

Οικιακή Οικονομία

Β' ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ

ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ:	Κωνσταντίνος Αμπελιώτης , Λέκτορας Χαροκοπείου Πανεπιστημίου Κωνσταντίνος Αποστολόπουλος , Καθηγητής Χαροκοπείου Πανεπιστημίου Ευαγγελία Γεωργιογιάννη , Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Χαροκοπείου Πανεπιστημίου Μαρία Γιαννακούλια , Λέκτορας Χαροκοπείου Πανεπιστημίου Ευαγγελία Κροκίδη , Σχολική Σύμβουλος Οικιακής Οικονομίας Σοφία Προβατάρη , Οικιακής Οικονομίας, Εκπαιδευτικός Β/θμιας Εκπαίδευσης Άννα Σαΐτη , Επίκουρη Καθηγήτρια Χαροκοπείου Πανεπιστημίου
ΚΡΙΤΕΣ-ΑΞΙΟΛΟΓΗΤΕΣ:	Νικόλαος Ανδρικόπουλος , Καθηγητής Χαροκοπείου Πανεπιστημίου Κανέλλα Λαγάκου , Σχολική Σύμβουλος Οικιακής Οικονομίας Ζακελίν Γραβάνη , Οικιακής Οικονομίας, Εκπαιδευτικός Β/θμιας Εκπαίδευσης
ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΣΗ:	Τριάς Γανώση , Σκιτσογράφος-Εικονογράφος
ΦΙΛΟΛΟΓΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ:	Σοφία Στέρπη , Φιλολόγος
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΤΟΥ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΣΥΓΓΡΑΦΗ:	Γεώργιος Γρ. Παπάς , Σύμβουλος του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΤΟΥ ΥΠΟΕΡΓΟΥ:	Ιωάννης Βουτυράκης , Οικιακής Οικονομίας, Εκπαιδευτικός Β/θμιας Εκπαίδευσης
ΕΞΩΦΥΛΛΟ:	Ναυσικά Πάστρα , Γλύπτρια
ΠΡΩΕΚΤΥΠΩΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ:	ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΒΑΝΗ

Στη συγγραφή του πρώτου μέρους (1/3) έλαβε μέρος και
ο **Κωνσταντίνος Μουντζούρης**, Λέκτορας Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Γ' Κ.Π.Σ. / ΕΠΕΑΕΚ II / Ενέργεια 2.2.1 / Κατηγορία Πράξεων 2.2.1.α:
«Αναμόρφωση των προγραμμάτων σπουδών και συγγραφή νέων εκπαιδευτικών πακέτων»

ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ
Δημήτριος Γ. Βλάχος
Ομότιμος Καθηγητής του Α.Π.Θ
Πρόεδρος του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου

Πράξη με τίτλο:

«Συγγραφή νέων βιβλίων και παραγωγή
υποστηρικτικού εκπαιδευτικού υλικού με βάση
το ΔΕΠΠΣ και τα ΑΠΣ για το Γυμνάσιο»

Επιστημονικός Υπεύθυνος Έργου
Αντώνιος Σ. Μπομπέσης
Σύμβουλος του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου

Αναπληρωτές Επιστημονικοί Υπεύθυνοι Έργου
Γεώργιος Κ. Παληός
Σύμβουλος του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου
Ιγνάτιος Ε. Χατζηευστρατίου
Μόνιμος Πάρεδρος του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου

Έργο συγχρηματοδοτούμενο 75% από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και 25% από εθνικούς πόρους.

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ

Κωνσταντίνος Αμπελιώτης, Κωνσταντίνος Αποστολόπουλος,
Ευαγγελία Γεωργιτσογιάννη, Μαρία Γιαννακούλια, Ευαγγελία Κροκίδη,
Σοφία Προβατάρη, Άννα Σαΐτη

ΑΝΑΔΟΧΟΣ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ



Οικιακή Οικονομία

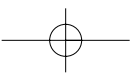
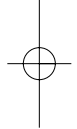
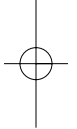
Β' ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ

ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΚΔΟΣΕΩΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΩΝ ΒΙΒΛΙΩΝ
ΑΘΗΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΟΙΚΙΑΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ	8
1.1 Η Οικιακή Οικονομία στην αρχαία Ελλάδα	8
1.2 Η Οικιακή Οικονομία στο Βυζάντιο	10
1.3 Η Οικιακή Οικονομία στα μεταβυζαντινά χρόνια	12
1.4 Η ελληνική λαϊκή τέχνη	14
1.5 Ήθη, έθιμα και παραδόσεις του ελληνικού λαού – Η σημασία της ελληνικής παράδοσης	16
Ανακεφαλαίωση	18
2. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΖΩΗΣ	19
2.1 Η έννοια της οργάνωσης	19
2.2 Διαχείριση ανθρώπινων πόρων	21
2.3 Στόχοι	22
2.4 Λήψη αποφάσεων	23
Ανακεφαλαίωση	24
3. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ	25
3.1 Οικονομικοί πόροι και οικονομία	25
3.2 Οι οικονομικές μονάδες και ο ρόλος τους	27
3.3 Η ελεύθερη αγορά	29
Ανακεφαλαίωση	31
4. ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	32
4.1 Συμπεριφορά του καταναλωτή και οικονομική πραγματικότητα	32
4.2 Οικογενειακό εισόδημα – Προϋπολογισμός	34
4.3 Προσδιοριστικοί παράγοντες της καταναλωτικής συμπεριφοράς	37
Ανακεφαλαίωση	40
5. ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑ	41
5.1 Διατροφή και υγεία	41
5.2 Πρόσληψη και δαπάνη ενέργειας	44
5.3 Πρωτεΐνες	49
5.4 Υδατάνθρακες	52
5.5 Διαιτητικές ίνες	55
5.6 Λιπίδια	57
5.7 Βιταμίνες	60
5.8 Ανόργανα στοιχεία	63
5.9 Νερό	65
5.10 Διατροφή και άσκηση	66
5.11 Διατροφή στα στάδια της ζωής	68
5.12 Σύγχρονη τεχνολογία και τρόφιμα	73
Ανακεφαλαίωση	76
6. ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΟΙΚΙΑ	77
6.1 Βασικές έννοιες	77
6.2 Φυσικοί πόροι και ενεργειακή κατάσταση	79

