

Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά
Τεχνολογικού Τομέα (Α.Ε.Ι. Πειραιά Τ.Τ.)
Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών (Σ.Τ.Ε.Φ.)

Τμήμα Κλωστοϋφαντουργών Μηχανικών Τ.Ε.

Ηθική και βιωσιμότητα στην παραγωγή και εμπορία κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων.

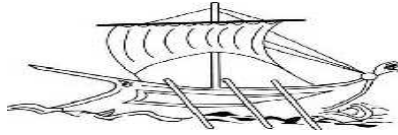
Πτυχιακή Εργασία

Λαμπρινής Χαλιάσου (Α.Μ. 42737)

Δήμητρας Πάντου (Α.Μ. 43325)

Επιβλέπων Καθηγητής

Δρ Αθανάσιος Τσουτσαίος



Piraeus University of Applied Sciences (P.U.A.S.)
Faculty of Applied Sciences

Department of Textile Engineering

Ethical aspects and sustainability in the production and retailing of textile products

Degree (B.Sc.) Dissertation

Lamprini Chaliasou (Reg. No 42737)

Dimitra Pantou (Reg. No 43325)

Supervisor

Dr Athanasios A. Tsoutseos

Copyright © Λαμπρινή Χαλιάσου

Δήμητρα Πάντου

A.E.I. Πειραιά Τ.Τ. 2017

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη ΧΑΛΙΑΣΟΥ ΛΑΜΠΡΙΝΗ, του ΠΑΝΤΕΛΕΗΜΩΝΑ, φοιτήτρια του Τμήματος Κλωστοϋφαντουργών Μηχανικών Τ.Ε. του Α.Ε.Ι Πειραιά Τ.Τ, πριν αναλάβω την εκπόνηση της Πτυχιακής Εργασίας μου, δηλώνω ότι ενημερώθηκα για τα παρακάτω:

«Η Πτυχιακή Εργασία (Π.Ε) αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο του συγγραφέα, όσο και του Ιδρύματος και θα πρέπει να έχει μοναδικό χαρακτήρα και πρωτότυπο περιεχόμενο.

Απαγορεύεται αυστηρά οποιοδήποτε κομμάτι κειμένου της να εμφανίζεται αυτούσιο ή μεταφρασμένο από κάποια άλλη δημοσιευμένη πηγή. Κάθε τέτοια πράξη αποτελεί προϊόν λογοκλοπής και εγείρει θέμα Ηθικής Τάξης για τα πνευματικά δικαιώματα του άλλου συγγραφέα. Αποκλειστικός υπεύθυνος είναι ο συγγραφέας της Π.Ε, ο οποίος φέρει και την ευθύνη των συνεπειών, ποινικών και άλλων, αυτής της πράξης.

Πέραν των όποιων ποινικών ευθυνών του συγγραφέα, σε περίπτωση που το Ίδρυμα του έχει απονείμει Πτυχίο, αυτό ανακαλείται με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος. Η Συνέλευση του Τμήματος με νέα απόφασή της, μετά από αίτηση του ενδιαφερόμενου, του αναθέτει εκ νέου την εκπόνηση Π.Ε με άλλο θέμα και διαφορετικό επιβλέποντα καθηγητή. Η εκπόνηση της εν λόγω Π.Ε πρέπει να ολοκληρώσει εντός τουλάχιστον ενός ημερολογιακού βμήνου από την ημερομηνία ανάθεσής της. Κατά τα λοιπά εφαρμόζονται τα προβλεπόμενα στο άρθρο 18. παρ.5 του ισχύοντος Εσωτερικού Κανονισμού».

Η Δηλούσα



Ημερομηνία

15/6/2017

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη ΠΑΝΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ, του ΑΝΤΩΝΙΟΥ, φοιτήτρια του Τμήματος Κλωστοϋφαντουργών Μηχανικών Τ.Ε. του Α.Ε.Ι Πειραιά Τ.Τ, πριν αναλάβω την εκπόνηση της Πτυχιακής Εργασίας μου, δηλώνω ότι ενημερώθηκα για τα παρακάτω:

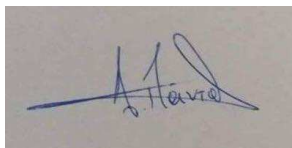
«Η Πτυχιακή Εργασία (Π.Ε) αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο του συγγραφέα, όσο και του Ιδρύματος και θα πρέπει να έχει μοναδικό χαρακτήρα και πρωτότυπο περιεχόμενο.

Απαγορεύεται αυστηρά οποιοδήποτε κομμάτι κειμένου της να εμφανίζεται αυτούσιο ή μεταφρασμένο από κάποια άλλη δημοσιευμένη πηγή. Κάθε τέτοια πράξη αποτελεί προϊόν λογοκλοπής και εγείρει θέμα Ηθικής Τάξης για τα πνευματικά δικαιώματα του άλλου συγγραφέα. Αποκλειστικός υπεύθυνος είναι ο συγγραφέας της Π.Ε, ο οποίος φέρει και την ευθύνη των συνεπειών, ποινικών και άλλων, αυτής της πράξης.

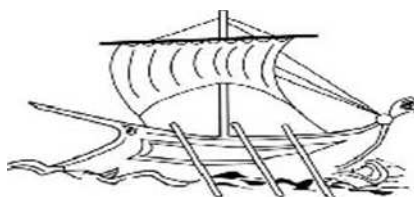
Πέραν των όποιων ποινικών ευθυνών του συγγραφέα, σε περίπτωση που το Ίδρυμα του έχει απονείμει Πτυχίο, αυτό ανακαλείται με απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος. Η Συνέλευση του Τμήματος με νέα απόφασή της, μετά από αίτηση του ενδιαφερόμενου, του αναθέτει εκ νέου την εκπόνηση Π.Ε με άλλο θέμα και διαφορετικό επιβλέποντα καθηγητή. Η εκπόνηση της εν λόγω Π.Ε πρέπει να ολοκληρώσει εντός τουλάχιστον ενός ημερολογιακού βμήνου από την ημερομηνία ανάθεσής της. Κατά τα λοιπά εφαρμόζονται τα προβλεπόμενα στο άρθρο 18. παρ.5 του ισχύοντος Εσωτερικού Κανονισμού».

Η Δηλούσα

Ημερομηνία



15/6/2017



Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά
Τεχνολογικού Τομέα (Α.Ε.Ι. Πειραιά Τ.Τ.)
Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών (Σ.Τ.Ε.Φ.)

Τμήμα Κλωστοϋφαντουργών Μηχανικών Τ.Ε.

Ηθική και βιωσιμότητα στην παραγωγή και εμπορία κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων.

Πτυχιακή Εργασία

Λαμπρινή Χαλιάσου (Α.Μ. 42737)

Δήμητρα Πάντου (Α.Μ. 43325)

Επιβλέπων Καθηγητής

Δρ Αθανάσιος Α. Τσουτσαίος

Εξέταση : Ιουνίου 2017

Ευχαριστίες

Αισθανόμαστε την ανάγκη να εκφράσουμε την ευγνωμοσύνη στις οικογένειές μας για όσα μας πρόσφεραν κατά τη διάρκεια των φοιτητικών μας σπουδών και την αμέριστη υποστήριξή τους.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλουμε να εκφράσουμε στον επιβλέποντα καθηγητή μας Αθανάσιο Τσουτσαίο που μας εμπιστεύτηκε το θέμα και μας υποστήριξε κατά τη διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής μας εργασίας. Επίσης, τον ευχαριστούμε για την κατανόησή του και για τη δυνατότητα να αποκτήσουμε γνώσεις και πολύτιμη εμπειρία.

Περίληψη

Η Κλωστοϋφαντουργική βιομηχανία θεωρείται και είναι από τις πλέον ρυπογόνες του πλανήτη. Τα τελευταία χρόνια, με την παγκοσμιοποίηση της κλωστοϋφαντουργικής παραγωγής έχουν ανακύψει πολυδιάστατα ζητήματα σχετικά με την επίδραση που έχει όχι μόνο στο περιβάλλον σε όλη την έκταση του πλανήτη αλλά και σε κοινωνικά ζητήματα που σχετίζονται με τις συνθήκες παραγωγής προϊόντων στις αναπτυσσόμενες χώρες, την παιδική εργασία αλλά και τα ζώα που ενδεχομένως να χρησιμοποιούνται για ενδύματα και αξεσουάρ. Ο παραπάνω προβληματισμός έχει μπει κάτω από τον όρο «*ηθικά κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα*». Η παρούσα εργασία εξετάζει την τρέχουσα κατάσταση σε περιβαλλοντικές και κοινωνικές διαστάσεις. Επίσης, διερευνά και αξιολογεί τις προτεινόμενες λύσεις.

Abstract

The textile and clothing industry is considered one of the most polluting industries on our planet. The globalized production of textiles taking place during the past couple of decades, has given rise to more complicated problems concerning the effect of the industry on the global environment but also on social structures. There are considerable problems relating to health and safety issues in the production facilities, child labor and animal well-being, among others. These problems gave rise to the term "*Ethical Textiles*". Present dissertation examines status of the industry on environmental and social terms. Possible solutions are discussed and evaluated.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

		Σελ.
Κεφάλαιο 1	Εισαγωγή	9
Κεφάλαιο 2	Περιγραφή της τρέχουσας κατάστασης στα Κ/Υ προϊόντα και στο καταναλωτισμό	12
Κεφάλαιο 3	Fair Trade	18
Κεφάλαιο 4	Sustainability- LCA	32
Κεφάλαιο 5	Οι επιπτώσεις της Κλωστοϋφαντουργίας στο περιβάλλον	41
5.1	Ηχορύπανση	47
Κεφάλαιο 6	Κακομεταχείριση ζώων	50
Κεφάλαιο 7	Labeling	
7.1	Γενική έννοια του Labeling	56
7.2	Οι ηθικές ετικέτες που λαμβάνουν χώρα στο τομέα της ένδυσης σήμερα	58
Κεφάλαιο 8	Ερωτηματολόγιο	
8.1	Σκοπός	62
8.2	Παράθεση ερωτηματολογίου	62
8.3	Απάντηση ερωτήσεων	66
8.4	Συνολικός σχολιασμός στο ερωτηματολόγιο και τα αποτελέσματα του	81
Κεφάλαιο 9	Συμπεράσματα	83
Κεφάλαιο 10	Βιβλιογραφία	86

1.Εισαγωγή

Η βιομηχανία της κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες του πλανήτη. Πέραν του μεγέθους της ο χαρακτήρας της είναι πραγματικά παγκοσμιοποιημένος. Οι πρώτες ύλες μπορεί να παράγονται σε διαφορετικές χώρες, τα αξεσουάρ σε άλλες και η εμπορία των τελικών προϊόντων να γίνεται αλλού. Λόγω αυτού του παγκοσμιοποιημένου χαρακτήρα είναι δύσκολο να καταμετρηθεί με ακρίβεια η επίπτωση που έχει στο περιβάλλον και στην κοινωνία. Εκτιμάται πάντως ότι συνολικά είναι η πλέον ρυπογόνος βιομηχανία του πλανήτη μετά την βιομηχανία παραγωγής πετροχημικών [1].

Αποσπασματικά βέβαια η βιομηχανία έχει απασχολήσει με θέματα που αφορούν στο περιβάλλον. Για παράδειγμα, για χρόνια γίνεται μεγάλη προσπάθεια να μειωθούν οι υγροί ρύποι των βαφείων στο περιβάλλον. Επίσης, επί δεκαετίες γίνονται προσπάθειες για την βελτίωση των συνθηκών εργασίας των εργαζομένων της κλωστοϋφαντουργικής βιομηχανίας. Μέχρι την δεκαετία του 1990 η κλωστοϋφαντουργία στην Ελλάδα αλλά και στις άλλες χώρες ήταν λίγο – πολύ μια **εθνική υπόθεση**. Άρα θέματα περιβάλλοντος ή εργασιακά αντιμετωπίζονταν με την αντίστοιχη εθνική νομοθεσία. Αυτό ήταν τόσο πιο επιτυχημένο όσο πιο εξελιγμένη ήταν μια χώρα. Για παράδειγμα, οι ανεπτυγμένες Ευρωπαϊκές χώρες ανέπτυξαν γρήγορα αυστηρή νομοθεσία για τα απόβλητα. Επίσης, ο ισχυρός συνδικαλισμός που αναπτύχθηκε σε αυτές τις χώρες βελτίωσε σημαντικά τις συνθήκες εργασίας και τους μισθούς. Αυτοί οι παράγοντες είχαν σαν επίπτωση την αύξηση του κόστους παραγωγής των τελικών προϊόντων.

Στην δεκαετία του 1990 άρθηκαν σταδιακά μια σειρά από προστατευτικές νομοθεσίες του διεθνούς εμπορίου όπως το *Multi Fibre Arrangement (MFA)* [2]. Οι νομοθεσίες αυτές επέβαλαν στο παρελθόν **δασμούς** και **όρια** (quotas) στα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα που μπορούσαν να εισαχθούν στις ανεπτυγμένες χώρες από τις αναπτυσσόμενες. Με αυτό τον τρόπο οι μεν ανεπτυγμένες προφύλαξαν την βιομηχανία τους από τον ανταγωνισμό τιμών, αλλά οι αναπτυσσόμενες δεν μπορούσαν να εξάγουν χάνοντας περίπου 40 δις δολάρια ετησίως σε εξαγωγές που δεν μπορούσαν να πραγματοποιηθούν κάτι που σαφώς έφερνε και ένα εργασιακό κόστος στις αναπτυσσόμενες της τάξεως των 27 εκατομμυρίων θέσεων εργασίας [3]. Με την άρση των φραγμών στο εμπόριο η κλωστοϋφαντουργική παραγωγή έγινε μη συμφέρουσα στις ανεπτυγμένες χώρες όπου το εργασιακό και περιβαλλοντικό κόστος ήταν υψηλό. Αυτό είχε μεγάλη επίπτωση στην βιομηχανία χωρών όπως η Πορτογαλία και η Ελλάδα που στηρίζονταν στην ελευθερία εξαγωγών που είχαν στην Ευρωπαϊκή Ένωση και στο σχετικά φθινό εργατικό τους κόστος. Το αποτέλεσμα ήταν να δημιουργηθούν μεγάλες μονάδες παραγωγής στην Κίνα, το Μπαγκλαντές και αλλού, που η εργασιακή και περιβαλλοντική νομοθεσία ήταν, και σε μερικές περιπτώσεις είναι ακόμα, σχεδόν ανύπαρκτη. Η βελτίωση των συγκοινωνιών και η διάδοση του διαδικτύου έκανε την φυσική και νοητή πρόσβαση σε αυτές τις χώρες πολύ πιο εύκολη από ό,τι στο παρελθόν. Με αυτό τον τρόπο, μεγάλες κλωστοϋφαντουργικές

βιομηχανίες ένδυσης και μόδας μπορούν να παράγουν φθηνά προϊόντα με την ίδια ευκολία που θα το έκαναν στις χώρες που εδράζουν αλλά σε κλάσμα του κόστους, εκμεταλλευόμενες τα ανταγωνιστικά και συγκριτικά πλεονεκτήματα των αναπτυσσόμενων χωρών.

Η παραπάνω ευκολία και ευελιξία παραγωγής φθηνών προϊόντων οδήγησε και σε αλλαγές της καταναλωτικής συμπεριφοράς και του marketing. Για παράδειγμα, απλά προϊόντα όπως τα μπλουζάκια είναι διαθέσιμα σε τιμές της τάξης των 7 – 10€, κάτι που κάνει τους καταναλωτές να αγοράζουν παρορμητικά χωρίς να σκέφτονται αν πραγματικά χρειάζονται ένα προϊόν. Ταυτόχρονα εταιρίες όπως ο Zara και η H&M υιοθέτησαν τη λογική της «*γρήγορης μόδας*» (fast fashion) [4]. Έτσι οι παραδοσιακές κλωστοϋφαντουργικές **σεζόν** «χειμώνας», «καλοκαίρι», «άνοιξη/φθινόπωρο», αυξήθηκαν με ενδιάμεσες σεζόν, *flash fashion*, με προϊόντα που προέρχονται σχεδιαστικά από εκθέσεις μόδας και που βγαίνουν για λίγο διάστημα, εντυπωσιάζοντας τον καταναλωτή που σπεύδει να τα αγοράσει.

Με τον τρόπο αυτό ο καταναλωτής αγοράζει προϊόντα όχι για να καλύψει κάποια ανάγκη του αλλά απλά **παρορμητικά** για να είναι επίκαιρος με μια μικρο-πρόθεσμη τάση της μόδας. Τονίζουμε βέβαια τον όρο μικρο-πρόθεσμη, γιατί αυτά τα προϊόντα με το που περνάει η μόδα τους δεν χρησιμοποιούνται συνήθως και κάποια στιγμή πετιούνται στο περιβάλλον. Λαμβάνοντας υπόψη ότι πολλά προϊόντα είναι από συνθετικές ίνες που δεν αποικοδομούνται, ενώ προέρχονται από μη ανανεώσιμες πηγές, όπως τα πετροχημικά, τα κλωστοϋφαντουργικά πλέον αποκτούν μια νέα διάσταση, αυτή των *οικιακών αποβλήτων*.

Μια άλλη διάσταση επίσης που προέκυψε από το άνοιγμα των αγορών είναι αυτή των **συνθηκών παραγωγής**. Είναι αναμενόμενο ότι σε χώρες χωρίς την στοιχειώδη περιβαλλοντική νομοθεσία και με την πίεση της παραγωγής σε χαμηλή τιμή, οι βιομηχανίες παραγωγής κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων μολύνουν το περιβάλλον με τον ίδιο τρόπο που μόλυναν οι Δυτικές βιομηχανίες πριν μισό αιώνα. Αυτό έρχεται σε ανακολουθία με το περιβαλλοντικό κίνημα που σαφώς πέτυχε πολλά στον Δυτικό κόσμο. Ωστόσο, ο πλανήτης είναι κοινός, άρα δεν έχει νόημα αν η βιομηχανία στη Γερμανία έχει ελάχιστες εκπομπές ρύπων όταν μια αντίστοιχη στην Κίνα ερημοποιεί και μολύνει τεράστιες εκτάσεις. Σε πλανητικό επίπεδο είναι χειρότερα από πενήντα χρόνια πριν. Επίσης, η έλλειψη εργασιακής νομοθεσίας επιτρέπει σε πολλές χώρες την **παιδική εργασία**, ενώ παιδιά και ενήλικες εργάζονται σε άθλιες συνθήκες για την υγεία τους και με αμοιβές που δεν τους επιτρέπουν να εξασφαλίσουν τα ελάχιστα της αξιοπρεπούς διαβίωσης, παρά μόνον την επιβίωση. Αυτό εγείρει τεράστια **ηθικά ζητήματα** του κατά πόσο η καταναλωτική επιθυμία των πλουσίων χωρών και η επιθυμία για πολλά φθηνά προϊόντα μπορεί να δικαιολογήσει τη βλάβη στο περιβάλλον και τον αποκλεισμό ανθρώπων από στοιχειώδη δικαιώματα.

Τα παραπάνω αποτελούν έναν σύγχρονο προβληματισμό για την παραγωγή και τον κύκλο ζωής των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων κάτι που έχει φέρει τον όρο «*ηθικά κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα*» στο προσκήνιο. Η παρούσα πτυχιακή

εργασία έχει σκοπό να διερευνήσει, έως έναν βαθμό, τον **περιβαλλοντικό** και **κοινωνικό αντίκτυπο** της τρέχουσας κλωστοϋφαντουργικής βιομηχανίας. Επίσης, θα θέλαμε να δούμε τις προοπτικές που έχουν τα προϊόντα του δίκαιου εμπορίου και τον βαθμό που ο μέσος καταναλωτής θα ανταποκριθεί στο επιπλέον κόστος που ενδεχομένως θα συνεπάγονταν μια αλλαγή της αγοραστικής τακτικής κατά την οποία θα αγόραζε λιγότερα και ακριβότερα ενδύματα.

2.Περιγραφή της τρέχουσας κατάστασης στα Κ/Υ προϊόντα και στον καταναλωτισμό

Η κλωστοϋφαντουργία είναι ένας κλάδος ο οποίος είχε απασχολήσει τον άνθρωπο όπως είναι γνωστό από την Παλαιολιθική Εποχή. Αυτό έγινε γνωστό από ενδείξεις και ευρήματα που ανακαλύφθηκαν σε ανασκαφές στην Ελβετία και στην Αίγυπτο στη περίοδο της Νεολιθικής Εποχής, χρονολογικά περίπου 5000 π.Χ. Από τότε και μέχρι σήμερα η κλωστοϋφαντουργία δεν έπαψε να υφίσταται και αντιθέτως παρατηρήθηκε σημαντική πρόοδος και αύξηση του τομέα. Σημαντικές αλλαγές μάλιστα παρατηρήθηκαν στη βιομηχανία της κλωστοϋφαντουργίας κατά τον 20^ο αιώνα, αφού υπήρξαν συνεχείς τεχνολογικές καινοτομίες σε μηχανήματα, συνθετικές ίνες, στον εφοδιασμό και στην παγκοσμιοποίηση των επιχειρήσεων. Το επιχειρηματικό μοντέλο που για τους πρώτους αιώνες της ύπαρξης της κλωστοϋφαντουργίας είχε κυριαρχήσει άλλαξε ριζικά. Αρχικά η μόνη πηγή ινών που υπήρχε για τη παραγωγή προϊόντων ήταν το μαλλί και το βαμβάκι. Ενώ τον 20^ο αιώνα αυξήθηκε αισθητά η ποικιλία των συνθετικών ινών που χρησιμοποιούνταν για τη κατασκευή των προϊόντων της κλωστοϋφαντουργίας. Χρονικά κάπου εκεί εφευρέθηκε και ο υπολογιστής ο οποίος διευκόλυνε στο μέγιστο τη παραγωγή των βιομηχανιών.



Εικόνα 2.1 – Τυπικό κατάστημα ενδυμάτων με έμφαση στην ποικιλία και την μόδα

Από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα, στην βιομηχανία στις πιο ανεπτυγμένες χώρες όπως στη δύση και την Ευρώπη άρχιζαν να προσλαμβάνουν ως εργατικό δυναμικό μετανάστες σε βιομηχανίες που λειτουργούν κάτω από άθλιες συνθήκες, οι οποίες συνήθως λειτουργούσαν νόμιμα αν και υπήρχαν και αρκετές παράνομες. Οι βιομηχανίες απασχολούσαν μεγάλο ποσοστό ατόμων σε πάρα πολύ μικρούς χώρους οι οποίοι χειρίζονταν ραπτομηχανές και πληρώνονταν πολύ λιγότερο από όσο χρειάζεται για να μπορέσει να επιβιώσει κανείς σε αξιοπρεπείς συνθήκες. Όλο αυτό το φαινόμενο αυξήθηκε γιατί οι βιομηχανίες του δυτικού κόσμου και της Ευρώπης άρχισαν να προσβάλλονται από τις βιομηχανίες των αναπτυσσόμενων χωρών όπως της Νοτιοανατολικής Ασίας, της Ινδικής Υποηπείρου και της Κεντρικής Αμερικής.

Το 2013 σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία του ΟΗΕ η παγκόσμια αγορά για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και για τις εξαγωγές των ενδυμάτων ανήλθε στα 772 δισεκατομμύρια δολάρια. Οι μεγαλύτερες εξαγωγές της κλωστοϋφαντουργίας του 2013 σημειώθηκαν στην Κίνα με 274 δισεκατομμύρια δολάρια, στην Ινδία με 40 δις δολάρια, στην Ιταλία με 36 δις δολάρια, στη Γερμανία με 35 δις και το Μπαγκλαντές με 28 δις.[5]

Με το πέρασμα των χρόνων και την αύξηση της κλωστοϋφαντουργίας άρχισε να γίνεται αισθητό ένα αρκετά γνωστό φαινόμενο των ημερών, ο καταναλωτισμός ο οποίος εξελίχθηκε σε υπερκαταναλωτισμό.



Εικόνα 2.2: Φυλακισμένοι από την ίδια μας καταναλωτική μανία.

Ως όρος ο **καταναλωτισμός** είναι η λέξη που χρησιμοποιείται με σκοπό να περιγράψει και να αποδώσει καλύτερα την *τάση της εξίσωσης της προσωπικής ευτυχίας με την απόκτηση όσο το δυνατόν περισσότερων υλικών αγαθών και τη*

κατανάλωση. Στην ουσία δηλαδή ο καταναλωτισμός θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι η μανιώδης τάση των ανθρώπων ειδικά στη σύγχρονη κοινωνία του δήθεν πολιτισμένου κόσμου να καταναλώνει διαρκώς όσο γίνεται πιο πολλά αγαθά με απώτερο στόχο να γεμίσουν το κενό του εσωτερικού τους κόσμου που συνεχώς αυξάνεται και να τρέφουν την απληστία τους που πλέον σε παγκόσμιο επίπεδο επικρατεί σαν κάποιο φαινόμενο μόδας. Επιπλέον, ως **καταναλωτική κοινωνία** θεωρείται η κοινωνία η οποία σε μαζικές ποσότητες παράγει και καταναλώνει προϊόντα τα οποία συνδέονται συνήθως με δευτερογενείς ή και πλασματικές ανθρώπινες ανάγκες.[6],[9] Επιπλέον, σχετικά με τον καταναλωτισμό και τη σχέση του με τη κατανάλωση έκαναν κριτική ο Καρλ Χάινριχ Μαρξ, Γερμανός φιλόσοφος, ιστορικός, πολιτικός, κοινωνιολόγος, οικονομολόγος, δημοσιογράφος και γνωστός ως θεμελιωτής του κομμουνισμού αλλά και ο Θόρνσταιν Βέμπλεν, ο Νορβηγο-Αμερικανός οικονομολόγος και κοινωνιολόγος αλλά και πνευματώδης επικριτής του καπιταλισμού.[6,7,8]

Κατά βάση γνωρίζουμε ότι ο καταναλωτισμός σχετίζεται με τον καπιταλισμό και το Δυτικό κόσμο, παρόλα αυτά δεν μπορούμε να πούμε ότι δεν είναι πολυπολιτισμικός ή μη γεωγραφικός αφού σήμερα βλέπουμε ότι έχει παρουσιαστεί στη Ταϊπέι, το Τόκιο, τη Σιγκαπούρη, το Χονγκ Κονγκ, το Ντουμπάι και το Τελ Αβίβ. Βέβαια ο καταναλωτισμός δεν είναι ένα πρόσφατο φαινόμενο αφού με την μορφή της αγοράς και της κατανάλωσης υλικών αγαθών εκτός φυσικά αυτών των βασικών αγαθών, χρονολογείται από την περίοδο των παλαιότερων πολιτισμών. Παρόλο που ο καταναλωτισμός δεν είναι κάτι πρόσφατο ως φαινόμενο, επεκτάθηκε κυρίως στον 20^ο αιώνα αλλά και τις μετέπειτα δεκαετίες, επηρεασμένος από τον νεοφιλελευθερισμό και την παγκοσμιοποίηση. Αν και η σημερινή έννοια του όρου καταναλωτισμός δεν σχετίζεται με αυτήν των πρωτόγονων λαών.

