταναλωτής στην αγορά βιολογικών αγαθών και ποιοι προσωπικοί παράγοντες παίζουν ρόλο για την επιλογή ή μη, των συγκεκριμένων αγαθών.

Στην τρίτη ομάδα παρατηρούμε ερωτήσεις οι οποίες αφορούν, την αντίληψη των νέων σχετικά με συντηρητικά που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή προϊόντων τόσο βλαβερά ή μη είναι για την υγεία μας.

Τέλος στην τέταρτη εντοπίζουμε ερωτήσεις οι οποίες αφορούν, την εκπαίδευση και την ενημέρωση στις σχολές και γενικότερα με θέματα οικολογίας και ορθής οικονομικής συμπεριφοράς.

4ο Κεφάλαιο : Παρουσίαση αποτελεσμάτων έρευνας

4.1) Γενικές ερωτήσεις

Σε ότι αφορά τα γενικά-δημογραφικά χαρακτηριστικά, στην έρευνα συμμετείχαν 95 άτομα, εκ των οποίων οι 56 είναι γυναίκες και οι υπόλοιποι 39 είναι άντρες (βλ. πίνακα 1.1). Οι ερωτώμενοι της συγκεκριμένης έρευνας έχουν ηλικίες 18 έως 29 ετών.

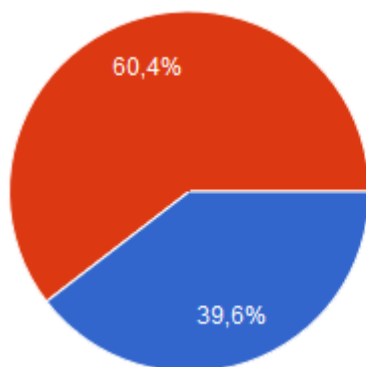
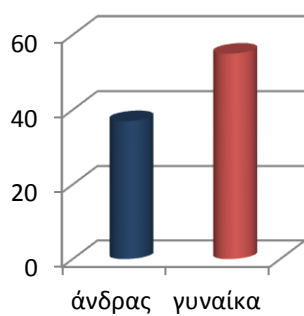
Πίνακας 1.1: Κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο

N	Εγκυρες	95
	Λανθασμένες	0
Mean		,41

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Γυναί κες	56	58,9	58,9	58,9
Άντρες	39	41,1	41,1	100,0
Σύνολ ο	95	100,0	100,0	

*Διαγραμματική
αναπαράσταση απαντήσεων
:*

Φύλο

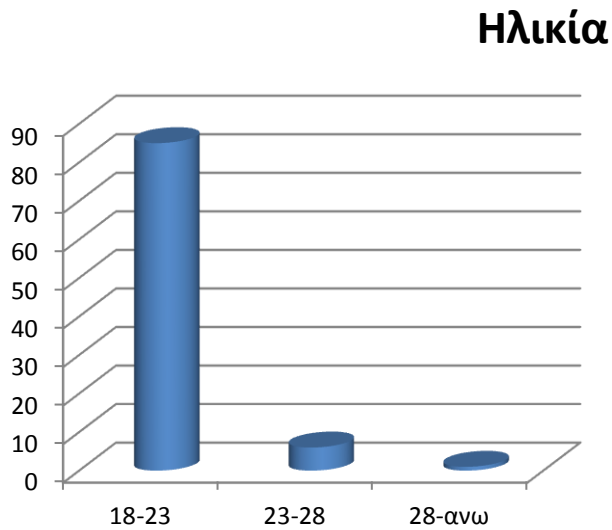


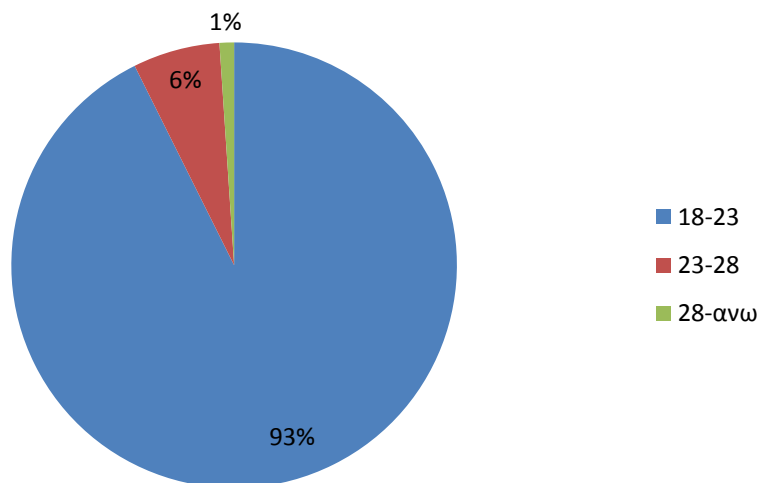
Πίνακας 1.2: Κατανομή δείγματος ως προς την ηλικία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
18-23	88	92,6	92,6	92,6
23-28	6	6,3	6,3	98,9
28- άνω	1	1,1	1,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

N	Έγκυρες	95
	Λανθασ μένες	0
Mean		1,08

Διαγραμματική αναπαράσταση απαντήσεων:





4.1.1 Σχολή φοίτησης ερωτώμενων

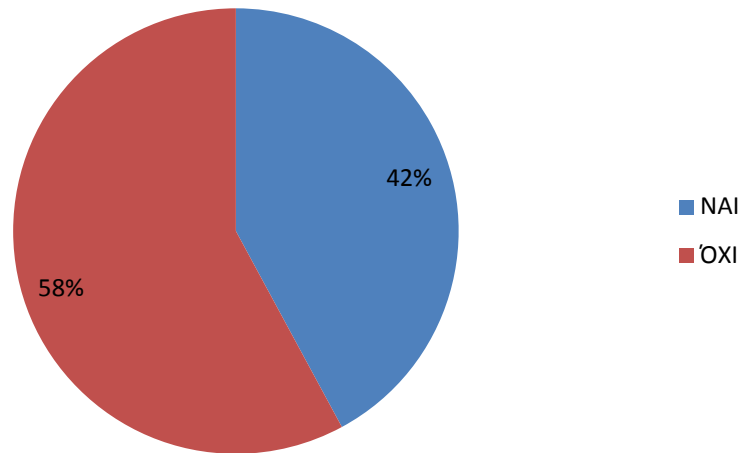
Ο πίνακας 2.1 παρουσιάζει το τμήμα στο οποίο φοιτούν οι ερωτώμενοι, εάν ανήκει σε οικονομική σχολή ή όχι. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων το οποίο κλήθηκε να απαντήσει το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο δεν ανήκει σε οικονομική σχολή (58 %), καθώς μόλις το (42 %) ανήκει σε οικονομική σχολή.

Πίνακας 2.1: πίνακας ως προς το τμήμα της σχολής (οικονομικό ή μη)

N	Εγκυρες	95
	Λανθασμένες	0
Mean		,42

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
OXI	55	57,9	57,9	57,9
NAI	40	42,1	42,1	100,0

Σύνολο	95	100,0	100,0
ο			



4.1.2 Οικογενειακό εισόδημα και δαπάνη χρημάτων

Σε ότι αφορά το οικογενειακό εισόδημα(βλ πίνακα 3.1), όπου η μεγαλύτερη μερίδα των ερωτηθέντων ανήκει στην δεύτερη (6.000-12.000 ευρώ-25%) και την τρίτη κατηγορία (12.000-18.000 ευρώ-25%) . Ενώ σε ότι αφορά την δαπάνη χρημάτων (βλ πίνακα 3.2) , για την προσωπική αγορά αγαθών, το μεγαλύτερο ποσοστό σημειώνεται στην τρίτη βαθμίδα των ατόμων, οι οποίοι δαπανούν (50-100 ευρώ, 35%).

Πίνακας 3.1:Οικογενειακό εισόδημα

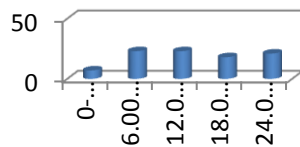
N	Εγκυρες	95
	Λανθασμένες	0
Mean		3,24

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
1	7	7,4	7,4	7,4

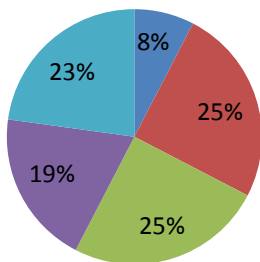
2	24	25,3	25,3	32,6
3	24	25,3	25,3	57,9
4	19	20,0	20,0	77,9
5	21	22,1	22,1	100,0
Σύνολο	95	100,0	100,0	
ο				

Διαγραμματική
αναπαράσταση
απαντήσεων:

Το οικογενειακό εισόδημα (σε...



Το οικογενει εισόδημα (c



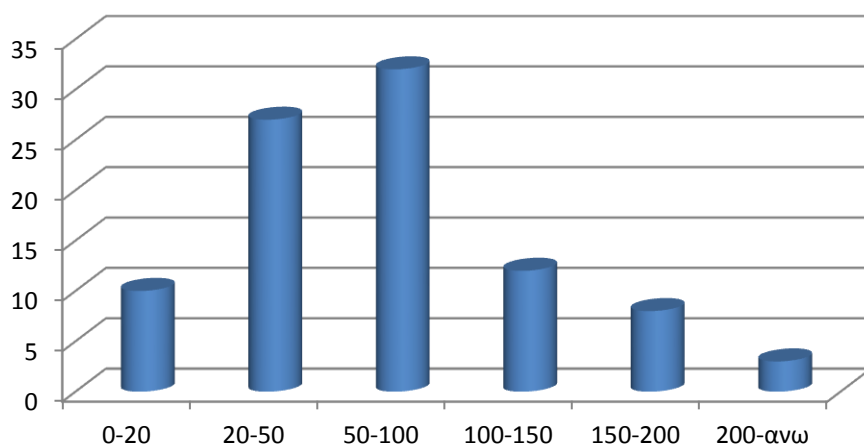
**Πίνακας 3.2: Δαπάνη
χρημάτων για αγορά
αγαθών**

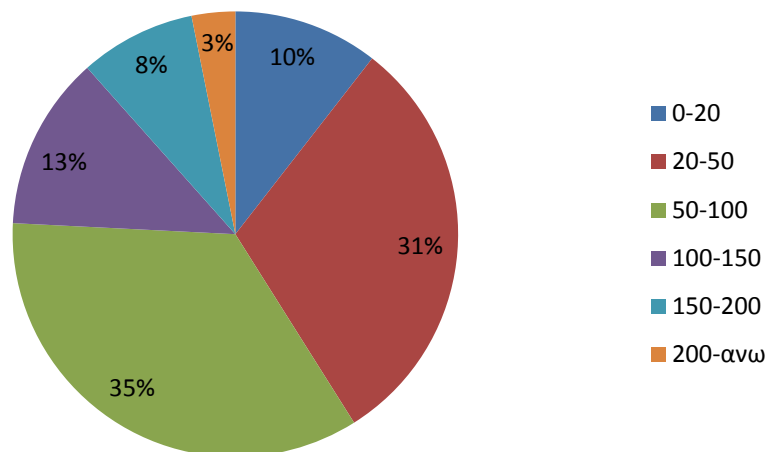
N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,87

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
0-20	10	10,5	10,5	10,5
20-50	29	30,5	30,5	41,1
50- 100	33	34,7	34,7	75,8
100- 150	12	12,6	12,6	88,4
150- 200	8	8,4	8,4	96,8
200- άνω	3	3,2	3,2	100,0
Σύνολο	95	100,0	100,0	

Διαγραμματική αναπαράσταση απαντήσεων

Δαπάνη για τρόφιμα (σε €)





4.1.4 Οικογενειακή κατάσταση

Σε ότι αφορά την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων (βλ. πίνακα 4.1), η πλειονότητα του δείγματος ανήκει στην δεύτερη κατηγορία (4-6 άτομα, 73%), ενώ η δεύτερη αμέσως μεγαλύτερη είναι η πρώτη κατηγορία (1-3 άτομα, 25%) και τέλος ακολουθεί η Τρίτη κατηγορία (7- άνω, 2%)

Πίνακας 4.1:οικογενειακή κατάσταση

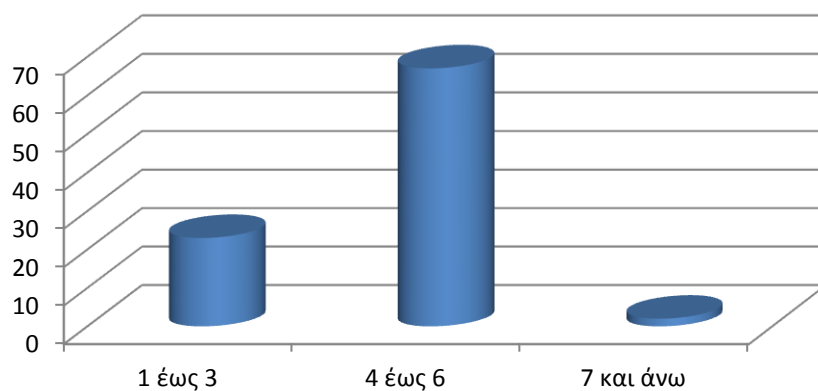
N	Valid	95
	Missing	0
Mean		1,77

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
1-3	24	25,3	25,3	25,3
4-6	69	72,6	72,6	97,9
7-άνω	2	2,1	2,1	100,0