6.3 Οικολογική κρίση	81
6.4 Η κατοικία στο αγροτικό και στο αστικό περιβάλλον	87
6.5 Κατοικία – Ρύπανση – Αντιρρύπανση	90
6.6 Οικολογικός σχεδιασμός	93
Ανακεφαλαίωση	95
7. ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΟΙΚΙΑΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	96
7.1 Οικιακή τεχνολογία και εξέλιξη	96
7.2 Οικογένεια και σύγχρονη οικιακή τεχνολογία	98
7.3 Επιπτώσεις της σύγχρονης οικιακής τεχνολογίας	102
7.4 Ανακύκλωση	106
Ανακεφαλαίωση	108
8. ΑΓΩΓΗ ΥΓΕΙΑΣ	109
8.1 Νοσήματα και ασθένειες	109
8.2 Πρόληψη	112
8.3 Εφηβεία – Διαφυλικές σχέσεις	114
Ανακεφαλαίωση	116
9. ΠΡΩΤΕΣ ΒΟΗΘΕΙΕΣ	117
9.1 Φαρμακευτικές ουσίες – Ναρκωτικά	117
9.2 Πρώτες βοήθειες	120
9.3 Φυσικές καταστροφές	124
Ανακεφαλαίωση	127
10. ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ	128
10.1 Ο ρόλος της οικογένειας	128
10.2 Γάμος και οικογένεια	130
10.3 Σχέσεις μεταξύ των μελών της οικογένειας	132
10.4 Στοιχεία Οικογενειακού Δικαίου	135
10.5 Οικογενειακός προγραμματισμός	136
Ανακεφαλαίωση	138
ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ	139
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΟΡΩΝ ΚΑΙ ΟΝΟΜΑΤΩΝ	140
ΠΗΓΕΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	144
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	145
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	149



ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Αγαπητέ μαθητή,

Το βιβλίο που κρατάς στα χέρια σου αποτελεί συνέχεια της προηγούμενης προσπάθειας του βιβλίου της Οικιακής Οικονομίας της Α' Γυμνασίου. Έρχεται να σου προσφέρει γνώσεις προκειμένου να δημιουργήσεις ένα περιβάλλον ικανό να σου εξασφαλίσει ψυχική και σωματική υγεία, τόσο σ' εσένα όσο και στα μέλη της οικογένειάς σου.

Στην Α' Γυμνασίου το αντίστοιχο εγχειρίδιο σου πρόσφερε σημαντικές γνώσεις γύρω από πολλές πτυχές της καθημερινής ζωής, όπως για την οικογένεια και τον κοινωνικό περίγυρο, τα οικονομικά της οικογένειας, τη διατροφή, την αγωγή υγείας. Επεδίωκε να διευρύνει τους οριζόντες σου και να σταθεί κοντά στα προβλήματα της ηλικίας σου.

Έτσι, ανακαλώντας στη μνήμη σου τις προηγούμενες γνώσεις και εμπειρίες σου, τα φετινά μαθήματα θα σε βοηθήσουν να οργανώνεις το χρόνο σου ώστε να διαχειρίζεσαι καλύτερα τη ζωή σου. Μέσα από το μάθημα της Οικιακής Οικονομίας θα εμπλουτίσεις τις γνώσεις σου σχετικά με την αξία του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος και θα μάθεις να το προστατεύεις και να το διαφυλάσσεις. Θα σου δοθεί η δυνατότητα να συλλέξεις πληροφορίες για τους παράγοντες που επηρεάζουν την υγεία (π.χ. σωστή διατροφή) και τη σημασία της πρόληψης στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων.

Σημαντικό ρόλο στη διεξαγωγή του μαθήματος θα παίξουν το τετράδιο εργασιών και ο εργαστηριακός οδηγός. Θα σε βοηθήσουν να εμπεδώσεις καλύτερα τη θεωρία, να αναπτύξεις την κριτική σου σκέψη και να καλλιεργήσεις τη συνεργατικότητα και τη δημιουργικότητα.

Μην ξεχνάς ότι το βιβλίο αυτό μπορεί να σου δώσει την ευκαιρία να συμμετάσχεις σε ένα ουσιαστικό διάλογο για θέματα της καθημερινότητας που σε απασχολούν, αλλά και για ζητήματα που προβληματίζουν γενικότερα τους ανθρώπους σε ολόκληρο τον πλανήτη.