Σύμφωνα με κάποια κριτικά πλαίσια, η έννοια του καταναλωτισμού αφορά την τάση που έχουν οι άνθρωποι κυρίως της σημερινής κοινωνίας να γίνονται ένα με τα υλικά αγαθά αλλά και τις υπηρεσίες που καταναλώνουν και κυρίως με προϊόντα τα οποία ανήκουν σε γνωστές μάρκες και με σύμβολα αισθητού κοινωνικού στάτους όπως ρούχα γνωστών οίκων μόδας. Μια τέτοια κοινωνία η οποία διακρίνεται με μια τόσο έντονη διείδυση του καταναλωτισμού χαρακτηρίζεται ως καταναλωτική κοινωνία, ενώ οι καταναλωτές οι οποίοι δρουν ως παρορμητικοί αγοραστές και στερούνται της δυνατότητας να συγκρατηθούν και να περιορίσουν την άσκοπη σπατάλη των χρημάτων τους, ονομάζονται ωνιομανείς.[6]



Εικόνα 2.3: Αγοράζουμε πράγματα που δεν χρειαζόμαστε, με λεφτά που δεν έχουμε, για να εντυπωσιάσουμε ανθρώπους που δεν συμπαθούμε.

Μια αιτία στην οποία οφείλεται το φαινόμενο του καταναλωτισμού είναι η υπερβολική ανάδειξη των υλικών αγαθών που παρέχουν ένα εικονικό αίσθημα πληρότητας στον άνθρωπο είναι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης τα οποία προσπαθούν να πετύχουν κάτι που ο άνθρωπος στη πραγματικότητα δεν έχει ανάγκη. Αφού όπως έχει αποδειχτεί στη πραγματικότητα το μεγαλύτερο ποσοστό των ανθρώπων και κυρίως αυτών της Δύσης δουλεύουν σε μια δουλειά που δεν αγαπούν, ξοδεύουν το μισθό τους σε ανούσια και μη απαραίτητα προϊόντα, έχοντας ως σκοπό να τραβήξουν τη προσοχή των ανθρώπων που ούτε καν έχουν σε εκτίμηση. Από τα δεδομένα αυτής της κοινωνικής πραγματικότητας η πίεση και το στρεσάρισμα που προκαλείται έχει προκαλέσει αισθήματα στους ανθρώπους που τους οδεύουν προς την κατάθλιψη και στο αίσθημα του ανικανοποίητου. Ενώ αρχικά ο καταναλωτισμός ξεκίνησε σαν ιδέα κάλυψης και αποκατάστασης των αναγκών των ανθρώπων κατέληξε να τις διευρύνει αλλά και να κάνει τον άνθρωπο να νιώθει μισός και έχοντας διαρκώς ένα ψυχολογικό κενό.[10]

Ο σημερινός καταναλωτής έχει φτάσει πλέον στο σημείο να αγοράζει για παράδειγμα καινούρια ρούχα χωρίς καν να έχει προλάβει να χρησιμοποιήσει όλα όσα έχει ήδη στην ντουλάπα του. Έτσι βέβαια συνειδητοποιούμε ότι δεν χρήζει πράγματι καμία ανάγκη αγοράς νέας ένδυσης αλλά αντιθέτως προσπαθεί να καλύψει την αίσθηση του κενού που βιώνει.



Εικόνα 2.4: Ο θάνατος του αληθινού εσωτερικού κόσμου εξαιτίας του καταναλωτισμού.

Το φαινόμενο αυτό του καταναλωτισμού προξενεί διαφόρων ειδών προβλήματα στον άνθρωπο τα οποία μάλιστα δεν γίνονται εύκολα αντιληπτά από τον ίδιο. Οι άνθρωποι της κοινωνίας αυτής νιώθουν ανίκανοι να κάνουν αισθητή τη παρουσία τους με το χαρακτήρα τους αλλά και γενικά με τα όσα μπορούν να κάνουν και έτσι βρίσκουν την μόδα ως ένα τρόπο επίδειξης και έτσι νιώθουν πιο θελκτικοί στους άλλους. Αυτό βέβαια, όπως φαίνεται, είναι λάθος διότι στη πραγματικότητα τα βλέμματα στρέφονται προς κάτι ανούσιο και εντελώς εικονικό και όχι στο πραγματικό εσωτερικό κόσμο του ανθρώπου, σε σημείο που αυτό μπορεί να του βλάψει τη προσωπικότητά του. Υπάρχουν μάλιστα και άνθρωποι που ακολουθούν πιστά τις νέες τάσεις της μόδας χωρίς μάλιστα να μπορούν να ανεξαρτητοποιηθούν από αυτή τους την ανάγκη ακολουθώντας ακόμη και τις πιο εξωφρενικές και απαράδεκτες συμβουλές της μόδας και έτσι αποδεικνύεται για άλλη μια φορά ότι διακατέχεται από τεράστιο αίσθημα ανασφάλειας και πως δεν μπορεί να διαφέρει αλλιώς. Επίσης, έτσι ο κόσμος αρχίζει να εμφανίζει και άλλα προβλήματα αφού ψωνίζει πλέον σπασμωδικά και στην ουσία δεν έχει σκοπό να καλύψει κάποια απαραίτητη ανάγκη αλλά να βιώσει το αίσθημα ότι ψώνισε. Αρκετοί είναι αυτοί οι οποίοι αν δεν μπορούν να κάνουν τα ψώνια που θέλουν, νιώθουν ένα αίσθημα θλίψης, ενώ μετά τα ψώνια τους έχουν ένα μικρό χρονικό διάστημα θετικών και χαρούμενων συναισθημάτων πάλι δεν νιώθουν ικανοποιημένοι. Για να περιοριστεί ή ακόμα και να σταματήσει όλο αυτό πρέπει να μάθουμε και να συνειδητοποιήσουμε ότι τα υλικά αγαθά αδυνατούν να μας προσφέρουν τη πραγματική ευτυχία.

Ο μόνος που μπορεί να αντιμετωπίσει το φαινόμενο του καταναλωτισμού είμαστε εμείς οι ίδιοι και για να επιτευχθεί αυτό πρέπει να αρχίζουμε να σκεφτόμαστε λογικά το τι είναι αυτό που πραγματικά στερούμαστε και έχουμε ανάγκη. Να

καταλάβουμε τον ίδιο μας τον εαυτό και να διαπιστώσουμε τον απώτερο σκοπό των αγορών μας. Επιπρόσθετα, καλό θα ήταν να καταλάβουμε ότι οι πράξεις μας δεν θα πρέπει να έχουν ως μοναδικό σκοπό να ικανοποιήσουν το εγώ μας ή να τραβήξουμε το ενδιαφέρον των άλλων αλλά να κάνουμε τον ίδιο μας τον εαυτό αλλά και το περίγυρό μας ευτυχισμένο γιατί αλλιώς πρόκειται για κάτι ανούσιο. Καλό θα ήταν βέβαια να μη παρασυρόμαστε τόσο εύκολα από το φαίνεσθε και να αντιληφθούμε ότι τα υλικά αγαθά δεν είναι ικανά να φέρουν την ευτυχία, παρά μόνο οι υγιείς σχέσεις με τους συνανθρώπους μας και η προσωπική ολοκλήρωση μπορούν να το επιτύχουν αυτό. Πολύ σημαντικό είναι όμως να διανοηθούμε ότι είμαστε μοναδικοί και σπάνιοι σε αυτό τον κόσμο κ έτσι τα αντικείμενα γύρω μας ταυτίζονται με διαφορετικό τρόπο στον καθένα από εμάς. Για αυτό καμία γενικευμένη μορφή διαφημίσεων δεν έχει την ικανότητα να μας αντιπροσωπεύσει και κυρίως να μας υποδείξει τον τρόπο με τον οποίο θα φερόμαστε. [10]

3.FAIR TRADE

Ως *Fair Trade* που στα Ελληνικά αποδίδεται ως «Δίκαιο Εμπόριο» ονομάζεται ένα κοινωνικό κίνημα το οποίο έχει ως κύριο στόχο να βοηθήσει στις αναπτυσσόμενες χώρες τους παραγωγούς να επιτύχουν ευκολότερα και ευνοϊκότερα τους όρους των συναλλαγών αλλά και στην διεύρυνση της βιωσιμότητας. Το κίνημα αυτό τάσσεται υπέρ της δίκαιας καταβολής των μισθών των εργαζομένων, αλλά και στη βελτίωση των κοινωνικών και των περιβαλλοντικών προτύπων. Επίσης, βασίζεται σε εμπορεύματα και προϊόντα τα οποία εξάγονται κυρίως από τις αναπτυσσόμενες χώρες προς τις ήδη ανεπτυγμένες χώρες, αλλά και προς τις ίδιες τις αναπτυσσόμενες. Ορισμένα τέτοια προϊόντα είναι ο καφές, το κακάο, το κρασί, η σοκολάτα, τα φρέσκα φρούτα, τα λουλούδια, οι χειροτεχνίες, ο χρυσός αλλά και η παραγωγή ενδυμάτων καθημερινής χρήσης. Αυτό το κίνημα αγωνίζεται να προωθήσει και να επιβάλλει την όσο το δυνατόν μεγαλύτερη δικαιοσύνη στις διεθνές συνεργασίες του εμπορίου μέσω της διαφάνειας, της καθαρότητας, του σεβασμού, του διαλόγου και της αλληλεγγύης. Συνεισφέρει στην ανάπτυξη της βιωσιμότητας έχοντας ως στόχο την εξασφάλιση των καλύτερων δυνατών συνθηκών εμπορίας καθώς και το δικαίωμα των εργαζομένων και των περιθωριοποιημένων παραγωγών που εργάζονται στις αναπτυσσόμενες χώρες να απαιτούν και να εξασφαλίζουν τα δικαιώματά τους.



Εικόνα 3.1: Δίκαιο εμπόριο για το πλανήτη, δίκαιο εμπόριο για τους ανθρώπους.

Πιο συγκεκριμένα το Fair Trade στηρίζεται σε κάποιες πεποιθήσεις όπως είναι η δυνατότητα να υπάρξει μεταξύ των καταναλωτών και των παραγωγών ενότητα, η ύπαρξη άνιση κατανομής του πλούτου μεταξύ των εθνών το οποίο στη ουσία οφείλεται στις πρακτικές που χρησιμοποιούνται σήμερα, οι οποίες αφορούν τη διακίνηση του παγκόσμιου εμπορίου. Τέλος ένας ακόμη πιο αποτελεσματικός

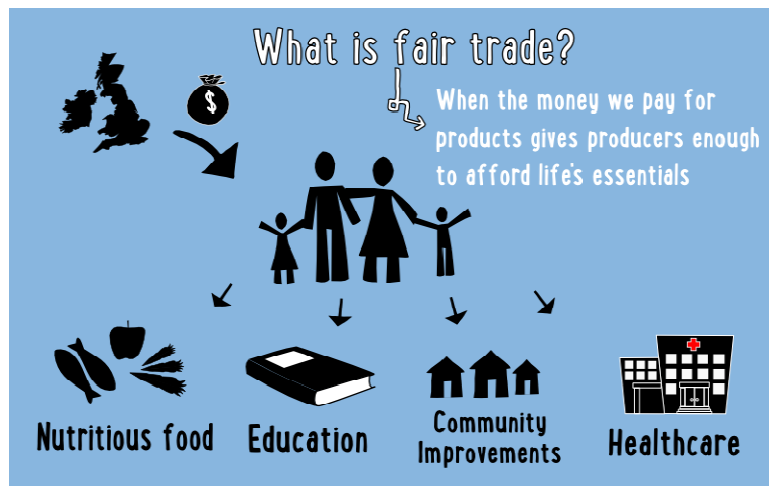
τρόπος για την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης σε σχέση με τη παραδοσιακή φιλανθρωπία και τη συνεισφορά είναι να προμηθεύονται οι καταναλωτές τα προϊόντα από τους παραγωγούς των αναπτυσσόμενων χωρών σε δίκαιες τιμές.[14]



Εικόνα 3.2: Σχηματική απεικόνιση των δέκα αρχών του Δίκαιου Εμπορίου

Οι δέκα αρχές του Δίκαιου Εμπορίου:

1. Ευκαιρίες για τους αδικημένους παραγωγούς
2. Διαφάνεια και αποδοχή ευθυνών
3. Πρακτικές του Δίκαιου Εμπορίου
4. Δίκαιη πληρωμή
5. Όχι στη παιδική εργασία, όχι στην καταναγκαστική εργασία
6. Όχι στις διακρίσεις των δύο φύλων στην εργασία
7. Καλές συνθήκες εργασίας
8. Δυνατότητα ανάπτυξης
9. Προώθηση Δικαίου Εμπορίου
10. Σεβασμός για το περιβάλλον [17]



Εικόνα 3.3: Τι είναι το Δίκαιο Εμπόριο; Είναι όταν τα χρήματα που εμείς σαν καταναλωτές ξοδεύουμε για τα προϊόντα να δίνουν στους παραγωγούς τη δυνατότητα να καλύψουν τις βασικές ανάγκες διαβίωσής τους.

Το Δίκαιο Εμπόριο είναι μια εμπορική σύμβαση η οποία αναζητά μεγαλύτερη δικαιοσύνη στο εμπόριο παγκοσμίως και βασίζεται στο διάλογο, την καθαρότητα, την διαφάνεια και το σεβασμό. Υποστηριζόμενες από τους καταναλωτές οι οργανώσεις του Δίκαιου Εμπορίου συμμετέχουν έντονα στην υποστήριξη των παραγωγών, στην ευαισθητοποίηση και στην ενημέρωση των καταναλωτών αλλά και στην εκστρατεία για την τροποποίηση των κανόνων και στις πρακτικές του συμβατικού Διεθνούς Εμπορίου. Μια από τις κυριότερες και πιο αναγνωρισμένες οργανώσεις Fair Trade που έχουν ως αρχή το Δίκαιο Εμπόριο είναι η *FINE*, μια άτυπη ένωση των τεσσάρων διεθνών δικτύων Δίκαιου Εμπορίου. Αυτά είναι τα εξής:

- **FLO International** (Fairtrade International) (Οργανισμοί Σήμανσης Δίκαιου Διεθνούς Εμπορίου)
- **World Fair Trade Organization** (Παγκόσμιος Οργανισμός Δίκαιου Εμπορίου)
- **The Network of European Worldshops** (Δίκτυο Ευρωπαϊκών Worldshops)
- **European Fair Trade Association** (Ευρωπαϊκή Ένωση Δίκαιου Εμπορίου)

Με βάση μια μελέτη που έγινε το 2015 και δημοσιεύτηκε από το MIT Press συμπέρανε ότι ο παραγωγός είχε σχεδόν μηδενικά οφέλη εξαιτίας της υπεραυξημένης πιστοποίησης, και μόνο μία πολύ περιορισμένη ποσότητα προϊόντων κατατάσσονταν στη κατηγορία των Fair-Trade και πωλούνταν στις Fair-Trade αγορές και μόνο αυτά κατάφεραν να αποσβέσουν το κόστος της πιστοποίησης.

Τη δεκαετία του 1940 και 1950 εμφανίστηκαν οι πρώτες προσπάθειες εμπορευματοποίησης προϊόντων Fair-Trade στις Βόρειες αγορές από θρησκευτικές ομάδες και από διάφορες πολιτικά προσανατολισμένες μη κυβερνητικές οργανώσεις. Δέκα χιλιάδες χωριά μαζί με μία κυβερνητική οργάνωση η οποία βρίσκεται στα πλαίσια της Κεντρικής Επιτροπής Μεννονιτών και την SERRV International ήταν οι πρώτες που στις χρονολογίες 1946 και 1949 κατάφεραν να πραγματοποιήσουν ανάπτυξη στις αναπτυσσόμενες χώρες αλυσίδων προμηθειών από προϊόντα Fair-Trade. Κυρίως αυτά τα προϊόντα είχαν και ως σκοπό να προβάλλουν τη προσφορά και τη δωρεά.



Εικόνα 3.4: Τα πρώτα σήματα των Fair-trade πιστοποιήσεων

Σημαντικό ρόλο βέβαια έπαιξε και η πρωτοβουλία της σήμανσης αφού όταν καθιερώθηκε η ένδειξη της Fair-Trade πιστοποίησης οι πωλήσεις των προϊόντων αυτών έφτασαν στα ύψη. Ανεξάρτητα που οι πωλήσεις αυτών αυξάνονται τα προϊόντα αυτά συνέχιζαν να βρίσκονται σε σχετικά μικρές αγορές σε όλη την Ευρώπη και σε πιο μικρό βαθμό στη Βόρεια Αμερική. Υπήρξαν όμως και οι αντιδράσεις ότι τα καταστήματα αυτά απείχαν από τον σύγχρονο τρόπο ζωής και το ρυθμό των ανεπτυγμένων κοινωνιών. Ακόμη και για τους πιο πιστούς πελάτες ήταν ταλαιπωρία να ψάχνουν αυτά τα καταστήματα για να αγοράσουν μόνο ένα ή και δύο προϊόντα. Οπότε ως λύση για να αυξηθούν οι δυνατότητες πώλησης ήταν να ενταχθούν τα προϊόντα Fair-Trade στα μεγάλα καταστήματα και σε καταστήματα που συνήθως ψωνίζουν οι καταναλωτές. Προσπάθησαν έτσι να βρουν τη καλύτερη δυνατή λύση ώστε με την επέκταση της διανομής να αποφευχθεί ο κλονισμός της εμπιστοσύνης των καταναλωτών για τα προϊόντα Fair-Trade και για τη προέλευση τους.

Η επισήμανση του Fair-Trade είναι ένα σύστημα πιστοποίησης το οποίο έχει σχεδιαστεί με σκοπό να διευκολύνει τους καταναλωτές να εντοπίζουν τα εμπορεύματα που πληρούν τις απαιτούμενες προϋποθέσεις. Ο έλεγχος των παραγωγών και των εμπόρων για την εξασφάλιση της τήρησης των προϋποθέσεων αυτών πραγματοποιείται από ένα οργανισμό θέσπισης προτύπων και ένα φορέα πιστοποίησης.



Εικόνα 3.5: Αγόρασε δίκαια, γίνε δίκαιός.

Η πιστοποίηση Fair-Trade έχει στις φιλοδοξίες της εκτός από το να εγγυηθεί έκτος από τις δίκαιες τιμές και τις αρχές της ηθικής αγοράς. Αυτές οι αρχές εμπεριέχουν τη τήρηση των συμφωνιών της **ILO (International Labour Organisation)** ή **ΔΟΕ (Διεθνής Οργάνωση Εργασίας)** όπως εκείνες που απαγορεύουν ρητά τη παιδική και καταναγκαστική εργασία έχοντας εξασφαλίσει στους εργαζομένους ένα ασφαλές εργασιακό περιβάλλον και το δικαίωμα του συνδικαλισμού, την τήρηση του ΟΗΕ των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, την εξασφάλιση μιας δίκαιας τιμής που καλύπτει το κόστος παραγωγής διασφαλίζοντας την κοινωνική ανάπτυξη, τη διατήρηση του περιβάλλοντος και την προστασία. Επιπλέον, ένας βασικός σκοπός του συστήματος πιστοποίησης Fair-Trade να προωθήσει τις μακροχρόνιες επιχειρηματικές σχέσεις που συνδέουν τους αγοραστές και τους πωλητές, την προχρηματοδότηση των εμπορευμάτων και των πρώτων υλών και τέλος προσπαθούν να επιτύχουν την ύπαρξη όσο το δυνατόν μεγαλύτερη διαφάνειας σε ολόκληρη την αλυσίδα του εφοδιασμού.

Παρατηρείται ότι αυτό το σύστημα πιστοποίησης καλύπτει όλο και μεγαλύτερο εύρος των προϊόντων, ορισμένα από αυτά τα προϊόντα είναι οι μπανάνες, ο καφές, το κακάο, το βαμβάκι, το μέλι, τα πορτοκάλια, τα αποξηραμένα και φρέσκα φρούτα και λαχανικά, τα φασόλια, οι χυμοί, το κρασί, οι ξηροί καρποί και ελαιούχοι σπόροι, το ρύζι, τα λαχανικά, η ζάχαρη και το τσάι. Οι εταιρίες αυτές, οι οποίες για τη

παραγωγή των προϊόντων τους πληρούν τις προδιαγραφές Fair-Trade έχουν τη δυνατότητα να υποβάλλουν αίτηση για να διεκδικήσουν την άδεια να χρησιμοποιήσουν κάποιο από τα σήματα πιστοποίησης Fair-Trade στα προϊόντα αυτά. Το Διεθνές Σήμα Πιστοποίησης Δικαίου Εμπορίου εγκαινιάστηκε το 2002 από το Διεθνές οργανισμό Σήμανσης Δικαίου Εμπορίου και τότε αντικαταστήθηκαν δώδεκα σήματα Fair-Trade επισημάνσεων που γίνονταν χρήση από διάφορες πρωτοβουλίες. Το νέο σήμα πιστοποίησης χρησιμοποιείται πλέον από όλο τον κόσμο έκτος από τις Ηνωμένες Πολιτείες. Στις Ηνωμένες Πολιτείες εξακολουθεί να γίνεται χρήση για την ανάδειξη των Fair-Trade προϊόντων η *Fair-Trade Certified Mark*.

Τα πρότυπα Δικαίου Εμπορίου Βιομηχανίας που παρέχονται από Fair-Trade international χρησιμοποιούν τη λέξη παραγωγή στο ίδιο έγγραφο προδιαγραφών με πολλές και διαφορετικές έννοιες και αυτό έχει δημιουργήσει μεγάλη σύγχυση. Ορισμένες φορές αναφέρεται σε εργαζομένους άλλες φορές σε δευτερεύοντες συνεταιρισμούς των εργαζομένων που ανήκουν σε πρωτοβάθμιους συνεταιρισμούς ή σε τριτοβάθμιους συνεταιρισμούς οι οποίοι ανήκουν στους δευτερεύοντες συνεταιρισμούς. Βέβαια με την έννοια παραγωγός περιλαμβάνουμε κάθε οντότητα που έχει πιστοποιηθεί σύμφωνα με το διεθνές εμπορικό δίκαιο των γενικών προτύπων του εμπορικού δικαίου ακόμη και για οργανισμούς μικρής παραγωγής. Επίσης, σε γενικά πρότυπα Fair-Trade που αφορούν μισθωμένες καταστάσεις εργασίας ή και γενικά πρότυπα Fair-Trade σχετικά με την παραγωγή συμβάσεων. Σε βασικά έγγραφα η λέξη αυτή εμφανίζεται με όλες αυτές τις έννοιες.



Εικόνα 3.6: Διεθνές σήμα πιστοποίησης Δικαίου Εμπορίου

Όσοι ψωνίζουν προϊόντα Fair-Trade κυρίως το κάνουν από εσκεμμένη επιλογή μιας και αυτή βασίζεται στους ηθικούς κανόνες, στη στάση, στο τρόπο ανατροφής, άλλα

και στον συνειδητό έλεγχο της συμπεριφοράς και των προτύπων της κοινωνίας. Είναι σημαντικό να ληφθούν υπόψη τα ηθικά πρότυπα με σκοπό να βελτιωθεί η ικανότητα της πρόβλεψης των προθέσεων της αγοράς των προϊόντων Fair-Trade.

Σημαντική κατανάλωση των Fair-Trade προϊόντων έχει σημειωθεί τις τελευταίες δεκαετίες από τους φοιτητές. Οι γυναίκες φοιτήτριες είναι περισσότερο θετικές από τους άντρες στην αγορά αυτών γιατί τις διακατέχει πιο έντονη ηθική υποχρέωση να το πράξουν. Η ίδια θετική στάση έχει παρατηρηθεί και από τις γυναίκες καταναλώτριες. Αν και το φύλο δεν επηρεάζει τόσο πολύ τις προθέσεις της αγοράς των προϊόντων αυτών. Οι παραγωγοί προσπαθούν να οργανώσουν τις Fair-Trade πιστοποιήσεις ακόμα και μέσω θρησκευτικών δεσμών για ποικίλους λόγους όπως για τη κοινωνική δικαιοσύνη, τη πολιτική φιλελευθεροποίηση, την αυτονομία ή ακόμη και γιατί πολύ απλά θέλουν να αμείβονται περισσότερο για τις προσπάθειες τους, την εργασία τους και τα προϊόντα τους.[14]



Εικόνα 3.7: Εναέρια φωτογραφία του κτιρίου Ράνα Πλάζα έπειτα από τη κατάρρευση.

Ένα τρανταχτό παράδειγμα όπου οι άθλιες συνθήκες εργασίας στοίχησαν πολλές ανθρώπινες ζωές ήταν όταν στην Σαβάρ, περίπου 30 χιλιόμετρα μακριά από τη Ντάκα, την πρωτεύουσα του Μπαγκλαντές, το κτίριο Ράνα Πλάζα στις 24 Απριλίου 2013 κατέρρευσε. Σκοτώθηκαν 1.127 άνθρωποι και τραυματίστηκαν περίπου 2.450. Σε αυτό το κτίριο εμπεριέχονταν 5 κλωστοϋφαντουργικές επιχειρήσεις, οι οποίες κατά κύριο λόγο συνεργάζονταν με την ισπανική εταιρία *Mango* και την βρετανική *Primark*, επίσης φιλοξενούσε μια τράπεζα και ορισμένα γραφεία. Το ατύχημα σημειώθηκε κατά τις πρωινές ώρες όπου υπήρχε και η μεγαλύτερη κίνηση μέσα στο κτίριο. Πλέον θεωρείται πως είναι το χειρότερο εργατικό ατύχημα που έχει συμβεί στο Μπαγκλαντές αλλά και το φονικότερο βιομηχανικό ατύχημα μετά τη διαρροή

χημικών στο Μποπάλ το 1984. Επιπλέον, 5 μήνες πριν γίνει αυτό το συμβάν είχε προηγηθεί σε κάποιο άλλο εργοστάσιο υφαντουργίας στη Ντάκα πολύνεκρη πυρκαγιά. Οι εργάτες που δούλευαν στο κτίριο Ράνα Πλάζα είχαν κάνει παράπονα για τις ρωγμές που είχαν παρατηρήσει μέσα σε αυτό, αλλά οι υπεύθυνοι δυστυχώς τους αγνόησαν, αλλά και τους εξανάγκασαν να συνεχίσουν την εργασία τους και την επόμενη μέρα. Αξίζει να αναφερθεί ότι το κτίριο όπως ισχυρίζονται τα μέσα ενημέρωσης του Μπαγκλαντές είχε ελεγχθεί την προηγούμενη μόλις μέρα από επιθεωρητές, οι οποίοι μάλιστα ζήτησαν την εκκένωση του κτιρίου για την ασφάλεια των εργαζομένων. Η τράπεζα και τα καταστήματα υπάκουσαν και εκκενώθηκαν, ενώ αντιθέτως οι εργάτες των κλωστοϋφαντουργικών επιχειρήσεων ήταν υποχρεωμένοι να δουλεύουν κανονικά.



