

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ ΙΧΘΥΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΥΔΑΤΙΝΟΥ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΕΙΔΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ**



**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ»**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Από την Καπιταλιστική στη βιώσιμη ανάπτυξη: ο ρόλος της υπεύθυνης
κατανάλωσης στο παγκόσμιο κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο της εποχής
μας»**

Στοικούδης Κωνσταντίνος

ΒΟΛΟΣ 2023

UNIVERSITY OF THESSALY
DEPARTMENT OF ICHTHYOLOGY AND AQUATIC
ENVIRONMENT AND
DEPARTMENT OF SPECIAL EDUCATION



JOINT POSTGRADUATE PROGRAMME
«EDUCATION FOR SUSTAINABILITY AND THE
ENVIRONMENT»

JOINT POSTGRADUATE MASTER'S THESIS

“From Capitalism to sustainable development: the role of responsible consumption in the global socio-economic context of our time.”

Stoikoudis Konstantinos

VOLOS 2023

Δήλωση

© ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ, 2023. Η παρούσα Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία (Μ.Δ.Ε.), η οποία εκπονήθηκε στα πλαίσια του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών: Εκπαίδευση για την Αειφορία και το Περιβάλλον και τα λοιπά αποτελέσματα αυτής αποτελούν συνιδιοκτησία του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και του φοιτητή, ο καθένας από τους οποίους έχει το δικαίωμα ανεξάρτητης χρήσης και αναπαραγωγής τους (στο σύνολο ή τμηματικά) για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, σε κάθε περίπτωση αναφέροντας τον τίτλο, τον συγγραφέα, το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, όπου εκπονήθηκε η Μ.Δ.Ε. , τον Επιβλέποντα Καθηγητή και την Επιτροπή Αξιολόγησης.

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή:

Δρίτσας Σοφοκλής

Δρ., Μέλος Ε.ΔΙ.Π., Βαθμίδα Α', Τμήμα Γεωπονίας,

Ιχθυολογίας και Υδάτινου Περιβάλλοντος, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, **Επιβλέπων**

Ματσιώρη Στεριανή

Καθηγήτρια, Τμήμα Γεωπονίας Ιχθυολογίας και Υδάτινου Περιβάλλοντος, Π.Θ., **Μέλος**

Παρασκευόπουλος Στέφανος

Καθηγητής, ΠΤΕΑ, Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών, Π.Θ. **Μέλος**

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ολοκληρώνοντας τις σπουδές μου στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, νιώθω την ανάγκη να εκφράσω τις ευχαριστίες μου σε όλους εκείνους που συνέβαλαν, ο καθένας με το δικό του τρόπο, άμεσα ή έμμεσα, στην ολοκλήρωση των σπουδών μου. Αρχικά θα ήθελα να εκφράσω τις θερμότερες ευχαριστίες στον επιβλέπων καθηγητή μου κ. Δρίτσα Σοφοκλή, του οποίου οι χρήσιμες συμβουλές και η καθοδήγηση, συνέβαλαν σε μεγάλο βαθμό στην ολοκλήρωση της εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας. Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω την οικογένειά μου, την σύζυγό μου Αγγελική και τον υιό μου Φώτη, για τη στήριξη, την υπομονή, την αγάπη τους σε όλη αυτή την προσπάθεια και για την ενθάρρυνση που μου παρείχαν σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου. Τέλος, θα ήθελα να αφιερώσω αυτή την εργασία στον πολυαγαπημένο μου πατέρα Φώτη.

I. Περίληψη

Στην παρούσα διπλωματική εργασία εξετάζονται οι έννοιες της καπιταλιστικής ανάπτυξης, της βιώσιμης ανάπτυξης και πως αυτές εξελίχθηκαν διαχρονικά. Αναλύονται οι έννοιες της ανθρώπινης ευημερίας και της υπεύθυνης κατανάλωσης και πως τις αντιλαμβανόμαστε σήμερα.

Η πρόσφατη αξιολόγηση της παγκόσμιας προόδου προς την επίτευξη των Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ) του 2023, σκιαγραφεί μια απογοητευτική εικόνα. Η πρόοδος σε περισσότερους από το 50% των Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης είναι αδύναμη και ανεπαρκής, ενώ στο 30% έχει σταματήσει ή έχει αντιστραφεί. Αυτό περιλαμβάνει βασικούς στόχους για τη φτώχεια, την πείνα και το κλίμα. Τόσο οι κυβερνήσεις, όσο και ο ιδιωτικός τομέας θα πρέπει να αναπροσανατολίσουν τις οικονομίες τους προς ανθεκτικά πρότυπα. Εναπόκειται πλέον σε όλους μας να διασφαλίσουμε την επίτευξη των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης πλήρως και εγκαίρως. (U.N Report 2023)

Ο κύριος στόχος της εργασίας είναι να εστιάσει στον ερευνητικό προβληματισμό της «δύναμης» του καταναλωτή και της υπεύθυνης κατανάλωσης ως παράγοντα που διεισδύει σε κάθε πτυχή της κοινωνικής και οικονομικής μας πραγματικότητας σήμερα. Να εξετάσει την αμφιλεγόμενη έννοια της ανθρώπινης ευημερίας και πως αυτή συνδέεται με την κατανάλωση. Βασικός ερευνητικός σκοπός της είναι να αναδείξει την μεθοδολογία και τα μέσα που εφαρμόζονται στις μέρες μας, υπό το πρίσμα της υπεύθυνης κατανάλωσης για την «από τα κάτω» διαμόρφωση περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και κοινωνικής δικαιοσύνης.

Τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία τίθενται είναι τα εξής:

1. Τι σημαίνει «υπεύθυνη κατανάλωση»;
2. Ποιες οι τάσεις για αλλαγή στις καταναλωτικές μας συνήθειες;
3. Αυτές οι τάσεις συνάδουν με την βιώσιμη ανάπτυξη;
4. Ασκούμενες πιέσεις σε εταιρίες, από καταναλωτές.

Χρησιμοποιήθηκε η μεθοδολογία της πρωτογενούς και δευτερογενούς βιβλιογραφικής έρευνας, ενώ υπόθεση της εργασίας είναι η παραδοχή, ότι η έννοια της βιωσιμότητας έτσι όπως εννοείται σήμερα δεν είναι τίποτα άλλο, παρά μια άλλη ηπιότερη εκδοχή της καπιταλιστικής ανάπτυξης.

Εξετάζεται η έννοια της ανθρώπινης ευημερίας και πως την αντιλαμβάνονται οι άνθρωποι στα πλαίσια της σύγχρονης καταναλωτικής κοινωνίας. Πως συνδέεται αυτή η αντίληψη με την κοινωνία, και πως μπορεί να μας ωφελήσει ένας επαναπροσδιορισμός της. Παρουσιάζεται μια αμφίπλευρη ανάλυσή της και ερευνάται κατά πόσο μπορεί μια νέα αντίληψη να οδηγήσει σε μια έλλογη συνειδητή και υπεύθυνη κατανάλωση συνοδευόμενη από βαθιά επίγνωση των επιπτώσεών της. Γίνεται μια έρευνα και παρουσίαση των τάσεων που κάνουν την εμφάνισή τους στην σύγχρονη καταναλωτική κοινωνία και στην προσπάθεια των καταναλωτών να συνεισφέρουν στις επιταγές της βιώσιμης ανάπτυξης και την στήριξη αυτής της προσπάθειας, αναλογιζόμενοι το κοινό καλό για όλους αλλά και για τους ίδιους. Τέλος γίνεται μια παρουσίαση κάποιων τρόπων, μεθόδων και μέσων πίεσης προς εταιρίες, που απαντώνται σήμερα σε αναπτυσσόμενες αλλά και σε αναπτυσσόμενες χώρες και κάποια χαρακτηριστικά παραδείγματα εγχειρημάτων που απασχόλησαν την παγκόσμια κοινή γνώμη και τις αγορές.

Μέσα από τα ζητήματα που αναλύονται στο παρόν έγγραφο, προκύπτουν τα κύρια ακόλουθα συμπεράσματα. Πρώτον, το καπιταλιστικό σύστημα έχει αναδιαμορφωθεί διαχρονικά για να επιβιώσει μετά από μεγάλες οικονομικές κρίσεις. Ο πολιτικός λόγος και η χάραξη πολιτικής έχουν μετατοπιστεί προς τη βιώσιμη ανάπτυξη, ιδίως μετά τη μεγάλη χρηματοπιστωτική κρίση του 2008 σε συνδυασμό με την οικολογική κρίση. Τέλος, ενώ αυτές οι αλλαγές λαμβάνουν χώρα "από τα πάνω", υπάρχει επίσης μια "από τα κάτω" πίεση για την ενσωμάτωση στοιχείων της συνειδητής και υπεύθυνης κατανάλωσης ως μια στάση διαμόρφωσης και ανατροπής του κοινωνικοοικονομικού κατεστημένου ή σαν μια μορφή αποανάπτυξης στη σύγχρονη κοινωνία, ιδίως μέσω των κοινωνικών, περιβαλλοντικών και καταναλωτικών κινημάτων στον σύγχρονο κόσμο.

Λέξεις κλειδιά : Καπιταλισμός , βιώσιμη ανάπτυξη, καταναλωτισμός, ευημερία, βιώσιμη κατανάλωση.

“From Capitalism to sustainable development: the role of responsible consumption in the global socio-economic context of our time.”

Stoikoudis Konstantinos

II. ABSTRACT

In this thesis, the concepts of capitalist development, sustainable development and how they evolved over time are examined. The concepts of human well-being and responsible consumption are analyzed and how we perceive them today.

The recent assessment of global progress towards achieving the 2030 Sustainable Development Goals (SDGs) paints a disappointing picture. Progress on more than 50% of SDG targets is weak and insufficient, while on 30% it has stalled or been reversed. This includes key targets on poverty, hunger and climate. Both governments and the private sector will have to reorient their economies towards resilient standards. It is now up to all of us to ensure that the Sustainable Development Goals are met in full and on time. (U.N Report 2023)

The main objective of the paper is to focus on the research reflection of the "power" of the consumer and responsible consumption as a factor that permeates every aspect of our social and economic reality today. To examine the controversial concept of human well-being and how it relates to consumption. Its main research purpose is to highlight the methodology and means applied nowadays, in the light of responsible consumption for the "bottom-up" formation of environmental sustainability and social justice.

The main research questions, which are asked, are the following:

- 1. What does "responsible consumption" mean?**
- 2. What are the trends for change in our consumption habits?**
- 3. Are these trends consistent with sustainable development?**
- 4. Pressure exerted on companies by consumers.**

The methodology of secondary bibliographic research was used, while the hypothesis of the work is the admission that the concept of sustainability as understood today is nothing but another, milder version of capitalist development.

The concept of human well-being is examined and how people perceive it in the context of the modern consumer society. How is this perception connected to society, and how can a redefinition of it benefit us? A two-sided analysis of it is presented and it is investigated whether a new perception can lead to a reasonable conscious and responsible consumption accompanied by a deep awareness of its effects. There is a research and presentation of the trends that make their appearance in the modern consumer society and in the effort of consumers to contribute to the imperatives of sustainable development and the support of this effort, reflecting on the common good for everyone as well as for themselves. Finally, there is a presentation of some ways, methods and means of pressure on companies that can be found today in developed as well as in developing countries and some typical examples of ventures that occupied the global public opinion and the markets.

Through the issues analyzed in this paper, the following main conclusions emerge. First, the capitalist system has reshaped itself over time to survive major economic crises. Political discourse and policy-making have shifted towards sustainable development, especially after the great financial crisis of 2008 combined with the ecological crisis. Finally, while these changes are taking place "from above", there is also a "from below" pressure to incorporate elements of conscious and responsible consumption as an attitude of shaping and subverting the socio-economic establishment or as a form of de-development in modern society, especially through social, environmental and consumer movements in the modern world.

Key words: Capitalism, sustainable development, consumerism, prosperity, sustainable consumption.

Πίνακας περιεχομένων

I. Περίληψη.....	1
II. Abstract.....	3
III. Συνοτομογραφίες & Ακρωνύμια.....	8
IV. Εισαγωγή.....	9
1. Καπιταλισμός	10
1.1 Εισαγωγή στην έννοια.....	10
1.2 Σύντομη ιστορική αναδρομή	10
1.3 Μεγάλοι στοχαστές του καπιταλισμού.....	10
1.3.1 Karl Marx.....	10
1.3.2 Max Weber	11
1.3.3 Joseph Schumpeter	11
1.3.4 Άλλοι μεγάλοι διανοούμενοι του καπιταλισμού	12
1.4 Κλασική οικονομική θεωρία.....	12
1.4.1 Η δυσλειτουργία της ελεύθερης αγοράς	13
1.4.2 Μαλθουσιανή θεωρία	13
1.4.3 Βιομηχανικός καπιταλισμός και καινοτομία	13
1.5 Μεταπολεμική περίοδος	14
1.6 Πλανητικά όρια.....	15
1.6.1 Το θέμα των ορίων	15
1.6.2 Εκτός ορίων	16
1.7 Ο παγκόσμιος πληθυσμός.....	16
1.8 Η πλάνη του ΑΕΠ	18
1.9 Η τραπεζική κρίση του 2008.....	19
1.10 Η ανάγκη για Βιωσιμότητα	20
2. Βιώσιμη ανάπτυξη.....	20
2.1 Εισαγωγή στην έννοια.....	20
2.2 Η Ανθρωπόκαινος εποχή	21
2.3 Η ασάφεια της έννοιας «βιώσιμη ανάπτυξη»	21
2.4 Οι σημαντικότερες συννοδοί.....	22
2.4.1 Στοκχόλμη το 1972 (η πρώτη συνδιάσκεψη).....	22
2.4.2 Ρίο 1992 και ατζέντα 21	22
2.4.3 Κιότο 1997.....	23
2.4.4 Αναπτυξιακοί Στόχοι της Χιλιετίας (ΑΣΧ).....	23
2.4.5 Γιοχάνεσμπουργκ 2002.....	23

2.4.6	Ρίο 2012.....	24
2.5	Η ατζέντα 2030 και οι 17 στόχοι για τη βιώσιμη ανάπτυξη (ΣΒΑ).....	24
2.6	Πράσινη Συμφωνία	25
2.7	Έκθεση προόδου 2023 του Ο.Η.Ε	25
2.8	Υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή, ΣΒΑ «12».....	30
3.	Επαναπροσδιορισμός της ευημερίας	32
3.1	Η έννοια της ευημερίας.....	32
3.2	Η ευημερία ως ανάπτυξη.....	32
3.3	Η ευημερία ως χρησιμότητα.....	33
3.3.1	Καταναλωτικά αγαθά και ευημερία.....	33
3.3.2	Ο συμβολικός ρόλος των υλικών αγαθών.....	33
3.3.3	Αποϋλοποίηση	34
3.3.4	Εισόδημα και κοινωνική θέση	34
3.4	Καταναλωτισμός.....	35
4.	Υπεύθυνη κατανάλωση.....	36
4.1	Εισαγωγή στην έννοια.....	36
4.2	Σχέση Υπεύθυνης κατανάλωσης και παραγωγής.....	37
4.3	Δείκτες βιώσιμης κατανάλωσης.....	37
4.3.1	Δείκτης οικολογικού ή περιβαλλοντικού αποτυπώματος (Ecological Footprint)	38
4.3.2	Δείκτης απόλυτου εισοδήματος (Absolute Income Hypothesis).....	38
4.3.3	Δείκτης ανθρώπινης ευημερίας (Human Development Index)	39
4.3.4	Δείκτης βιώσιμης κατανάλωσης (Sustainable Consumption Indicator)	39
4.4	Τι σημαίνει Υπεύθυνη κατανάλωση.....	40
4.4.1	Εξοικονόμηση πόρων	40
4.4.2	Υποστήριξη της βιοποικιλότητας.....	41
4.4.3	Κατανάλωση καθαρής ενέργειας.....	41
4.4.4	Προαγωγή της κοινωνικής δικαιοσύνης	41
4.4.5	Προώθηση της κυκλικής οικονομίας.....	41
4.4.6	Μείωση των αποβλήτων	42
4.4.7	Προώθηση της πράσινης καινοτομίας	42
4.4.8	Υγιεινός τρόπος ζωής.....	43
4.4.9	Μείωση των κινδύνων για την υγεία	43
4.5	Τάσεις για αλλαγή στις καταναλωτικές μας συνήθειες	43
4.5.1	Ζήτηση βιολογικών προϊόντων	43
4.5.2	Μείωση πλαστικών μιας χρήσης.....	44
4.5.3	Επισκευή ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών.....	44
4.5.4	Μικρές βιώσιμες φάρμες	45

4.5.5	Επαναχρησιμοποίηση ρούχων & αξεσουάρ.....	46
4.5.6	Μοντέλα ενοικίασης μόδας.....	47
4.5.7	Επιλογή αειφόρων τρόπων μετακίνησης	48
4.5.8	Αυξημένη επίγνωση για τις συνέπειες της κατανάλωσης.....	49
4.6	Μέσα πίεσης καταναλωτών.....	49
4.6.1	Περιβαλλοντικές και καταναλωτικές οργανώσεις.....	49
4.6.2	Social media.....	50
4.6.3	Μέσα ενημέρωσης.....	50
4.6.4	Ιστοσελίδες	51
4.6.5	E-mails.....	51
4.7	Ενδεικτικές αναφορές διαμαρτυρίας καταναλωτών την τελευταία 5ετία	52
4.7.1	Unilever 2020.....	52
4.7.2	Unilever 2023.....	53
4.7.3	Toyota 2022	54
4.7.4	Chevron 2021	55
4.7.5	"Let it Spoil!": Το μποϊκοτάζ του Μαρόκου 2018.....	56
4.7.6	McDonald's 2018.....	58
4.8	Συγκεντρωτικός πίνακας αναφορών διαμαρτυρίας καταναλωτών.....	59
5.	Συμπεράσματα – Συζήτηση.....	60
	Βιβλιογραφία.....	62
	Ξένη βιβλιογραφία.....	62
	Ελληνική βιβλιογραφία.....	68
	Ιστοσελίδες.....	69

III. Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

AIH: Absolute Income Hypothesis (Δείκτης απόλυτου εισοδήματος)

CAGR: Compound annual growth rate (Σύνθετος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης)

CE: Circular Economy (Κυκλική Οικονομία)

E.U (EE): European Union (Ευρωπαϊκή Ένωση)

EOL: End Of Life

GATT: General Agreement on Tariffs and Trade

GFN: Global Footprint Network

HDI: Human Development Index (Δείκτης ανθρώπινης ευημερίας)

ICS: International Commission on Stratigraphy (Επιτροπή Στρωμάτων Γεωλογικού Χρόνου)

IPCC : Intergovernmental Panel on Climate Change

IPM: Integrated pest management (ολοκληρωμένη διαχείριση παρασίτων)

IUCN: International Union for Conservation of Nature (Διεθνής Ένωση για τη Διατήρηση της Φύσης)

IUGS: International Union of Geological Sciences (Παγκόσμια Ένωση Γεωλόγων)

MDGs (ΑΣΧ): Millennium Development Goals (Αναπτυξιακοί Στόχοι της Χιλιετίας)

OECD: Organization for Economic Cooperation and Development

PWMI: Plastic Waste Makers Index

SCI: Sustainable Consumption Indicator (Δείκτης βιώσιμης κατανάλωσης)

SCP: Sustainable Consumption & Production (Βιώσιμη Κατανάλωση και παραγωγή)

SDGs (ΣΒΑ): Sustainable Development Goals (Στόχοι βιώσιμης Ανάπτυξης)

U.N (ΟΗΕ): United Nations (Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών)

UNCSD: United Nations Conference on Sustainable Development

UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development

UNEP: United Nations Environment Program

UNFPA: United Nations Population Fund

WAP: World Animal Protection

WTO (ΠΟΕ): World Trade Organization (Παγκόσμιος οργανισμός Εμπορίου)

ΑΕΠ: Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

ΑΗΗΕ: Απόβλητα Ηλεκτρικού και Ηλεκτρονικού Εξοπλισμού

EAB: Επίσημη Αναπτυξιακή Βοήθεια

ΗΗΕ: Ηλεκτρικός και Ηλεκτρονικός Εξοπλισμός

ΛΑΧ: Λιγότερο Ανεπτυγμένες Χώρες

IV. Εισαγωγή

Η έννοια της καπιταλιστικής ανάπτυξης έχει εξελιχθεί με το πέρασμα του χρόνου. Αρχικά, ήταν εστιασμένη στην ανάπτυξη της βιομηχανίας και της παραγωγής, με έμφαση στον ανταγωνισμό και το κέρδος. Η ανάπτυξη αυτή επιτεύχθηκε με την ανταλλαγή προϊόντων και υπηρεσιών και με την κατανάλωση των φυσικών πόρων, με αρνητικό αντίκτυπο στο περιβάλλον. Συνακόλουθα, εδώ και δεκαετίες, η κοινωνία αντιμετωπίζει σημαντικές προκλήσεις όπως η φτώχεια, οι κοινωνικές ανισότητες, οι βίαιες συγκρούσεις και η εκμετάλλευση των παιδιών. Όλα αυτά οδήγησαν στην επιτακτική ανάγκη για βιώσιμη ανάπτυξη, η οποία στοχεύει σε μια ανάπτυξη με σεβασμό στα οικολογικά όρια του πλανήτη, και στην αξιοπρέπεια του ανθρώπου.

Ερχόμαστε συχνά αντιμέτωποι με παραδείγματα για το πώς υπερβαίνουμε τα οικολογικά όρια του πλανήτη μας, όπως αποψίλωση τροπικών δασών, υπεραλίευση ωκεανών, υπερβολικές εκπομπές CO₂, άνοδος της στάθμης της θάλασσας από το λιώσιμο των πάγων, τις ξηρασίες, τα ακραία καιρικά φαινόμενα κτλ. Η Διακυβερνητική Επιτροπή για την Κλιματική Αλλαγή (IPCC) τονίζει με σαφήνεια τη σημασία της ταχείας δράσης στην έκθεση αξιολόγησής της για το 2022. Η επίτευξη του στόχου για περιορισμό της αύξησης της παγκόσμιας θερμοκρασίας στον 1,5°C που τέθηκε στο Παρίσι, σημαίνει ότι η παγκόσμια χρήση άνθρακα πρέπει να μειωθεί κατά 95% έως το 2050, σε σχέση με το 2019. Η χρήση πετρελαίου πρέπει να μειωθεί κατά 60% και το φυσικό αέριο κατά 45% κατά την περίοδο αυτή. «Σύμφωνα με όλα τα σενάρια, δεν υπάρχει περιθώριο για συνέχιση της χρήσης ορυκτών καυσίμων, όπως οι σταθμοί ηλεκτροπαραγωγής, οι οποίοι θα πρέπει να κλείσουν γρηγορότερα από ότι υπολόγιζαν κάποιοι.»(The Economist 2022)

Είναι αναμφισβήτητο ότι η πίεση στον πλανήτη μας, στα μέσα διαβίωσής μας και στο βιοτικό μας επίπεδο θα αυξηθεί καθώς ο παγκόσμιος πληθυσμός συνεχίζει να αυξάνεται και ότι οι τρέχουσες τάσεις απειλούν σοβαρά την ίδια την ύπαρξη των κοινωνιών μας. Με την αύξηση της παγκόσμιας πληθυσμιακής πίεσης, την αυξανόμενη ανησυχία για την κλιματική αλλαγή και την επιβάρυνση του περιβάλλοντος, η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης έχει αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία.

Οι οικολογικές και κοινωνικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουμε είναι τρομακτικές, και ο χρόνος που απομένει για την αντιμετώπιση, ειδικά των περιβαλλοντικών προκλήσεων, εξαντλείται γρήγορα. Ως εκ τούτου, πρέπει να αναλάβουμε άμεση και καλά στοχευμένη δράση για την αντιμετώπιση όλων των παραμέτρων, αναλαμβάνοντας την κοινή μας ευθύνη. Η πολιτική, οι εταιρείες, το χρηματοπιστωτικό σύστημα, η κοινωνία και βεβαίως οι καταναλωτές αποτελούν τις κύριες παραμέτρους που θα μπορούσαν να βελτιώσουν αυτή την κατάσταση, μεταξύ των οποίων υπάρχουν ισχυρές αλληλεξαρτήσεις και πρέπει να νοούνται ως σύστημα.

Η καταναλωτική μας κουλτούρα είναι ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις προσεγγίζουν την βιωσιμότητα. Οι καταναλωτές έχουν την δύναμη και τη δυνατότητα να επηρεάζουν τις επιχειρήσεις μέσω των καταναλωτικών τους επιλογών, και το χρέος να αλλάξουν τους ίδιους τους εαυτούς τους, σε θέματα υπερκατανάλωσης ή ανεύθυνης κατανάλωσης. Το πως καταναλώνονται τα προϊόντα και οι υπηρεσίες, έχει άμεση σχέση και επηρεάζει τη ζήτηση, που μπορεί να οδηγήσει κατ' επέκταση σε αλλαγές της έντασης, της ποιότητας και των μεθόδων της παραγωγής. Η σχέση αυτή υπογραμμίζει την ανάγκη για τη συνειδητοποίηση και την αλλαγή στην καταναλωτική μας κουλτούρα, με στόχο την επίτευξη μιας ανάπτυξης πιο βιώσιμης. Η επιτυχία της βιωσιμότητας και η διατήρηση των οικολογικών ορίων του πλανήτη απαιτούν τη συμμετοχή και τη συνεργασία όλων και ιδιαίτερα του καταναλωτή.

1. Καπιταλισμός

Οι συζητήσεις για τον καπιταλισμό οδηγούν σε θέματα για τα πιο πιεστικά προβλήματα της σημερινής εποχής, που κυμαίνονται από την παγκοσμιοποίηση, τον πόλεμο κατά της φτώχειας και την κλιματική αλλαγή, την αυξανόμενη κοινωνική ανισότητα, μέχρι τις προοπτικές προόδου και το ανθρώπινο κόστος του. Ταυτόχρονα, ως έννοια ιστορικής σύνθεσης, ο καπιταλισμός συνδυάζει τις οικονομικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και πολιτικές διαστάσεις του παρελθόντος. Υπήρξε εξαιρετικά μεταβλητός με την πάροδο του χρόνου, άνθισε κάτω από πολύ διαφορετικές κοινωνικές και πολιτικές συνθήκες και μπορεί να διαμορφωθεί από την πολιτική και την κοινωνία. Ο καπιταλισμός είναι η κινητήρια δύναμη καινοτομίας και ανάπτυξης, αλλά και η πηγή κρίσης, εκμετάλλευσης και αλλοτρίωσης ταυτόχρονα. Είναι ένα εργαλείο ακαδημαϊκής διορατικότητας και κοινωνικής κριτικής. Η ιδέα ακόμα και μέχρι σήμερα παραμένει αμφιλεγόμενη. (Harvey, D. 2010).

1.1 Εισαγωγή στην έννοια

Τα κύρια χαρακτηριστικά της έννοιας του καπιταλισμού, πριν τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, είχαν να κάνουν με τα δικαιώματα ιδιοκτησίας, την εμπορευματοποίηση της εργασίας, της γης και του κεφαλαίου. (Kocka, J. 2016). Με τον μηχανισμό των τιμών, τον ανταγωνισμό, και την διάκριση μεταξύ ιδιοκτητών και εξαρτημένων μισθωτών εργατών χωρίς ιδιοκτησία. Όπως επίσης και με τις εντάσεις μεταξύ κεφαλαίου και εργασίας, με την αυξανόμενη ανισότητα, ειδικά στο εργοστασιακό σύστημα και την βιομηχανική παραγωγή.

1.2 Σύντομη ιστορική αναδρομή

Οι φάσεις οικονομικής ακμής παγκοσμίως πριν τον μεσαίωνα, σε γενικές γραμμές ορίζονται: από τον 10ο έως τον 14ο αιώνα στην Κίνα, από τον 7ο έως τον 11ο αιώνα στην Αραβία και από τον 12ο έως 15ο αιώνα στην Ευρώπη. Οι ιστορικοί της οικονομικής επιστήμης χαρακτηρίζουν αυτές τις περιόδους σαν προκαπιταλιστικές, αν και είχαν πολλά χαρακτηριστικά του σύγχρονου καπιταλισμού. (Kocka, J. 2016).

Η εξάπλωση του σύγχρονου καπιταλισμού ξεκίνησε με την εκβιομηχάνιση της Ευρώπης και εξαπλώθηκε σε διαφορετικά μέρη του κόσμου ανάλογα με τις ιδιαίτερες και ειδικές συνθήκες που επικρατούσαν σε κάθε χώρα. Τον δέκατο ένατο και τον εικοστό αιώνα, κάνει την εμφάνισή του ο βιομηχανικός καπιταλισμός και τελικά εξελίσσεται στην άνοδο του χρηματοπιστωτικού καπιταλισμού, κυρίως με ευρωπαϊκά, βορειοαμερικανικά και ιαπωνικά παραδείγματα. Η επιταχυνόμενη παγκοσμιοποίηση του καπιταλισμού στο δεύτερο μισό του εικοστού αιώνα και στην αρχή του εικοστού πρώτου η ιστορία διαδραματίζεται πέρα από τη Δύση, ειδικά στην Ανατολική Ασία. Συνολικά θα λέγαμε ότι ο σύγχρονος καπιταλισμός είναι μεν ένα δυτικό φαινόμενο για μεγάλα τμήματα της ιστορίας του, αλλά δεν θα είχε αναπτυχθεί ή θα είχε αναπτυχθεί πολύ διαφορετικά χωρίς τους παγκόσμιους δεσμούς του. (Kocka, J. 2016).

1.3 Μεγάλοι στοχαστές του καπιταλισμού

1.3.1 Karl Marx

Ο Μαρξ ανέλυσε εκτενώς τον καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής, έτσι ώστε η κριτική του για τον καπιταλισμό διαμόρφωσε τις επόμενες γενιές, πιο έντονα, από το έργο οποιουδήποτε άλλου. Ανέδειξε έναν ψυχαναγκαστικό χαρακτήρα της αγοράς. Συζήτησε εκτενώς την απεριόριστη συσσώρευση του κεφαλαίου ως ένα από τα διακριτά χαρακτηριστικά του καπιταλισμού, δηλαδή ως αυτοσκοπό τη συνεχή αύξηση του κεφαλαίου, ως «αρχική συσσώρευση», και αργότερα ως επανεπένδυση των κερδών.

Ο Karl Marx εστίασε στον πυρήνα του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής και στην ένταση μεταξύ των καπιταλιστών, ως ιδιοκτητών των μέσων παραγωγής, και των εργατών. Με μια σχέση κυριαρχίας και εξάρτησης που επέτρεψε την εκμετάλλευση των εργατών από τους καπιταλιστές, με την έννοια ότι ένα μέρος της αξίας που κέρδιζαν οι εργάτες, η λεγόμενη υπεραξία, δεν τους καταβαλλόταν. Αυτό σύμφωνα με τον Μαρξ προκάλεσε ταξικές ανισότητες, που οδήγησαν μακροπρόθεσμα σε μια

σύγκρουση μεταξύ της αστικής τάξης και του προλεταριάτου. Ο Μαρξ ήταν πεπεισμένος ότι ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής είχε την τάση να διαμορφώνει την κοινωνία, τον πολιτισμό και την πολιτική. (Marx, K. 1970).

Αυτή θα ήταν η αιτία για μια αναθεώρηση υποκινούμενη από το προλεταριάτο, που θα καταργήσει το σύστημα του καπιταλισμού για την μετάβαση σε μια σοσιαλιστική ή κομμουνιστική εναλλακτική. Ήταν μια πρόβλεψη και ταυτόχρονα ένα κάλεσμα. Ποτέ όμως ο Μαρξ δεν μπήκε σε κάποια λεπτομερή συζήτηση για αυτό το εναλλακτικό σύστημα.

Ο Μαρξ δεν αρνήθηκε την ύπαρξη παλαιότερων ποικιλιών καπιταλισμού, αλλά εστίασε στον καπιταλισμό με τη σύγχρονη, βιομηχανική του μορφή, ξεκινώντας από τον δέκατο έκτο αιώνα. Τόσο ο Μαρξ όσο και ο Ένγκελς αντιλαμβάνονταν τη βιομηχανική επανάσταση ως μια κοσμοϊστορική αναταραχή.

Οι κριτικές της μαρξιστικής αντίληψης είναι πολλές. Δικαιολογημένα, έχει κατηγορηθεί ότι υποτίμησε τον εκπολιτιστικό αντίκτυπο των αγορών, ενώ υπερεκτίμησε την εργασία ως τη μόνη πηγή νεοδημιουργηθείσας αξίας. (Harvey, D. 2010).

1.3.2 Max Weber

Ο Μαξ Βέμπερ αντιμετώπισε το θέμα του καπιταλισμού ως μέρος μιας ολοκληρωμένης ιστορίας του δυτικού εκσυγχρονισμού. Επιχειρώντας να περιγράψει τον περίπλοκο τρόπο με τον οποίο αλληλεπιδρούν οι ιδέες με την κοινωνική ζωή κατά την καθημερινή συμπεριφορά των ανθρώπων, αναζήτησε τον ρόλο που έπαιζαν οι θρησκευτικές παραδόσεις στον πρώιμο καπιταλισμό. Ήταν εξοικειωμένος με διάφορες μορφές καπιταλισμού, η ανάλυσή του ήταν πιο ευρεία, και έφτασε πιο πίσω στην ιστορία από ότι ο Μαρξ. Στο έργο του «Η προτεσταντική ηθική και το πνεύμα του Καπιταλισμού» (1904-1905), διεύρυνε σημαντικά τους ορίζοντες και την κατανόηση για τη σχέση των θρησκειών με τους οικονομικούς παράγοντες. Κατέληξε ότι ορισμένες ιδιότητες της καλβινιστικής-πουριτανικής ηθικής, που ξεκίνησε τον δέκατο έκτο αιώνα, ήταν ο λόγος που ο βιομηχανικός καπιταλισμός αναπτύχθηκε μόνο στη Δύση, τη στιγμή που και άλλες περιοχές (πχ Κίνα και Ινδία) διέθεταν εξίσου καλές προϋποθέσεις. (Weber, M. 1930).

Ο Μαξ Βέμπερ δεν πίστευε στην ανωτερότητα ενός μελλοντικού σοσιαλιστικού συστήματος. Ανέδειξε πως η αποτελεσματική διαχείριση μιας καπιταλιστικής επιχείρησης απαιτούσε, αγορές χρήματος, πίστωσης και κεφαλαίου. Θεωρούσε απαραίτητη την ύπαρξη ενός είδους οικονομικής πεποίθησης. Δεν ήταν άκριτος θαυμαστής του σύγχρονου καπιταλισμού. Επεξεργάζοταν έναν υπολογιστικό ορθολογισμό, ενώ υπογράμμισε ότι η αυξανόμενη οικονομική αποτελεσματικότητα, δεν είναι απαραίτητο να συνοδεύεται από μόνιμη αύξηση της ευημερίας για όλους. (Kocka, J. 2016).

Ο Βέμπερ έχει επίσης δεχθεί μεγάλη κριτική. Η θέση του σχετικά με τη σύνδεση μεταξύ της πουριτανικής ηθικής και του πνεύματος του καπιταλισμού έχει επανειλημμένα αμφισβητηθεί έντονα.

1.3.3 Joseph Schumpeter

Κατά τον Schumpeter ο καπιταλισμός είναι εκείνη η μορφή οικονομίας ιδιωτικής ιδιοκτησίας στην οποία οι καινοτομίες πραγματοποιούνται μέσω δανεικού χρήματος, το οποίο, συνεπάγεται τη δημιουργία πίστωσης. (Kocka, J. 2016). Ασχολήθηκε ιδιαίτερα με την εξήγηση της οικονομικής δυναμικής. Έψαχνε για τον μηχανισμό με τον οποίο η οικονομία εξελίσσεται. Κατά τον Schumpeter αυτό ήταν η καινοτομία, δηλαδή ο τρόπος με τον οποίο ορισμένα στοιχεία, πόροι και ευκαιρίες, συνδυάστηκαν για να παράγουν κάτι οικονομικά νέο. Νέες μέθοδοι παραγωγής και διανομής, νέες μορφές οργάνωσης εντός και μεταξύ επιχειρήσεων, άνοιγμα νέων αγορών, παραγωγή νέων ή βελτιωμένων αγαθών, τόνωση νέων αναγκών και πολλά άλλα. Ήταν σαφές για τον Schumpeter ότι η εισαγωγή του νέου σημαίνει αντικατάσταση του παλιού. Αυτή η σύνδεση μεταξύ της πίστωσης και της πραγματοποίησης καινοτομιών αναγνωρίστηκε από τον Schumpeter ως ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό και θεμέλιο της δυναμικής του καπιταλισμού. (Schumpeter, J. A. 1934)

Ο Schumpeter έδωσε επίσης έμφαση στην επέκταση της πίστωσης, και ως εκ τούτου, στην εισβολή του χρέους. Μετά τη δυσανάλογη ανάπτυξη του χρηματοπιστωτικού καπιταλισμού τις τελευταίες δεκαετίες, έγινε ιδιαίτερα επίκαιρη η συνεισφορά του. Σε αυτό το πλαίσιο, μίλησε για την «δημιουργική καταστροφή» ως τον πυρήνα της καπιταλιστικής ανάπτυξης.

Το έργο του έχει δεχθεί κριτική, διότι η αντίληψή του για την καινοτομία ήταν υπερβολικά προσκολλημένη σε μεμονωμένα άτομα.

1.3.4 Άλλοι μεγάλοι διανοούμενοι του καπιταλισμού

Υπήρχαν πολλοί στοχαστές που συνέβαλαν στην διαμόρφωση της έννοιας του καπιταλισμού. Ο Κέινς στη δεκαετία του 1920 και του 1930, έβλεπε σαν «ζώδια πνεύματα», (Kocoka, J. 2016). τις σημαντικές κινητήριες δυνάμεις πίσω από τον καπιταλιστικό τρόπο επιχειρηματικής δραστηριότητας. Τα ένστικτα δημιουργίας χρήματος, οι διαθέσεις, τα συναισθήματα και τα ατυχήματα, έπαιξαν σημαντικό ρόλο στον καπιταλισμό κατά την εκτίμησή του.

Αυτή η εκτίμηση του Κέινς, ενός οξυδερκούς, κορυφαίου οικονομολόγου της εποχής του, καλά εξοικειωμένου με την επιχειρηματική ζωή, επισημαίνει τα κενά στον ορθολογισμό του καπιταλισμού που καλύπτονται από συναισθήματα. Η κριτική στον χρηματοπιστωτικό καπιταλισμό, ιδιαίτερα μετά την πρόσφατη κρίση του 2008, ευθυγραμμίζεται απόλυτα με την έμφαση του Κέινς στα «ζώδια πνεύματα»

Σύμφωνα με τον Karl Polanyi στο βιβλίο του, "The Great Transformation", τα δύο σημαντικότερα γεγονότα μετασχηματισμού στην ιστορία ήταν η μετάβαση από τον μερκαντιλισμό στην κοινωνία της αγοράς και η κατάρρευση της κοινωνίας της αγοράς με το άνοιγμα δρόμων για την εμφάνιση του φασισμού και του Β' Παγκόσμιου Πολέμου. Σύμφωνα με τον Polanyi, η αγορά είχε γίνει, σε μεγάλο βαθμό, ένα αυτόνομο υποσύστημα που επέβαλε μόνιμη αλλαγή, διέλυσε τον κοινωνικό ιστό και εμπόδισε την εμφάνιση μιας αξιόπιστης κοινωνικής τάξης με σταθερές ταυτότητες, όσο η νομοθεσία και η δημόσια διοίκηση στάθηκαν ανίκανες να δημιουργήσουν νέες μορφές προσαρμογής, για τον περιορισμό του καταστροφικού δυναμισμού της αγοράς. (Polanyi, K. 2009).