Οι συγγραφείς

1. ΟΙΚΙΑΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

1.1 Η Οικιακή Οικονομία στην αρχαία Ελλάδα

Λέξεις - κλειδιά: οικιακή οικονομία, οικογενειακή ζωή, διατροφή, πολιτισμός, ψυχαγωγία, φιλοξενία

Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:

- ☉ να ενημερωθούν για τον τρόπο ζωής των αρχαίων Ελλήνων και να μπορούν να τον συνδέουν με το παρόν
- ☉ να κατανοήσουν τη σημασία της Οικιακής Οικονομίας ως παράγοντα διαμόρφωσης του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού.

α. Η οργάνωση της οικογενειακής ζωής

Η **Οικιακή Οικονομία** έπαιξε μεγάλο ρόλο στην εξέλιξη του ελληνικού πολιτισμού, γιατί συνδεόταν πάντοτε με την οικογένεια, τον πυρήνα, δηλαδή, της κοινωνίας που δημιουργεί κάθε πολιτισμό. Συγκεκριμένα, η Οικιακή Οικονομία αναφέρεται στον τρόπο οργάνωσης της ζωής της οικογένειας, στα οικονομικά της, στη διατροφή των μελών της, στις σχέσεις μεταξύ τους και με άλλους ανθρώπους, στην κατοικία και στην ενδυμασία τους.



Εικ. 1.1 Γυναίκες που κατασκευάζουν τα ρούχα της οικογένειας: μία γνέθει και δύο υφαίνουν (Αγγείο, Ν. Υόρκη, Μητροπολιτικό Μουσείο)

Στην αρχαία Ελλάδα, η οικιακή οικονομία βασιζόταν στον καταμερισμό των ρόλων των δύο συζύγων. Οι **άντρες** θεωρούσαν ως κύρια υποχρέωσή τους τις υποθέσεις της πόλης τους. Επίσης, ασχολούνταν και με κάποιες ανάγκες της οικογένειας, όπως με τα ψώνια. Οι **γυναίκες** είχαν τη φροντίδα της οικογένειας. Κύρια καθήκοντά τους ήταν οι δουλειές του σπιτιού και η ανατροφή των παιδιών. Στην περίπτωση που υπήρχαν δούλοι, έπρεπε να τους επιβλέπουν. Οι γυναίκες είχαν, επίσης, την υποχρέωση να κατασκευάζουν τα ρούχα των μελών της οικογένειας.

Ως προστάτιδα της οικογένειας οι αρχαίοι Έλληνες τιμούσαν την Εστία, θεά της οικιακής φωτιάς, γιατί ο χώρος της φωτιάς του σπιτιού («εστία, τζάκι»), η οποία πρόσφερε φως, ζεστασιά και δυνατότητα παρασκευής του φαγητού, αποτελούσε το κέντρο της οικογενειακής ζωής. Η θεά Εστία μπορεί να θεωρηθεί λοιπόν και προστάτιδα της οικιακής οικονομίας.

Οι αρχαίοι Έλληνες έθεσαν τις βάσεις της επιστήμης της Οικιακής Οικονομίας. Στον *Οικονομικό* του Ξενοφώντα περιγράφεται λεπτομερώς η οργάνωση που πρέπει να έχει ένα νοικοκυριό. Ο Ισχύμαχος, ένας νιόπαντρος Αθηναίος, συμβουλεύει τη σύζυγό του μ' αυτά τα λόγια: «Πρέπει, λοιπόν, εσύ να μένεις στο σπίτι. Και όσους υπηρέτες έχουν δουλειά έξω από το σπίτι αυτούς να τους στέλνεις στη δουλειά όλους μαζί, και όσους έχουν δουλειά μέσα αυτούς εσύ η ίδια να επιβλέπεις, τα πράγματα που φέρνουν εσύ να παραλαμβάνεις, να κανονίζεις αυτά που είναι να ξοδευτούν και όσα πρέπει να περισσέψουν να φροντίζεις να τα φυλάς. Γιατί δεν πρέπει να ξοδέψουμε σε ένα μήνα όσα πρέπει μέσα σε ένα χρόνο».

β. Η διατροφή των αρχαίων Ελλήνων

Μία από τις πιο σημαντικές φροντίδες κάθε οικογένειας ήταν η διατροφή της. Γενικά, οι αρχαίοι Έλληνες ήταν **λιτοδίαιτοι**. Για πρωινό έτρωγαν συνήθως λίγο ψωμί βουτηγμένο σε κρασί και ίσως λίγες ελιές ή σύκα ξερά. Απλό ήταν επίσης το μεσημεριανό, καθώς και το απογευματινό τους. Το κύριο φαγητό τους ήταν το βραδινό.

Το ψωμί φτιαχνόταν είτε από κριθάρι είτε από σιτάρι. Το κρέας ήταν ακριβό και το έτρωγαν σε έκτακτες περιστάσεις, κυρίως σε γιορτές, όταν προσφερόταν θυσία στους θεούς. Συχνότερα έτρωγαν πουλερικά, όπως κότες και χήνες. Αγαπούσαν και το κυνήγι, αλλά δεν ήταν δυνατό να το έχουν συχνά. Από τις σπουδαιότερες τροφές ήταν και τα ψάρια.