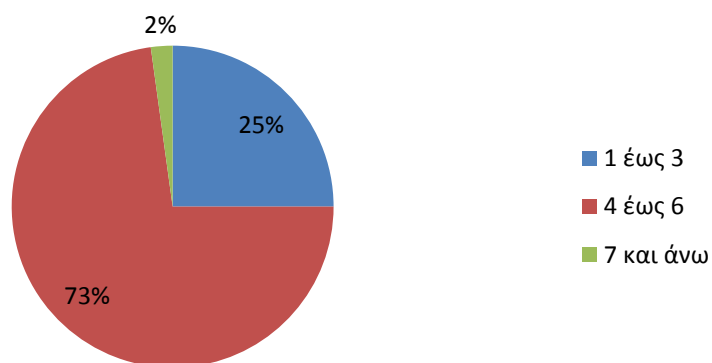
Σύνολο	95	100,0	100,0
ο			

Διαγραμματική αναπαράσταση

Από πόσα μέλη αποτελείται το νοικοκυρίο;



Από πόσα μέλη αποτελείται το νοικοκυρίο;



4.1.5 Πράσινα προϊόντα και γενικότερη συμβολή

Οι πίνακες 5.1, 5.2 και 5.3 παρουσιάζουν τις απόψεις των ερωτηθέντων, καθώς και την κατανομή τους, όσον αφορά τις προτιμήσεις τους στα πράσινα-οικολογικά αγαθά. Επιπλέον εάν τα θεωρούν ακριβά ώστε να τα αποκτήσουν, αλλά και κατά πόσο έχουν

συμβάλλει έτσι ώστε να διαφυλαχτεί το περιβάλλον αλλά και η υγεία μας. Αν μελετήσουμε τον πρώτο πίνακα θα παρατηρήσουμε ότι το 83% των ερωτηθέντων προτιμούν τα πράσινα βιολογικά αγαθά. Όμως όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε στον πίνακα 5.2 το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων 65% τα θεωρεί σχετικά ακριβά, για την απόκτησή τους. Τέλος στον πίνακα 5.3 παρατηρούμε ότι, η γενική άποψη που επικρατεί για την διαφύλαξη του περιβάλλοντος αλλά και της υγείας μας είναι θετική, η οποία αγγίζει το ποσοστό του 81 %, μέσω της παραγωγής και κατανάλωσης πράσινων-βιολογικών αγαθών.

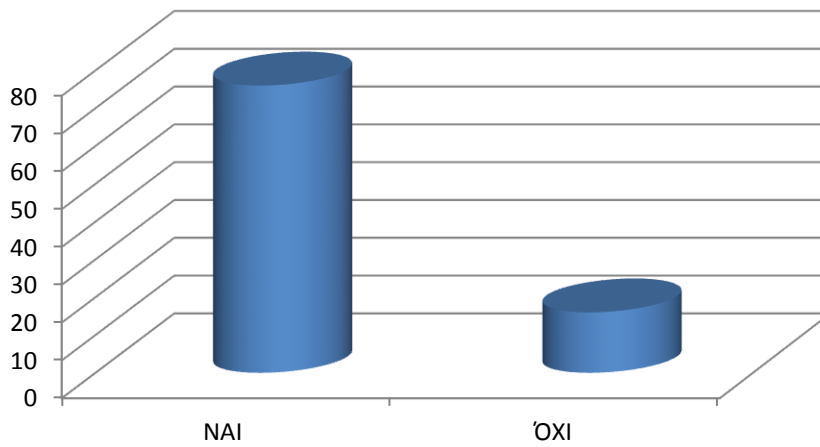
Πίνακας 5.1: Πίνακας προτιμήσεων πράσινων προϊόντων

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		,83

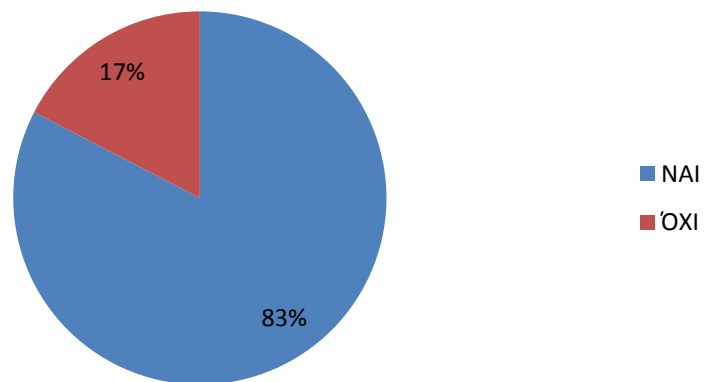
	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
0	16	16,8	16,8	16,8
1	79	83,2	83,2	100,0
Σύνολο	95	100,0	100,0	
ο				

Διαγραμματική αναπαράσταση απαντήσεων

Προτίμηση στα πράσινα προϊόντα



Προτίμηση στα πράσινα προϊόντα;

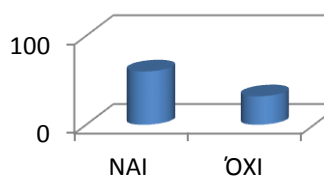


**Πίνακας 5.2: Πίνακας
ακρίβειας πράσινων
προϊόντων**

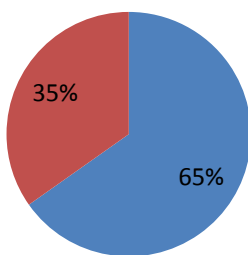
N	Valid	95
	Missing	0
Mean		,65

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
0	33	34,7	34,7	34,7
1	62	65,3	65,3	100,0
Σύνολο	95	100,0	100,0	
ο				

Θεωρούνται ακριβά;



Θεωρούντα ακριβά;

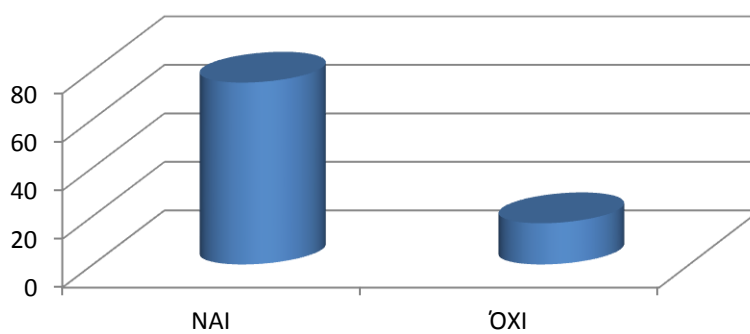


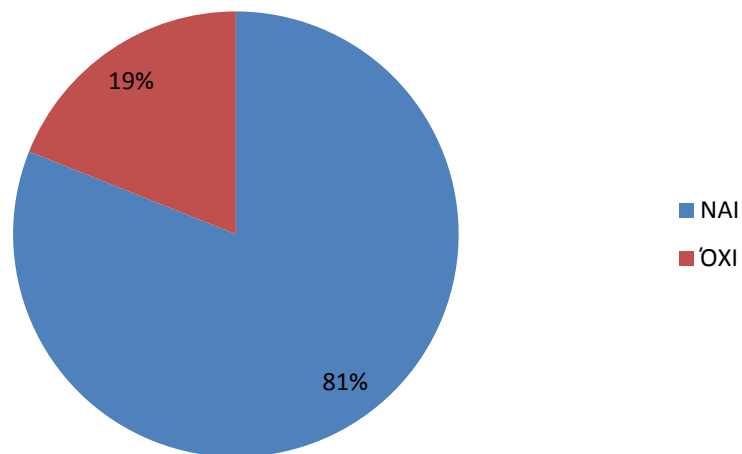
**Πίνακας 5.3: Πίνακας
διαφύλαξης του
περιβάλλοντος και της
υγείας μας**

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		,81

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
0	18	18,9	18,9	18,9
1	77	81,1	81,1	100,0
Σύνολο	95	100,0	100,0	
ο				

**Είναι δραστική η συμβολή τους στη
διαφύλαξη του περιβάλλοντος και
της υγείας;**





4.2 Κριτήρια και παράγοντες αγοράς τροφίμων

Σε αυτή την ενότητα θα συζητήσουμε τα κριτήρια που ακολουθούν οι ερωτώμενοι μέσω μιας πενταβάθμιας κλίμακας (βλ πίνακα 6.1) η οποία λαμβάνει τιμές από 1= καθόλου έως 5= πάρα πολύ, το ποσοστό αυτό εκφράζει τα γενικά κριτήρια των καταναλωτών. Μερικά κριτήρια τα οποία θέσαμε στην συγκεκριμένη έρευνα είναι εάν ένα προϊόν είναι, γευστικό ακριβό, ασφαλές για τη υγεία, οικολογικό, θρεπτικό χώρα προέλευσης , επωνυμία προϊόντος, παραδοσιακή παραγωγή προϊόντος, πάντα και άμεσα διαθέσιμο, εύκολο στην προετοιμασία, σύμφωνο με τις προτιμήσεις της οικογενείας, χαμηλό σε υδατάνθρακες-λίπη κλπ και την φήμη της εταιρίας.

Πίνακας γευστικού

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		4,08

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
1	2	2,1	2,1	2,1
2	4	4,2	4,2	6,3
3	6	6,3	6,3	12,6
4	55	57,9	57,9	70,5
5	28	29,5	29,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας ακριβού

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,44

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	2	2,1	2,1	2,1
2	15	15,8	15,8	17,9
3	35	36,8	36,8	54,7
4	25	26,3	26,3	81,1
5	18	18,9	18,9	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας ασφάλειας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,73

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	3	3,2	3,2	3,2
2	10	10,5	10,5	13,7
3	17	17,9	17,9	31,6
4	45	47,4	47,4	78,9
5	20	21,1	21,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Πίνακας οικολογικού-
βιολογικού**

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,66

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	21	22,1	22,1	22,1
2	15	15,8	15,8	37,9
3	41	43,2	43,2	81,1
4	11	11,6	11,6	92,6

5	7	7,4	7,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας θρεπτικού

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,49

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	6	6,3	6,3	6,3
2	7	7,4	7,4	13,7
3	31	32,6	32,6	46,3
4	36	37,9	37,9	84,2
5	15	15,8	15,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας χώρα

προέλευσης

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,63

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	25	26,3	26,3	26,3

2	17	17,9	17,9	44,2
3	27	28,4	28,4	72,6
4	20	21,1	21,1	93,7
5	6	6,3	6,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Πίνακας επωνυμίας
προϊόντος**

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,81

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	15	15,8	15,8	15,8
2	21	22,1	22,1	37,9
3	33	34,7	34,7	72,6
4	19	20,0	20,0	92,6
5	7	7,4	7,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Πίνακας παραδοσιακής
παραγωγής προϊόντων**

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,83

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	18	18,9	18,9	18,9
2	21	22,1	22,1	41,1
3	24	25,3	25,3	66,3
4	23	24,2	24,2	90,5
5	9	9,5	9,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας διαθεσιμότητας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,19

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	5	5,3	5,3	5,3
2	18	18,9	18,9	24,2
3	39	41,1	41,1	65,3
4	20	21,1	21,1	86,3
5	13	13,7	13,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας προετοιμασίας προϊόντος

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,32

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	4	4,2	4,2	4,2
2	16	16,8	16,8	21,1
3	32	33,7	33,7	54,7
4	32	33,7	33,7	88,4
5	11	11,6	11,6	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Πίνακας προτιμήσεων
οικογενείας**

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,58

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	3	3,2	3,2	3,2
2	11	11,6	11,6	14,7
3	26	27,4	27,4	42,1
4	38	40,0	40,0	82,1
5	17	17,9	17,9	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Πίνακας υδατανθράκων
και λιπών**

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,88

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	15	15,8	15,8	15,8
2	17	17,9	17,9	33,7
3	36	37,9	37,9	71,6
4	18	18,9	18,9	90,5
5	9	9,5	9,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

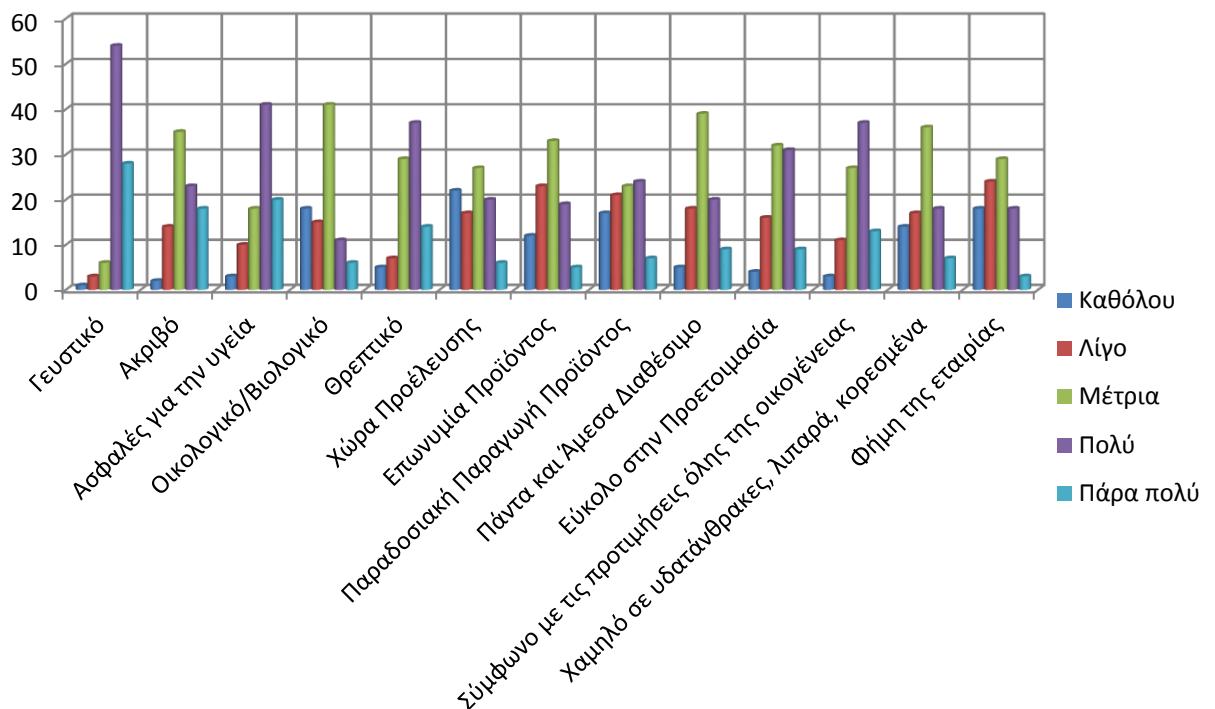
**Πίνακας φήμης της
εταιρίας**

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,68

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	18	18,9	18,9	18,9

2	24	25,3	25,3	44,2
3	29	30,5	30,5	74,7
4	18	18,9	18,9	93,7
5	6	6,3	6,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Κριτήρια με τα οποία αγοράζετε αγαθά και υπηρεσίες



Στον πίνακα 6.2 μπορούμε να δούμε σε βάθος τις απόψεις των ερωτηθέντων σχετικά με παράγοντες που μπορεί να θεωρηθούν πολύ βλαβεροί για την υγεία μας. Σε αυτόν τον πίνακα μπορούμε να ελέγξουμε, τις απόψεις των ερωτώμενων σχετικά με τους πιο συνηθισμένους βλαβερούς παράγοντες με τους οποίους ερχόμαστε σε επαφή, σχεδόν κάθε μέρα.