Οι περισσότεροι συγγραφείς αντιλαμβάνονται την αγορά ως ένα αναγκαίο αλλά όχι επαρκές κριτήριο του καπιταλισμού. Η σύγκριση που γινόταν συχνά κατά τη διάρκεια των δεκαετιών του Ψυχρού Πολέμου μεταξύ του καπιταλισμού και της κεντρικά διοικούμενης οικονομίας του κρατικού σοσιαλισμού έδωσε ακόμη μεγαλύτερη έμφαση στην αγορά ως βασικό συστατικό του καπιταλισμού. Αντίθετα με τους υπόλοιπους, ο ιστορικός Fernand Braudel έγραψε ενάντια σε αυτή την άποψη. Στο τρίτομο έργο του Civilization and Capitalism, που εκδόθηκε στη Γαλλία το 1979, έγραψε, ότι ο ανταγωνισμός της αγοράς δεν έπαιξε σημαντικό ρόλο, ενώ η μονοπώληση των ευκαιριών της αγοράς, που συνήθως διευκολύνεται από τους πολιτικά ισχυρούς, ήταν πιο σημαντική. (Braudel, F. 1992).

Με αυτόν τον τρόπο, ο Braudel σωστά τόνισε ότι για μεγάλες χρονικές περιόδους, η αλληλοεξάρτηση της αγοράς και της πολιτικής εξουσίας ήταν ο κανόνας. Επιπλέον, έφτασε στην καρδιά του τρόπου με τον οποίο οι ολιγοπωλιακές και μονοπωλιακές τάσεις μπορούν εύκολα να εμφανιστούν στον καπιταλισμό. Οι τάσεις αυτές μπορούν να λειτουργήσουν ενάντια στην αρχή του ανταγωνισμού που υποτίθεται ότι αποτελεί θεμελιώδες χαρακτηριστικό της οικονομίας της αγοράς και μπορούν εν μέρει να την παρακάμψουν.

1.4 Κλασική οικονομική θεωρία

Το 1776 ο στοχαστής του Σκωτσέζικου Διαφωτισμού Adam Smith στο βιβλίο του "Ο πλούτος των εθνών", ανέπτυξε τη θεωρία του ελεύθερου και ανοικτού ανταγωνισμού. Σύμφωνα με τον Smith, αυτός διασφαλίζει τη μέγιστη απόδοση του κεφαλαίου και την οικονομική ευημερία του συνολικού πληθυσμού, καθώς η ανταγωνιστική πίεση συνεισφέρει στη βελτίωση της ποιότητας και της απόδοσης προϊόντων και υπηρεσιών. Ο Smith έθετε τη θεωρία του «αόρατου χεριού», σύμφωνα με την οποία ο ιδιωτικός ανταγωνισμός μετατρέπεται σε κοινό αγαθό, καθώς η δραστηριότητα των επιχειρήσεων και

των επιχειρηματιών επιφέρει ανάπτυξη και ευημερία για το σύνολο της κοινωνίας. Παρ' όλα αυτά, ο Smith θεωρούσε ότι ο καπιταλισμός πρέπει να συνοδεύεται και από μια καλά οργανωμένη κοινωνία, όπου η παιδεία, η δικαιοσύνη και η ελευθερία θα διαμορφώσουν μια κατάλληλη κοινωνική δομή. (Kocka, J. 2016).

1.4.1 Η δυσλειτουργία της ελεύθερης αγοράς

Από τον 18ο αιώνα η εφαρμογή της ελεύθερης αγοράς και του ανοικτού ανταγωνισμού που ανέπτυξε ο Adam Smith δημιούργησε τεράστιες κοινωνικές ανισότητες στην Ευρώπη, μεταξύ ανατολής και δύσης αλλά και μεταξύ των τάξεων των εργατών και επιχειρηματιών, στο βορειοδυτικό άκρο της Ευρώπης. Οι εργάτες αντιμετώπιζαν δύσκολες συνθήκες εργασίας και χαμηλούς μισθούς. Έτσι ήρθε το Sreenhamland ένα σύστημα κρατικής βοήθειας στη Μεγάλη Βρετανία που εφαρμόστηκε για πρώτη φορά το 1795. Πολλοί ιστορικοί πιστεύουν ότι ήταν σύστημα που ενθάρρυνε τη μη παραγωγική εργασία και την ανεργία. Τροποποιήθηκε σε διάφορες περιόδους, μέχρι το 1834, οπότε και καταργήθηκε. Σύμφωνα με τον Polanyi, εκείνη την περίοδο το κράτος παρεμβαίνει συχνά, γιατί οι αγρότες και οι εργαζόμενοι ασκούν πίεση για τη λήψη δημοσιονομικών μέτρων, ρυθμίσεων και συνδικαλιστικών συμβάσεων που θα τους προστατεύσουν από την εκμετάλλευση και τη μείωση των μισθών τους. Αυτή η κοινωνική προστασία φυσικά αντιστρέφει τη λειτουργία της ελεύθερης αγοράς και εμποδίζει τον εαυτό της να διορθώσει την ίδια της τη λειτουργία. (Block, F., & Somers, M. R. 2017). Τελικά αποδείχθηκε περίτρανα ότι το «αόρατο χέρι» της αγοράς του Smith δεν ήταν επαρκώς αποτελεσματικό για την προστασία των εργαζομένων.

1.4.2 Μαλθουσιανή θεωρία

Ο Thomas Robert Malthus, (1766 – 1834), εστιάζει στη μεγάλη αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού με μια ιδιαίτερα απαισιόδοξη πρόβλεψη. Επισημαίνει, ότι ενώ η παραγωγή τροφίμων και πρώτων υλών αναπτύσσεται με ρυθμούς αριθμητικής προόδου, ο πληθυσμός αναπτύσσεται με ρυθμούς γεωμετρικής προόδου. Ωστόσο, δηλώνει ότι η φύση ενεργοποιεί ρυθμιστικούς μηχανισμούς όπως πόλεμος, έγκλημα, αρρώστιες και ανηθικότητα, που αποτρέπουν αυτή την δυσανάλογη ανάπτυξη και κατά συνέπεια την καταστροφή. (Carson, R. 1962). Αυτοί οι ιππότες της αποκαλύψεως, σύμφωνα με τον Μάλθους, λειτουργούν ως δυσάρεστοι μεν, αλλά αναγκαίοι ρυθμιστικοί μηχανισμοί, που επαναφέρουν τον δημογραφικό παράγοντα σε θέση ισορροπίας.

1.4.3 Βιομηχανικός καπιταλισμός και καινοτομία

Η σημασία των τεχνολογικών και οργανωτικών προόδων στον καπιταλισμό αυξήθηκε ραγδαία κατά τη βιομηχανική εποχή. Αυτή η εποχή γνώρισε έναν γρήγορο ρυθμό καινοτομίας, που περιγράφεται από τον Schumpeter, όπως προαναφέρθηκε, ως «δημιουργική καταστροφή», η οποία έγινε θεμελιώδης πτυχή της καπιταλιστικής παραγωγής. Με την πάροδο των χρόνων, αυτοί οι μετασχηματισμοί δημιούργησαν νέες ευκαιρίες για επιτυχία και κέρδος για τους επιχειρηματίες και τους υπαλλήλους τους, ωφελώντας τελικά και τους καταναλωτές. (Kocka, J. 2016). Ωστόσο, αυτές οι αλλαγές είχαν επίσης ως αποτέλεσμα και πολλούς χαμένους. Η συνεχής προσπάθεια για βελτιστοποίηση της παραγωγής, η συνεχής διατάραξη των κοινωνικών κανόνων και η διαρκής αβεβαιότητα και αναταραχή διακρίνουν την καπιταλιστική εποχή από τις προηγούμενες περιόδους. (Harvey, D. 2010).

Αυτοί οι παράγοντες συνέβαλαν στην έλλειψη εμπιστοσύνης και τη συνεχιζόμενη δυσaréσκεια για τον χρηματοπιστωτικό καπιταλισμό, ιδιαιτέρως κατά τη διάρκεια των μεγάλων κρίσεων όπως αυτές του 1873, του 1929 και του 2008, που θα δούμε παρακάτω. Αυτές οι κρίσεις προέρχονταν συχνά από υπερβολικά άπληστες δραστηριότητες και άστοχες τάσεις εντός του χρηματοπιστωτικού τομέα.

Στον χρηματοοικονομικό τομέα, αυτές οι κρίσεις είχαν εκτεταμένες συνέπειες, που επεκτείνονταν πέρα από το χρηματιστήριο, για να επηρεάσουν την ευρύτερη οικονομία. Αποτελούσαν απειλή όχι μόνο για μια επίλεκτη ομάδα κερδοσκόπων, αλλά και για τις ευκαιρίες και τις προοπτικές μεγάλων τμημάτων του πληθυσμού, οδηγώντας δυνητικά σε βαθιές κοινωνικές και πολιτικές αναταραχές. Έτσι έγινε πολύ ορατό το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του καπιταλισμού και η ανάδειξή του ως κύριας ρυθμιστικής

δύναμης στην οικονομία, ασκώντας σημαντική επιρροή στην κοινωνία, τον πολιτισμό και την πολιτική. Αυτό σηματοδότησε την απόσταση από τους προηγούμενους αιώνες, τότε που ο καπιταλισμός υπήρχε κυρίως μέσα σε κλειστά όρια, συνυφασμένα με μη καπιταλιστικές δομές και νοοτροπίες.

1.5 Μεταπολεμική περίοδος

Μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, ως προς το διεθνές οικονομικό σύστημα, έλαβε χώρα η διάσκεψη των συμμαχικών χωρών στο Bretton Woods των ΗΠΑ το 1944, η οποία έθεσε τις βασικές αρχές της παγκόσμιας οικονομικής αρχιτεκτονικής που θα διατηρούνταν για σχεδόν τρεις δεκαετίες.

Για την εξάλειψη των απειλών κατά της ειρήνης, όπως εκφράστηκε στην αρχή, ιδρύθηκαν τα Ηνωμένα Έθνη από 51 κράτη, με αυτόν τον ειδικό σκοπό, στις 24 Οκτωβρίου του 1945. (United Nations 2023).

Το γενναϊόδωρο σχέδιο Μάρσαλ των ΗΠΑ μετά τον πόλεμο (1947) με στόχο τη διάσωση των χωρών της Ευρώπης που είχαν καταστραφεί από τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, υποστήριξε μια εντυπωσιακή ανάπτυξη της Ευρώπης και της Ιαπωνίας. Ουσιαστικά είχε ως στόχο να αποτρέψει αυτές τις χώρες, από τη σφαίρα επιρροής της Σοβιετικής Ένωσης.

Αργότερα, το 1947, στη Γενεύη υπογράφηκε το Γενικό Συμφωνητικό Τελωνειακών και Εμπορικών Δασμών (General Agreement on Tariffs and Trade) (GATT), το οποίο έπαιξε ηγετικό ρόλο στην απελευθέρωση του παγκόσμιου εμπορίου κατά τη διάρκεια της μεταπολεμικής περιόδου. Το GATT αντικαταστάθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου, World Trade Organization (WTO) το 1995, ο οποίος έχει ως στόχο την προώθηση του παγκόσμιου ελεύθερου εμπορίου και της ηθικής συμμόρφωσης μεταξύ των κρατών μελών. (WTO 2023).

Έγινε για πρώτη φορά αναφορά το 1949, από τον πρόεδρο των ΗΠΑ Χάρυ Τρούμαν, στην έννοια “υποανάπτυκτες περιοχές” και αναγνωρίστηκε η φτώχεια ως μια απειλή για την παγκόσμια πρόοδο και ειρήνη.

Κατά τις επόμενες δεκαετίες, και συγκεκριμένα τις δεκαετίες του 1950 και του 1960, η έννοια της ανάπτυξης συνδέθηκε στενά με την οικονομική πρόοδο και την υιοθέτηση καινοτόμων τεχνολογιών. Καθώς οι κοινωνίες πάλευαν με τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες της νεωτερικότητας, έπρεπε να πορευτούν στη λεπτή ισορροπία μεταξύ της διατήρησης της παράδοσης και της υιοθέτησης της καινοτομίας. Η «Θεωρία του Εκσυγχρονισμού» καταδείκνυε τη δυναμική φύση του ανθρώπινου πολιτισμού, να είναι δηλαδή διαρκώς σε κατάσταση μεταμόρφωσης και προσαρμογής. Οι μελετητές πίστευαν ότι τα έθνη που θεωρούνταν υπανάπτυκτα έπρεπε να αγκαλιάσουν το δυτικό μοντέλο ανάπτυξης και να μιμηθούν τις οικονομικές στρατηγικές τους, προκειμένου να καλύψουν τη διαφορά με τις υποτιθέμενες προόδους που είχαν χάσει. (Rostow, W. W. 1985).

Στον απόηχο της ταχείας προόδου, που συνοψίζεται από την ισχυρή οικονομική επέκταση, ο κόσμος έγινε μάρτυρας μιας ανησυχητικής αύξησης των οικονομικών και κοινωνικών ανισοτήτων. Αυτές οι διαίρεσεις εκδηλώθηκαν, όχι μόνο μεταξύ των εθνών του Βορρά και του Νότου, αλλά και σε πολυάριθμες προηγμένες κοινωνίες. Λόγω της ενσωμάτωσης των λιγότερο ανεπτυγμένων χωρών στο παγκόσμιο καπιταλιστικό σύστημα, ο πλούτος τους διοχετεύθηκε γρήγορα στις ανεπτυγμένες καπιταλιστικές Χώρες, επιδεινώνοντας την οικονομική τους κατάσταση αντί να τις οδηγήσει προς την πρόοδο. Στις αρχές της δεκαετίας του 1970, εμφανίστηκε η θεωρία, η οποία άλλαξε ολοκληρωτικά την αιτιολόγηση του φαινομένου. Η «θεωρία της εξάρτησης», υποστήριξε ευθαρσώς, ότι ο ίδιος ο ιστός του καπιταλιστικού συστήματος φέρει την ευθύνη για την έλλειψη προόδου στα έθνη του νότου, αντί να αποδίδει την αδυναμία τους να μιμηθούν την αναπτυξιακή τροχιά των βόρειων χωρών, αποκλειστικά σε εγγενείς περιορισμούς. (Amin, S. 1976).

Το 1973 ξέσπασε ενεργειακή κρίση, με απότομη αύξηση των διεθνών τιμών καυσίμων, και επέφερε στασιμότητα στις περισσότερες ανεπτυγμένες οικονομίες, δηλαδή υψηλό ρυθμό πληθωρισμού σε συνδυασμό με υψηλή ανεργία και χαμηλούς ή και αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης. (Yergin, D. A. N. I. E. L. 2006). Οι προκλήσεις αντιμετώπισης του προβλήματος έδωσαν την ευκαιρία να δοκιμαστούν

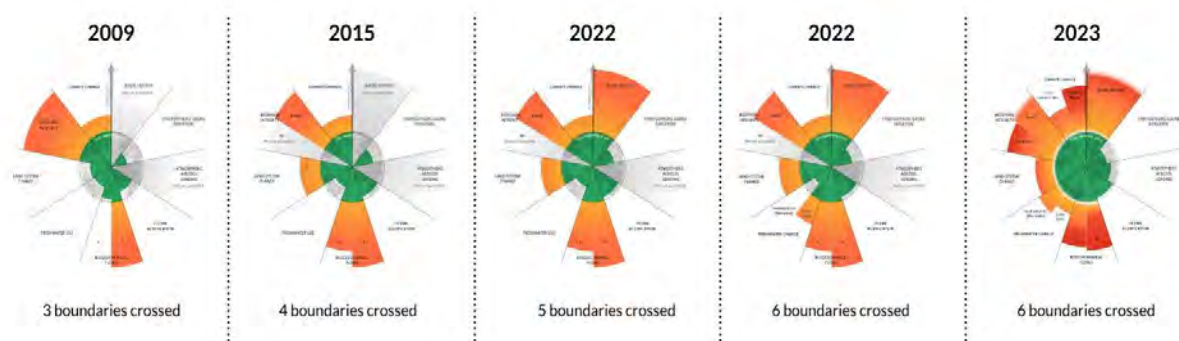
πολιτικές τόσο βασισμένες στην τόνωση της ζήτησης όσο και με στόχο την τόνωση της προσφοράς μέσα από την απελευθέρωση των αγορών. Σταδιακά, ο χρηματοπιστωτικός τομέας αποκτούσε αυξανόμενη σημασία στη νέα δομή της οικονομίας. Μέσα σε αυτήν την ένθερμη ατμόσφαιρα, ελάχιστη προσοχή δόθηκε στις πιθανές περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

1.6 Πλανητικά όρια

Στο δεύτερο μισό του περασμένου αιώνα, ο τρόπος ζωής μας και η οικονομική μας δραστηριότητα έχουν εκθέσει τα οικοσυστήματα, τα οποία λειτουργούν ανθεκτικά εδώ και χιλιάδες χρόνια, σε τεράστιες πιέσεις. (Fischer, M., et al, 2023). Υπάρχει μεγάλος κίνδυνος ο τρόπος ζωής μας να προκαλέσει την ανατροπή των οικοσυστημάτων της Γης σε μια νέα κατάσταση και έτσι να θέσει σε κίνδυνο τα μέσα διαβίωσής μας. Ωστόσο, το βιοτικό μας επίπεδο δεν είναι δυνατό να επιτευχθεί χωρίς την εξόρυξη φυσικών πόρων, τη χρήση γης και τις εκπομπές επιβλαβών ουσιών. Έτσι, η επιβάρυνση των οικοσυστημάτων μοιάζει αναπόφευκτη.

Μια ομάδα σχεδόν 30 κορυφαίων επιστημόνων με επικεφαλής τον Johan Rockström ανέπτυξε την έννοια των πλανητικών ορίων. Το έργο τους δημοσιεύθηκε για πρώτη φορά το 2009 (Rockström, et al 2009), και ενημερώθηκε το 2015 με νέα δεδομένα. Η ιδέα έχει εν τω μεταξύ γίνει σταθερό σημείο αναφοράς για τη διεθνή και εθνική περιβαλλοντική και αναπτυξιακή πολιτική, ιδίως την πολιτική για το κλίμα, και αναπτύσσεται συνεχώς μέσω νέων ερευνητικών ευρημάτων. Η έννοια των πλανητικών ορίων προσδιορίζει εννέα παράγοντες που είναι κεντρικοί για τη σταθερότητα και την ανθεκτικότητα του πλανήτη μας και ορίζει έναν «ασφαλή χώρο λειτουργίας» στον οποίο οι περιβαλλοντικές συνθήκες είναι ευνοϊκές για την ανθρωπότητα. Εάν κινηθούμε εντός αυτών των ορίων, ο κίνδυνος επικίνδυνων, μη αναστρέψιμων περιβαλλοντικών αλλαγών είναι σχετικά μικρός. Εάν υπερβούμε αυτά τα όρια, θέτουμε σε κίνδυνο τη σταθερότητα των οικοσυστημάτων και, συνεπώς, την βάση της ανθρώπινης ζωής, συμπεριλαμβανομένης και της οικονομίας.

Οι επιστήμονες μπόρεσαν να ποσοτικοποιήσουν τις οκτώ από αυτές τις οικολογικές διαστάσεις, έξι έχουν ήδη υπερβεί το όριο έκθεσης όπως κλιματική αλλαγή, απώλεια βιοποικιλότητας, η λειτουργική ποικιλομορφία (δεν έχει ποσοτικοποιηθεί), βιοχημικές ροές (ροές αζώτου (N) και φωσφόρου (P) στη βιόσφαιρα και τους ωκεανούς), αλλαγή του χειρσαίου συστήματος και νέες οντότητες και φορτίο αερολύματος (δεν έχει ποσοτικοποιηθεί). (Fischer, M., et al, 2023). Στο παρακάτω σχήμα φαίνεται πως 6 από τα 9 πλανητικά όρια έχουν ήδη παραβιαστεί. Αυτό δυστυχώς συνέβη μόλις στα τελευταία 15 χρόνια.



εικ.1:Πηγή: <https://phys.org/news/2023-09-planetary-boundaries-exceeded.html>

1.6.1 Το θέμα των ορίων

Κάθε αξιόπιστο όραμα ευημερίας πρέπει να αντιμετωπίζει το ζήτημα των πλανητικών ορίων. Στην πρόσφατη ιστορία του το ζήτημα των ορίων, μπορεί να εντοπισθεί σε τρεις διακριτές φάσεις. Στα τέλη του 18ου αιώνα, ο εφημέριος Thomas Robert Malthus το έθεσε στο εξαιρετικά σημαντικό Δοκίμιό του για τον Πληθυσμό(βλ. κεφ. 1.4.2). Στη δεκαετία του 1970, τέθηκε και πάλι με διαφορετική μορφή στην έκθεση της Λέσχης της Ρώμης για τα όρια της ανάπτυξης. Η τρίτη φάση είναι αυτή στην οποία

βρισκόμαστε τώρα, όπου οι ανησυχίες για την κλιματική αλλαγή και η εξάντληση των πόρων ανταγωνίζονται για το ενδιαφέρον με τους φόβους της οικονομικής κατάρρευσης.

Ο Malthus αποδείχθηκε ότι έκανε λάθος διότι ναι, ο παγκόσμιος πληθυσμός είναι τώρα περισσότερο από έξι φορές από ότι το μέγεθος που ήταν στην εποχή του. Αυτό οφείλεται εν μέρει στο γεγονός ότι τα μέσα διαβίωσης επεκτάθηκαν σημαντικά ταχύτερα από ότι ο πληθυσμός. Η παγκόσμια οικονομία όμως τώρα, είναι 68 φορές μεγαλύτερη από ότι ήταν το 1800 (Jackson, T. 2009). Εντελώς αντίθετα δηλαδή με την πρόβλεψη του Malthus.

Και οι Meadows όμως έκαναν λάθος (Η Λέσχη της Ρώμης για τα όρια της ανάπτυξης), διότι υποστήριζαν ότι η έλλειψη πόρων θα ωθήσει τις τιμές προς τα πάνω και θα επιβραδύνει τις δυνατότητες μελλοντικής ανάπτυξης. Συλλέγοντας όσα περισσότερα δεδομένα μπορούσαν να βρουν σχετικά με τα ποσοστά εξόρυξης πόρων και τα διαθέσιμα αποθέματα, ανέμεναν να δουν σημαντικές ελλείψεις πόρων πριν από τη νέα χιλιετία, αλλά αυτό δεν συνέβη. (Jackson, T. 2009).

Ο φυσικός πόρος «πετρέλαιο», δεν είναι ο μόνος, του οποίου η έλλειψη θα αποτελέσει πρόβλημα στις επόμενες δεκαετίες. Η παραγωγική γη, όπως αναγνώρισε ο ίδιος ο Malthus, είναι ο απόλυτος πόρος όταν πρόκειται για βασική διαβίωση. Η χρήση γης ειδικά για την καλλιέργεια βιοκαυσίμων, ήταν σίγουρα ένας από τους παράγοντες που ώθησαν τις τιμές των τροφίμων προς τα πάνω μέχρι το 2008. Η έλλειψη πόρων είναι μόνο ένα μέρος της ανησυχίας. Η συζήτηση εξελίσσεται ακόμη πιο έντονα από το πρόβλημα των αποβλήτων και της πεπερασμένης ικανότητας του πλανήτη να αφομοιώσει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της οικονομικής δραστηριότητας. «Ακόμη και πριν να ξεμείνουμε από πετρέλαιο», εξηγεί ο οικολόγος Bill McKibben, «θα ξεμείνουμε από πλανήτη». (McKibben, B. 2012).

1.6.2 Εκτός ορίων

Αυτή η σύντομη περιγραφή των οικολογικών ορίων, δεν είναι αρκετή σε σχέση με την συσσωρευμένη γνώση σχετικά με την έλλειψη πόρων ή την κλιματική αλλαγή. Δεν έχει καν θίξει ζητήματα ταχείας καταστροφής, ιστορικά πρωτοφανούς απώλειας βιοποικιλότητας, κατάρρευσης των ιχθυαποθεμάτων, λειψυδρίας ή ρύπανσης του εδάφους και των υδάτινων αποθεμάτων.

Αυτή η εξωφρενική αύξηση της παγκόσμιας οικονομικής δραστηριότητας δεν έχει ιστορικό προηγούμενο. Η προεπιλεγμένη υπόθεση είναι ότι – πέρα από τις χρηματοπιστωτικές κρίσεις – η ανάπτυξη θα πρέπει να συνεχιστεί επ' αόριστον. Όχι μόνο για τις φτωχότερες χώρες, όπου μια καλύτερη ποιότητα ζωής είναι αναμφισβήτητη απαραίτητη, αλλά ακόμη και για τα πλουσιότερα έθνη, όπου η αφθονία του υλικού πλούτου προσθέτει ελάχιστα στην ευτυχία τους, ενώ αρχίζει να απειλεί τα θεμέλια της ευημερίας. (Von Weizsäcker, E. U., & Wijkman, A. 2018).

Όταν η ανάπτυξη παραπαίει, όπως συνέβη δραματικά στην παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008, οι πολιτικοί πανικοβάλλονται, οι επιχειρήσεις αγωνίζονται να επιβιώσουν, οι άνθρωποι χάνουν τη δουλειά τους και μερικές φορές και τα σπίτια τους. Ένας φαύλος κύκλος ύφεσης. Η αμφισβήτηση της ανάπτυξης θεωρείται κάτι παράλογο και αυτοκαταστροφικό από τους οικονομολόγους, οι οποίοι θα πρέπει όμως να απαντήσουν στο ερώτημα, πώς ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο οικονομικό σύστημα μπορεί να χωρέσει μέσα σε ένα πεπερασμένο οικολογικό σύστημα;. Από τη μία πλευρά, δεν έχουμε άλλη εναλλακτική λύση από το να αμφισβητήσουμε αυτή την ανάπτυξη. Από την άλλη, η οικονομική ανάκαμψη είναι ζωτικής σημασίας, διότι η προστασία των θέσεων εργασίας των ανθρώπων και η δημιουργία νέων είναι απολύτως απαραίτητη. Αλλά χρειαζόμαστε επίσης επείγοντως μια ανανεωμένη αίσθηση κοινής ευημερίας, με μια βαθύτερη δέσμευση για δικαιοσύνη. (Jackson, T. 2009). Η πρόκληση για την κοινωνία μας είναι, να δημιουργήσει τις συνθήκες υπό τις οποίες είναι δυνατό να ανθίσουμε ως ανθρώπινα όντα, εντός των οικολογικών ορίων ενός πεπερασμένου πλανήτη.

1.7 Ο παγκόσμιος πληθυσμός

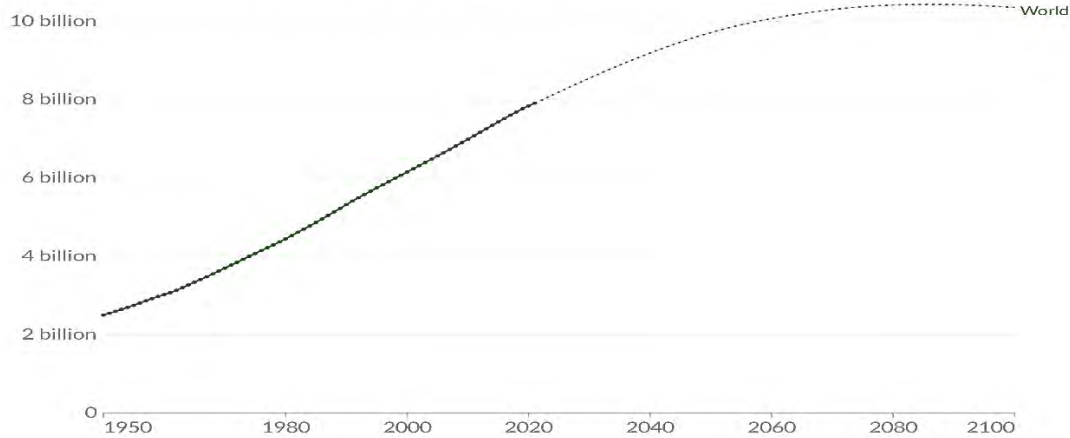
Σύμφωνα με εκτιμήσεις του ΟΗΕ, ο παγκόσμιος πληθυσμός ξεπέρασε το όριο των 8 δισεκατομμυρίων στις 15 Νοεμβρίου 2022. Τα τελευταία 25 χρόνια, ο αριθμός των ανθρώπων στον πλανήτη έχει αυξηθεί

κατά το ένα τρίτο, (2,1 δισεκατομμύρια). Η ανθρωπότητα αναμένεται να αυξηθεί κατά άλλο ένα πέμπτο σε κάτι λιγότερο από 10 δισεκατομμύρια περίπου το 2050.

Population, 1950 to 2100

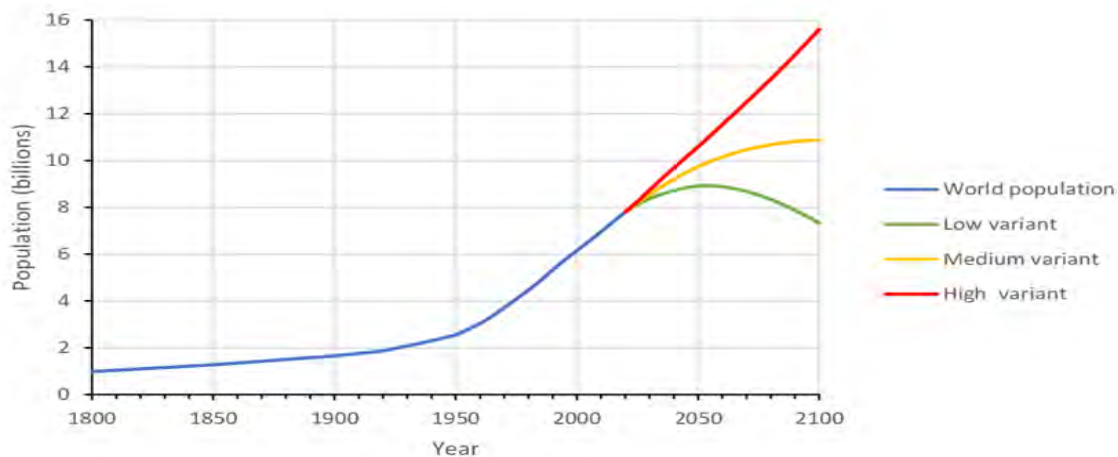
Future projections are based on the UN medium-fertility scenario¹.

Our World
in Data



εικ.2:Πηγή δεδομένων: Our World in Data

Τα σενάρια βέβαια για την εξέλιξη του παγκόσμιου πληθυσμού ποικίλουν, διότι δεν είναι δυνατόν να προβλεφθούν με ακρίβεια οι συνθήκες που θα επικρατούν στον πλανήτη και την ανθρωπότητα στο μέλλον.



:Πηγή δεδομένων: Research Gate

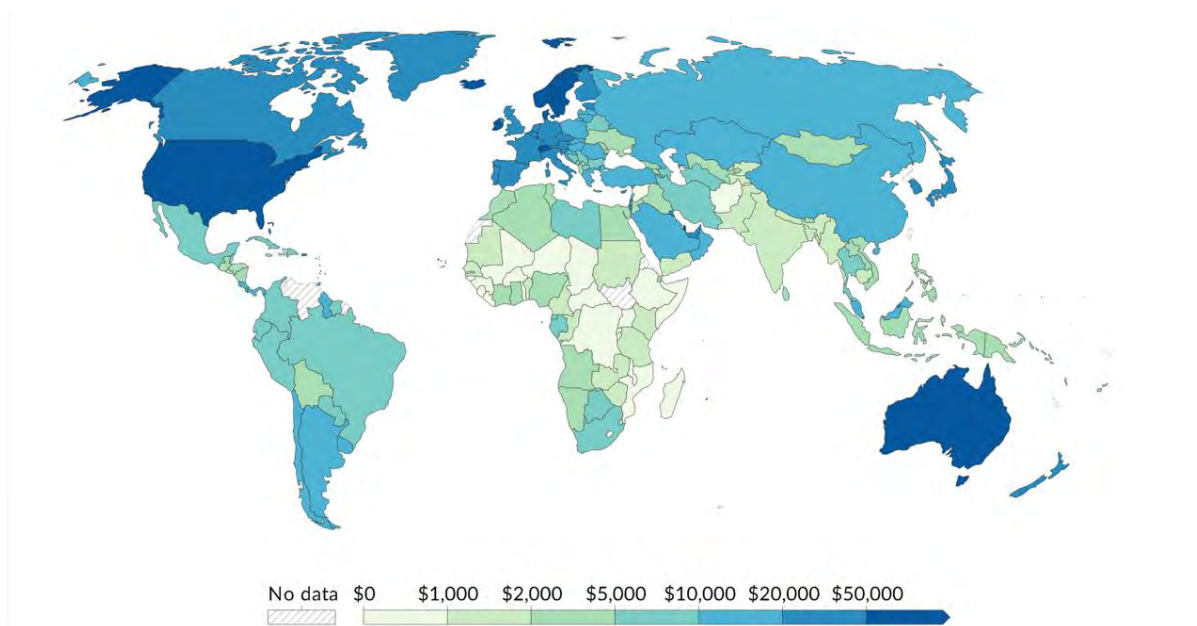
Σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, ο αριθμός των γεννήσεων ανά γυναίκα εξακολουθεί να κυμαίνεται μεταξύ τεσσάρων και οκτώ. Πρωταρχική αιτία είναι η φτώχεια, η έλλειψη ενημέρωσης, αλλά και η χαμηλή θέση των γυναικών στην κοινωνία, ενώ εκατοντάδες εκατομμύρια ζευγάρια δεν έχουν πρόσβαση στην αντισύλληψη, μια κατάσταση που η Καθολική Εκκλησία μέχρι πρόσφατα, βοήθησε να εδραιωθεί. (Von Weizsäcker, E. U., & Wijkman, A. 2018). Οι αναπτυσσόμενες χώρες ήδη αγωνίζονται να βρουν τρόπους να καλύψουν τις αυξανόμενες ανάγκες τους σε τρόφιμα και ενέργεια, και θα χρειαστούν υποστήριξη για να ανταποκριθούν στις μελλοντικές απαιτήσεις ενός αυξανόμενου πληθυσμού χωρίς υπερβολική χρήση φυσικών πόρων, ρύπανση και δημιουργία αποβλήτων. Αυτές οι χώρες, ειδικά στην Αφρική, υφίστανται το μεγαλύτερο βάρος των κοινωνικοοικονομικών ανισοτήτων και των κακών συνθηκών διαβίωσης, σύμφωνα με τον Δείκτη Περιεκτικής Ανάπτυξης της UNCTAD.

Επίσης η ταχύτερη αύξηση του πληθυσμού στις αναπτυσσόμενες χώρες καθιστά την έκτακτη ανάγκη για την αντιμετώπιση της κλιματικής κρίσης ακόμη πιο επείγουσα, αν και οι αναπτυσσόμενες χώρες παράγουν διπλάσια ποσότητα αποβλήτων κατά κεφαλήν σε σύγκριση με τις αναπτυσσόμενες. Συνεπώς οι ανεπτυγμένες χώρες θα πρέπει να διπλασιάσουν τις προσπάθειές τους για ένα μέλλον χαμηλών εκπομπών ρύπων, παρέχοντας παράλληλα στις αναπτυσσόμενες χώρες τις τεχνολογίες, τις δεξιότητες και την οικονομική υποστήριξη που απαιτείται για να κινήσουν τις οικονομίες τους προς βιομηχανίες και τομείς που είναι λιγότερο ρυπογόνες. (UNCTAD, 2022). Το Ταμείο των Ηνωμένων Εθνών για τον Πληθυσμό (UNFPA) δημοσίευσε μια μελέτη, (UNFPA 2015), που επιβεβαιώνει τη θετική συσχέτιση μεταξύ της οικονομικής επιτυχίας και του περιορισμού της αύξησης του πληθυσμού. Ωστόσο, είναι αποδεδειγμένο ότι στους περισσότερους πολιτισμούς, η επίτευξη υψηλού επιπέδου ανάπτυξης, επαρκούς εκπαίδευσης, απασχόλησης και αυτοδιάθεσης των γυναικών, καθώς και πρόσβασης σε άφθονη ενέργεια, οδηγεί στη σταθεροποίηση του πληθυσμού.

1.8 Η πλάνη του ΑΕΠ

Το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ) είναι η συνολική αξία όλων των αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται σε μια οικονομία κατά ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (συνήθως ένα έτος). Το ΑΕΠ ερμηνεύει κάθε δαπάνη ως θετική και δεν διακρίνει τη δραστηριότητα που ενισχύει την ευημερία από τη δραστηριότητα που την μειώνει. Αντιπροσωπεύει το συνολικό εισόδημα της χώρας και χρησιμοποιείται κατά κόρον για να μετρηθεί η ανάπτυξη και η οικονομική απόδοση μιας χώρας. (Jackson, T. 2009). Συνεχίζει να επηρεάζει την εθνική και διεθνή οικονομική πολιτική λόγω της ευρείας συναίνεσης που περιβάλλει τη χρήση του για πολλά χρόνια και χώρες. Γίνεται επιτέλους ευρέως αποδεκτό ότι η μεγιστοποίηση του ΑΕΠ, η οποία ποτέ δεν προοριζόταν για τη μέτρηση της κοινωνικής ευημερίας, δεν αποτελεί κατάλληλο στόχο για την εθνική πολιτική. (Blanchflower, et al. 2011). Για παράδειγμα, το μαγείρεμα λαχανικών για την οικογένεια ή τους φίλους από έναν οικιακό κήπο, δεν περιλαμβάνεται στο ΑΕΠ. Ωστόσο, η αγορά ενός παρόμοιου γεύματος από τον διάδρομο κατεψυγμένων τροφίμων σούπερ μάρκετ, συνεπάγεται ανταλλαγή χρημάτων και υπολογίζεται ως αύξηση του ΑΕΠ. Και όμως, ακόμη και με όλα τα προβλήματα που περιβάλλουν το ΑΕΠ, είναι ακόμα και σήμερα ο πιο συχνά χρησιμοποιούμενος δείκτης της συνολικής απόδοσης μιας χώρας. Πολλές εναλλακτικές ενδείξεις έχουν προταθεί τις τελευταίες δεκαετίες, καθώς οι ερευνητές έχουν εργαστεί για να ενοποιήσουν οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά στοιχεία σε ένα κοινό πλαίσιο που θα αντικατοπτρίζει πραγματική καθαρή πρόοδο. (Stiglitz et al, 2009).

Παγκόσμιο κατά κεφαλήν ΑΕΠ (2021) σε Δολάρια ΗΠΑ



εικ.3:Πηγή δεδομένων: Παγκόσμια Τράπεζα και ΟΟΣΑ

1.9 Η τραπεζική κρίση του 2008

Στις δεκαετίες που ακολούθησαν τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, οι τράπεζες λειτουργούσαν με ποσοστό μεταξύ 20% και 30% των υποχρεώσεών τους ως ίδια κεφάλαια. Μέχρι το 2008, αυτό είχε συρρικνωθεί σε μόλις 3%. Η ονομαστική αξία των χρηματοπιστωτικών προϊόντων έφτασε τα 640 τρισεκατομμύρια δολάρια τον Σεπτέμβριο του 2008, 14 φορές το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) (βλ κεφ.1.6) όλων των χωρών του πλανήτη.(Sassen, 2009).

Ξεκινώντας από τη δεκαετία του 1970 και ιδιαίτερα στη δεκαετία του 1980, οι σύγχρονες οικονομίες παγκοσμίως αντιμετώπισαν προκλήσεις όσον αφορά την ανάπτυξή τους. Προς εξεύρεση λύσης οι κυβερνήσεις υιοθέτησαν μια στροφή προς τον νεοφιλελευθερισμό, εφαρμόζοντας μέτρα όπως η μείωση των κρατικών δαπανών με στόχο τη μείωση του κόστους παραγωγής. Αυτό περιλάμβανε περικοπές μισθών και αποδυνάμωση των συνδικάτων και των εργατικών ενώσεων. Επιπλέον, προσπαθώντας να τονώσουν την κατανάλωση χορήγησαν πιστώσεις και δάνεια, συμπεριλαμβανομένων και εκείνων που υποθήκευαν περιουσιακά στοιχεία. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την άνοδο τόσο της κατανάλωσης όσο και των δανείων. Δυστυχώς όμως αυτή η κατάσταση είχε ως αποτέλεσμα περισσότερες ώρες εργασίας των εργαζόμενων και ταυτόχρονα αυξημένα επίπεδα άγχους από το υπερβολικό τους χρέος, οδηγώντας τους σε υψηλά ποσοστά κατάθλιψης (Kallis, G., et al, 2020).