Οι αρχαίοι Έλληνες έτρωγαν επίσης λαχανικά, κυρίως αυτά που καλλιεργούσαν στα περιβόλια. Από τα όσπρια γνώριζαν τα κουνιά και τις φακές. Αγαπημένο συμπλήρωμα του φαγητού ήταν τα φρούτα και οι ξηροί καρποί. Αρωμάτιζαν τα φαγητά με θυμάρι και ρίγανη. Τα γλυκά φτιάχνονταν από μέλι και αλεύρι. Το γεύμα συμπληρωνόταν με κρασί που το έπιναν πάντοτε νερωμένο.

Στην εποχή μας έχει εκτιμηθεί η αξία της αρχαίας ελληνικής διατροφής. Λόγω της μεγάλης χρήσης του ελαιόλαδου και της κατανάλωσης λαχανικών, φρούτων και δημητριακών, αποτελεί τη βάση της σύγχρονης **Μεσογειακής Διατροφής**, ενός διατροφικού προτύπου που εξασφαλίζει πολλά πλεονεκτήματα υγείας.

Είναι γεγονός, επίσης, ότι οι αρχαίοι Έλληνες ανύψωσαν τη διατροφή **σε στοιχείο πολιτισμού**. Πρώτα απ' όλα, βάσιζαν τη διατροφή τους σε τρία είδη που αποτελούν προϊόντα μεγάλης κατεργασίας, η οποία απαιτεί πολιτισμική εξέλιξη. Αυτά ήταν το ψωμί, το λάδι και το κρασί. Έπειτα, δεν έβλεπαν το φαγητό απλώς ως κάτι απαραίτητο για να μπορέσουν να ζήσουν, αλλά ως μέσο επικοινωνίας, ψυχαγωγίας και πολιτισμού.

γ. Οι διαπροσωπικές και κοινωνικές σχέσεις

Στο πλαίσιο της οικογένειας, δημιουργούνταν διαπροσωπικές και κοινωνικές σχέσεις. Ο άντρας ήταν ο κύριος του σπιτιού και η θέση της γυναίκας περιορισμένη. Συχνά, όμως, αναπτύσσονταν συναισθήματα αγάπης και εκτίμησης μεταξύ τους. Και οι δύο γονείς νοιάζονταν για τα παιδιά τους, τα οποία όφειλαν να τους σέβονται και να τους υπακούουν, ενώ και αυτά με τη σειρά τους, όταν μεγάλωναν, είχαν υποχρέωση να φροντίζουν τους γέροντες γονείς τους.

Βασικός τρόπος **ψυχαγωγίας** μέσα στο σπίτι ήταν τα συμπόσια, στα οποία, όμως, δεν έπαιρναν μέρος οι γυναίκες της οικογένειας. Στις συγκεντρώσεις αυτές το φαγητό συνδυαζόταν με τη διασκέδαση και με κάθε είδους συζητήσεις, ακόμα και πολιτικές ή φιλοσοφικές.

Απαραίτητο στοιχείο της οικογενειακής ζωής ήταν και η **φιλοξενία**, η οποία είχε πολύ σημαντική θέση στον αρχαίο ελληνικό κόσμο. Όταν, μάλιστα, ο φιλοξενούμενος ετοιμαζόταν να φύγει, συνήθιζε να ανταλλάσσει με τον οικοδεσπότη δώρα, που συμβόλιζαν τη φιλία η οποία είχε δημιουργηθεί μεταξύ τους.



Εικ. 1.2 Γυναίκες που ζυμώνουν ψωμί υπό τους ήχους δάυλου (Ειδώλιο, Παρίσι, Μουσείο Λούβρου)

1.2 Η Οικιακή Οικονομία στο Βυζάντιο

Λέξεις - κλειδιά: οικιακή οικονομία, οικογενειακή ζωή, Χριστιανισμός, διατροφή, φιλοξενία

Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:

- ☉ να ενημερωθούν για τον τρόπο ζωής των Βυζαντινών και να μπορούν να τον συνδέουν με το παρόν
- ☉ να κατανοήσουν τη σημασία της Οικιακής Οικονομίας ως παράγοντα διαμόρφωσης του βυζαντινού πολιτισμού.

α. Η οργάνωση της οικογενειακής ζωής

Στην εποχή της βυζαντινής αυτοκρατορίας, οι βασικές αρχές της οικογενειακής ζωής δεν άλλαξαν, απλώς επηρεάστηκαν από το χριστιανικό πνεύμα. Η οικιακή οικονομία εξακολούθησε να βασιλεύει στους παραδοσιακούς ρόλους των δύο φύλων. Έτσι, οι άντρες ασχολούνταν με εργασίες έξω από το σπίτι, ενώ οι γυναίκες παρέμεναν, σε μεγάλο βαθμό, μέσα σ' αυτό. Ασχολούνταν με τις δουλειές του σπιτιού και την ανάγνωση του Ευαγγελίου. Ύφαιναν στον αργαλειό και έφτιαχναν τα ρούχα της οικογένειας. Άλεθαν το σιτάρι είτε στο χειροκίνητο μύλο είτε πηγαίνοντας σε υδρόμυλο ή ανεμόμυλο, αν το επέτρεπε η κοινωνική τους θέση. Βασική ασχολία τους ήταν, επίσης, να ζυμώνουν και να μαγειρεύουν.