Πίνακας καπνίσματος

N	Valid	95
---	-------	----

Missing	0
Mean	4,49

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
2	2	2,1	2,1	2,1
3	7	7,4	7,4	9,5
4	28	29,5	29,5	38,9
5	58	61,1	61,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Πίνακας ατμοσφαιρικού
αέρα**

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,69

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	5	5,3	5,3	5,3
2	6	6,3	6,3	11,6
3	21	22,1	22,1	33,7
4	44	46,3	46,3	80,0
5	19	20,0	20,0	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας κλίματος

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,23

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	4	4,2	4,2	4,2
2	11	11,6	11,6	15,8
3	46	48,4	48,4	64,2
4	27	28,4	28,4	92,6
5	7	7,4	7,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας ραδιενέργειας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		4,40

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
2	4	4,2	4,2	4,2
3	7	7,4	7,4	11,6
4	31	32,6	32,6	44,2
5	53	55,8	55,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας αλκοόλ

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,80

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	2	2,1	2,1	2,1
2	6	6,3	6,3	8,4
3	22	23,2	23,2	31,6
4	44	46,3	46,3	77,9
5	21	22,1	22,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας άγχους

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		4,26

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
2	4	4,2	4,2	4,2
3	13	13,7	13,7	17,9
4	32	33,7	33,7	51,6
5	46	48,4	48,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας θορύβου

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,79

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	16	16,8	16,8	16,8
2	23	24,2	24,2	41,1
3	33	34,7	34,7	75,8
4	11	11,6	11,6	87,4
5	12	12,6	12,6	100,0
Total	95	100,0	100,0	

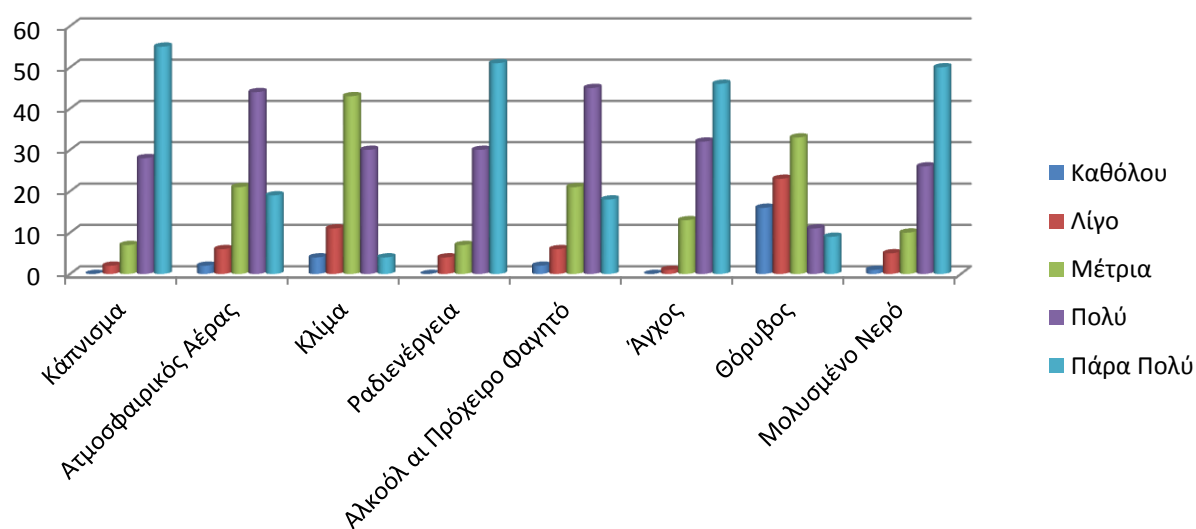
Πίνακας μολυσμένου**νερού**

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		4,29

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	1	1,1	1,1	1,1
2	5	5,3	5,3	6,3

3	10	10,5	10,5	16,8
4	28	29,5	29,5	46,3
5	51	53,7	53,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Παράγοντες βλαβεροί για την υγεία



Στον πίνακα 6.3 , αναλογιζόμενοι την παραπάνω γενική άποψη σχετικά με τα πράσινα-βιολογικά προϊόντα, θα μελετήσουμε σε τι ποσοστό εάν κάποιο από τα παρακάτω αγαθά δεν είναι βιολογικό, μπορεί να αποτελέσει κίνδυνο προς την υγεία μας.

Πίνακας κρέατος

N	Valid	95
	Missing	0

Mean	2,88
------	------

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	13	13,7	13,7	13,7
2	26	27,4	27,4	41,1
3	25	26,3	26,3	67,4
4	21	22,1	22,1	89,5
5	10	10,5	10,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας φρούτων

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,94

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	24	25,3	25,3	25,3
2	11	11,6	11,6	36,8
3	17	17,9	17,9	54,7
4	33	34,7	34,7	89,5
5	10	10,5	10,5	100,0

Total	95	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Πίνακας λαχανικών

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,89

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	22	23,2	23,2	23,2
2	16	16,8	16,8	40,0
3	17	17,9	17,9	57,9
4	30	31,6	31,6	89,5
5	10	10,5	10,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας αυγών

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,14

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	11	11,6	11,6	11,6
2	18	18,9	18,9	30,5
3	29	30,5	30,5	61,1

4	21	22,1	22,1	83,2
5	16	16,8	16,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας δημητριακών

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,57

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	19	20,0	20,0	20,0
2	29	30,5	30,5	50,5
3	29	30,5	30,5	81,1
4	10	10,5	10,5	91,6
5	8	8,4	8,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας γαλακτοκομικών

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,22

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	8	8,4	8,4	8,4
2	21	22,1	22,1	30,5
3	24	25,3	25,3	55,8
4	26	27,4	27,4	83,2
5	16	16,8	16,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας ψαριών

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,03

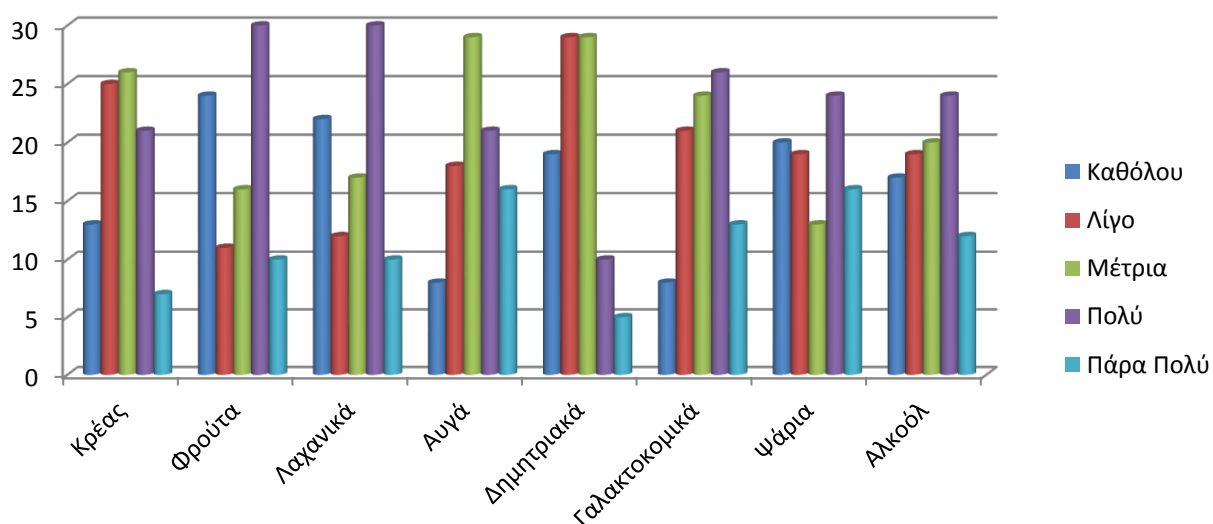
	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	20	21,1	21,1	21,1
2	19	20,0	20,0	41,1
3	13	13,7	13,7	54,7
4	24	25,3	25,3	80,0
5	19	20,0	20,0	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας αλκοόλ

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,01

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	17	17,9	17,9	17,9
2	19	20,0	20,0	37,9
3	20	21,1	21,1	58,9
4	24	25,3	25,3	84,2
5	15	15,8	15,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Εάν το προϊόν δεν είναι πράσινο, το θεωρείτε επικίνδυνο για την υγεία;



Σε αυτό το σημείο θα μελετήσουμε μέσω των παρακάτω πινάκων 6.3 την άποψη των καταναλωτών, σχετικά με την επικινδυνότητα της χρήσης συντηρητικών κατά την παραγωγή των αγαθών.

Πίνακας πρόσθετων/ συντηρητικών

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,71

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
2	10	10,5	10,5	10,5
3	24	25,3	25,3	35,8
4	45	47,4	47,4	83,2
5	16	16,8	16,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας γεωργικών/χημικών

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,93

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
2	4	4,2	4,2	4,2
3	23	24,2	24,2	28,4
4	44	46,3	46,3	74,7
5	24	25,3	25,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας ορμόνων

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		4,19

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	1	1,1	1,1	1,1
2	5	5,3	5,3	6,3
3	9	9,5	9,5	15,8
4	40	42,1	42,1	57,9
5	40	42,1	42,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας διοξινών

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,93

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	1	1,1	1,1	1,1
2	4	4,2	4,2	5,3
3	18	18,9	18,9	24,2
4	50	52,6	52,6	76,8
5	22	23,2	23,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας μολυσμένου νερού

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		4,26

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	1	1,1	1,1	1,1
2	3	3,2	3,2	4,2
3	10	10,5	10,5	14,7
4	37	38,9	38,9	53,7
5	44	46,3	46,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας τυφώδους πυρετού ζώων

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		4,34

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	2	2,1	2,1	2,1
2	4	4,2	4,2	6,3
3	4	4,2	4,2	10,5
4	35	36,8	36,8	47,4
5	50	52,6	52,6	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας υλικών συσκευασίας

N	Valid	95
	Missing	0

Mean	3,33
------	------

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	5	5,3	5,3	5,3
2	10	10,5	10,5	15,8
3	42	44,2	44,2	60,0
4	25	26,3	26,3	86,3
5	13	13,7	13,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας προετοιμασίας προϊόντων