Το αποτέλεσμα αυτής της πολιτικής οδήγησε στην εμφάνιση ενισχυμένων μακροοικονομικών δεικτών, όπως το ΑΕΠ, δημιουργώντας την αντίληψη ότι οι οικονομίες βίωναν μια ανανεωμένη φάση ανάπτυξης. Ωστόσο, τα αποτελέσματα μέσα στην κοινωνία και την πραγματική οικονομία, ήταν η όξυνση των κοινωνικοοικονομικών ανισοτήτων και η συγκέντρωση πλούτου σε λίγους και όχι εκείνα που έδειχναν οι μακροοικονομικοί δείκτες όπως το ΑΕΠ. (Kallis, G., et al, 2020).

Στην συνέχεια αναπτύσσεται ένας φαύλος κύκλος δανεισμού και ανάπτυξης, όπου τα κράτη και οι πολίτες στρέφονται στον δανεισμό για να επιτύχουν πρόοδο. Για την αποπληρωμή των δανείων αυτών, η λύση αναζητείται και πάλι στην ανάπτυξη και στη συνέχεια σε περαιτέρω δανεισμό. Αυτός ο κύκλος συνεχίζεται μέχρι το σημείο όπου υπάρχει αδυναμία εισαγωγής νέων κεφαλαίων στην αγορά μέσω

νέων δανείων, οδηγώντας τελικά σε οικονομική κατάρρευση και ωθώντας τόσο τα κράτη όσο και τους πολίτες προς τη χρεοκοπία.

Η παγκόσμια κρίση του 2008, οδήγησε αρκετές χώρες σε οικονομική κατάρρευση, όχι λόγω της αδυναμίας τους να επεκταθούν, αλλά επειδή αντιμετώπισαν προκλήσεις στην αποπληρωμή των δανείων που είχαν λάβει τα προηγούμενα χρόνια, για να διατηρήσουν τη συνεχή αύξηση του ΑΕΠ. Οι τραπεζίτες πλούτισαν θεαματικά μέσα από αυτή τη διαδικασία. Έκαναν τους εαυτούς τους, πολύ μεγάλους για να αποτύχουν ή να φυλακιστούν. (Jackson, T. 2009). Ενώ η οικονομική κρίση του 2008 προκλήθηκε κυρίως από αυτή την ανεύθυνη απληστία (McLean, B., & Nocera, J. 2010), ωστόσο, το 2009, οι τραπεζίτες όχι μόνο απέφυγαν τις εγκληματικές διώξεις αλλά έλαβαν και εκατοντάδες δισεκατομμύρια από κρατικές διασώσεις. Από τότε, εκατομμύρια νοικοκυριά, έχασαν τα σπίτια τους μη μπορώντας πλέον να εξυπηρετήσουν τα στεγαστικά τους δάνεια. Η λεγόμενη κρίση των κατασχέσεων. (Fox, J., 2014). Το βιοτικό επίπεδο στις χώρες του Βορρά παρουσίασε σημαντική και απρόβλεπτη πτώση, που χαρακτηρίζεται από μείωση της αγοραστικής δύναμης και μείωση των κρατικών δαπανών για την κοινωνική πολιτική.

Η τραπεζική κρίση του 2008, οδήγησε τον κόσμο στο χείλος της οικονομικής καταστροφής και κλόνησε συθέμελα το κυρίαρχο οικονομικό μοντέλο. Καθ' όλη τη διάρκεια της κρίσης του 2008, το μόνο αδιαπραγμάτετο στοιχείο ήταν, ότι η ανάπτυξη έπρεπε να συνεχιστεί πάση θυσία. Η αφοσίωση στην ανάπτυξη ήταν το πιο κυρίαρχο χαρακτηριστικό ενός οικονομικού και πολιτικού συστήματος που οδήγησε τον κόσμο στα όρια της καταστροφής. Η επιτακτική ανάγκη ανάπτυξης έχει διαμορφώσει την αρχιτεκτονική της σύγχρονης οικονομίας. Είναι γενικά αποδεκτό ότι η άνευ προηγουμένου αύξηση της κατανάλωσης μεταξύ 1990 και 2007 τροφοδοτήθηκε από τη μαζική επέκταση των πιστώσεων και τα αυξανόμενα επίπεδα χρέους. (Jackson, T. 2009).

1.10 Η ανάγκη για Βιωσιμότητα

Όσον αφορά στο κοινωνικό σκέλος αυτής της εξέλιξης, αποδείχθηκε περίτρανα ότι το καπιταλιστικό σύστημα παρουσίασε πολλές παθογένειες τις οποίες καλούνταν οι άνθρωποι κατά καιρούς να αποκαταστήσουν με διάφορες προσαρμογές και τροποποιήσεις, προσεγγίζοντας νέες ισορροπίες κάθε φορά. Αναμφισβήτητα, το καπιταλιστικό σύστημα δημιουργεί οικονομική ανάπτυξη διότι έχει χαρακτηριστικά που το καθιστούν αποτελεσματικό στην παραγωγή πλούτου, αλλά επίσης ενθαρρύνει την ατομικότητα και την ανταγωνιστικότητα και όχι τη συνεργασία, δημιουργεί άνιση κατανομή πλούτου, κοινωνική αδικία και ανισότητα. Η επίμονη επιδίωξη του κέρδους από τις μεγάλες επιχειρήσεις, συχνά αν όχι πάντα, καταλήγει σε απόλυση εργαζομένων και μείωση των αμοιβών, οδηγώντας σε ανεργία και φτώχεια. Επιπλέον η στροφή στον νεοφιλελευθερισμό τις τελευταίες δεκαετίες και η προσπάθεια τόνωσης της κατανάλωσης, έφερε, όπως προείπαμε, δάνεια και πιστώσεις, ωθώντας τους πολίτες σε ένα φαύλο κύκλο χρέους. Η τελευταία μεγάλη απόδειξη ότι το καπιταλιστικό μοντέλο τουλάχιστον κοινωνικά δεν είναι βιώσιμο, ήταν η τραπεζική κρίση του 2008 που προαναφέρθηκε.

2. Βιώσιμη ανάπτυξη

2.1 Εισαγωγή στην έννοια

Η περιβαλλοντική διάσταση της αποτυχίας του καπιταλιστικού μοντέλου, χρονολογείται από τις αρχές του 20ου αιώνα, στην εποχή της βιομηχανικής επανάστασης, όταν δύο αντιτιθέμενα κινήματα είχαν αναδυθεί μέσα στο περιβαλλοντικό κίνημα: οι οικολόγοι και οι συντηρητικοί. Οι οικολόγοι επικεντρώθηκαν στην ορθή χρήση της φύσης, ενώ οι συντηρητικοί επιδίωξαν την προστασία της φύσης από τη χρήση των φυσικών πόρων. (Akamani, K. 2012). Ουσιαστικά στα μέσα του 20ου αιώνα αντιλήφθηκε η ανθρωπότητα ότι ο πλανήτης γη, έχει όρια και είναι πεπερασμένα. Η ρύπανση του περιβάλλοντος η απώλεια βιοποικιλότητας και η αλόγιστη χρήση των φυσικών πόρων, οδήγησαν σε προβλήματα, που επηρέασαν τις ανθρώπινες ζωές και την οικονομία. Η ανάγκη για βιωσιμότητα αναδείχθηκε λόγω της αποτυχίας του καπιταλιστικού συστήματος να λάβει υπόψη του το περιβάλλον

ως κεντρικό στοιχείο της οικονομικής ανάπτυξης. Καθώς άρχισαν να εμφανίζονται οι πρώτες ενδείξεις περιβαλλοντικής κρίσης, σημειώθηκαν αρκετές αντιδράσεις. Η Διεθνής Ένωση για τη Διατήρηση της Φύσης (IUCN) ιδρύθηκε τον Οκτώβριο του 1948 μετά από ένα διεθνές συνέδριο στο Fontainebleau της Γαλλίας.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει μια προσπάθεια να εξετάσουμε πως έγινε η μετάβαση, του πολιτικού λόγου και έπειτα των πολιτικών αποφάσεων, προς την ιδέα της ανάγκης για βιωσιμότητα περίπου το 1970, και αργότερα στην πασίγνωστη πλέον έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης.

2.2 Η Ανθρωπόκαινος εποχή

Η Ανθρωπόκαινος εποχή, αποτελεί τμήμα της γεωλογικής ιστορίας της γης και επικεντρώνεται στην επίδραση της ανθρώπινης δραστηριότητας στη Γη και τη ζωή σε αυτήν. (Waters, et al 2016). Η έννοια της Ανθρωπόκαινου εποχής, ακούστηκε για πρώτη φορά το 2000, από τον Ολλανδό χημικό Paul Crutzen. Το 2016, η Επιτροπή Στρωμάτων Γεωλογικού Χρόνου (ICS), της Παγκόσμιας Ένωσης Γεωλόγων (IUGS) επιβεβαίωσε την ισχύ της έννοιας της Ανθρωπόκαινου εποχής ως επίσημης γεωλογικής εποχής. Σήμερα θεωρείται ως μια νέα προσέγγιση η οποία εμφρατικά περιγράφει τη σημερινή εποχή, όπου οι ανθρώπινες δραστηριότητες έχουν συντρίψει τα φυσικά όρια του πλανήτη. Η εποχή αυτή προτείνεται να αντικαταστήσει την τρέχουσα εποχή της Ολόκαινου, η οποία είναι γεωλογικά ορισμένη από τους παλαιοκλιματολόγους και αντιπροσωπεύει το χρονικό διάστημα από την τελευταία παγετωνική περίοδο. Ένας από τους πιο εντυπωσιακούς τρόπους περιγραφής της σημερινής ανθρωποκρατούμενης εποχής, είναι ο υπολογισμός ότι οι άνθρωποι και τα ζώα εκτροφής μαζί, αποτελούν το 97% του σωματικού βάρους όλων των ζωντανών σπονδυλωτών ξηράς στη γη! Αυτό σημαίνει ότι όλα τα υπόλοιπα σπονδυλωτά μαζί, αποτελούν μόλις το 3% του σωματικού βάρους των χερσαίων σπονδυλωτών του πλανήτη. (WorldAnimalProtection 2008). Είναι αρκετά σαφές ότι ο αυξημένος καταναλωτισμός της ανθρωπότητας, ειδικά κατά τη διάρκεια των τελευταίων 50 ετών, έχει προκαλέσει τεράστιες αλλαγές στην ατμόσφαιρα και τη βιόσφαιρα, λόγω της αυξημένης παραγωγής που προσπαθεί να καλύψει την ζήτηση, αλλά και την προσφορά. Οι επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία είναι τεράστιες. Όλο και περισσότεροι επιστήμονες, όχι μόνο συμφωνούν ότι οι άνθρωποι οδηγούν αυτές τις αλλαγές, αλλά ότι οι αλλαγές είναι τόσο τεράστιες που από τα μέσα του περασμένου αιώνα έχουμε εισέλθει σε μια νέα εποχή στην ιστορία της Γης, στην «Ανθρωπόκαινο εποχή», ή «η Εποχή του Ανθρώπου». Αντικαθιστά την Ολόκαινο, την πιο σταθερή κλιματική φάση για τουλάχιστον 400.000 χρόνια και την ουσιαστική βάση για την ανάπτυξη του ανθρώπινου πολιτισμού. (Von Weizsäcker, E. U., & Wijkman, A. 2018).

2.3 Η ασάφεια της έννοιας «βιώσιμη ανάπτυξη»

Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης δεν έχει μια συγκεκριμένη και αποδεκτή από όλους οριοθετημένη σημασία. Αυτή η ασάφεια έχει οδηγήσει σε διαφορετικές ερμηνείες. Αρκετοί θεωρούν ότι ο βασικός στόχος της βιώσιμης ανάπτυξης, είναι να διασφαλίζει ότι ικανοποιούνται οι ανάγκες της σημερινής γενιάς, χωρίς να υπονομεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιούν τις δικές τους ανάγκες. (Τσιάρας, Σ., & Τσιρούκης, Α. 2023). Άλλοι πάλι υποστηρίζουν ότι ο στόχος της βιώσιμης ανάπτυξης είναι να αποκαταστήσει τις συνθήκες της βιοποικιλότητας, του κλίματος και της κοινωνικής δικαιοσύνης που όλα βρίσκονται υπό απειλή από τις ανεξέλεγκτες οικονομικές και βιομηχανικές δραστηριότητες. Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης περιλαμβάνει πολλαπλές πτυχές και γι' αυτό προκαλεί διαφορετικές ερμηνείες. Η ασάφεια της έννοιας οφείλεται σε ένα σύνολο ακατανόητων και αντιφατικών περιεχομένων, αδιευκρίνιστων θεμελιωδών ζητημάτων και από την αδυναμία μετρήσεων και καθορισμού επιδόσεων. Σημαίνει, «διαφορετικά πράγματα για διαφορετικούς ανθρώπους σε διαφορετικά περιβάλλοντα» (Bebbington, 2001). Καθ' όλη τη διάρκεια της εξέλιξης της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης, υπήρξε συναίνεση στο γεγονός ότι δεν επικεντρώνεται αποκλειστικά σε περιβαλλοντικά ζητήματα. Οι τρεις αλληλένδετοι και αλληλοενισχυόμενοι πυλώνες είναι η οικονομική ανάπτυξη, η κοινωνική ανάπτυξη και η προστασία του περιβάλλοντος. Ενώ αυτόχθονες πληθυσμοί έχουν υποστηρίξει ότι ο τέταρτος πυλώνας της, είναι η πολιτιστική πολυμορφία.

Ο επικρατέστερος ορισμός της βιώσιμης ανάπτυξης δόθηκε από την Επιτροπή των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη (Brundtland, G. H. 1987). Σύμφωνα με αυτόν, αναφέρεται ότι βιώσιμη ανάπτυξη είναι: «η δυνατότητα να γίνει η ανάπτυξη βιώσιμη και να εξασφαλιστεί ότι απαντά στις ανάγκες του σήμερα χωρίς να περιορίσει τη δυνατότητα των ερχόμενων γενεών να αντιμετωπίσουν τις δικές τους ανάγκες».



εικ.4:Πηγή: WeGoGreen

2.4 Οι σημαντικότερες σύνοδοι

2.4.1 Στοκχόλμη το 1972 (η πρώτη συνδιάσκεψη)

Είχε τίτλο "Η διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Ανθρώπινο Περιβάλλον". Αναγνωρίστηκε για πρώτη φορά η πιθανή αντίφαση μεταξύ ανάπτυξης και περιβάλλοντος. Η διάσκεψη λειτούργησε ως συνδετικός κρίκος μεταξύ του ανεπτυγμένου και του αναπτυσσόμενου κόσμου και είχε ως στόχο την προώθηση ενός υγιούς και παραγωγικού περιβάλλοντος. Ακολούθησε μια σειρά συναντήσεων για θέματα όπως τα δικαιώματα των ανθρώπων σε επαρκή τροφή, στέγαση, τρόφιμα, ασφαλές νερό και εργαλεία οικογενειακού προγραμματισμού. Αναγνωρίζοντας την κρίσιμη σημασία της σχέσης της ανθρωπότητας με τη φύση, ιδρύθηκαν έκτοτε διάφοροι παγκόσμιοι οργανισμοί υπό την αιγίδα του ΟΗΕ. (Μουσιόπουλος, κ.α. 2015). Αποτέλεσε ορόσημο για την έναρξη ενός πλαισίου για τον περιβαλλοντικό διάλογο και τους περιβαλλοντικούς θεσμούς και ήταν το σημείο εκκίνησης για περιβαλλοντική δράση σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. (Τσιάρας, Σ., & Τσιρούκης, Α. 2023).

2.4.2 Ρίο 1992 και ατζέντα 21

Η Συνδιάσκεψη του Ρίο, είκοσι χρόνια μετά τη Συνδιάσκεψη της Στοκχόλμης, ήταν η δεύτερη μεγάλη παγκόσμια συνδιάσκεψη για το περιβάλλον. Ο τίτλος της ήταν «Συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη». Είναι γνωστή και ως «Σύννοδος Κορυφής της Γης». Το σημαντικότερο έγγραφο που προέκυψε από αυτή την συνδιάσκεψη, ήταν η περίφημη «Ατζέντα 21». Οι χώρες συμφώνησαν να εφαρμόσουν ένα ευρύ φάσμα θεματικών ενοτήτων, όπως η παραγωγή και βιώσιμη κατανάλωση πόρων, η βελτίωση της υγείας, η προστασία της βιοποικιλότητας και η περιφερειακή ανάπτυξη. (Handl, G. 2012). Ήταν ένα μη δεσμευτικό πρόγραμμα δράσης, αλλά

εγκρίθηκε από περισσότερες από 178 κυβερνήσεις. Αν και στερείται της ισχύος του διεθνούς δικαίου, η έγκριση των κειμένων συνεπάγεται ισχυρή ηθική υποχρέωση να διασφαλιστεί η εφαρμογή των στρατηγικών. Η κεντρική πεποίθηση αυτής της «παγκόσμιας εταιρικής σχέσης» είναι ότι όλες οι χώρες μπορούν να προστατεύσουν το περιβάλλον ενώ ταυτόχρονα να βιώνουν ανάπτυξη.

2.4.3 Κιότο 1997

Το κύριο αποτέλεσμά αυτής της συνδιάσκεψης στην Ιαπωνία, ήταν ο καθορισμός ενός νομικού μέσου για τον έλεγχο των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, γνωστού και ως «Πρωτόκολλο του Κιότο». Τέθηκε σε εφαρμογή το 2005 και μέχρι το 2021 συμμετείχαν σε αυτό 192 χώρες.

Από τις δύο παραπάνω συνδιασκέψεις και μετά, σχεδόν κάθε εθνική κυβέρνηση στα Ηνωμένα Έθνη έχει έναν υπουργό και ένα τμήμα επιφορτισμένο με την πολιτική για το περιβάλλον, ο όγκος και η ποιότητα της περιβαλλοντικής νομοθεσίας (διεθνής, εθνική και τοπική) αυξήθηκε σημαντικά. (Τσιάρας, Σ., & Τσιρούκης, Α. 2023).

2.4.4 Αναπτυξιακοί Στόχοι της Χιλιετίας (ΑΣΧ).

Το 2000, πραγματοποιήθηκε στη Νέα Υόρκη η Σύνοδος Κορυφής του ΟΗΕ για τη Χιλιετία με το σύνθημα "Μπορούμε να τερματίσουμε τη φτώχεια" όπου και εκδόθηκε η Διακήρυξη της Χιλιετίας, η οποία συνόμιζε τους Αναπτυξιακούς Στόχους της Χιλιετίας (ΑΣΧ) (Millennium Development Goals ή MDGs). Μια σειρά από οκτώ στόχους, σε παγκόσμιο επίπεδο με ορίζοντα το 2015. Οι MDGs ήταν οι εξής:

1. Εξάλειψη της ακραίας φτώχειας και της πείνας
2. Επίτευξη παγκόσμιας πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης
3. Προώθηση της ισότητας των φύλων και ενίσχυση των γυναικών
4. Μείωση της παιδικής θνησιμότητας
5. Βελτίωση της υγείας των μητέρων
6. Καταπολέμηση του AIDS, της ελονοσίας και άλλων ασθενειών
7. Διασφάλιση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας
8. Ανάπτυξη παγκόσμιας συνεργασίας για ανάπτυξη

Μέχρι το 2015 κάποιοι από αυτούς τους στόχους, επιτεύχθηκαν εν μέρει, (2ος & 4ος), ενώ κάποιοι άλλοι καθόλου. (Τσιάρας, Σ., & Τσιρούκης, Α. 2023).

2.4.5 Γιοχάνεσμπουργκ 2002

Δέκα χρόνια μετά τη συνδιάσκεψη του Ρίο, και με στόχο να αποτιμηθούν τα αποτελέσματα της «Ατζέντα 21», πραγματοποιήθηκε η γνωστή και ως Earth Summit 2002, συνδιάσκεψη στην Νότιο Αφρική. Άλλα σημαντικά θέματα που συζητήθηκαν κατά τη διάρκεια της συνδιάσκεψης ήταν η παγκοσμιοποίηση, η καταπολέμηση της φτώχειας, η σύνδεση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων με το φυσικό περιβάλλον, την κοινωνία και την οικονομία. (Τσιάρας, Σ., & Τσιρούκης, Α. 2023). Η διάσκεψη αυτή θεωρείται γενικά ως μια αποτυχία, καθώς δεν κατέστη δυνατόν να καθοριστούν επακριβείς στόχοι και πολιτικές. (Μουσιόπουλος, κ.α. 2015).

2.4.6 Ρίο 2012

Είκοσι χρόνια μετά το Ρίο 1992, και δέκα χρόνια μετά τη συνδιάσκεψη στο Γιοχάνεσμπουργκ, η συνδιάσκεψη γνωστή ως Ρίο+20 ανέδειξε το γεγονός ότι οι Αναπτυξιακοί Στόχοι της Χιλιετίας που είχαν τεθεί στην προηγούμενη συνδιάσκεψη, δεν είχαν επιτευχθεί. (Leggett & Carter, 2012). Ένα επίσης σημαντικό θέμα της ημερήσιας διάταξης που συζητήθηκε ήταν η «πράσινη οικονομία», για την οποία υπήρχε δυσκολία συμφωνίας για το τι ακριβώς σημαίνει και πως σχετίζεται με τη βιώσιμη ανάπτυξη, ενώ κάποιες χώρες υποστήριξαν ότι δεν δίνει καθόλου έμφαση στον πυλώνα κοινωνία. Εν τέλει υπήρξε συμφωνία μεταξύ των χωρών ότι κάθε μια θα πρέπει να επιλέξει τη δική της προσέγγιση για την πράσινη οικονομία και το δικό της μείγμα πολιτικής, να αξιολογήσει τις δικές της προτεραιότητες και να υιοθετήσει μέτρα κατάλληλα για τους δικούς της θεσμούς και το δικό της οικονομικό σύστημα. (Τσιάρας, Σ., & Τσιρούκης, Α. 2023).

2.5 Η ατζέντα 2030 και οι 17 στόχοι για τη βιώσιμη ανάπτυξη (ΣΒΑ)

Η Σύνοδος για την Ατζέντα 2030 για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη ήταν μια διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών που πραγματοποιήθηκε το 2015 στη Νέα Υόρκη. Η σύνοδος συγκέντρωσε περίπου 150 παγκόσμιους ηγέτες, μεταξύ αυτών και ο πρόεδρος της Ελλάδας, καθώς και εκατοντάδες άλλους επίσημους και αντιπροσωπευτικούς φορείς της κοινωνίας των πολιτών. Στόχος της συνόδου ήταν η διασφάλιση της ανάπτυξης με βιώσιμο τρόπο μέχρι το έτος 2030, με στόχο την εκρίζωση της φτώχειας και τη δημιουργία ενός πιο δίκαιου, ισορροπημένου και αειφόρου κόσμου. Κατά τη διάρκεια της συνόδου, οι ηγέτες υιοθέτησαν την "Ατζέντα 2030", η οποία περιλαμβάνει 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ) οι οποίοι χωρίζονται σε 169 επί μέρους στόχους. Οι 17 ΣΒΑ περιλαμβάνουν τη βελτίωση της ποιότητας ζωής σε όλες τις ηπείρους, την εξάλειψη της φτώχειας, την επίτευξη της ισότητας των φύλων, την προαγωγή της αειφορίας στις πόλεις και στις κοινότητες, τη βελτίωση της υγείας και της εκπαίδευσης, την περιβαλλοντική προστασία και την κλιματική δράση. Οι 17 ΣΒΑ θεωρούνται από πολλούς η εξέλιξη των οκτώ αναπτυξιακών στόχων της χιλιετίας, με την διαφορά ότι οι τελευταίοι εστίαζαν κυρίως στις αναπτυσσόμενες και υποανάπτυκτες χώρες. Η Σύνοδος για την Ατζέντα 2030 έχει θεωρηθεί ως μια από τις πιο σημαντικές στιγμές για την αειφόρο ανάπτυξη και την ανεκτίμητη συμβολή της στην προστασία του πλανήτη μας. (United Nations 2015)

1. Μηδενική Φτώχεια
2. Μηδενική πείνα
3. Καλή Υγεία και Ευημερία
4. Ποιοτική Εκπαίδευση
5. Ισότητα των φύλων
6. Καθαρό νερό και αποχέτευση
7. Φθηνή και καθαρή ενέργεια
8. Αξιοπρεπής εργασία και οικονομική ανάπτυξη
9. Βιομηχανία, καινοτομία και υποδομές
10. Λιγότερες ανισότητες
11. Βιώσιμες πόλεις και κοινότητες
12. Υπεύθυνη κατανάλωση & παραγωγή
13. Δράση για το κλίμα
14. Ζωή στο νερό
15. Ζωή στη στεριά
16. Ειρήνη, δικαιοσύνη και ισχυροί θεσμοί
17. Συνεργασία για τους στόχους



εικ.5:Πηγή: United Nations

Η Ατζέντα 2030 αποτελεί τη συλλογική προσπάθεια οικοδόμησης μιας δίκαιης παγκοσμιοποίησης.
(António Guterres, Γενικός Γραμματέας των Ηνωμένων Εθνών)

2.6 Πράσινη Συμφωνία

Η Πράσινη Συμφωνία (Green Deal), ένας φιλόδοξος σχεδιασμός της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προώθηση της βιωσιμότητας και της ανταγωνιστικότητας οικονομικών δραστηριοτήτων στην Ευρώπη, και αφορά κυρίως στη μείωση των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου. Ξεκίνησε το 2019 και θα διαρκέσει μέχρι το 2024. Αποτελεί έναν πολιτικό σχεδιασμό με στόχο την αειφορία και την ανάπτυξη της Ευρώπης με βιώσιμο τρόπο. Το 2020, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέκρινε την πρότασή της για έναν ευρωπαϊκό νόμο για το κλίμα, ως σημαντικό μέρος της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας. Το 2021 ο κλιματικός νόμος ψηφίστηκε και είναι σε ισχύ. Οι διαπραγματευτές του Συμβουλίου και του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου κατέληξαν σε μια προσωρινή πολιτική συμφωνία που θέτει σε νόμο τον στόχο μιας κλιματικά ουδέτερης ΕΕ έως το 2050, και τον συλλογικό καθαρό στόχο μείωσης των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου, τουλάχιστον 55% έως το 2030 σε σχέση με το 1990.

Αυτό προσδοκάται να επιτευχθεί μέσω μιας σειράς πολιτικών μέτρων, όπως η προώθηση της χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, η αύξηση της ενεργειακής απόδοσης των κτιρίων, η ανάδειξη της αρχής της κυκλικής οικονομίας, η προστασία της βιοποικιλότητας και η ταυτόχρονη προώθηση του κοινωνικού διαλόγου. Στόχος της Πράσινης Συμφωνίας είναι επίσης η δημιουργία νέων οικονομικών ευκαιριών, συμπεριλαμβανομένης της εισαγωγής πιο αποδοτικών τεχνολογιών και της αναβάθμισης των δεξιοτήτων και του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην Ε.Ε. Μέσω αυτής της στρατηγικής, η Ευρωπαϊκή Ένωση επιδιώκει να δημιουργήσει μια ισχυρή και ανταγωνιστική οικονομία που θα προωθή την αειφορία της Ευρώπης. (consilium.europa 2023)

2.7 Έκθεση προόδου 2023 του Ο.Η.Ε

Η Ειδική Έκδοση της Έκθεσης Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης 2023 παρέχει μια ισχυρή έκκληση για δράση παρέχοντας μια ειλικρινή αξιολόγηση των ΣΒΑ χρησιμοποιώντας τα πιο ενημερωμένα δεδομένα και εκτιμήσεις. Εκτός από τον εντοπισμό των τρεχουσών ελλείψεων και την προτροπή του κόσμου να εντείνει τις προσπάθειές του, η έκθεση τονίζει τις τεράστιες δυνατότητες επιτυχίας μέσω του συνδυασμού ισχυρής πολιτικής αποφασιστικότητας και της χρήσης προσβάσιμων τεχνολογιών, πόρων και γνώσης. Με τη συνεργασία, η διεθνής κοινότητα μπορεί να αναζωογονήσει την πρόοδο προς την επίτευξη των ΣΒΑ και να σφυρηλατήσει ένα πιο ελπιδοφόρο μέλλον για όλους. Η έκθεση αναφέρει ότι

η κλιματική κρίση, ο πόλεμος στην Ουκρανία, η αδύναμη παγκόσμια οικονομία και οι παρατεταμένες επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19 έχουν αποκαλύψει ευπάθειες και εμπόδισαν την πρόοδο προς τους Στόχους. Επιπλέον, προειδοποιεί ότι αν και η έλλειψη προόδου είναι ευρέως διαδεδομένη, είναι τα φτωχότερα και πιο ευάλωτα άτομα του κόσμου που υφίστανται τις πιο σοβαρές συνέπειες αυτών των απaráμιλλων παγκόσμιων προκλήσεων. Επιπλέον, η έκθεση τονίζει την ανάγκη για άμεση δράση σε συγκεκριμένους τομείς για τη διάσωση των ΣΒΑ και την επίτευξη ουσιαστικής προόδου τόσο για τους ανθρώπους όσο και για τον πλανήτη έως το 2030. (United Nations Report, 2023).

Παρακάτω γίνεται μια περιγραφή της τρέχουσας κατάστασης για τον κάθε στόχο ξεχωριστά εντοπίζοντας τα κύρια σημεία και το βαθμό προόδου του κάθε στόχου σήμερα. Δυστυχώς όπως θα δούμε το μέλλον διαγράφεται δυσοίωνο, κανένας από τους στόχους δεν καταγράφει ελπιδοφόρα αποτελέσματα. Τα αποτελέσματα κάποιων στόχων μάλιστα, όπως θα δούμε παρακάτω, τείνουν να χειροτερεύουν και γι' αυτό δικαιολογείται απόλυτα η δήλωση του Γενικού Γραμματέα των Ηνωμένων Εθνών António Guterres: «Αν δεν ενεργήσουμε τώρα, η ατζέντα του 2030 θα γίνει επιτάφιος για έναν κόσμο που θα μπορούσε να υπάρξει»

Αν συνεχιστούν οι σημερινές τάσεις, μέχρι το 2030, 575 εκατομμύρια άνθρωποι θα εξακολουθούν να ζουν σε συνθήκες ακραίας φτώχειας και μόνο το ένα τρίτο των χωρών θα έχει μειώσει στο μισό τα εθνικά ποσοστά φτώχειας- παρά τις προσπάθειες επέκτασης της κοινωνικής προστασίας κατά τη διάρκεια της κρίσης COVID-19, περισσότερα από τέσσερα δισεκατομμύρια άνθρωποι παραμένουν χωρίς καμία μορφή προστασίας. Τα θεσμοθετημένα προγράμματα κοινωνικής προστασίας δεν καλύπτουν πολλές ευάλωτες ομάδες, συμπεριλαμβανομένων των νέων και των ηλικιωμένων. Οι ανεπτυγμένες χώρες διαθέτουν πολύ υψηλότερο ποσοστό για βασικές υπηρεσίες όπως η εκπαίδευση, η υγεία και η κοινωνική προστασία από ότι οι αναπτυσσόμενες χώρες. Σύμφωνα με τις ιστορικές τάσεις σε 127 χώρες, μόνο το ένα τρίτο των χωρών θα μειώσει στο μισό τα εθνικά ποσοστά φτώχειας μέχρι το 2030. Ως απάντηση στην κρίση του κόστους ζωής, 105 χώρες ανακοίνωσαν περίπου 350 μέτρα κοινωνικής προστασίας μεταξύ Φεβρουαρίου 2022 και Φεβρουαρίου 2023. Ωστόσο, πάνω από το 80% αυτών των μέτρων είναι βραχυπρόθεσμα και περίπου το 47% είναι γενική εισοδηματική στήριξη για τους φτωχούς και τους ευάλωτους. (United Nations Report, 2023).

Από το 2015, ο αριθμός των ανθρώπων που βιώνουν πείνα και επισιτιστική ανασφάλεια αυξάνεται και η κατάσταση επιδεινώνεται από παράγοντες όπως οι επιδημίες, οι συγκρούσεις, η κλιματική αλλαγή και η αυξανόμενη ανισότητα. Το 2022, περίπου το 9,2% του παγκόσμιου πληθυσμού αντιμετωπίζει χρόνια πείνα, δηλαδή 122 εκατομμύρια άνθρωποι περισσότεροι από ότι το 2019, που ισοδυναμεί με περίπου 735 εκατομμύρια ανθρώπους περισσότερους. Επιπλέον, εκτιμάται ότι το 29,6% του παγκόσμιου πληθυσμού, ή συνολικά 2,4 δισεκατομμύρια άνθρωποι, είναι μέτρια ή σοβαρά επισιτιστικά ανασφαλείς, πράγμα που σημαίνει ότι δεν έχουν επαρκή πρόσβαση σε τρόφιμα. Το ανησυχητικό αυτό ποσοστό αντιπροσωπεύει αύξηση κατά 391 εκατομμύρια ανθρώπους σε σύγκριση με το 2019. Παρά τις παγκόσμιες προσπάθειες, εκτιμάται ότι μέχρι το 2022, 45 εκατομμύρια παιδιά κάτω των πέντε ετών θα πεινούν, 148 εκατομμύρια θα είναι καχεκτικά και 37 εκατομμύρια θα είναι υπέρβαρα. (United Nations Report, 2023).

Η πανδημία COVID-19 και η συνεχιζόμενη κρίση παρεμποδίζουν την πρόοδο προς την επίτευξη του στόχου 3. Η εμβολιαστική κάλυψη της παιδικής ηλικίας παρουσίασε τη μεγαλύτερη μείωση των τελευταίων 30 ετών και οι θάνατοι από φυματίωση και ελονοσία αυξήθηκαν σε σύγκριση με τα προ της πανδημίας επίπεδα. Ωστόσο, η πρόοδος σε άλλους τομείς, όπως η μείωση της μητρικής θνησιμότητας και η επέκταση της καθολικής υγειονομικής κάλυψης, παρέμεινε ανεπαρκής: Μέχρι το 2020, σχεδόν 800 γυναίκες θα πεθαίνουν κάθε μέρα λόγω εγκυμοσύνης ή τοκετού, και μέχρι το 2019 οι δαπάνες υγείας από την τσέπη θα ωθήσουν 381 εκατομμύρια ανθρώπους σε ακραία φτώχεια. ωθώντας τους να εγκαταλείψουν τη χώρα. Η παγκόσμια υγεία βελτιώθηκε σταδιακά τα τελευταία χρόνια. Για παράδειγμα, 146 από τις 200 χώρες και περιοχές, έχουν επιτύχει ή βρίσκονται σε καλό

δρόμο για την επίτευξη του στόχου της ΣΒΑ για τη μείωση της θνησιμότητας των παιδιών κάτω των πέντε ετών. (United Nations Report, 2023).

Για την επίτευξη του στόχου 4, η χρηματοδότηση της εκπαίδευσης θα πρέπει να αποτελείσει προτεραιότητα σε εθνικό επίπεδο. Απαιτούνται επίσης μέτρα όπως η δωρεάν παροχή υποχρεωτικής εκπαίδευσης, η αύξηση του αριθμού των εκπαιδευτικών, η βελτίωση των βασικών σχολικών υποδομών και η έναρξη του ψηφιακού μετασχηματισμού. Η πρόοδος προς την κατεύθυνση της ποιοτικής εκπαίδευσης ήταν πιο αργή από ό,τι έπρεπε ακόμη και πριν από την πανδημία, αλλά η COVID-19 είχε καταστροφικές επιπτώσεις, καθώς το 80% των 104 χωρών που συμμετείχαν στην έρευνα έχασαν τη θέληση για μάθηση. Χωρίς περαιτέρω δράση, μόνο μία στις έξι χώρες θα επιτύχει τον στόχο της καθολικής ολοκλήρωσης της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης έως το 2030, με 84 εκατομμύρια παιδιά και νέους να παραμένουν εκτός σχολείου και σχεδόν 300 εκατομμύρια μαθητές να μην διαθέτουν τις βασικές δεξιότητες αριθμητικής και αλφαριθμητισμού για να πετύχουν στη ζωή τους. Για να επιτευχθούν τα κριτήρια αναφοράς των χωρών για τον στόχο 4, ο οποίος είναι λιγότερο φιλόδοξος από τους προηγούμενους στόχους, 79 χώρες χαμηλού και μεσαίου εισοδήματος εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν ένα μέσο ετήσιο χρηματοδοτικό κενό ύψους 97 δισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ. (United Nations Report, 2023).

Μόλις επτά χρόνια πριν από την επίτευξη του στόχου 5, μόνο το 15,4% των δεικτών του στόχου για τους οποίους υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία θεωρούνται "σε καλό δρόμο", το 61,5% είναι "μέτρια" εκτός τροχιάς και το 23,1% απέχει σημαντικά ή εξαιρετικά από την επίτευξη του στόχου για το 2030. Η πολιτική ηγεσία, οι επενδύσεις και οι ολοκληρωμένες μεταρρυθμίσεις πολιτικής είναι απαραίτητες για την υπέρβαση των συστημικών εμποδίων για την επίτευξη του στόχου 5. Η ισότητα των φύλων είναι ένας βασικός στόχος που πρέπει να δοθεί προτεραιότητα στις εθνικές πολιτικές, στους προϋπολογισμούς και στους θεσμούς. Η πρόοδος είναι ιδιαίτερα αργή σε πολλούς τομείς. Εάν συνεχιστεί ο σημερινός ρυθμός, θα χρειαστούν σχεδόν 300 χρόνια για να εξαλειφθούν οι γάμοι μεταξύ παιδιών, 286 χρόνια για να εξαλειφθούν οι διακρίσεις στις νομικές προστασίες και τη νομοθεσία, 140 χρόνια για να επιτευχθεί η ίση εκπροσώπηση των γυναικών σε θέσεις εξουσίας και ηγεσίας στον εργασιακό χώρο και 47 χρόνια για να επιτευχθεί η ίση εκπροσώπηση των γυναικών στο κοινοβούλιο. (United Nations Report, 2023).

Παρά τη σημαντική πρόοδο, δισεκατομμύρια άνθρωποι εξακολουθούν να μην έχουν πρόσβαση σε ασφαλές πόσιμο νερό, αποχέτευση και εγκαταστάσεις υγιεινής. Η επίτευξη των στόχων καθολικής κάλυψης έως το 2030 θα απαιτήσει σημαντική αύξηση του σημερινού ρυθμού παγκόσμιας προόδου - εξαπλασιασμό στο πόσιμο νερό, πενταπλασιασμό στην αποχέτευση και τριπλασιασμό στην υγιεινή. Παρά τη βελτίωση κατά 9% της αποδοτικότητας της χρήσης του νερού, η πίεση και η λειψυδρία παραμένουν μια πρόκληση σε πολλά μέρη του κόσμου: Μέχρι το 2020, περίπου 2,4 δισεκατομμύρια άνθρωποι θα ζουν σε χώρες που θα αντιμετωπίζουν προβλήματα λειψυδρίας. Οι προκλήσεις αυτές επιδεινώνονται από τις συγκρούσεις και τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Οι βασικές στρατηγικές για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του στόχου 6 περιλαμβάνουν: αύξηση των επενδύσεων και της ανάπτυξης ικανοτήτων σε ολόκληρο τον τομέα- προώθηση της καινοτομίας και της δράσης βάσει στοιχείων- ενίσχυση του συντονισμού και της συνεργασίας μεταξύ όλων των ενδιαφερομένων μερών- και υιοθέτηση μιας πιο ολοκληρωμένης και ολιστικής προσέγγισης για τη διαχείριση των υδάτων. (United Nations Report, 2023).