Εικόνα 3.8: Οικογένεια με παιδί προσπαθεί να διαφύγει καθώς η αστυνομία ρίχνει δακρυγόνα για να διαλύσει τους εξαγριωμένους πολίτες που συμμετείχαν στη διαδήλωση όπου λάμβανε χώρα στα περίχωρα της Ντάκας εξαιτίας της πτώσης του κτιρίου.

Φυσικά όλο αυτό ήταν αναμενόμενο να προκαλέσει την αντίδραση και την οργή του κόσμου με αποτέλεσμα δεκάδες χιλιάδες εργάτες την επόμενη μέρα του δυστυχήματος απείργησαν σε ολόκληρη τη χώρα ως ένδειξη διαμαρτυρίας και συμπαράστασης στα θύματα και στις οικογένειες τους. Όλο αυτό οδήγησε στο κλείσιμο εκατοντάδων μονάδων παραγωγής ενδυμάτων. Από τότε η 24 Απριλίου κηρύχθηκε μέρα εθνικού πένθους και με τις σημαίες να κυματίζουν σε ολόκληρη τη χώρα. Με αφορμή αυτό το γεγονός μετά από δύο ημέρες οργανώθηκε μια ογκώδης διαδήλωση όπου συμμετείχαν εκατοντάδες χιλιάδες εργάτες. Οι οργισμένοι αυτοί εργάτες προσπάθησαν να πυρπολήσουν καταστήματα, έκαψαν λάστιχα, αναποδογύρισαν αυτοκίνητα και τέλος ανάγκασαν εργοστάσια να κλείσουν. Η κατάσταση είχε ξεφύγει τόσο, ώστε χρειάστηκαν οι δυνάμεις της αστυνομίας να κάνουν χρήση δακρυγόνων και σφαιρών από καουτσούκ για να καταφέρουν να

τους απωθήσουν.[15] Τα λεγόμενα του αξιωματικού της αστυνομίας του Μπαγκλαντές, με αφορμή την διαδήλωση που πραγματοποιήθηκε εξαιτίας της κατάρρευσης του κτιρίου ήταν τα ακόλουθα «Η κατάσταση είναι πολύ ρευστή. Εκατοντάδες χιλιάδες εργάτες συμμετέχουν στη διαδήλωση. Χρησιμοποιήσαμε σφαίρες από καουτσούκ και δακρυγόνα για να τους απωθήσουμε»[16]

Μιας και στη προηγούμενη ενότητα αναφερθήκαμε στο ατύχημα που έλαβε χώρα σε κλωστοϋφαντουργικό χώρο, ήρθε η ώρα να αναφερθούμε στη σχέση του fair-trade με την κλωστοϋφαντουργία.

Το Fair-Trade σε αυτό το τομέα αντιμετώπισε και αντιμετωπίζει κάποιες δυσκολίες αλλά και τις αδικίες του παραδοσιακού εμπορίου, το οποίο συνηθίζει να κάνει διακρίσεις εις βάρος των φτωχότερων και των πιο αδύναμων παραγωγών. Ενώ αντιθέτως αυτή τη στιγμή το Fair-Trade προσπαθεί να δώσει τη δυνατότητα σε όλους να βελτιώσουν την ζωή τους και να έχουν περισσότερο έλεγχο σε αυτή. Στο τομέα της μόδας, το Δίκαιο Εμπόριο πρωτοεμφανίστηκε σε μικρούς συνεταιρισμούς που δημιουργούσαν υφάσματα και είδη χειροτεχνίας. Τώρα πλέον έχει επεκταθεί και στις καλλιέργειες βαμβακιού. Οι πιστοποιήσεις Fair-Trade σχετικά με το βαμβάκι ξεκίνησαν το 2005 από το Ηνωμένο Βασίλειο. Πλέον τις πιστοποιήσεις αυτές τις αναγνωρίζει το 50% των ενηλίκων του Ηνωμένου Βασιλείου. Επιπλέον, έως το 2015 στις αναπτυσσόμενες χώρες έχουν ληφθεί Fair-Trade πιστοποιήσεις από 75.000 αγρότες βαμβακιού. Ακόμη και το πιο ελάχιστο ποσό που προσφέρει το Δίκαιο Εμπόριο σε αγρότες βαμβακιού τους δίνει τη δυνατότητα να διατηρήσουν αλλά ακόμα και να βελτιώσουν τον τρόπο ζωής τους.



Εικόνα 3.9: Ινδοί παραγωγοί οργανικού βαμβακιού με Δίκαιο Εμπόριο

Οι κύριες χώρες εξαγωγής του Fair-Trade του βαμβακιού είναι η Ινδία, το Πακιστάν και η Δυτική Αφρική παρόλο που πλέον αναπτύσσεται και σε πολλές άλλες χώρες. Από το Χονγκ Κονγκ, την Μαλαισία, την Ταϊλανδή και την Ινδονησία εξάγονται αντίστοιχα η κλωστοϋφαντουργία και η ένδυση.

Οι εργασίες στη παραγωγή των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων έχει διαφορά από αυτή των βασικών γεωργικών προϊόντων μιας και η παραγωγή των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων πραγματοποιείται σε ένα εργοστάσιο και όχι σε ένα αγρόκτημα. Δυστυχώς, η παιδική εργασία είναι διαδεδομένη στο Πακιστάν, την Ινδία και το Νεπάλ μιας και τα παιδιά αποτελούν πηγή φθηνού εργατικού δυναμικού και οι κοινωνικές παραδόσεις μεταφέρουν το σκεπτικό ότι τα παιδιά πρέπει να συντηρούν τους γονείς τους. Οι συνεταιρισμοί όμως του Δικαίου Εμπορίου διασφαλίζουν δίκαιες και πρακτικές εργασίες μέσα στις οποίες συμπεριλαμβάνεται η απόρριψη της παιδικής εργασίας. Πιο ευαισθητοποιημένες εμφανίζονται οι γυναίκες αφού οι πιο πολλοί παραγωγοί κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων στις αναπτυσσόμενες χώρες είναι γυναίκες. Βέβαια, κάνουν προσπάθειες το Fair-Trade να συνδυάζεται όσο το δυνατόν περισσότερο με τις προτιμήσεις των καταναλωτών της Βορείου Αμερικής και της Ευρώπης. Για παράδειγμα, στο Νεπάλ τα υφάσματα παράγονταν αρχικά για οικιακή και τοπική χρήση, ενώ στη δεκαετία του 1990 οι γυναίκες ένωναν τους συνεταιρισμούς τους και την εξαγωγή της χειροτεχνίας τους με απώτερο σκοπό το κέρδος. Πλέον η χειροτεχνία είναι η μεγαλύτερη εξαγωγική παραγωγή του Νεπάλ. Είναι βέβαια δύσκολο για τις γυναίκες να μπορέσουν να ισορροπήσουν την παραγωγή των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, τις οικιακές ευθύνες και τις γεωργικές εργασίες. Για αυτό οι συνεταιρισμοί προωθούν την ανάπτυξη των δημοκρατικών κοινωνιών στις οποίες οι γυναίκες έχουν δικαιώματα και φωνή παρά το γεγονός ότι για πολλά χρόνια τώρα βρίσκονται σε μη προνομιούχες θέσεις. Για να είναι επιτυχείς στις Δυτικές αγορές το Δίκαιο Εμπόριο υφασμάτων και άλλων τεχνών οι παγκόσμιες οργανώσεις Δικαίου Εμπορίου χρειάζονται ένα ευέλικτο εργατικό δυναμικό οι οποίοι θα λαμβάνουν σταθερό εισόδημα, τη δημιουργία σχέσεων μεταξύ των καταναλωτών και των παραγωγών και την ύπαρξη μίας αγοράς ποιοτικών εθνικών προϊόντων.

Παρόλα αυτά, η ένταξη του βαμβακιού και των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων στο Δίκαιο Εμπόριο δεν είναι πάντα τόσο θετική και ευνοϊκή για τους εργάτες. Τις μεγαλύτερες ποσότητες βαμβακιού στην Αφρική τις παράγει το Μάλι και η Μπουργκίνα Φάσο. Παρά το ότι πολλές φυτείες βαμβακιού σε αυτές τις χώρες επέτυχαν πιστοποιήσεις Δικαίου Εμπορίου τη δεκαετία μάλιστα του 1990, η συμμετοχή τους αυτή στο Δίκαιο Εμπόριο και στις περαιτέρω επεμβάσεις τους στις υπάρχουσες σχέσεις εξουσίας εξακολουθούν να προκαλούν τις ανισότητες και τη φτώχεια στην Αφρική αντί να τις εξουδετερώσουν. Το Δίκαιο Εμπόριο δεν προσφέρει πολλά στους αγρότες όταν δεν αμφισβητεί το σύστημα που καταφέρνει να περιθωριοποιήσει τους παραγωγούς. Ανεξάρτητα του ότι οι αγρότες δεν ενδυναμώθηκαν η εύλογη τελικά αυτή μεταβολή του εμπορίου του βαμβακιού επέφερε θετικά αποτελέσματα μιας και συμπεριέλαβε τις γυναίκες στη καλλιέργεια.

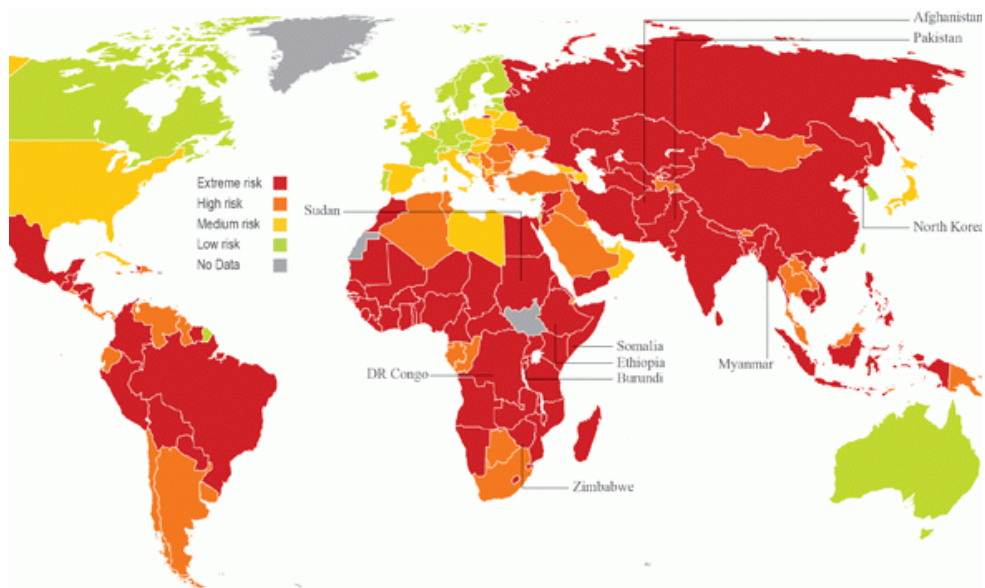
Τα υφάσματα και τα ενδύματα παρά τη περιπλοκότητά τους απαιτούν ένα άτομο χειριστή, σε αντίθεση με τη συλλογική καλλιέργεια του καφέ, του κακάο και των φασολιών. Η κλωστοϋφαντουργία δεν μπορεί να θεωρηθεί ως ένα απλό εμπόρευμα γιατί για να μπορέσει να ενταχθεί στο Δίκαιο Εμπόριο πρέπει να πραγματοποιηθεί ρύθμιση στη καλλιέργεια βαμβακιού, στη βαφή, στο ράψιμο αλλά και σε οποιοδήποτε βήμα της διαδικασίας παραγωγής κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων.

Στη παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων η άδικη και η αναγκαστική εργασία δεν σταματάει μόνο στις αναπτυσσόμενες χώρες. Ακόμη και στις Ηνωμένες Πολιτείες είναι εμφανής η ύπαρξη «σκλαβοπάζαρων», με μετανάστριες να εργάζονται πολλές ώρες και ο μισθός που λαμβάνουν είναι χαμηλότερος και από το κατώτατο. Με παρόμοιες συνθήκες έχουν επιβληθεί προγράμματα «εργασίας» σε ιδιωτικές φυλακές των ΗΠΑ όπου οι κρατούμενοι εργάζονται σε εργασίες ραφής κυρίως προϊόντων με υποτυπώδεις μισθούς. Επιπλέον, εμφανίζεται έντονα μέσα στα φαινόμενα της καταναγκαστικής εργασίας και το φαινόμενο της παιδικής εργασίας. Οι καταναλωτές στις Ηνωμένες Πολιτείες έδειξαν προθυμία να καταστείλουν αυτό το φαινόμενο στην παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων όμως δυστυχώς δεν περιμένουν να αποφανθούν το ίδιο και οι άλλες χώρες. [14],[18]



Εικόνα 3.10: Απεικόνιση παιδικής εργασίας στη κλωστοϋφαντουργία

Με βάση και μία νέα έκθεση από τη *Maplecroft* η παιδική εργασία αυξάνεται δυστυχώς σε ολόκληρο τον κόσμο. Το 2012 αυξήθηκε κατά 10% ο αριθμός των χωρών στις οποίες είχε εδραιωθεί η παιδική εργασία. Η συγκεκριμένη έρευνα ασχολήθηκε με 197 χώρες. Προ εκπλήξεως σε αυτή τη λίστα των 197 χωρών βρέθηκαν να περιλαμβάνονται και ανεπτυγμένες χώρες, ακόμα και με την Αμερική να βρίσκεται στη 141^η θέση της κατάταξης και να θεωρείται ως χώρα μέσου κινδύνου. Στη κορυφή της λίστας βρέθηκαν οι χώρες που έχουν τον ρόλο των προμηθευτών του αναπτυσσόμενου κόσμου, αυτές είναι οι Ινδία, η Κίνα, οι Φιλιππίνες, η Βραζιλία, το Βιετνάμ και την Ινδονησία.



Εικόνα 3.11: Με κόκκινο απεικονίζονται οι πολύ “επικίνδυνες” χώρες, με πορτοκαλί οι αρκετά “επικίνδυνες”, με κίτρινο οι χώρες μεσαίου “κινδύνου”, με πράσινο οι χαμηλού “κινδύνου” και με γκρι αυτές που δεν εμφάνισαν αυτό το φαινόμενο.

Στις 10 πρώτες χώρες της λίστας παρουσιάζονται οι Αιθιοπία, το Πακιστάν, το Μπουρούντι, το Αφγανιστάν, η Ζιμπάμπουε, η Λαϊκή Δημοκρατία του Κονγκό, το Σουδάν, η Σομαλία, η Βόρεια Κορέα και η Μιανμάρ (Βιρμανία).[19]



Εικόνα 3.12: Διαμαρτυρία παιδιών για τη παιδική εργασία.



Εικόνα 3.13: Αφίσα από μια fair-trade επίδειξη μόδας του 2009

Κατά καιρούς βέβαια αλλά και στις μέρες μας υπάρχουν κλωστοϋφαντουργικές εταιρίες οι οποίες ακολουθούν το fair-trade. Ψάξαμε ορισμένες και σας τις παρουσιάζουμε:

<ul style="list-style-type: none"> •American Apparel •Be Good Clothing •Boll & Branch •Cherie Amie •Fairtrade Αυστραλία •Maggie's Organics •Patagonia •Ten thousands villages •People Tree •Fat Face •Minna •Mirabelle •Monsoon •New Balance •Osborn shoes •Pachacuti •Polly Wales •Seasalt •Stella McCartney •H & M •Made •Edun •Beaumont Organic 	<ul style="list-style-type: none"> •Madefair •Pact •Nisolo •Indigenous Clothing •Zady •Maymiko •Apolis •Naja •Industry Of All Nations •Slumlove Sweater Company •Elegantees •Shift to Nature •Noctu •Symbology •Fibre Athletics •My Sister •SSeko •Prana •Wallis Evera •Purple Impression •The Root Collective •Thread Harvest •Raven + Lily
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<ul style="list-style-type: none">•Asos Africa•Beyond Skin•Matt & Nat•Chinti & Parker•Huit•Krochet Kids•Everlane•Fair Trade Winds<ul style="list-style-type: none">•Mata Traders	<ul style="list-style-type: none">•Eileen Fisher•Gather & See•Oliberte•Good Cloth•Brain Tree Clothing•Nomads•Mountain Equipment Co-op•Hae Now<ul style="list-style-type: none">•Under the Canopy <p>[20],[21],[22]</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.Sustainability-LCA

Μόδα είναι μια τάση η οποία σχετίζεται με το ντύσιμο ή και γενικά με την εξωτερική εμφάνιση των ανθρώπων κατά τακτά χρονικά διαστήματα. Οι μορφές της μόδας διαφοροποιούνται από την έκθεση στα σύγχρονα μέσα, από την *γεωγραφική τοποθεσία*, τις *οικονομικές συνθήκες* της αντίστοιχης χώρας και του εκάστοτε καταναλωτή αλλά και από τις *θρησκευτικές αντιλήψεις* και *πεποιθήσεις*. Για αυτούς τους λόγους η ένδυση κυμαίνεται από πολύ λιτές ενδυμασίες μέχρι ρούχα υψηλής ραπτικής αλλά και παραδοσιακές ενδυμασίες-φορεσιές.[28]



Εικόνα 4.1: Η μόδα είναι τέχνη και εσύ είσαι ο καμβάς.

Αισθητή είναι και η διαφοροποίηση των *φύλων* στις ενδυμασίες με βάση τις κουλτούρες των διαφόρων χωρών και λαών. Τα γυναικεία και τα αντρικά ενδύματα διαφέρουν σε υφάσματα, στυλ, σχέδια αλλά και σε χρώματα. Για παράδειγμα, τα παντελόνια θεωρούνταν καθαρά ως ανδρική ενδυμασία, κάτι που πλέον σήμερα δεν ισχύει καθώς έχει γίνει αποδεκτό ως ρούχο και για τα δύο φύλα. Αντιθέτως, η φούστα είναι ένα ρούχο το οποίο ήταν καθαρά γυναικείο και εξακολουθεί να παραμένει με το πέρασμα των χρόνων κάτι το οποίο δεν θεωρείται αποδεκτή ένδυση για άντρες, εκτός αν εξαιρέσουμε τις παραδοσιακές φορεσιές όπως σκωτσέζικες φούστες, χλαμύδες και φουστανέλες.

Οι *θρησκευτικές αντιλήψεις* πολλές φορές τυχαίνει να καθιερώνουν κάποιο τρόπο ένδυσης ανεξαρτήτως αν αυτό είναι σε ώρα προσευχής ή σε κάποιο άλλο χρονικό διάστημα της ημέρας. Όπως οι γυναίκες στο Ισλάμ υποχρεούνται να φοράνε τις λεγόμενες μπούρκες και μαντίλες.

Οι νέες πολιτιστικές και πολιτισμικές επιρροές αλλά και οι τεχνολογικές εξελίξεις και καινοτομίες κάνουν τον κόσμο της ένδυσης να τροποποιείται και να διαμορφώνεται. Μπορεί οι ερευνητές και οι επιστήμονες σε διάφορες προσπάθειές τους να έχουν αναπτύξει αρκετά πρωτόγνωρα υφάσματα τα οποία είναι χρήσιμα για διάφορους λειτουργικούς σκοπούς αλλά ο λόγος εξέλιξης της μόδας δεν παύει να είναι μόνο αυτός. Εδώ και 500 χρόνια ο δυτικός ενδυματολογικός κώδικας έχει υποστεί αλλαγές. Σε αυτό επηρέασε η μηχανοποίηση της βιομηχανίας της κλωστοϋφαντουργίας η οποία δημιούργησε διαφόρων ειδών υφάσματα σε πολύ προσιτές τιμές. Από τότε διαδίδεται μέσω των δυτικών μέσων ενημέρωσης σε όλο τον κόσμο ο δυτικός πολιτισμός και το στυλ. Έτσι έκανε την εμφάνιση του ένα παγκόσμιο φαινόμενο, το φαινόμενο της **γρήγορης μόδας** όσον αφορά την ένδυση. [27]



Εικόνα 4.2: Παραγωγή βαμβακιού → Παραγωγή υφάσματος → Βιομηχανοποίηση ενδύματος → Μεταφορά και διανομή → Χρήση από τον πελάτη → Ανακύκλωση → Τέλος του κύκλου ζωής του ρούχου

Ως γρήγορη μόδα θεωρείται ένας σύγχρονος όρος ο οποίος χρησιμοποιείται από τους σχεδιαστές με σκοπό να εκφράσουν την εξέλιξη της μόδας μέσω της πασαρέλας. Οι συλλογές ρούχων οι οποίες βασίζονται στη γρήγορη μόδα και απεικονίζουν πιο πρόσφατες τάσεις της μόδας οι οποίες παρουσιάζονται στις επιδείξεις μόδας, λαμβάνουν χώρα κάθε χρόνο τις εποχές άνοιξη και φθινόπωρο. Οι σχεδιαστές με αυτό τον τρόπο έχουν σκοπό να προμηθεύσουν τους καταναλωτές με ρούχα της τρέχουσας περιόδου τα οποία διατίθενται σε χαμηλότερες τιμές και δημιουργούνται γρήγορα και ανέξοδα. Την τακτική και την φιλοσοφία αυτής της γρήγορης κατασκευής με αρκετά οικονομικές τιμές χρησιμοποιείται από πολλές και

μεγάλες επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου. Ορισμένες από αυτές είναι η *H&M*, *Zara*, *Bershka*, *Peacocks*, *Pull and Bear* κ.λπ. Η γρήγορη μόδα μπορεί να θεωρηθεί ως ένα είδος σούπερ μάρκετ που σχετίζεται με τη μόδα. Αυτή αποσκοπεί στην δημιουργία της έξυπνης ένδυσης αλλά και στη γρήγορη και διαρκή απόκτηση χρημάτων. Εξαιτίας όμως της αυξημένης ζήτησης ο κύκλος εργασιών έχει ανεξαρτητοποιηθεί από τις περιόδους στις οποίες πραγματοποιείται η δημιουργία νέων κολεξιόν. Πλέον κατασκευάζονται ρούχα συνεχώς με σκοπό να καλυφθεί το φαινόμενο του υπερκαταναλωτισμού κάτι το οποίο συμβαίνει ιδιαίτερα στις μέρες μας.

Λόγω αυτού του φαινομένου αυξάνεται η ναυτιλιακή κίνηση μιας και γίνεται διαρκή ανανέωση των εμπορευμάτων ανά τακτά χρονικά διαστήματα.



Εικόνα 4.3: Η γρήγορη μόδα δεν είναι ηθική.

Η γρήγορη μόδα έκανε αισθητή την εμφάνιση της ιδιαίτερα κατά τη δεκαετία του 2000 αλλά είχε πρωτοεμφανιστεί στην αγορά από τα τέλη του 1990. Η μόδα αυτή είναι μια μορφή εξέλιξης μιας ιδέας ενός προϊόντος που βασίστηκε σε ένα μοντέλο παραγωγής το οποίο αναπτύχθηκε στις ΗΠΑ κατά την δεκαετία του 1980 και ονομάζεται «*γρήγορη ανταπόκριση*» (*quick response*). Πλέον το όνομα *Zara* και άλλες παρόμοιες εταιρίες έχουν φτάσει στο σημείο να θεωρούνται συνώνυμες με τον όρο «*γρήγορη μόδα*». Αυτή η μόδα προκάλεσε και μια άλλη μορφή μόδας, την *αναλώσιμη*, καθώς τα προϊόντα ένδυσης παράγονται και πωλούνται μαζικά σε πολύ συμφέρουσες και προσιτές τιμές για τους καταναλωτές. Εξαιτίας όμως της γρήγορης

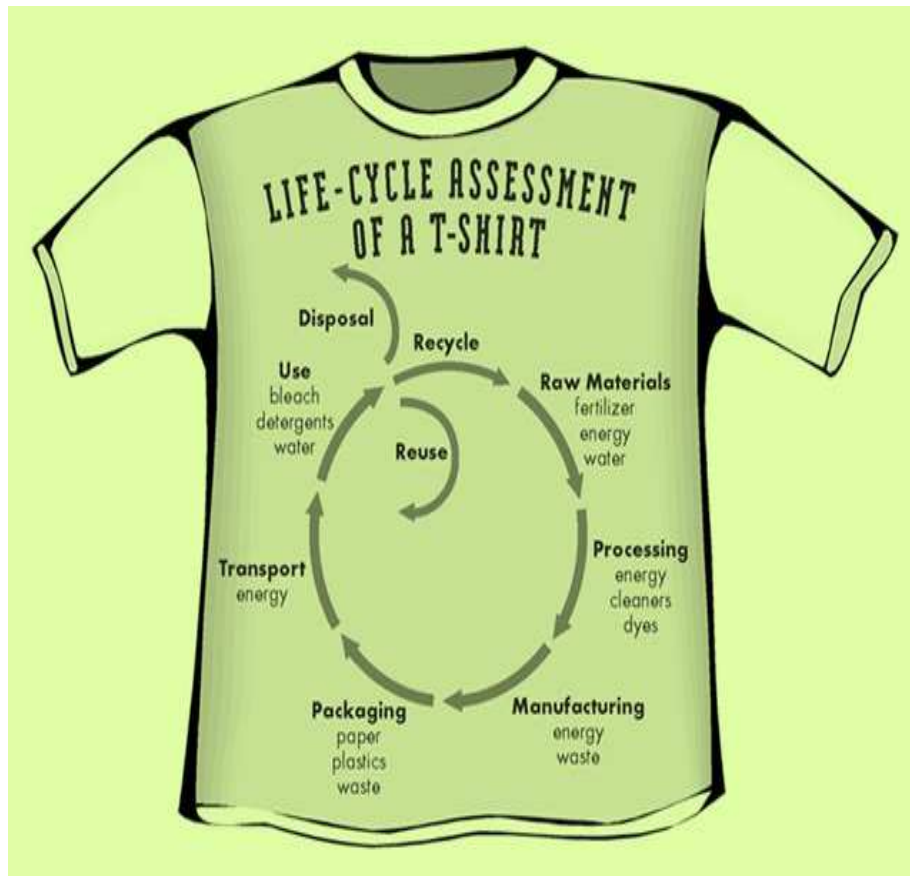
μόδας δημιουργήθηκε στην αγορά η «αργή μόδα» η οποία την θεώρησε υπεύθυνη για την ρύπανση τόσο με την παραγωγή των μαζικών ενδυμάτων, την χρήση μη ποιοτικών υφασμάτων, της πρόχειρης και γρήγορης κατασκευής ενδυμάτων αλλά και στην απομάκρυνση της μόδας από το κλασσικό στυλ το οποίο αναγκαστικά θα μεταβάλλεται συνέχεια. Επιπλέον, η γρήγορη μόδα έχει δεχθεί αρκετές κατηγορίες σχετικά με την συμβολή της σε εξευτελιστικές συνθήκες εργασίας στις υποανάπτυκτες χώρες στις οποίες παρατηρείται κακομεταχείριση και εκμετάλλευση των εργαζομένων.



Εικόνα 4.4: Καταναλωτές που ενδιαφέρονται για φθηνά ρούχα.