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,58

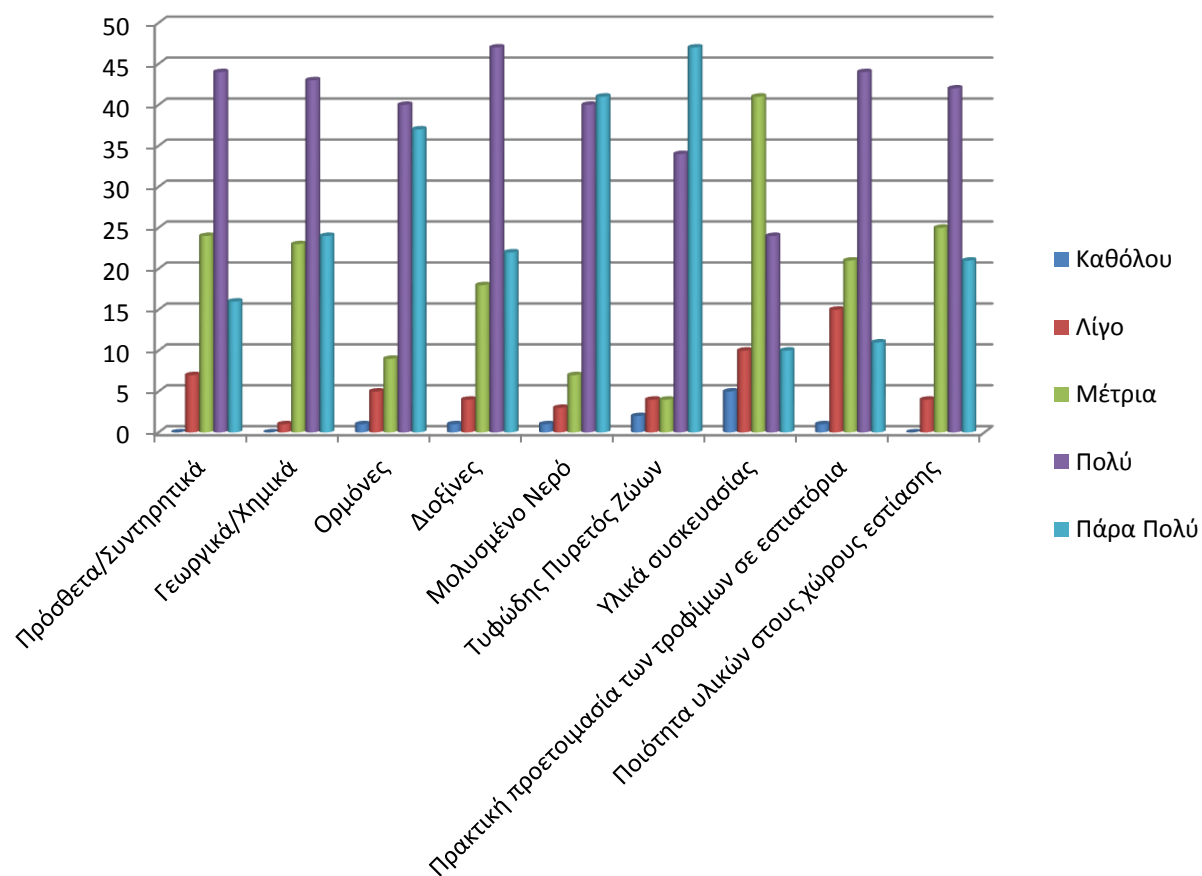
	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	1	1,1	1,1	1,1
2	15	15,8	15,8	16,8
3	21	22,1	22,1	38,9
4	44	46,3	46,3	85,3
5	14	14,7	14,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας ποιότητας υλικών

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,87

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
2	4	4,2	4,2	4,2
3	25	26,3	26,3	30,5
4	45	47,4	47,4	77,9
5	21	22,1	22,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Επικινδυνότητα συντηρητικών



4.3) Ενημέρωση σχετικά με θέματα οικολογίας στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.

Ύστερα από την συλλογή και την μελέτη των αντιλήψεων, των κριτηρίων και των παραγόντων αγοράς πράσινων-βιολογικών προϊόντων, θα μελετήσουμε κατά πόσο ενήμεροι είναι με τα συγκεκριμένα θέματα. Για την εκπλήρωση αυτού του τομέα του ερευνητικού ερωτηματολογίου, ζητήθηκε από κάθε έναν ξεχωριστά να καταγράψει κατά την προσωπική του άποψη πόσο και αν βέβαια ενημερώνεται με θέματα οικολογίας. Όπως θα παρατηρήσουμε στον πίνακα 7.1 ζητήθηκε η γενική γνώμη πάνω σε θέματα ασφάλειας, υγιεινής, φιλικότερα στο περιβάλλον, νοστιμιά και ακρίβεια, στον κλάδο των τροφίμων τι αλλαγές έχουν επιφέρει τα βιολογικά αγαθά.

Πίνακας ασφάλειας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,57

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
Valid 2	41	43,2	43,2	43,2
3	54	56,8	56,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας υγιεινής

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,67

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	1	1,1	1,1	1,1
2	29	30,5	30,5	31,6
3	65	68,4	68,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας φιλικότερα στο περιβάλλον

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,72

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	1	1,1	1,1	1,1
2	25	26,3	26,3	27,4
3	69	72,6	72,6	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας νοστιμιάς

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,14

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	15	15,8	15,8	15,8
2	52	54,7	54,7	70,5

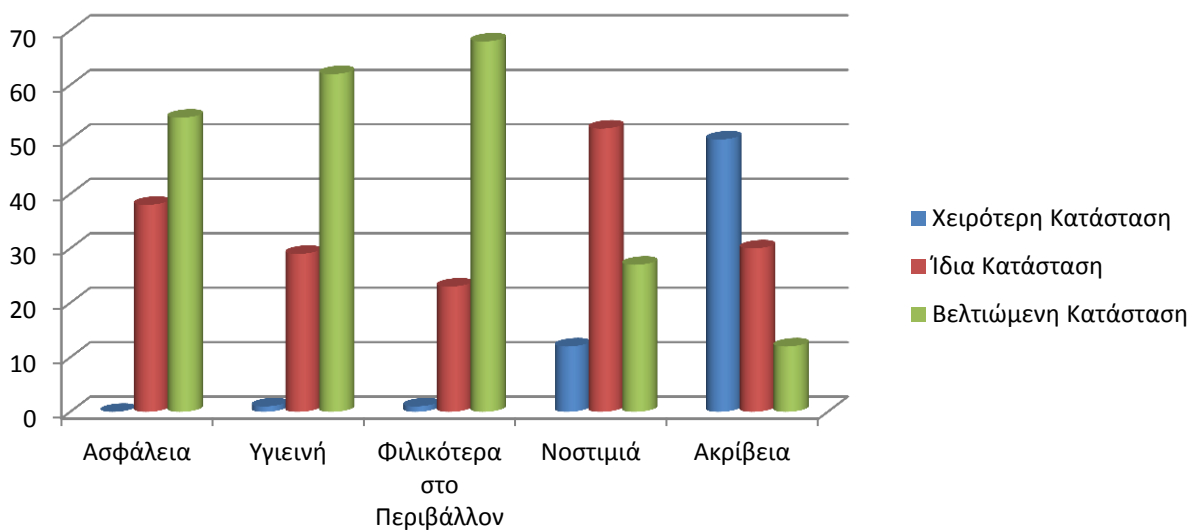
3	28	29,5	29,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας ακρίβειας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		1,56

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	53	55,8	55,8	55,8
2	31	32,6	32,6	88,4
3	11	11,6	11,6	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Συμβολή στον κλάδο τροφίμων τα βιολογικά τρόφιμα και οι μεταβολές που αυτά έχουν επιφέρει



Σε ότι αφορά ζητήματα ενημέρωσης σχετικά με τα τρέχοντα θέματα του

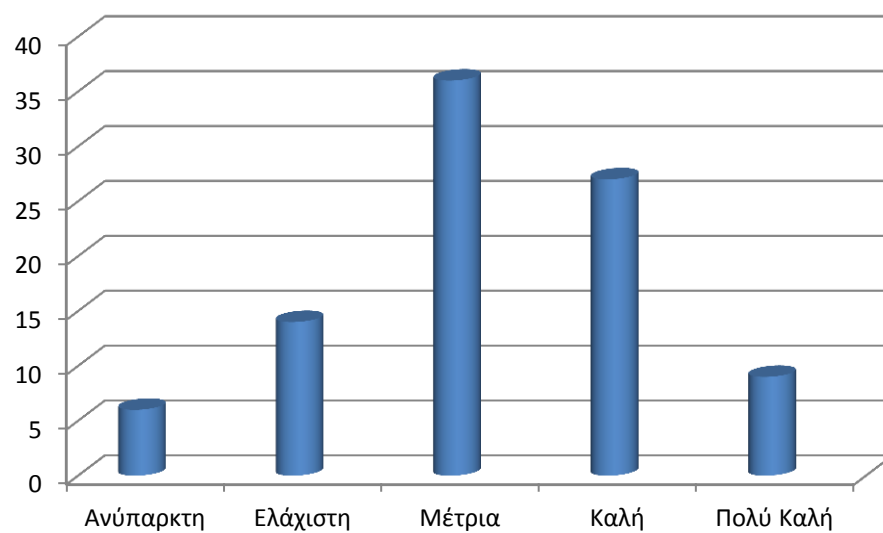
περιβάλλοντος, μπορούνε να παρατηρηθούνε εκτενώς στο πίνακα 7.2.

Πίνακας ενημέρωσης

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,20

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	9	9,5	9,5	9,5
2	14	14,7	14,7	24,2
3	30	31,6	31,6	55,8
4	33	34,7	34,7	90,5
5	9	9,5	9,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Ενημέρωση σχετικά με θέματα του περιβάλλοντος



Στον πίνακα 7.3, θα ελέγξουμε εάν η εκπαίδευση την οποία λαμβάνουν οι νέοι είναι επαρκείς πάνω σε θέματα οικολογίας, καθώς και την προφύλαξη του περιβάλλοντος. Όπως θα διαπιστώσουμε και από τους παρακάτω πίνακες η γενική άποψη ότι η ενημέρωση και η εκπαίδευση είναι επαρκείς αγγίζει το ποσοστό του 85%. Στην συνέχεια στον πίνακα 7.4, θα εξεταστεί η γενική γνώμη εάν πιστεύουν ότι στην τριτοβάθμια εκπαίδευση υπάρχει επαρκής ενημέρωση, καθώς και η διοργάνωση ημερίδων από τις αρμόδιες αρχές (πρύτανης, διοικητικό συμβούλιο). Σε αυτό το ζήτημα όμως το οποίο σχετίζεται με την διοργάνωση ημερίδων το ποσοστό των θετικών απόψεων ανέρχεται μόλις στο 11%, διότι δεν παρατηρούνται αξιοσημείωτες ενέργειες από τις αρμόδιες αρχές.

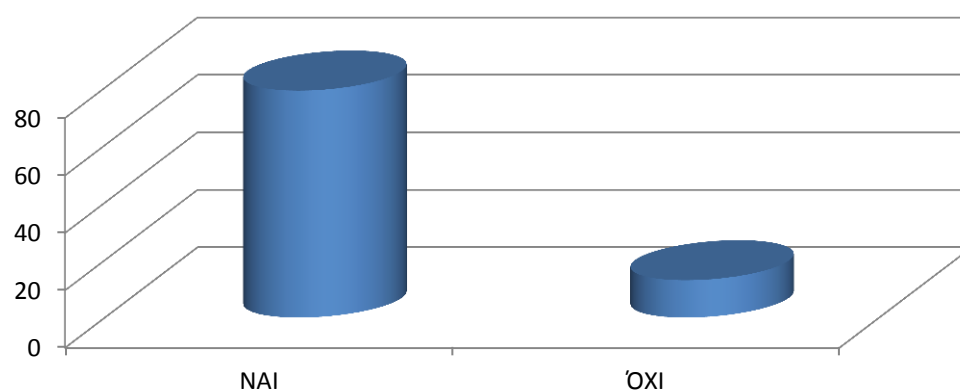
Πίνακας εκπαίδευσης σε

θέματα οικολογίας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		,85

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
0	14	14,7	14,7	14,7
1	81	85,3	85,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Είναι η εκπαίδευση αρκετή επάνω σε θέματα οικολογίας και προστασίας του περιβάλλοντος

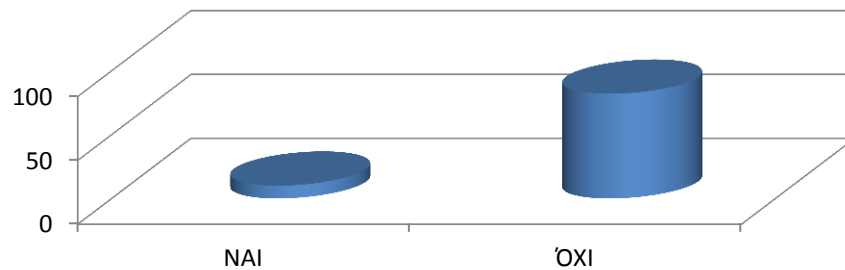


Πίνακας τριτοβάθμιας εκπαίδευσης

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		,11

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
0	85	89,5	89,5	89,5
1	10	10,5	10,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

**Υφίσταται στην τριτοβάθμια εκπαίδευση
επαρκής ενημέρωση, καθώς και η διοργάνωση
ημερίδων από τις αρμόδιες
αρχές(πρύτανης,διοικητικό συμβούλιο);**



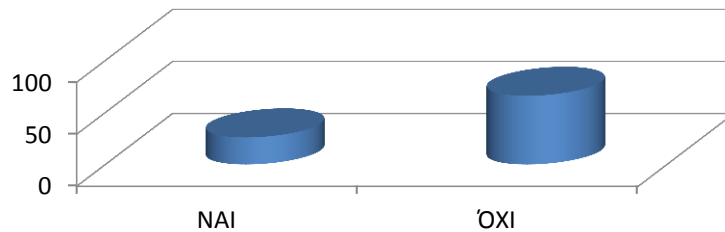
Στον πίνακα 7.4 όπως προβάλλεται παρακάτω, ρωτάμε ξεχωριστά τους ερωτώμενους στην σχολή φοίτησης τους εάν θεωρούν επαρκή την ενημέρωση ή την εκπαίδευση τους σε θέματα οικολογίας και ορθής οικονομίας. Το ποσοστό όπως θα διαπιστώσουμε είναι εξίσου χαμηλό και ανέρχεται μόλις σε 28%. Εάν αναθεωρήσουμε θα διαπιστώσουμε ότι τις γενικές γνώσεις σε θέματα οικολογίας οι νέοι τις λαμβάνουν από εξωτερικούς παράγοντες, είτε καλλιεργούν μόνοι τους το αίσθημα της οικολογίας και της ορθής οικονομικής συμπεριφοράς.