Ο κόσμος σημειώνει πρόοδο όσον αφορά τους στόχους της βιώσιμης ενέργειας, αλλά όχι αρκετά γρήγορα. Με αυτούς τους ρυθμούς, περίπου 660 εκατομμύρια άνθρωποι δεν θα έχουν πρόσβαση σε ηλεκτρική ενέργεια μέχρι το 2030 και περίπου 2 δισεκατομμύρια άνθρωποι θα βασίζονται σε ρυπογόνα καύσιμα και τεχνολογίες μαγειρέματος. Στον τομέα της ενέργειας, οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας αντιπροσωπεύουν περίπου το 30% της κατανάλωσης ενέργειας, αλλά οι προκλήσεις παραμένουν στους τομείς της θέρμανσης και των μεταφορών. Ενώ η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στις αναπτυσσόμενες χώρες αυξάνεται με ρυθμό 9,6% ετησίως, η χρηματοδοτική στήριξη για την καθαρή

ενέργεια μειώνεται παρά την επείγουσα ανάγκη. Για να καταστεί η ενέργεια προσβάσιμη σε όλους έως το 2030, πρέπει να επιταχυνθεί η διαδικασία εξηλεκτρισμού, να γίνουν επενδύσεις σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, να βελτιωθεί η ενεργειακή απόδοση και να θεσπιστούν αποτελεσματικά πολιτικά και ρυθμιστικά πλαίσια. (United Nations Report, 2023).

Η επίτευξη του στόχου 8 απαιτεί μια συνολική μεταρρύθμιση του χρηματοπιστωτικού συστήματος. Η μεταρρύθμιση αυτή θα πρέπει να προάγει δίκαιους μισθούς και αξιοπρεπή εργασία για τους νέους, αντιμετωπίζοντας παράλληλα προκλήσεις όπως η αύξηση του χρέους, η οικονομική αβεβαιότητα και οι εμπορικές προστριβές. Καθώς οι οικονομίες ανακάμπτουν, τα παγκόσμια ποσοστά ανεργίας έχουν μειωθεί σημαντικά, αλλά τα ποσοστά ανεργίας των νέων παραμένουν πολύ υψηλότερα από τα ποσοστά ανεργίας των ενηλίκων. Αυτό δείχνει ότι η εξεύρεση ευκαιριών απασχόλησης για τους νέους εξακολουθεί να αποτελεί πρόκληση. Η πανδημία επιτάχυνε την υιοθέτηση των ψηφιακών τεχνολογιών και άλλαξε τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι έχουν πρόσβαση στις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες: Το 76% των ενηλίκων παγκοσμίως είχε τραπεζικό ή ρυθμιζόμενο λογαριασμό το 2021, από 62% το 2014. Η παγκόσμια οικονομία αντιμετωπίζει σοβαρούς κινδύνους λόγω πολλαπλών κρίσεων. Η αύξηση του παγκόσμιου πραγματικού κατά κεφαλήν ΑΕΠ αναμένεται να επιβραδυνθεί το 2023. Οι δύσκολες οικονομικές συνθήκες αναγκάζουν όλο και περισσότερους εργαζόμενους σε άτυπη απασχόληση. (United Nations Report, 2023).

Η ανάκαμψη του μεταποιητικού τομέα από την πανδημία COVID-19 είναι ακόμη ατελής και άνιση: Η παγκόσμια μεταποιητική ανάπτυξη επιβραδύνθηκε από 7,4% το 2021 σε 3,3% το 2022. Η πρόοδος στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες (LAX) είναι ανεπαρκής για την επίτευξη του στόχου διπλασιασμού του μεριδίου της μεταποίησης στο ΑΕΠ έως το 2030. Ωστόσο, οι βιομηχανίες μέσης και υψηλής τεχνολογίας παρουσιάζουν σημαντικούς ρυθμούς ανάπτυξης. Μέχρι το 2022, το 95% του παγκόσμιου πληθυσμού θα έχει πρόσβαση σε κινητά ευρυζωνικά δίκτυα, αλλά οι υπηρεσίες εξακολουθούν να λείπουν σε ορισμένες περιοχές. Οι παγκόσμιες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα (CO₂) από την καύση ενέργειας και τις βιομηχανικές διεργασίες αυξήθηκαν κατά 0,9% σε 36,8 δισεκατομμύρια τόνους. Η αύξηση αυτή είναι μικρότερη από την αύξηση του παγκόσμιου ΑΕΠ, υποδηλώνοντας αντιστροφή των εκπομπών και της οικονομικής ανάπτυξης από μια τάση δεκαετίας. Για την επίτευξη του στόχου 9 έως το 2030, οι ανεπτυγμένες χώρες θα πρέπει να στηρίξουν τις LAX, να επενδύσουν σε προηγμένες τεχνολογίες, να μειώσουν τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα και να βελτιώσουν την πρόσβαση σε κινητές ευρυζωνικές υπηρεσίες. (United Nations Report, 2023).

Η αντιμετώπιση και η μείωση των ανισοτήτων εντός και μεταξύ των χωρών απαιτεί τη διασφάλιση της δίκαιης κατανομής των πόρων, την επένδυση στην εκπαίδευση και την ανάπτυξη δεξιοτήτων, την εφαρμογή μέτρων κοινωνικής προστασίας, την καταπολέμηση των διακρίσεων, την υποστήριξη περιθωριοποιημένων ομάδων και την προώθηση της διεθνούς συνεργασίας σε τομείς όπως το δίκαιο εμπόριο και τα χρηματοπιστωτικά συστήματα. Το 2022, ο αριθμός των προσφύγων έφθασε σε επίπεδο ρεκόρ, με 34,6 εκατομμύρια εκτοπισμένους ανθρώπους. Ήταν επίσης μια ιδιαίτερα θανατηφόρα χρονιά για τους μετανάστες, με σχεδόν 7.000 θανάτους να καταγράφονται παγκοσμίως. Τα εισοδήματα του φτωχότερου 40% του πληθυσμού αυξάνονται ταχύτερα από τον εθνικό μέσο όρο στις περισσότερες χώρες. Ωστόσο, τα προκαταρκτικά ευρήματα υποδηλώνουν ότι το COVID-19 μπορεί να έχει επηρεάσει αυτή τη θετική τάση προς τη μείωση της ανισότητας στις χώρες. Επιπλέον, η πανδημία προκάλεσε τη μεγαλύτερη αύξηση της ανισότητας μεταξύ των χωρών τα τελευταία 30 χρόνια. Περίπου ένας στους έξι ανθρώπους παγκοσμίως βιώνει κάποια μορφή διακρίσεων, με τις γυναίκες και τα άτομα με αναπηρία να πλήττονται ιδιαίτερα δυσανάλογα. (United Nations Report, 2023).

Περισσότερο από το ήμισυ του παγκόσμιου πληθυσμού ζει σήμερα σε αστικές περιοχές και το ποσοστό αυτό αναμένεται να αυξηθεί στο 70% μέχρι το 2050. Περίπου 1,1 δισεκατομμύριο άνθρωποι ζουν σήμερα σε αστικές παραγκουπόλεις ή σε περιβάλλοντα που μοιάζουν με παραγκουπόλεις, και άλλα 2 δισεκατομμύρια άνθρωποι αναμένεται να προστεθούν σε αυτές τα επόμενα 30 χρόνια. Μέχρι το 2022, μόνο το 50% του παγκόσμιου αστικού πληθυσμού θα έχει εύκολη πρόσβαση σε δημόσιες συγκοινωνίες.

Προκλήσεις όπως η αστική εξάπλωση, η ατμοσφαιρική ρύπανση και ο περιορισμένος δημόσιος χώρος παραμένουν κυρίαρχες στις πόλεις. Ωστόσο, από το 2015, ο αριθμός των χωρών με ολοκληρωμένες στρατηγικές μείωσης του κινδύνου καταστροφών τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο έχει διπλασιαστεί. Για την επίτευξη του στόχου 11, η έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην εφαρμογή ολοκληρωμένων, ανθεκτικών και βιώσιμων πολιτικών και πρακτικών αστικής ανάπτυξης που δίνουν προτεραιότητα στην καθολική πρόσβαση σε βασικές υπηρεσίες, σε οικονομικά προσιτή στέγαση, σε αποτελεσματικές μεταφορές και σε χώρους πρασίνου. (United Nations Report, 2023).

Η υποβολή εκθέσεων σχετικά με την εταιρική βιωσιμότητα και τις πολιτικές για τις δημόσιες συμβάσεις αυξήθηκε, ενώ η παρακολούθηση της βιώσιμης κατανάλωσης και του βιώσιμου τουρισμού μειώθηκε. Η υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή πρέπει να αποτελεί αναπόσπαστο μέρος των σχεδίων για την ανάκαμψη από την πανδημία και την επιτάχυνση της επίτευξης των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης. Είναι ζωτικής σημασίας να εφαρμοστούν πολιτικές που παρέχουν κίνητρα για στροφή προς βιώσιμες πρακτικές και αποσυνδέουν την οικονομική ανάπτυξη από τη χρήση των πόρων. Τα κατά κεφαλήν επίπεδα του υλικού αποτυπώματος είναι δέκα φορές υψηλότερα στις χώρες υψηλού εισοδήματος από ό,τι στις χώρες χαμηλού εισοδήματος. Οι προσπάθειες για τη μείωση των κατά κεφαλήν αποβλήτων και απωλειών τροφίμων έως το 2030 έχουν επίσης αποτύχει οικτρά παγκοσμίως. Η παγκόσμια κρίση έχει επαναφέρει τις επιδοτήσεις για τα ορυκτά καύσιμα, οι οποίες σχεδόν διπλασιάζονται μεταξύ 2020 και 2021. (United Nations Report, 2023).

Η επείγουσα και μετασχηματιστική δράση που υπερβαίνει τα απλά σχέδια και τις δεσμεύσεις είναι απαραίτητη. Αυτό απαιτεί μεγαλύτερη φιλοδοξία για την εμπλοκή ολόκληρης της οικονομίας, τη μετάβαση σε μια ανάπτυξη ανθεκτική στην κλιματική αλλαγή και τη δημιουργία μιας σαφούς πορείας προς την επίτευξη καθαρών μηδενικών εκπομπών. Ο χρόνος τελειώνει και απαιτείται επείγουσα δράση για να αποφευχθούν οι καταστροφικές συνέπειες και να διασφαλιστεί ένα βιώσιμο μέλλον για τις μελλοντικές γενιές. Δεδομένων των επικείμενων κλιματικών καταστροφών, τα υφιστάμενα σχέδια δράσης για το κλίμα είναι θλιβερά ανεπαρκή για την αποτελεσματική αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής. Τα ακραία καιρικά φαινόμενα, τα οποία αυξάνονται σε συχνότητα και ένταση, επηρεάζουν ήδη όλες τις περιοχές του κόσμου. Η Διακυβερνητική Επιτροπή για την Κλιματική Αλλαγή (IPCC) έχει υπογραμμίσει τη σημασία της σημαντικής και ταχείας μείωσης των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου σε όλους τους τομείς κατά την επόμενη δεκαετία, ξεκινώντας αμέσως. Για να μειωθεί η υπερθέρμανση του πλανήτη στον 1,5°C πάνω από τα προβιομηχανικά επίπεδα, οι εκπομπές πρέπει να μειωθούν τώρα και να μειωθούν σχεδόν στο μισό μέχρι το 2030, μόλις επτά χρόνια από τώρα. (United Nations Report, 2023).

Ενώ έχει σημειωθεί κάποια πρόοδος στην επέκταση των θαλάσσιων προστατευόμενων περιοχών, στην καταπολέμηση της παράνομης αλιείας, στην απαγόρευση των αλιευτικών επιδοτήσεων και στη στήριξη των αλιείων μικρής κλίμακας, ο ρυθμός και η κλίμακα των μέτρων που έχουν ληφθεί δεν επαρκούν για την επίτευξη του στόχου 14. Η υγεία των ωκεανών επιδεινώνεται καθώς ο ευτροφισμός, η οξίνιση, η υπερθέρμανση των ωκεανών και η ρύπανση από πλαστικά επιδεινώνονται. Η υπεραλίευση αποτελεί επίσης συνεχή ανησυχία, προκαλώντας την εξάντληση περισσότερων από το ένα τρίτο των παγκόσμιων ιχθυοποθεμάτων. Η ταχεία και συντονισμένη παγκόσμια δράση είναι απαραίτητη για την αντιμετώπιση αυτών των ζητημάτων. Αυτό περιλαμβάνει την αύξηση της χρηματοδότησης της θαλάσσιας επιστήμης, την ενίσχυση των προσπαθειών διατήρησης, την προώθηση λύσεων με βάση τη φύση και τα οικοσυστήματα, την αντιμετώπιση των αμοιβαίων επιπτώσεων των ανθρώπινων πιέσεων και την επείγουσα αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής για την προστασία των μεγαλύτερων οικοσυστημάτων του πλανήτη. (United Nations Report, 2023).

Τα χερσαία οικοσυστήματα αντιπροσωπεύουν περισσότερο από το μισό του παγκόσμιου ΑΕΠ, έχουν ποικίλες πολιτιστικές, πνευματικές και οικονομικές αξίες και διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη στήριξη της ανθρώπινης ζωής. Όμως ο πλανήτης αντιμετωπίζει σήμερα τρεις κρίσεις: την κλιματική αλλαγή, τη ρύπανση και την απώλεια της βιοποικιλότητας. Οι αυξανόμενοι ρυθμοί αποψίλωσης των

δασών, υποβάθμισης της γης και εξαφάνισης των ειδών αποτελούν μεγάλη απειλή τόσο για το περιβάλλον όσο και για τους ανθρώπους. Ενώ έχει σημειωθεί κάποια πρόοδος στη βιώσιμη διαχείριση των δασών, στις προστατευόμενες περιοχές και στην ενσωμάτωση της εθνικής λογιστικής της βιοποικιλότητας και του φυσικού κεφαλαίου, οι βελτιώσεις ήταν σχετικά μέτριες. Το πρόσφατα υιοθετηθέν Παγκόσμιο Πλαίσιο Βιοποικιλότητας του Coombing-Montreal δίνει νέα ώθηση στον Στόχο 15, ο οποίος θέτει τέσσερις προανατολισμένους στα αποτελέσματα στόχους που πρέπει να επιτευχθούν έως το 2050 και 23 στόχους που πρέπει να επιτευχθούν έως το 2030. Η επίτευξη του Στόχου 15 θα απαιτήσει θεμελιώδη αλλαγή στη σχέση της ανθρωπότητας με τη φύση, άμεση δράση για την αντιμετώπιση των βαθύτερων αιτιών των αλληλένδετων κρίσεων και καλύτερη κατανόηση της ανεκτίμητης αξίας της φύσης. (United Nations Report, 2023).

Οι συνεχιζόμενες και αναδυόμενες βίαιες συγκρούσεις σε όλο τον κόσμο εμποδίζουν την παγκόσμια πρόοδο προς την ειρήνη και την επίτευξη του στόχου 16. Μέχρι το τέλος του 2022, οι θάνατοι αμάχων από συγκρούσεις θα αυξηθούν κατά περισσότερο από 50%, κυρίως λόγω του πολέμου στην Ουκρανία. Ο αριθμός των βίαια εκτοπισμένων ατόμων παγκοσμίως έφτασε τα 108,4 εκατομμύρια, αριθμός αυξημένος κατά 19 εκατομμύρια σε σχέση με το προηγούμενο έτος και 2,5 φορές υψηλότερος από ό,τι πριν από μια δεκαετία. Η διαρθρωτική αδικία, η ανισότητα και οι νέες απειλές για τα ανθρώπινα δικαιώματα επιδεινώνουν τις προκλήσεις για την επίτευξη ειρηνικών και χωρίς αποκλεισμούς κοινωνιών και την επίτευξη του στόχου 16 έως το 2030, την αποκατάσταση της εμπιστοσύνης, την ενίσχυση της θεσμικής ικανότητας, τη διασφάλιση της δικαιοσύνης για όλους και τη διευκόλυνση της ομαλής μετάβασης στη βιώσιμη ανάπτυξη. Συντονισμένη δράση είναι απαραίτητη για να διασφαλιστεί ότι το 2021 ο κόσμος θα βιώσει τον υψηλότερο αριθμό σκόπιμων δολοφονιών των τελευταίων 20 ετών. (United Nations Report, 2023).

Οι αναπτυσσόμενες χώρες βιώνουν μια άνευ προηγουμένου αύξηση του ανεξόφλητου εξωτερικού χρέους ως αποτέλεσμα της πανδημίας COVID-19. Η κατάσταση αυτή επιδεινώνεται από προκλήσεις όπως ο υψηλός πληθωρισμός, η αύξηση των επιτοκίων, οι ανταγωνιστικές προτεραιότητες και η περιορισμένη δημοσιονομική ικανότητα. Οι παράγοντες αυτοί υπογραμμίζουν την επείγουσα ανάγκη για ελάφρυνση του χρέους και δημοσιονομική στήριξη. Οι ροές της Επίσημης Αναπτυξιακής Βοήθειας (EAB) συνεχίζουν να φθάνουν σε επίπεδα ρεκόρ, αλλά η αύξηση το 2022 οφείλεται κυρίως στις δαπάνες για τους πρόσφυγες στις χώρες-χορηγούς και στη βοήθεια προς την Ουκρανία. Αν και η προσβασιμότητα στο διαδίκτυο έχει αυξηθεί κατά 65% από το 2015, η μείωση του ψηφιακού χάσματος είναι πανδημική. Είναι σημαντικό να συνεχιστούν οι προσπάθειες για την εξασφάλιση ισότιμης πρόσβασης στο διαδίκτυο για όλους. Οι γεωπολιτικές εντάσεις και η αναζωπύρωση του εθνικισμού εμποδίζουν τη διεθνή συνεργασία και συνεννόηση, αναδεικνύοντας τη σημασία της κοινής δράσης για την παροχή στις αναπτυσσόμενες χώρες της χρηματοδότησης και της τεχνολογίας που χρειάζονται για την επιτάχυνση της υλοποίησης των Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ). (United Nations Report, 2023).

2.8 Υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή, ΣΒΑ «12»

Οι ΣΒΑ, αποτελούν σχέδια για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής της κοινωνίας. Χρησιμοποιούν ως κατευθυντήριες αρχές για τη μετάβαση σε μια πιο βιώσιμη κοινωνία. Ιδιαίτερα σημαντικός για το κεφάλαιο αυτό είναι ο ΣΒΑ 12 «Υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή.» Αυτός ο ΣΒΑ επικεντρώνεται στην επίτευξη οικολογικής οικονομικής μεγέθυνσης και βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία απαιτεί να μειώσουμε επείγοντως το οικολογικό μας αποτύπωμα αλλάζοντας τον τρόπο με τον οποίο παράγουμε και καταναλώνουμε αγαθά και πόρους. (U.N.E.P 2015). Υπάρχει επείγουσα ανάγκη να ενθαρρυνθεί η βιομηχανία, οι επιχειρήσεις και οι καταναλωτές να υιοθετήσουν πιο βιώσιμα πρότυπα κατανάλωσης. Για την επίτευξη του ΣΒΑ 12, θα χρειαστεί πολύ πιο αποτελεσματική χρήση των πόρων. Για παράδειγμα, αυτό απαιτεί μείωση της ποσότητας των αποβλήτων γενικά, και ιδίως μείωση της σπατάλης τροφίμων. Ο παγκόσμιος πληθυσμός καταναλώνει σήμερα περισσότερους πόρους από όσους μπορούν να προσφέρουν τα οικοσυστήματα. Ως εκ τούτου, απαιτούνται θεμελιώδεις αλλαγές στον

τρόπο με τον οποίο οι κοινωνίες, οι επιχειρήσεις και τα άτομα παράγουν και καταναλώνουν αγαθά και υπηρεσίες.



εικ.6:Πηγή: United Nations

Ο ΣΒΑ 12 καλεί για την εφαρμογή του 10ετούς πλαισίου προγραμμάτων του ΟΗΕ για τα πρότυπα βιώσιμης κατανάλωσης και παραγωγής, το οποίο περιλαμβάνει:

- Περιβαλλοντικά ορθός χειρισμός χημικών ουσιών και όλων των αποβλήτων.
- Σημαντική μείωση των αποβλήτων μέσω, για παράδειγμα, επισκευής, επαναχρησιμοποίησης, ανακύκλωσης και, ανακύκλωση στο τέλος του κύκλου ζωής.
- Μείωση κατά το ήμισυ της κατά κεφαλήν σπατάλης τροφίμων σε επίπεδο λιανικής πώλησης και καταναλωτή, με παράλληλη μείωση των απωλειών σε άλλα σημεία της αλυσίδας αξίας, συμπεριλαμβανομένης της παραγωγής και μετά τη συγκομιδή.
- Ενθάρρυνση των εταιρειών να υιοθετήσουν βιώσιμες πρακτικές, όπως η ενεργειακή απόδοση, η αποδοτική χρήση του νερού, η μείωση των λυμάτων, η μείωση των κλιματικών εκπομπών, η εφαρμογή καθαρού σχεδιασμού στα προϊόντα κ.λπ.
- Προώθηση βιώσιμων πρακτικών σύναψης συμβάσεων, όπως η εφαρμογή κριτηρίων βιωσιμότητας στις δημόσιες συμβάσεις και τις αγορές.
- Προώθηση και διάδοση σχετικών πληροφοριών για τη βιώσιμη κατανάλωση και ευαισθητοποίηση.

Οι τελευταίες δεκαετίες ήταν μια περίοδος δυναμικών αλλαγών σε όλο τον κόσμο. Εκατομμύρια άνθρωποι βγήκαν από τη φτώχεια και πολλές χώρες έφθασαν σε καθεστώς μεσαίου εισοδήματος. Αλλά αυτά τα επιτεύγματα και οι αλλαγές είχαν βαρύ τίμημα για το περιβάλλον. Η αυξανόμενη ζήτηση για ενέργεια, τρόφιμα, νερό και άλλους πόρους έχει ωθήσει τον πλανήτη στα περιβαλλοντικά του όρια, οδηγώντας σε εξάντληση των πόρων, ρύπανση, υποβάθμιση του περιβάλλοντος και κλιματική αλλαγή. Με τους ανθρώπους να καταναλώνουν περισσότερους πόρους από ποτέ, τα σημερινά μοντέλα ανάπτυξης σε όλο τον κόσμο έχουν καταστεί μη βιώσιμα. (UNEP 2015)

Ένα από τα βασικά στοιχεία για την επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης είναι η μετάβαση στη βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή (Sustainable Consumption and Production). Η ανάγκη αυτή επισημάνθηκε για πρώτη φορά στη Σύνοδο Κορυφής του Ρίο το 1992 και πιο πρόσφατα αναδείχθηκε ως αποτέλεσμα της Συνόδου Κορυφής Ρίο+20, όπου εγκρίθηκε το παραπάνω δεκαετές πρόγραμμα-πλαίσιο. Η SCP (Sustainable Consumption & Production) αφορά την ικανοποίηση των αναγκών όλων με ταυτόχρονη μείωση της χρήσης πόρων, συμπεριλαμβανομένης της ενέργειας και του νερού, των αποβλήτων και της ρύπανσης. Η SCP μπορεί να συμβάλει στη μείωση της φτώχειας και στη μετάβαση σε μια πράσινη οικονομία χαμηλών εκπομπών άνθρακα και είναι απαραίτητη για τη βελτίωση της ζωής των φτωχότερων ανθρώπων στον κόσμο, οι οποίοι εξαρτώνται στενά από τους φυσικούς πόρους που παρέχει το περιβάλλον. Η SCP συμπληρώνει τις στρατηγικές μείωσης της φτώχειας, καθώς οδηγεί σε

βελτίωση της ποιότητας ζωής και αύξηση των ευκαιριών απασχόλησης. Ειδικότερα, η ανάπτυξη των υποδομών που απαιτείται σε ολόκληρη την περιοχή αποτελεί σημαντική ευκαιρία για τις SCP. (UNEP,2015)

Η τρέχουσα κατάσταση της προόδου του συγκεκριμένου ΣΒΑ είναι άκρως απογοητευτική. Τα κατά κεφαλήν επίπεδα υλικού αποτυπώματος είναι δέκα φορές υψηλότερα στις χώρες υψηλού εισοδήματος από ότι στις χώρες χαμηλού εισοδήματος. Ο κόσμος αποτυγχάνει επίσης σοβαρά στις προσπάθειές του να μειώσει τα κατά κεφαλήν απορρίμματα και απώλειες τροφίμων έως το 2030. Η παγκόσμια κρίση έχει οδηγήσει σε αυξήσεις των επιδοτήσεων για τα ορυκτά καύσιμα, σχεδόν διπλασιάζοντάς τες μεταξύ 2020 και 2021. Αυτό αποτελεί έναν επιπλέον λόγο για να δώσουμε όλοι μας, ο καθένας από την πλευρά του και στο βαθμό που μπορεί, έναν αγώνα να αλλάξουν τα στερεότυπα και να πορευθούμε με υπευθυνότητα. Με έναν πιο λιτό τρόπο ζωής και μια ουσιαστική προσπάθεια για τον επαναπροσδιορισμό της ευημερίας και της ευτυχίας μας, τουλάχιστον όπως την εννοούσαμε ως τώρα. (United Nations Report, 2023).

3. Επαναπροσδιορισμός της ευημερίας

Στον τομέα της βιώσιμης ανάπτυξης, η ευημερία ορίζεται από τις επιπτώσεις των παραγόντων ανάπτυξης στις φυσικές, κοινωνικές και οικονομικές διαστάσεις της ζωής των ανθρώπων. Γι' αυτό, οι Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης αποτελούν μια προσέγγιση για την προώθηση της ευημερίας που περιλαμβάνει τις διαστάσεις της κοινωνικής προστασίας, της οικονομικής δικαιοσύνης και αποδίδει έμφαση στη συμμετοχική διακυβέρνηση και στη συνεργασία σε διάφορα επίπεδα.

3.1 Η έννοια της ευημερίας

Η ευημερία είναι μια πολυδιάστατη έννοια που συνδέεται με την καλή ποιότητα ζωής, την ικανότητα να απολαύσουμε τη ζωή μας και την αίσθηση ότι η ζωή μας έχει νόημα. (Diener, E., et al 2002). Η ευημερία διαφέρει από την ευτυχία, καθώς επιβάλλει την θετική ισορροπία μεταξύ των διαφόρων πτυχών της ζωής. Σήμερα, η ευημερία ορίζεται βάσει των κοινωνικά αποδεκτών κοινωνικών και οικονομικών στάνταρντς που ισχύουν σε κάποια κοινωνία. Αυτά μπορούν να περιλαμβάνουν τη δυνατότητα πρόσβασης σε υπηρεσίες υγείας και εκπαίδευσης, το εισόδημα, την κοινωνική προστασία και την ποιότητα της ζωής.

Η αξιολόγηση της ευημερίας δεν είναι πάντα εύκολη, καθώς η έννοια είναι υποκειμενική και εξαρτάται από τις προτεραιότητες και τις αξίες των κοινωνιών. Επιπλέον, ορισμένοι ερευνητές και ομάδες αμφισβητούν τον αξιολογικό χαρακτήρα πολλών δεικτών που χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση της ευημερίας, όπως οικονομικά δεδομένα και ικανότητες πρόσβασης σε υπηρεσίες.

Διάφορες χώρες και οργανισμοί χρησιμοποιούν διαφορετικά στατιστικά στοιχεία για την αξιολόγηση της ευημερίας. (OECD. 2013). Για παράδειγμα, η οικονομική ανάπτυξη, η απασχόληση, ο βαθμός πρόσβασης σε υπηρεσίες υγείας και εκπαίδευσης και η κοινωνική προστασία είναι μερικοί από τους δείκτες που χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση της ευημερίας. Διαφορετικές προσεγγίσεις, ωστόσο, μπορεί να αναγνωρίζουν και άλλες διαστάσεις της ευημερίας όπως η πολιτιστική ποικιλότητα, η αυτοδιάθεση και η πολιτική συμμετοχή.

3.2 Η ευημερία ως ανάπτυξη

Σε αντίθεση με την κλασική ανάπτυξη που επικεντρώνεται στην παραγωγή και την οικονομική ανάπτυξη μόνο, η ευημερία θεωρείται ως πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση που λαμβάνει υπόψη τις κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές διαστάσεις της ανάπτυξης. (Stiglitz, J. E., et al 2009). Η ευημερία επομένως υποστηρίζει την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης και προτείνει μια ισόρροπη ανάπτυξη που λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες των ανθρώπων και του περιβάλλοντος. Επιδιώκει τη

βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων, αλλά ταυτόχρονα και την αποτελεσματική χρήση των πόρων και τη διατήρηση του περιβάλλοντος, προκειμένου να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα της ανάπτυξης.

Για την επίτευξη αυτών των στόχων, η ευημερία ως ανάπτυξη απαιτεί τη συνεργασία και την επικοινωνία μεταξύ διαφορετικών παραγόντων: δημόσιων οργανισμών, κοινοτήτων των πολιτών, οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών και ιδιωτικών επιχειρήσεων.

Ακόμα και να θέσουμε την ευημερία με οικονομικούς όρους και να ζητήσουμε τη συνέχιση της οικονομικής ανάπτυξης ως μέσο για την επίτευξή της, πρέπει να ξεκαθαρίσουμε, ότι για πολλούς οικονομολόγους, η ίδια η ιδέα της ευημερίας χωρίς ανάπτυξη είναι σχήμα οξύμωρο. (Jackson, T. 2009). Η αύξηση της ευημερίας όμως δεν είναι αυταπόδεικτα το ίδιο πράγμα με την οικονομική ανάπτυξη. Τα τελευταία 50 χρόνια, αντί να αυξηθεί το βιοτικό επίπεδο για εκείνους που το χρειάζονταν πραγματικά, η ανάπτυξη απογοήτευσε μεγάλο μέρος του παγκόσμιου πληθυσμού, διότι η κατανομή του πλούτου έγινε απολύτως άνισα.

3.3 Η ευημερία ως χρησιμότητα

Όλο και περισσότερο στις μέρες μας γίνεται προφανές, ότι οι χρήσεις των υλικών αγαθών είναι κοινωνικής ή ψυχολογικής φύσης και όχι καθαρά υλικές. (Belk, R. 2013). Σήμερα, τα καταναλωτικά αγαθά και υπηρεσίες μας εφοδιάζουν όλο και περισσότερο με ταυτότητα, εμπειρία, αίσθηση του ανήκειν, ίσως ακόμη και νόημα και αίσθηση ελπίδας. Η επιστήμη των οικονομικών, συνήθως παρακάμπτει τη δυσκολία της εκτίμησης, υποθέτοντας ότι η αξία των υλικών αγαθών είναι ισοδύναμη με την τιμή που οι άνθρωποι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για αυτά στις ελεύθερες αγορές. Παρουσιάζουν τη χρησιμότητά τους ως τη νομισματική αξία της αγοράς. Από την εποχή του Αριστοτέλη όμως, ήταν σαφές ότι κάτι περισσότερο από την υλική ασφάλεια είναι απαραίτητο για να ανθίσουν τα ανθρώπινα όντα. Η ευημερία έχει ζωτικές, κοινωνικές και ψυχολογικές διαστάσεις. Ο ισλαμιστής σχολιαστής Zia Sardar υποστηρίζει ότι «η ευημερία μπορεί να γίνει αντιληπτή μόνο ως μια κατάσταση που περιλαμβάνει υποχρεώσεις και ευθύνες προς τους άλλους»

3.3.1 Καταναλωτικά αγαθά και ευημερία

Ένα από τα «παράδοξα της ευημερίας», είναι ότι οι άνθρωποι στις πλούσιες χώρες δεν συνειδητοποιούν πόσο καλά είναι πραγματικά τα πράγματα, όσον αφορά τα κύρια στοιχεία που συνιστούν αυτό που αντιλαμβάνεται ο καθένας από μας ως ευημερία. (Diener, E., et al 1999). Από τη μία πλευρά, η συνεχιζόμενη ανάπτυξη φαίνεται οικολογικά μη βιώσιμη, ενώ από την άλλη, φαίνεται απαραίτητη για μια διαρκή ευημερία.

Ομολογουμένως, η ικανότητά μας να ευημερήσουμε δεν υπάρχει αν δεν έχουμε τα βασικά για φαγητό και στέγη. Αυτό παρακινεί μια ισχυρή επιθυμία για αύξηση των εισοδημάτων στα φτωχότερα έθνη. Οι υλικές ανάγκες ικανοποιούνται ευρέως και τα διαθέσιμα εισοδήματα αφιερώνονται όλο και περισσότερο σε διαφορετικούς σκοπούς όπως αναψυχή, κοινωνική αλληλεπίδραση, εμπειρία. Σαφώς όμως, αυτό δεν έχει μειώσει την επιθυμία μας για κατανάλωση υλικών αγαθών. Έγκειται στην τάση μας να δίνουμε στα υλικά πράγματα, κοινωνικές και ψυχολογικές έννοιες.

Ο στόχος του καταναλωτή, γενικά, σύμφωνα με την ανθρωπολόγο Mary Douglas, είναι «να συμβάλει στη δημιουργία του κοινωνικού του κόσμου και να βρει μια αξιόπιστη θέση σε αυτόν». (Douglas, M. 1970). Το ότι η ευημερία σήμερα εξαρτάται περισσότερο από τη χλιδή, είναι προφανές με την πρώτη ματιά. Υπάρχει όμως μια σημαντική ουσία σε αυτή τη σχέση η οποία παρέχει μια ζωτική ένδειξη για τον τρόπο με τον οποίο θα μπορούσαμε να το αντιμετωπίσουμε και να απεξαρτηθούμε όσο το δυνατόν, από τα υλικά πράγματα.

3.3.2 Ο συμβολικός ρόλος των υλικών αγαθών

Τα καταναλωτικά αγαθά παρέχουν μια συμβολική γλώσσα, με την οποία επικοινωνούμε συνεχώς μεταξύ μας, όχι μόνο για επιφανειακά πράγματα, αλλά και για αυτά που έχουν μεγάλη σημασία για

εμάς, όπως η οικογένεια, η φιλία, η αίσθηση του ανήκειν, η κοινότητα, η ταυτότητα, η κοινωνική θέση, το νόημα και ο σκοπός στη ζωή. (Layne, L.L. 2000). Η ίδια η ευημερία με άλλα λόγια, εξαρτάται από αυτά. Στη μόδα για παράδειγμα, βασική ανθρώπινη επιθυμία είναι για κάποιον, να μην περάσει απαρατήρητος, να συμπεριληφθεί, να γίνει αρεστός, να αποκτήσει φίλους. Έτσι εξάλλου το θέτουν και οι διαφημίσεις. Όλα αυτά, αποτελούν θεμελιώδη συστατικά της συμμετοχής στη ζωή της κοινωνίας και στην ευημερία της.

Ο συμβολικός ρόλος των υλικών αγαθών έχει αναγνωρισθεί, από ανθρωπολόγους, σε κάθε κοινωνία για την οποία υπάρχουν αρχαία. Αυτό φυσικά ισχύει απόλυτα στην καταναλωτική κοινωνία. Η ύλη έχει μεγάλη σημασία για εμάς αλλά όχι μόνο με υλικούς τρόπους και δεν είναι πλέον μόνο δυτικό χαρακτηριστικό. (Edmond, R. 2016)

Η καταναλωτική κοινωνία είναι τώρα από κάθε άποψη, μια παγκόσμια κοινωνία, στην οποία η υποβλητική δύναμη των υλικών αγαθών, δημιουργεί όλο και περισσότερο τον κοινωνικό κόσμο και παρέχει το κυρίαρχο κριτήριο της προσωπικής και κοινωνικής προόδου. (Bauman, Z. 1998a). Εν ολίγοις, οι υλικές και οι άυλες διαστάσεις της ευημερίας είναι άρρηκτα συνυφασμένες μεταξύ τους μέσω της γλώσσας των αγαθών. Αν και είναι ουσιαστικά ένα κοινωνικό και όχι υλικό καθήκον, η ικανότητά μας να συμμετέχουμε στη ζωή της κοινωνίας εξαρτάται από αυτή τη γλώσσα.

3.3.3 Αποϋλοποίηση

Στην πραγματικότητα, υπάρχουν πάρα πολλές προτάσεις για μια τέτοια στροφή στις κοινωνίες όπου τα υλικά αγαθά παίζουν δευτερεύοντα ρόλο στη ζωή μας. Σε μορφή τοπικών ή κοινοτικών κοινωνικών επιχειρήσεων ή σαν πολιτιστικοί σύλλογοι, υπάρχουν ήδη ή θα μπορούσαν να υπάρξουν. Κοινοτικά ενεργειακά κέντρα, τοπικές λαϊκές αγορές, τοπικοί συνεταιρισμοί και βιβλιοθήκες, κοινοτικά κέντρα υγείας και γυμναστήρια, αθλητικοί σύλλογοι, τοπικά εργαστήρια επισκευής και συντήρησης και εργαστήρια χειροτεχνίας, κέντρα μάθησης κομμωτικής ή κηπουρικής, θαλάσσια σπορ, μουσικά συγκροτήματα και θεατρικές ομάδες, κέντρα ανάπτυξης δεξιοτήτων. Ομάδες Γιόγκα, πολεμικών τεχνών, διαλογισμού. Οι άνθρωποι συχνά πετυχαίνουν μεγαλύτερη αίσθηση ευημερίας και ολοκλήρωσης, τόσο ως παραγωγοί όσο και ως καταναλωτές αυτών των δραστηριοτήτων. (Bill McKibben 2007). Δυστυχώς ορισμένες από αυτές, μόλις και μετά βίας καταχωρούνται ως οικονομικές δραστηριότητες με την τυπική έννοια. Συχνά απασχολούν άτομα με μερική απασχόληση ή ακόμα και με εθελοντική εργασία. Ο λόγος για τον οποίο οι άυλες υπηρεσίες δεν οδηγούν σε αύξηση της παραγωγικότητας, είναι επειδή, στις περισσότερες περιπτώσεις, η ανθρώπινη συμβολή είναι αυτή που αποτελεί την αξία σε αυτά. (Jackson, T. 2009). Εν ολίγοις, φαίνεται ότι εκείνοι που ζητούν μια νέα μηχανή ανάπτυξης βασισμένη σε αποϋλοποιημένες υπηρεσίες, έχουν δίκιο. Αλλά μπορεί να έχουν υπολογίσει λανθασμένα ένα ζωτικό σημείο της μηχανής. Σίγουρα αποτελεί ένα εξαιρετικά χρήσιμο σημείο εκκίνησης στο οποίο θα μπορούσαμε να οικοδομήσουμε μια κοινωνία με συμφέροντες καταναλωτικές επιλογές, ευκαιρίες μάθησης και ψυχαγωγίας. Αλλά η πεποίθηση ότι μπορεί (ή θα έπρεπε) αυτή η δομή να παρέχει συνεχώς αυξανόμενη οικονομική παραγωγή δεν είναι εύκολα πραγματοποιήσιμη.

