

**Η κατανάλωση ως  
οικονομικό μέσο και ως  
αυτοσκοπός  
Τα πρώτα βήματα στην  
παιδεία**

**Δρ Δημήτρης Καλαϊτζίδης**

Πρόεδρος του Συμβουλίου  
Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης

# Τάσεις στην κατανάλωση στην Ευρώπη

1990-2002: Αύξηση της κατανάλωσης κατά 1/3

Αναψυχή, πολιτισμός, εστιατόρια: 30%

Μετακινήσεις, επικοινωνία: 33%

Υγεία: 56%

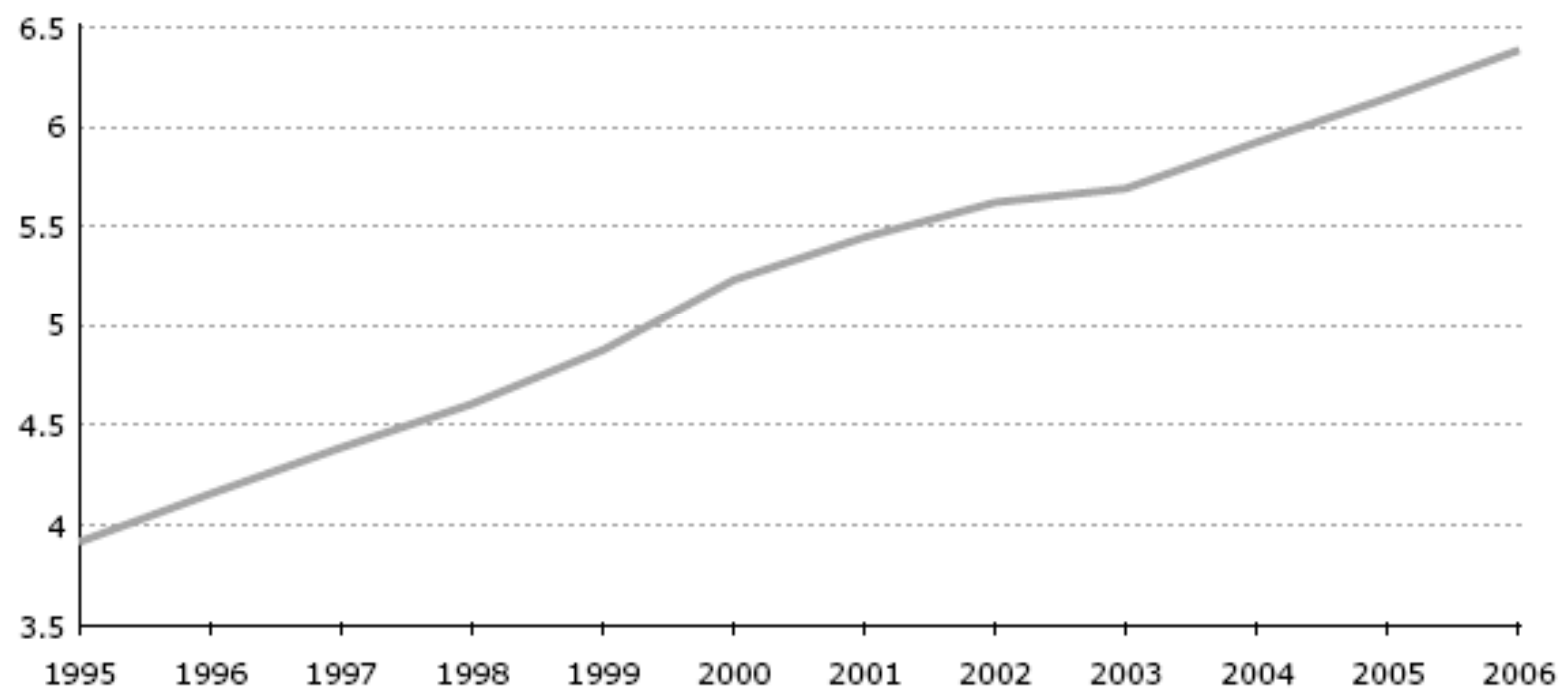
Στα νέα μέλη:

Αναψυχή, κτλ: 50%

Υγεία: 100%

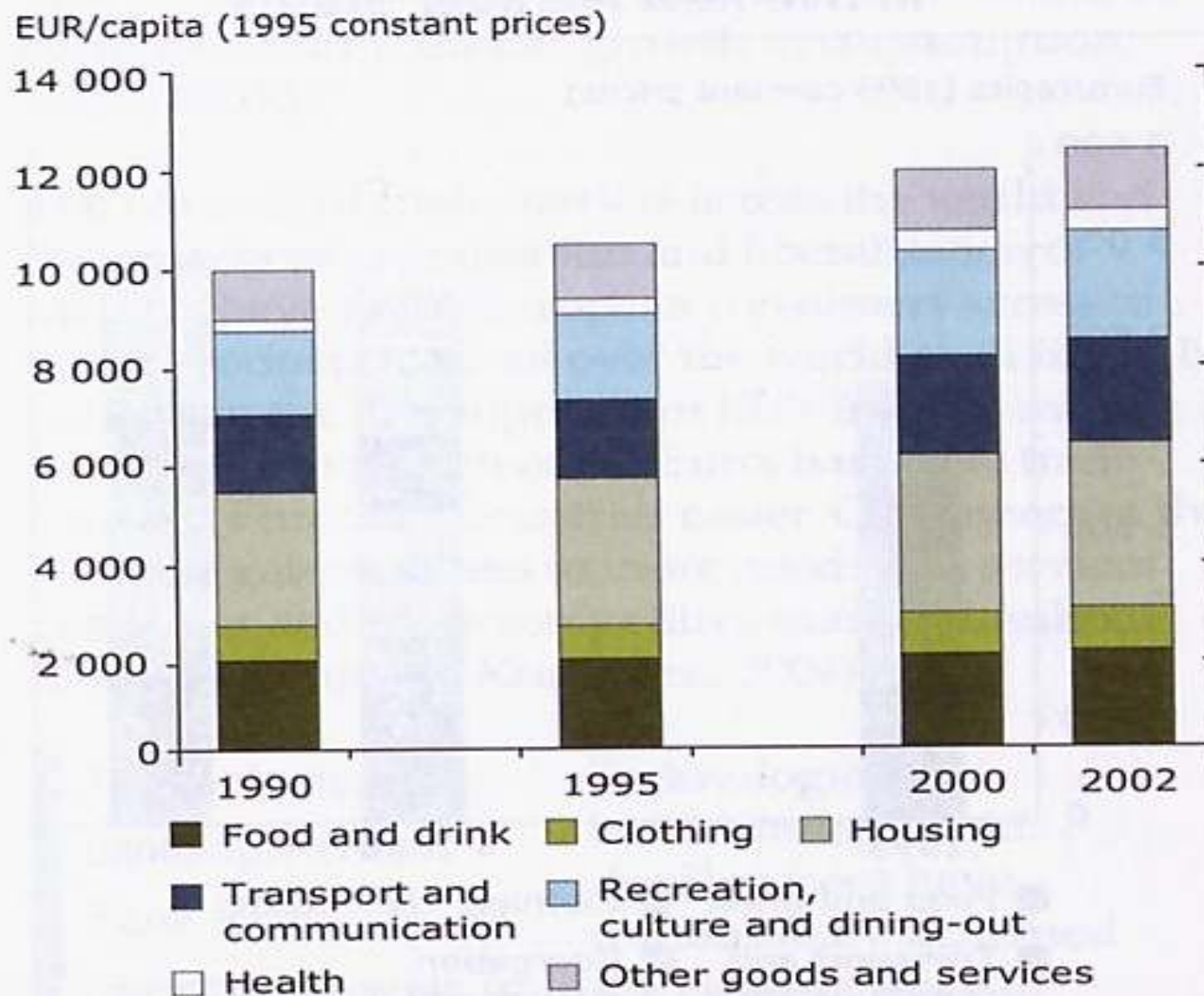
**Final consumption expenditure of households and non-profit institutions serving households, EU-25**

In 1 000 billion EUR



2005, 2006: forecast.

**Figure 2.1 Household expenditure per capita in EU-15 Member States**



# Καταναλωτικά δάνεια

- 88% των νοικοκυριών: μηνιαία επιβάρυνση από δάνεια μέχρι 40% του εισοδήματος
- 12% των νοικοκυριών: επιβάρυνση >40%
- 1,6% των νοικοκυριών: επιβάρυνση >εισοδήματος

# Διαρκής αύξηση της κατανάλωσης

2003: Απελευθέρωση της  
καταναλωτικής πίστης

- Ετήσιος ρυθμός αύξησης των  
καταναλωτικών δανείων (2006):  
23,7%

# Συγκρίσεις

	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>20006</i>	<i>2008</i>
<i>Χρέη νοικοκυ ριών προς Τράπε- ζες</i>	14% του ΑΕΠ	40,2 δις €	41,15% του ΑΕΠ (Ευρωζώ- νη 60%)	67% του ΑΕΠ (Ευρωζώ- νη 66%)
			80,2 δις €	

Swatch® Design, The 2007 Valentine's Special  
Swatch® Design, www.swatch.com

swatch 



**FEEL MY LOVE**

VALENTINE'S SPECIAL 2007  
WITH SPECIAL



# Κατανάλωση πόρων

- Μέσος όρος στην Ευρώπη των 25: 16,5 τόνοι ανά άτομο και έτος
- Τουρκία & Ρουμανία 10 τόνοι ανά άτομο και έτος
- Φινλανδία & Ισλανδία: 40 τόνοι ανά άτομο και έτος