Πίνακας επαρκούς ενημέρωσης

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		,28

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
0	68	71,6	71,6	71,6
1	27	28,4	28,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Είναι επαρκής η ενημέρωση ή η εκπαίδευσή σας, σχετικά με θέματα οικολογίας και ορθής οικονομίας;



4.4) Εγκυρότητα και αξιοπιστία πληροφοριών

Στους παρακάτω πίνακες 8.1, 8.2 και 8.3, θα συζητήσουμε λίγο εκτενέστερα την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των πληροφοριών που λάμβαναν οι ερωτούμενοι σχετικά με τα πράσινα προϊόντα. Εκτός αυτού τα μέσα από τα οποία λάμβαναν αυτές τις πληροφορίες και πόσο ειλικρινείς ήταν σε θέματα τα οποία αφορούσαν περιόδους κρίσης στον κλάδο των τροφίμων. (π.χ περιβαλλοντικά προβλήματα, γρίπη των χοίρων, νόσος των τρελών αγελάδων κλπ)

Πίνακας σούπερ μάρκετ

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,63

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	11	11,6	11,6	11,6
2	30	31,6	31,6	43,2
3	41	43,2	43,2	86,3
4	9	9,5	9,5	95,8
5	4	4,2	4,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας βιολογικών καταστημάτων

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,49

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	2	2,1	2,1	2,1
2	12	12,6	12,6	14,7
3	26	27,4	27,4	42,1
4	47	49,5	49,5	91,6
5	8	8,4	8,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας κρεοπωλείων/ μανάβικων

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,47

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	2	2,1	2,1	2,1
2	12	12,6	12,6	14,7
3	30	31,6	31,6	46,3
4	41	43,2	43,2	89,5
5	10	10,5	10,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας προσωπικού ιατρού

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		4,11

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	1	1,1	1,1	1,1
2	6	6,3	6,3	7,4
3	12	12,6	12,6	20,0
4	39	41,1	41,1	61,1
5	37	38,9	38,9	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας ακαδημαϊκών επιστημών

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,88

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	5	5,3	5,3	5,3
2	6	6,3	6,3	11,6
3	15	15,8	15,8	27,4
4	38	40,0	40,0	67,4
5	31	32,6	32,6	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας ετικέτας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,85

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	8	8,4	8,4	8,4
2	18	18,9	18,9	27,4
3	51	53,7	53,7	81,1
4	16	16,8	16,8	97,9
5	2	2,1	2,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας οικογένειας/φίλοι

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,20

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	5	5,3	5,3	5,3
2	19	20,0	20,0	25,3
3	35	36,8	36,8	62,1
4	24	25,3	25,3	87,4
5	12	12,6	12,6	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας αγροτών

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,38

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	3	3,2	3,2	3,2
2	15	15,8	15,8	18,9
3	35	36,8	36,8	55,8
4	27	28,4	28,4	84,2
5	15	15,8	15,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας πληροφοριών εταιρίας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,86

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	7	7,4	7,4	7,4
2	20	21,1	21,1	28,4
3	52	54,7	54,7	83,2
4	11	11,6	11,6	94,7
5	5	5,3	5,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας περιβαλλοντικών οργανώσεων

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,36

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	6	6,3	6,3	6,3
2	14	14,7	14,7	21,1
3	27	28,4	28,4	49,5
4	36	37,9	37,9	87,4
5	12	12,6	12,6	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας κυβέρνησης

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,03

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	7	7,4	7,4	7,4
2	25	26,3	26,3	33,7
3	30	31,6	31,6	65,3
4	24	25,3	25,3	90,5
5	9	9,5	9,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας τηλεοπτικών διαφημίσεων

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,21

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	24	25,3	25,3	25,3
2	37	38,9	38,9	64,2
3	25	26,3	26,3	90,5
4	8	8,4	8,4	98,9
5	1	1,1	1,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας ραδιοφώνου

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,20

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	20	21,1	21,1	21,1
2	43	45,3	45,3	66,3
3	27	28,4	28,4	94,7
4	3	3,2	3,2	97,9
5	2	2,1	2,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας διαδικτύου

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,86

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	10	10,5	10,5	10,5
2	28	29,5	29,5	40,0
3	27	28,4	28,4	68,4
4	25	26,3	26,3	94,7
5	5	5,3	5,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας εφημερίδας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,32

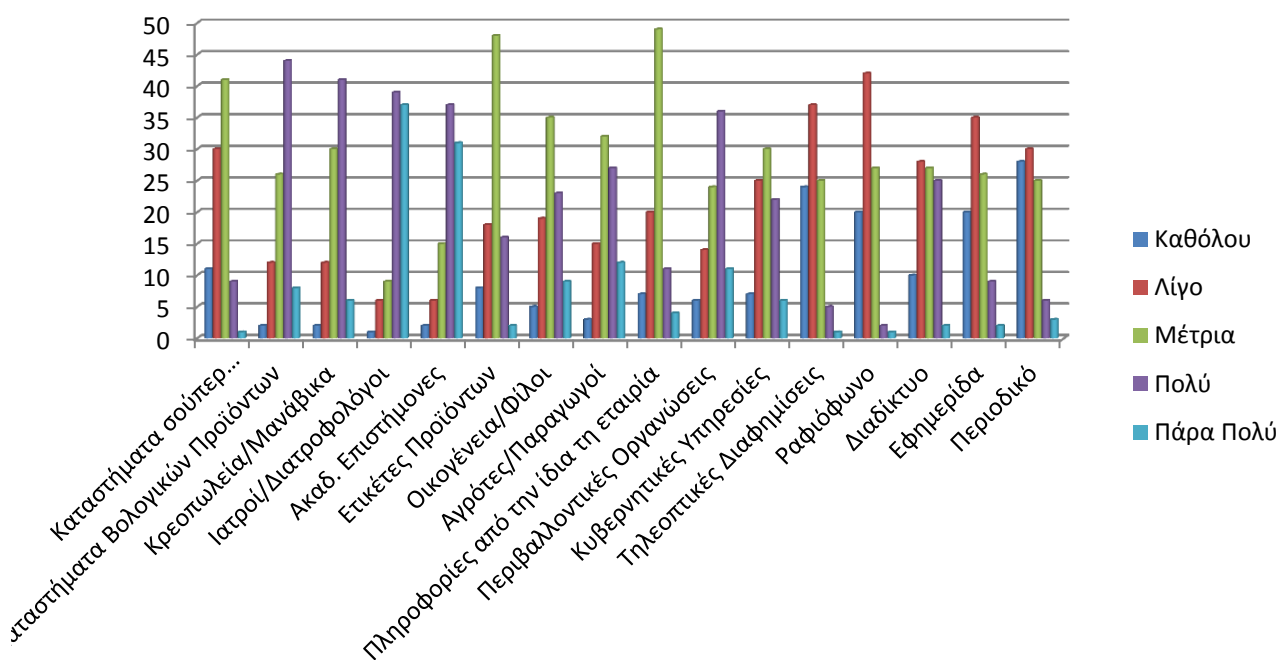
	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	20	21,1	21,1	21,1
2	38	40,0	40,0	61,1
3	26	27,4	27,4	88,4
4	9	9,5	9,5	97,9
5	2	2,1	2,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας περιοδικού

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,19

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	28	29,5	29,5	29,5
2	33	34,7	34,7	64,2
3	25	26,3	26,3	90,5
4	6	6,3	6,3	96,8
5	3	3,2	3,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που λαμβάνετε σχετικά με θέματα ασφαλείας των τροφίμων που καταναλώνετε



Πίνακας 8.2

Πίνακας τηλεόρασης

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,25

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	32	33,7	33,7	33,7
2	21	22,1	22,1	55,8
3	29	30,5	30,5	86,3
4	12	12,6	12,6	98,9
5	1	1,1	1,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας διαδικτύου

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,25

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	8	8,4	8,4	8,4
2	17	17,9	17,9	26,3
3	26	27,4	27,4	53,7
4	31	32,6	32,6	86,3
5	13	13,7	13,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας εφημερίδας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,34

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	32	33,7	33,7	33,7
2	20	21,1	21,1	54,7
3	27	28,4	28,4	83,2
4	11	11,6	11,6	94,7
5	5	5,3	5,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας περιοδικού

N	Valid	95
---	-------	----

Missing	0
Mean	2,24

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	34	35,8	35,8	35,8
2	23	24,2	24,2	60,0
3	21	22,1	22,1	82,1
4	15	15,8	15,8	97,9
5	2	2,1	2,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας ραδιοφώνου

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,12

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	35	36,8	36,8	36,8
2	26	27,4	27,4	64,2
3	22	23,2	23,2	87,4
4	12	12,6	12,6	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας προσωπικού ιατρού

N	Valid	95
---	-------	----

Missing	0
Mean	3,63

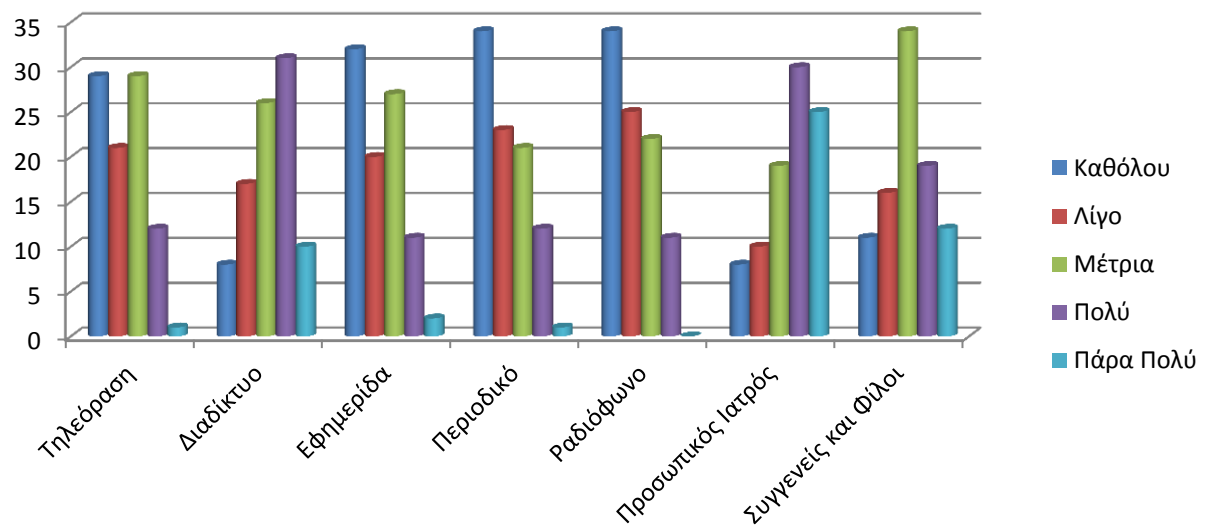
	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	8	8,4	8,4	8,4
2	10	10,5	10,5	18,9
3	19	20,0	20,0	38,9
4	30	31,6	31,6	70,5
5	28	29,5	29,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας οικογενείας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,99

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	14	14,7	14,7	14,7
2	16	16,8	16,8	31,6
3	34	35,8	35,8	67,4
4	19	20,0	20,0	87,4
5	12	12,6	12,6	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Εγκυρότητα και αξιοπιστία των πληροφοριών σχετικά με τα πράσινα τρόφιμα



Πίνακας 8.3

Πίνακας επάρκειας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,82

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	5	5,3	5,3	5,3
2	30	31,6	31,6	36,8
3	41	43,2	43,2	80,0
4	15	15,8	15,8	95,8
5	4	4,2	4,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας σαφήνειας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,96

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	1	1,1	1,1	1,1
2	30	31,6	31,6	32,6
3	41	43,2	43,2	75,8
4	18	18,9	18,9	94,7
5	5	5,3	5,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας ειλικρίνειας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		2,79

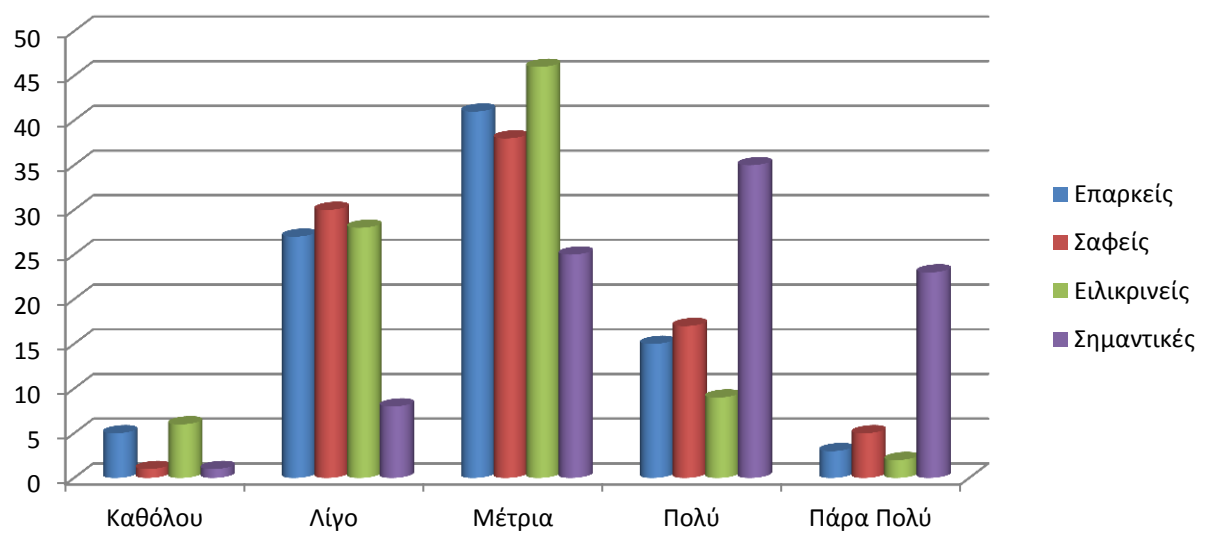
	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	6	6,3	6,3	6,3
2	28	29,5	29,5	35,8
3	46	48,4	48,4	84,2
4	10	10,5	10,5	94,7
5	5	5,3	5,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Πίνακας σημαντικότητας