Κύριο έργο των γυναικών ήταν η **ανατροφή των παιδιών τους**. Οι μητέρες έπρεπε να διαπαιδαγωγούν τις κόρες τους, έτσι ώστε να γίνουν καλές χριστιανές. Στόχος τους, επίσης, ήταν να τις εφοδιάσουν με όλες τις απαραίτητες γνώσεις για να γίνουν καλές οικοδέσποινες. Τους δίδασκαν, επίσης, στο σπίτι τα λεγόμενα στοιχειώδη ή ιερά γράμματα, δηλαδή ανάγνωση, γραφή, θρησκευτικά, αριθμητική και ωδική.



Γενικά, οι γυναίκες είχαν ενεργό ρόλο στην οικογένεια, αφού ήταν κυρίες του σπιτιού τους και υπεύθυνες για την ανατροφή και τη μόρφωση των παιδιών τους. Υπήρχαν, πάντως, και γυναίκες που σταδιοδρόμησαν επαγγελματικά και συμμετείχαν στην οικονομική ζωή της αυτοκρατορίας.

Εικ.1.3 Η χήρα Δανηλίδα, ιδιοκτήτρια μεγάλων εκτάσεων γης και εργαστηρίων υφαντουργίας (Μικρογραφία. Μαδρίτη, Εθνική Βιβλιοθήκη)

β. Η διατροφή των Βυζαντινών

Η διατροφή στα χρόνια αυτά άλλαξε αρκετά, εξαιτίας της επίδρασης διάφορων παραγόντων. Η αλλαγή του κλίματος, που έγινε ψυχρότερο, οδήγησε στην καταστροφή πολλών παραδοσιακών καλλιεργειών. Αυξήθηκαν τα άγρια χόρτα, τα όσπρια, το κυνήγι και το κρέας. Η κατάκτηση, από

τους Άραβες, της Αιγύπτου και της Συρίας, περιοχές οι οποίες προμήθευαν την αυτοκρατορία με σιτάρι και λάδι αντίστοιχα, προκάλεσε έλλειψη στα προϊόντα αυτά. Επιπλέον, εμφανίζονται νέα είδη και νέα ονόματα, όπως τα νεράντζια, τα πορτοκάλια και οι μελιτζάνες. Τα περισσότερα προέρχονται από την Ανατολή. Συγχρόνως, η χριστιανική θρησκεία επηρέασε τη διατροφή με τις απαγορεύσεις και τις νηστείες που όρισε.

Οι **βασικές τροφές** των Βυζαντινών ήταν οι εξής με σειρά κατανάλωσης: άγρια χόρτα, βολβοί, όσπρια, οπωρικά, γαλακτοκομικά, λίπη, κρέατα, κρασί, σιτηρά, λάδι, αβγά, ψάρια, καρυκεύματα. Εάν εξαιρέσουμε ελάχιστες περιοχές της αυτοκρατορίας που παρήγαγαν λάδι, για τους περισσότερους αυτό ήταν λιγοστό και πολύτιμο. Αντί για λάδι, στη διατροφή χρησιμοποιούσαν λίπη, γαλακτοκομικά και μια σάλτσα από μικρά ψάρια, το λεγόμενο **γάρο**.



Εικ. 1.4 Ο Μυστικός Δείπνος (Μικρογραφία. Άγιο Όρος, Μονή Διονυσίου)

γ. Οι διαπροσωπικές και κοινωνικές σχέσεις

Αρχηγός της οικογένειας ήταν ο άντρας, ο οποίος όμως σύμφωνα με τις αρχές της χριστιανικής θρησκείας έπρεπε να υπολογίζει και να αγαπά τη γυναίκα του. Εκείνη με τη σειρά της ήταν υποχρεωμένη να υπακούει το σύζυγό της και να του φέρεται με γλυκύτητα και σεβασμό. Οι σχέσεις των παιδιών με τους γονείς τους βασιζόνταν στην υπακοή και στο σεβασμό. Όταν αυτοί γερνούσαν, τα παιδιά όφειλαν να τους φροντίζουν.

Η **φιλοξενία** ήταν σεβαστή στο Βυζάντιο. Όπως και στην αρχαιότητα, οι γυναίκες ήταν εκείνες που φρόντιζαν για τους φιλοξενούμενους. Παρ' όλα αυτά, έτρωγαν πάντοτε μόνες τους, σε ξεχωριστό τραπέζι από τους άντρες, όχι μόνο σε γεύματα σε ξένα σπίτια ή ακόμα και στο Παλάτι, αλλά και στο ίδιο τους το σπίτι.

1.3 Η Οικιακή Οικονομία στα μεταβυζαντινά χρόνια

Λέξεις - κλειδιά: οικιακή οικονομία, οικογενειακή ζωή, προίκα, οικοτεχνία, παραδοσιακή διατροφή, λάδι, φιλοξενία

Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:

- ☉ να ενημερωθούν για τον τρόπο ζωής στα μεταβυζαντινά χρόνια και να μπορούν να τον συνδέουν με το παρόν
- ☉ να κατανοήσουν τη σημασία της Οικιακής Οικονομίας ως παράγοντα διαμόρφωσης του πολιτισμού την περίοδο αυτή.