3.3.4 Εισόδημα και κοινωνική θέση

ο Piketty παρατηρεί ότι η αύξηση των εισοδηματικών ανισοτήτων οφείλεται στην ανάπτυξη εισοδηματικών ανισοτήτων μεταξύ των πλουσίων και των φτωχών, ενώ η μεσαία τάξη παραμένει σχεδόν αμετάβλητη στον χρόνο (Piketty, T. 2014). Οι εισοδηματικές ανισότητες συχνά δεν αποτελούν μόνο καθαρά οικονομικά ζητήματα, αλλά σχετίζονται στενά με την κουλτούρα, την εκπαίδευση και το περιβάλλον στο οποίο ζουν οι άνθρωποι. Για παράδειγμα, ένα άτομο με χαμηλό εισόδημα που προέρχεται από μια οικογένεια ανώτερης τάξης και έχει πρόσβαση σε καλές εκπαιδευτικές ευκαιρίες και κοινωνικά δίκτυα μπορεί να έχει μια πολύ διαφορετική κοινωνική θέση από ένα άτομο με ανάλογο εισόδημα αλλά που προέρχεται από μια φτωχή οικογένεια και έχει περιορισμένες ευκαιρίες και πρόσβαση σε πόρους. (Savage, M. 2015). Συνεπώς η κοινωνική θέση ενός ατόμου δεν εξαρτάται μόνο

από το εισόδημά του, αλλά από μια σειρά παραγόντων και περιβαλλοντικών συνθηκών που μπορούν να επηρεάσουν τη θέση του στην κοινωνία. Στο άρθρο του "The Rise and Consequences of Inequality", ο Alan Krueger επισημαίνει ότι οι ανισότητες στο εισόδημα έχουν αυξηθεί σε πολλά ανεπτυγμένα κράτη τα τελευταία χρόνια. Επίσης, αναφέρει ότι η κοινωνική θέση των ανθρώπων επηρεάζει σημαντικά την πρόοδο τους στη ζωή, όπως π.χ. την πρόσβαση στην εκπαίδευση, την υγειονομική περίθαλψη και την απασχόληση. Οι άνθρωποι με χαμηλότερο εισόδημα συνήθως έχουν πιο περιορισμένες ευκαιρίες και πρόσβαση σε κοινωνικούς πόρους σε σχέση με τους ανθρώπους με υψηλότερο εισόδημα. Επίσης, οι άνθρωποι σε χαμηλότερες κοινωνικές θέσεις συνήθως αντιμετωπίζουν περισσότερα προβλήματα όπως η πρόσβαση στην εκπαίδευση, η επαρχιακή απομόνωση και η πρόσβαση σε υγειονομική περίθαλψη. Κατά συνέπεια η αύξηση των ανισοτήτων στο εισόδημα επηρεάζει σημαντικά την κοινωνική θέση των ανθρώπων και μπορεί να επιδεινώσει τις προοπτικές προόδου τους στη ζωή. (Krueger, A, 2012).

Η σημασία του εισοδήματος στην ευημερία παίζει σημαντικό ρόλο, σε επίπεδο χώρας, για το αν έχουμε περισσότερα ή λιγότερα από τους γύρω μας. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα σε εξαιρετικά άνισες κοινωνίες όπου οι εισοδηματικές ανισότητες σηματοδοτούν σημαντικές διαφορές στην κοινωνική θέση. Τα εισοδηματικά επίπεδα καθορίζουν άμεσα την κοινωνική μας θέση και την εδραίωσή της και πολλές φορές την πρόσβαση μας στην εξουσία.

Μια καλή κοινωνική θέση προσδίδει μια αυτοπεποίθηση, που οδηγεί σε ένα σαφές πλεονέκτημα στο προσδόκιμο ζωής και την υγεία. (Offer, A. 1997). Αυτός ο ισχυρισμός υποστηρίζεται από πειστικά στοιχεία σχετικά με τις ολέθριες επιπτώσεις της εισοδηματικής ανισότητας στην υγεία.

3.4 Καταναλωτισμός

Κατά τη διάρκεια του 20ου αιώνα, ο καπιταλισμός διαμόρφωσε τον απλό άνθρωπο σε καταναλωτή. Ο καταναλωτισμός είναι μια κοινωνικοπολιτική και οικονομική φιλοσοφία που θεωρεί την κατανάλωση ως απαραίτητη για την οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική ευημερία. Στη βάση του καταναλωτισμού βρίσκεται η πίεση για τη συνεχή αγορά και χρήση προϊόντων και υπηρεσιών, στο πλαίσιο μιας συνεχούς επιδίωξης της αυξημένης κατανάλωσης και του ανταγωνισμού με τους άλλους καταναλωτές. Η πίεση για την απόκτηση περισσότερων υλικών αγαθών δημιουργεί έναν ατέρμονο κύκλο ανταγωνισμού και δυσαρέσκειας, και αντί να βοηθούν στην επίτευξη της ευτυχίας, οι υψηλές ποσότητες κατανάλωσης μπορούν να οδηγήσουν σε έλλειψη αυτοπεποίθησης, άγχος και καταθλιπτικές διαθέσεις. (Kasser, T., & Kanner, A. D. 2004).

Η υπερκατανάλωση έχει αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία, την οικονομία και το περιβάλλον, και επηρεάζει την ισότητα και τις κοινωνικές σχέσεις. Η ενθάρρυνση της υπερκατανάλωσης και ο καταναλωτισμός είναι τάση της καπιταλιστικής ανάπτυξης και απαραίτητο συστατικό. Είναι επίσης μέρος μιας ευρύτερης κοινωνικής κουλτούρας που στοχεύει στην ατομική ευτυχία, και όχι στην κοινωνική αλληλεγγύη και την αειφόρο ανάπτυξη. (Schor, J. B. 1998).

Στο πλαίσιο του καταναλωτισμού, η κατανάλωση θεωρείται ως ένας τρόπος για την επίτευξη της ευτυχίας και της έκφρασης της κοινωνικής θέσης ή της ταυτότητας. Ο καταναλωτής γίνεται αντικείμενο της προώθησης των προϊόντων και υπηρεσιών από τις επιχειρήσεις και τις κυβερνήσεις, και η κατανάλωση συνδέεται στενά με την ταυτότητα, το καθεστώς και την κοινωνική θέση του καταναλωτή. Σύμφωνα με την καταναλωτική κοινωνία, η καλή ζωή εξαρτάται κυρίως από την κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών.



εικ. 7 Πηγή: Το περιοδικό μου

Ο καταναλωτισμός οδηγεί στην αύξηση της περιττής κατανάλωσης και ως εκ τούτου έχει σοβαρά κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα, λόγω της συνεχούς αύξησης της παραγωγής που επιφέρει αυξημένη χρήση των φυσικών πόρων. Συνεπώς, οι επιπτώσεις του καταναλωτισμού είναι πολλαπλές και περιλαμβάνουν προβλήματα όπως η αλλαγή του κλίματος, η ρύπανση, η υπερβολική λεηλασία των φυσικών πόρων και η αύξηση της ανισότητας.

4. Υπεύθυνη κατανάλωση

4.1 Εισαγωγή στην έννοια

Η βιώσιμη, ηθική, υπεύθυνη και συνειδητή κατανάλωση κατέχει εξέχουσα θέση στην παγκόσμια πολιτική, οικονομική και κοινωνική σκηνή. Αυτή η περιεκτική ιδέα περιστρέφεται γύρω από τη διασταύρωση κοινωνικών και περιβαλλοντικών θεμάτων, συμπεριλαμβανομένης της διατήρησης του περιβάλλοντος, των ανθρώπινων αναγκών και της συνολικής ποιότητας ζωής (Jackson & Michaelis, 2003). Όπως ορίζεται από την Επιτροπή του ΟΗΕ για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (UNCSD), η αειφόρος κατανάλωση συνεπάγεται τη χρήση προϊόντων και υπηρεσιών που ικανοποιούν βασικές ανάγκες και βελτιώνουν την ποιότητα ζωής, ελαχιστοποιώντας παράλληλα τη χρήση των φυσικών πόρων, των τοξικών ουσιών, της παραγωγής αποβλήτων και των εκπομπών ρύπων καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου της ζωής τους. Όλα αυτά χωρίς να τίθενται σε κίνδυνο οι ανάγκες των μελλοντικών γενεών (Lorek, S., & Fuchs, D. 2013). Η εξέλιξη του όρου αντικατοπτρίζει τη διευρυμένη ατζέντα βιωσιμότητας, που περιλαμβάνει όχι μόνο ζητήματα που σχετίζονται με την παραγωγή, όπως το οικολογικό αποτύπωμα μεμονωμένων προϊόντων, αλλά και τη συμπεριφορά των καταναλωτών. Η ηθική κατανάλωση έχει γίνει ένα συναρπαστικό πεδίο κοινωνικής έρευνας, βασισμένο σε διάφορους κλάδους όπως η ανθρωπολογία, η κοινωνιολογία, η ανθρωπογεωγραφία και το μάρκετινγκ.

Η έννοια της βιώσιμης κατανάλωσης κέρδισε σημαντική προσοχή μετά την επίσημη υποστήριξή της ως πολιτικό στόχο κατά τη διάσκεψη του Ρίο το 1992, και ιδιαίτερα μετά τη διάσκεψη του Γιοχάνεσμπουργκ το 2002. Στη διάσημη Ατζέντα 21, που προέκυψε από τη διάσκεψη του Ρίο, σκιαγραφήθηκε ένα φιλόδοξο όραμα στο κεφάλαιο 4, με τίτλο «Αλλαγή καταναλωτικών συνηθειών», προτείνοντας μέτρα που έλαβαν ευρεία υποστήριξη από έθνη σε όλο τον κόσμο. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι, με την πάροδο του χρόνου, η εφαρμογή του κεφαλαίου 4 υστερεί σε σχέση με άλλες ενότητες της Ατζέντας 21 (Lorek, S., & Fuchs, D. 2013). Η Ατζέντα 21 όχι μόνο έδωσε έμφαση στην οικολογική απόδοση, όπως η μείωση της χρήσης πόρων, η κατανάλωση ενέργειας και η προώθηση της ανακύκλωσης, αλλά στόχευε επίσης στον επαναπροσδιορισμό των αναπτυξιακών στόχων, δίνοντας προτεραιότητα στις περιβαλλοντικές και κοινωνικές πτυχές έναντι των αμιγώς οικονομικών παραγόντων. Επιπλέον, η ανάγκη να απομακρυνθούν τα καταναλωτικά πρότυπα από τον υλισμό,

ιδιαίτερα στα ανεπτυγμένα δυτικά έθνη, επισημάνθηκε για πρώτη φορά, αναγνωρίζοντας την υπερκατανάλωση ως πρωταρχικό μοχλό της μη βιωσιμότητας (Schor, J. B., et al 2010).

Ωστόσο, μια αξιοσημείωτη διάκριση προκύπτει όσον αφορά τη μεταβαλλόμενη άποψη των σύγχρονων καταναλωτών, οι οποίοι φαίνεται να ασπάζονται μια ευσυνείδητη συμπεριφορά καθώς σκέφτονται να επιλέξουν προϊόντα και ανέσεις που παράγουν ευνοϊκή κοινωνική επιρροή, τόσο στην ατομική τους ύπαρξη, όσο και σε ολόκληρο τον κόσμο .

4.2 Σχέση Υπεύθυνης κατανάλωσης και παραγωγής

Η υπεύθυνη κατανάλωση και η υπεύθυνη παραγωγή είναι δύο στενά συνδεδεμένες έννοιες στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης. Η υπεύθυνη κατανάλωση αναφέρεται στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών από τους καταναλωτές, με στόχο τη μείωση του αντικτύπου της κατανάλωσης στο περιβάλλον και τη βελτίωση της κοινωνικής και οικονομικής αειφορίας. Η υπεύθυνη παραγωγή, από την άλλη πλευρά, αναφέρεται στην παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών από τις επιχειρήσεις και τους παραγωγούς, με στόχο τη βελτίωση της παραγωγικότητας και της αειφορίας των πόρων.

Οι δύο αυτές έννοιες συνδέονται μεταξύ τους, διότι η υπεύθυνη κατανάλωση μπορεί να επηρεάσει την ποιότητα και την ποσότητα της παραγωγής. Καθώς οι καταναλωτές αγοράζουν περισσότερα προϊόντα που έχουν θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και στην κοινωνία, οι επιχειρήσεις ανταποκρίνονται στη ζήτηση αυτή και παράγουν περισσότερα προϊόντα που πληρούν τα κριτήρια της υπεύθυνης παραγωγής. (Luchs, M. G., & Mooradian, T. A. 2012). Υπό αυτές τις συνθήκες, οι επιχειρήσεις που παράγουν προϊόντα υψηλής ποιότητας και αειφόρου παραγωγής επωφελούνται και κερδίζουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Συνεπώς, η υπεύθυνη κατανάλωση και η υπεύθυνη παραγωγή εξυπηρετούν αμοιβαία ο ένας τον άλλον και αποτελούν σημαντικά στοιχεία για τη βιώσιμη ανάπτυξη της οικονομίας και της κοινωνίας.

Στην περίπτωση της υπεύθυνης κατανάλωσης, οι καταναλωτές μπορούν να επιρρίψουν την ευθύνη στις επιχειρήσεις και τους παραγωγούς για την παραγωγή μη αειφορικών προϊόντων, όμως οι καταναλωτές επίσης μπορούν να λάβουν τα δικά τους μέτρα για τη βελτίωση της αειφορίας. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω της επιλογής προϊόντων που έχουν υψηλή ποιότητα και αειφορία, αλλά και μέσω της μείωσης της κατανάλωσης και της ανακύκλωσης των αποβλήτων.

Στην περίπτωση της υπεύθυνης παραγωγής, οι επιχειρήσεις και οι παραγωγοί μπορούν να λάβουν μέτρα για την παραγωγή αειφόρων προϊόντων και τη μείωση του αντικτύπου της παραγωγής στο περιβάλλον και την κοινωνία. (Geels, F. W., et al 2015)

Αυτό μπορεί να γίνει μέσω της χρήσης πιο φιλικών προς το περιβάλλον υλικών και ενεργειών, της μείωσης των αποβλήτων και της ενίσχυσης της ανακύκλωσης. Ταυτόχρονα, οι επιχειρήσεις και οι παραγωγοί μπορούν να επικοινωνούν με τους καταναλωτές τους, προωθώντας τη χρήση αειφορικών προϊόντων και ευαισθητοποιώντας τους σχετικά με το αντίκτυπο της κατανάλωσής τους.

Σε γενικές γραμμές, η σχέση μεταξύ υπεύθυνης κατανάλωσης και υπεύθυνης παραγωγής βασίζεται στη συνεργασία ανάμεσα στους καταναλωτές και τους παραγωγούς. Οι καταναλωτές αποτελούν μια δύναμη που μπορεί να καλλιεργήσει αλλαγή στον τρόπο παραγωγής και κατανάλωσης, ενώ οι παραγωγοί και επιχειρήσεις μπορούν να προωθήσουν προϊόντα που είναι πιο βιώσιμα, καλλιεργώντας μια βιώσιμη ανταγωνιστικότητα και συμβάλλοντας έτσι στη βελτίωση της οικονομίας και της κοινωνίας.

4.3 Δείκτες βιώσιμης κατανάλωσης

Οι δείκτες βιώσιμης κατανάλωσης αποτελούν μέτρα που χρησιμοποιούνται για να αξιολογήσουν τη βιωσιμότητα των μοντέλων κατανάλωσης, με έμφαση στα θέματα περιβάλλοντος και κοινωνίας. Αυτοί οι δείκτες συνήθως περιλαμβάνουν διάφορες πτυχές της κατανάλωσης, όπως η ενεργειακή κατανάλωση, η χρήση φυσικών πόρων, η εκπομπή αερίων θερμοκηπίου, η ποιότητα της διατροφής και

η κινητικότητα. Ο στόχος των δεικτών βιώσιμης κατανάλωσης είναι να δημιουργήσουν έναν πλήρη και σαφή κατάλογο της κατανάλωσης και των επιδράσεων της στην κοινωνία και το περιβάλλον, και να προωθήσουν την αειφορία στην κατανάλωση στην παγκόσμια κοινότητα. Αυτοί οι δείκτες χρησιμοποιούνται επίσης ως μέσο για να μελετηθεί η εξέλιξη της βιώσιμης κατανάλωσης στον κόσμο και για να δοθεί προτεραιότητα στις περιβαλλοντικές και κοινωνικές ανησυχίες κατά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων. (Lin, D., et al 2018).

4.3.1 Δείκτης οικολογικού ή περιβαλλοντικού αποτυπώματος (Ecological Footprint)

Ο δείκτης οικολογικού αποτυπώματος, είναι ένας δείκτης που μετρά τον αριθμό των φυσικών πόρων που απαιτούνται για να υποστηρίξουν τον τρόπο ζωής μας και τις δραστηριότητές μας. Ο δείκτης αυτός υπολογίζεται από μια ομάδα ερευνητών που αναλύουν την κατανάλωση των φυσικών πόρων από τις διάφορες ανθρώπινες δραστηριότητες, όπως η κατανάλωση ενέργειας, τροφίμων, νερού και χρήσης εδάφους. Έτσι, μπορούν να μετρηθούν οι επιπτώσεις των ανθρωπογενών δραστηριοτήτων στους πόρους της Γης. Ο δείκτης περιβαλλοντικού αποτυπώματος χρησιμοποιείται συνήθως για την αξιολόγηση της αειφόρου ανάπτυξης και βοηθά στην κατανόηση των επιπτώσεων της ανθρώπινης κατανάλωσης στη βιοποικιλότητα και το κλίμα. Υπολογίζεται συνήθως ανά περιοχή, χώρα ή πόλη. Μια διαδεδωμένη οργάνωση που μελετά το περιβαλλοντικό αποτύπωμα είναι η Global Footprint Network. Ο δείκτης οικολογικού αποτυπώματος μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για να συγκρίνουμε τον τρόπο ζωής και τις διαφορετικές πολιτικές μεταξύ χωρών και περιοχών. Για παράδειγμα, ο μέσος πολίτης της ΗΠΑ έχει οικολογικό αποτύπωμα που είναι περίπου 5 φορές μεγαλύτερο από αυτόν της Ινδίας. (Global Footprint Network. 2021).

Οι επιστήμονες χρησιμοποιούν επίσης το οικολογικό αποτύπωμα για να προβλέψουν τον βαθμό της παγκόσμιας κατανάλωσης πόρων και τις επιπτώσεις της στη βιοποικιλότητα και το κλίμα. Πρόσφατες αναφορές της Global Footprint Network δείχνουν, ότι αν συνεχιστεί ο τρέχων τρόπος κατανάλωσης των πόρων μας, θα χρειαζόμαστε την εκμετάλλευση 1,7 πλανητών έως το 2025. (Global Footprint Network. 2021). Το περιβαλλοντικό αποτύπωμα μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο για την κατανόηση πώς οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί μπορούν να αυξήσουν την αειφορία των λειτουργιών τους. Η ανάλυση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος μπορεί να βοηθήσει στην αναγνώριση των κυριότερων αιτιών της περιβαλλοντικής επιβάρυνσης αυτών των οργανισμών και στην ανάπτυξη στρατηγικών για τη μείωσή τους.

4.3.2 Δείκτης απόλυτου εισοδήματος (Absolute Income Hypothesis)

Ο Δείκτης Απόλυτου Εισοδήματος είναι ένα μέτρο που χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση της αγοραστικής δύναμης ενός ατόμου ή μιας οικογένειας. Αποτελεί μια μέθοδο σύγκρισης διαφόρων επιπέδων εισοδήματος και πώλησης προϊόντων σε διαφορετικές περιοχές, ανεξάρτητα από το κόστος ζωής σε αυτές τις περιοχές. (Autor, D. H., et al 2008). Ο Δείκτης Απόλυτου Εισοδήματος μετρά τον πραγματικό όγκο των αγαθών και υπηρεσιών που μπορούν να αγοράσουν οι άνθρωποι με το εισόδημά τους και συνήθως χρησιμοποιείται ως ένδειξη του βιοτικού επιπέδου μιας κοινωνίας ή μιας χώρας. (Piketty, T. 2014).

Η υπολογιστική διαδικασία του Δείκτη Απόλυτου Εισοδήματος περιλαμβάνει τη σύγκριση του εισοδήματος των ανθρώπων σε διαφορετικές περιοχές, με βάση τη χρηματική αξία των περισσότερων προϊόντων κατανάλωσης (όπως τρόφιμα, ρούχα, καθαριστικά είδη κ.λπ.) στις συγκεκριμένες περιοχές. Με αυτό τον τρόπο, οι οικονομολόγοι μπορούν να υπολογίσουν πόσα προϊόντα καταναλώνει ένας άνθρωπος σε μια συγκεκριμένη περιοχή και να συγκρίνουν αυτό τον αριθμό με τον ελάχιστο αριθμό προϊόντων που θα μπορούσε να αγοράσει κάποιος με τον μισθό του στην πλέον φτωχή περιοχή της χώρας. Συνεπώς, ένας υψηλός δείκτης απόλυτου εισοδήματος υποδηλώνει ότι οι άνθρωποι στη συγκεκριμένη περιοχή έχουν μεγαλύτερη αγοραστική δύναμη σε σύγκριση με τους ανθρώπους σε άλλες περιοχές με χαμηλότερο δείκτη απόλυτου εισοδήματος. (Autor, D. H., et al 2008).

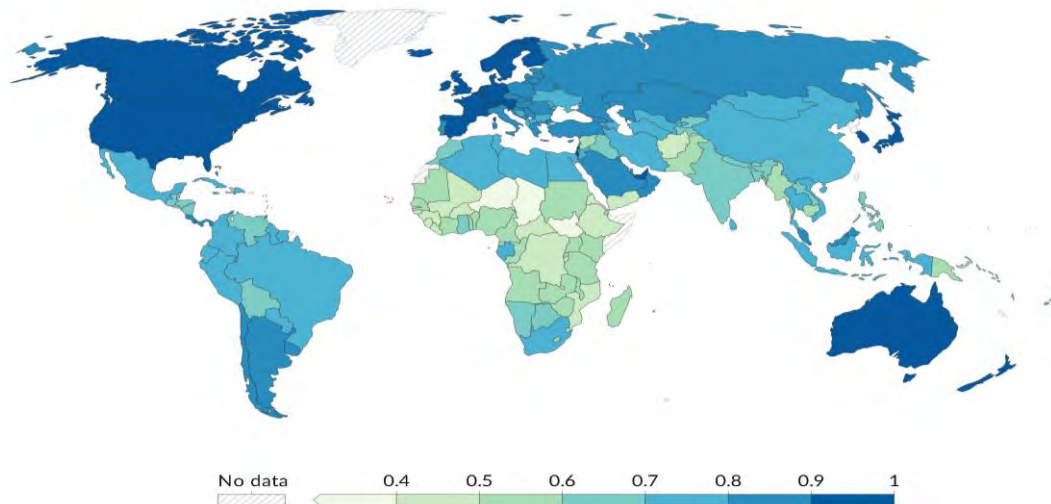
4.3.3 Δείκτης ανθρώπινης ευημερίας (Human Development Index)

Ο Δείκτης Ανθρώπινης Ευημερίας ή Δείκτης Ανθρώπινης Ανάπτυξης (HDI) είναι μια μέτρηση της συνολικής ευημερίας του ανθρώπου σε μια χώρα ή περιοχή. Αυτός ο δείκτης λαμβάνει υπόψη του παράγοντες όπως το προσδόκιμο ζωής, η παιδεία, η οικονομική ανάπτυξη και η ποιότητα της ζωής. Συνήθως χρησιμοποιείται για να συγκρίνει την ευημερία μεταξύ διαφορετικών χωρών και περιοχών και να παρακολουθεί την εξέλιξη αυτής της ευημερίας στον χρόνο σε μια συγκεκριμένη περιοχή. Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι Δεικτών Ανθρώπινης Ευημερίας, ανάλογα με τους παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη. Ο πιο γνωστός από αυτούς είναι ο "Δείκτης Ανθρώπινης Ανάπτυξης" των "Ηνωμένων Εθνών", ο οποίος έχει σχεδιαστεί για να εστιάζει στην ανθρώπινη ανάπτυξη ως βασική πτυχή της ευημερίας. Ο HDI δημιουργήθηκε για να τονίσει ότι οι άνθρωποι και οι δυνατότητές τους πρέπει να είναι το απόλυτο κριτήριο για την αξιολόγηση της ανάπτυξης μιας χώρας και όχι μόνο η οικονομική ανάπτυξη. (United Nations 2020).

Ο Δείκτης Ανθρώπινης Ανάπτυξης (HDI) αποτελείται από τρεις βασικούς δείκτες: το προσδόκιμο ζωής στη γέννηση, την παιδεία (μέσος όρος ετήσιας εκπαίδευσης σε έτη και ποσοστό αλφαριθμητισμού) και το εισόδημα (μετρημένο σε αγοραστική δύναμη σε κάθε χώρα). Επιπλέον, ο Δείκτης Ανθρώπινης Ανάπτυξης παίρνει υπόψη του και άλλους δείκτες, όπως η ποιότητα της διαβίωσης και η ισότητα των φύλων. (United Nations 2020), (Herre, B., et al, 2023).

Στόχος του Δείκτη Ανθρώπινης Ανάπτυξης είναι να αξιολογήσει την πρόοδο μιας χώρας στην κοινωνική, οικονομική και πολιτική της ανάπτυξη, και να δώσει μια πιο συνολική εικόνα της ευημερίας του πληθυσμού της. Αν και ο Δείκτης Ανθρώπινης Ανάπτυξης δεν είναι απόλυτος, είναι ένας σημαντικός δείκτης που βοηθά στην ανάλυση και στην αξιολόγηση της κατάστασης της ευημερίας σε διάφορες χώρες και περιοχές. (<https://hdr.undp.org>), (<https://ourworldindata.org>)

Global HDI 2022



εικ.8:Πηγή: UNDP

4.3.4 Δείκτης βιώσιμης κατανάλωσης (Sustainable Consumption Indicator)

Ο δείκτης βιώσιμης κατανάλωσης (Sustainable Consumption Indicator) είναι ένα μέτρο που χρησιμοποιείται για να αναλύσει την επίδραση της κατανάλωσης στο περιβάλλον και στην κοινωνία. Αυτός ο δείκτης λαμβάνει υπόψη του πολλές πτυχές της κατανάλωσης, όπως την ενέργεια, τα αέρια θερμοκηπίου, την χρήση φυσικών πόρων, την ποιότητα της διατροφής, την κινητικότητα και πολλά άλλα. Ο δείκτης βιώσιμης κατανάλωσης αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο της βιώσιμης ανάπτυξης και αποσκοπεί στον περιορισμό των δυσμενών επιπτώσεων της κατανάλωσης στο περιβάλλον και στην κοινωνία. Αυτός ο δείκτης επίσης προάγει την υπεύθυνη συμπεριφορά στην κατανάλωση και

αποδίδει σημασία στη μείωση της παραγωγής αποβλήτων και του αντικτύπου στο περιβάλλον. Η χρήση του δείκτη βιώσιμης κατανάλωσης βοηθά στη διευκόλυνση της διαδικασίας λήψης αποφάσεων και στον σχεδιασμό πιο βιώσιμων στρατηγικών και πολιτικών στο μέλλον. (Hertwich, E. G., & Peters, G. P. 2009). Είναι ένας ενοποιητικός δείκτης που λαμβάνει υπόψη του πολλά δεδομένα για να αναπαραστήσει την επίδραση της κατανάλωσης στο περιβάλλον. Αυτός ο δείκτης βασίζεται σε ποικίλες πηγές πληροφοριών, όπως εκθέσεις περιβαλλοντικών επιπτώσεων, αναλύσεις κοινωνικής και οικονομικής επίδρασης και άλλα πολλά. Ο δείκτης βιώσιμης κατανάλωσης είναι απαραίτητος για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας του πλανήτη μας. Αυτός ο δείκτης είναι σημαντικός για την αξιολόγηση των πολιτικών και των στρατηγικών που απαιτούνται για την ελαχιστοποίηση της επίδρασης της κατανάλωσης στο περιβάλλον και για την ενθάρρυνση της βιώσιμης κατανάλωσης από τους ανθρώπους. (Hertwich, E. G., & Peters, G. P. 2009).

4.4 Τι σημαίνει Υπεύθυνη κατανάλωση

Η υπεύθυνη κατανάλωση είναι μια πρακτική κατανάλωσης που λαμβάνει υπόψη τις επιπτώσεις των καταναλωτικών μας αποφάσεων στο περιβάλλον, την κοινωνία και την οικονομία. Πρόκειται για μια έννοια που αναδεικνύει την ανάγκη για αλλαγή των συνηθειών μας στην κατανάλωση, για να αποκτήσουμε ένα πιο αειφόρο μέλλον. (Biswas, A. 2017). Η υπεύθυνη κατανάλωση δεν σημαίνει να τερματίσουμε τις αγορές μας, αλλά αντίθετα να αλλάξουμε τον τρόπο που καταναλώνουμε. Σημαίνει να εξετάζουμε τα προϊόντα που αγοράζουμε και τις βιομηχανίες που τα παράγουν, να επιλέγουμε προϊόντα που έχουν λιγότερο αντίκτυπο στο περιβάλλον και στην κοινωνία, να αποφεύγουμε την περιττή κατανάλωση και τη σπατάλη πόρων, και να σκεφτόμαστε τις συνέπειες των επιλογών μας.

Η υπεύθυνη κατανάλωση επιδιώκει την επίτευξη μιας ισορροπίας μεταξύ των αναγκών μας, των επιθυμιών μας και της βιώσιμης ανάπτυξης. Ο σκοπός της είναι να δημιουργήσει ένα καλύτερο μέλλον για τις νέες γενιές, διασφαλίζοντας ότι οι πόροι που έχουμε στη διάθεσή μας θα είναι διαθέσιμοι και στο μέλλον. (Luchs, M. G., et al. 2015). Όλα αυτά που θα λέγαμε ότι συνιστούν αυτό που ορίζουμε ως υπεύθυνη κατανάλωση, δεν λειτουργούν αυτοτελώς και ανεξάρτητα, αλλά αντίθετα είναι αλληλεξαρτώμενα, το ένα επηρεάζει το άλλο ή για έναν συγκεκριμένο στόχο χρειάζεται να συνδράμουν πολλοί επιμέρους στόχοι, οι οποίοι στο σύνολό τους οδηγούν στην βιωσιμότητα του περιβάλλοντος και της κοινωνίας.

4.4.1 Εξοικονόμηση πόρων

Η εξοικονόμηση πόρων αφορά τις πρακτικές που έχουν ως στόχο τη μείωση της χρήσης πόρων, όπως η ενέργεια, το νερό και όλοι οι άλλοι φυσικοί πόροι, στις επιχειρήσεις, τα σπίτια και τις κοινότητες. Η εξοικονόμηση πόρων στοχεύει στον περιορισμό των απωλειών και την αύξηση της αποδοτικότητας τους, με σκοπό τη δημιουργία οικονομικών οφελών, τη βελτίωση της ποιότητας ζωής και την προστασία του περιβάλλοντος. Στις πρακτικές εξοικονόμησης πόρων περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων η ανακύκλωση, η χρήση βιώσιμων πηγών ενέργειας, η βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης των κτιρίων και η βελτίωση της αποδοτικότητας των μηχανημάτων και των διεργασιών. Η εξοικονόμηση πόρων είναι ένας σημαντικός τρόπος για την αειφόρο ανάπτυξη και τη διατήρηση του περιβάλλοντος. (Röder, M., & Thornley, P. 2016). Η εξοικονόμηση πόρων μπορεί να επιτευχθεί μέσω διάφορων μέσων, όπως η ανακύκλωση, η χρήση εναλλακτικών πηγών ενέργειας, η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και νερού, η εκπαίδευση και ενημέρωση του κοινού για τις βέλτιστες πρακτικές και η σχεδίαση πολιτικών για την προώθηση της εξοικονόμησης πόρων. Δεν αφορά μόνο τις επιχειρήσεις και τα σπίτια, αλλά επίσης τις κυβερνήσεις και τον τομέα της μεταφοράς. Η εξοικονόμηση πόρων είναι ένας από τους σημαντικότερους στόχους για την αειφόρο ανάπτυξη και τη διατήρηση του περιβάλλοντος, και η επίτευξη του απαιτεί συνεργασία και δράση από όλους τους φορείς της κοινωνίας. (United Nations, 2015). Η εξοικονόμηση πόρων προωθείται από την υπεύθυνη κατανάλωση και αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους της, καθώς έτσι αποφεύγεται η απόρριψη προϊόντων στα απορρίμματα και η κατανάλωση νέων πόρων για την παραγωγή νέων προϊόντων. Αυτό συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη και στη διασφάλιση της διαθεσιμότητας των φυσικών πόρων για μελλοντικές γενιές. Η εξοικονόμηση πόρων μπορεί να επιτευχθεί μέσω της επιλογής προϊόντων και υλικών με μικρότερο αντίκτυπο στο

περιβάλλον, της αξιοποίησης των ήδη υπαρχόντων προϊόντων και υλικών, καθώς και της επαναχρησιμοποίησής τους. (Jackson, T. 2009).

4.4.2 Υποστήριξη της βιοποικιλότητας

Στο πλαίσιο της υπεύθυνης κατανάλωσης, η υποστήριξη της βιοποικιλότητας σημαίνει να επιλέγουμε προϊόντα και υπηρεσίες που δεν προκαλούν ζημιά στα φυσικά οικοσυστήματα και δεν επηρεάζουν αρνητικά τη βιοποικιλότητα. (Redford, K. H., et al 1999). Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω της επιλογής προτιμώμενων προϊόντων που διατηρούν υγιή τα φυσικά οικοσυστήματα και μειώνουν τις εκπομπές CO₂. Επιπλέον, η υποστήριξη της βιοποικιλότητας περιλαμβάνει την προώθηση της διατήρησης των ειδών στις κοινότητές τους, τη στήριξη των προσπαθειών διασώζοντας τα είδη που απειλούνται και τη διατήρηση των φυσικών οικοσυστημάτων που είναι σπάνια ή απειλούνται από την ανθρωπογενή δραστηριότητα, όπως οι θάλασσες, τα δάση, οι υγρότοποι, κ.λπ.

4.4.3 Κατανάλωση καθαρής ενέργειας

Η Καθαρή Ενέργεια στο πλαίσιο της υπεύθυνης κατανάλωσης αναφέρεται στην ενέργεια που παράγεται από ανανεώσιμες πηγές όπως ο ήλιος, ο αέρας, τα κύματα και άλλες βιώσιμες πηγές, χωρίς τη χρήση των παραδοσιακών καυσίμων όπως το πετρέλαιο, το φυσικό αέριο κ.λπ. Η παραγωγή και η κατανάλωση καθαρής ενέργειας συνεπάγεται λιγότερη ρύπανση και λιγότερες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου, καθιστώντας τη φιλική προς το περιβάλλον και μειώνοντας την εξάρτηση από τους παραδοσιακούς και λιγότερο βιώσιμους τρόπους παραγωγής ενέργειας, που έχουν αρνητικό αντίκτυπο στο κλίμα και το περιβάλλον. Η προώθηση της καθαρής ενέργειας και η υιοθέτηση της από τους καταναλωτές, μπορούν να συνεισφέρουν στη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου και στη μείωση των κλιματικών αλλαγών, που είναι ένα από τα μεγαλύτερα περιβαλλοντικά προβλήματα που αντιμετωπίζουμε σήμερα. (Vasylieva, T., et al 2019).

4.4.4 Προαγωγή της κοινωνικής δικαιοσύνης

Η προαγωγή της κοινωνικής δικαιοσύνης αποτελεί σημαντική πτυχή της υπεύθυνης κατανάλωσης. (Mehfooz Khan, et al 2019) Αυτό σημαίνει ότι, κατά τη διαδικασία αγοράς προϊόντων και υπηρεσιών, οι καταναλωτές πρέπει να λάβουν υπόψη τους την κοινωνική δικαιοσύνη, και να ενισχύσουν τις επιχειρήσεις που υποστηρίζουν αυτές τις αξίες. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους οι καταναλωτές μπορούν να προωθήσουν την κοινωνική δικαιοσύνη μέσω της κατανάλωσής τους. Για παράδειγμα, μπορούν να επιλέγουν προϊόντα και υπηρεσίες που παράγονται από εταιρείες που αναγνωρίζουν τα δικαιώματα των εργαζομένων τους, χρησιμοποιούν βιώσιμες πρακτικές και σέβονται τα ανθρώπινα δικαιώματα. (Gunawan, J., et al 2020). Επίσης, οι καταναλωτές μπορούν να ενισχύουν τις επιχειρήσεις κοινωνικό χαρακτήρα, που επιδιώκουν να βελτιώσουν τις συνθήκες διαβίωσης των ανθρώπων σε διάφορες ομάδες της τοπικής κοινωνίας.

Συνολικά, η προαγωγή της κοινωνικής δικαιοσύνης στο πλαίσιο της υπεύθυνης κατανάλωσης έχει ως στόχο την προώθηση της ισότητας και της δικαιοσύνης σε όλα τα επίπεδα της καταναλωτικής αλυσίδας και της κοινωνίας συνολικά.

4.4.5 Προώθηση της κυκλικής οικονομίας

Η προώθηση της κυκλικής οικονομίας στο πλαίσιο της υπεύθυνης κατανάλωσης αναφέρεται στην πρακτική της ανακύκλωσης και αναδιάταξης των προϊόντων και των υλικών που χρησιμοποιούνται για κατανάλωση, προκειμένου να μειωθεί η επιβάρυνση του περιβάλλοντος και να αυξηθεί η βιωσιμότητα των πόρων του πλανήτη μας. (Tunn, V. S., et al 2019). Η κυκλική οικονομία στοχεύει στη μείωση της απόρριψης προϊόντων και υλικών στα απορρίμματα και στην αντικατάσταση της γραμμικής προσέγγισης που βασίζεται στη χρήση πόρων και τη δημιουργία αποβλήτων, με μια κυκλική προσέγγιση που στηρίζεται στην ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση των προϊόντων και των υλικών. (Jouni Korhonen, et al, 2018). Στο πλαίσιο της υπεύθυνης κατανάλωσης, η προώθηση της κυκλικής οικονομίας μπορεί να επιτευχθεί μέσω της επιλογής προϊόντων και υλικών που είναι εύκολα επαναχρησιμοποιήσιμα και που έχουν μικρό αντίκτυπο στο περιβάλλον, της αποτελεσματικής

διαχείρισης των αποβλήτων και της προώθησης των πρακτικών ανακύκλωσης και αναδιάταξης των προϊόντων και των υλικών. Η προώθηση της κυκλικής οικονομίας μπορεί επίσης να επιτευχθεί μέσω της υιοθέτησης ενός συστήματος βιώσιμης παραγωγής, το οποίο στοχεύει στην ανακύκλωση και αναδιάταξη των προϊόντων και των υλικών σε κάθε στάδιο της αλυσίδας παραγωγής και κατανάλωσης. Η προώθηση της κυκλικής οικονομίας μπορεί επίσης να περιλαμβάνει την αξιοποίηση των ήδη υπαρχόντων προϊόντων και υλικών, όπως η επισκευή και η αναβάθμιση υπαρχόντων ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών, και την ανάπτυξη πρακτικών ανταλλαγής και δανεισμού προϊόντων, προκειμένου να μειωθεί η ανάγκη για νέα παραγωγή προϊόντων. (Tunn, V. S., et al 2019). Η κυκλική οικονομία στο πλαίσιο της υπεύθυνης κατανάλωσης έχει σημαντικά οφέλη για το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα των πόρων. Με τη μείωση της απόρριψης προϊόντων και υλικών στα απορρίμματα και την αναδιάταξη και ανακύκλωσή τους, μειώνεται η ανάγκη για εξόρυξη νέων πόρων και περιορίζεται ο αντίκτυπος στο περιβάλλον από την παραγωγή και τη διάθεση αποβλήτων. Επιπλέον, η προώθηση της κυκλικής οικονομίας μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας στον τομέα της ανακύκλωσης και της επανένταξης προϊόντων και υλικών. (Kelly M. Kibler, et al, 2018). Συνολικά, η προώθηση της κυκλικής οικονομίας στο πλαίσιο της υπεύθυνης κατανάλωσης είναι σημαντική για την προστασία του περιβάλλοντος και τη βιωσιμότητα των πόρων του πλανήτη μας, και αποτελεί ένα βήμα προς μια πιο αειφόρο κοινωνία.

4.4.6 Μείωση των αποβλήτων

Η μείωση των αποβλήτων στο πλαίσιο της υπεύθυνης κατανάλωσης αναφέρεται στην πρακτική της μείωσης της παραγωγής αποβλήτων που προκύπτουν από την κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών. Η μείωση των αποβλήτων είναι σημαντική για τη διατήρηση του περιβάλλοντος και της υγείας των ανθρώπων, καθώς η απόρριψη αποβλήτων σε χωματερές ή η κατανάλωση προϊόντων με περισσότερη συσκευασία αυξάνει τον κίνδυνο για την υγεία και την ποιότητα του περιβάλλοντος. (de Los Mozos, E. A., et al 2020). Η μείωση των αποβλήτων μπορεί να επιτευχθεί με τη χρήση ανακυκλώσιμων και βιοδιασπώμενων προϊόντων, την απόρριψη των πλαστικών σακουλών ή τη χρήση επαναχρησιμοποιήσιμων σακουλών, τη μείωση της κατανάλωσης προϊόντων με ενίσχυση συσκευασίας, τη χρήση εναλλακτικών μεθόδων απόρριψης αποβλήτων, όπως η επαναχρησιμοποίηση, η ανακύκλωση ή η συλλογή των αποβλήτων, καθώς και με την αγορά προϊόντων από εταιρείες που είναι ευαισθητοποιημένες στην προστασία του περιβάλλοντος και προωθούν βιώσιμες πρακτικές. Επιπλέον, είναι σημαντικό να εκπαιδευτούν οι καταναλωτές για τους τρόπους μείωσης των αποβλήτων και να συμμετέχουν σε προγράμματα ανακύκλωσης και συλλογής αποβλήτων στην κοινότητα τους. (Cordova-Buiza, F., et al 2022).