Όταν κάποιος θεωρείται καταναλωτής γρήγορης μόδας θεωρείται εξαιτίας της διαρκούς επιθυμίας του για συνεχή αλλαγή αλλά και της συχνής διαθεσιμότητας των νέων προϊόντων. Αυτή η διαρκής επιθυμία των καταναλωτών να φοράει νέα ρούχα δημιούργησε το επιχειρηματικό μοντέλο της γρήγορης μόδας. Για να καλυφθεί αυτή η ζήτηση αρκετές από τις μεγάλες εταιρίες παρείχαν μία μεγάλη ποικιλία από είδη ένδυσης σε χαμηλές τιμές με σχέδια ανάλογα με τις τάσεις της μόδας. Έτσι οι καταναλωτές οδηγούνται στο δρόμο της υπερκατανάλωσης αφού με την γρήγορη ανανέωση των τάσεων της μόδας νιώθουν συχνά πως βρίσκονται εκτός μόδας. Όλο αυτό είναι μια προγραμματισμένη αχρήστευση προϊόντων η οποία μεγιστοποιεί το ζήτημα της υπερκατανάλωσης. Και η οικονομία της μόδας έχει παρουσιάσει βαθιά προσήλωση στην προγραμματισμένη αχρήστευση των προϊόντων της. Λόγου χάρη οι φούστες των περασμένων ετών που είχαν σχεδιαστεί γνώριζαν ότι θα αντικατασταθούν από νέα μοντέλα της τρέχουσας τάσης της μόδας. Βέβαια έχει υιοθετηθεί σε ανησυχητικό σημείο ο καταναλωτισμός αφού μπορεί να εξακολουθούν να φοριούνται παλιά κομμάτια αλλά αυτό δεν εμποδίζει τους καταναλωτές να προμηθευτούν και τα καινούργια. Είναι εντυπωσιακό μάλιστα ότι

οικογένειες μεσαίων οικονομικών δυνατοτήτων στον Δυτικό κόσμο διαθέτουν τεράστιες αναλογικά γκαρνταρόμπες φθηνών ενδυμάτων γρήγορης μόδας με οποιεσδήποτε ψυχολογικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές συνέπειες μπορεί να έχει αυτό το φαινόμενο. Έχει πλέον δημιουργηθεί μια πιο εξελιγμένη μορφή γρήγορης μόδας καθώς έχει νέες πρακτικές στον εφοδιασμό των καταστημάτων και έχει ως στόχο την επιτάχυνση της ταχύτητας εφοδιασμού και αλλαγής της βιτρίνας.



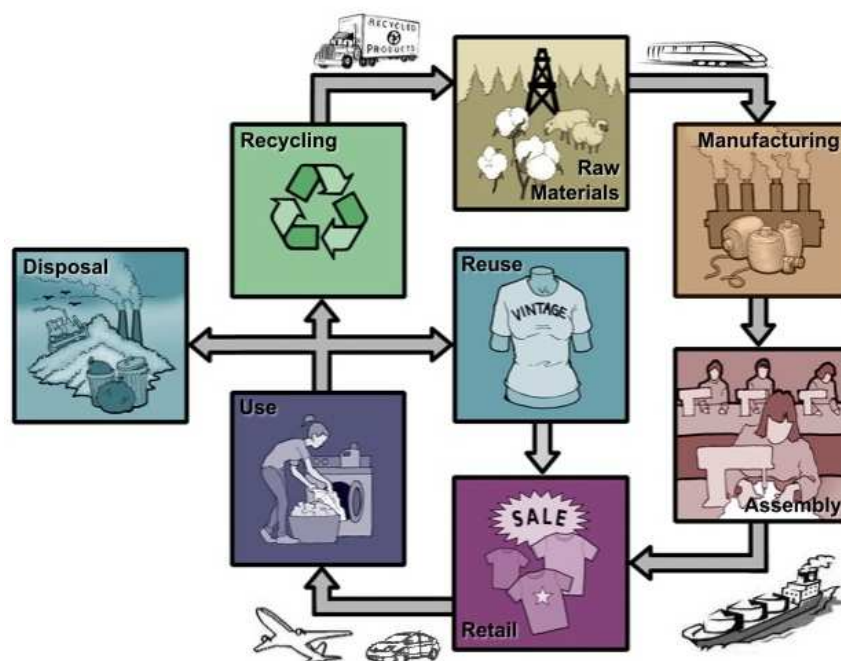
Εικόνα 4.50 εκτιμώμενος κύκλος ζωής ενός T-shirt (Αρχικά η πρώτη ύλη λαμβάνεται και ύστερα επεξεργάζεται, στην συνέχεια βιομηχανοποιείται ώστε να μπορέσει να μεταβεί στην διαδικασία του πακεταρίσματος, έπειτα μεταφέρεται για να μπορεί να χρησιμοποιηθεί και τίθεται έτσι σε διαθεσιμότητα ή προς επαναχρησιμοποίηση, μετά μπορεί να ανακυκλωθεί και να ξανά περάσει την ίδια επεξεργασία πάλι από την αρχή)

Ο καταναλωτής γρήγορης μόδας παρόλο τη διαρκή επιθυμία του για συνεχή αλλαγή αλλά και για τη συχνή διαθεσιμότητα των νέων προϊόντων, δεν παύει να έχει ως βασικό κριτήριο για τις αγορές του το κόστος αυτών. Δηλαδή, οι καταναλωτές επιθυμούν πολλά και φθηνά προϊόντα με τιμές που ορίζονται στρογγυλεμένα και ψυχολογικά. Δηλαδή, τιμές στα 9.90€ για πουκάμισα και φθηνά παντελόνια, 4.90€

για t-shirt κ.λπ. Παρατηρείται λοιπόν μέσω αυτής της μόδας μείωση των δαπανών σε αξιοσημείωτο βαθμό καθώς αξιοποιούνται οι χαμηλότερες τιμές στις αγορές των αναπτυσσόμενων χωρών. Όλο αυτό όμως ωφέλησε ιδιαίτερα και τις επιχειρήσεις αφού έκαναν χρήση πόρων με χαμηλότερο κόστος κάτι το οποίο τους συνέφερε οικονομικά. Δευτερεύων παράγοντας για τους καταναλωτές είναι ο εποχιακός κύκλος της αγοράς δηλαδή οι λεγόμενες σεζόν. Εδώ και χρόνια ίσχυε ότι οι κύκλοι της μόδας στη αγορά δέχονταν τροποποιήσεις από τους σχεδιαστές οι οποίοι δημιουργούσαν τις κολεξιόν τους ανά έξι μήνες στο έτος. Οπότε, αυτές διαρκούσαν για κάποιο μεγάλο σχετικά χρονικό διάστημα.

Αντιθέτως όμως η φιλοσοφία της πολύ γρήγορης αγοράς της μόδας δυστυχώς επιφέρει μη επιθυμητά αποτελέσματα καθώς θα οδηγήσει σε υψηλότερες δαπάνες αφού η χρονική περίοδος των νέων δημιουργιών έχει μειωθεί σημαντικά. Αυτό έγινε σταδιακά. Οι δύο σεζόν άρχισαν να παρουσιάζουν και ενδιάμεσες οπότε από 2 έγιναν 4-5 και στη συνέχεια άρχισαν να παρουσιάζονται flash σεζόν όπου για μικρό διάστημα βγαίνει μια γρήγορη τάση. Για παράδειγμα, μέσα με τέλη Οκτωβρίου, λόγω του Halloween μπορεί να βγει μια μίνι – σεζόν με gothic στυλ μόδας.

Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι ενώ ένας μέσος άνδρας και μια μέση γυναίκα φορούσε αρχικά τα ρούχα για τουλάχιστον ένα εξάμηνο. Στη σημερινή εποχή όμως, το χρονικό διάστημα αυτό έχει μειωθεί σημαντικά αφού οι επιχειρήσεις προμηθεύουν τα καταστήματα τους διαρκώς με νέα προϊόντα και ο σύγχρονος καταναλωτής θέλει να αισθάνεται διαρκώς ότι βρίσκεται μέσα στις νέες τάσεις της μόδας. Στην ουσία δηλαδή ο σύγχρονος καταναλωτής φτάνει στο σημείο να είναι ένα υποχείριο των μεγάλων επιχειρήσεων που έχουν ως σκοπό το διαρκώς αυξανόμενο κέρδος τους και την απορρόφηση με μικροαγορές του διαθέσιμου εισοδήματός του.



Εικόνα 4.7: *Disposal=Διαθεσιμότητα, Recycling=Ανακύκλωση, Use=Χρήση, Raw Materials=Πρώτη ύλη, Reuse=Επαναχρησιμοποίηση, Retail=Λιανεμπόριο, Manufacturing=Βιομηχανοποίηση, Assembly=Παραγωγή*

Ο κύκλος της μόδας, το τελευταίο χρονικό διάστημα παρουσιάζει μια σταθερή μείωση μιας και οι επιχειρήσεις πωλούν ρούχα τα οποία περιμένουν ότι θα φορευθούν ελάχιστα φορές. Έτσι για τους καταναλωτές ο κύκλος αγοράς σημειώνει δραματική μείωση. Πλέον οι καταναλωτές ενθαρρύνονται να επισκεφθούν τα καταστήματα και να ξοδέψουν τα λεφτά τους σε αυτά, πιο συχνά, χάρις στην γρήγορη ανανέωση των αποθεμάτων και στις οικονομικές τιμές των προϊόντων αυτών. Βέβαια η υπερκατανάλωση και τα ξεπερασμένα ρούχα εν τέλει καταλήγουν σε χώρους υγειονομικής ταφής.

Ένα σχετικό άρθρο στην Huffington Post τονίζει ότι με σκοπό να γίνει δυνατή η γρήγορη εξέλιξη των τάσεων της μόδας τα εμπορεύματα που σχετίζονται με αυτή διατίθενται συνήθως σε οικονομικές τιμές εξαιτίας του ανταγωνισμού που υφίστανται. Επιπλέον, το επιχειρηματικό τους μοντέλο κυμαίνεται σε προϊόντα χαμηλής ποιότητας και σε υψηλό όγκο. Τα προϊόντα αυτά όμως προξενούν μεγαλύτερο πρόβλημα υπερκατανάλωσης δεδομένου ότι έχουν πολύ περιορισμένη διάρκεια ζωής και η αντικατάστασή τους γίνεται υποχρεωτικά πιο τακτικά. Δυστυχώς, όμως και οι καταναλωτές και οι βιομηχανίες δεν σταματούν να υποστηρίζουν και να ακολουθούν τη γρήγορη μόδα και η ποσότητα των εμπορευμάτων που ανακυκλώνεται ή διατίθεται έχει σημειώσει σημαντικά ανησυχητική αύξηση. Έτσι όμως τα προϊόντα που είναι αποτέλεσμα της γρήγορης

μόδας δεν μπορούν να τοποθετηθούν σε κάποια ιστορική συλλογή ούτε να θεωρηθούν συλλεκτικά αντικείμενα κάποιας σπουδαίας ποιότητας, αφού εξαιτίας της εξευτελιστικής τους ποιότητας έχουν τη δυνατότητα να καταλήξουν μόνο ως απόβλητα και μάλιστα δύσκολα ανακυκλώσιμα. Η χαμηλή τους ποιότητα όμως αλλά και η συμφέρουσα τιμή τους είναι αυτές που ωθούν διαρκώς τον καταναλωτή να αγοράζει περισσότερο εφόσον αυτά διαρκούν λιγότερο. Οπότε μπορεί οι πωλήσεις να αυξάνονται, κάτι το οποίο προσφέρει κέρδη, αλλά δεν πρέπει να μας περνάει απαρατήρητη η ποσότητα των αποβλήτων που αυτό προκαλεί.

Παρόλα αυτά ο καταναλωτής διακρίνει ότι η γρήγορη μόδα του δίνει τη δυνατότητα να ακολουθεί τις τάσεις της μόδας ανεξαρτήτως της οικονομικής κατάστασης που βρίσκεται, είτε αυτός είτε η χώρα. Δεν παύει βέβαια να φέρει την ευθύνη της ύπαρξης του προβλήματος της υπερκατανάλωσης αφού η ποσότητα των αποβλήτων που καταλήγουν σε χώρους υγειονομικής ταφής είναι απεριόριστη. Τέλος, μεγάλο κόστος καταλαμβάνουν εκτός από την υγειονομική ταφή και τα απόβλητα, η ρύπανση και η εξάντληση της ενέργειας και των φυσικών πόρων.[23]



Εικόνα 4.6: Ανακύκλωση για το περιβάλλον, ανακύκλωση για τον πλανήτη

Η γρήγορη μόδα βέβαια και η βιομηχανία της όπως ήταν αναμενόμενο, έχουν αρνητικές επιπτώσεις για τον πλανήτη καθώς τον ρυπαίνουν εξαιτίας του ταχύ ρυθμού της. Σε πρώτη φάση εξαντλούνται φυσικοί πόροι όπως το πετρέλαιο για τις συνθετικές ίνες και το νερό που χρειάζεται για την καλλιέργεια του βαμβακιού. Το πρόβλημα φυσικά εντείνεται και με τα απόβλητα που προκαλούνται από αυτό, έτσι το θέμα αυτό άρχισε να προβληματίζει και να θέτει τις κοινωνίες υπό σκέψη με αποτέλεσμα να σημειωθεί σημαντική πρόοδος στο θέμα της *βιωσιμότητας*. Σε αυτό έχουν συμβάλει κάποιες κερδοσκοπικές ομάδες αλλά και κάποιες επιχειρήσεις όπως η γνωστή σε όλους μας *H&M* οι οποίες θέλουν να δείξουν ότι αγωνίζονται για

την μείωση της περιβαλλοντικής φθοράς από την μόδα. Οι εταιρείες αυτές έχουν αναπτύξει κάποια προγράμματα που ενθαρρύνουν το ευρύ κοινό να διαφεύγει στην ανακύκλωση κάτι το οποίο ωφελεί σημαντικά τη ζωή του περιβάλλοντος. Για την επίτευξη αυτού τα προγράμματα αυτά παρέχουν στους καταναλωτές κάποιους κάδους στους οποίους μπορούν ανά πάσα στιγμή να μεταφέρουν τα παλιά ή απλά ανεπιθύμητα ρούχα τους, τα οποία εν τέλη μέσω ορισμένων επεξεργασιών φτάνουν στο σημείο να πάρουν την μορφή μόνωσης, χαλιών, βάτων ή παραγεμισμάτων αλλά ακόμη και να γίνουν χρήση στην δημιουργία της παραγωγής άλλων ενδυμάτων. Η μέθοδος της ανακύκλωσης είναι το μέσο που η βιομηχανία της μόδας μάχεται να επιτύχει την αλλαγή του περιβάλλοντος προς το καλύτερο. Όμως και οι νέες τεχνολογίες παρουσιάζουν δυνατότητες οι οποίες μπορούν να ευνοήσουν το περιβάλλον. Από αυτές τις τεχνολογίες βρέθηκαν νέοι τρόποι χρήσης των βαφών, παραγωγής των ινών και συμβάλουν στη μείωση της χρήσης των φυσικών πόρων. Δημιουργήθηκαν επίσης νέοι τύποι ινών · αυτό ώθησε αρκετές εταιρίες να δημιουργήσουν διάφορες μεθόδους ώστε να μειώσουν το ποσοστό των χρωστικών που καταλήγουν σε κανάλια νερών και σε θάλασσες σε όλο τον κόσμο. Έτσι, περιορίζεται και το πρόβλημα της μόλυνσης των υδάτων. Μπορεί βέβαια αυτές οι μέθοδοι να μην έχουν προλάβει να εφαρμοστούν απόλυτα στην βιομηχανία της γρήγορης μόδας, παρόλα αυτά κατάφεραν να προσφέρουν εναλλακτικές λύσεις που μπορούν να ασκήσουν θετική επιρροή σε ολόκληρο τον κλάδο.

Η γρήγορη μόδα είναι ένα επιχειρηματικό μοντέλο το οποίο δυστυχώς έρχεται αντιμέτωπο με τα περιβαλλοντικά όρια, αλλά παραδόξως με τις προόδους που έχουν σημειωθεί η ζημιά που οφείλεται στην βιομηχανία της μόδας μπορεί να αντιμετωπιστεί καλύτερα. Αλλά από την στιγμή που γνωρίζουμε τις πολύπλευρες διαστάσεις της μόδας στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, οι αρνητικές συνέπειες της είναι αδύνατον να εξαφανιστούν εντελώς. [23]

**Buy Less,
Choose Well,
Make It Last.**

-Vivienne Westwood

Εικόνα 4.8: «Αγόρασε λιγότερο, επέλεξε σωστά, κάν' το να διαρκέσει.», λόγια της Vivienne Westwood

5.Οι επιπτώσεις της κλωστοϋφαντουργίας στο περιβάλλον

5.1 Απόβλητα

Στις μέρες μας ο πλανήτης κινδυνεύει από ένα πολύ μεγάλο και σοβαρό πρόβλημα, το περιβαλλοντικό. Ως περιβαλλοντικό πρόβλημα θεωρούνται οι διαταραχές στο φυσικό περιβάλλον και στη βιόσφαιρα της γης για τις οποίες συνηθίζεται να ευθύνεται η ανθρώπινη δραστηριότητα. Στο επίπεδο που τα οικολογικά προβλήματα φτάνουν στο σημείο να απειλούν την επιβίωση ενός πληθυσμού, οδεύουν σε μια οικολογική κρίση. Αυτό το πρόβλημα απειλεί επίσης να καταστρέψει την ομορφιά και την ηρεμία της ζωής μας. Μάλιστα αυτό το πρόβλημα το προξένησε η πρόοδος της τεχνολογίας μας στη πλέον σύγχρονη και πολιτισμένη ζωή μας. Για να είμαστε δίκαιοι βέβαια η τεχνολογία δεν είναι αυτή εξ ορισμού που προκαλεί τα προβλήματα, αλλά η απερισκεπτη εφαρμογή της και η ανθρώπινη απληστία για το κέρδος και το γρήγορο όφελος. [29],[30]



Εικόνα 5.1: Το περιβάλλον πριν και μετά την επίδραση της ανθρώπινης απληστίας.

Στα περιβαλλοντικά προβλήματα κατατάσσονται η περιβαλλοντική ρύπανση, η όξινη βροχή, η κλιματική αλλαγή, η εξαφάνιση βιολογικών ειδών, η τρύπα του όζοντος, η ερημοποίηση, η αποδάσωση και άλλα πολλά. Αυτά τα προβλήματα έγιναν εμφανή κυρίως έπειτα από τη βιομηχανική επανάσταση, ενώ οι αντιλήψεις και οι απόψεις ποικίλουν σχετικά με τους τρόπους αντιμετώπισης τους και τα

πιθανά αίτια. Έχουν διερευνηθεί σε επιστημονικό επίπεδο από τη περιβαλλοντολογία και την οικολογία, όμως κατά τη δεκαετία του 1960 έκανε την εμφάνισή του το πολύπλευρο οικολογικό κοινωνικό κίνημα, το οποίο είχε ως στόχο την καλύτερη δυνατή λύση των οικολογικών προβλημάτων. Βέβαια και οι επιστήμονες επιδιώκουν να ανακαλύψουν τεχνολογικές λύσεις για την επίλυση των περιβαλλοντικών προβλημάτων.[29]

Η εξέλιξη και οι ανάγκες της ζωής δημιούργησαν δυστυχώς όλο και περισσότερες βιομηχανικές εγκαταστάσεις. Οπότε οι πόλεις πλημμύρισαν από εργοστάσια όλων των ειδών. Η δημιουργία αυτών χωρίς τα απαραίτητα μέτρα προστασίας μπορεί να προσέφερε στον άνθρωπο όλα όσα χρειαζόταν όμως έφτασε στο σημείο τα εργοστάσια να είναι αν όχι ο κυριότερος, ένας από τους κυριότερους παράγοντες της ύπαρξης αλλά και της ανάπτυξης της μόλυνσης του περιβάλλοντος. Αυτού του σοβαρού, οξύ, υγειονομικού, κοινωνικού και διεθνές προβλήματος. Αυτό συμβαίνει γιατί τα διάφορα βιομηχανικά απόβλητα πετούνται στη θάλασσα χωρίς καμία επεξεργασία και καταστρέφουν τις ακτές μας και όλους τους υδρόβιους οργανισμούς. Όλες αυτές οι χημικές ουσίες εκτός από τους οργανισμούς αυτούς μολύνουν και τον αέρα που αναπνέουμε. Μεταβάλλουν δηλαδή τη φυσική χημική σύσταση του αέρος, του νερού και του εδάφους. Όλα αυτά όμως δημιουργούνται επίσης σε ένα μεγάλο βαθμό και από την υπεράριθμη χρήση φυτοφαρμάκων και λιπασμάτων τα οποία χρησιμοποιεί ο άνθρωπος για να αυξήσει τη παραγωγή.[30],[31],[32]

Μία κατηγορία εργοστασίων η οποία επίσης προξενεί με τη σειρά της προβλήματα στο περιβάλλον είναι αυτή που ασχολείται με τη βιομηχανία της κλωστοϋφαντουργίας. Η κλωστοϋφαντουργία είναι ένας τομέας στον οποίο τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί το φαινόμενο της υπερκατανάλωσης. Αυτό βεβαίως είναι κάτι το οποίο απαιτεί μαζική παραγωγή και συνεχή λειτουργία των βιομηχανιών και των εργοστασίων. Αυτό εξυπηρετεί στη δημιουργία και στην ανάπτυξη των περιβαλλοντικών προβλημάτων.



Εικόνα 5.2.: Μολυσμένα ύδατα στον ποταμό του Ασωπού στη Νότια Βοιωτία

Ένα στοιχείο της φύσης το οποίο επηρεάζεται ιδιαίτερα από την λειτουργία των εργοστασίων είναι το νερό. Το νερό είναι βασικό στοιχείο για τη διατήρηση και την ύπαρξη ζωής επάνω στο πλανήτη μας. Εξαιτίας του ό,τι το νερό έχει κάποιες χαρακτηριστικές ιδιότητες όπως μεγάλη θερμική αγωγιμότητα, μεγάλη θερμοχωρητικότητα και διαλυτική ικανότητα αλλά αποτελεί επίσης και τη βάση κάθε ζωντανού οργανισμού. Το στοιχείο αυτό είναι ένας βασικός παράγοντας το οποίο καθορίζει τις ανθρώπινες δραστηριότητες. Οι πρώτοι οικισμοί, οι πρώτες πόλεις και κατόπιν και οι πρώτες βιομηχανικές μονάδες χτίστηκαν σε περιοχές όπου υπήρχε εύκολη πρόσβαση σε νερό. Με το πέρασμα του καιρού οι απαιτούμενες ποσότητες νερού μεγάλωναν και μαζί αυξανόταν και ο όγκος των αστικών λυμάτων και των βιομηχανικών αποβλήτων κάτι το οποίο έχει ως αποτέλεσμα την ύπαρξη διάφορων προβλημάτων όπως η καταστροφή των βιοκοινωνιών, η μείωση της ικανότητας αυτοκαθαρισμού των υδάτων, η ακαταλληλότητα των περιοχών για κολύμβηση, για αλιεία ακόμη και της κατάποσης του γλυκού νερού. Η δημιουργία αυτών των προβλημάτων μας φέρνει στην ανάγκη για την αναζήτηση αλλά και λήψη των μέτρων αντιρρύπανσης. Για αυτό αναπτύχθηκαν μέθοδοι καθαρισμού των αστικών λυμάτων καθώς και των βιομηχανικών αποβλήτων τα οποία περιέχουν μέταλλα υπό την μορφή αλάτων, τοξικές ουσίες, απορρυπαντικά και άλλα, έτσι

ώστε να αποβάλλονται καθαρά και χωρίς κίνδυνο στους φυσικούς αποδέκτες. Η αύξηση επίσης των βιομηχανιών σε περιοχές με ελάχιστη ποσότητα νερού προκάλεσε την ανάγκη για επαναχρησιμοποίηση του νερού δηλαδή της ανακύκλωσής του και οδήγησε τα πράγματα στην ανάπτυξη μεθόδων προς το καλύτερο καθαρισμό τους.



Εικόνα 5.3: Μολυσμένα υγρά ύδατα που δέχονται τα απόβλητα εργοστασίου.

Για να θεωρηθεί ένα υγρό απόβλητο ότι είναι μολυσμένο θα πρέπει να ελεγχθεί με βάση κάποιες παραμέτρους, τις φυσικές τις χημικές και τις βιολογικές. Στις φυσικές παραμέτρους ανήκουν οι αλλαγές που παρουσιάζονται ως αναφορά την ποσότητα του στερεού στο υγρό απόβλητο, στο χρώμα του αποβλήτου που οφείλεται στα διαλυμένα στερεά και στις διάφορες χημικές ενώσεις που βρίσκονται σε αυτό, στη οσμή που οφείλεται στις πτητικές ουσίες που διαφεύγουν από τα απόβλητα, στη θολότητα που οφείλεται στο ότι το φως που πέφτει στο απόβλητο απορροφάται και σκεδάζεται εξαιτίας των διαφόρων αιωρούμενων σωματιδίων, στη πυκνότητα και στη θερμοκρασία. Στις χημικές παραμέτρους ανήκουν το pH, η οξύτητα, η αλκαλικότητα που οφείλεται στην ικανότητα των αποβλήτων να εξουδετερώνουν τα οξέα, η σκληρότητα και τα ανόργανα θρεπτικά συστατικά όπως το άζωτο, το ενεργό

χλώριο, το θείο, τα βαρέα μέταλλα, οι οργανικές ουσίες, τα διαλυμένα αέρια και ο φώσφορος. Στις βιολογικές παραμέτρους ανήκουν οι μικροοργανισμοί όπως αυτότροφοι-ετερότροφοι, αερόβιοι- αναερόβιοι-προεραϊτικά αερόβιοι/ αναερόβιοι, ψυχρόφιλοι- μεσόφιλοι- θερμόφιλοι, βακτήρια, πρωτόζωα και άλγη. Επιπλέον ανήκουν και οι δραστηριότητες των μικροοργανισμών στις οποίες τρέφονται και πολλαπλασιάζονται με σκοπό να μετατρέψουν τις κατακλισκόμενες ουσίες σε νέους μικροοργανισμούς, ενέργεια και ενδιάμεσα και τελικά προϊόντα του οργανισμού.[33]

Επιπλέον η μόλυνση του νερού αυξάνεται με την αύξηση της κατανάλωσης των υφασμάτων η οποία έχει πολλαπλασιάσει τα απόβλητα και έχει προκαλέσει τις δυσλειτουργίες στην ανακύκλωση και στην επεξεργασία τους. Έτσι η τεράστια βιομηχανία υφασμάτων στο σύνολό της επιφέρει σοβαρά προβλήματα στη μόλυνση του περιβάλλοντος με κυριότερο όλων το νερό. Εκτιμάται από την *Παγκόσμια Τράπεζα* πως το 17-20% της μόλυνσης του νερού έχει ως κύρια αιτία την επεξεργασία και το βάψιμο των υφασμάτων. Αυτός ο Οργανισμός βρήκε στο νερό 72 τοξικά χημικά των οποίων η προέλευση τους είναι από τις βαφές για τα υφάσματα εκ των οποίων τα 30 από αυτά τα χημικά εξακολουθούν να βρίσκονται σε επαφή με τους καταναλωτές. Τέτοιου είδους ουσίες έχουν βρεθεί και στο νερό και έχουν συσχετιστεί με την πρόκληση του καρκίνου.