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		3,60

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσό
1	2	2,1	2,1	2,1
2	11	11,6	11,6	13,7
3	35	36,8	36,8	50,5
4	22	23,2	23,2	73,7
5	25	26,3	26,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Κατά την διάρκεια απειλών στον κλάδο του περιβάλλοντος και των τροφίμων, πόσο εμπειριστατωμένες ήταν οι πληροφορίες που λαμβάνατε;



4.5 Παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση για οικολογική και οικονομική συμπεριφορά

Ύστερα από την μελέτη που διεξήγαμε, σχετικά με τα χαρακτηριστικά και τις προθέσεις του δείγματος. Στόχος μας είναι η ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν την πρόθεση των ανθρώπων για την υιοθέτηση μιας οικολογικής και οικονομικής συμπεριφοράς. Για το σκοπό αυτό πραγματοποιήθηκαν έλεγχοι ανεξαρτησίας ανάμεσα στα ατομικά χαρακτηριστικά και αντιλήψεις και στην πρόθεση των ατόμων να υιοθετήσουν μια ανάλογη συμπεριφορά, φιλικότερη προς το περιβάλλον. Από τους ελέγχους συνάφειας πολύ πραγματοποιήσαμε ανάμεσα στα δημογραφικά χαρακτηριστικά όπως το (φύλο, ηλικία, οικογενειακό εισόδημα, κλπ), παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική σχέση, πρόθεση των ατόμων για την υιοθέτηση μιας καλύτερης συμπεριφοράς. Δηλαδή τα άτομα που έχουν ενημερωθεί και εκπαιδευτεί σχετικά με την οικολογική συμπεριφορά είναι πιο θετικοί να προβούν σε αλλαγή της μέχρι τώρα νοοτροπίας τους.

Πίνακας 9: Αποτελέσματα που αφορούν την πρόθεση των φοιτητών για την υιοθέτηση μιας οικολογικής συμπεριφοράς και συνδέονται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους.

Οικολογική		Συμπεριφορά
Φύλο	Correlation Coefficient	11,435 **
	Sig. (2- tailed)	,001
	N	95
Ηλικία	Correlation Coefficient	43,722 **
	Sig. (2- tailed)	,000
	N	95
Οικογενειακό εισόδημα	Correlation Coefficient	57,860**
	Sig. (2- tailed)	,000
	N	95
Μέλη οικογενείας	Correlation Coefficient	16,107**
	Sig. (2- tailed)	,000
	N	95
Δαπάνη χρημάτων για τρόφιμα	Correlation Coefficient	77,093**
	Sig. (2- tailed)	,000
	N	95
Προτίμηση σε πράσινα προϊόντα	Correlation Coefficient	81,073**
	Sig. (2- tailed)	,000
	N	95
	Correlation Coefficient	30,849**

Εάν θεωρούνται ακριβά τα πράσινα προϊόντα	Sig. (2- tailed)	,000
	N	95
Εάν τα πράσινα προϊόντα προφυλάσσουν το περιβάλλον	Correlation Coefficient	70,240**
	Sig. (2- tailed)	,000
	N	95

** Correlation is significant at the 0.01 level (2- tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Στον **πίνακα 9** παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα ανεξαρτησίας που πραγματοποιήθηκαν, ανάμεσα στην πρόθεση των νέων ατόμων που φοιτούν στην τριτοβάθμια εκπαίδευση να υιοθετήσουν μια οικολογική συμπεριφορά και στις μεταβλητές που αφορούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους. Όπως μπορούμε να διαπιστώσουμε από το σύνολο των 8 ερωτήσεων που αφορούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων, μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι όλες οι ερωτήσεις είναι στατιστικά σημαντικές. Δηλαδή “το φύλο των ερωτώμενων”, “η ηλικία που έχουν”, “το οικογενειακό εισόδημα το οποίο λαμβάνει η οικογένεια τους”, “από πόσα μέλη αποτελείται η οικογένεια τους”, “το πόσα χρήματα δαπανούν προκειμένου να προβούν στην αγορά ενός αγαθού”, “την ανάλογη προτίμηση τους σε πράσινα προϊόντα”, “καθώς και αν τα θεωρούν ακριβά ή όχι, προκειμένου να προβούν στην ανάλογη αγορά τους” και τέλος “εάν τα πράσινα προϊόντα συμβάλλουν στην καταπολέμηση των περιβαλλοντικών προβλημάτων καθώς και στην ελαχιστοποίηση τους”. Παρατηρούμε ότι οι παραπάνω ερωτήσεις σχετίζονται και είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με την υιοθέτηση της οικολογικής συμπεριφοράς, καθώς επηρεάζονται από όλους τους τομείς. Το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας των παραπάνω ερωτήσεων είναι 1%. Πιο συγκεκριμένα βρέθηκε να υπάρχει ισχυρή συσχέτιση, σε επίπεδο σημαντικότητας 1% ανάμεσα στην πρόθεση που έχουν να υιοθετήσουν μια οικολογική συμπεριφορά και τα ανάλογα χαρακτηριστικά τους.

Κατά αντίστοιχο τρόπο επιχειρήθηκε ο έλεγχος ανεξαρτησίας ανάμεσα στις αντιλήψεις των νέων καταναλωτών που φοιτούν στην τριτοβάθμια εκπαίδευση οικονομικών σχολών και μη, σχετικά με μια ορθή οικονομική συμπεριφορά. Ο **πίνακας 10** αποτυπώνει τι τιμές του συντελεστή ανεξαρτησίας και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας. Στο μεγαλύτερο τμήμα των ερωτήσεων παρατηρήθηκε ότι τα επίπεδα σημαντικότητας κυμαίνονται στο 1%, πλην κάποιων εξαιρέσεων όπως “η ηλικία των ερωτώμενων”, “την ανάλογη προτίμηση τους σε πράσινα προϊόντα”, καθώς και “εάν τα πράσινα προϊόντα συμβάλλουν στην καταπολέμηση των περιβαλλοντικών προβλημάτων καθώς και στην ελαχιστοποίηση τους”. Όμως όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε η ερώτηση που αναφέρεται “εάν τα πράσινα προϊόντα συμβάλλουν στην καταπολέμηση των περιβαλλοντικών προβλημάτων καθώς και στην ελαχιστοποίηση τους” είναι σχετικά σημαντική, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Οι ερωτήσεις σχετικά με “την ηλικία των ερωτώμενων” και “την ανάλογη προτίμηση τους σε πράσινα προϊόντα” είναι τελείως μη σημαντικές και ανεξάρτητες καθώς δεν επηρεάζουν το γενικό αποτέλεσμα, της απόφασης των νέων όσον αφορά την υιοθέτηση της ορθής οικονομικής τους συμπεριφοράς. Τέλος διαπιστώνουμε σύμφωνα με τις απαντήσεις που λάβαμε, η

υιοθέτηση της ορθής οικονομικής συμπεριφοράς επηρεάζεται από τα παρακάτω χαρακτηριστικά εκτός της ηλικίας και της ανάλογης προτίμησης στα οικολογικά προϊόντα.

Πίνακας 10: Αποτελέσματα που αφορούν στην πρόθεση για την υιοθέτηση μια ορθής οικονομικής συμπεριφοράς και σχετίζονται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά.

Οικονομική Συμπεριφορά

Φύλο	Correlation Coefficient	54,163**
	Sig. (2- tailed)	,000
	N	95
Ηλικία	Correlation Coefficient	3,001
	Sig. (2- tailed)	,223
	N	95
Οικογενειακό εισόδημα	Correlation Coefficient	78,615**
	Sig. (2- tailed)	,000
	N	95
Μέλη οικογενείας	Correlation Coefficient	80,894**
	Sig. (2- tailed)	,000
	N	95
Δαπάνη χρημάτων για τρόφιμα	Correlation Coefficient	60,421**
	Sig. (2- tailed)	,000
	N	95
Προτίμηση σε πράσινα προϊόντα	Correlation Coefficient	7,640
	Sig. (2- tailed)	,006
	N	95
Εάν θεωρούνται ακριβά τα πράσινα προϊόντα	Correlation Coefficient	20,077**
	Sig. (2- tailed)	,000
	N	95
Εάν τα πράσινα προϊόντα προφυλάσσουν το περιβάλλον	Correlation Coefficient	8,818*
	Sig. (2- tailed)	,003
	N	95

** Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed)

*Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed)

Συμπεράσματα

Ο κύριος στόχος της παρούσας εργασίας, ήταν να εξετάσουμε εκτενώς, πόσο έχουν ενημερωθεί οι νέοι καταναλωτές. Εκτός αυτού εάν έχουν εκπαιδευτεί στην τριτοβάθμια εκπαίδευση στην οποία φοιτούν, πάνω σε θέματα οικολογικής και ορθής οικονομικής συμπεριφοράς. Η αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών προβλημάτων αποτελεί από μόνη της μια εξαιρετικά σημαντική παράμετρο, η οποία μπορεί να αναγεννήσει την ανάπτυξη και ανάκαμψη του περιβάλλοντος και της οικονομίας.

Ειδικότερα, εάν αναφερθούμε στην Ελλάδα, η οποία τα τελευταία χρόνια έχει δεχτεί πλήθος απειλών και στον περιβαλλοντικό αλλά και στον οικονομικό κλάδο. Σύμφωνα με τις παραπάνω πληροφορίες αλλά και την διεξαγωγή του ερωτηματολογίου, παρατηρήσαμε α) κατά πόσο είναι ενήμεροι για τα βιολογικά-πράσινα προϊόντα και β) πόσο έχουν εκπαιδευτεί σε θέματα οικολογίας και ορθής οικονομικής συμπεριφοράς, στην τριτοβάθμια εκπαίδευση στην οποία φοιτούν.

Η εμφύτευση της οικολογικής συμπεριφοράς και της οικονομικής συμπεριφοράς αποτελούν ένα μείζον θέμα, για την ανάκαμψη και την επαναφορά της κοινωνικής ευημερίας στα επίπεδα που ήταν πριν την οικονομική κρίση και την «καταστροφή» του περιβάλλοντος, από ανθρωπογενείς δραστηριότητες.

Στην σημερινή περιβαλλοντική και οικονομική κατάσταση στην οποία έχει βρεθεί η Ελλάδα, αλλά και γενικότερα όλος ο κόσμος. Μόνο εάν εμείς οι ίδιοι ενημερωθούμε και εκπαιδευτούμε με τα τρέχοντα περιβαλλοντικά και οικονομικά προβλήματα που διατρέχει ο κόσμος, θα μπορέσουμε να ανταπεξέλθουμε και να περιορίσουμε αυτά τα προβλήματα. Η ανάκαμψη της χώρας μας αλλά και γενικότερα του κόσμου, οι

άνθρωποι καλούνται να τα αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά. Μόνο μέσω της υπεύθυνης και ορθής οικονομικής και οικολογικής συμπεριφοράς θα μπορέσουμε να ορθοποδήσουμε και να βγούμε από τον κυκεώνα της οικονομικής και περιβαλλοντικής κρίσης. Τα αίτια που επιβαρύνουν την οικολογική κατάσταση στην χώρα μας, όπως προαναφέραμε και παραπάνω είναι οι ταχείς ρυθμοί ζωής, οι διαρκώς μεταβαλλόμενες ανάγκες μας και η επιθυμία για ένταξη σε ένα ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον το οποίο πολλές φορές μπορεί να δημιουργεί περισσότερα προβλήματα.