4.4.7 Προώθηση της πράσινης καινοτομίας

Η προώθηση της πράσινης καινοτομίας στο πλαίσιο της υπεύθυνης κατανάλωσης αναφέρεται στην προώθηση καινοτόμων λύσεων που ανταποκρίνονται στις ανάγκες της κοινωνίας και του περιβάλλοντος. Η πράσινη καινοτομία μπορεί να αναφέρεται σε προϊόντα, υπηρεσίες, τεχνολογίες ή διαδικασίες που έχουν δημιουργηθεί με στόχο τη βελτίωση της ζωής των ανθρώπων και τη διατήρηση του περιβάλλοντος. (Scholl, G., et al 2010). Η υπεύθυνη κατανάλωση προάγει την πράσινη καινοτομία μέσω της ενθάρρυνσης της έρευνας και της ανάπτυξης καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών που είναι περισσότερο βιώσιμα και ελαχιστοποιούν το αρνητικό τους αντίκτυπο στο περιβάλλον και στην κοινωνία. Η πράσινη καινοτομία συντελεί στη δημιουργία νέων επιχειρηματικών ευκαιριών και την ανάπτυξη μιας οικονομίας βασισμένης στην βιωσιμότητα. Επιπλέον, μπορεί να συνεισφέρει στη χαμηλότερη κατανάλωση πόρων καθώς και στη μείωση των αποβλήτων και του αντίκτυπου στο περιβάλλον. Η προώθηση της πράσινης καινοτομίας στο πλαίσιο της υπεύθυνης κατανάλωσης είναι σημαντική για την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης και τη διατήρηση του περιβάλλοντος για τις μελλοντικές γενιές. (Scholl, G., et al 2010). Η πράσινη καινοτομία δημιουργεί ανώτερη αξία για τους πελάτες. Η πίεση των πελατών και οι περιβαλλοντικοί κανονισμοί έχουν αναγνωριστεί ως βασικές εξωτερικές κινητήριες δυνάμεις της πράσινης καινοτομίας (Yalabik B, Fairchild R J 2011). Η σωστή και φιλική προς το περιβάλλον καινοτομία όχι μόνο έχει ως απώτερο στόχο τη μείωση των αρνητικών

επιπτώσεων στο περιβάλλον, αλλά αυξάνει και τα πλεονεκτήματα των πράσινων προϊόντων (Porter M E, Van der Linde C 1995). Επιπλέον, η απόφαση μιας εταιρείας να υιοθετήσει πράσινες πρακτικές πηγάζει από την επιθυμία της να κερδίσει περισσότερα έσοδα μέσω της βελτίωσης της ικανοποίησης των πελατών. (Lestari, E. R., et al 2021)

4.4.8 Υγιεινός τρόπος ζωής

Ο υγιεινός τρόπος ζωής στο πλαίσιο της υπεύθυνης κατανάλωσης αναφέρεται στην υιοθέτηση συνηθειών και πρακτικών που αποβλέπουν στη διατήρηση υγιεινού τρόπου ζωής για τον ίδιο και το περιβάλλον. (Luchs, M. G., et al 2015). Η υπεύθυνη κατανάλωση προωθεί την υιοθέτηση συνηθειών όπως η επιλογή υγιεινών τροφίμων, η επαρκής φυσική δραστηριότητα, η ενασχόληση με δραστηριότητες που μειώνουν το άγχος και την πίεση, ο επαρκής ύπνος, η αποφυγή καπνίσματος και του αλκοόλ και η επιλογή περιβαλλοντικά φιλικών επιλογών, όπως τα μεταφορικά μέσα κοινής ωφέλειας ή οι ποδηλατικές διαδρομές αντί της ιδιωτικής χρήσης αυτοκινήτων. Με την υιοθέτηση αυτών των πρακτικών, η υπεύθυνη κατανάλωση διασφαλίζει όχι μόνο τη βελτίωση της υγείας του ατόμου, αλλά συνεισφέρει επίσης στην προστασία του περιβάλλοντος και στην αειφόρο ανάπτυξη. (Lubowiecki-Vikuk, et al 2021).

4.4.9 Μείωση των κινδύνων για την υγεία

Η μείωση των κινδύνων για την υγεία στο πλαίσιο της υπεύθυνης κατανάλωσης αναφέρεται στην προστασία της υγείας των καταναλωτών και του περιβάλλοντος από επιβλαβείς ουσίες, όπως τα χημικά, οι τοξίνες και οι άλλες παράγωγες ουσίες που ενσωματώνονται στα προϊόντα και τις τροφές που καταναλώνουμε. Στόχος είναι η προώθηση της υγιεινής και ασφαλούς κατανάλωσης, όπως επίσης και η αντιμετώπιση των κινδύνων που προκύπτουν από τη χρήση των προϊόντων και υπηρεσιών που καταναλώνουμε.

Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την υποστήριξη της παραγωγής ασφαλών και υγιεινών προϊόντων, τη διατήρηση υψηλών προτύπων για το περιβάλλον, την προώθηση της ανακύκλωσης και τη διαχείριση των αποβλήτων με ασφαλή και βιώσιμο τρόπο, καθώς επίσης και την ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τους κινδύνους που σχετίζονται με τα προϊόντα και υπηρεσίες που καταναλώνουν, αλλά και τις επιλογές που διαθέτουν για τη βέλτιστη προστασία της υγείας τους. (Luchs, M. G., et al 2015). Έτσι, αυξάνεται η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών και προωθείται η υιοθέτηση υγιεινών και ασφαλών πρακτικών κατανάλωσης.

4.5 Τάσεις για αλλαγή στις καταναλωτικές μας συνήθειες

Η αγοραστική συμπεριφορά του πράσινου καταναλωτή έχει αλλάξει σε πιο ηθική, ενώ οι καταναλωτές ξεετάζουν εάν το προϊόν που αγοράζουν έχει θετικό ή αρνητικό αντίκτυπο στο περιβάλλον. Οι Chiou et al., ανέφεραν ότι από καιρό σε καιρό, οι πελάτες ανησυχούν περισσότερο για τα περιβαλλοντικά θέματα και τείνουν να απαιτούν περισσότερα για πράσινα προϊόντα.

4.5.1 Ζήτηση βιολογικών προϊόντων

Η έρευνα επιβεβαιώνει τις παρατηρούμενες τάσεις προς την αύξηση της ζήτησης για βιολογικά τρόφιμα σε συνολικό επίπεδο των εθνικών ευρωπαϊκών αγορών και υποδεικνύει έντονα τη δυνατότητα αύξησης της ζήτησης στο μέλλον. (O'Doherty Jensen, et al 2011). Το μέγεθος της παγκόσμιας αγοράς βιολογικών τροφίμων αποτιμήθηκε σε 183,35 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 2022 και αναμένεται να ανέλθει σε περίπου 546,97 δισεκατομμύρια δολάρια μέχρι το 2032, αυξάνοντας με σύνθετο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR) 11,60% κατά την περίοδο πρόβλεψης 2023 έως 2032. Σύμφωνα με έκθεση του ΟΗΕ, περίπου 200.000 άνθρωποι πεθαίνουν κάθε χρόνο λόγω των τοξικών επιδράσεων των φυτοφαρμάκων στα τρόφιμα. Αυτό αναγκάζει τους καταναλωτές να στρέφουν την εστίασή τους στα βιολογικά προϊόντα διατροφής. Οι καταναλωτές γίνονται πιο ευαισθητοποιημένοι για την υγεία λόγω των βλαβερών επιπτώσεων που προκαλούνται από την παρουσία χημικών φυτοφαρμάκων στα τρόφιμα.

Η τοξικότητα των χημικών φυτοφαρμάκων στα τρόφιμα μπορεί να προκαλέσει καρκίνο, διαταραχές ορμονών και γενετικές ανωμαλίες. Η αγορά βιολογικών τροφίμων αναμένεται να αυξηθεί σε 512,01 δισεκατομμύρια δολάρια το 2027 με CAGR 14,8%. Οι εταιρείες στην αγορά βιολογικών τροφίμων εστιάζουν στην εισαγωγή νέων κατηγοριών και ποικιλιών προϊόντων. Οι κατασκευαστές βιολογικών τροφίμων έρχονται με νέα και καινοτόμα βιολογικά προϊόντα διατροφής με τη μορφή έτοιμα προς κατανάλωση σνακ, μπισκότα, βιολογικό τσάι, όσπρια, μπαχαρικά, ιαματικά βότανα και βιολογικούς χυμούς. Οι τιμές των συμβατικών τροφίμων θεωρείται ότι τείνουν να αυξάνονται σημαντικά, αλλά η διαφορά τιμών μεταξύ βιολογικών και συμβατικών τροφίμων θεωρείται ότι τείνει να μειώνεται. Ένα γενικό θετικό οικονομικό περιβάλλον –ακόμα και σε περιόδους παγκόσμιας κρίσης– τείνει να υποστηρίζει την ανάπτυξη της αγοράς βιολογικών προϊόντων, ιδίως αυξάνοντας τον αριθμό των «νέων» περιστασιακών χρηστών βιολογικών τροφίμων. (O'Doherty Jensen, et al 2011).

4.5.2 Μείωση πλαστικών μιας χρήσης

Η υπεύθυνη κατανάλωση είναι το κλειδί για την αλλαγή της υφιστάμενης κατάστασης σχετικά με τα πλαστικά μιας χρήσης. Η αυξανόμενη κατανάλωση πλαστικού μίας χρήσης έχει προκαλέσει τεράστιες συνέπειες για το οικοσύστημα. Ως εκ τούτου, οι καταναλωτές ενθαρρύνονται να το μειώσουν. Παρά την πολυάριθμη έρευνα σχετικά με τα πλαστικά μιας χρήσης, εξακολουθούμε να έχουμε ελάχιστη κατανόηση για το πώς μπορεί να αναπτυχθεί το εγγενές κίνητρο των ατόμων για λιγότερα πλαστικά μιας χρήσης. (Nguyen, H. V., et al 2022). Ο κόσμος δημιουργεί περισσότερα πλαστικά απορρίμματα μιας χρήσης από ποτέ, αναφέρει η έκθεση του CNN. Ο δείκτης Plastic Waste Makers Index , που συντάχθηκε από το φιλανθρωπικό Ίδρυμα Minderoo, διαπίστωσε ότι ο κόσμος παρήγαγε 139 εκατομμύρια τόνους πλαστικών απορριμμάτων μίας χρήσης το 2021, που ήταν 6 εκατομμύρια τόνοι περισσότεροι από το 2019.

Ο κόσμος παράγει μια ποσότητα ρεκόρ πλαστικών απορριμμάτων μιας χρήσης, κυρίως από πολυμερή που δημιουργούνται από ορυκτά καύσιμα, παρά τις παγκόσμιες προσπάθειες για μείωση της πλαστικής ρύπανσης και των εκπομπών άνθρακα, σύμφωνα με νέα έκθεση που δόθηκε στη δημοσιότητα φέτος (2023). Έκθεση του CNN ανέφερε ότι τα πρόσθετα πλαστικά απόβλητα που δημιουργούνται σε αυτά τα δύο χρόνια ισοδυναμούν με σχεδόν 1 κιλό περισσότερο για κάθε άτομο στον πλανήτη και οφείλονται στη ζήτηση για εύκαμπτες συσκευασίες όπως μεμβράνες και φακελάκια. Τα τελευταία χρόνια, οι κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο έχουν ανακοινώσει πολιτικές για τη μείωση του όγκου του πλαστικού μιας χρήσης, απαγορεύοντας προϊόντα όπως καλαμάκια μιας χρήσης, μαχαιροπίρουνα μιας χρήσης, δοχεία τροφίμων, βαμβακερά μάκτρα, σακούλες και μπαλόνια. (<https://edition.cnn.com>) Στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας , η Επιτροπή έχει προτείνει πολιτικές και δράσεις προς μια κυκλική οικονομία, όπου τα πλαστικά χρησιμοποιούνται με πιο βιώσιμο τρόπο. Η οδηγία για τα πλαστικά μίας χρήσης αποτελεί ουσιαστικό στοιχείο της στρατηγικής της Επιτροπής για τα πλαστικά και του σχεδίου δράσης για την κυκλική οικονομία, καθώς ενθαρρύνει την παραγωγή και τη χρήση βιώσιμων εναλλακτικών λύσεων που αποτρέπουν τα θαλάσσια απορρίμματα. Η οδηγία τέθηκε σε ισχύ στις 3 Ιουλίου 2019 και τα κράτη μέλη είχαν στη διάθεσή τους δύο χρόνια για να μεταφέρουν τη νομοθεσία στο εθνικό τους δίκαιο, έτσι ώστε οι υποχρεώσεις που απορρέουν από την οδηγία να αρχίσουν να εφαρμόζονται επιτόπου. (<https://ec.europa.eu/commission>)

4.5.3 Επισκευή ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών

Τα χρησιμοποιημένα ηλεκτρονικά είδη που προορίζονται για ανακαίνιση, επαναχρησιμοποίηση, μεταπώληση, ανακύκλωση διάσωσης μέσω ανάκτησης υλικών ή απόρριψη θεωρούνται ηλεκτρονικά απόβλητα. Η άτυπη επεξεργασία ηλεκτρονικών αποβλήτων στις αναπτυσσόμενες χώρες μπορεί να οδηγήσει σε δυσμενείς επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία και σε ρύπανση του περιβάλλοντος . Η αυξανόμενη κατανάλωση ηλεκτρονικών προϊόντων λόγω της Ψηφιακής Επανάστασης και των καινοτομιών στην επιστήμη και την τεχνολογία, έχει οδηγήσει σε παγκόσμιο πρόβλημα και κίνδυνο ηλεκτρονικών αποβλήτων. Η ταχεία εκθετική αύξηση των ηλεκτρονικών αποβλήτων οφείλεται στις συχνές κυκλοφορίες νέων μοντέλων και στις περιττές αγορές ηλεκτρικού και ηλεκτρονικού εξοπλισμού (ΗΗΕ), στους σύντομους κύκλους καινοτομίας, στα χαμηλά ποσοστά ανακύκλωσης και στη μείωση

της μέσης διάρκειας ζωής των υπολογιστών και των κινητών τηλεφώνων. (N. Perkins, et al 2014). Με την ποσότητα των Απορριμμάτων Ηλεκτρικού και Ηλεκτρονικού Εξοπλισμού (ΑΗΗΕ) που παράγεται κάθε χρόνο και αυξάνεται με επιταχυνόμενο ρυθμό, η διαχείριση των ηλεκτρονικών αποβλήτων (e-waste) έχει γίνει ένα σημαντικό παγκόσμιο ζήτημα. (Long, E., et al,2016). Ο γενικός στόχος των πρακτικών ανάκτησης είναι η πρόληψη της ρύπανσης του περιβάλλοντος και η παράταση της διάρκειας ζωής του προϊόντος, είτε με την ανάκτηση της υλικής αξίας (ανακύκλωση) είτε με την ανάκτηση της αξίας των εξαρτημάτων (επισκευή, επαναχρησιμοποίηση ή ανακατασκευή) (Billatos B, et al 1998). Οι στρατηγικές ανάκτησης EoL (End Of Life) μπορούν επομένως να θεωρηθούν ως μια βιώσιμη λύση των ΑΗΗΕ, καθώς έχει πλεονεκτήματα και στους τρεις πυλώνες της βιωσιμότητας. Ο κύριος λόγος που μόνο το 20 % των ΑΗΗΕ αντιμετωπίζεται σωστά στις μέρες μας είναι η έλλειψη γνώσης σχετικά με τις στρατηγικές βιώσιμης ανάκτησης προϊόντων, ξεκινώντας από το στάδιο του σχεδιασμού, της κατασκευής του προϊόντος και της διάρκειας ζωής του. (Long, E., et al,2016). Υπάρχουν λίγες πραγματικά παγκόσμιες πολιτικές που αφορούν τη διαχείριση των ΑΗΗΕ. Η πιο αξιοσημείωτη είναι η Σύμβαση της Βασιλείας του 1989 που είχε ως στόχο να μειώσει τη μετακίνηση επικίνδυνων υλικών σε όλο τον κόσμο (UNEP. 1995). Μέχρι το 1998, έξι εκατομμύρια τόνοι ΑΗΗΕ παράγονταν στη Δυτική Ευρώπη ετησίως και αυτή η ποσότητα διαπιστώθηκε ότι αυξανόταν με ρυθμό 3-5% ετησίως (He W, et al 2006) Όταν συζητάμε για τα ΑΗΗΕ στην ΕΕ, οι δύο πιο σχετικές οδηγίες της ΕΕ είναι η Οδηγία για τα απόβλητα ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών αποβλήτων (ΑΗΗΕ) (Οδηγία 2012/19/ΕΕ) (European Union. 2012), και η οδηγία για τον περιορισμό των επικίνδυνων ουσιών (RoHS) (οδηγία 2011/65 /ΕΕ) (European Union. 2011) Οι επιπτώσεις αυτών των οδηγιών στη διαχείριση των ΑΗΗΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση ήταν εκτεταμένες. Οι στόχοι ανάκτησης και ανακύκλωσης έχουν εγκριθεί σε ολόκληρη την Ένωση για τα ΑΗΗΕ με το αναμενόμενο ποσοστό να ποικίλλει ανάλογα με τον τύπο του προϊόντος. Το τυπικό ποσοστό συλλογής αναμένεται να είναι μεταξύ 50 και 80 % (He W, et al 2006). Η παγκόσμια διαχείριση ΑΗΗΕ μπορεί να διαφέρει σημαντικά από χώρα σε χώρα.

4.5.4 Μικρές βιώσιμες φάρμες

Προβάλλουν τον ρόλο των αγροτών στη διατήρηση του τοπίου και του περιβάλλοντος, μέσω της καλλιέργειας τροφίμων και της διαχείρισης της γης. Η υποστήριξη των μικρών αγροτικών επιχειρήσεων είναι σημαντική για τη διατήρηση της βιοποικιλότητας και του φυσικού τοπίου στα περίχωρα των πόλεων ή στα χωριά. Καθώς ο κόσμος συνειδητοποιεί ολοένα και περισσότερο τη σημασία της βιωσιμότητας, οι αγρότες μικρής κλίμακας αναζητούν τρόπους να μειώσουν τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις και να βελτιώσουν τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά τους. (Kremen, C., & Merenlender, A. M. 2018). Οι βιώσιμες γεωργικές πρακτικές μπορούν να βοηθήσουν τους αγρότες μικρής κλίμακας να μειώσουν το κόστος τους, να αυξήσουν τα κέρδη τους και να προστατεύσουν το περιβάλλον.

Μια βασική πρακτική βιώσιμης γεωργίας είναι η **αμειψισπορά**. Αυτή περιλαμβάνει τη φύτευση διαφορετικών καλλιεργειών στο ίδιο χωράφι κάθε χρόνο, αντί να καλλιεργείται η ίδια καλλιέργεια χρόνο με το χρόνο. (Gerland P., et al, 2014). Η αμειψισπορά μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση της γονιμότητας του εδάφους, στη μείωση των προβλημάτων παρασίτων και ασθενειών και στην αύξηση των αποδόσεων των καλλιεργειών. Για παράδειγμα, η φύτευση ψυχανθών μπορεί να βοηθήσει στη σταθεροποίηση του αζώτου στο έδαφος, κάτι που μπορεί να είναι ευεργετικό για τις επόμενες καλλιέργειες.

Μια άλλη αειφόρος γεωργική πρακτική είναι η **χρήση καλλιεργειών κάλυψης**. Οι καλλιέργειες αυτές είναι μη εμπορεύσιμα φυτά που καλλιεργούνται ανάμεσα σε καλλιέργειες για να παρέχουν οφέλη όπως ο έλεγχος της διάβρωσης του εδάφους, η καταστολή των ζιζανίων και ο κύκλος των θρεπτικών ουσιών. Οι καλλιέργειες κάλυψης μπορούν επίσης να βοηθήσουν στη βελτίωση της δομής του εδάφους και της συγκράτησης του νερού, οδηγώντας σε πιο υγιές και παραγωγικό έδαφος.

Η ολοκληρωμένη διαχείριση παρασίτων (Integrated pest management) είναι μια άλλη κρίσιμη πρακτική βιώσιμης γεωργίας μικρής κλίμακας. Το IPM περιλαμβάνει τη χρήση ενός συνδυασμού τεχνικών για τον έλεγχο των παρασίτων, αντί να βασίζεται σε χημικά φυτοφάρμακα. Αυτές οι τεχνικές

μπορούν να περιλαμβάνουν την **βιολογική καταπολέμηση παρασίτων** όπως τη χρήση φυσικών αρπακτικών, φυσικών φραγμών και πολιτιστικών πρακτικών όπως η σωστή αμειψισπορά και η υγιεινή. Με τη μείωση της χρήσης χημικών φυτοφαρμάκων, οι αγρότες μπορούν να μειώσουν το κόστος τους και να προστατεύσουν το περιβάλλον. (Gerland P., et al, 2014).

Το **όργωμα** διατήρησης είναι μια άλλη βιώσιμη γεωργική πρακτική που μπορεί να βοηθήσει τους αγρότες μικρής κλίμακας να μειώσουν τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις. Αυτό περιλαμβάνει την ελαχιστοποίηση της διαταραχής του εδάφους κατά τη φύτευση, η οποία μπορεί να μειώσει τη διάβρωση, να βελτιώσει τη δομή του εδάφους και να αυξήσει την κατακράτηση νερού. Τα συστήματα άροσης ή ελάχιστης άροσης μπορεί να είναι ιδιαίτερα ωφέλιμα, μειώνοντας τη χρήση καυσίμου και βελτιώνοντας την υγεία του εδάφους.

Μια άλλη σημαντική πρακτική αειφόρου γεωργίας είναι η **χρήση βιολογικών λιπασμάτων**. Αυτά τα λιπάσματα προέρχονται από φυσικές πηγές όπως η ζωική κοπριά, το κομπόστ και το φυτικό υλικό και μπορούν να αποτελέσουν μια πιο βιώσιμη εναλλακτική λύση στα συνθετικά λιπάσματα. (Pimentel, D. 2006). Τα οργανικά λιπάσματα μπορούν να βοηθήσουν στη βελτίωση της δομής του εδάφους, στην αύξηση της κατακράτησης νερού και στη μείωση του κινδύνου διάβρωσης του εδάφους.

Τέλος, οι αγρότες μικρής κλίμακας μπορούν να υιοθετήσουν βιώσιμες γεωργικές πρακτικές ενσωματώνοντας την **αγροδοσοπονία** στις δραστηριότητές τους. Η αγροδοσοπονία περιλαμβάνει την ενσωμάτωση δέντρων και άλλων ξυλωδών φυτών σε γεωργικά τοπία και μπορεί να προσφέρει ποικίλα οφέλη όπως βελτίωση του εδάφους, έλεγχο της διάβρωσης και δημιουργία οικοτόπων. Η αγροδοσοπονία μπορεί επίσης να βοηθήσει τους αγρότες μικρής κλίμακας να διαφοροποιήσουν τις ροές εισοδήματός τους και να αυξήσουν την ανθεκτικότητά τους στην κλιματική αλλαγή. (Torralba, M., et al 2016).

4.5.5 Επαναχρησιμοποίηση ρούχων & αξεσουάρ

Η μόδα απαιτεί συνεχείς αλλαγές που προτρέπουν τους καταναλωτές να επιδοθούν στην αγορά ενδυμάτων και να παρακολουθούν τις τελευταίες τάσεις της. (Radhakrishnan, S. 2020). Οι περισσότεροι θεωρούν ότι οι φθηνές τιμές και οι διαρκώς μεταβαλλόμενες ποικιλίες είναι η αιτία για αλόγιστες και περιττές αγορές. Η βιομηχανία κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης επενδύει τεράστιους πόρους για την κατασκευή ενδυμάτων για να καλύψει τη ζήτηση των καταναλωτών. Ετικέτες κορυφαίων εμπορικών σημάτων, καταστημάτων λιανικής, τμημάτων μάρκετινγκ και διαφημιστικών τομέων επενδύουν στη μόδα για να επιστήσουν την προσοχή του καταναλωτή και των κατασκευαστών που ασχολούνται με την παραγωγή υφασμάτων. Στοχεύουν στην ανάπτυξη ενδυμάτων με υψηλούς εμπορικούς στόχους αλλά και με κόστος περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιπτώσεων. Ρούχα που αγοράζονται με έντονο ενδιαφέρον, καταλήγουν σχεδόν αχρησιμοποίητα για μήνες ή και χρόνια, στην γκαρνταρόμπα ή σε κάποια χωματερή ως σκουπίδια. Περίπου το 10% των παγκόσμιων εκπομπών CO₂, το 20% των παγκόσμιων λυμάτων, το 24% των εντομοκτόνων και το 11% της χρήσης φυτοφαρμάκων προκαλούνται από την παραγωγή προϊόντων μόδας. (Radhakrishnan, S. 2020). Πολλές μελέτες και αναφορές έχουν δείξει ότι οι καταναλωτές γνωρίζουν τα προβλήματα που σχετίζονται με τη γρήγορη μόδα και αναζητούν βιώσιμα προϊόντα. Η πραγματοποίηση ενός βιώσιμου σχεδιασμού απαιτεί τη διασφάλιση ενός μακροπρόθεσμου προϊόντος που ικανοποιεί τις ανάγκες του πελάτη. Ένα προϊόν μόδας που στοχεύει σε μεγάλη διάρκεια ζωής και βαθιά ικανοποίηση, μπορεί να ονομαστεί αργό σχέδιο ή αργή μόδα. Αυτό το προϊόν θα χαρακτηρίζεται από υψηλή ποιότητα, ηθικές αξίες και κλασικά χρώματα που παράγονται από καλά υλικά. (Fletcher K 2008)

Η ιδέα των προϊόντων μισής διαδρομής παρέχει ένα ευρύ φάσμα συνδυασμών που βασίζονται στη δημιουργικότητα του ατόμου. Τα προϊόντα διατίθενται ως κιτ και έχουν σχεδιαστεί για αποσυναρμολόγηση δίνοντας στον χρήστη τη δυνατότητα επιλογής νέων δημιουργιών με τα ίδια υλικά, προσθέτοντας έτσι μια προσωπική πινελιά και αναμνήσεις στο άτομο, π.χ. μετατρέψιμα ρούχα που έχουν πολλά μέρη που μπορούν να συναρμολογηθούν για τη δημιουργία του συνόλου. Τα προϊόντα που βασίζονται σε κιτ βοηθούν τον χρήστη να αναπτύξει νέα αντικείμενα και επίσης να εκπαιδευτεί για

να τα επισκευάσει. (Radhakrishnan, S. 2020). Στο πλαίσιο της προσέγγισης βελτίωσης πραγματοποιούνται αλλαγές σε υπάρχοντα προϊόντα. Για παράδειγμα, ένα ύφασμα μπορεί να βαφτεί με αντιδραστική βαφή.

Το φαινόμενο «Μόδα κατά παραγγελία» (Fuad-Luke A, 2009) συνεπάγεται ότι ο πελάτης μπορεί να επιλέξει από μια σειρά προσχεδιασμένων επιλογών, στυλ, υφασμάτων, χρωμάτων, μεγέθους και εφαρμογής, κ.λπ., για να συνδημιουργήσει το σχέδιο χρησιμοποιώντας τη θεωρία mix-and-match. Δίνει ο πελάτης την συγκατάθεσή του στο σχέδιο και στην συνέχεια προχωράει η κατασκευή του ρούχου. Η παραγγελία ετοιμάζεται περίπου σε τρεις εβδομάδες ενώ ο πελάτης «δεσμεύεται» συναισθηματικά με το ειδικά κατασκευασμένο γι' αυτόν ρούχο που τον κάνει να το χρησιμοποιεί για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα σε σύγκριση με τα άλλα ρούχα.

Πολλά προγράμματα έχουν ξεκινήσει για τη διάδοση της συνειδητοποίησης της κυκλικής οικονομίας όπως το Circular Textiles Program (2014) από την Circular Economy, το Fashion Positive Program (Fashion Positive 2019). Ο βιώσιμος σχεδιασμός επαναχρησιμοποίησης, θα πρέπει να περιλαμβάνει συντήρηση, ανακαίνιση και μεταμόρφωση για να αυξήσει τη μακροζωία και τη χρήση του προϊόντος. Η εισαγωγή ειδικών μοναδικών χαρακτηριστικών σε αντίθεση με τη μαζική παραγωγή θα προσθέσει αξία στα αγαθά (Radhakrishnan, S. 2020). Αναδημιουργώντας διαφορετικές εναλλακτικές λύσεις που μπορούν να φέρουν τέτοιες εμπειρίες και ικανοποίηση όσον αφορά τη βιωσιμότητα και όχι την αγορά νέων ειδών μόδας. Οι καταναλωτές βιώνουν ένα ισχυρό συναίσθημα όταν εμπλέκονται σε καταστάσεις κατανάλωσης και αγοράς. Η ηθική και κοινωνικά υπεύθυνη πτυχή του κινήματος «συμπαθητική μόδα», είναι ο σεβασμός, στους εργαζόμενους, στα ζώα και στο φυσικό περιβάλλον. Το κίνημα στοχεύει στην αλλαγή στάσης όπου η βιομηχανία της μόδας γίνεται συμπονετική για τον αντίκτυπο της βιομηχανίας σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού.

Σύμφωνα με έρευνα η βιώσιμη κατανάλωση και επαναχρησιμοποίηση ρούχων προκάλεσε ένα αίσθημα ικανοποίησης και ευημερίας στους καταναλωτές, καθώς είχαν συμβάλει στην προστασία του περιβάλλοντος αποφεύγοντας τις περιττές αγορές. Αυτό τους βοήθησε να αποδεχτούν την εικόνα του σώματός τους και να απολαύσουν μια αίσθηση ελευθερίας και ανακούφισης από τη σκέψη να συγκριθούν με την εξιδανικευμένη εικόνα σώματος που προωθείται από τη βιομηχανία της μόδας. Η κατανάλωση είναι το αντίθετο της βιωσιμότητας, καθώς η μόδα είναι ένα γρήγορο μοντέλο που συνδέεται με φθηνές τιμές και υπερκατανάλωση.

Τα ανακυκλωμένα ρούχα έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην αναβίωση της βιομηχανίας της μόδας και στην προώθηση της βιωσιμότητας. Επιλέγοντας ανακυκλωμένα ρούχα, οι άνθρωποι μπορούν να συμβάλουν στη μείωση των απορριμμάτων, στη διατήρηση των πόρων και στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της βιομηχανίας της μόδας. Τα οφέλη από τα ανακυκλωμένα ρούχα ξεπερνούν το περιβάλλον. Έχει μοναδικές επιλογές μόδας που επιτρέπουν την αυτοέκφραση και προάγει την ηθική και τον πολιτισμό. Η υιοθέτηση της βιώσιμης μόδας είναι απαραίτητη για τη δημιουργία μιας υπεύθυνης και συνειδητής επιχείρησης. Ως καταναλωτές, έχουμε τη δύναμη να οδηγήσουμε την αλλαγή μέσω των επιλογών μας. Αναγνωρίζοντας τα καταναλωτικά προϊόντα, προωθώντας βιώσιμες επωνυμίες και ενσωματώνοντας ανακυκλωμένα ρούχα στα ρούχα μας, μπορούμε να έχουμε θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και να υποστηρίξουμε την ανάπτυξη της βιομηχανίας της μόδας.

4.5.6 Μοντέλα ενοικίασης μόδας

Η Ευρωπαϊκή Ένωση εκτίμησε πρόσφατα ότι μεταξύ 2% και 10% των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων της κατανάλωσης από τα κράτη μέλη συνδέεται με τη βιομηχανία της μόδας εν μέρει λόγω των τεράστιων ποσοτήτων ρούχων που παράγονται και καταναλώνονται κάθε χρόνο. (Clube, R. K., & Tennant, M. 2020). Ταυτόχρονα, οι δυνατότητες για εξοικονόμηση πόρων σε αυτόν τον τομέα είναι σημαντικές, καθώς κατά μέσο όρο ένα στα τρία ρούχα δεν φοριέται ποτέ ή φοριέται λιγότερο από μία φορά στους τρεις μήνες (Kleinhüeckelkotten, S., & Neitzke, H. P. 2019).

Η ενοικίαση είναι μεταξύ των αναδυόμενων τρόπων συνεργατικής, βιώσιμης κατανάλωσης που βασίζεται στη χρήση και όχι στην κατοχή ενός προϊόντος. Αυτό το μοντέλο αντιμετωπίζει πολλά εμπόδια και βρίσκεται σε πολύ χαμηλό επίπεδο. Για την ακρίβεια σήμερα εφαρμόζεται σε κάποιες χώρες και μόνο στη μόδα πολυτελείας. Τα μοντέλα ενοικίασης μόδας αναδύθηκαν αρκετά τα τελευταία χρόνια και έχουν επικεντρωθεί σε μια ευρεία γκάμα επιλογών, από αθλητικά ρούχα μέχρι την επαγγελματική περιβολή. (Jain, R., et al, 2022). Ωστόσο, παρά την αύξηση της δημοτικότητάς τους, υπάρχουν ακόμα ορισμένα ταμπού. Οι καταναλωτές είναι πιο συνηθισμένοι στην παραδοσιακή αγορά ρούχων. Επίσης, οι επιχειρήσεις που προσφέρουν ενοικιάσεις μόδας πρέπει να αντιμετωπίσουν διάφορα ζητήματα και προκλήσεις, όπως η συχνότητα καθαρισμού και συντήρησης των κομματιών, και τα ζητήματα ασφάλειας. Συνεπώς, αν και η ενοικίαση μόδας αποτελεί εναλλακτική λύση για τους καταναλωτές που ενδιαφέρονται για τη βιωσιμότητα και την υπεύθυνη κατανάλωση, ακόμα υπάρχει πεδίο ανάπτυξης και αναζήτησης καινοτόμων λύσεων από τις επιχειρήσεις.

4.5.7 Επιλογή αειφόρων τρόπων μετακίνησης

Οι μεταφορές προσφέρουν πολλαπλές ευκαιρίες για να ασκήσουν λιγότερο επιβλαβείς επιπτώσεις στο περιβάλλον. Η βιώσιμη ταξιδιωτική συμπεριφορά αναγνωρίζεται ως ουσιαστική πτυχή στην ανάπτυξη κοινωνικά, περιβαλλοντικά και οικονομικά βιώσιμων κοινοτήτων (Domokos Esztergár-Kiss, et al 2021). Οι αειφόροι τρόποι μετακίνησης όπως η χρήση δημόσιων μέσων, ποδηλάτων ή ηλεκτρικών αυτοκινήτων, μειώνουν τις εκπομπές αερίων θερμοκηπίου και τη ρύπανση του αέρα, προστατεύοντας το περιβάλλον και συμβάλλοντας στην αειφορία. Μπορούν να οδηγήσουν σε οικονομικά οφέλη για τους καταναλωτές, όπως εξοικονόμηση καυσίμων, μείωση του κόστους συντήρησης οχημάτων και αποφυγή άλλων εξόδων.

Η βελτίωση των συστημάτων μεταφοράς, η προώθηση των κοινών μεταφορικών μέσων και η αναβάθμιση του δημόσιου συστήματος μεταφορών μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στην εξοικονόμηση πόρων και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων. Σύμφωνα με την Παγκόσμια Τράπεζα, οι μεταφορές είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη πηγή εκπομπών άνθρακα που σχετίζονται με την ενέργεια. Ανάλογα με το πού ζείτε, οι μεταφορές συμβάλλουν μεταξύ 12 και 70% της αστικής ατμοσφαιρικής ρύπανσης. Τα στοιχεία στο ιστολόγιο του οργανισμού υποδηλώνουν ότι τουλάχιστον 184.000 θάνατοι το 2010 οφείλονταν στην ατμοσφαιρική ρύπανση.

Τα ηλεκτρικά οχήματα είναι μια φιλική προς το περιβάλλον μορφή μεταφοράς. Ηλεκτρικά αυτοκίνητα, ποδήλατα, τρένα, βάρκες και σκούτερ είναι όλα δυνατά καθώς φέρουν πακέτο μπαταριών και ηλεκτρικό κινητήρα. Στην ΕΕ, η αυστηροποίηση των στόχων για το CO₂ για την αυτοκινητοβιομηχανία οδήγησε τα τελευταία χρόνια σε αύξηση των μεριδίων αγοράς των ηλεκτρικών οχημάτων (Iwan et al., 2021). Τα επαγγελματικά ηλεκτρικά οχήματα είναι επίσης ανοδικά, όπως τα ηλεκτρικά φορτηγά. Αν και μπορεί να μην παράγουν επιβλαβείς εκπομπές, ομολογουμένως τα εργοστάσια που τα κατασκευάζουν μπορεί να το κάνουν όταν παράγουν ηλεκτρική ενέργεια. Η ηλιακή, αιολική, υδροηλεκτρική και γεωθερμία είναι όλες οι μορφές ενέργειας ή σταθμών ενέργειας που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν για να παράγουν ενέργεια για αυτά τα οχήματα και να περιορίσουν τις εκπομπές τους και στη συνέχεια, να μειώσουν τις συνολικές εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου.

Το ποδήλατο είναι η πιο προφανής μορφή βιώσιμης μεταφοράς και εκτός από το ότι βοηθά στη διατήρηση του πλανήτη, παρέχει στον ιδιοκτήτη μια καλή προπόνηση. Τα ποδήλατα είναι προσιτά στην αγορά και η συντήρηση είναι πολύ φθηνότερη από αυτή ενός αυτοκινήτου. Φυσικά, ούτε τα ποδήλατα εκπέμπουν αέρια θερμοκηπίου. (John Pucher & Ralph Buehler 2017)

Ο συνεπιβατισμός (carpooling) δεν είναι τόσο ένας τρόπος μεταφοράς με την έννοια του να είναι ένα όχημα όπως ένα αυτοκίνητο ή ένα ποδήλατο, αλλά είναι ένας τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι μπορούν να μειώσουν την κυκλοφορία στους δρόμους, ιδιαίτερα σε κατοικημένες περιοχές και αστικές περιοχές. (Shaheen, S., et al, 2018). Δεδομένου ότι οι άνθρωποι μοιράζονται ένα όχημα πολλών επιβατών και

όλοι πηγαίνουν προς την ίδια κατεύθυνση, θα υπάρχει λιγότερη κίνηση στους δρόμους και λιγότερη ρύπανση. (Teal, R. F. 1987).