Δεν είναι μόνο η βαφή στην οποία οφείλονται τα τοξικά αλλά και το πλύσιμο των υφασμάτων από τους καταναλωτές, το οποίο απελευθερώνει επιπλέον τοξικά στο περιβάλλον και στο νερό. Για παράδειγμα τα NPEs τα οποία χρησιμοποιούνται από τη βιομηχανία έχει ανακαλυφθεί ότι εισχωρούν στα ύδατα και από εκεί στη τροφική αλυσίδα και μεταβάλλουν τις ορμόνες. Πιθανότατα μια από τις αιτίες που τα κορίτσια στις μέρες μας αρχίζουν να έχουν περίοδο πολύ νωρίτερα σε σχέση με τα παλιά χρόνια να είναι αυτή. Φυσικά μπορεί να ευθύνεται για την καθυστέρηση της εμμηνόπαυσης. Επιπλέον έχει αυξηθεί ο χρόνος στον οποίο μια γυναίκα είναι γόνιμη στη ζωή της, αλλά έχουν αυξηθεί μαζί και οι πιθανότητες να νοσήσει από καρκίνο του μαστού.



Εικόνα 5.4: Μόλυνση υδάτων από βιομηχανία μόδας στη Κίνα.

Οι περισσότερες από τις περιβαλλοντικές οργανώσεις διαμαρτύρονται πολύ συχνά και επιδρούν με στόχο τα κακώς κείμενα των βιομηχανιών υφασμάτων και ένδυσης. Από τη πλευρά τους όμως οι εταιρίες όπως ήταν αναμενόμενο προσπαθούν να αντικρούσουν τους ισχυρισμούς και να κρατήσουν μια πιο ευνοϊκή στάση σχετικά με τα θέματα αυτά. Σε αυτή τους βέβαια τη προσπάθεια τις περισσότερες φορές προδίδονται. Ένα αξιοσημείωτο παράδειγμα είναι αυτού του ισπανικού κολοσσού ενδυμάτων μετά τη δημοσίευση της *GreenPeace*. Επιδιώκοντας να αντιμετωπίσει τις σχετικές κατηγορίες όταν οι ακτιβιστές κρέμασαν πανό στο Αμβούργο έξω από τα καταστήματα της εταιρίας. Εκπρόσωπος της εταιρίας δήλωσε στην *Deutsche Welle* ότι η εταιρία πραγματοποιεί ποιοτικούς ελέγχους και πράττει με σεβασμό προς τους κανόνες που αφορούν την υγεία και το περιβάλλον. Ορισμένες μέρες αργότερα η ίδια εταιρία παρά τα όσα είχε ισχυριστεί για την αθωότητά της υποσχέθηκε πως θα σταματήσει να ρίχνει τα τοξικά της απόβλητά στο περιβάλλον άλλα και την παραγωγή επιβλαβών ενδυμάτων μέχρι το 2020. Έτσι φυσικά αντιλαμβανόμαστε όλοι πως με αυτή τη δήλωσή της η εταιρία βγάζει ψευδή τη πρώτη. [34]

Η ρύπανση του περιβάλλοντος βέβαια δυστυχώς επιφέρει πολλές αρνητικές επιπτώσεις οι οποίες μάλιστα κατά κύριο λόγο παρουσιάζονται στην υγεία των ανθρώπων. Με το πέρασμα του χρόνου παρατηρήθηκε ότι αυξήθηκε το ποσοστό των κρουσμάτων των ασθενειών, ορισμένες από αυτές μάλιστα που ταλαιπωρούν τον ανθρώπινο οργανισμό και προέρχονται από τη μόλυνση του περιβάλλοντος είναι το αναπνευστικό άσθμα και το κακοήθες νεόπλασμα γνωστό ως καρκίνος. Ένα τρανταχτό παράδειγμα το οποίο αιτιολογεί και την ύπαρξη αυτών των ασθενειών

είναι η χρήση φυτοφαρμάκων στις γεωργικές καλλιέργειες, τα οποία δυστυχώς εισέρχονται με τη πόση και τη κατάποση διαφόρων υγρών και τροφίμων στον ανθρώπινο οργανισμό. Όπως καταναλώνοντας λαχανικά και φρούτα που πιθανόν να έχουν καλλιεργηθεί σε μολυσμένο έδαφος μπορούν να γίνουν η αιτία παρουσίας συχνών πονοκεφάλων, ναυτίες αλλά και να προκαλέσουν σοβαρές βλάβες στον εγκέφαλο, στο συκώτι, στο πάγκρεας, στη χολή κ.α. Με αυτό τον τρόπο διαπιστώνουμε ότι δεν γίνεται τυχαία η αναφορά για την ύπαρξη τρομερά μολυσμένων και νοθευμένων τροφών.

5.2 Ηχορύπανση και επίδραση στους υδάτινους πόρους

Υπάρχει ένα πολύ σημαντικό είδος ρύπανσης, η *ηχορύπανση*. Η ηχορύπανση μπορεί και αυτή να επιφέρει μεγάλα και εξίσου σημαντικά προβλήματα στον άνθρωπο, όπως είναι προβλήματα ακοής (κώφωση), διαταραχές ύπνου (αϋπνία), ψυχικές ασθένειες και διαταραχές κ.α. Το χειρότερο όμως από όλα που μπορεί να επηρεάσει η ρύπανση του περιβάλλοντος και χωρίς αυτό δεν μπορεί να ζήσει ο άνθρωπος είναι δυστυχώς το νερό. Φυσικά αυτό δεν θα μπορούσε να μείνει ανεπηρέαστο από όλες αυτές τις καταπονήσεις που δέχεται το περιβάλλον από τον ίδιο τον άνθρωπο, αφού οι χημικές ουσίες που χύνονται σε αυτό είναι πολύ περισσότερες από αυτές που έχει τις δυνατότητες να διαλύσει.[35]

Στις μέρες μας το πρόβλημα της ρύπανσης του περιβάλλοντος είναι παγκόσμιο και οδεύει στην οριστική εξαθλίωση και καταστροφή της φύσης, της χλωρίδας αλλά και της πανίδας του πλανήτη. Το πρόβλημα αυτό έχει επιφέρει πολλά αισθητά και ορατά προβλήματα στον άνθρωπο αλλά και σε όλες τις υπόλοιπες μορφές ζωής που υπάρχουν στο πλανήτη και με το πέρασμα των χρόνων αυτά αναμένεται να επιδεινωθούν. Ευτυχώς, έστω και αργά τώρα που η κατάσταση έχει φτάσει σε ένα τόσο κρίσιμο και οριακό σημείο ο άνθρωπος άρχισε να ευαισθητοποιείται και να αναζητάει λύσεις για την επίλυση του προβλήματος αυτού.[35]



Εικόνα 5.6: Απεικόνιση νεκρών ψαριών από τη μόλυνση υδάτων.

Κάποιες απλές δράσεις και μέτρα που θα μπορούσε να λάβει ο απλός άνθρωπος για να προστατέψει το περιβάλλον και να προλάβει τη καταστροφή του είναι η δημιουργία σωστής αποχέτευσης, η καλλιέργεια του σεβασμού απέναντι στον τόπο που μας φιλοξενεί δηλαδή στο φυσικό περιβάλλον, την εξοχή και στο υγρό περιβάλλον (όπως θάλασσα, ποτάμια και λίμνες). Επίσης, να μην απορρίπτει σε καμία περίπτωση τα απορρίμματα του εκτός των κάδων απορριμμάτων αλλά και να έχει πλήρη επίγνωση στη χρήση των φυτοφαρμάκων και των λιπαντικών που χρησιμοποιεί στις καλλιέργειες του. [31]

Επιπλέον λαμβάνουν χώρα και άλλα ποικίλα μέτρα αντιμετώπισης και περιορισμού του προβλήματος όπως η πραγματοποίηση αυστηρού και εξονυχιστικού ελέγχου στο τρόπο λειτουργίας των εργοστασίων και τη μετεγκατάσταση τους από τις κατοικημένες περιοχές αλλά και με την ύπαρξη αυστηρών προδιαγραφών στον έλεγχο τροφίμων και με την επιβολή βαρέων ποινών στους παραβάτες της νομοθεσίας. Το ISO 14000 επίσης, αποτελεί ένα καινούργιο πρότυπο απέναντι στη προστασία του περιβάλλοντος. Χάρη σε αυτό αναπτύσσονται στρατηγικές πρόβλεψης που σχετίζονται με τη προστασία του περιβάλλοντος, και έχοντας ως απώτερο σκοπό την τήρηση των κανονισμών που έχει θέση η εταιρία για τη προστασία του περιβάλλοντος μέσω ενός Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.[35]

Είναι πλέον έντονο το φαινόμενο των μολυσμένων θαλασσών το οποίο γίνεται αισθητό μέσω της αλλοίωσης και της τροποποίησης του φυσιολογικού χρώματος είτε μικρών είτε μεγάλων σε έκταση θαλασσών, η ύπαρξη αρκετά σημαντικού

ποσοστού μεδουσών, η παρουσίαση διαφόρων μεγεθών κηλίδων πετρελαίου και λαδιού αλλά και η εμφάνιση νεκρών ψαριών.

Στον όρο ρύπανση και αλλοίωση του περιβάλλοντος εμπεριέχεται και η καταστροφή των φυσικών και των δασικών τοπίων. Για την αποτελεσματική αντιμετώπιση και πάταξη του εγκλήματος που συμβαίνει απέναντι στο περιβάλλον χρειάζεται η σωστή περιβαλλοντική ενημέρωση, εκπαίδευση και παιδεία.[31] Ακόμη χρειάζεται η ένταξη ενός περιβαλλοντικού προγράμματος στο σχολείο ώστε να μπορέσουν να διαπιστώσουν την έννοια του περιβάλλοντος και να συνειδητοποιήσουν την αξία του από πολύ μικρή ηλικία με απώτερο σκοπό τη προστασία του.[35] [31] Αν και η φύση δυστυχώς έχει ήδη αρχίσει να εκδικείται τον άνθρωπο για τις αλόγιστες καταστροφές που έχει δημιουργήσει. Για αυτό και θα πρέπει ο άνθρωπος να διακρίνεται από συνείδηση και ευαισθησία και να έρθει αντιμέτωπος με αυτό το πρόβλημα ώστε να αποφευχθεί με αυτό τον τρόπο η πρόκληση περισσότερων συνεπειών που μπορεί να αποδειχθούν τραγικές για το περιβάλλον. Η σωτηρία του περιβάλλοντος θα έχει αντίκτυπο και στην σωτηρία του ανθρώπινου είδους.[35]



Εικόνα 5.7: Η προσπάθεια του ανθρώπινου είδους να επαναφέρει το περιβάλλον στην αρχική του κατάσταση με την ελπίδα ενός καλύτερου αύριο.

6. Κακομεταχείριση ζώων

Το ανθρώπινο είδος φαίνεται να μην έχει όρια. Είτε έχοντας συναίσθηση των πράξεών του είτε όχι έχει προκαλέσει αφόρητο πόνο στα ζώα, χρησιμοποιώντας τα είτε για τροφή, για ένδυση, για ψυχαγωγία αλλά ακόμα και για τα λεγόμενα κατοικίδια ζώα. Είναι ποικίλοι και πολυάριθμοι οι βάνουσοι τρόποι με τους οποίους φέρνουμε τα ζώα σε θέση να αναγκάζονται να πραγματοποιήσουν τις επιθυμίες μας και περιορίζονται μόνο στην περίπτωση που τεθούν όρια στην αρρωστημένη φαντασία μας.



Εικόνα 6.1: Το μήνυμα που θα έδινε ένα μινκ αν είχε την ικανότητα να εκφραστεί.

Θεωρούμε εύκολο να κρίνουμε και να βρούμε τον υπαίτιο της κατάστασης αυτής γιατί πράγματι ξέρουμε τους άμεσους δράστες της εκμετάλλευσης των ζώων και να τον χαρακτηρίσουμε ως κακοποιό όπου μάλιστα με ένα ορθό σύστημα δικαιοσύνης θα έπρεπε να προσαχθούν σε αυτήν. Όμως πόσοι από μας έχουμε αναρωτηθεί πραγματικά μήπως είμαστε εμείς οι ίδιοι υπαίτιοι για αυτή την απερίγραπτη και απεριόριστη κακοποίηση των ζώων με τον τρόπο που επιλέγουμε να ζούμε; Όποιος καταφέρει να απαντήσει με ειλικρίνεια σε αυτό το ερώτημα ακόμη και στον ίδιο του τον εαυτό τότε θα καταλάβει ποιος ευθύνεται για όλη αυτή τη κατάσταση.



Εικόνα 6.2: Σατιρική απεικόνιση μιας αλεπούς που παίρνει πίσω ό,τι της ανήκει.

Οι ευαισθητοποιημένες οργανώσεις υπεράσπισης ζώων δαπανούν χρόνο, χρήμα και κάνουν ανυπέβλητες προσπάθειες επιδιώκοντας να τους προσφέρουν τη ζωή που τους αρμόζει και επιδιώκοντας να αναπτύξουν νέους νόμους και κανονισμούς με σκοπό να αντιμετωπίσουν πληθώρα θεμάτων που έχουν να κάνουν με τη κακομεταχείριση των ζώων. Παράλληλα βέβαια προσπαθούν να συμμορφώσουν με τους νόμους και τους κανονισμούς αυτούς τις βιομηχανίες. Δυστυχώς όμως οι προσπάθειες αυτές δεν αποδίδουν αφού δεν παρατηρείται κάποια σημαντική βελτίωση για τα ζώα.

Ο παράγοντας που εφαρμόζει σε μέγιστο βαθμό τις φριχτές αυτές πράξεις που είναι επιθυμητές με έμμεσο τρόπο από τους καταναλωτές προϊόντων ζωικής προέλευσης είναι φυσικά η βιομηχανία. Μπορεί η βιομηχανία εκμετάλλευσης ζώων να είναι ένας πρόθυμος και εξαιρετικά επιθετικός τομέας απέναντι στα ζώα, ο ρόλος της βέβαια δεν παύει να είναι μόνο αυτός του ενδιάμεσου παράγοντα. Έτσι συμπεραίνουμε ότι εμείς οι καταναλωτές εξαιτίας των αγορών μας φέρουμε τη μεγαλύτερη ευθύνη για τη φριχτή αυτή μεταχείριση των ζώων.[36]



Εικόνα 6.3: Ζώο γδαρμένο έχοντας τις αισθήσεις του.

Πλέον κάθε χρόνο σκοτώνονται με το πιο βάνουσο τρόπο εκατομμύρια ζώα με σκοπό να παρθεί η πρώτη ύλη της βιομηχανίας της γούνας. Πολλά είδη ζώων όπως γάτες, σκύλοι, αλεπούδες, κουνέλια, κάστορες, σκίουροι, τσιντσιλά, μινγκ, ρακούν, λίγκες, ενυδρίδες αλλά και θαλάσσια είδη όπως καρχαρίες, φάλαινες, φώκιες και δελφίνια που θα κακοποιηθούν και ως συνήθως θα σφαχτούν και γδαρθούν ζωντανά για να δημιουργηθεί ένα κομμάτι ρούχου. Όπως στις περισσότερες φάρμες ζώων οι μέθοδοι παραγωγής που χρησιμοποιούνται σε εκτροφείο γούνας σχεδιάζονται με μοναδικό σκοπό να αυξήσουν το κέρδος. Θέλοντας να μειώσουν τις δαπάνες οι παραγωγοί γούνας στριμώχνουν τα ζώα σε μικρά σιδερένια κλουβιά, όπου τα ζώα δεν έχουν τη δυνατότητα ούτε καν να κουνηθούν. Ο τόσο βασανιστικός περιορισμός αυτών των ζωντανών πλασμάτων που αναζητούν την επαφή με το νερό αλλά και τη δυνατότητα της κίνησης, οδεύει τα ζώα στη παράνοια φτάνοντας στο σημείο να αυτοακρωτηριαστούν δαγκώνοντας τις ουρές τους, τα πόδια τους, το δέρμα τους, να κινούνται ακατάπαυστα μανιωδώς γύρο από τον εαυτό τους αλλά και γίνοντας κανίβαλοι τρώγοντας από τη τρέλα το ίδιο τους το ταίρι εξαιτίας της απόγνωσης που προκλήθηκε από τη ταπείνωση που υπόκεινται.[37],[39]

Προσπαθώντας να αποφύγουν τη καταστροφή της γούνας των ζώων, οι παραγωγοί γούνας τα πνίγουν, τα χτυπούν ή τα σφυροκοπούν μέχρι θανάτου. Επιπλέον, τα ζώα σε εκτροφεία γούνας θανατώνονται με αέρια, με πρωκτική ηλεκτροπληξία ακόμα και με δηλητηριασμό με στρυχνίνη, ασφυκτιώντας έχοντας ανυπόφορους και έντονους σπασμούς. Πολλά ζώα μικρού μεγέθους με σκοπό τη παραλαβή της γούνας τους στριμώχνονται σε κιβώτια και δηλητηριάζονται με τη καυτή εξάτμιση ενός φορτηγού. Άλλες κοινές μέθοδοι δολοφονίας στα βιομηχανικά εκτροφεία

γούνας είναι οι θάλαμοι αποσυμπίεσης και το σπάσιμο του λαιμού. Όμως αρκετές φορές δεν είναι τόσο αποδοτικές αυτές οι μέθοδοι και τα ζώα συνέρχονται κατά τη διάρκεια του γδαρσίματος. Υπολογίζεται ότι περίπου 50 εκατομμύρια ζώα κάθε χρόνο πέφτουν θύματα βιομηχανίας για τη γούνα τους με αυτές τις απαράδεκτες και ανατριχιαστικές μεθόδους. Επιπλέον, ετησίως σκοτώνονται και ακρωτηριάζονται σε παγίδες χιλιάδες αλεπούδες, ελάφια, λύκοι, σκυλιά, γάτες, αρπαχτικά και πουλιά. [37],[38]

Επιπρόσθετα, πολλές είναι οι επώνυμες εταιρίες ρούχων οι οποίες δηλώνουν στις ταμπέλες πως η γούνα που χρησιμοποιούν στα ρούχα τους είναι ψεύτικη. Αντιθέτως όμως, η κινέζικη αγορά εξάγει όπως υπολογίζεται περίπου 2 εκατομμύρια γούνες σκύλων και γατών ετησίως. Το 2006 μάλιστα πάνω από 350.000 μωρά-φώκιες θανατώθηκαν βίαια στο Καναδά, στην ετήσια γιορτή κυνηγιού φώκιας με ρόπαλα, εκ των οποίων το 98% ήταν μικρότερα των 3 μηνών, ενώ το 2001 δηλώσεις κτηνιάτρων αναφέρονταν στο ότι 42% από τις φώκιες που κυνηγήθηκαν γδάρθηκαν ζωντανές αντιλαμβάνοντας απόλυτα την όλη διαδικασία.[40]



Εικόνα 6.4: Επεξεργασία και δημιουργία γουνών μινκ

Στην ελληνική βιομηχανία παρατηρήθηκε παραταύτα τα τελευταία χρόνια αύξηση 15% της παραγωγή της γουνοποιίας και υπερδιπλασιασμός των κερδών από την αύξηση των πωλήσεων. Σε αυτό οφείλεται η υψηλή διεθνής ζήτηση για είδη πολυτελείας, σε συνδυασμό με τον αυξημένο όγκο παραγωγής και τη συγκράτηση των τιμών των εισαγομένων γουνοδερμάτων. Η αύξηση του τομέα αυτού έχει ακόμα ισχύ εξαιτίας του ότι υπάρχει αλματώδη άνοδος των τιμών των

γουνοδερμάτων που εισάγονται από χώρες της Βόρειας Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής. Παρατηρήθηκε για την ακρίβεια ότι στα είδη αυτά η αύξηση από το 2012 έως το 2013 ήταν 14,7% ενώ σε σύγκριση την ίδια περίοδο του 2011-2012 υπήρχε ήδη αύξηση άνω του 10%.[41]



Εικόνα 6.5: Επεξεργασμένες γούνες προς πώληση.

Στις περισσότερες από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης με εξαίρεση της Ελλάδας, της Ρουμανίας και της Βουλγαρίας τα ζώα είναι πιο ασφαλή. Για παράδειγμα, η Αυστρία έχει τους πιο αυστηρούς νόμους κατά της κακοποίησης τους και κατάφερε να απαγορέψει πρακτικές που σε άλλες χώρες είναι συνήθειες. Κάποιες απαγορεύσεις έχουν καταφέρει να οριστούν και στην Ολλανδία και στο Ηνωμένο Βασίλειο.[42]



Εικόνα 6.6: Αφίσα από τη συνέλευση ενάντια στη βιομηχανία της γούνας στην 1^η διεθνή έκθεση γούνας στην Αθήνα.

Τέλος, όλοι οι καταναλωτές θα έπρεπε να γνωρίζουν ότι κάθε γούνινο παλτό, ένδυμα ή κομμάτι φινιρίσματος αντιστοιχεί στον ανυπόφορο βασανισμό αμέτρητων ζώων είτε αυτά προήλθαν από εκτροφή, είτε παγιδεύτηκαν, είτε ακόμα και αν δεν γεννήθηκαν ποτέ. Όλο αυτό το αποτρόπαιο έγκλημα θα πάψει να υφίσταται μόνο όταν και εάν ο κόσμος παύει να αγοράζει και να φορέσει γούνες και όταν το κράτος σταματήσει να προσφέρει επιδοτήσεις στους εκτροφείς.[37]

Το θετικό πάντως είναι ότι η επαγρύπνηση του κοινού για τα θέματα της κακοποίησης των ζώων έχει κινήσει τις εταιρίες μόδας να μην επιθυμούν την αυθεντική γούνα ιδιαίτερα στα γυναικεία χειμερινά ενδύματα, όπου γούνινα κομμάτια χρησιμοποιούνται στους γιακάδες και σε άλλα γεμίσματα του σχεδίου. Οι περισσότερες επώνυμες Ελληνικές εταιρίες πια ζητούν πιστοποιητικά από τους προμηθευτές τους ότι όλα τα αξεσουάρ και κομμάτια ενός ενδύματος αποτελούνται από συνθετική γούνα (fake fur) και ότι για την παραγωγή ενός ενδύματος δεν βασανίζονται ζώα. Αυτό είναι ένα βήμα στη σωστή κατεύθυνση και μια επιτυχία των αντίστοιχων κινημάτων ενημέρωσης του καταναλωτή.

7. Labeling

7.1. Γενική έννοια του *Labeling*

Το *Labeling* είναι ένας τρόπος παροχής πληροφοριών προς τον καταναλωτή σχετικά με τον τρόπο δημιουργίας των υφασμάτων, των προϊόντων προέλευσης και κατασκευής τους, άλλα και σωστής αντιμετώπισης και αναγνώρισης των δικαιωμάτων των εργαζομένων. Μέσω του *Labeling* μπορούν να γνωρίζουν οι καταναλωτές αρκετές πληροφορίες σχετικά με τις κλωστοϋφαντουργικές αγορές τους αλλά με αυτόν τον τρόπο δίνεται και η ικανότητα στον κατασκευαστή να δηλώσει στους αγοραστές ότι πληροί ένα σωστό, ηθικό και δίκαιο τρόπο κατασκευής των προϊόντων του.

Το *Labeling* είναι ένα μέσο που παρέχει διαφάνεια και υπευθυνότητα, μιας και όσες εταιρίες ενδιαφέρονται να πραγματοποιούν δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο πρέπει να έχουν ως προϋπόθεση διαφανείς διοικήσεις οι οποίες μάλιστα, μέσα στις εμπορικές σχέσεις πρέπει να φέρονται δίκαια και με σεβασμό προς τους εμπορικούς συνεργάτες τους. Επιπλέον, μέσω του *Labeling* μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι έχει πραγματοποιηθεί διάλογος και συμμετοχή κατόπιν συμφωνίας σχετικά με μια δίκαιη τιμή στο εθνικό ή τοπικό πλαίσιο. Αυτή είναι ικανή να καλύψει όχι μόνο το κόστος παραγωγής αλλά και να επιτρέψει τη δημιουργία μιας παραγωγής η οποία είναι σωστή από θέμα περιβάλλοντος αλλά και δίκαιη απέναντι στη κοινωνία. Παρέχει στους παραγωγούς δίκαιη πληρωμή και λαμβάνει υπόψη την αρχή της ίσης πληρωμής σχετικά με την ίση εργασία αντρών και γυναικών. Οι δίκαιοι έμποροι επίσης παρέχουν άμεση πληρωμή στους συνεργάτες τους και όποτε αυτό είναι δυνατόν βοηθούν τους παραγωγούς στη πρόσβαση οικονομικής βοήθειας πριν τη παραγωγή τους ή τη σοδειά. Εξασφαλίζει μάλιστα ανθρώπινες συνθήκες εργασίας. Το δίκαιο και αλληλέγγυο εμπόριο προϋποθέτει ένα ασφαλές και υγιές περιβάλλον στους παραγωγούς.

Αυτονόητο είναι ότι η συμμετοχή των παιδιών αν και όπου παρουσιάζεται επιφέρει αρνητικά αποτελέσματα στην ευημερία τους, στην ασφάλεια, στις ανάγκες τους για εκπαίδευση αλλά και για παιχνίδι και δεν συμβαδίζει με τον συνέδριο των Ηνωμένων Εθνών σχετικά με τα δικαιώματα των παιδιών αλλά και με τους νόμους και τα πρότυπα του εκάστοτε τοπικού πλαισίου. Επιπρόσθετα ένα άλλο θέμα που

μπορεί να καλύψει το *Labeling* είναι ο σεβασμός απέναντι στο περιβάλλον. Το δίκαιο και το αλληλέγγυο εμπόριο έχει τη δυνατότητα να ενθαρρύνει ενεργά καλύτερες περιβαλλοντικές πρακτικές και την εφαρμογή υπεύθυνων μεθόδων παραγωγής. Τα αγαθά του δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου όμως είναι υποχρεωμένα να παράγονται τηρώντας κάποια συγκεκριμένα πρότυπα υγείας, ασφάλειας και περιβάλλοντος. [43]



Εικόνα 7.1: Τα ρούχα και οι ετικέτες τους

7.2 Οι ηθικές ετικέτες που λαμβάνουν χώρα στο τομέα της ένδυσης σήμερα



ΤΟ FAIRTRADE ΕΙΝΑΙ ΕΝΑ ΣΗΜΑ ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΕΚΔΙΔΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ ΣΗΜΑΝΣΗΣ ΔΙΚΑΙΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ (FLO FAIRTRADE LABELLING ORGANISATION).