α. Η οργάνωση της οικογενειακής ζωής

Στα χρόνια που ακολούθησαν την πτώση του Βυζαντίου, οι άντρες ασχολούνταν με τις εξωτερικές εργασίες και οι γυναίκες με το σπίτι, ακολουθώντας την παράδοση. Ωστόσο, επειδή πολλοί άντρες ξενιτεύονταν ή έλειπαν αρκετούς μήνες από το σπίτι ως ναυτικοί ή περιοδεύοντες έμποροι ή τεχνίτες, οι γυναίκες σε αυτές τις περιπτώσεις αναλάμβαναν όλη τη διοίκηση του σπιτιού και τις ευθύνες της οικογένειας. Στις αγροτικές οικογένειες βοηθούσαν, επίσης, τους συζύγους τους στις δουλειές τους. Οι γυναίκες ήταν υπεύθυνες, εξάλλου, για τη φροντίδα των παιδιών, καθώς και των ηλικιωμένων μελών της οικογένειας που ζούσαν μαζί της.



Εικ. 1.5 Ποιμένας επιστρέφει από τη βοσκή. Οι γυναίκες ασχολούνται με το γνέσιμο και τη φροντίδα των παιδιών (Αθήνα, Γεννάδειος Βιβλιοθήκη)

Βασικός άξονας γύρω από τον οποίο κινούνταν η οικονομία του σπιτιού και οι δραστηριότητες της ήταν η **προίκα** των κοριτσιών. Για την προίκα αυτή εργαζόνταν τόσο οι γονείς όσο και τα ίδια τα κορίτσια μέχρι την ημέρα του γάμου τους. Στο θεσμό αυτό στηρίχτηκε και η μεγάλη ανάπτυξη της **οικοτεχνίας** των υφαντών και των κεντημάτων που σημειώθηκε εκείνη την εποχή. Η ανάπτυξη αυτή αποτέλεσε σταθμό στην οικογενειακή ζωή, γιατί έδωσε τη δυνατότητα σε πολλές κοπέλες να βοηθούν οικονομικά την οικογένειά τους κερδίζοντας χρήματα από την πώληση των έργων τους.

β. Η ελληνική παραδοσιακή διατροφή

Η διατροφή των Ελλήνων στην περίοδο αυτή αποτελεί τη λεγόμενη **ελληνική παραδοσιακή διατροφή**. Βασίζεται στην αρχαία και στη βυζαντινή διατροφή, αλλά έχει δεχτεί και επιδράσεις από τους ξένους κατακτητές.

Βασική τροφή του ελληνικού λαού ήταν το ψωμί. Η κατανάλωση κρέατος ήταν πολύ περιορισμένη. Κρέας έτρωγαν συνήθως στις μεγάλες γιορτές, τις Κυριακές και στα πανηγύρια. Αντίθετα, σημαντική θέση στη διατροφή είχαν τα όσπρια. Ιδιαίτερα στις περιόδους νηστείας, τα όσπρια αποτελούσαν το κυριότερο φαγητό. Τα διάφορα λαχανικά και χόρτα ήταν μια από τις πιο συνηθι-

σμένες τροφές, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου παράγεται πολύ λάδι. Οι κάτοικοι των νησιών και των παράλιων περιοχών κατανάλωναν πολλά ψάρια και θαλασσινά. Τέλος, το γάλα και τα προϊόντα του αποτελούσαν βασικές τροφές, κυρίως των κτηνοτροφικών πληθυσμών.

Η ελληνική παραδοσιακή διατροφή, ιδιαίτερα εκείνη των ελαιοπαραγωγικών περιοχών, που στηριζόταν στη χρήση του **λαδιού**, έχει αποδειχτεί από τις σύγχρονες επιστημονικές έρευνες ότι είναι πολύ υγιεινή, γιατί συνδυάζει σε σωστές αναλογίες όλα τα απαραίτητα για τον ανθρώπινο οργανισμό συστατικά.



Εικ. 1.6 Παραδοσιακό στολισμένο ψωμί από τη Γορτυνία

γ. Οι διαπροσωπικές και κοινωνικές σχέσεις

Στα χρόνια αυτά, η ελληνική οικογένεια αντιμετώπισε πολλές δυσκολίες από τους ξένους κατακτητές. Για να τις ξεπεράσει, στηρίχτηκε στη συνεργασία μεταξύ των μελών της. Το βράδυ, η οικογένεια μαζευόταν γύρω από τη φωτιά. Συχνά έρχονταν και οι γείτονες. Επίσης, οι γυναίκες και τα κορίτσια της γειτονιάς συνήθιζαν να γνέθουν και να κεντούν μαζί στα σπίτια συζητώντας και τραγουδώντας. Ευκαιρίες για διασκέδαση έδιναν οι γάμοι και τα πανηγύρια.

Μεγάλη σημασία δινόταν στη **φιλοξενία**. Σύμφωνα με τις πατροπαράδοτες συνήθειες, στο φιλοξενούμενο προσφερόταν όσο το δυνατόν πιο πλούσιο γεύμα και στρώνονταν τα καλύτερα σεντόνια και σκεπάσματα για να κοιμηθεί. Όπως περιγράφει ένας ξένος περιηγητής, σε έναν αρχοντικό πύργο της Μάνης: «Για τον ύπνο (στους φιλοξενούμενους) άπλωσαν στο πάτωμα στρώματα, μαξιλάρες και κεντητά σεντόνια από φαρδιές λουρίδες μουσελίνας και χρωματιστό μετάξι, όλα έργα των χεριών των γυναικών της οικογένειας».