4.5.8 Αυξημένη επίγνωση για τις συνέπειες της κατανάλωσης

Οι καταναλωτές πρέπει να είναι σε θέση να λαμβάνουν ενημερωμένες αποφάσεις όσον αφορά τις αγορές τους, και αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω εκστρατειών ενημέρωσης και εκπαίδευσης, καθώς και μέσω της διαθεσιμότητας πληροφοριών σχετικά με τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές συνέπειες των αγοραστικών τους επιλογών. (Jackson, T. 2009). Η ενημέρωση πρέπει να είναι κάτι περισσότερο από μια τεχνική γνώση, πρέπει να αντικατοπτρίζει μια βασική εκπαίδευση στις αξίες και τις προκλήσεις του πλανήτη μας. Είναι αναγκαία η ανάπτυξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων και άλλων δράσεων που επιτρέπουν στους ανθρώπους να κατανοήσουν την αλυσίδα επιπτώσεων που προκαλεί η καταναλωτική τους συμπεριφορά, από την εκμετάλλευση των φυσικών πόρων έως τη διάθεση των απορριμμάτων. (Orr, D. W. 1994). Οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα να επηρεάζουν τους παραγωγούς και να ωθούν τις εταιρείες να παρέχουν πιο βιώσιμα προϊόντα και υπηρεσίες. Είναι μεγάλης σημασίας η παροχή εκπαίδευσης και ενημέρωσης στους καταναλωτές για τη βιωσιμότητα και την αειφορία, μέσω σχολείων, κολλεγίων, πανεπιστημίων και δημοσίων εκστρατειών ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης. (Sachs, J. D. 2015). Οι καταναλωτές πρέπει να είναι ενεργοί και ενημερωμένοι σχετικά με τις επιλογές τους και τις επιπτώσεις τους στο περιβάλλον και την κοινωνία, ώστε να ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις να προσφέρουν βιώσιμα προϊόντα και υπηρεσίες.

4.6 Μέσα πίεσης καταναλωτών

4.6.1 Περιβαλλοντικές και καταναλωτικές οργανώσεις

Οι περιβαλλοντικές και καταναλωτικές οργανώσεις αποτελούν σημαντικά μέσα πίεσης των καταναλωτών σε εταιρίες. Αυτές οι οργανώσεις μπορούν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών μέσω καμπανιών ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης για τα αποτελέσματα της δραστηριοποίησης των ανθρώπων στο περιβάλλον. (Smith, Ted et al 2007). Οι οργανώσεις αυτές μπορούν να ασκήσουν πιέσεις σε εταιρείες για να τις υποχρεώσουν να χρησιμοποιούν πιο φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές στην παραγωγή και διανομή των προϊόντων τους. Μπορούν να κινητοποιήσουν την κοινή γνώμη για να πείσουν κυβερνήσεις και άλλους φορείς, για να λάβουν μέτρα για τη μείωση της επιβάρυνσης του περιβάλλοντος από τις καταναλωτικές πρακτικές.

Μερικά παραδείγματα περιβαλλοντικών και καταναλωτικών οργανώσεων που ασκούν πίεση στις εταιρείες είναι η Greenpeace, η Sierra Club, η Friends of the Earth και η World Wildlife Fund. Αυτές οι οργανώσεις αποτελούνται από πολίτες που συμμετέχουν ενεργά σε καμπάνιες και δράσεις για τη διατήρηση και προστασία του περιβάλλοντος και τη βελτίωση των καταναλωτικών πρακτικών. Ένα από τα επιτεύγματα που έχουν καταφέρει περιβαλλοντικές και καταναλωτικές οργανώσεις είναι η δημιουργία του σήματος FSC (Forest Stewardship Council) που πιστοποιεί τα προϊόντα από ξυλεία που προέρχονται από δασικές περιοχές που διαχειρίζονται με βιώσιμο τρόπο. Αυτό το σήμα έχει καταστεί διεθνής πιστοποίηση για τη βιώσιμη διαχείριση των δασικών πόρων.

Επιπλέον, έχουν διοργανώσει διαδηλώσεις, αγοραστικά μπλοκιάζ και εκστρατείες για τον περιορισμό της χρήσης πλαστικών και τη διάδοση της ανακύκλωσης. Οι περιβαλλοντικές και καταναλωτικές οργανώσεις έχουν ασκήσει πίεση σε εταιρείες για την εγκατάλειψη της χρήσης των επικίνδυνων χημικών ουσιών στα προϊόντα τους, (Friel, S., et al 2015), καθώς και για τον περιορισμό της εκπομπής αερίων θερμοκηπίου και τη διαχείριση των αποβλήτων και των τοξικών υλικών. Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι περιβαλλοντικές και καταναλωτικές οργανώσεις έχουν επίσης ασκήσει νομικές ενέργειες εναντίον εταιρειών που παραβίασαν τους κανονισμούς περί περιβαλλοντικής προστασίας ή εκπόνησαν ψευδείς ή δηλώσεις εξαπάτησης, σχετικά με τα προϊόντα ή τις προσεγγίσεις τους στο περιβάλλον. Γενικά, οι περιβαλλοντικές και καταναλωτικές οργανώσεις διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ευαισθητοποίηση του κοινού σε θέματα που αφορούν στο περιβάλλον και στην υγεία του ανθρώπου. Στόχος τους είναι η ενημέρωση του κοινού για τους κινδύνους που ενέχει η μη επαρκής προστασία του περιβάλλοντος και της υγείας μας, καθώς και η εξασφάλιση της λήψης

αποτελεσματικών μέτρων πρόληψης και αντιμετώπισης των προκλήσεων αυτών. (Calder, B. J., et al 1981).

4.6.2 Social media

Τα social media τα τελευταία χρόνια , αποτελούν ένα ισχυρό μέσο πίεσης για τις εταιρείες σε σχέση με τις πρακτικές τους. Οι καταναλωτές μπορούν να κάνουν ελέγχους και να εκφράσουν τα παράπονα τους και τις κριτικές τους δημόσια, ενώ η επιρροή τους μπορεί να είναι καθοριστική για την τελική απόφαση της εταιρείας. (Shareef, M. A., et al 2019). Οι καταναλωτές μπορούν να επικοινωνήσουν με τις εταιρείες μέσω των social media και να αναφέρουν προβλήματα, παρέχοντας χρήσιμες πληροφορίες για την βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους. Επιπλέον, οι καταναλωτές μπορούν να δημιουργήσουν πίεση στις εταιρείες μέσω των social media, προωθώντας απόψεις και απαιτήσεις σε σχέση με την αειφορία, τη διαφάνεια και την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων. Επιπλέον, οι καταναλωτές μπορούν να διαδώσουν τις αντιδράσεις τους σε μεγαλύτερο κοινό. Αυτό μπορεί να δημιουργήσει αρνητικό κλίμα για τις εταιρείες και να ασκήσει μεγαλύτερη πίεση για να λάβουν μέτρα. Χρησιμοποιούν τα social media για να καταστήσουν δημόσια τις εμπειρίες τους με μια εταιρεία, καλώντας τους άλλους καταναλωτές να αποφύγουν τη χρήση των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους. Τα social media έχουν δημιουργήσει ένα νέο επίπεδο διαφάνειας και επικοινωνίας μεταξύ των εταιρειών και των καταναλωτών και συμβάλουν στην βελτίωση των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται από τις εταιρείες.

Κατά συνέπεια , οι εταιρείες αναγνωρίζουν τη σημασία των social media στις στρατηγικές τους και αναπτύσσουν ενεργές παρουσίες σε διάφορα κοινωνικά δίκτυα. Αυτό τους επιτρέπει να ανταποκριθούν γρήγορα στα προβλήματα των καταναλωτών και να επικοινωνούν με τους πελάτες τους σε πραγματικό χρόνο, παρέχοντας προσαρμοσμένα μηνύματα και προσφέροντας λύσεις σε προβλήματα. (Shareef, M. A., et al 2019). Ωστόσο, οι εταιρείες πρέπει επίσης να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των καταναλωτών και να βελτιώνουν διαρκώς τις πρακτικές τους.

Οι καταναλωτές μπορούν να ασκήσουν ουσιαστική πίεση σε μεγάλες εταιρείες και σε βιομηχανίες μέσα από τη διοργάνωση εκστρατειών στα social media. Παραδείγματα περιλαμβάνουν εκστρατείες καταναλωτών για τη μείωση της χρήσης πλαστικών σε συσκευασίες και την προώθηση της ανακύκλωσης, όπως η εκστρατεία για τα μακαρόνια στο Ηνωμένο Βασίλειο που συγκέντρωσε πάνω από 70.000 υπογραφές. (<https://www.change.org>)

Τα τελευταία χρόνια, τα social media δημιουργούν ένα νέο τοπίο για τις εταιρείες, προσφέροντας δυνατότητες για βελτιώσεις σε πρακτικές, πιέσεις για τη λήψη έγκαιρων αποφάσεων, και ευκαιρίες για καλύτερη επικοινωνία με τους καταναλωτές. Οι καταναλωτές μπορούν να χρησιμοποιήσουν με μεγάλη ευκολία τα social media, για να ασκήσουν την επιρροή τους σε ζητήματα επιχειρηματικής πρακτικής και κοινωνικής ευθύνης, και να διασφαλίσουν ότι οι επιχειρήσεις λαμβάνουν υπόψη τους τις ανάγκες και τις απαιτήσεις τους.

4.6.3 Μέσα ενημέρωσης

Η δύναμη των μέσων ενημέρωσης σαν μέσο πίεσης στις εταιρείες έχει αυξηθεί ιδιαίτερα με την ανάπτυξη των κοινωνικών μέσων και τη δημοσιοποίηση πληροφοριών και απόψεων στο διαδίκτυο(βλ. 4.6.2). Μπορεί να παρακολουθήσει κανείς ένα blog ή να ακολουθήσει έναν influencer του YouTube ή Instagrammer που μπορεί να αξιολογεί προϊόντα και υπηρεσίες με πιο αντικειμενικό τρόπο, και από προσωπική του εμπειρία, οπότε μπορεί να ενισχύσει την αξιοπιστία τους σε σχέση με τις αναφορές των εταιρειών. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρείες γνωρίζουν τη δύναμη των μέσων ενημέρωσης και επιδίδονται σε προσπάθειες για τον έλεγχο της εικόνας τους στα μέσα αυτά μέσω της διαφήμισης. Αυτό επειδή οι καταναλωτές προτιμούν τις εταιρείες που δρουν με διαφάνεια και αξιοπιστία στις δραστηριότητές τους.

Η εκπαίδευση όμως των καταναλωτών σχετικά με την πλάνη των διαφημίσεων, τους καθιστά πιο ικανούς να φιλτράρουν κάθε διαφήμιση. Η ενημέρωσή τους σχετικά με τα κριτήρια αξιολόγησης των

πληροφοριών των διαφημίσεων μπορεί να βοηθήσει στην αντιμετώπιση της παραπλάνησης και στην προώθηση μιας πιο συνειδητής καταναλωτικής απόφασης. Παράγοντες όπως ο περιορισμός χρόνου και η ψυχολογική επίδραση του μηνύματος, μπορούν να συμπαρασύρουν τους καταναλωτές να αγοράσουν προϊόντα που δεν χρειάζονται ή δεν είναι καθόλου καλά για την υγεία τους. Τα μέσα ενημέρωσης όμως δρουν με ποικίλους τρόπους και αποτελούν ένα πολύ σημαντικό μέσο που επιτρέπει στους καταναλωτές να εκφράσουν τις απόψεις τους, και ασκούν πίεση στους επιχειρηματίες για τη βελτίωση των προϊόντων και υπηρεσιών τους σύμφωνα με τις ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών.

Τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να λειτουργήσουν ως μέσα πίεσης των καταναλωτών σε εταιρίες αναδεικνύοντας πρακτικές που μπορεί να είναι επιζήμιες για τους καταναλωτές, όπως παράνομες δραστηριότητες, κακή ποιότητα προϊόντων ή υπηρεσιών, αδικαιολόγητη αύξηση των τιμών και δημοσιοποίηση παραπλανητικών τακτικών προσέγγισης. Μέσω των MME οι καταναλωτές μπορούν να δημοσιοποιήσουν ως μορφή πίεσης μια αξίωση αποζημίωσης για προβλήματα που αντιμετωπίζουν από ελαττωματικά προϊόντα ή κακής ποιότητας υπηρεσίες κάποιων εταιριών. (Kim, J., & Lim, C. (2021). Τέλος οι καταναλωτές μπορούν να μοιραστούν τις προτιμήσεις τους με άλλους καταναλωτές μέσω των MME, προκειμένου να δημιουργηθεί πίεση στις εταιρείες να παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους. Συνολικά, τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να ασκήσουν πίεση στις εταιρίες και να ενισχύσουν τον ρόλο των καταναλωτών στην αγορά.

4.6.4 Ιστοσελίδες

Οι ιστοσελίδες μπορούν να αποτελούν ένα δυνατό μέσο πίεσης για τους καταναλωτές σε σχέση με τις εταιρείες. Οι καταναλωτές μπορούν να χρησιμοποιήσουν το διαδίκτυο για να δημιουργήσουν κοινότητες και να συζητήσουν για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν με την υπηρεσία ή το προϊόν μιας εταιρείας. Με τη δημιουργία αυτών των κοινοτήτων, οι καταναλωτές μπορούν να εκφράσουν τα παράπονά τους ελεύθερα και να απαιτήσουν δικαιοσύνη και αποζημίωση από τις εταιρείες. Οι ιστοσελίδες κριτικών και αξιολογήσεων, όπως το Yelp και το TripAdvisor, αποτελούν έναν τρόπο για τους καταναλωτές να ανατρέξουν σε ανεξάρτητες αξιολογήσεις και ανασκοπήσεις των εταιριών και των προϊόντων τους. Αυτός ο τύπος ιστοσελίδων μπορεί να επηρεάσει σημαντικά τη φήμη και την αξιοπιστία των εταιριών, ιδίως αν οι αξιολογήσεις είναι αρνητικές ή εάν αναδεικνύουν σημαντικά ατοπήματα, βοηθώντας ταυτόχρονα και άλλους καταναλωτές. (Shareef, M. A., et al 2019).

4.6.5 E-mails

Τα E-mails μπορούν να λειτουργήσουν ως μέσο πίεσης των καταναλωτών σε εταιρίες με πολλούς τρόπους. Οι καταναλωτές μπορούν να στείλουν e-mail απευθείας στην εταιρία για να εκφράσουν τα παράπονά τους ή να αιτηθούν αποζημίωση για οποιοδήποτε πρόβλημα αντιμετωπίζουν με το προϊόν ή την υπηρεσία της εταιρίας. Μπορούν να αποστείλουν τα e-mail τους σε δημόσιους φορείς, όπως οι δημοσιογράφοι, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι προσωπικότητες του διαδικτύου, με στόχο να επικοινωνήσουν τα παράπονά τους σε μεγαλύτερο ακροατήριο. Μια πιο μετριοπαθής στάση είναι να προτρέψουν την εταιρία για μια άμεση λύση του προβλήματος τους στο ίδιο το e-mail, δίνοντας οδηγίες για το πώς θα ήθελαν να επιλυθεί το ζήτημα. Τα e-mails μπορούν να αποτελέσουν αναμφισβήτητο ένα σημαντικό μέσο πίεσης των καταναλωτών σε εταιρίες καθώς δίνουν τη δυνατότητα στους καταναλωτές να επικοινωνήσουν δωρεάν και άμεσα και να καταγγείλουν ζητήματα ποιότητας προϊόντων ή υπηρεσιών.

Μια πιο επιθετική μορφή πίεσης είναι η αποστολή μαζικών e-mails. Έχει εφαρμοστεί εκτενώς και παγκοσμίως αυτή η μέθοδος με την οποία οι καταναλωτές οργανώνουν μια εκστρατεία για την αποστολή μαζικών e-mails στην εταιρία, με στόχο να επισημάνουν ένα πρόβλημα ή μια απογοήτευση που αφορά πολλούς καταναλωτές, ή σε απευθείας επαφή με υψηλόβαθμους εκπροσώπους της εταιρίας. Οι καταναλωτές βρίσκουν τους υψηλόβαθμους εκπροσώπους της εταιρίας και μέσω e-mail, απαιτούν απαντήσεις και λύσεις για τα προβλήματά τους. Αν η εταιρία επιμένει να αγνοεί ή μην ανταποκρίνεται στα e-mails των καταναλωτών, τότε αυτοί μπορούν να καταγγείλουν δημόσια τα παράπονά τους σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, (βλ.4.6.2) προκαλώντας δημοσιότητα στο ζήτημα.

Εν κατακλείδι, τα e-mails μπορούν να αποτελέσουν και αποτελούν ένα ισχυρό μέσο πίεσης των καταναλωτών σε εταιρίες, καθώς δίνουν τη δυνατότητα στους καταναλωτές να επικοινωνήσουν άμεσα και να καταγγείλουν ζητήματα ποιότητας προϊόντων ή υπηρεσιών, ενώ επίσης μπορούν να δημιουργηθούν και κοινωνικές καμπάνιες πίεσης μέσω της αποστολής μαζικών e-mails ή της δημόσιας επίδειξης των παραπόνων των καταναλωτών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

4.7 Ενδεικτικές αναφορές διαμαρτυρίας καταναλωτών την τελευταία 5ετία

4.7.1 Unilever 2020

Η Unilever μετονομάζει την κρέμα δέρματος Fair & Lovely μετά από αντιδράσεις καταναλωτών. Το προϊόν της Unilever, Fair & Lovely, (Ανοιχτόχρωμη & Όμορφη), μια κρέμα λεύκανσης δέρματος, είχε επικριθεί για την προώθηση αρνητικών στερεοτύπων σχετικά με τους σκούρους τόνους του δέρματος. Δύο ξεχωριστές αναφορές παροτρύνουν τη Unilever να σταματήσει την παραγωγή της σειράς, οι οποίες έχουν υπογραφεί από περισσότερα από 18.000 άτομα. Σε μία πρώτη αναφορά υποστηρίχθηκε ότι αυτό το προϊόν έχει βασιστεί, διαιωνιστεί και ωφεληθεί από έναν εσωτερικευμένο ρατσισμό και προωθεί τα αισθήματα κατά της μαύρης φυλής. Περισσότεροι από 11.000 άνθρωποι έχουν υπογράψει αυτή την αναφορά καλώντας τη Unilever να σταματήσει να πουλά το Fair & Lovely, που διατίθεται στην αγορά της Ινδίας και της Μέσης Ανατολής. Μια δεύτερη αναφορά υποστήριξε ότι το όνομα της κρέμας υπονοεί ότι δεν είναι αισθητικά καλό το χρώμα των σκουρόχρωμων ανθρώπων, και ότι πρέπει να είναι ανοιχτόχρωμοι για να νιώθουν όμορφοι και άξιοι.

Οι διαφημίσεις της κρέμας, πρότειναν σε γυναίκες με σκουρόχρωμο δέρμα, να τη χρησιμοποιούν για να φωτίζουν το δέρμα τους, και στη συνέχεια να γίνονται πιο επιτυχημένες. Οι ακτιβιστές έχουν κάνει εκστρατεία για χρόνια κατά της Unilever και σε παρόμοιες εταιρείες να εγκαταλείψουν την επωνυμία ή να σταματήσουν εντελώς την πώληση του προϊόντος. Τις διαφημίσεις για αυτά τα προϊόντα έχουν παρουσιάσει διασημότητες του Bollywood οι οποίοι στο παρελθόν προώθησαν την ικανότητά τους να λευκαίνουν εντυπωσιακά την επιδερμίδα τους. Στον ιστότοπο της Unilever στη Μέση Ανατολή, το προϊόν περιγράφεται ως ικανό να «αποτρέψει το σκουρόχρωμο τόνο του δέρματος».



εικ.9:Πηγή: <https://www.washingtonpost.com>

Η Unilever αποφάσισε το 2020 να μετονομάσει την κρέμα Fair & Lovely σε Glow & Lovely (Λαμπερή & Όμορφη) και να καταργήσει τις αναφορές της σε "λεύκανση" στα προϊόντα, τα οποία πωλούνται σε ολόκληρη την Ασία. Η κίνηση της Unilever έρχεται καθώς εταιρείες καλλυντικών σε όλο τον κόσμο επαναξιολογούν τις σειρές προϊόντων και τις στρατηγικές μάρκετινγκ υπό το φως του κινήματος Black Lives Matters. Η Unilever αναγνώρισε ότι η επωνυμία υποδηλώνει «ένα στερεότυπο ομορφιάς» ενώ δήλωσε στο BBC ότι στέκεται ενάντια στον ρατσισμό και τις διακρίσεις κάθε είδους και υποστηρίζει το κίνημα Black Lives Matter.

Το γεγονός αυτό αναδεικνύει αναμφισβήτητα ότι δύναμη των καταναλωτών μπορεί να συνεισφέρει θετικά σε περιπτώσεις όπου υποδηλώνεται εμμέσως ένας εγγενής φυλετικός ρατσισμός που δεν αρμόζει σε σύγχρονες κοινωνίες όπου η ισότητα των ανθρώπων αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της βιώσιμης ανάπτυξης. (www.washingtonpost.com)

4.7.2 Unilever 2023

Η Unilever βρέθηκε να είναι ο τρίτος κορυφαίος ρυπαντής πλαστικών το 2021, που μολύνει περισσότερες από 30 χώρες στον κόσμο. (Εκθεση reuters 2022). Η Unilever, κατασκευαστής εκατοντάδων οικιακών εμπορικών σημάτων, συμπεριλαμβανομένων του σαπουνιού Dove, του παγωτού Ben & Jerry και της μαγιονέζας Hellmanns, κυκλοφόρησε για πρώτη φορά πλαστικά φακελάκια σε μαζική κλίμακα στην Ινδία τη δεκαετία του 1980. Τώρα, 855 δισεκατομμύρια πλαστικά φακελάκια πωλούνται κάθε χρόνο σε ολόκληρη τη βιομηχανία, αρκετά για να καλύψουν ολόκληρη την επιφάνεια της Γης, σύμφωνα με την A Plastic Planet, μια περιβαλλοντική ομάδα με έδρα το Λονδίνο. Έχουν εξαπλωθεί σε όλο τον αναπτυσσόμενο κόσμο, και μπορούν να περιέχουν τα πάντα, από απορρυπαντικό πλυντηρίων ρούχων μέχρι καρυκεύματα και σνακ σε νοικοκυριά χαμηλού εισοδήματος. Κατασκευασμένα από στρώματα πλαστικού και αλουμινίου, τα φακελάκια αυτά είναι σχεδόν αδύνατο να ανακυκλωθούν και δεν είναι βιοδιασπώμενα.



εικ.10 :Πηγή: <https://www.unilever.com>

Στις Φιλιππίνες, ένα αρχιπέλαγος της Νοτιοανατολικής Ασίας με περισσότερα από 7.600 νησιά και 110 εκατομμύρια ανθρώπους, έχει πλημμυρίσει από σκουπίδια, καθώς οι συσκευασίες από πλαστικά φακελάκια έχουν πολλαπλασιαστεί απειλητικά. Καθημερινά χρησιμοποιούνται 163 εκατομμύρια φακελάκια, πολλά από τα οποία παρασύρονται από τα ποτάμια που ρέουν μέσα στα σκουπίδια, σε πόλεις όπως η Μανίλα, σύμφωνα με μια μελέτη του 2019 από την Global Alliance for Incinerator Alternatives (GAIA). Τα τελευταία χρόνια, η Unilever έχει δεχθεί έντονη κριτική για τα φακελάκια.

Μέσω του παγκόσμιου κινήματος Breakfreefromplastic (BFFP), 117 οργανισμοί από 44 χώρες, υπέγραψαν μια ανοιχτή επιστολή καλώντας τον νέο διευθύνοντα σύμβουλο της Unilever Plc, να εγκαταλείψει τα πλαστικά φακελάκια μιας χρήσης. (BFFP, 2022)

Η ανοικτή επιστολή που εστάλη μέσω του παγκόσμιου κινήματος Breakfreefromplastic έγραφε χαρακτηριστικά: «Εάν τα φακελάκια συνεχίσουν να αποτελούν μέρος του επιχειρηματικού μοντέλου της Unilever, η εταιρεία σας θα αποτύχει να εκπληρώσει τους στόχους της παγκόσμιας δέσμευσης της νέας πλαστικής οικονομίας, (UNEP, 2018) κάτι που θα μπορούσε να σας εκθέτει αρνητικά, σχετικά με τους πολύκροτους ισχυρισμούς βιωσιμότητας της εταιρείας. Ήρθε η ώρα να αυξήσετε τις επενδύσεις σας σε συστήματα επαναχρησιμοποίησης και επαναπλήρωσης που μπορούν να είναι προσιτά σε όλους χωρίς κόστος για το περιβάλλον και την ανθρώπινη υγεία».

Ο Paul Polman, πρώην Διευθύνων Σύμβουλος της Unilever, έγραψε : «Κάναμε λάθος, Πουλούσαμε προϊόντα σε φακελάκια επειδή ήταν πιο προσιτά για άτομα με χαμηλότερα εισοδήματα και πιστεύαμε ότι θα μπορούσαν να αντιμετωπιστούν προσεκτικά στη συνέχεια. Όμως, παρά τις προσπάθειές μας, η συσκευασία αυτής της τόσο μικρής αξίας έχει αποδειχθεί αδύνατο να συλλεχθεί, και πόσο μάλλον να ανακυκλωθεί. Πρέπει να απαλλαγούμε οριστικά από τα επιβλαβή φακελάκια».

Η Unilever ορκίστηκε να αντικαταστήσει τα ρυπογόνα πλαστικά φακελάκια και μετά πάλεψε για να τα κρατήσει

Ωστόσο, παρόλο που τα στελέχη της Unilever έχουν καταγγείλει δημόσια την περιβαλλοντική βλάβη που προκαλεί αυτή η συσκευασία, η πολυεθνική έχει εργαστεί για να υπονομεύσει τους νόμους που στοχεύουν στην εξάλειψη των φακελίσκων σε τουλάχιστον τρεις ασιατικές χώρες, σύμφωνα με το Reuters.

Στη Σρι Λάνκα, η εταιρεία πίεσε την κυβέρνηση να επανεξετάσει την προτεινόμενη απαγόρευση των φακελίσκων και στη συνέχεια προσπάθησε να κάνει ελιγμούς γύρω από αυτήν μόλις επιβλήθηκαν οι κανονισμοί, δήλωσε στο Reuters ανώτερος περιβαλλοντικός αξιωματούχος. Στην Ινδία και τις Φιλιππίνες, η Unilever άσκησε πιέσεις κατά των προτεινόμενων απαγορεύσεων αυτών των συσκευασιών, οι οποίες, υπό αδιευκρίνιστες συνθήκες, άρτηκαν αργότερα από τους νομοθέτες. Το Reuters δεν μπόρεσε να προσδιορίσει εάν το λόμπι της Unilever επηρέασε το αποτέλεσμα, ενώ η Unilever δεν απάντησε σε ερωτήσεις σχετικά με την ματαιωθείσα νομοθεσία. (Reuters, 2022)

Τον Ιούλιο του 2020, ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρίας Jore προχώρησε περισσότερο. «Πρέπει να τα ξεφορτωθούμε», είπε ,απαντώντας σε ερώτηση σχετικά με το πώς η χρήση φακελίσκων ταιριάζει στα δηλωμένα σχέδια της Unilever για μείωση της ρύπανσης από πλαστικό.

Το Reuters διαπίστωσε ότι πέντε τέτοια προγράμματα που ξεκίνησε η Unilever την τελευταία δεκαετία στην Ινδία, τις Φιλιππίνες και τη Σρι Λάνκα -συμπεριλαμβανομένης της νέας τεχνολογίας ανακύκλωσης και των μηχανημάτων αυτόματης πώλησης αναπλήρωσης, έχουν εγκαταλειφθεί ή δεν έχουν προχωρήσει πέρα από το πιλοτικό στάδιο.

Η Unilever ενώ έχει προβληθεί τα τελευταία χρόνια ως μια βιομηχανία που ξεχωρίζει στη βιωσιμότητα, ταυτόχρονα ήταν ο κύριος χρηματοδότης της COP26, της διάσκεψης των Ηνωμένων Εθνών για την κλιματική αλλαγή που πραγματοποιήθηκε στη Γλασκώβη το 2021. Αυτό δικαιολογημένα, προκάλεσε καχυποψία σε πολλές περιβαλλοντικές ομάδες. Το κίνημα #breakfreefromplastic (BFFP) διαμαρτυρήθηκε έντονα για την εταιρική χορηγία της Unilever σε αυτή τη ζωτικής σημασίας σύνοδο κορυφής, δεδομένου ότι τα ρεκόρ της εταιρίας είναι από τα υψηλότερα στον κόσμο ως ρυπαντής πλαστικών.

Κριτική έχει επίσης προέλθει από έναν από τους μεγαλύτερους μετόχους και διευθύνοντος συμβούλου της «Fundsmith LLP», τον Βρετανό διαχειριστή κεφαλαίων Terry Smith. Τον Ιανουάριο στη φετινή ετήσια επιστολή του προς τους επενδυτές της Fundsmith, είπε ότι η Unilever «έχει χάσει ξεκάθαρα το παιχνίδι» σχετικά με τις πράσινες πολιτικές της, και ότι «είχε εμμονή με τη δημόσια προβολή διαπιστευτηρίων βιωσιμότητας». Δεν έδωσε περισσότερες λεπτομέρειες περί αυτού. Οι Smith και Unilever αρνήθηκαν να σχολιάσουν την επιστολή.

Τον Μάιο του 2023, η Unilever έκανε για άλλη μια φορά αναφορά στις δεσμεύσεις του Οκτωβρίου του 2019, να κάνει όλες τις πλαστικές συσκευασίες, συμπεριλαμβανομένων και των φακέλων, επαναχρησιμοποιήσιμες, ανακυκλώσιμες ή βιοδιασπώμενες, έως το 2025.

4.7.3 Toyota 2022

Σύμφωνα με την πρόσφατη προειδοποίηση της IPCC, (Intergovernmental Panel on Climate Change) αναφέρεται ότι η μετάβαση στην πλήρη ηλεκτροκίνηση είναι κρίσιμη για την επίτευξη των στόχων της Συμφωνίας του Παρισιού. Ο κόσμος καταργεί σταδιακά τους κινητήρες εσωτερικής καύσης και στρέφεται σε ηλεκτρικούς λόγω της ταχέως μεταβαλλόμενης ζήτησης των καταναλωτών και των ρυθμιστικών παρεμβάσεων. Σύμφωνα με το Bloomberg , το 13% όλων των πωλήσεων νέων αυτοκινήτων παγκοσμίως το 4ο τρίμηνο του 2021 ήταν ηλεκτρικά. Ωστόσο, σύμφωνα με αναλυτές στο InfluenceMap (αναφορά του Bloomberg), η Toyota καταβάλλει κάθε προσπάθεια προς την αντίθετη κατεύθυνση, και περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη εταιρεία αυτοκινήτων για να ανατρέψει αυτή την πρόοδο και να επιβραδύνει τη στροφή προς την ηλεκτροκίνηση. Η ίδια η εταιρία σχεδιάζει μόνο το

14% της συνολικής παραγωγής της, να είναι EV στο τέλος της δεκαετίας. Σύμφωνα με αυτήν την έκθεση, η Toyota θα χάσει τις δεσμεύσεις της σχετικά με τη Συμφωνία του Παρισιού.

Το SumOfUs, ένα παγκόσμιο κίνημα καταναλωτών, επενδυτών και εργαζομένων, παρέδωσε μια αναφορά στην Toyota, υπογεγραμμένη από περισσότερα από 110.000 μέλη του, συμπεριλαμβανομένων 10.000 οδηγών της Toyota. Απαιτώντας από την αυτοκινητοβιομηχανία να σταματήσει να «πιέζει για να αποτρέψει τις τάσεις για τα ηλεκτρικά οχήματα και τους νόμους για καθαρό αέρα», στις 12 Ιουνίου, λίγες ώρες πριν το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο συζητήσει το νέο CO2 πρότυπο απόδοσης εκπομπών, για το μπλοκ των 27 χωρών. Αυτή ήταν μια καίρια νίκη για το κίνημα και για το κλίμα, για πράσινες θέσεις εργασίας και για καθαρότερο αέρα στην Ευρώπη. Οι αυτοκινητοβιομηχανίες όπως η Toyota άσκησαν πιέσεις κατά αυτού του νόμου, αλλά οι Υπουργοί Περιβάλλοντος της ΕΕ ευτυχώς στάθηκαν στο ύψος των περιστάσεων.

Σήμερα, 2023 (New York Times, 2023) η Toyota είναι αυτή που μαθαίνει από τους αντιπάλους της. Η εταιρεία υιοθετεί τεχνικές από την Tesla. Στην Κίνα, έχει συνεργαστεί με την BYD με την ελπίδα να απορροφήσει την τεχνολογία ηλεκτροκινητήρα και μπαταρίας. (<https://www.nytimes.com>)

4.7.4 Chevron 2021

Η μεγάλη αμερικανική πετρελαϊκή Chevron ελέγχεται λόγω ανησυχιών ότι παραποιεί συνεχώς την εικόνα της στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, την τηλεόραση και με άλλους τρόπους μάρκετινγκ για να φαίνεται φιλική προς το κλίμα και προσανατολισμένη στη φυλετική δικαιοσύνη, ενώ οι επιχειρηματικές της δραστηριότητες βασίζονται σε μεγάλο βαθμό σε ορυκτά καύσιμα που ρυπαίνουν το κλίμα και βλάπτουν δυσανάλογα τις έγχρωμες κοινότητες. (financial times 2021) Τον Μάρτιο του 2021, η Global Witness, η Earthworks και η Greenpeace USA, υπέβαλαν από κοινού μια πρωτοποριακή καταγγελία στην Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου των ΗΠΑ (Federal Trade Commission ή FTC) σχετικά με τις παραπλανητικές διαφημίσεις του πετρελαϊκού γίγαντα. Η καταγγελία υποστηρίζει ότι η παραπλανητική περιγραφή της Chevron για τις επιχειρηματικές της δραστηριότητες, έρχεται σε αντίθεση με τις κατευθυντήριες γραμμές διαφήμισης «Πράσινοι Οδηγοί», που έχουν θεσπιστεί από την FTC. Έχουν σχεδιαστεί για να βοηθούν τους εμπόρους να αποφεύγουν παραπλανητικούς περιβαλλοντικούς ισχυρισμούς. Η δράση της FTC με αυτήν την καταγγελία θα ήταν η πρώτη σχετικά με την χρήση των Green Guides. Στρέφεται εναντίον οποιασδήποτε εταιρείας ορυκτών καυσίμων κατηγορείται για παραπλάνηση του κοινού σχετικά με τις κλιματικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις των δραστηριοτήτων της. (GlobalWitness, 2021). Ζήτησαν λοιπόν από την FTC με αυτή την καταγγελία, να απαιτήσει από τη Chevron να αφαιρέσει τις παραπλανητικές διαφημίσεις και να απέχει από τη δημοσίευση παραπλανητικών διαφημίσεων στο μέλλον, διότι θα αντιμετωπίσει, τις σχετικές κυρώσεις.

Η Chevron, ενώ είναι η δεύτερη πιο ρυπογόνος εταιρεία στον κόσμο, προσπαθεί να παραπλανήσει τους καταναλωτές μέσω ορισμένων ισχυρισμών που αποδεικνύονται στην καταγγελία ψευδείς: Ένα tweet τον Οκτώβριο του 2020, παρουσιάζει την Chevron ως πρωτοπόρο στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής: «Αναλαμβάνουμε δράση για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής [...]». Στην πραγματικότητα, οι επενδύσεις της Chevron στην καθαρή ενέργεια αποτελούν ένα ελάχιστο ποσοστό των συνολικών δαπανών της, όπως περιγράφει η καταγγελία. Μόνο το 0,2% των κεφαλαιουχικών δαπανών της Chevron την περίοδο 2010-2018 ήταν σε πηγές ενέργειας χαμηλών εκπομπών άνθρακα. Η ετήσια έκθεση της Chevron από το 2019 δείχνει ότι η καθαρή παραγωγή αργού πετρελαίου, φυσικού αερίου και πετρελαίου αυξήθηκε το 2019 σε σύγκριση με το 2018 και το 2017. (financial times 2021) Στον ιστότοπο της εταιρείας αναρτήθηκαν την ίδια περίοδο ισχυρισμοί που ενισχύουν αυτή την παραπλανητική δήλωση: «Προστατεύουμε το περιβάλλον μέσω καινοτομιών και περιβαλλοντικά υπεύθυνων λειτουργιών». Στην πραγματικότητα, η Chevron είναι η δεύτερη πιο ρυπογόνος εταιρεία στον κόσμο και έχει συνεισφέρει περισσότερους από 43,35 δισεκατομμύρια τόνους ισοδύναμου διοξειδίου του άνθρακα σε αέρια θερμοκηπίου από το 1965. Κοιτάζοντας στο μέλλον, η ανάλυση των δεδομένων από την ενεργειακή συμβουλευτική εταιρεία Rystad Energy δείχνει ότι η

Chevron προβλέπεται να αυξήσει τη συνολική παραγωγή πετρελαίου κατά 11% από το 2019 έως το 2030.

Μια τηλεοπτική διαφήμιση του 2020 αναφέρει: «Για να μετατρέψουμε τα αγροτικά μας απόβλητα σε ανανεώσιμο φυσικό αέριο συνεργαζόμαστε με την California Bioenergy για την παραγωγή εναλλακτικής πηγής ενέργειας για μια καθαρή πορεία προς τα εμπρός». Στην πραγματικότητα όμως, η χρήση βιομεθανίου από τη Chevron δεν είναι «καθαρή» ή μια πραγματικά ανανεώσιμη πηγή καυσίμου, περιγράφει η καταγγελία. Τα έργα βιομεθανίου της Chevron βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στην εκτροφή ζώων με υψηλές συγκεντρώσεις σε εργοστασιακές φάρμες, οι οποίες έχουν αρνητικές επιπτώσεις στην ανθρώπινη και περιβαλλοντική υγεία και διαιωνίζουν ένα επιζήμιο και μη βιώσιμο γεωργικό μοντέλο. Το βιομεθάνιο, όπως και το ορυκτό αέριο, είναι επίσης ένα ισχυρό αέριο θερμοκηπίου – και διαρρέει στην ατμόσφαιρα σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού, συμβάλλοντας άμεσα στην υπερθέρμανση του πλανήτη. (financial times 2021)

Εμφανίζεται επίσης η Chevron ως υπέρμαχος της φυλετικής και κοινωνικής δικαιοσύνης και τον Ιούνιο του 2020 στο επίσημο twitter της γράφει: «Ο ρατσισμός δεν έχει θέση στην Αμερική. Υποστηρίζουμε την μαύρη κοινότητα και όσους επιθυμούν την αλλαγή». Στην πραγματικότητα, οι επιχειρηματικές δραστηριότητες της Chevron επιδεινώνουν σοβαρά τις φυλετικές ανισότητες και βλέπουν δυσανάλογα τους έγχρωμους. Για παράδειγμα, το 2012, στο διυλιστήριο της Chevron στο Ρίτσμοντ της Καλιφόρνια ξέσπασε πυρκαγιά που είχε ως αποτέλεσμα 15.000 άνθρωποι, οι περισσότεροι από το 20% περίπου του έγχρωμου πληθυσμού της πόλης και 41 % των Λατίνων, παρουσίασαν σοβαρά προβλήματα υγείας, όπως πόνους στο στήθος και πονοκεφάλους που προκλήθηκαν από τον τοξικό καπνό της πυρκαγιάς. Αργότερα η Chevron αρνήθηκε να αναλάβει τις ευθύνες της, αλλά μετά από διαμάχες σε έξι ποινικές κατηγορίες, συμφώνησε να πληρώσει 2 εκατομμύρια δολάρια σε πρόστιμα και αποζημιώσεις. (financial times 2021)

Η FTC θεωρεί πλέον υπεύθυνη τη Chevron για τους παραπλανητικούς ισχυρισμούς της στη διαφήμιση και το μάρκετινγκ, και εργάζεται για να διασφαλίσει ότι το εταιρικό «greenwashing» δεν θα παραμένει ανεξέλεγκτο.