Η ένδειξη του σήματος του *Fairtrade* κάθε φορά που βρίσκεται τοποθετημένη σε ένα ένδυμα υποδηλώνει ότι το βαμβάκι έχει προέλθει από μια *Fairtrade* πιστοποιημένη οργάνωση παραγωγών. Επίσης σημειώνει ότι έχει παραχθεί σε μια εγκεκριμένη αλυσίδα εφοδιασμού, όπου έχει υπάρξει πλήρης ιχνηλασιμότητα του βαμβακιού σε κάθε στάδιο της παραγωγής ενός ενδύματος από το στάδιο της νηματοποίησης του βαμβακιού ως και το στάδιο της τελικής συναρμολόγησης του στοιχείου.



FAIRTRADE ΕΤΙΚΕΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΒΑΜΒΑΚΙΟΥ.

Αυτή η ετικέτα είναι η πιο πρόσφατη ετικέτα που εξέδωσε ο *Οργανισμός Σήμανσης Δικαίου Εμπορίου* και για την ακρίβεια ξεκίνησε να τυπώνεται στα ρούχα από την άνοιξη του 2015. Η ετικέτα αυτή είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθεί από εταιρίες για τα κλωστοϋφαντουργικά τους προϊόντα και τα ενδύματά τους τα οποία θα περιέχουν μια συμφωνημένη ποσότητα τις εκατό (%) του *Fairtrade* Πιστοποιημένο βαμβάκι. Το ποσοστό αυτό μπορεί να κυμαίνεται από 10-100% ποσότητας βαμβακιού που γίνεται χρήση στις αλυσίδες εφοδιασμού του και διαφοροποιείται το σήμα αυτό από αυτό της ετικέτας του *Fairtrade* επειδή αυτό αναφέρεται σε μια εταιρία και όχι σε ένα προϊόν.

FAIRTRADE - WFTO ΕΤΙΚΕΤΑ ΔΙΚΑΙΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΑΓΟΡΑΣ.



Ο *Παγκόσμιος Οργανισμός Δικαίου Εμπορίου* (WFTO) είναι άλλη μια δίκαιη οργάνωση επισήμανσης του εμπορίου, διαφορετική όμως από αυτή του *Οργανισμού Σήμανσης Δικαίου Εμπορίου* (FLO). Αν ένα ένδυμα φέρει πάνω του το σήμα του *WFTO* δηλώνει ότι η εταιρία που παράγει το ρούχο έχει περάσει με επιτυχία τη διαδικασία και τον έλεγχο του *WFTO* Συστήματος Εγγύησης. Αυτός ο έλεγχος πραγματοποιείται σε ολόκληρη την εφοδιαστική αλυσίδα της εταιρίας με βάση το πρότυπο *WFTO Fairtrade*, με κριτήρια που βασίζονται στις 10 αρχές του *Δικαίου Εμπορίου* αλλά και της *Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας* (ΔΟΕ). Η *WFTO* δεν τοποθετήθηκε με σκοπό να εγγυηθεί ένα πιστοποιημένο προϊόν, αλλά να κάνει γνωστό ότι μια εταιρία καταβάλλει προσπάθειες για τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας στις αλυσίδες των τομέων προμηθειών. Το 2013 η εταιρία *People Tree* έγινε η πρώτη εταιρία ενδυμάτων στο κόσμο που έφερε το σήμα εταιριών *WFTO*.



Το ίδρυμα *Fear Wear* (FWF) είναι ένας ανεξάρτητος, μη κερδοσκοπικός οργανισμός που λειτουργεί σε συνεργασία με τις επιχειρήσεις και τα εργοστάσια με σκοπό να βελτιώσει τις συνθήκες εργασίας των εργαζομένων στο ένδυμα. Τα μέλη του *FWF* πρέπει να συμφωνήσουν να συνεργαστούν για την εφαρμογή του κώδικα *FWF* της πρακτικής εργασίας και να έχουν όλα τους τα εργοστάσια σε ανεξάρτητο έλεγχο. Ο κωδικός *FWF* περιλαμβάνει 8 εργασιακά πρότυπα με βάση τον Διεθνή Οργανισμό Εργασίας. Οι Συμβάσεις κ η Διακήρυξη του *OHE* για την ετικέτα ανθρωπίνων δικαιωμάτων προστασίας *FWF* δεν πιστοποιούν τα προϊόντα αλλά δηλώνουν ότι μια εταιρία καταβάλλει προσπάθειες με σκοπό τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας και έχει υπό παρακολούθηση τουλάχιστον το 90 % των εργοστασίων του *FWF*.

Ετικέτα Οργανικών υλικών.



Η ετικέτα *Soil Association* πιστοποιεί ρούχα με βάση ένα διεθνές πρότυπο, το *Παγκόσμιο Οργανικό Πρότυπο Κλωστοϋφαντουργίας*.

Αυτή η ετικέτα δηλώνει ότι το ένδυμα είναι κατασκευασμένο από τα εξής:

1. Οργανικά Υλικά.
2. Βιολογικά υλικά μετατροπής που σημαίνει ότι ο παραγωγός έχει μεταβεί σε βιολογικές μεθόδους παραγωγής.
3. Ένα ποσοστό οργανικών υλικών ή μετατρέψιμων ινών.

Αυτή η ετικέτα δηλαδή εγγυάται ότι το ρούχο δεν γίνεται με οποιαδήποτε γενετικά τροποποιημένα προϊόντα.

Ορισμένα κοινωνικά πρότυπα είναι επιπλέον η ενσωμάτωση στο Παγκόσμιο Οργανικό Πρότυπο Κλωστοϋφαντουργίας για όλα τα στάδια επεξεργασίας και κατασκευής υφασμάτων. Ένα παράδειγμα είναι ότι η καταναγκαστική και η παιδική εργασία δεν επιτρέπεται πλέον και οι εργαζόμενοι πληρώνονται με βάση ένα αξιοπρεπές βιοτικό επίπεδο.

Ετικέτα Χώρας Προελεύσεως.

Αυτή η ετικέτα δεν είναι υποχρεωτική στην Ευρωπαϊκή Ένωση αν και οι συζητήσεις με σκοπό να μπει στη νομοθεσία βρίσκονται σε εξέλιξη από το 2015. [44]

8. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

8.1 Σκοπός

Ο σκοπός αυτού του ερωτηματολογίου είναι να διαπιστώσουμε αν υπάρχει ενημέρωση του κόσμου σε θέματα που αφορούν την κλωστοϋφαντουργία και κατά πόσο υπάρχει η πρόθεση για την συμβολή τους στην επίλυση των προβλημάτων που φέρει αυτή στις μέρες μας.

8.2 Παράθεση Ερωτηματολογίου

- 1) Φύλλο: α)Αγόρι β)Κορίτσι
- 2) Ηλικία: α)18-25 β)25-35 γ)35-45 δ)45 και πάνω
- 3) Ιδιότητα/Επάγγελμα: α)Φοιτητής/τρια β)Δημόσιος Υπάλληλος γ)Ελεύθερος Επαγγελματίας δ)Ανεργος
- 4) Κύρια κατοικία(πόλη, κωμόπολη, χωριό)
- 5) Πόσο συχνά αγοράζεις ρούχα : α)κάθε βδομάδα β)κάθε μήνα γ)κάθε τρίμηνο δ)κάθε εξάμηνο ε)σπάνια
- 6) Παίρνεις χρησιμοποιημένα ρούχα από φίλους ή συγγενείς; : α)Ναι β)Όχι γ) Πολύ σπάνια
- 7) Ποια καταστήματα προτιμάς; : 1) Zara 2)H&M 3)Bershka 4)Pull & Bear 5)Σκλαβενίτης 6)Lidl 7)Κινέζικα 8)Δρόμος 9)Γειτονικά Καταστήματα 10)Διαδίκτυο 11)Άλλο.....
- 8) Πόσα χρήματα ξοδεύεις το μήνα για ρούχα; : α)0-20[€] β)20-50[€] δ)50-100[€] ε)100[€] και πάνω
- 9) Πόσα χρήματα είσαι διατεθειμένος να δώσεις για ένα παντελόνι; : α)10-25[€] β)25-50[€] γ)50-100[€] ε)100-200[€] η)200[€] και πάνω
- 10) Πόσα χρήματα είσαι διατεθειμένος να δώσεις για ένα T-shirt; : α)5-15[€] β)15-30[€] γ)30-50[€] δ)50-100[€] ε)100[€] και πάνω
- 11) Πόσες φορές χρησιμοποιείς ένα ρούχο; : α)1 φορά β)5-10 φορές γ)10-25 φορές δ)25-50 φορές ε)Μέχρι να χαλάσει
- 12) Ακολουθείς τις τάσεις της μόδας; : α)Πάντα β)Συχνά γ)Σπάνια δ)Ποτέ
- 13) Πώς ενημερώνεσαι για τα θέματα της μόδας; : α)Τηλεόραση β)Διαδίκτυο γ)Περιοδικά δ)Επιδειξίς Μόδας ε)Δεν ενημερώνομαι

- 14) Οι οίκοι μόδας και οι σχεδιαστές ανανεώνουν τις κολεξιόν τους ανά εξάμηνο. Θα επιθυμούσατε να γίνεται πιο συχνά; : α)Ναι β)Όχι γ)Θα επιθυμούσα πιο αργά
- 15) Γνωρίζεις για τα θέματα Ηθικής Κλωστουφαντουργίας; : α)Ναι β)Όχι γ)Κάτι έχω ακούσει δ)Τι είναι αυτό;
- 16) Ήξερες ότι υπάρχουν άνθρωποι που εργάζονται κάτω υπό άθλιες συνθήκες για την κατασκευή των ρούχων και με μισθό που δεν αναλογεί στην εργασία τους; α)Ναι β) Όχι γ)Κάτι έχω ακούσει
- 17) Θα ήσουν διατεθειμένος να πληρώσεις ακριβότερα για ένα είδος που παράγεται με δίκαιες συνθήκες εργασίας; : α)Ναι β)Όχι γ)Ίσως
- 18) Γνωρίζεις ότι για την δημιουργία των ενδυμάτων κακομεταχειρίζονται και βασανίζονται ζώα; : α)Ναι β)Όχι γ)Κάτι έχω ακούσει
- 19) Αγοράζεις ρούχα που περιέχουν αξεσουάρ από φυσική γούνα; : α)Ναι β)όχι γ) Δεν γνωρίζω
- 20) Γνωρίζεται ότι υπάρχει ανακύκλωση των ρούχων; : α)Ναι β)Όχι γ)Κάτι έχω ακούσει
- 21) Έχετε ανακυκλώσει ποτέ ρούχα; : α)Ναι β)Όχι γ)Δεν ήξερα ότι υπάρχει
- 22) Αν υπήρχαν κάδοι ανακύκλωσης ενδυμάτων και υποδημάτων κοντά στο σπίτι σας θα τους χρησιμοποιούσατε;; α)Ναι β)Όχι γ)Ίσως
- 23) Αν υπήρχαν κάδοι ανακύκλωσης ενδυμάτων και υποδημάτων σε κεντρικά σημεία της πόλης και ίσως όχι τόσο κοντά στο σπίτι σας θα τους χρησιμοποιούσατε; : α)Ναι β)Όχι γ)Ίσως
- 24) Δίνεις ρούχα σε φίλους ή συγγενείς; : α)Ναι β)Όχι γ)Σπάνια δ)Ποτέ
- 25) Είστε διατεθειμένος να πληρώσετε ακριβότερα για ενδύματα που παράγονται με τρόπους φιλικούς προς το περιβάλλον;; α)Ναι β)Όχι γ)Δεν ξέρω δ) Εξαρτάται από την τιμή
- 26) Που νομίζετε ότι οφείλεται το φαινόμενο της υπερκατανάλωσης; (βάλετε όλες τις απαντήσεις που θεωρείται σωστές): α)Στο ενδιαφέρον των καταναλωτών να ακολουθούν τη μόδα β)Σε επιχειρηματικές σκοπιμότητες γ)Για την προσωπική επίδειξη δ) στην διαφήμιση ε)Απαιτείται στην εργασία μου ζ)Με κάνει και αισθάνομαι καλά η)Άλλο
- 27) Θα σας ενδιέφερε να μειωθεί το φαινόμενο αυτό;; α)Ναι β)Όχι γ)Δεν με ενδιαφέρει
- 28) Θα ήταν παράγοντας που θα επηρέαζε την αγορά σας η ύπαρξη ετικέτας Fair Trade δηλαδή ότι ένα ρούχο έχει φτιαχτεί υπό δίκαιες συνθήκες εργασίας, έστω και αν κόστιζε παραπάνω;; α)Ναι β)Όχι γ)Δεν ξέρω αν θα το πρόσεχα
- 29) Πόσο μέγιστη επιβάρυνση στην τιμή θα δεχόσασταν για προϊόντα που παράγονται με Fair Trade;; α)5% β)10% γ)20% δ)Καθόλου

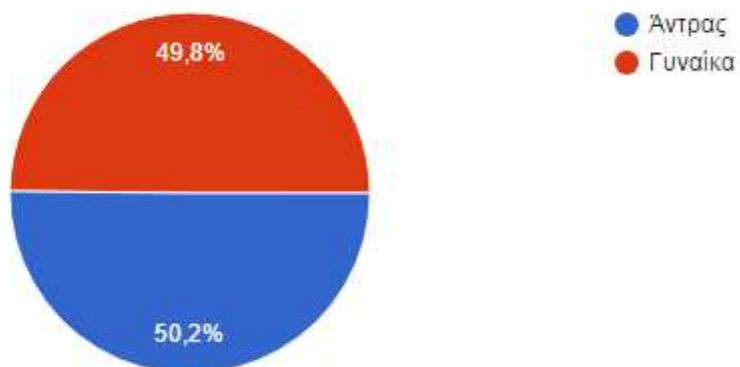
30) Γνωρίζετε για τις οικολογικές ετικέτες όπως το Eco Labeling;: α)Ναι β)Όχι
γ)Λίγο

31) Πόσο μέγιστη επιβάρυνση στην τιμή θα δεχόσασταν για προϊόντα που έχουν κάποια οικολογική ετικέτα;: α)5% β)10% γ)20% δ)Καθόλου

Απαντήσεις στις ερωτήσεις

1) Φύλλο: α) Αγόρι β) Κορίτσι

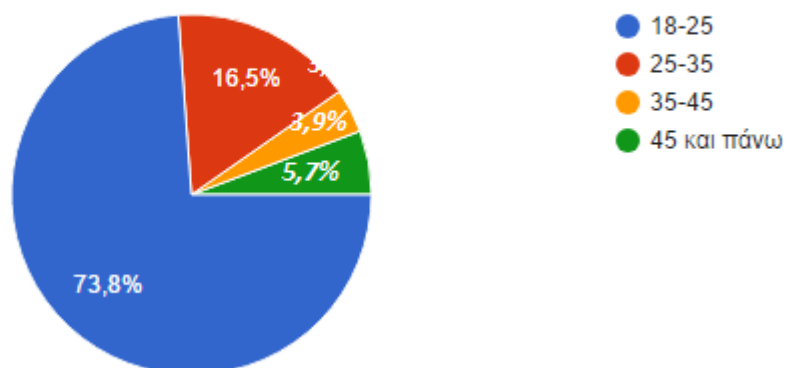
Φύλλο (279 απαντήσεις)



Επιδιώχθηκε το ποσοστό των δυο φύλλων που ερωτήθηκαν να είναι σχεδόν ισότιμος.

2) Ηλικία: α) 18-25 β) 25-35 γ) 35-45 δ) 45 και πάνω

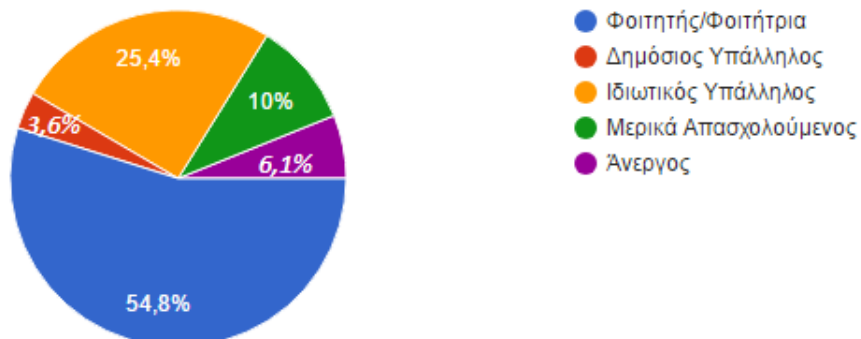
Ηλικία (279 απαντήσεις)



Εξαιτίας της δικής μας ηλικίας το μεγαλύτερο ποσοστό των απαντήσεων δόθηκε από άτομα που είχαν ηλικίες πλησιέστερες με τις δικές μας.

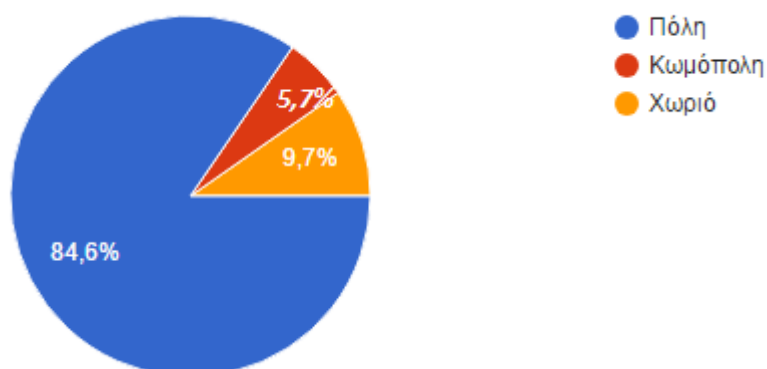
3) Ιδιότητα/Επάγγελμα: α)Φοιτητής/τρια
γ)Ελεύθερος Επαγγελματίας δ)Άνεργος

β)Δημόσιος Υπάλληλος



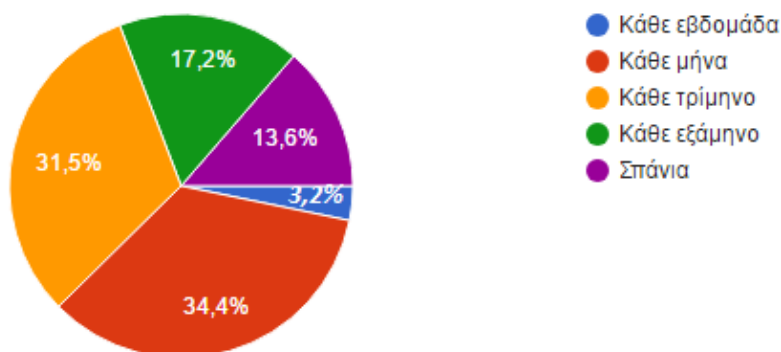
Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων ήταν επίσης φοιτητές /φοιτήτριες όπως εμείς για το λόγο που προαναφέρθηκε.

4) Κύρια κατοικία (πόλη, κωμόπολη, χωριό)



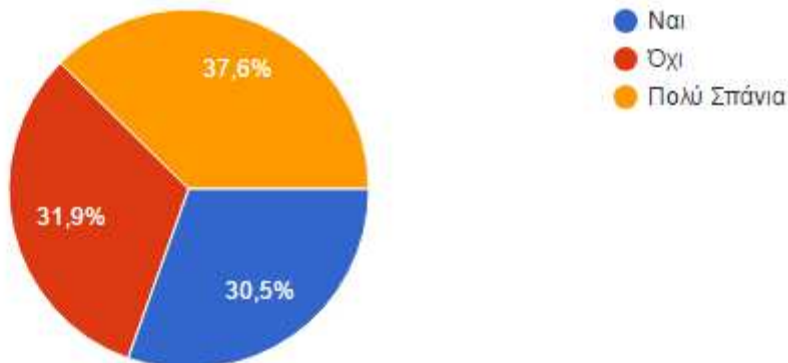
Οι περισσότεροι από όσους ερωτήθηκαν ήταν κάτοικοι μεγαλουπόλεων μιας και είμαστε μόνιμοι κάτοικοι Αττικής και η σχολή μας βρίσκεται εντός Αθηνών.

5) Πόσο συχνά αγοράζεις ρούχα : α)κάθε βδομάδα β)κάθε μήνα γ)κάθε τρίμηνο δ)κάθε εξάμηνο ε)σπάνια



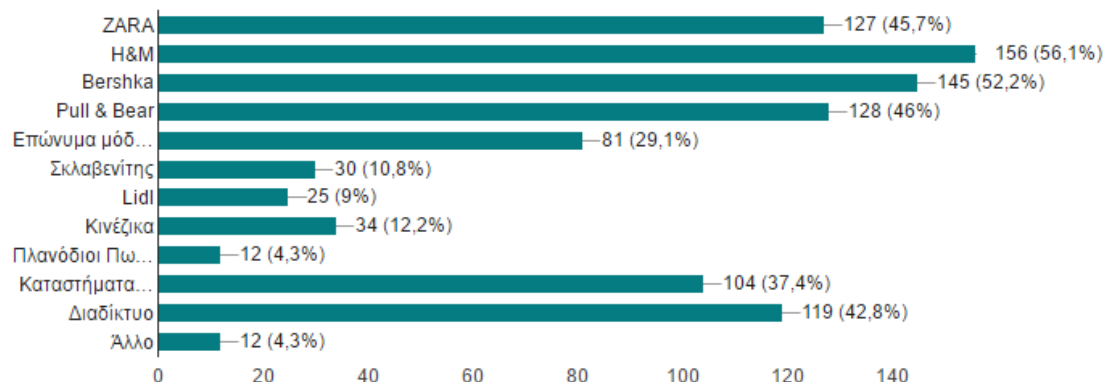
Παρατηρήθηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό αγοράζει ρούχα κάθε μήνα και ακολουθεί με μια μικρή διαφορά το ποσοστό που αγοράζει ρούχα κάθε τρίμηνο. Αν και η αγορά ρούχων κάθε τριμήνου φαίνεται πιο ταιριαστή στην πραγματική ανάγκη των ανθρώπων και στην αλλαγή των καιρικών συνθηκών.

6) Παίρνεις χρησιμοποιημένα ρούχα από φίλους ή συγγενείς; : α)Ναι β) Όχι γ) Πολύ σπάνια



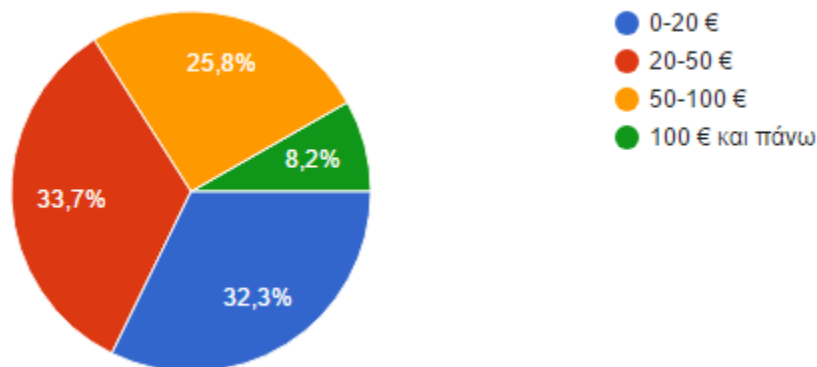
Παρατηρήθηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό δέχεται πολύ σπάνια χρησιμοποιημένα ρούχα από φίλους ή συγγενείς, ίσως ο λόγος να είναι ότι δεν τους έχει κάνει ακόμα η οικονομική ανάγκη. Στη συνέχεια ακολουθεί με μικρή διαφορά πρώτα η απάντηση του όχι με αυτή του ναι.

7) Ποια καταστήματα προτιμάς; : 1) Zara 2)H&M 3)Bershka 4)Pull & Bear
 5)Σκλαβενίτης 6)Lidl 7)Κινέζικα 8)Δρόμος 9)Γειτονικά Καταστήματα
 10)Διαδίκτυο 11)Άλλο.....



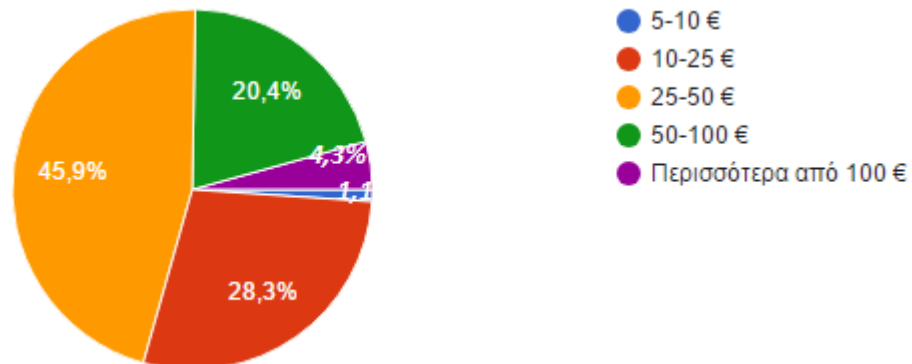
Ο κόσμος με βάση το ερωτηματολόγιο μας έδειξε μεγαλύτερη προτίμηση στα καταστήματα των H&M, αλλά γενικώς παρατηρήθηκε ότι ο κόσμος προτιμάει καταστήματα γρήγορης μόδας και οικονομικών ρούχων.

8) Πόσα χρήματα ξοδεύεις το μήνα για ρούχα; : α)0-20[€] β)20-50[€] δ)50-100[€]
 ε)100[€] και πάνω



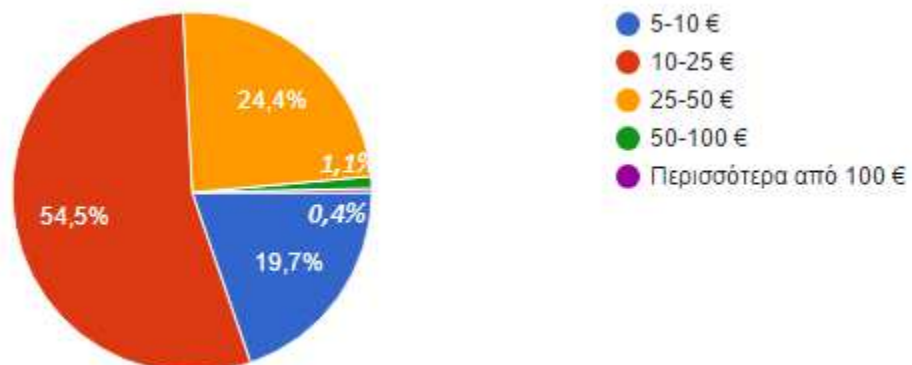
Τα λεφτά που ξοδεύουν οι περισσότεροι κάθε μήνα για τα ρούχα τους παρατηρήθηκε ότι κυμαίνονται από 20 έως 50 και μετά από 0 έως 20 ευρώ. Αυτό δείχνει ότι ο κόσμος ψωνίζει σχετικά συνετά προσπαθώντας όμως να καλύψει την ανάγκη της καταναλωτικής τους μανίας.