1.4 Η ελληνική λαϊκή τέχνη

Λέξεις - κλειδιά: λαϊκή τέχνη, οικιακή οικονομία, χρηστικότητα, αισθητική, παράδοση, φύση, μορφές, πολιτισμική κληρονομιά

Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:

- ☉ να γνωρίσουν τα χαρακτηριστικά και τους τομείς της ελληνικής λαϊκής τέχνης
- ☉ να κατανοήσουν τη σημασία της ελληνικής λαϊκής τέχνης.

α. Έννοια - Κύρια χαρακτηριστικά

Με τον όρο **λαϊκή τέχνη** χαρακτηρίζουμε την ελληνική τέχνη των δύο τελευταίων αιώνων της Τουρκοκρατίας. Την περίοδο αυτή σημειώθηκε βελτίωση των συνθηκών ζωής των Ελλήνων, οικονομική ανάπτυξη του ελληνισμού και αναβίωση της ελληνικής παιδείας. Οι παράγοντες αυτοί συνέβαλαν στην άνθηση της τέχνης.

Η ελληνική λαϊκή τέχνη έχει τις ρίζες της στο Βυζάντιο. Έχει επηρεαστεί, επίσης, από την τέχνη της Ανατολής και της Δύσης. Συγγενεύει, μάλιστα, ιδιαίτερα με την τέχνη των άλλων βαλκανικών λαών. Τα έργα της είναι δημιουργίες ανθρώπων που δε διδάχτηκαν την κάθε μορφή τέχνης σε σχολές, αλλά από έμπειρους τεχνίτες.



Εικ. 1.7 Χαρακτηριστικό έργο ελληνικής λαϊκής τέχνης: ξυλόγλυπτη κασέλα από την Ήπειρο (Αθήνα, Μουσείο Μπενάκη)

Ένα από τα σημαντικότερα **χαρακτηριστικά γνωρίσματα** της λαϊκής τέχνης αποτελεί ο **συνδυασμός χρηστικότητας και αισθητικής**. Για παράδειγμα, ένα καράβι, ζωγραφισμένο στο σπίτι ενός ναυτικού δεν είχε σκοπό μόνο να ομορφύνει το χώρο. Είχε και συμβολική αξία, γιατί έδειχνε τη ζωή των ναυτικών. Άλλο χαρακτηριστικό αυτής της τέχνης είναι ότι τα έργα της αποτελούν **έκφραση της ομαδικής αισθητικής** της συγκεκριμένης κοινωνίας και όχι της προσωπικής αισθητικής κάθε δημιουργού. Εκτός από αυτά, η λαϊκή

τέχνη είναι μια τέχνη συντηρητική που συνδέεται στενά με την **παράδοση**. Φανερώνει, επίσης, έναν κόσμο που ζούσε σε **αρμονία με τη φύση** και την αναπαριστούσε στην τέχνη του.

Τα έργα της λαϊκής τέχνης αποτελούσαν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής του ανθρώπου, καθώς σχετιζόνταν με την κατοικία και με την ενδυμασία του και παράγονταν συχνά από τα ίδια τα μέλη της οικογένειας. Η λαϊκή τέχνη συνδέεται, λοιπόν, στενά με την Οικιακή Οικονομία.

β. Τομείς της ελληνικής λαϊκής τέχνης

Η ελληνική λαϊκή τέχνη διακρίνεται σε εκκλησιαστική και σε κοσμική. Εκφράζεται, επίσης, με διά-

φορες **μορφές**: την αρχιτεκτονική, τη ζωγραφική, τη γλυπτική, καθώς και με την υφαντική, την κεντητική, τη μεταλλοτεχνία, την κεραμική, την επιπλοποιία, την κατασκευή της φορεσιάς και άλλες.

Έργα της **αρχιτεκτονικής** είναι τόσο οι εκκλησίες όσο και τα σπίτια, τα γεφύρια, οι κρήνες, οι μύλοι και άλλα κτίσματα. Χτίζονταν κυρίως από ειδικευμένους τεχνίτες της πέτρας που ταξίδευαν σε όλη την Οθωμανική αυτοκρατορία εκτελώντας διάφορα έργα. Οι περισσότεροι προέρχονταν από την Ήπειρο, τη Δυτική Μακεδονία, τη Δυτική Πελοπόννησο και την Κάρπαθο.

Τους οικοδόμους ακολουθούσαν οι τεχνίτες του ξύλου που έφτιαχναν τα ξύλινα μέρη των κτισμάτων, τα έπιπλα, τα ξύλινα τέμπλα εκκλησιών και διάφορες άλλες κατασκευές. Ιδιαίτερα γνωστοί ήταν οι **ξυλογλύπτες** από την Ήπειρο, τη Χίο και την Κρήτη. Υπήρχαν και οι **μαρμαρογλύπτες** που κατασκεύαζαν τα μαρμάρινα μέρη σε πόρτες και παράθυρα, καμπαναριά, τζάκια και πολλά άλλα έργα. Περίφημοι μαρμαρογλύπτες ήταν οι Ηπειρώτες και οι Τηνιακοί.

Κοντά στους παραπάνω τεχνίτες εργάζονταν συχνά και οι **ζωγράφοι** που ζωγράφιζαν τα αρχοντικά και τις εκκλησίες. Πολλοί κατάγονταν από τους Χιονάδες της Κόνιτσας και από τα Ζαγοροχώρια της Ηπείρου.