# Οικολογικό αποτύπωμα

Είναι ένας δείκτης που μετρά την ποσότητα της ανανεώσιμης και μη-ανανεώσιμης οικολογικά παραγωγικής έκτασης γης που απαιτείται για να υποστηρίξει τις ανάγκες σε πόρους και την απορρόφηση των αποβλήτων δεδομένου πληθυσμού ή συγκεκριμένων δραστηριοτήτων

# Οικονομικοί παράγοντες

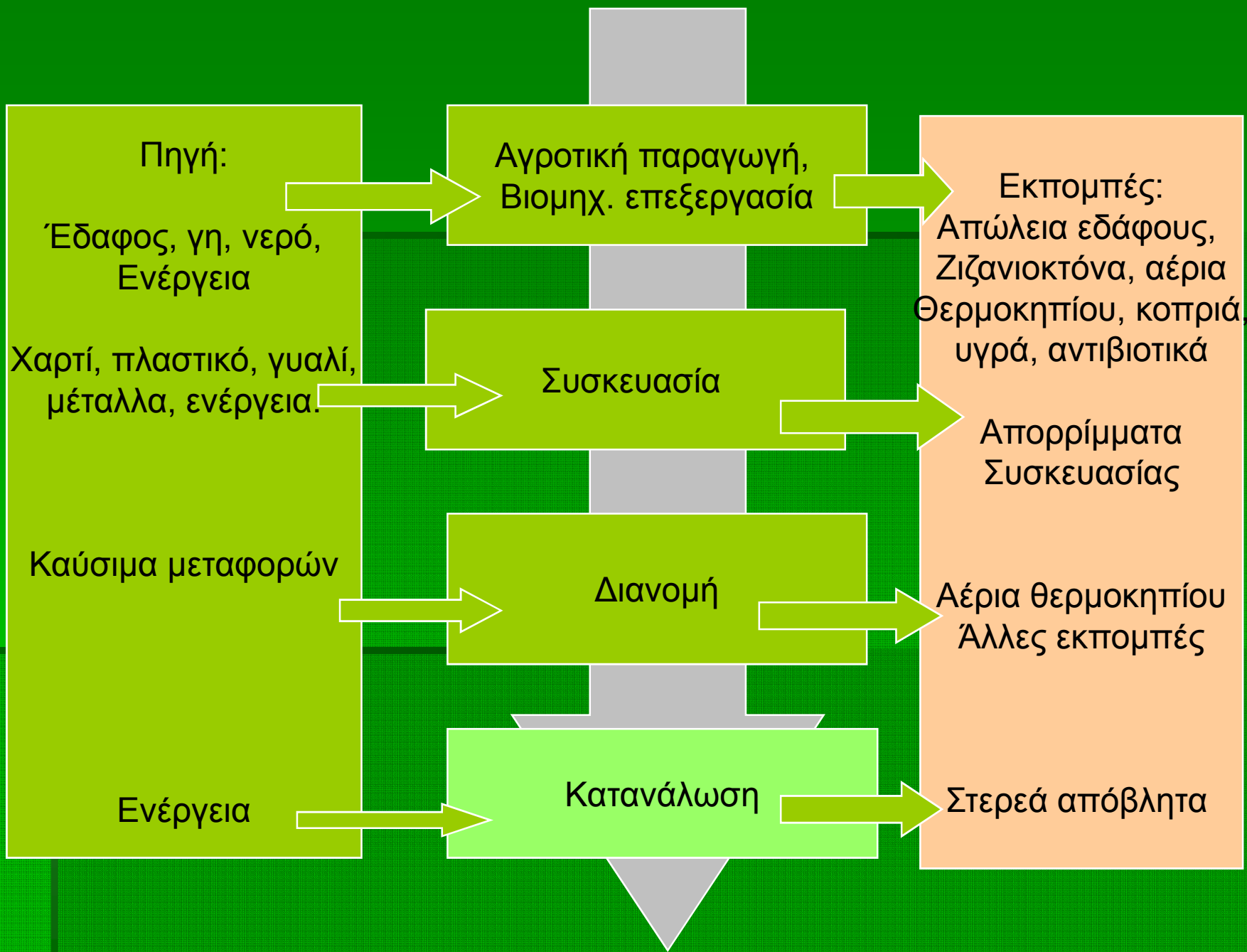
- Αύξηση εισοδημάτων (αύξηση ΑΕΠ στην Ευρώπη 2,5% το έτος)
- Διάθεση αγαθών από όλο τον κόσμο
- Ευκολία δανεισμού από τις τράπεζες
- Προϊόντα χαμηλού κόστους από τρίτες χώρες