- 9) Πόσα χρήματα είσαι διατεθειμένος να δώσεις για ένα παντελόνι; : α)10-25[€]
 β)25-50[€] γ)50-100[€] ε)100-200[€] η)200[€] και πάνω



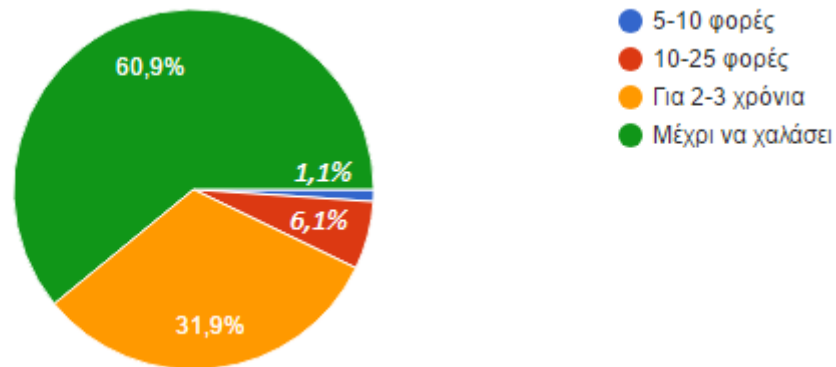
Οι περισσότερες απαντήσεις δόθηκαν στην επιλογή των 25-50 ευρώ και η επόμενη απάντηση που ακολουθεί είναι των 10-25 ευρώ.

- 10) Πόσα χρήματα είσαι διατεθειμένος να δώσεις για ένα T-shirt; : α)5-15[€]
 β)15-30[€] γ)30-50[€] δ)50-100[€] ε)100[€] και πάνω



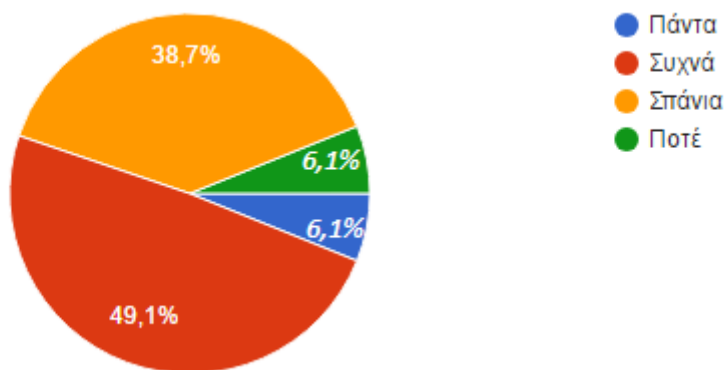
Οι περισσότερες απαντήσεις δόθηκαν στα 10-25 ευρώ. Παρατηρείται βέβαια ότι ο κόσμος είναι διατεθειμένος να δώσει περισσότερα λεφτά σε ένα παντελόνι από ότι σε μια μπλούζα.

11) Πόσες φορές χρησιμοποιείς ένα ρούχο; : α)1 φορά β)5-10 φορές γ)10-25 φορές δ)25-50 φορές ε)Μέχρι να χαλάσει



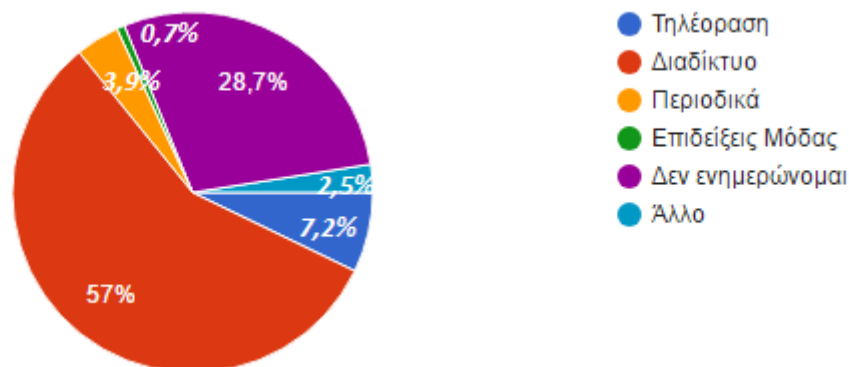
Εδώ παρατηρήθηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό φοράει τα ρούχα του μέχρι να χαλάσουν.

12) Ακολουθείς τις τάσεις της μόδας; : α) Πάντα β) Συχνά γ) Σπάνια δ) Ποτέ



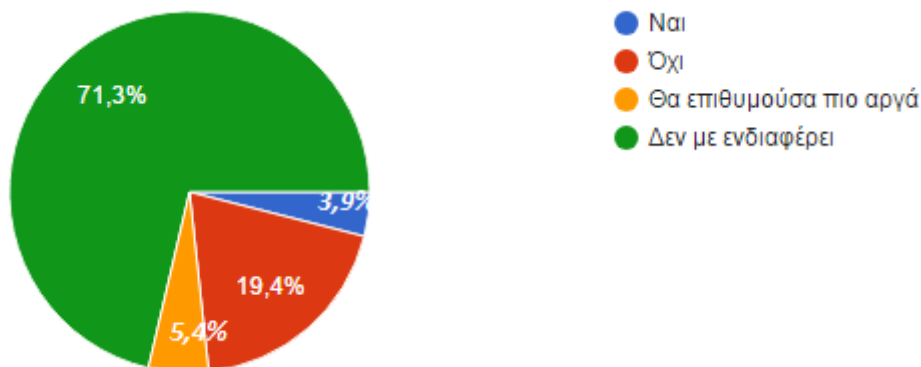
Ο κόσμος βλέπουμε ότι με την απάντηση του σε αυτή την ερώτηση οι αγορές τους βασίζονται συχνά στη μόδα αν και δεν φαίνεται να είναι προσκολλημένος σε αυτή.

13) Πώς ενημερώνεσαι για τα θέματα της μόδας; : α) Τηλεόραση β) Διαδίκτυο γ) Περιοδικά δ) Επιδείξεις Μόδας ε) Δεν ενημερώνομαι



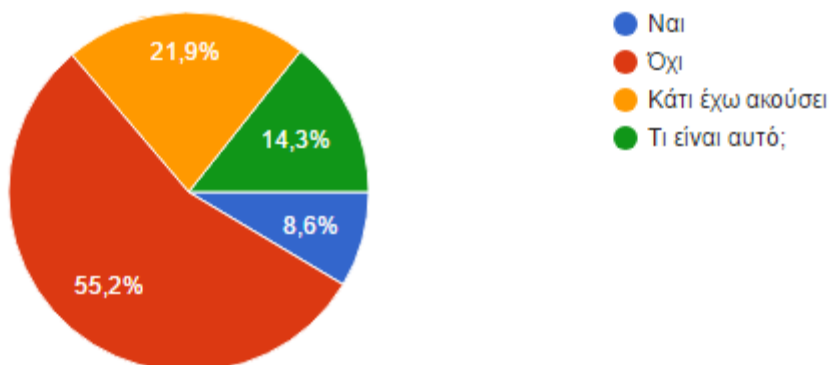
Εδώ παρατηρείται ότι με βάση τη τόσο μεγάλη ανάπτυξη της τεχνολογίας ο κόσμος ακολουθεί τη μόδα μέσα από το διαδίκτυο.

14) Οι οίκοι μόδας και οι σχεδιαστές ανανεώνουν τις κολεξιόν τους ανά εξάμηνο. Θα επιθυμούσατε να γίνεται πιο συχνά; : α) Ναι β) Όχι γ) Θα επιθυμούσα πιο αργά



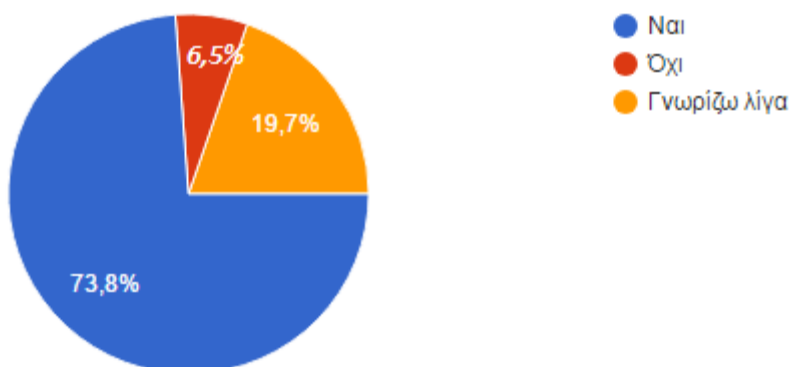
Ο κόσμος δεν δείχνει να ενδιαφέρεται και ιδιαίτερα για το πόσο συχνά οι σχεδιαστές ανανεώνουν την κολεξιόν τους καθώς θέλουν από ότι διαπιστώσαμε να ακολουθούν σε ένα βαθμό τη μόδα.

15) Γνωρίζεις για τα θέματα *Ηθικής Κλωστοϋφαντουργίας*; : α) Ναι β) Όχι γ) Κάτι έχω ακούσει δ) Τι είναι αυτό;



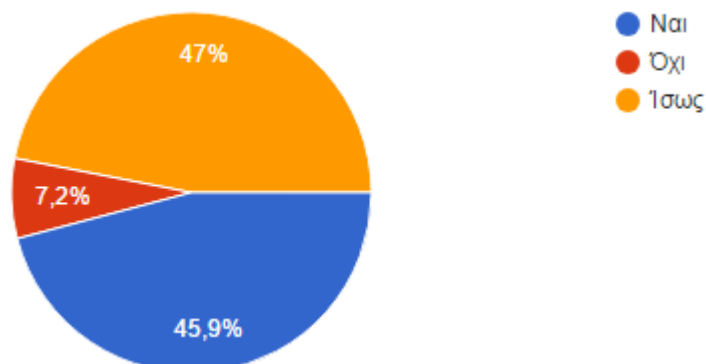
Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων δυστυχώς βρίσκεται σε απόλυτη άγνοια σε σχέση με τα θέματα της *Ηθικής Κλωστοϋφαντουργίας*.

16) Ήξερες ότι υπάρχουν άνθρωποι που εργάζονται κάτω υπό άθλιες συνθήκες για την κατασκευή των ρούχων και με μισθό που δεν αναλογεί στην εργασία τους; α) Ναι β) Όχι γ) Κάτι έχω ακούσει



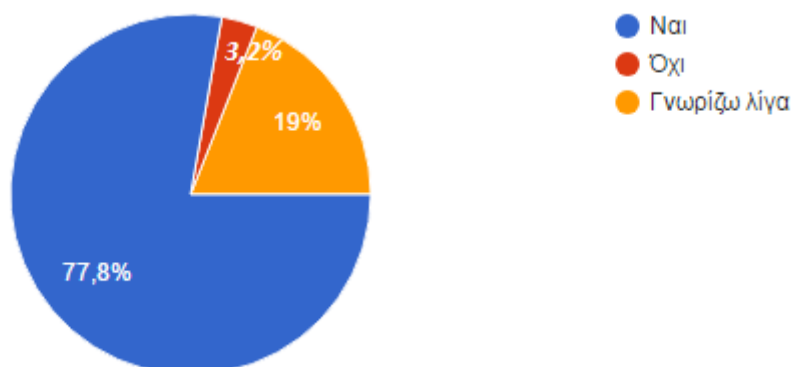
Τουλάχιστον σε αυτή τη περίπτωση ο κόσμος ήταν ενημερωμένος επί του θέματος κατά ένα μεγάλο ποσοστό.

17)Θα ήσουν διατεθειμένος να πληρώσεις ακριβότερα για ένα είδος που παράγεται με δίκαιες συνθήκες εργασίας; : α)Ναι β)Όχι γ)Ίσως



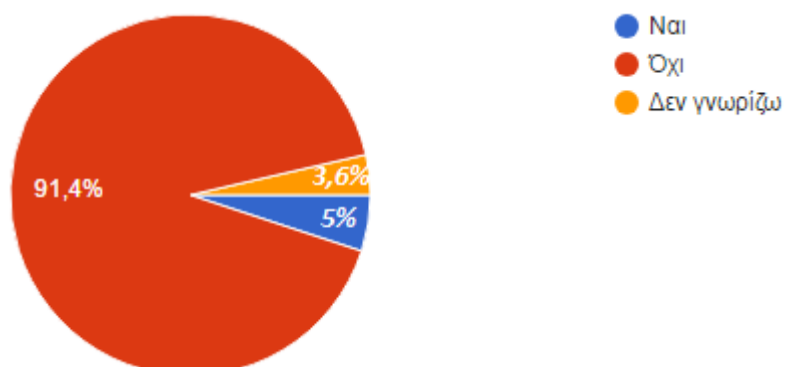
Από ότι βλέπουμε εδώ οι περισσότεροι σε μία τέτοια περίπτωση θα βρίσκονταν υπό σκέψη και ίσως καταλήγανε στο ναι μιας και η επόμενη μεγαλύτερη απάντηση είναι το ναι.

18)Γνωρίζεις ότι για την δημιουργία των ενδυμάτων κακομεταχειρίζονται και βασανίζονται ζώα; : α)Ναι β)Όχι γ)Κάτι έχω ακούσει



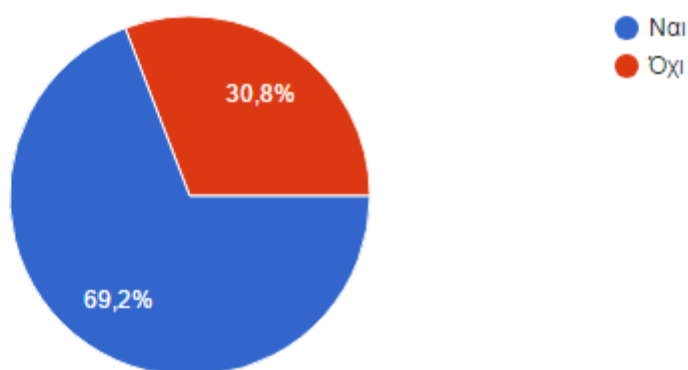
Και σε αυτή τη περίπτωση ευτυχώς ήταν πολλοί αυτοί που ήταν ενημερωμένοι.

19) Αγοράζεις ρούχα που περιέχουν αξεσουάρ από φυσική γούνα; : α) Ναι
β) Όχι γ) Δεν γνωρίζω



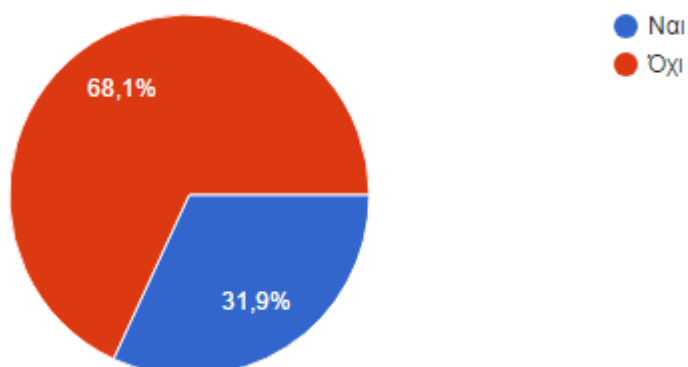
Ο κόσμος ευτυχώς δεν προμηθεύεται ρούχα που έχουν κατασκευαστεί από φυσική γούνα κάτι το οποίο είναι πολύ θετικό μιας και είναι ένα σοβαρό πρόβλημα της ηθικής κλωστοϋφαντουργίας.

20) Γνωρίζεται ότι υπάρχει ανακύκλωση των ρούχων; : α) Ναι β) Όχι γ) Κάτι έχω ακούσει



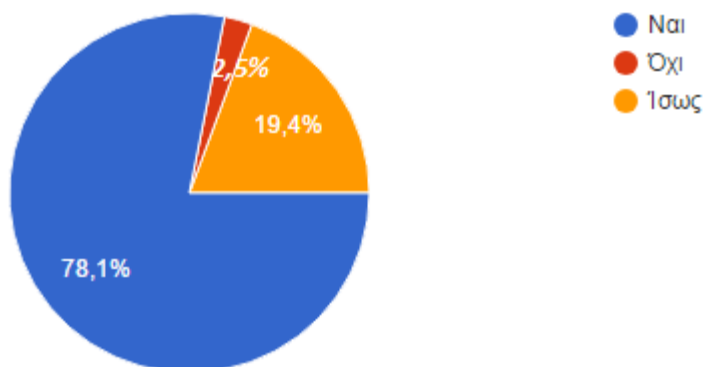
Η ανακύκλωση των ρούχων είναι μια πάρα πολύ καλή ιδέα και ευτυχώς οι περισσότεροι έδειξαν να είναι ενημερωμένοι σχετικά με αυτό.

21) Έχετε ανακυκλώσει ποτέ ρούχα; : α)Ναι β)Όχι γ)Δεν ήξερα ότι υπάρχει



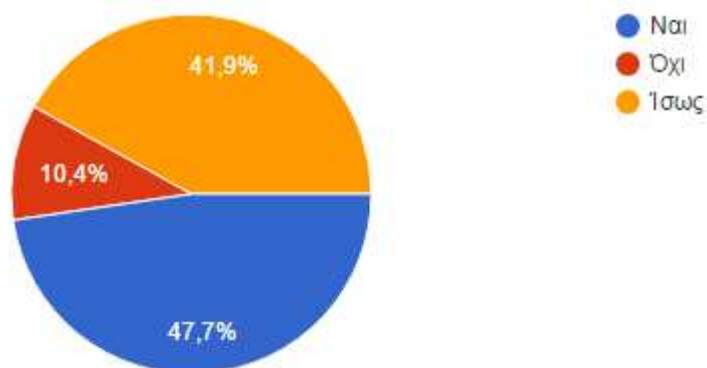
Δυστυχώς παρόλο που οι περισσότεροι ήταν ενημερωμένοι σχετικά με την ανακύκλωση των ρούχων δεν έχουν ανακυκλώσει τα ρούχα τους.

22) Αν υπήρχαν κάδοι ανακύκλωσης ενδυμάτων και υποδημάτων κοντά στο σπίτι σας θα τους χρησιμοποιούσατε;; α)Ναι β)Όχι γ)Ίσως



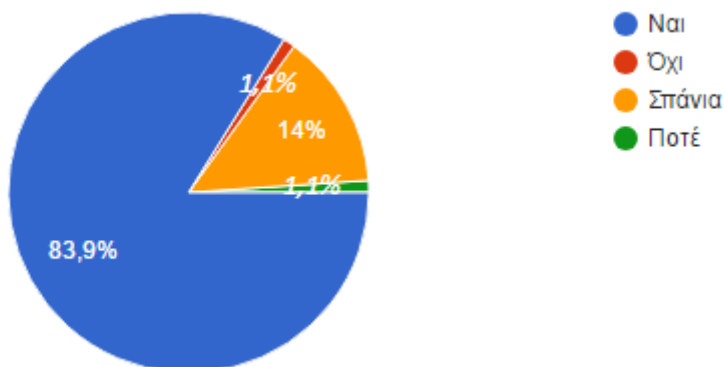
Βλέπουμε ότι ο κόσμος είναι θετικός στο να ανακυκλώσει ρούχα αλλά μόνο όταν αυτό του γίνεται πιο εύκολο και βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από το σπίτι του.

23) Αν υπήρχαν κάδοι ανακύκλωσης ενδυμάτων και υποδημάτων σε κεντρικά σημεία της πόλης και ίσως όχι τόσο κοντά στο σπίτι σας θα τους χρησιμοποιούσατε; : α) Ναι β) Όχι γ) Ίσως



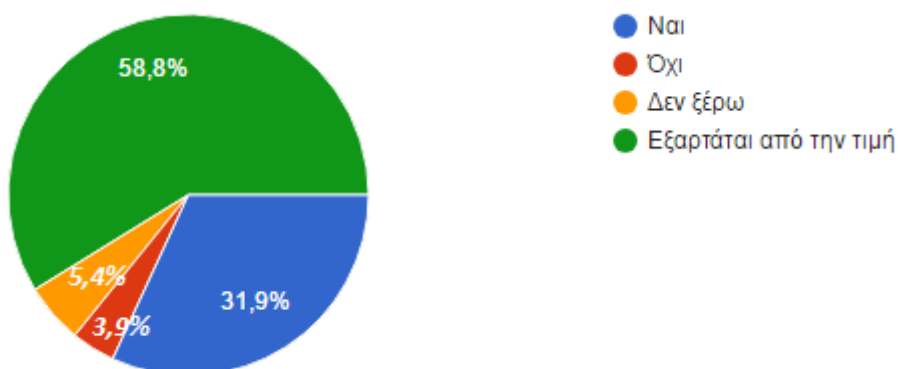
Και πάλι βλέπουμε ότι ο κόσμος έχει τη πρόθεση να χρησιμοποιήσει τους κάδους ανακύκλωσης ρούχων ακόμα και αν δεν είναι κοντά στο σπίτι του αλλά τώρα έρχεται πολύ κοντά και η απάντηση του ίσως όπου κάποιος μπαίνουν σε προβληματισμό και σε σκέψεις για το αν θα ανακυκλώσουν.

24) Δίνεις ρούχα σε φίλους ή συγγενείς; : α) Ναι β) Όχι γ) Σπάνια δ) Ποτέ



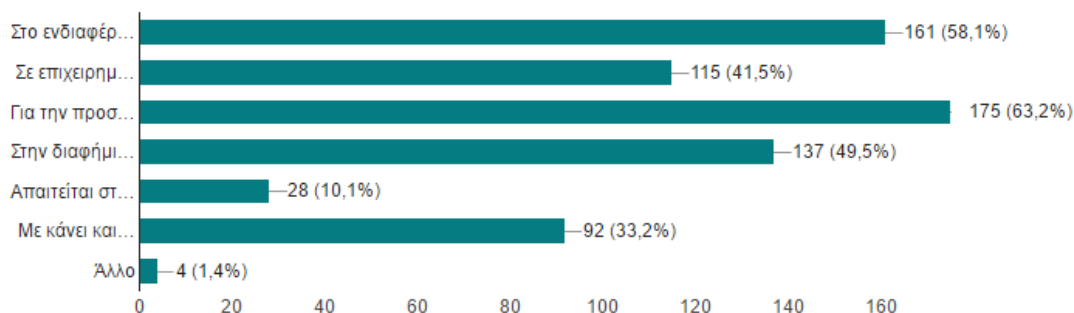
Σε αυτή την ερώτηση βλέπουμε ότι η περισσότεροι δίνουν ρούχα σε συγγενείς και φίλους κάτι το οποίο μπορεί να θεωρηθεί ως ένα είδος ανακύκλωσης.

25) Είστε διατεθειμένος να πληρώσετε ακριβότερα για ενδύματα που παράγονται με τρόπους φιλικούς προς το περιβάλλον;: α)Ναι β)Όχι γ)Δεν ξέρω δ) Εξαρτάται από την τιμή



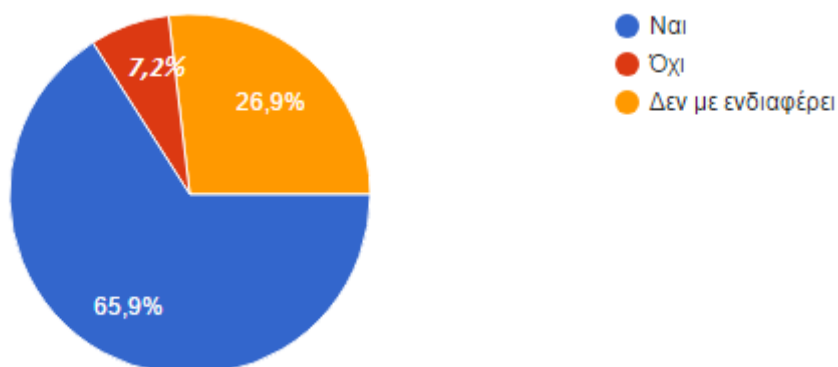
Ο περισσότερος κόσμος βλέπουμε ότι σε θέματα του περιβάλλοντος σκέφτεται περισσότερο τα λεφτά του αλλά τουλάχιστον θα έμπαινε σε σκέψεις.

26) Που νομίζετε ότι οφείλεται το φαινόμενο της υπερκατανάλωσης; (βάλετε όλες τις απαντήσεις που θεωρείται σωστές): α) Στο ενδιαφέρον των καταναλωτών να ακολουθούν τη μόδα β) Σε επιχειρηματικές σκοπιμότητες γ) Για την προσωπική επίδειξη δ) στην διαφήμιση ε) Απαιτείται στην εργασία μου ζ) Με κάνει και αισθάνομαι καλά η) Άλλο



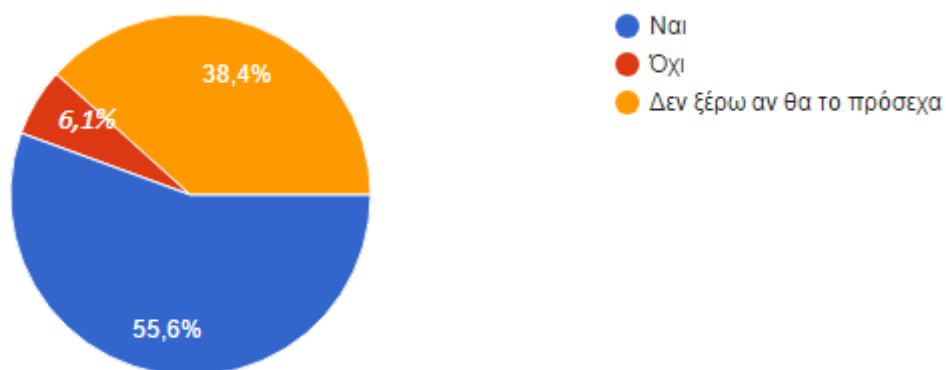
Ο κόσμος από ότι βλέπουμε θεωρεί ότι το φαινόμενο της υπερκατανάλωσης οφείλεται στη προσωπική ευχαρίστηση.

27) Θα σας ενδιέφερε να μειωθεί το φαινόμενο αυτό;: α)Ναι β)Όχι γ)Δεν με ενδιαφέρει



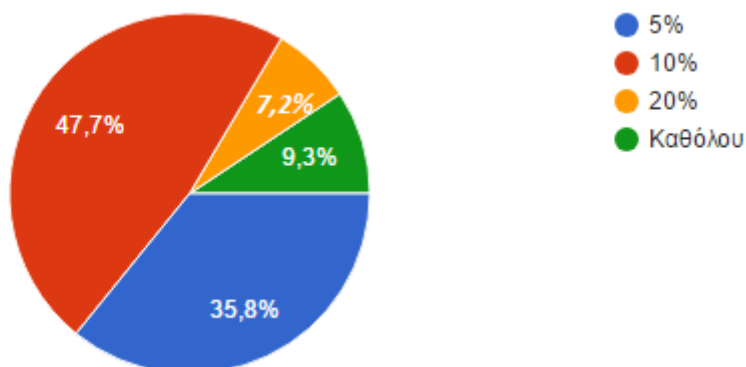
Βλέπουμε ότι ο κόσμος ενδιαφέρεται στο να μειωθεί το φαινόμενο της υπερκατανάλωσης.