Στο πρώτο κεφάλαιο της μελέτης τονίστηκε ο όρος, αλλά και η σημασία της βιώσιμης ανάπτυξης. Αρχικά αναλύσαμε τον ορισμό της βιώσιμης ανάπτυξης, καθώς κάναμε μια ιστορική αναδρομή και μελετήσαμε τις πρώτες συμφωνίες που υπεγράφησαν, από πού ξεκίνησε αλλά και τι πρεσβεύει αυτός ο ορισμός. Στην συνέχεια έγινε μια σύντομη αναφορά καθώς θα μελετηθούν εκτενώς παρακάτω τα επιμέρους τμήματα της βιώσιμης ανάπτυξης, τον οικονομικό και τον οικολογικό κλάδο. Παρουσιάσαμε επίσης τους ανανεώσιμους τρόπους για την εξασφάλιση επαρκούς ενέργειας, χωρίς να βλάπτουμε το περιβάλλον. Σε αυτό το σημείο σχολιάσαμε τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα τους, κατά την κατασκευή αλλά και την μετέπειτα χρήση τους. Εκτός αυτού αναλύσαμε το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ, τα οφέλη της χρήσης του. Λόγω των ταχών ρυθμών ζωής που διανύει η χώρα μας, αλλά και γενικότερα όλος ο κόσμος, τα επίπεδα της φτώχειας έχουν αυξηθεί σημαντικά. Αυτό όμως έχει ως άμεση συνέπεια τα άτομα που ζούνε σε αντίξοες συνθήκες να προβαίνουν σε καταστροφές του περιβάλλοντος προκειμένου να επιβιώσουν, καταναλώνοντας από τους καρπούς του περιβάλλοντος. Το περιβαλλοντικό μάνατζμεντ σχεδιάστηκε και για ακόμη έναν λόγο, διαμορφώνει ένα πλάνο ανάλογα με τις απαιτήσεις, τις ανάγκες και τις δυνατότητες μιας κοινωνίας. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την μείωση των εκπομπών των αερίων και προσφέρει την δυνατότητα σε όλους τους κατοίκους της κοινωνίας να απολαμβάνουν τους φυσικούς πόρους που τους παρέχονται. Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο σχολιάσαμε επίσης της καταναλωτικές συνήθειες και τα καταναλωτικά πρότυπα, τα οποία κατέχουν έναν σπουδαίο ρόλο στην διαμόρφωση της συμπεριφοράς των νέων. Σε έναν πλήρως παγκοσμιοποιημένο κόσμο οι καταναλωτικές ενέργειες είναι σε μεγάλο βαθμό επηρεασμένες, από τρίτους παράγοντες. Τα καταναλωτικά πρότυπα όπως έχουμε προαναφέρει και πιο πάνω εκτενέστερα, βασίζονται στην θεωρία του Maslow και

χωρίζονται σε πέντε βασικές κατηγορίες. Επιπροσθέτως τα καταναλωτικά πρότυπα και οι συνήθειες ιδίως των νέων ανθρώπων επηρεάζονται και από τις γενικές διαφορές, τις περιβαλλοντικές επιρροές, οι οποίες συμπεριλαμβάνουν την ιστορία ενός τόπου, την κληρονομιά του, την κοινωνική τάξη των ατόμων, τις πεποιθήσεις της οικογενείας, την προσωπική γνώμη και την τρέχουσα κατάσταση των ατόμων. Στην συνέχεια του πρώτου κεφαλαίου, σχολιάσαμε τον ορισμό του οικολογικού αποτυπώματος. Ως στόχος του οικολογικού αποτυπώματος ήταν να μάθουν οι ερευνητές που διεξήγαγαν αυτή την έρευνα με τι ρυθμό καταναλώνονται οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας του πλανήτη μας. Στην τρέχουσα περίοδο οι άνθρωποι καταναλώνουν πολύ περισσότερο απ' ό,τι παράγουν καθώς επίσης καταναλώνουν αλόγιστα τους φυσικούς διαθέσιμους πόρους. Για να μπορέσουμε να εφαρμόσουμε πλήρως το οικολογικό αποτύπωμα θα πρέπει πρώτα εμείς οι ίδιοι να μάθουμε να αναγνωρίζουμε τις προσωπικές μας ανάγκες και πώς να τις εκπληρώσουμε. Σημαντικό ρόλο ακόμη κατέχει η ενημέρωση αλλά και η εκπαίδευση πάνω σε θέματα της βιώσιμης ανάπτυξης, όπου τα τελευταία κυρίως χρόνια λόγω των έντονων περιβαλλοντικών προβλημάτων, δημιουργήθηκαν περιβαλλοντικά προγράμματα τα οποία προωθούν την ορθή βιώσιμη ανάπτυξη. Η υψηλή προσοχή η οποία δίνεται από τα ιδρύματα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης φέρνει στο φως και άλλα θέματα προς συζήτηση τα οποία καλούνται οι εκάστοτε κυβερνήσεις να πάρουν θέση, μέσω των οποίων ενισχύεται μια χώρα. Όλα πλέον αποτελούν μέρος μιας αλυσίδας καθώς από την ενημέρωση και την εκπαίδευση που παρέχεται στα ιδρύματα, λαμβάνουν μέτρα και οι κυβερνήσεις. Στην διάσκεψη του Rio το τελικό έγγραφο που καλούνται να ακολουθήσουν οι αρχηγοί των κυβερνήσεων είναι η ένταξη στην υψηλόβαθμη εκπαίδευση ενημερωτικών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων, για έναν πιο βιώσιμο και πλήρως παραγωγικό κόσμο. Στο τέλος του πρώτου κεφαλαίου αναλύσαμε την οικονομική κρίση και τα δυσμενή αποτελέσματα που έχει επιφέρει στον κόσμο γενικότερα. Αναφέραμε τις συνήθειες των Ελλήνων καταναλωτών πριν και μετά την οικονομική κρίση. Οι Έλληνες καταναλωτές πριν την οικονομική κρίση επένδυναν τα εισοδήματά τους με ποικίλους τρόπους, κατά κύριο λόγο για την προσωπική τους διασκέδαση και αναψυχή. Είχε παρατηρηθεί ότι δαπανούσαν μεγάλα ποσά για διάφορους τρόπους διασκέδασης έτσι ώστε να μοιάσουν στα δυτικά πρότυπα και δαπανούσαν λιγότερα χρήματα για την προσωπική τους υγεία και την πνευματική τους καλλιέργεια. Ο λόγος για τον οποίο βρέθηκαν στην συγκεκριμένη θέση οι Έλληνες καταναλωτές είναι λόγω των λανθασμένων επενδυτικών τους τάσεων, του

στάσιμου πληθωρισμού αλλά και των πολύ χαμηλών μισθών. Καθώς άλλαξε ριζικά η ζωή των συγκεκριμένων καταναλωτών, άλλαξε και η αγοραστική δύναμη τους, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να ανταπεξέλθουν στα επίπεδα και να συμβαδίσουν με τα δυτικά πρότυπα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο της συγκεκριμένης μελέτης προσδώσαμε τον ορισμό της βιώσιμης κατανάλωσης. Για να επιτευχθεί η βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά απαιτείται η ιεράρχηση και σωστή τοποθέτηση των προσωπικών μας αναγκών, έτσι ώστε να μειωθεί η άσκοπη και διαρκής εκμετάλλευση της γης. Καθοριστικό ρόλο στα 3R παίζουν οι δημογραφικοί, οικονομικοί, κοινωνικοί και ψυχολογικοί παράγοντες ρόλο. Έπειτα μελετήσαμε και αναλύσαμε τους επιμέρους κλάδους της βιώσιμης κατανάλωσης τον οικολογικό και τον οικονομικό. Η οικολογία σαν έννοια συνδυάζεται άμεσα με το οικοσύστημα, οι οποίες όμως αποτελούν δύο πολλοί δύσκολοι ορισμοί χάριν της πολυπλοκότητάς τους. Η οικολογία σε συνδυασμό με το οικοσύστημα αποτελούν επιστήμες οι οποίες περιλαμβάνονται σε μια πιο γενικευμένη επιστήμη εκείνη της Βιολογίας, η οποία μελετά όλους τους ζωντανούς οργανισμούς και όλους τους περιβαλλοντικούς παράγοντες. Στον οικολογικό κλάδο εντάσσονται και τα περιβαλλοντικά προβλήματα. Η διαρκής όμως εκμετάλλευση του εδάφους έρχεται σε σύγκρουση με τους περιορισμένους διαθέσιμους φυσικούς πόρους. Όπως είδαμε και πιο πάνω, τα περιβαλλοντικά προβλήματα προήλθαν από τις ανθρώπινες ενέργειες όλα αυτά τα χρόνια όπως η ατμοσφαιρική ρύπανση, η υπερθέρμανση του πλανήτη και η ρύπανση των υδάτων. Τα τρία κύρια περιβαλλοντικά προβλήματα είναι , η τρύπα του όζοντος, το φαινόμενο του θερμοκηπίου και η όξινη βροχή. Ακόμη σχολιάσαμε και τις οικολογικές προσεγγίσεις και τις περιβαλλοντικές πολιτικές που έχουν επιχειρήσει οι εκάστοτε κυβερνήσεις. Μέσα σε αυτές τις απόψεις συμπεριλαμβάνονται οι ριζοσπαστικές, οι φιλοπεριβαλλοντικές και οι οικολογικές πολιτικές απόψεις. Στον οικολογικό τομέα της βιώσιμης κατανάλωσης συγκαταλέγεται και η μελέτη της ετικέτας η οποία διαφοροποιεί ένα προϊόν εάν είναι πράσινο ή όχι. Αν και η ρύπανση του περιβάλλοντος έχει ξεκινήσει εδώ και έναν αιώνα, τα περιβαλλοντικά προβλήματα και οι πρώτες ελλείψεις σε φυσικούς πόρους παρατηρήθηκαν τις δεκαετίες του 60 και 70. Η οικολογική επισήμανση σύμφωνα με πλήθος ερευνών η οποία αναγράφεται πάνω σε ένα προϊόν, δημιουργεί μια φιλικότερη στάση του καταναλωτή και πιο θετική ώστε να προβεί στην ανάλογη αγορά του. Όσον αφορά τον οικολογικό κλάδο, έγινε σχετική αναφορά στους

τρόπους διαχείρισης και διατήρησης του περιβάλλοντος. Τα προβλήματα που έχουν προκύψει από την ρύπανση του περιβάλλοντος διαρκώς αυξάνονται με ποικίλους τρόπους και ραγδαίους ρυθμούς αλλά για την άμεση επίλυση τους δεν λαμβάνονται άμεσα μέτρα. Οι κυριότερες δυσκολίες που συναντώνται στην αντιμετώπιση των προβλημάτων και την διατήρηση της βιοποικιλότητας αποτελούν τα κοινωνικά θέματα. Μέσα σε μια κοινωνία όλοι οι πολίτες θα πρέπει να ακολουθούν μια κοινή γραμμή πλεύσης έτσι ώστε να συγκροτείται μια μαζική δυναμική ανθρώπων οι οποίοι ως στόχο τους έχουν την διατήρηση της οικολογίας. Στο δεύτερο σκέλος της ανάλυσης της βιώσιμης κατανάλωσης, θα αναλύσουμε την οικονομική συμπεριφορά. Η βιώσιμη οικονομική επιστήμη, είναι η κοινωνική επιστήμη η οποία μελετά την συμμετοχή των ανθρώπων και των επιχειρήσεων σε μια πιο βιώσιμη κοινωνία και σε μια ορθολογική κατανάλωση. Συζητήσαμε τις επιμέρους οικονομικές επιστήμες, της οικονομικής κατανάλωσης, η οικονομική επιστήμη χωρίζεται σε δύο επιμέρους κλάδους την **μικροοικονομική** και την **μακροοικονομική**. Τέλος αναπτύξαμε κάποιες θεωρίες οικονομικού προγραμματισμού που ακολουθεί το κράτος δίνεται η δυνατότητα να διαμορφωθεί μια οικολογική και πάνω απ όλα βιώσιμη καταναλωτική συμπεριφορά. Για την επίτευξη του οικονομικού προγραμματισμού, χρειάζονται κάποια βασικά στοιχεία καθώς και την ισόποση περιβαλλοντική και οικονομική ανάπτυξη.

Το επόμενο κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στην εμπειρική διερεύνηση που πραγματοποιήσαμε και αναλύεται η μεθοδολογία της έρευνας της παρούσας μελέτης και στη συνέχεια παρατίθενται τα αποτελέσματα της έρευνας που έγιναν μέσω χρήσης ερωτηματολογίου. Τα ερωτηματολόγια είναι βασισμένα στο θέμα της οικολογικής και οικονομικής συμπεριφοράς των νέων και απαντήθηκαν από ανθρώπους ηλικίας 18-29 ετών, που εντάσσονται στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Η προαναφερθείσα ηλικιακή ομάδα αποτελεί το ηλικιακό φάσμα στο οποίο έγινε η συγκεκριμένη έρευνα. Πρόκειται, για άτομα από όλη την Ελλάδα, οικονομικών σχολών και μη και επιλέχθηκαν τυχαία για τις ερευνητικές μας ανάγκες. Το συγκεκριμένο κεφάλαιο, συνδράμει στο να κατανοήσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση των ατόμων να υιοθετήσουν και να εκπαιδευτούν πάνω σε μια οικολογική και ορθή οικονομική συμπεριφορά. Τα συμπεράσματα που πρόέκυψαν σχετίζονται με την αντίληψη που έχουν οι άνθρωποι

που ρωτήθηκαν γύρω από την οικολογία. Ουσιαστικά, οι απαντήσεις τους, μας έδωσαν την δυνατότητα να κατανοήσουμε κατά πόσο τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ερωτώμενων κατά πόσο έχει εμφυτευτεί στην νοοτροπία τους η οικολογία και η ορθή οικονομία. Αναλύσαμε τα ατομικά χαρακτηριστικά στο συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο όπως φύλο, ηλικία, σχολή και τμήμα φοίτησης, καθώς και την δαπάνη των χρημάτων για την αγορά τροφίμων. Στην συνέχεια έγινε αναφορά στα κριτήρια αλλά και τους παράγοντες, που μας επηρεάζουν κατά την αγορά αγαθών. Επίσης σχολιάστηκαν ποιοι παράγοντες θεωρούνται βλαβεροί για την υγεία μας και κατά πόσο επηρεαζόμαστε εάν γνωρίζουμε ότι ένα προϊόν είναι πράσινο ή όχι, από την ετικέτα του. Τελευταίο κομμάτι του συγκεκριμένου ερωτηματολογίου αποτελεί το ποσοστό εκπαίδευσης και ενημέρωσης της οικολογικής και ορθής οικονομικής συμπεριφοράς. Κατά πόσο θεωρούν τα άτομα ότι ενημερώνονται όσον αφορά θέματα οικολογίας και οικονομίας και εάν οι πληροφορίες που λαμβάνουν είναι ειλικρινείς, σαφείς και ξεκάθαρες. Ποιες ενέργειες γίνονται στις σχολές φοίτησής τους εάν γίνονται όπως ημερίδες ή η ένταξη συγκεκριμένων μαθημάτων στην εκπαιδευτική εγκύκλιο τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία

- 1) Αστάρια, Ό. Ε., Καλδής, Π., Μητούλα, Ρ., (2008), *Βιώσιμη ανάπτυξη : Έννοιες, διεθνείς και ευρωπαϊκές διαστάσεις*, Αθήνα.
- 2) Φλογαΐτη, Ε. (2006), *Εκπαίδευση για το περιβάλλον και την αειφορία*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.
- 3) Μητούλα Ρ. (2006) : « *Βιώσιμη περιφερειακή ανάπτυξη στην Ε.Ε και ανασυγκρότηση του Ελληνικού αστικού περιβάλλοντος*» Ά Έκδοση, Αθήνα, Σταμούλης
- 4) Λεάνδρος Ν.(2012): « *Οικονομική κρίση και σύγχρονη ανάπτυξη*» Αθήνα, Διόνικος
- 5) Χαλκός Γ.Ε (2013) : « *Οικονομία και περιβάλλον (Μέθοδοι αποτίμησης και διαχείρισης)*» Αθήνα, Liberal Books
- 6) Ρέππας Π. (1991) : «*Οικονομική ανάπτυξη θεωρίες και στρατηγικές*», ΤΟΜΟΣ Α, Αθήνα, Παπαζήσης
- 7) Μούσης Ν. (1997) : « *Ευρωπαϊκή Ένωση , δίκαιο, οικονομία , πολιτική*» Αθήνα, Παπαζήσης
- 8) Γεωγιτσογιάννη Ε., Αμπελιώτης Κ. (2008): « *Περιβαλλοντικοί παράγοντες και ποιότητα ζωής*» Αθήνα, Σταμούλης
- 9) Χατζημπίρος Κ. (2007) : «*Οικολογία (Οικοσυστήματα και προστασία του περιβάλλοντος)*» Αθήνα, Συμμετρία
- 10) Δούκη Α. (2008) : « *Αναπτυξιακή διαδικασία και μακροχρονιότερες εξελίξεις στην οικονομική συμπεριφορά και τις οικονομικές συνήθειες στην Ελλάδα*», Αθήνα, ΚΕΠΝΕ

Ξένη βιβλιογραφία

- 1) Miller G T. 1931 (2004) : « *Περιβαλλοντικές επιστήμες*» Αθήνα, Ίων
- 2) Mankiw, N Gregory (2011) : « *Αρχές Οικονομικής Θεωρίας*» Αθήνα, Gutenberg

- 3) Wells W. 1926 (1996) : « *Consumer Behavior*» New York Chichester, J. Wiley and Sons
- 4) Nentwig W., Bacher S., Brandl R. (2011) : «*Βασικές έννοιες οικολογίας*», Αθήνα, Κλειδάριθμος
- 5) Forest John Bellamy (2005) : « *Οικολογία και καπιταλισμός*», Αθήνα, Μεταίχμιο
- 6) Elliott, Jennifer A (2006): «*An introduction to sustainable development*» Abingdon, Oxon ; New York: Routledge

Πτυχιακές μελέτες

- 1) Δανιηλίδου Χ. (2011) : « *Η συμβολή της ενημέρωσης στη βιώσιμη ανάπτυξη*»
- 2) Καλύβα Ε. (2008) : «*Μελέτη της οικολογικής συμπεριφοράς*»
- 3) Πατσιάς Κ. (2014) : « *Η επίδραση της ανεργίας στην καταναλωτική συμπεριφορά κι στο βιοτικό επίπεδο*»
- 4) Ζερβά Α. (2008) : « *Οικολογικός προβληματισμός στην καταναλωτική συμπεριφορά των νέων*»
- 5) Μιχαήλ Β. (2008) : «*Η καταναλωτική συμπεριφορά των εφήβων και η επίδραση στην βιώσιμη ανάπτυξη. Η περίπτωση του Νομού Αττικής*»
- 6) Σκραπαρλή Α. (2013) : «*Η βιώσιμη κατανάλωση ως μοχλός προστασίας του περιβάλλοντος*»
- 7) Μπουζούκη Α. (2013) : « *Καταναλωτικά πρότυπα και βιωσιμότητα αντίθετες ή συμβατές έννοιες*»
- 8) Καραθανάση Θ., Κωτίδα Σ. (2013) : «*Οι καταναλωτικές συνήθειες των νέων πριν και μετά την οικονομική κρίση*», Καβάλα

Ξένα Άρθρα

- 1) Σαρδιανού Ε. Κωστάκης Ι., Μητούλα Ρ. Γκαραγκάνη Β., Λαλιότη Ε. Θεωδοροπούλου Ε. (2015) : «*Understanding the entrepreneurs*

- behavioural intentions towards sustainable tourism: a case study from Greece*» Springer Science Business Media Dordrecht
- 2) Chapman D.(1999) : «*Enviromental economics: theory application*», Reading Addison, Wesley
 - 3) 3)Maik Adomßent, Daniel Fischer, Jasmin Godemann, Christian Herzig, Insa Otte, Marco Rieckmann, Jana Timm (2014) : « Emerging Areas in Research on Higher Education for Sustainable Development – Management Education, Sustainable
 - 4) Consumption and Perspectives from Central and Eastern Europe», Journal of Cleaner Production, Volume 62
 - 5) Anthony D. Cortese (2003) : «The Critical Role of Higher Education in Creating a Sustainable Future»
 - 6) Maik Adomßent, Matthias Barth, Daniel Fischer, Sonja Richter, Marco Rieckmann (2014) : « Learning to change universities from within: a service-learning perspective on promoting sustainable consumption in higher education», Journal of Cleaner Production, Volume 62
 - 7) Kimberley Warren-Rhodes, Albert Koenig (2001) : « Ecosystem appropriation by Hong Kong and its implications for sustainable development», *NASA-Ames Research Center*
 - 8) Gill Seyfang (2007) : «Shopping for Sustainability: Can Sustainable Consumption Promote Ecological Citizenship?», Centre for Social and Economic Research on the Global Environment , University of East Anglia , Norwich, UK
 - 9) J. Teixidó-Figueras , J.A. Duro(2014): « Spatial Polarization of the Ecological Footprint Distribution», Universitat Rovira i Virgili, Dept. Economia
 - 10) Thomas Wiedmann , Jan Minx , John Barrett , Mathis Wackernagel (2005): « Allocating ecological footprints to final consumption
 - 11) categories with input–output analysis», Stockholm Environment Institute, University of York, Heslington, York, YO10 5DD, UK Environment Department, University of York, Heslington, York, YO10 5DD, UK
 - 12) Global Footprint Network, 3270 Lakeshore Ave, Oakland

- 13) Malcolm J. Beynona, Max Munday(2008) : « Considering the effects of imprecision and uncertainty in ecological footprint estimation: An approach in a fuzzy environment»

Παράρτημα: Το ερωτηματολόγιο της έρευνας

**ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ**

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

Το παρόν ερωτηματολόγιο εντάσσεται στο πλαίσιο εκπόνησης της πτυχιακής μου εργασίας με θέμα « Οικολογική και οικονομική συμπεριφορά των φοιτητών, οικονομικών σχολών και μη»

Το παρόν ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και τα στοιχεία που θα παραχθούν θα χρησιμοποιηθούν μονάχα για την συγκεκριμένη ερευνητική εργασία που διεξάγεται. Η βοήθειά σας είναι πολύτιμη. Σας ευχαριστώ πολύ για τον χρόνο σας.

Ερωτηματολόγιο

A) ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1) Ποιο είναι το φύλο σας;

Άντρας	
Γυναίκα	

2)Ποια η ακριβής ηλικία σας:

3) Σε ποια σχολή φοιτάτε ;

4) Ποιο είναι το τμήμα της σχολής σας;

5) Ποιο είναι το ετήσιο οικογενειακό σας εισόδημα

6) Από πόσα μέλη συμπεριλαμβανομένου και εσάς αποτελείται το νοικοκυριό σας

7) Κατά μέσο όρο πόσο χρήματα δαπανάτε για την αγορά τροφίμων κάθε βδομάδα

8) Αγοράζετε ή έστω γνωρίζετε τα βιολογικά ή πράσινα προϊόντα

9) Πιστεύετε ότι η αγορά των συγκεκριμένων προϊόντων είναι προσιτή ή ακριβή

10) Πιστεύετε ότι τα βιολογικά-πράσινα προϊόντα συμβάλλουν δραστικά στην διαφύλαξη του περιβάλλοντός μας καθώς και στην υγεία μας

Β) ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

11) Με ποια κριτήρια αγοράζετε τρόφιμα/προϊόντα

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ
Γευστικό					
Ακριβό					
Ασφαλές για την υγεία					
Οικολογικό/Βιολογικό					
Θρεπτικό					
Χώρα προέλευσης					
Επωνυμία προϊόντος					
Παραδοσιακή παραγωγή προϊόντος					
Πάντα και άμεσα διαθέσιμο					
Εύκολο στην προετοιμασία					
Σύμφωνα με τις προτιμήσεις της οικογενείας					
Χαμηλό σε υδατάνθρακες, λίπη, κορεσμένα					
Φήμη της εταιρίας					

Γ) ΡΙΣΚΟ/ΚΙΝΔΥΝΟΣ/ΒΛΑΒΕΡΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ

12) Ποιους παράγοντες θεωρείται ότι είναι πολύ βλαβεροί για την υγεία μας

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα
--	---------	------	--------	------	------

					Πολύ
Κάπνισμα					
Ατμοσφαιρικός αέρας					
Κλίμα					
Ραδιενέργεια					
Αλκοόλ και Πρόχειρο φαγητό					
Άγχος					
Θόρυβος					
Μολυσμένο νερό					

13) Κατά πόσο πιστεύετε εάν δεν είναι βιολογικά ή με πράσινη ετικέτα τα παρακάτω τρόφιμα μπορεί να είναι επικίνδυνα για εμάς

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ
Κρέας					
Φρούτα					
Λαχανικά					
Αυγά					
Δημητριακά					
Γαλακτοκομικά					
Ψάρια					
Αλκοόλ					

14) Κατά την γνώμη σας πόσο πιστεύετε ότι είναι επικίνδυνο η χρήση κάποιων σκευασμάτων για την παραγωγή τροφίμων.

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ
Πρόσθετα/Συντηρητικά					
Γεωργικά/ Χημικά					
Ορμόνες					
Διοξίνες					
Μολυσμένο Νερό					
Τυφώδης πυρετός ζώων					
Υλικά Συσκευασίας					
Πρακτική προετοιμασίας των					

τροφίμων σε εστιατόρια					
Ποιότητα υλικών στους χώρους εστίασης					

15) Κατά πόσο έχουν συμβάλει τα βιολογικά-πράσινα προϊόντα στον κλάδο τροφίμων και τι αλλαγή έχουν επιφέρει τα τελευταία 5 χρόνια.

	Χειρότερη Κατάσταση	Ίδια Κατάσταση	Βελτιωμένη Κατάσταση
Ασφάλεια			
Υγιεινή			
Φιλικότερα στο Περιβάλλον			
Νοστιμιά			
Ακρίβεια			

Δ) ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑΣ

16) Πως θα χαρακτηρίζετε την ενημέρωσή σας σχετικά με θέματα του περιβάλλοντος;

Ανύπαρκτη	
Ελάχιστη	
Μέτρια	
Καλή	
Πολύ καλή	

17) Θεωρείτε ότι εκπαίδευση που λαμβάνετε είναι αρκετή πάνω σε θέματα οικολογίας και προστασίας του περιβάλλοντος;

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	

18) Πιστεύετε ότι στην τριτοβάθμια εκπαίδευση υπάρχει επαρκής ενημέρωση, καθώς και η διοργάνωση ημερίδων από τις αρμόδιες αρχές (πρύτανης, διοικητικό συμβούλιο);

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	

19) Στην σχολή στην οποία φοιτάτε, θεωρείτε επαρκή την ενημέρωση ή την εκπαίδευσή σας, σχετικά με θέματα οικολογίας και ορθής οικονομίας;

ΝΑΙ	
-----	--

OXI	
------------	--

20) Πόσο επαρκής και έγκυρες είναι οι πληροφορίες που λαμβάνετε σχετικά με τα οικολογικά και πράσινα τρόφιμα;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ
Τηλεόραση					
Διαδίκτυο					
Εφημερίδα					
Περιοδικό					
Ραδιόφωνο					
Προσωπικός ιατρός					
Συγγενείς και φίλοι					

21) Πόσο εμπιστεύεστε τις παρακάτω πηγές πληροφόρησης που σας παρέχουν σχετικά με θέματα ασφάλειας των τροφίμων;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ
Καταστήματα σούπερ μάρκετ/Παντοπωλείο					
Καταστήματα Βολογικών Προϊόντων					
Κρεοπωλεία/Μανάβικα					
Ιατροί/Διατροφολόγοι					
Ακαδ. Επιστήμονες					
Ετικέτες Προϊόντων					
Οικογένεια/Φίλοι					
Αγρότες/Παραγωγοί					
Πληροφορίες από την ίδια τη εταιρία					
Περιβαλλοντικές Οργανώσεις					
Κυβερνητικές Υπηρεσίες					
Τηλεοπτικές Διαφημίσεις					
Ραδιόφωνο					
Διαδίκτυο					
Εφημερίδα					
Περιοδικό					

22) Κατά την διάρκεια απειλών στον κλάδο του περιβάλλοντος και των τροφίμων (φαινόμενο του θερμοκηπίου, τρύπα του όζοντος, νόσος τρελών

αγελάδων, νόσος των χοίρων) πόσο εμπειριστατωμένες ήταν οι πληροφορίες που λαμβάνατε;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ
Επαρκείς					
Σαφείς					
Ειλικρινείς					
Σημαντικές					