# Η άνοδος της καταναλωτικής κοινωνίας

- Άνοδος του βιοτικού επιπέδου των πολιτών
- Άνοδος των κερδών των επιχειρήσεων
- Αύξηση των φορολογικών εσόδων για τις κυβερνήσεις

# Η αλυσίδα της ευημερίας





# Αρνητικές επιπτώσεις της υπερκατανάλωσης

- Κλιματική αλλαγή
- Ρύπανση και μόλυνση
- Ρύπανση του νερού
- Χρήσεις γης
- Απορρίμματα





## Αρνητικές επιπτώσεις της υπερκατανάλωσης σε άλλες χώρες

- Απορρόφηση πόρων από τρίτες χώρες
- Παραγωγή
- Κατεργασία - επεξεργασία
- Μεταφορά
- Αποθήκευση
- Απόρριψη



# Παράγοντες διαμόρφωσης της κατανάλωσης

Α. Οικονομικοί

Β. Κοινωνικοί

Γ. Τεχνολογικοί

Δ. Ψυχολογικοί

# Ψυχολογικοί παράγοντες

- Αλλοτρίωση
- Έλλειψη επικοινωνίας
- Αναζήτηση ταυτότητας- κύρους
- Ατομικισμός
- Κοινωνική καταξίωση- ένταξη

# Από τον μοντέρνο στον μεταμοντέρνο καταναλωτισμό

- Αυξημένη ποικιλία προϊόντων για την ικανοποίηση μεγαλύτερης γκάμας τρόπων ζωής
- Ταχύτεατη αλλαγή στις προτιμήσεις και στη μόδα- ο ρόλος της προβολής και του στυλ.
- Μικρότερη διάρκεια ζωής- περισσότερα απόβλητα
- Νέοι τρόποι για να πωλείται η φύση
- Η εντατική κατανάλωση- αντισταθμίζει την καθαρότερη παραγωγή

# Ο συμβολικός ρόλος των καταναλωτικών προϊόντων

- Τα καταναλωτικά προϊόντα παίζουν ζωτικό συμβολικό ρόλο στη ζωή μας.
- Τα αγαθά αξιολογούνται και «αξιοδοτούνται» όχι γι αυτό που μπορούν να κάνουν αλλά για αυτό που αντιπροσωπεύουν για μας και για τους άλλους.
- Τα εμπορεύματα- αγαθά χρησιμοποιούνται για την δημιουργία και διατήρηση ταυτότητας
- Δεν έχουμε επιλογή να παραιτηθούμε από αυτά

# Ο ρόλος της διαφήμισης

- Προφανής διαφήμιση- προβολή (τηλεόραση, περιοδικά, εφημερίδες, διαφημίσεις τοίχου, φυλλάδια, ένθετα, ειδικές εκδόσεις, κ.α.)
- Κρυφή – συγκαλυμμένη διαφήμιση (τηλεοπτικές σειρές, κινηματογραφικές ταινίες)
- Στόχευση συγκεκριμένων ομάδων (κυρίως παιδιών, γυναικών)

# Θεραπεία;

- Πιο βιώσιμη κατανάλωση;
- Πιο βιώσιμη παραγωγή;
- Κατανάλωση «βιώσιμων» αγαθών και υπηρεσιών;



# Οι αξίες της Δειφορίας

- Σεβασμός και φροντίδα για την κοινότητα
- Οικολογική ακεραιότητα (συνολικότητα)
- Κοινωνική και οικονομική δικαιοσύνη
- Μη βία και Ειρήνη

# Όψεις και απόψεις

- Πράσινη κατανάλωση
- Ηθικός καταναλωτισμός
- Αντικαταναλωτισμός



# Βιώσιμη κατανάλωση

Η χρήση αγαθών και υπηρεσιών που καλύπτουν βασικές ανάγκες και βελτιώνουν την ποιότητα ζωής, ενώ ελαχιστοποιούν τη χρήση πόρων, τοξικών ουσιών και εκπομπών αποβλήτων και ρύπων στον κύκλο ζωής, ώστε να μη θέτουν σε κίνδυνο τα δικαιώματα των μελλοντικών γενεών.

*(Υπουργείο Περιβάλλοντος Νορβηγίας, 1995)*

# Αειφορική- βιώσιμη κατανάλωση

- Να καταναλώνουμε υπεύθυνα
- Να καταναλώνουμε λιγότερο
- Να καταναλώνουμε διαφορετικά

# Λέξεις κλειδιά

- Αρνούμαι
- Ξανασκέφτομαι
- Σταματώ
- Μειώνω
- Αντικαθιστώ
- Ξαναχρησιμοποιώ
- Ανακυκλώνω