28) Θα ήταν παράγοντας που θα επηρέαζε την αγορά σας η ύπαρξη ετικέτας *Fair Trade* δηλαδή ότι ένα ρούχο έχει φτιαχτεί υπό δίκαιες συνθήκες εργασίας, έστω και αν κόστιζε παραπάνω;: α)Ναι β)Όχι γ)Δεν ξέρω αν θα το πρόσεχα



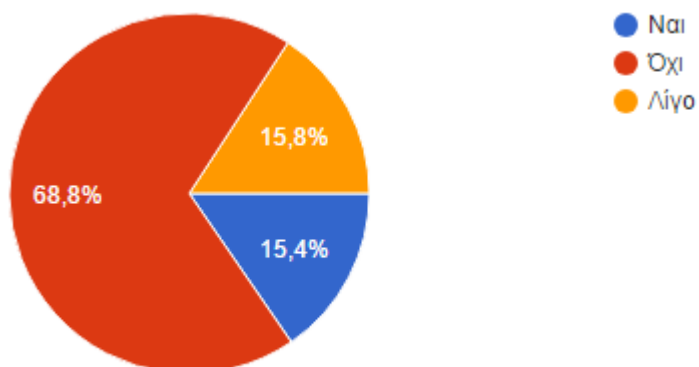
Οι καταναλωτές θα επηρεάζονταν έντονα στην αγορά τους με την ύπαρξη ετικέτας *Fair Trade*.

29) Πόσο μέγιστη επιβάρυνση στην τιμή θα δεχόσασταν για προϊόντα που παράγονται με Fair Trade;: α)5% β)10% γ)20% δ)Καθόλου



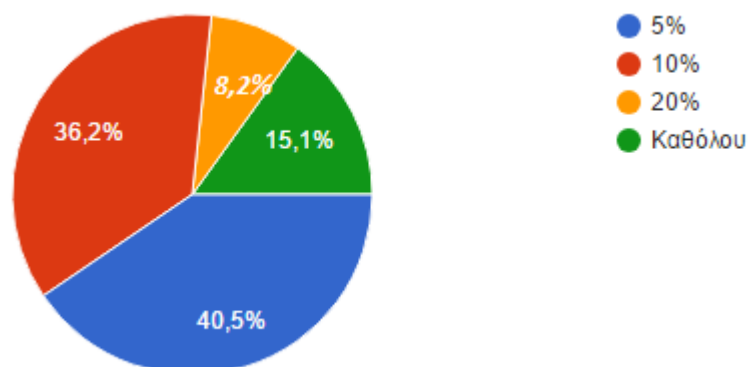
Παρατηρείται ότι η μέγιστη επιβάρυνση που θα δέχονταν θα ήταν στα 10% και μετά στα 5% άρα δεν είναι διατεθειμένοι να διαθέσουν πολλά χρήματα.

30) Γνωρίζετε για τις οικολογικές ετικέτες όπως το *Eco Labeling*;: α)Ναι β)Όχι γ)Λίγο



Ο κόσμος δεν ήταν τόσο ενημερωμένος σχετικά με το *Eco Labeling* και όπως φαίνεται γενικώς με τα θέματα του περιβάλλοντος.

31) Πόσο μέγιστη επιβάρυνση στην τιμή θα δεχόσασταν για προϊόντα που έχουν κάποια οικολογική ετικέτα;: α)5% β)10% γ)20% δ)Καθόλου



Σε αυτή την ερώτηση αποδεικνύεται για άλλη μια φορά ότι ο κόσμος δεν ενδιαφέρεται τόσο για θέματα οικολογίας όσο για θέματα *Fair Trade* αφού ήταν διατεθειμένος να δώσει μόνο ένα 5%.

Συνολικός σχολιασμός στο ερωτηματολόγιο και τα αποτελέσματά του.

Σύμφωνα με αυτό το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκαν αρκετές παρατηρήσεις και σχολιασμοί οι οποίοι προέκυψαν από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων. Διαπιστώθηκε αρχικά ότι η πλειοψηφία αγοράζει ρούχα κάθε μήνα και αρκετοί είναι και αυτοί που αγοράζουν κάθε τρίμηνο. Έτσι βλέπουμε ότι ο κόσμος διακατέχεται από ένα ίχνος καταναλωτικής μανίας αν και όχι σε πάρα πολύ μεγάλο ποσοστό. Βέβαια δεν παύει να παρατηρείται ότι υπάρχει η τάση του να αγοράζουν κάποιο ρούχο απλά για να νιώσουν την ικανοποίηση από κάτι καινούργιο και διαφορετικό. Παρόλο που ο κόσμος θέλει να ανανεώνει τα ρούχα στη ντουλάπα του δεν δέχεται εύκολα ρούχα από συγγενικά πρόσωπα ή φίλους τα οποία έχουν χρησιμοποιηθεί. Όμως οι ίδιοι παρατηρείται ότι δίνουν τα ρούχα τους σε γνωστά τους πρόσωπα. Τα καταστήματα τα οποία προτιμούν για να αγοράζουν και να ανανεώνουν τη ντουλάπα τους είναι κατά βάση μαγαζιά με φτηνά ρούχα και ρούχα γρήγορης μόδας όπως τα H&M, Bershka, Pull & Bear, Zara (διατυπωμένα με σειρά προτίμησης). Βέβαια αξιόλογα είναι και τα ποσοστά των ατόμων που ψωνίζουν μέσω διαδικτύου αλλά και από καταστήματα της γειτονιάς. Αμέσως μετά στην επιλογή τους ακολουθούν ρούχα από επώνυμα καταστήματα. Τέλος αξίζει να σημειωθεί όμως πως υπήρξαν άτομα που δήλωσαν ότι ψωνίζουν από κινέζικα, Σκλαβενίτη, Lidl και πλανόδιους πωλητές. Τα λεφτά που δίνουν κάθε μήνα για τα ρούχα που προμηθεύονται κυμαίνονται στα 20-50 ευρώ και μετά στα 0-20 ευρώ.

Πολλοί λιγότεροι είναι εκείνοι που θα έδιναν το ποσό των 100 ευρώ και πάνω αν και αυτό είναι φυσιολογικό για τις περιόδους κρίσης που βιώνουμε. Βλέπουμε βέβαια ότι για ένα παντελόνι είναι διατεθειμένοι οι περισσότεροι να δώσουν το ποσό των 25-50 ευρώ ενώ για ένα μπλουζάκι ένα μικρότερο ποσοστό, των 10-20 ευρώ. Φοράνε όμως κυρίως τα ρούχα τους μέχρι να χαλάσουν κάτι το οποίο δείχνει ότι παρόλο που μπορεί να ψωνίζουν σπάταλα οι αγορές δεν πάνε χαμένες. Οι περισσότεροι από αυτούς ακολουθούν σχετικά συχνά τις τάσεις της μόδας και αμέσως λιγότεροι είναι αυτοί που τις ακολουθούν σπάνια. Ο κόσμος βλέπουμε ότι ενημερώνεται για τα θέματα της μόδας μέσα από το διαδίκτυο κάτι το οποίο δικαιολογείται μιας και υπάρχει τόσο μεγάλη ανάπτυξη της τεχνολογίας στις μέρες μας. Βέβαια δεν δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον για το κάθε πότε οι σχεδιαστές και οι οίκοι μόδας

ανανεώνουν τις κολεξιόν τους . Πλήρη άγνοια έχουν όμως και στα θέματα Ηθικής και Βιωσιμότητας στη κλωστοϋφαντουργία ενώ λίγοι είναι αυτοί που κάτι είχαν ακούσει. Αρκετά ενημερωμένοι ήταν όμως για τους ανθρώπους που εργάζονται υπό άθλιες συνθήκες για τη κατασκευή των ρούχων λαμβάνοντας μισθό που δεν αντιστοιχεί στην εργασία τους. Παρόλα αυτά δεν τους βρίσκουμε απόλυτα διατεθειμένους να πληρώσουν ακριβότερα για ένα είδος που παράγεται με δίκαιες συνθήκες αν και είναι μεγάλο και το ποσοστό που δηλώνει ότι θα το έκανε.

Μεγάλη ενημέρωση υπάρχει και για τη δημιουργία ενδυμάτων που για να πραγματοποιηθεί κακομεταχειρίζονται και βασανίζονται ζώα. Εδώ βέβαια τους βλέπουμε ότι δεν επιθυμούν και δεν αγοράζουν τέτοια ρούχα. Πάρα πολλοί επίσης είναι αυτοί που γνωρίζουν ότι υπάρχει ανακύκλωση των ρούχων αλλά παρόλα αυτά δεν έχουν ανακυκλώσει ρούχα. Βέβαια όπως δηλώνουν οι ίδιοι αν υπήρχαν κάδοι ανακύκλωσης κοντά στο σπίτι τους θα τους χρησιμοποιούσαν, ενώ πολλοί ήταν και αυτοί που θα χρησιμοποιούσαν τους κάδους ακόμα και αν δεν ήταν τόσο κοντά στο σπίτι τους αλλά βρίσκονταν σε κάποιο κεντρικό σημείο της πόλης. Μπορεί βέβαια να μην κάνουν ανακύκλωση αλλά φαίνεται πως δίνουνε τα ρούχα τους σε συγγενείς και φίλους. Ο κόσμος επίσης θα προβληματιζόταν στη περίπτωση που θα πλήρωναν παραπάνω για ενδύματα που έχουν παραχθεί με τρόπους φιλικούς προς το περιβάλλον. Η άποψη που επικρατεί σχετικά με το φαινόμενο της υπερκατανάλωσης είναι ότι οφείλεται κυρίως στη προσωπική επίδειξη και στο ενδιαφέρον των καταναλωτών να ακολουθήσουν τη μόδα. Έδειξαν βέβαια μεγάλο ενδιαφέρον για τη μείωση του φαινομένου αυτού. Ενδιαφέρον δείχνουν όμως και για την ύπαρξη της ετικέτας *Fair Trade* δηλαδή ότι ένα ρούχο έχει φτιαχτεί υπό δίκαιες συνθήκες εργασίας αφού θα επηρέαζε την αγορά τους ακόμα και αν κόστιζε παραπάνω και θα ήταν διατεθειμένοι να δεχθούν επιβάρυνση έως και 10%. Σχετικά με τις οικολογικές ετικέτες όπως το *Eco Labeling* η ενημέρωση απουσίαζε ενώ για αυτές η επιβάρυνση που θα δεχόντουσαν θα ανέρχονταν μόνο στο 5%. Παρατηρείται λοιπόν, ότι θεωρούν πιο σημαντικό το *Fair Trade* και την ετικέτα του παρά θέματα οικολογίας και τις αντίστοιχες ετικέτες όπως το *Eco Labeling*.

9.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Παρατηρήθηκε ότι το υπεραναπτυγμένο φαινόμενο του καταναλωτισμού το οποίο έχει προξενήσει μεγάλα και διαφόρων ειδών προβλήματα στον άνθρωπο, οφείλεται στο τεράστιο αίσθημα ανασφάλειας που τον διακατέχει και ψάχνει έναν τρόπο για να διαφέρει. Για να καταφέρει να περιοριστεί αυτό το φαινόμενο ή ακόμα και να σταματήσει οριστικά θα πρέπει ο άνθρωπος να μάθει και να συνειδητοποιήσει ότι τα υλικά αγαθά δεν μας προσφέρουν ουσιαστικά τη πραγματική ευτυχία. Οπότε στην ουσία ο μόνος που μπορεί να αντιμετωπίσει από τη ρίζα του το φαινόμενο αυτό του καταναλωτισμού είναι ο ίδιος ο άνθρωπος έχοντας λογική, συνετή και ορθή σκέψη, με αυτό τον τρόπο δεν θα παρασύρεται τόσο εύκολα από το φαίνεσθε και θα αντιληφθεί ότι μόνο οι υγιείς σχέσεις με τους συνανθρώπους μας και η προσωπική ολοκλήρωση μπορούν να το πετύχουν αυτό και να φέρουν την ευτυχία και όχι τα υλικά αγαθά.

Για να αναβαθμιστεί τώρα το επίπεδο της εργασίας στον τομέα των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και οι συνθήκες εργασίας του εργατικού δυναμικού να εξασφαλίζουν σε αυτούς ένα ασφαλές εργασιακό περιβάλλον και το δικαίωμα του συνδικαλισμού, τη τήρηση του *OHE* των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, την εξασφάλιση μιας δίκαιης τιμής που καλύπτει το κόστος παραγωγής διασφαλίζοντας τη κοινωνική ανάπτυξη, τη διατήρηση του περιβάλλοντος και τη προστασία, είναι η ύπαρξη της πιστοποίησης του *Fair Trade*. Κάτι το οποίο όπως φαίνεται έχει μπει πολύ δυναμικά σε πολλά είδη του εμπορίου. Μάλιστα σε ένα από τα οποία έχει κάνει την εμφάνιση του είναι και στην παραγωγή των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων. Όπως όλα δείχνουν θα γίνει ακόμα πιο αισθητή η παρουσία αυτής της πιστοποίησης σε αυτό το κλάδο μιας και έχει ως κύριο στόχο την αναβάθμιση του προϊόντος αλλά και ως απώτερο σκοπό την εξασφάλιση ενός καλύτερου βιοωτικού επιπέδου των εργαζομένων. Αυτό θα επιτευχθεί ακόμα πιο εύκολα αν υπάρξει σωστή ενημέρωση του κόσμου για τη πιστοποίηση *Fair Trade* και τους γίνουν σωστές οι φιλοδοξίες αυτής. Τότε ο κόσμος δεν θα προβληματίζεται για το ελάχιστο αυξημένο σε σχέση με πριν οικονομικό αντίτιμο και θα δίνει το ποσό αυτό με μεγαλύτερη ευχαρίστηση και ικανοποίηση αφού θα ξέρει ότι οι συνθήκες εργασίας των ατόμων που δούλεψαν για αυτό το προϊόν ήταν οι ιδανικές και αυτές που προβλέπονται από το νόμο.

Επίσης υπάρχει και άλλο ένα φαινόμενο, το φαινόμενο της γρήγορης μόδας (fast fashion), το οποίο ταυτίζεται σε κάποιο βαθμό με αυτό του καταναλωτισμού μόνο που εδώ η διαφορά είναι ότι οι οίκοι μόδας και οι επιχειρήσεις μέσω του marketing και της διαφήμισης δελεάζουν τον καταναλωτή να αγοράσει τα ρούχα τους και πατάνε στην ανασφάλεια τους και στην επιθυμία τους για ανάδειξη και επιβεβαίωση. Αυτό όμως έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία περισσότερων αποβλήτων και μάλιστα δύσκολων ανακυκλώσιμων μιας και αγοράζοντας συνεχώς καινούργια ρούχα, και τα περισσότερα από αυτά χαμηλής ποιότητας, τα οποία πετιούνται εύκολα, είτε γιατί φθείρονται είτε γιατί ο καταναλωτής έχει αποκτήσει τη συνήθεια να αγοράζει νέα ρούχα και να βαριέται σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα τα παλιά. Έτσι δημιουργείται και πρόβλημα ρύπανσης του περιβάλλοντος αλλά και πρόβλημα μεγάλου κόστους δαπανών είτε μέσω της υγειονομικής ταφής είτε με τον αυξημένο βαθμό εξάντλησης της ενέργειας και των φυσικών πόρων με τη δημιουργία συνεχώς νέων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων.

Ένα άλλο μεγάλο πρόβλημα που έχει δημιουργήσει η ύπαρξη των βιομηχανιών κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων είναι η ρύπανση του περιβάλλοντος η οποία οδεύει στην μεγάλη υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος, της χλωρίδας αλλά και της πανίδας του πλανήτη. Τουλάχιστον πλέον ο άνθρωπος έχει ευαισθητοποιηθεί ως ένα βαθμό και προσπαθεί να βρει λύσεις επί του θέματος ώστε να προστατέψει το περιβάλλον και να προλάβει τη καταστροφή του. Κάποιες από αυτές τις λύσεις είναι η πραγματοποίηση αυστηρού και εξονυχιστικού ελέγχου στο τρόπο λειτουργίας των εργοστασίων, η μετεγκατάσταση τους από τις κατοικημένες περιοχές αλλά και με την επιβολή βαρέων ποινών στους παραβάτες της νομοθεσίας. Ο κύριος παράγοντας όμως ώστε να μπορέσουν να πραγματοποιηθούν αυτές οι λύσεις είναι η σωστή περιβαλλοντική ενημέρωση, η εκπαίδευση και η παιδεία. Αυτό θα διευκολυνθεί με την ένταξη περιβαλλοντικού προγράμματος στα σχολεία αφού θα μπορέσουν να διαπιστώσουν την έννοια του περιβάλλοντος και να συνειδητοποιήσουν την αξία του από πολύ μικρή ηλικία με απώτερο σκοπό τη προστασία του. Η ύπαρξη περιβαλλοντικής συνείδησης και σεβασμού των ατόμων προς τη προστασία του περιβάλλοντος έχοντας ως κύριο στόχο και αποτέλεσμα την ευχάριστη και χωρίς προβλήματα επιβίωση μέσα στο φυσικό μας περιβάλλον, με σεβασμό απέναντι στις νομοθετικές διατάξεις και τις δημοκρατικές μας υποχρεώσεις προς το κοινωνικό σύνολο ως ενεργοί και ευσυνείδητοι πολίτες μιας κοινωνίας όπου θα πρέπει να υφίσταται η ύπαρξη αλληλοσεβασμού.

Οι επιχειρήσεις και οι οίκοι μόδας έχοντας ως σκοπό την απόκτηση του χρήματος, έφτασαν στο σημείο να κακομεταχειρίζονται τα ζώα και να τα σφάζουν ζωντανά για να παραλάβουν τη γούνα τους, χωρίς κανένα ίχνος ευαισθητοποίησης προς αυτά. Εξαιτίας όμως της επαγρύπνησης του κοινού για τα θέματα της κακοποίησης των ζώων οι εταιρίες μόδας δεν επιθυμούν την αυθεντική γούνα για τα ενδύματά τους. Επιπλέον οι περισσότερες εταιρίες πλέον ζητούν πιστοποιητικά από τους προμηθευτές τους ότι όλα τα αξεσουάρ και τα κομμάτια ενός ενδύματος από συνθετική γούνα και ότι για τη παραγωγή του ενδύματος δεν βασανίστηκε κάποιο ζώο. Αυτό είναι ένα βήμα ως προς τη σωστή κατεύθυνση και μία επιτυχία των αντίστοιχων κινήματων ενημέρωσης του καταναλωτή.

Με βάση αυτή τη πτυχιακή που τεθήκαμε να μελετήσουμε και να αναπτύξουμε συντάχθηκε ένα ερωτηματολόγιο το οποίο έχει ως κύριο σκοπό την διαπίστωση του βαθμού ενημέρωσης του κόσμου σε θέματα κλωστοϋφαντουργίας και τη πρόθεση αυτού απέναντι στην επίλυση των προβλημάτων της με αποτέλεσμα να βρεθεί ο κατάλληλος τρόπος ευαισθητοποίησης τους έτσι ώστε να επιτευχθεί ένας αποτελεσματικός τρόπος λύσεις όλων των θεμάτων-προβλημάτων του κλωστοϋφαντουργικού κλάδου. Από ότι διαπιστώθηκε ο κύριος τρόπος επίλυσης των προβλημάτων είναι η ουσιώδης και σωστή ενημέρωση του κόσμου έτσι ώστε να θέλουν να βοηθήσουν σε αυτήν αλλά και να ξέρουν γιατί το κάνουν μιας και θα βελτιώσει και το επίπεδο της δικής τους ζωής.

10.Βιβλιογραφία

1. Sustainable textiles will benefit the environment and your bottom line, <https://textileconsult.wordpress.com/2017/01/26/sustainable-textiles-will-benefit-the-environment-and-your-bottom-line/> (22-3-2017)
2. Multi Fibre Arrangement, https://en.wikipedia.org/wiki/Multi_Fibre_Arrangement (22-3-2017)
3. Παρουσίαση του Η.Ε. Κ.Μ. Chandrasekhar, Chairman ITCB, EC Conference on the Future of Textiles and Clothing after 2004, Brussels, 5 – 6 May 2003
4. Fast Fashion, <http://www.investopedia.com/terms/f/fast-fashion.asp>, (22-3-2017)
5. The textile industry, https://en.wikipedia.org/wiki/Textile_industry , (5-10-2016)
6. Φυλακισμένοι στην καταναλωτική μανία, <http://www.vlioras.gr/Philologia/Composition/Katanalosi.htm> (22-3-2017)
7. Καταναλωτισμός, <https://el.wikipedia.org/wiki/Καταναλωτισμός> (11-11-2016)
8. Καρλ Μαρξ, https://el.wikipedia.org/wiki/Καρλ_Μαρξ (11-11-2016)
9. Thorstein Veblen, https://en.wikipedia.org/wiki/Thorstein_Veblen, (11-11-2016)
10. Καταναλωτισμός, <http://katalotismos.weebly.com/kappaalphataualphanualphalambdaomegatauiotasisigmamuomicronsigmaf-kappaalphaiota-alphaiotaatauiotaepsilonsigmaf.html> (11-11-2016)
11. Καταναλωτισμός και άνθρωπος, <https://astroconfess.com/2010/12/01/καταναλωτισμός-και-άνθρωπος-1η-παρουσ/> (11-11-2016)
12. Καταναλωτισμός, http://www.educartoon.gr/edu_cartoons/καταναλωτισμός/ (11-11-2016)
13. Ο Καταναλωτισμός στις μέρες μας, <http://blogs.sch.gr/lykrolyg/2012/01/24/καταναλωτισμός-στις-μέρες-μας/> (22-3-2017)
14. Βικιπαίδεια, Fair-trade, https://en.wikipedia.org/wiki/Fair_trade ,(17/6/2016)

15. Βικιπαίδεια , Κατάρρευση κτιρίου στη Σαβάρ το 2013,
https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%AC%CF%81%CF%81%CE%B5%CF%85%CF%83%CE%B7_%CE%BA%CF%84%CE%B9%CF%81%CE%AF%CE%BF%CF%85_%CF%83%CF%84%CE%B7_%CE%A3%CE%B1%CE%B2%CE%AC%CF%81_%CF%84%CE%BF_2013 ,(30/6/2016)
16. naftemporiki.gr, Οργή του Μπαγκλαντές για τη πολύνεκρη κατάρρευση του κτιρίου, <http://www.naftemporiki.gr/story/645595> ,(30/6/2016)
17. Word fair trade organization, <http://www.wfto.com/> ,(30/6/2016)
18. Ethical fashion forum, <http://www.ethicalfashionforum.com/the-issues/fairtrade> , (3/7/2016)
19. Antikleidi, <http://antikleidi.com/2012/01/10/child-labor/> ,(3/7/2016)
20. Marie Claire, <http://www.marieclaire.co.uk/news/549258/the-best-ethical-fashion-brands-to-know-sustainable-fashion.html> , (3/7/2016)
21. The good trade, <http://www.thegoodtrade.com/features/fair-trade-clothing> , (3/7/2016)
22. Ethical and Fairtrade Clothing, <http://www.nomadsclothing.com/fair-trade-clothing> , (3/7/2016)
23. 5 Things You May Not Know About Fairtrade Apparel,
<http://www.triplepundit.com/%20special/future-of-fair-trade/change-world-wardrobe-5-things-may-know-fair-trade-apparel/#> , (3/7/2016)
24. Βικιπαίδεια Fast Fashion, https://en.wikipedia.org/wiki/Fast_fashion, (14/5/2016)
25. IMPRO Textiles_ Publication draft v1,
http://susproc.jrc.ec.europa.eu/textiles/docs/120423%20IMPRO%20Textiles_Publication%20draft%20v1.pdf , (14/5/2016)
26. Βικιπαίδεια Clothing,
https://en.wikipedia.org/wiki/Clothing#The_life_cycle_of_clothing, (14/5/2016)
27. Conference, <http://www.conference.alcas.asn.au/2011/Koerner.pdf>, (14/5/2016)
28. Βικιλεξικό μόδα,
<https://el.wiktionary.org/wiki/%CE%BC%CF%8C%CE%B4%CE%B1>, (14/5/2016)
29. Βικιπαίδεια, περιβαλλοντικά προβλήματα,
https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B2%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC_%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B2%CE%BB%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1 ,(5/7/2016)

30. Εκπαιδευτήριο το “Παγκρήτιον” «Η Μόλυνση Του Περιβάλλοντος»,
<http://www.pagkritio.gr/files/items/8/88/23.pdf> , (5/7/2016)
31. Μόλυνση Περιβάλλοντος Και Τρόποι Αντιμετώπισης , <http://gym-istiaias.eyv.sch.gr/mathites/molunsh%20periballontos%20kai%20tropoi%20antimetwpishs.pdf> ,(5/7/2016)
32. Μόλυνση- Ρύπανση Του Περιβάλλοντος, <http://gym-falan.lar.sch.gr/activities/paper/paper02/pap02-molynsi.html> ,(5/7/2016)
33. Δρ. Μπάρτζης Βασίλειος ,Διαχείριση Υγρών Αποβλήτων,(5/7/2016)
34. Υφασμάτινος Εφιάλης, <http://www.hellenicnexusmag.com/free-content/64-fabrics>, (6/7/2016)
35. Η ρύπανση του περιβάλλοντος το σύγχρονο πρόβλημα του 21^{ου} αιώνα ,
<http://greencarfuel.gr/?p=1035> ,(29/7/2016)
36. Κακοποίηση Ζώων – Ποίος Φταίει; ,
http://269lifegreece.gr/blog/kai_an_o_enoxos_den_einai_autos_pou_nomizeis/ ,(28/9/2016)
37. Newsit, Σοκ: Τα Γδέρνουν Ζωντανά Για Τη Γούνα Τους,
http://www.newsit.com.cy/default.php?pname=Article&art_id=112715&catid=7 ,(28/9/2016)
38. Γούνα- Κακοποίηση Ζώων,
<https://sites.google.com/site/ekmetalleusezoon/gouna> ,(28/9/2016)
39. TVXS- TV Χωρίς Σύνορα, Σκληρή Μεταχείριση Των Ζώων Και Συρρίκνωση Των Φιλοζωικών Σωματείων, <http://tvxs.gr/news/periballon/skliri-metaxeirisi-ton-zoon-kai-syrriknosi-ton-filozoikon-somateion> ,(28/9/2016)
40. Ελληνική Φιλοζωική Εταιρία, Τα Ζώα Στο Έλεος Του Ανθρώπου,
<http://www.filozoiki.gr/content/articles/view/88-ta-zwa-sto-eleos-tou-anthrwpu-statistikh-meleth-gia-tis-kakopoihseis> ,(28/9/2016)
41. In SlideShare, Η Κακοποίηση Των Ζώων,
<http://www.slideshare.net/kikhlympero/b2-38168149> ,(28/9/2016)
42. The Clown, Η Κακοποίηση Των Ζώων Στην Ελλάδα, <http://www.oklooun.com/anadimosiefseis/i-kakopoiisi-ton-zoon-setin-ellada> , (28/9/2016)
43. Θεωρία , <http://www.env-edu.gr/packs/FairTrade/theory.htm>, (26/12/16)
44. Ethical Labelling,
<http://www.ethicalconsumer.org/shoppingethically/ethicallabelling.aspx> , (06/2/17)