4.7.5 "Let it Spoil!": Το μπιόκοτάζ του Μαρόκου 2018

Στις 20 Απριλίου 2018, ανώνυμοι ακτιβιστές στον κυβερνοχώρο του Μαρόκου, δημοσίευσαν εκκλήσεις σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης για μπιόκοτάζ που στόχευε τρεις εταιρείες: Afriquia Βενζινάδικα, Sidi Alí εμφιαλωμένο νερό, και γαλακτοκομικά προϊόντα Centrale Danone. Το μπιόκοτάζ αντιπροσώπευε ένα εργαλείο πίεσης με στόχο την πτώση της υψηλής τιμής αυτών των προϊόντων, ενώ οι Μαροκινοί αντιμετώπιζαν οικονομικές δυσκολίες τα τελευταία χρόνια. Τα μπιόκοτάζ επέλεξαν να στοχεύσουν αυτές τις τρεις εταιρείες, δεδομένου ότι συμβολίζουν μια οικονομία που κυριαρχείται από μεγάλες ομάδες που συνδέονται με μια επιχειρηματική και πολιτική ελίτ ή ξένες μάρκες. (Reuters, 2018) Μέσα σε δύο εβδομάδες από την έναρξή της στις 20 Απριλίου 2018, περισσότερο από το 90% των Μαροκινών γνώριζαν την εκστρατεία και σχεδόν τα τρία τέταρτα των πολιτών συμμετείχαν με κάποιο τρόπο. (Masbah, M. 2018). Είναι ενδιαφέρον ότι το μπιόκοτάζ φαίνεται να είναι μια συλλογική δράση με γνώμονα τη νεολαία, καθώς σχεδόν το 93% των συμμετεχόντων, σε μια έρευνα που ανατέθηκε από το l'economiste, μεταξύ 15 και 24 ετών γνώριζαν την εκστρατεία μπιόκοτάζ. Ενώ το δεδηλωμένο κίνητρο του μπιόκοτάζ ήταν να εξυπηρετήσει τους οικονομικούς στόχους του καταναλωτή (δηλαδή την έκκληση για μείωση της τιμής των προϊόντων), μπορεί επίσης να θεωρηθεί ως εργαλείο πολιτικής δέσμευσης. Είναι επίσης ένα ακίνδυνο εργαλείο για κοινωνική και πολιτική κινητοποίηση που επέτρεψε στους ακτιβιστές να συμμετέχουν πολιτικά και να ασκούν επιρροή χωρίς να διακινδυνεύουν την απειλή της κρατικής καταστολής.

Σελίδες Facebook με περισσότερους από 2 εκατομμύρια χρήστες είχαν υποστηρίξει την εκστρατεία, την οποία καμία πολιτική δύναμη ή ομάδα της κοινωνίας των πολιτών δεν έχει αναλάβει, αλλά η οποία στοχεύει να εκφράσει την απογοήτευση που νιώθουν πολλοί Μαροκινοί για την κατάστασή τους. Οι τρεις εταιρείες δεν έχουν αναφέρει λεπτομερώς τον αντίκτυπο στις επιχειρήσεις τους, αλλά πολλά

παντοπωλεία στην πρωτεύουσα Ραμπάτ δήλωσαν ότι είχαν πουλήσει λιγότερο γάλα και νερό από τις επιχειρήσεις που δέχτηκαν πυρά. Μια έρευνα στην εφημερίδα L'Economiste έδειξε ότι το 42% υποστήριζε το μπόϊκοτάζ. Μεταξύ εκείνων που υποστήριζαν την εκστρατεία, το γάλα βρέθηκε στο στόχαστρο κατά 95%, το μεταλλικό νερό κατά 78% και η Afriquia κατά 52%. Ο Πρωθυπουργός Saad Eddine El Othmani προέτρεψε τις εταιρείες να μειώσουν τις τιμές των δημοφιλών αγαθών, ενώ αποστασιοποιήθηκε από άλλους αξιωματούχους που είχαν χαρακτηρίσει το μπόϊκοτάζ ως αυταπάτη. Εκπρόσωπος της Centrale Danone, μιλώντας στην εθνική τηλεόραση, αναγνώρισε τον αντίκτυπο στις πωλήσεις χωρίς να δώσει λεπτομέρειες. Για τον ιερό μήνα του Ραμαζανιού, η εταιρεία μείωσε τη λιανική τιμή του γάλακτος κατά ένα ντιρχάμ το λίτρο. Η εταιρεία δήλωσε στο Reuters μέσω email ότι λόγω του μπόϊκοτάζ και παρά την προσωρινή μείωση των τιμών της, αποφάσισε την Τετάρτη να μειώσει κατά 30% την ποσότητα γάλακτος που συλλέγει από τους 120.000 αγρότες που της το προμηθεύουν. Αυτό θα επηρέαζε επίσης το προσωπικό της, καθώς η εταιρεία είτε ότι θα τερματίσει τις βραχυπρόθεσμες συμβάσεις έκτακτων εργαζομένων, χωρίς να δώσει τον ακριβή αριθμό. (Masbah, M. 2018).

Η έκκληση για μπόϊκοτάζ προκάλεσε κοινοβουλευτική έρευνα για τις τιμές των καυσίμων. Το κίνημα μπόϊκοτάζ του Μαρόκου ξεκίνησε μέσω του Facebook, του WhatsApp και άλλων μέσων κοινωνικής δικτύωσης με τα hashtags "Let It Spoil", "Say No to High Prices". (Chtatou, Mohamed. 2018). Μέχρι τα τέλη Μαΐου του 2018, το πεδίο εφαρμογής του μπόϊκοτάζ επεκτάθηκε στις ιχθυαγορές λόγω των υψηλών τιμών, και τα hashtags «αφήστε το να σαπίσει» και «αφήστε το να κολυμπήσει» έγιναν viral. (Ben Saga, Ahlam. 2018). Η στρατηγική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ήταν ένα αποτελεσματικό εργαλείο στην εκστρατεία μπόϊκοτάζ, καθώς την καθιστά διάχυτη και σχεδόν αδύνατη την καταστολή της, καθώς όσοι βρίσκονται πίσω από την εκστρατεία παρέμειναν ανώνυμοι, έμειναν μακριά από τους δρόμους και ήταν επιλεκτικοί στους στόχους τους. (Saleh, Heba. 2018)

Η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της εκστρατείας μπόϊκοτάζ προκάλεσε ανάμεικτες αντιδράσεις. Από τη μία πλευρά, είχε πολιτικές και οικονομικές προεκτάσεις. Κλόνισε την εμπιστοσύνη στην ικανότητα της κυβέρνησης να προστατεύσει τους πολίτες, οδήγησε στην απόλυση αρκετών υπουργών και ώθησε μια εταιρεία να μειώσει την τιμή των προϊόντων της. Η Centrale Danone ανακοίνωσε πτώση της τιμής των γαλακτοκομικών προϊόντων της στο Μαρόκο στις 5 Σεπτεμβρίου. Ωστόσο, τα μπόϊκοτάζ απέρριψαν την προσφορά και διατήρησαν την αντιπαράθεση.

Η περίπτωση του μπόϊκοτάζ του Μαρόκου είναι μεν ένα κίνημα καταναλωτών που με τις επιλογές τους άσκησε πιέσεις σε μεγάλες εταιρίες, ταυτόχρονα υπήρξε δε κίνημα με πολιτικές διαστάσεις, αφού οι επιπτώσεις της εκστρατείας ήταν πρωτοφανείς. Οι πολλαπλές θέσεις της κυβέρνησης ώθησαν τους μπόϊκοτέρς να υιοθετήσουν πιο σκληρές θέσεις. Για παράδειγμα, όταν ο Lahcen Daoudi, Υπουργός Διακυβέρνησης, διαμαρτυρήθηκε μαζί με τους εργαζόμενους της Danone ενάντια στην εκστρατεία, οι μπόϊκοτέρς κλιμάκωσαν τα αιτήματά τους και ζήτησαν την παραίτησή του. (Masbah, M. 2018).



εικ.11 πηγή : Masbah, M. 2018

4.7.6 McDonald's 2018

Το 2018, η McDonald's ανακοίνωσε ότι θα αντικαθιστούσε τα πλαστικά καλαμάκια της με χάρτινα, μετά από πίεση από καταναλωτές και οικολογικές οργανώσεις. Η προσπάθεια των καταναλωτών για την αντικατάσταση των πλαστικών καλαμακίων της McDonald's με χάρτινα ξεκίνησε με μια online αίτηση προς την εταιρεία από τον Ryan Hickman, ένα πεντάχρονο αγόρι από τη Νότια Καλιφόρνια, τον Ιανουάριο του 2017. Ο Ryan είχε ξεκινήσει με την βοήθεια του πατέρα του, μια επιχείρηση ανακύκλωσης όταν ήταν μόλις τριών ετών. Είχε συλλέξει περισσότερα από 50.000 μπουκάλια και κουτιά στο σπίτι του. Η προσπάθεια συνεχίστηκε με μια σειρά από αιτήματα από πολλούς, προς την McDonald's, φτάνοντας τις 500.000 υπογραφές. Με αυτόν τον τρόπο, δόθηκε μεγάλη δημοσιότητα στο ζήτημα και η McDonald's υποχρεώθηκε να λάβει δράση.



εικ.12 Πηγή: www.theguardian.com

Στις 20 Ιουλίου 2018, ως απάντηση στην πίεση του κοινού, η McDonalds απομακρύνεται από τα πλαστικά καλαμάκια στην Αυστραλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία με δοκιμές εναλλακτικών λύσεων στο Βέλγιο, τις ΗΠΑ, τη Γαλλία, τη Σουηδία και τη Νορβηγία, (<https://actions.eko.org>) με στόχο να τα εξαλείψει πλήρως και από παντού, μέχρι το 2025. Η εταιρεία

αντικατέστησε σταδιακά τα πλαστικά καλαμάκια με χάρτινα στα καταστήματά της σε όλο τον κόσμο και έγινε έτσι η πρώτη μεγάλη αλυσίδα γρήγορου φαγητού που έλαβε μέτρα για να αντιμετωπίσει το πρόβλημα των πλαστικών σκουπιδιών στα καταστήματά της.

Η πρωτοβουλία του Ryan Hickman και η αντίδραση των καταναλωτών στο θέμα των πλαστικών καλαμακίων, ωστόσο, αποδεικνύει ότι οι ενέργειες των μεμονωμένων ατόμων μπορούν να επηρεάσουν θετικά τις μεγάλες εταιρείες και να συμβάλουν στην κοινωνική αλλαγή.

Τέλος, η πρωτοβουλία της McDonald's για τα πλαστικά καλαμάκια έχει επηρεάσει και άλλες εταιρείες στον κλάδο του φαγητού. Οι εταιρείες Starbucks και Costa Coffee, Wetherspoons και Pizza Express, έχουν επίσης ανακοινώσει ότι θα αντικαταστήσουν τα πλαστικά καλαμάκια με χάρτινα. (www.theguardian.com)

4.8 Συγκεντρωτικός πίνακας αναφορών διαμαρτυρίας καταναλωτών

Όνομα Εταιρίας	Μορφή Πίεσης	Οργάνωση	Λόγος διαμαρτυρίας	Μέσα πίεσης	Συμμετέχοντες	Αποτέλεσμα	χρονολογία
Βενζινάδικα Afriquia	μποϊκοτάζ	Ανώνυμοι πολίτες	Υψηλές τιμές	Facebook, WhatsApp	2000000 ανώνυμοι ακτιβιστές	θετικό	2018
Γαλακτοβιομηχανία Centrale Danone	μποϊκοτάζ	Ανώνυμοι πολίτες	Υψηλές τιμές	Facebook, WhatsApp	2000000 ανώνυμοι ακτιβιστές	θετικό	2018
εμφιαλωμένο νερό Sidi Ali	μποϊκοτάζ	Ανώνυμοι πολίτες	Υψηλές τιμές	Facebook, WhatsApp	2000000 ανώνυμοι ακτιβιστές	θετικό	2018
Unilever	Ανοικτή επιστολή	Ανώνυμοι πολίτες	Υπονοούμενος ρατσισμός	E-mails	18.000 καταναλωτές	θετικό	2020
Toyota	Αναφορά διαμαρτυρίας	SumOfUs	Αθέμιτος ανταγωνισμός	Έγγραφο αναφορά	110.000 καταναλωτές	θετικό	2022
Πετρελαϊκή Chevron	Καταγγελία	Global Witness, Earthworks, Greenpeace	Παραπλανητική διαφήμιση	Έγγραφο αναφορά	Περιβαλλοντικές οργανώσεις	θετικό	2021
McDonald's	Επιστολές διαμαρτυρίας	Ανώνυμοι πολίτες	Πλαστικά απόβλητα	E-mails	500.000 καταναλωτές	θετικό	2018
Unilever	Ανοικτή επιστολή	Break free from plastic	Πλαστικά απόβλητα	Έγγραφο αναφορά	117 οργανισμοί 44 χώρες	ικανοποιητικό	2023

5. Συμπεράσματα – Συζήτηση

Η αειφορία και ο καπιταλισμός είναι δύο έννοιες που συνήθως αλληλοσυνδέονται, καθώς ο καπιταλισμός είναι η κυρίαρχη οικονομική συνθήκη στη σύγχρονη κοινωνία. Ωστόσο, υπάρχουν αρκετές παγίδες και δυσκολίες που επηρεάζουν τη δημιουργία και τη διατήρηση ενός αειφόρου κόσμου στο πλαίσιο του καπιταλισμού. Ο καπιταλισμός έχει ως κύρια αρχή τη δημιουργία κέρδους και την αύξηση της παραγωγής. Η προτεραιότητα στο κέρδος εμποδίζει τις επενδύσεις σε βιώσιμες τεχνολογίες και περιβαλλοντικά βιώσιμες πρακτικές. Οι επενδυτές πολλές φορές εστιάζουν σε κερδοσκοπικές στρατηγικές που είναι σύντομης διάρκειας, αντί να εστιάζουν σε διαρκείς και βιώσιμες επενδύσεις. Αυτό έχει συνέπειες στην εργασιακή ασφάλεια και στα αδιέξοδα των περιβαλλοντικών συνθηκών. Ο έντονος ανταγωνισμός προκαλεί πίεση στις τιμές των προϊόντων και υπηρεσιών, με αποτέλεσμα τη μείωση των περιβαλλοντικών προτύπων και τη χρήση φθηνότερων, περισσότερο ρυπογόνων μεθόδων παραγωγής. Η εταιρική αναπτυξιακή διαδικασία των επιχειρήσεων είναι δαπανηρή και ασύμβατη με την αειφορία. Ωστόσο, οι επιχειρήσεις μπορούν να αναπτύξουν επιχειρηματικά μοντέλα που θα εστιάζουν στη δημιουργία οικολογικών και κοινωνικά δίκαιων λύσεων. Έτσι η επιχειρηματικότητα και η αειφορία γίνονται συμβατές και οι επιχειρήσεις μπορούν να επιτύχουν τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη παράλληλα. Οι πολιτικοί ηγέτες από την πλευρά τους καθυστερούν ή αδρανούν στο να τεθούν απαιτητικοί περιβαλλοντικοί κανονισμοί, προκειμένου να διατηρήσουν καλές οικονομικές σχέσεις με τις επιχειρήσεις.

Η επανεξέταση της έννοιας της ευημερίας είναι σημαντική για να προωθήσουμε μια βιώσιμη και ισορροπημένη οικονομία. Ο πραγματικός πλούτος δεν προκύπτει απαραίτητως από τον ανεξέλεγκτο καταναλωτισμό, αλλά από την επανεκτίμηση των αξιών μας και την εύρεση ευτυχίας σε πιο βιώσιμες πηγές. Η ποιότητα ζωής μας δεν μετριέται μόνο από τα υλικά αγαθά που κατέχουμε, αλλά και από το βαθμό της αρμονίας και ικανοποίησης που αισθανόμαστε στις καθημερινές μας εμπειρίες. Οι καταναλωτικές μας συνήθειες και ο τρόπος ζωής μας μπορούν να τιθασεύσουν τον άκρατο καπιταλισμό του κέρδους και της απληστίας. Η αλλαγή των επιλογών μας και οι δράσεις μας ως καταναλωτές, μπορούν να δημιουργήσουν τη ζήτηση για βιώσιμα και αειφόρα προϊόντα, πιέζοντας έτσι τις επιχειρήσεις να προσαρμοστούν σε αυτά τα νέα αξιώματα. Οι καταναλωτικές μας συνήθειες και ο τρόπος ζωής μας μπορούν να επηρεάσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που αγοράζουμε ενώ οι επιλογές μας μπορούν να οδηγήσουν σε ολοένα και περισσότερες βιώσιμες επιλογές κατανάλωσης. Όσο περισσότερο επιλέγουμε βιώσιμα προϊόντα και δράσεις αειφορίας, τόσο περισσότερο επηρεάζουμε την πορεία της κοινωνίας μας προς μια πιο βιώσιμη και φιλική προς το περιβάλλον κατεύθυνση. Οι έξυπνες εταιρείες έχουν αρχίσει ήδη να αντιλαμβάνονται ότι οι περιβαλλοντικές ανησυχίες και η επιτυχία των επιχειρήσεων είναι αναπόσπαστα συνδεδεμένες και έχουν αρχίσει να εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται από περιβαλλοντικές προκλήσεις.

Οι καταναλωτές είναι οι πιο σημαντικοί παράγοντες στη διατήρηση μιας αειφόρου κοινωνίας. Επιλέγοντας βιώσιμα προϊόντα, όπως προϊόντα με σήμανση για βιώσιμη παραγωγή ή πιστοποιητικά ποιότητας, μπορούν να ενισχύσουν τις εταιρείες που επιδιώκουν να παράγουν προϊόντα με χαμηλότερη επίδραση στο περιβάλλον και μεγαλύτερη φροντίδα για τους εργαζόμενους και τις κοινότητες. Οι καταναλωτές που είναι πλήρως ενημερωμένοι για τις συνέπειες των καταναλωτικών τους αποφάσεων στο περιβάλλον και στην κοινωνία είναι πιο πιθανό να αναζητούν περιβαλλοντικά και κοινωνικά υπεύθυνα προϊόντα και υπηρεσίες, προωθώντας διαρκώς τη βιωσιμότητα στην αγορά. Η επιλογές μας ως καταναλωτές σε προϊόντα και υπηρεσίες με βάση τα κριτήρια της βιωσιμότητας μπορούν να επηρεάσουν τους παραγωγούς να λαμβάνουν πιο αειφόρες αποφάσεις και να συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη. Έχουμε τη δυνατότητα να επηρεάζουμε τον κόσμο μέσω της καταναλωτικής μας επιλογής, και συνεπώς δεν μπορούμε να συνεχίσουμε να αγνοούμε την επίδραση της κατανάλωσής μας στον πλανήτη, στην εργασία και στις κοινότητες των ανθρώπων.

Οι εταιρείες μπορούν να αντιμετωπίσουν την πρόκληση αυτή της αλλαγής και μέσω της καταναλωτικής τάσης, να επηρεάσουν και άλλες επιχειρήσεις να ακολουθήσουν το παράδειγμα. Ούτως ή άλλως η

αιεφορία δεν είναι μόνο μια ανταγωνιστική προτεραιότητα για τις επιχειρήσεις, αλλά και μια ηθική υποχρέωση. Η συνεργασία δε με άλλες επιχειρήσεις, κυβερνητικούς φορείς, μη κυβερνητικές οργανώσεις και καταναλωτές μπορεί να τους δώσει το απαραίτητο πολιτικό και κοινωνικό μήνυμα για την υλοποίηση κι άλλων βιώσιμων πρακτικών.

Οι καταναλωτές μπορούμε να συνεισφέρουμε σε προγράμματα προστασίας του περιβάλλοντος, σε εκστρατείες και πρωτοβουλίες που προωθούν αιεφόρες πρακτικές και πολιτικές, να απαιτούμε την λήψη περιβαλλοντικά υπεύθυνων αποφάσεων σε επίπεδο πολιτικής και οικονομίας. Ο αντίκτυπος των καταναλωτών στην αιεφορία είναι σημαντικός γιατί οι επιχειρήσεις σπάνια επιδιώκουν τη βιωσιμότητα από μόνες τους και είναι στην πλειοψηφία τους επιρρεπείς στις αγοραστικές τάσεις των πελατών τους. Επομένως, όσο περισσότερο οι καταναλωτές ζητούν βιώσιμα και αιεφόρα προϊόντα, τόσο περισσότερο οι επιχειρήσεις θα αναζητήσουν τρόπους να προσαρμοστούν σε αυτές τις απαιτήσεις και να αναπτύξουν οικολογικότερες και βιωσιμότερες λύσεις, επηρεάζοντας έτσι την αιεφορία. Οι καθημερινοί, μη εξουσιοδοτημένοι άνθρωποι επιβάλλεται να συνεχίσουν από μόνοι τους να δημιουργούν νέα δίκτυα συνεργασίας, νέες πηγές χρηματοδότησης και να ξεκινήσουν τους δικούς τους αγώνες. Οι καταναλωτές έχουμε το δικαίωμα και την ευθύνη να λαμβάνουμε δεόντως υπόψη τις συνέπειες των αγοραστικών μας επιλογών για την κοινωνία και το περιβάλλον.

Βιβλιογραφία

Ξένη Βιβλιογραφία

- 1 Akamani, K. (2012). A community resilience model for understanding and assessing the sustainability of forest-dependent communities. *Human Ecology Review*.
- 2 Amin, S. (1976). Social characteristics of peripheral formations: an outline for an historical sociology. *Berkeley Journal of Sociology*.
- 3 Autor, D. H., Katz, L. F., & Kearney, M. S. (2008). Trends in US wage inequality: Revising the revisionists. *The Review of economics and statistics*.
- 4 Bauman, Z. (1998a). *Work, consumerism and the new poor*. Open University Press.
- 5 Bauman, Z. (1998b). *Globalization: The Human Consequences*. Columbia University Press.
- 6 Bebbington, J. (2001). Sustainable development: a review of the international development, business and accounting literature. In *Accounting Forum*. Taylor & Francis.
- 7 Belk, R. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*
- 8 Ben Saga, Ahlam. "It's Been a Bumpy Ride: A Recap of the Moroccan Boycott." *Morocco World News*, 22 May 2018, boycott.moroccoworldnews.com/2018/05/246931/prices-economy-moroccan-boycott/.
- 9 Billatos B, Basally N. Green (1998) *Technology and Design for the Environment*. Washington, DC: Taylor & Francis.
- 10 Biswas, A. (2017). A consumption value-gap analysis for sustainable consumption.
- 11 Blanchflower, D. G., & Oswald, A. J. (2011). International happiness: A new view on the measure of performance. *Academy of Management Perspectives*.
- 12 Block, F., & Somers, M. R. (2017). Karl Polanyi in an Age of Uncertainty. *Contemporary Sociology*.
- 13 Braudel, F. (1992). *Civilization and capitalism, 15th-18th Century, Vol. I: The structure of everyday life (Vol. 1)*. Univ of California Press.
- 14 Brundtland, G. H. (1987). Report of the World Commission on environment and development: "our common future". UN.
- 15 Calder, B. J., Phillips, L. W., & Tybout, A. M. (1981). Designing research for application. *Journal of consumer research*.
- 16 Carson, R. (1962). Of man and the stream of time (Vol. 36, No. 4). Scripps College.
- 17 Chiou T-Y, Chan K C, Lettice F, Chung S.H (2011) The influence of greening the suppliers and green innovation on environmental performance and competitive advantages in Taiwan. *Transport. Res. E- Log*.
- 18 Chtatou, Mohamed. "Cyber Democracy Slowly but Surely Arrives to Morocco." *Cyber Democracy Slowly but Surely Arrives to Morocco, The Washington Institute for Near East Policy*, 3 Aug. 2018, boycott.washingtoninstitute.org/fikraforum/view/cyber-democracy-slowly-but-surely-arrives-to-morocco.
- 19 Clube, R. K., & Tennant, M. (2020). Exploring garment rental as a sustainable business model in the fashion industry: does contamination impact the consumption experience?. *Journal of Consumer Behaviour*.
- 20 Cordova-Buiza, F., Paucar-Caceres, A., Quispe-Prieto, S. C., Rivera-Garré, A. P., Huerta-Tantalean, L. N., Valle-Paucar, J. E., ... & Burrowes-Cromwell, T. (2022). Strengthening collaborative food waste prevention in Peru: towards responsible consumption and production. *Sustainability*
- 21 de Los Mozos, E. A., Badurdeen, F., & Dossou, P. E. (2020). Sustainable consumption by reducing food waste: A review of the current state and directions for future research. *Procedia Manufacturing*.

- 22 Diener, E., Lucas, R. E., & Oishi, S. (2002). Subjective well-being: The science of happiness and life satisfaction. *Handbook of positive psychology*.
- 23 Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*.
- 24 Domokos Esztergár-Kiss, Yuliia Shulha, Attila Aba, Tamás Tettamanti, (2021) Promoting sustainable mode choice for commuting supported by persuasive strategies, *Sustainable Cities and Society*,
- 25 Douglas, M. (1970). *Natural symbols: Explorations in cosmology*
- 26 Edmond, R. (2016). More than just a bracelet: the use of material symbolism to communicate love. *Scottish Journal of Residential Child Care*, 15(3) and *International Journal of Social Pedagogy*
- 27 European Union. (2012) Directive 2012/19/EU of the European Parliament and of the Council of 4 July 2012 on Waste Electrical and Electronic Equipment (WEEE). *Off J Eur Union*.
- 28 European Union. Directive 2011/65/EU of the European Parliament and of the Council of 8 June 2011 on the restriction of the use of certain hazardous substances in electrical and electronic equipment. *Off J Eur Union*.
- 29 Fashion Positive (2019) Case studies.
- 30 Fischer, M., Foord, D., Frecè, J., Hillebrand, K., Kissling-Näf, I., Meili, R., ... & Stucki, T. (2023). *Sustainable Business: Managing the Challenges of the 21st Century* (p. 142). Springer Nature.
- 31 Fletcher K (2008) *Sustainable fashion & textiles: design journeys*. Earthscan, London
- 32 Fox, J. (2014). *The future of foreclosure law in the wake of the great housing crisis of 2007-2014.*
- 33 Friel, S., & Ford, L. (2015). *Systems, food security and human health*. Food security.
- 34 FSC, F. S. C. (2006). *FSC principles and criteria for forest stewardship*.
- 35 Fuad-Luke A (2009) *Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world*. Earthscan, London
- 36 Geels, F. W., McMeekin, A., Mylan, J., & Southerton, D. (2015). A critical appraisal of Sustainable Consumption and Production research: The reformist, revolutionary and reconfiguration positions. *Global Environmental Change*.
- 37 Gerland, P., Raftery, A. E., Ševčíková, H., Li, N., Gu, D., Spoorenberg, T., ... & Alkema, L. (2014). *World population stabilization unlikely this century*.
- 38 Gunawan, J., Permatasari, P., & Tilt, C. (2020). Sustainable development goal disclosures: Do they support responsible consumption and production?. *Journal of Cleaner Production*.
- 39 Handl, G. (2012). *Declaration of the United Nations conference on the human environment (Stockholm Declaration), 1972 and the Rio Declaration on Environment and Development, 1992*. United Nations Audiovisual Library of International Law.
- 40 Harvey, D. (2010). *Social justice and the city (Vol. 1)*. University of Georgia press.
- 41 He W, Li G, Ma X, Wang H, Huang J, Xu M, et al (2006) WEEE recovery strategies and the WEEE treatment status in China. *J Hazard Mater*.
- 42 Herre, B., Arriagada, P., & Roser, M. (2023). *The Human Development Index and related indices: what they are and what we can learn from them*. Our World in Data.
- 43 Hertwich, E. G., & Peters, G. P. (2009). Carbon footprint of nations: a global, trade-linked analysis. *Environmental science & technology*.
- 44 Iwan, S., Nürnberg, M., Jedliński, M., & Kijewska, K. (2021). Efficiency of light electric vehicles in last mile deliveries–Szczecin case study. *Sustainable Cities and Society*.
- 45 Jackson, T. (2009). *Prosperity without growth: Economics for a finite planet*. Routledge.
- 46 Jackson, T. and Michaelis, L. (2003). *Policies for sustainable consumption*.
- 47 Jain, R., Jain, K., Behl, A., Pereira, V., Del Giudice, M., & Vrontis, D. (2022). Mainstreaming fashion rental consumption: A systematic and thematic review of literature. *Journal of Business Research*

- 48 John Pucher & Ralph Buehler (2017) *Cycling towards a more sustainable transport future*, Transport Reviews.
- 49 Jouni Korhonen, Antero Honkasalo, Jyri Seppälä, (2018) *Circular Economy: The Concept and its Limitations*, Ecological Economics.
- 50 Kallis, G., Paulson, S., D’alisa, G., & Demaria, F. (2020). *The case for degrowth*. Cambridge, UK.
- 51 Kasser, T. E., & Kanner, A. D. (2004). *Psychology and consumer culture: The struggle for a good life in a materialistic world*. American Psychological Association.
- 52 Kelly M. Kibler, Debra Reinhart, Christopher Hawkins, Amir Mohaghegh Motlagh, James Wright, (2018) *Food waste and the food-energy-water nexus: A review of food waste management alternatives*, Waste Management.
- 53 Kim, J., & Lim, C. (2021). *Customer complaints monitoring with customer review data analytics: An integrated method of sentiment and statistical process control analyses*. Advanced Engineering Informatics.
- 54 Kleinhüchelkotten, S., & Neitzke, H. P. (2019). *Increasing sustainability in clothing production and consumption-opportunities and constraints*. GAIA-Ecological Perspectives for Science and Society.
- 55 Kocka, J. (2016). *Jürgen Kocka: A short history*. Geschichte und Gesellschaft
- 56 Kremen, C., & Merenlender, A. M. (2018). *Landscapes that work for biodiversity and people*. Science.
- 57 Krueger, A. B. (2012). *The rise and consequences of inequality*. Cityscape.
- 58 Layne, L. L. (2000). ‘He Was a Real Baby with Baby Things’ A Material Culture Analysis of Personhood, Parenthood and Pregnancy Loss. *Journal of material culture*.
- 59 Leggett, J. A., & Carter, N. T. (2012, June). *Rio+ 20: The United Nations Conference on Sustainable Development, June 2012*. Washington, DC: Library of Congress, Congressional Research Service.
- 60 Lestari, E. R., Dania, W. A. P., Indriani, C., & Firdausyi, I. A. (2021). *The impact of customer pressure and the environmental regulation on green innovation performance*. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science.
- 61 Lin, D., Hanscom, L., Murthy, A., Galli, A., Evans, M., Neill, E., ... & Wackernagel, M. (2018). *Ecological footprint accounting for countries: updates and results of the National Footprint Accounts, 2012–2018*.
- 62 Long, E., Kokke, S., Lundie, D., Shaw, N., Ijomah, W., & Kao, C. C. (2016). *Technical solutions to improve global sustainable management of waste electrical and electronic equipment (WEEE) in the EU and China*. *Journal of Remanufacturing*.
- 63 Lorek, S., & Fuchs, D. (2013). *Strong sustainable consumption governance—precondition for a degrowth path?*. *Journal of cleaner production*.
- 64 Lubowiecki-Vikuk, A., Dąbrowska, A., & Machnik, A. (2021). *Responsible consumer and lifestyle: Sustainability insights*. *Sustainable production and consumption*
- 65 Luchs, M. G., & Mooradian, T. A. (2012). *Sex, personality, and sustainable consumer behaviour: Elucidating the gender effect*. *Journal of Consumer Policy*.
- 66 Luchs, M. G., Phipps, M., & Hill, T. (2015). *Exploring consumer responsibility for sustainable consumption*. *Journal of Marketing Management*.
- 67 Marx, K. (1970). *Critique of Hegel's' Philosophy of right'*. Cambridge University Press.
- 68 Masbah, M. (2018). “Let it Spoil !” : Morocco ’s Boycott and the Empowerment of ‘Regular ’ Citizen *.
- 69 McKibben, B. (2007). *Deep economy: The wealth of communities and the durable future*. Macmillan.
- 70 McKibben, B. (2012). *The global warming reader: A century of writing about climate change*. Penguin.

- 71 McLean, B., & Nocera, J. (2010). *All the devils are here: unmasking the men who bankrupted the world*. Penguin UK.
- 72 Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens III, W. W. (1972). *The Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. Universe Books.
- 73 Mehfooz Khan, Sadia and Siddiqui, Danish Ahmed, (2019). *Ethical Consumption, Consumer Behavior and Motivation: Evidence from Pakistan*
- 74 N. Perkins, D., Brune Drisse, M.-N., Nxele, T. and D. Sly, P., (2014). *E-Waste: A Global Hazard*. *Annals of Global Health*
- 75 Nguyen, H. V., Le, M. T. T., & Do, L. T. (2022). Intrinsic motivation for reducing single-use plastics: The compensation effects of basic psychological needs. *Resources, Conservation and Recycling*.
- 76 O'Doherty Jensen, K., Denver, S., & Zanoli, R. (2011). Actual and potential development of consumer demand on the organic food market in Europe. *NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences*
- 77 OECD. (2013). *OECD guidelines on measuring subjective well-being*. OECD Publishing.
- 78 Offer, A. (1997). *The challenge of affluence: Self-control and well-being in the United States and Britain since 1950*. Oxford University Press.
- 79 Organisation de Coopération et de Développement Économiques OECD (2013)
- 80 Orr, D. W. (1994). *Earth in mind: On education, environment, and the human prospect*. Island Press.
- 81 Piketty, T. (2014). *Capital in the twenty-first century*. Harvard University Press.
- 82 Pimentel, D. (2006). Impacts of organic farming on the efficiency of energy use in agriculture. *An organic center state of science review*.
- 83 Polanyi, K. (2009). *Karl Polanyi*. Routledge.
- 84 Porter M E, Van der Linde C (1995) *Toward a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship* *J. Econ. Perspect*.
- 85 Radhakrishnan, S. (2020). Sustainable consumption and production patterns in fashion. *The UN sustainable development goals for the textile and fashion industry*.
- 86 Redford, K. H., & Richter, B. D. (1999). Conservation of biodiversity in a world of use. *Conservation biology*.
- 87 Rockström, J., Steffen, W., Noone, K., Persson, Å., Chapin III, F. S., Lambin, E., ... & Foley, J. (2009). Planetary boundaries: exploring the safe operating space for humanity. *Ecology and society*.
- 88 Röder, M., & Thornley, P. (2016). Bioenergy as climate change mitigation option within a 2 C target—uncertainties and temporal challenges of bioenergy systems. *Energy, Sustainability and Society*.
- 89 Rostow, W. W. (1985). *The world economy since 1945: a stylized historical analysis*. *Economic History Review*.
- 90 Sachs, J. D. (2015). *The age of sustainable development*. Columbia University Press.
- 91 Saleh, Heba. "Morocco's Biggest Businesses Hit by Online Boycott Campaign.", *Financial Times*, 7 June 2018, boycott.ft.com/content/1ed8370a-6979-11e8-b6eb-4acfcfb08c11
- 92 Sardar, Z. (2006). *How do you know? Reading Ziauddin Sardar on Islam, science and cultural relations*. Pluto Press.
- 93 Sassen, S. (2009). *Cities in today's global age*. *The SAIS Review of International Affairs*.
- 94 Savage, M. (2015). Introduction to elites from the 'problematic of the proletariat' to a class analysis of 'wealth elites'. *The Sociological Review*.
- 95 Scholl, G., Rubik, F., Kalimo, H., Biedenkopf, K., & Söbech, Ó. (2010). Policies to promote sustainable consumption: Innovative approaches in Europe. In *Natural resources forum*
- 96 Schor, J. B. (1998). *The overspent American: Upscaling, downshifting, and the new consumer*. New York: Basic books.

- 97 Schor, J. B., Slater, D., Zukin, S., & Zelizer, V. A. (2010). Critical and moral stances in consumer studies. *Journal of Consumer Culture*.
- 98 Schumpeter, J. A., & Nichol, A. J. (1934). Robinson's economics of imperfect competition. *Journal of political economy*.
- 99 Shaheen, S., Cohen, A., & Bayen, A. (2018). The benefits of carpooling.
- 100 Shareef, M. A., Mukerji, B., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Islam, R. (2019). Social media marketing: Comparative effect of advertisement sources. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- 101 Smith, Ted & Coyle, James & Lightfoot, Elizabeth & Scott, Amy. (2007). Reconsidering Models of Influence: The Relationship between Consumer Social Networks and Word-of-Mouth Effectiveness. *Journal of Advertising Research*.
- 102 Stiglitz, J. E., Sen, A., & Fitoussi, J. P. (2009). Report by the commission on the measurement of economic performance and social progress.
- 103 Teal, R. F. (1987). Carpooling: Who, how and why. *Transportation Research Part A: General*.
- 104 Torralba, M., Fagerholm, N., Burgess, P. J., Moreno, G., & Plieninger, T. (2016). Do European agroforestry systems enhance biodiversity and ecosystem services? A meta-analysis. *Agriculture, ecosystems & environment*.
- 105 Tunn, V. S., Bocken, N. M., van den Hende, E. A., & Schoormans, J. P. (2019). Business models for sustainable consumption in the circular economy: An expert study. *Journal of cleaner production*.
- 106 United Nations. (2023). *The Sustainable Development Goals Report 2023: Special Edition*. New York: United Nations Distributor.
- 107 Vasylieva, T., Lyulyov, O., Bilan, Y., & Streimikiene, D. (2019). Sustainable economic development and greenhouse gas emissions: The dynamic impact of renewable energy consumption, GDP, and corruption. *Energies*.
- 108 Von Weizsäcker, E. U., & Wijkman, A. (2018). *Come on!*. New York, NY, USA: Springer.
- 109 Waters, C. N., Zalasiewicz, J., Summerhayes, C., Barnosky, A. D., Poirier, C., Gałuszka, A., ... & Wolfe, A. P. (2016). The Anthropocene is functionally and stratigraphically distinct from the Holocene.
- 110 Weber, M. (1930). *Wissenschaft als Beruf*.
- 111 World Health Organization. (2015). Trends in maternal mortality: 1990-2015: estimates from WHO, UNICEF, UNFPA, world bank group and the United Nations population division. *World Health Organization*.
- 112 Yalabik, B., & Fairchild, R. J. (2011). Customer, regulatory, and competitive pressure as drivers of environmental innovation. *International Journal of Production Economics*.
- 113 Yergin, D. A. N. I. E. L. (2006). Energy, growth and globalization. *First Magazine, World Petroleum*.

Ελληνική Βιβλιογραφία

- 1 Μουσιόπουλος, Ν., Ντζιαχρήστος, Λ., & Σλίνη, Θ. (2015). Τεχνική προστασία περιβάλλοντος [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Κάλλιπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
- 2 Τσιάρας, Σ., & Τσιρούκης, Α. (2023). Περιβάλλον και Βιώσιμη Ανάπτυξη [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Κάλλιπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.

Ιστοσελίδες

- 1 <https://actions.eko.org/a/mcdonalds-is-polluting-our-oceans>
- 2 <https://ec.europa.eu/commission>
- 3 <https://edition.cnn.com>
- 4 <https://fsc.org/en>
- 5 <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2020>
- 6 <https://hdr.undp.org/data-center/human-development-index#/indicies/HDI>
- 7 <https://ourworldindata.org/human-development-index>
- 8 <https://overshoot.footprintnetwork.org/annual-report-2021/>
- 9 <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- 10 <https://sustainabledevelopment.un.org/rio20>
- 11 <https://unctad.org/data-visualization/nw-8-billion-and-counting-where-worlds-population-has-grown-most-and-why>
- 12 <https://www.breakfreefromplastic.org/2023/07/26/unilever-open-letter/>
- 13 <https://www.breakfreefromplastic.org/unilever-cop26/>
- 14 https://www.change.org/?petition_not_found=true&redirect_reason=unknown-petition-id
- 15 <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/green-deal/>
- 16 <https://www.economist.com/>
- 17 <https://www.ft.com/>
- 18 <https://www.nytimes.com>
- 19 <https://www.nytimes.com/2023/09/07/business/toyota-hybrid-electric-vehicles.html>
- 20 <https://www.oecd.org/corporate/mne/2013annualreportontheguidelinesformnes.htm>
- 21 <https://www.reuters.com/article/morocco-protests/morocco-consumer-boycott-has-big-business-in-its-sights>
- 22 <https://www.theguardian.com/business/2018/jun/15/mcdonalds-to-switch-to-paper-straws-in-uk-after-customer-concern>
- 23 <https://www.un.org/en/about-us/un-charter>
- 24 <https://www.unep.org/resources/annual-report/united-nations-environment-programme-annual-report-2015>
- 25 <https://www.unilever.com/planet-and-society/waste-free-world/rethinking-plastic-packaging/>
- 26 <https://www.washingtonpost.com>
- 27 <https://www.wto.org/>