Τα **υφαντά**, τα **κεντήματα** και η **κατασκευή της φορεσιάς** ήταν συνήθως έργα των γυναικών κάθε οικογένειας. Υπήρχαν, ωστόσο, και οργανωμένες βιοτεχνίες στις πόλεις, όπως στον Τύρναβο, στη Λάρισα, στην Κύπρο και αλλού. Τις τέχνες αυτές ασκούσαν και πλανόδιοι τεχνίτες, όπως ράφτες, χρυσοκεντητές και άλλοι.

Η **μεταλλοτεχνία-αργυροχρυσοχοϊά** ασκούσαν, επίσης, από περιοδεύοντες τεχνίτες. Κατασκεύαζαν όπλα, καμπάνες, κοσμήματα, εκκλησιαστικά σκεύη, καθώς και διακοσμητικά και χρηστικά αντικείμενα. Ονομαστοί ήταν οι τεχνίτες από την Ήπειρο και από τη Στεμνίτσα της Αρκαδίας. Υπήρχαν, επίσης, μόλις εργαστήρια σε πολλές πόλεις.

Κέντρα **κεραμικής** υπήρχαν σε νησιά, όπως στην Κρήτη, στη Σίφνο και στην Αίγινα, στη Μεσσηνία, καθώς και στα Δαρδανέλλια (Τσανάκ-Καλέ) της Μ. Ασίας. Από τα μέρη αυτά προέρχονταν και οι περιοδεύοντες αγγειοπλάστες που έφτιαχναν πιθάρια, κανάτια και άλλα πήλινα σκεύη.

Μεγάλη είναι η ποικιλία των **διακοσμητικών μοτίβων** που παριστάνονται στα έργα της λαϊκής μας τέχνης. Άλλοτε είναι γεωμετρικά σχέδια, άλλοτε σκηνές από την καθημερινή ζωή (γάμος, χορός, κυνήγι κ.ά.) και άλλοτε έχουν συμβολικό ή μαγικό χαρακτήρα (φίδι, σταυρός, γλάστρα, πετεινός, άγιος). Υπάρχουν, επίσης, και θέματα που προέρχονται από τον αρχαίο και το βυζαντινό κόσμο, όπως η γοργόνα και ο δικέφαλος αετός.

Η λαϊκή τέχνη αποτελεί ένα σπουδαίο κεφάλαιο της **πολιτισμικής μας κληρονομιάς**. Υπήρξε επίσης σημαντική πηγή έμπνευσης διάφορων Νεοελλήνων καλλιτεχνών.



Εικ. 1.8 Ασημένια λεκάνη αγιασμού από την Καισάρεια της Μ. Ασίας (Αθήνα, Μουσείο Μπενάκη)



Εικ. 1.9 Κέντημα με γοργόνες και δικέφαλο αετό από τη Σκύρο (Αθήνα, Μουσείο Μπενάκη)

1.5 Ήθη, έθιμα και παραδόσεις του ελληνικού λαού – Η σημασία της ελληνικής λαϊκής παράδοσης

Λέξεις - κλειδιά: ήθη, έθιμα, παραδόσεις, οικιακή οικονομία, λαϊκή παράδοση

Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:

- ☉ να αποκτήσουν βασικές γνώσεις για τα ήθη, τα έθιμα και τις παραδόσεις του ελληνικού λαού
- ☉ να κατανοήσουν τη σημασία της ελληνικής λαϊκής παράδοσης και τις δυνατότητες αξιοποίησής της στην εποχή μας.

α. Ήθη, έθιμα και παραδόσεις του ελληνικού λαού

Ένας πολύ σημαντικός τομέας της πολιτισμικής μας κληρονομιάς είναι τα ήθη, τα έθιμα και οι παραδόσεις του λαού μας. Οι λέξεις αυτές συνδέονται στενά μεταξύ τους και συμπληρώνουν η μία την άλλη. Τα **ήθη** είναι οι αντιλήψεις, «οι άγραφοι νόμοι» κάθε κοινωνίας, ενώ τα έθιμα είναι οι πράξεις με τις οποίες εκφράζονται οι αντιλήψεις αυτές. Όταν τα **έθιμα** επαναλαμβάνονται σταθερά από γενιά σε γενιά, δημιουργούνται οι **παραδόσεις**.

Στο θέμα του γάμου, για παράδειγμα, ήθη αποτελούν οι αντιλήψεις για την ευτυχία και τη γονιμότητα του ζευγαριού. Έτσι, δημιουργήθηκε το έθιμο η νύφη να σπάξει ένα ρόδι στο κατώφλι του νέου της σπιτιού και να σκορπά τους σπόρους του που συμβολίζουν τη γονιμότητα. Γενικά, με τα διάφορα έθιμα οι άνθρωποι προσπαθούσαν να εξασφαλίσουν το καλό και να διώξουν το κακό.

Τα ήθη, τα έθιμα και οι παραδόσεις του ελληνικού λαού προέρχονται κυρίως από την αρχαιότητα και το Βυζάντιο και συνδέονται συχνά με τη χριστιανική θρησκεία. Έχουν δεχτεί, επίσης, επιδράσεις από τους διάφορους κατακτητές και από τους γειτονικούς λαούς. Σχετίζονται, μάλιστα, στενά με την **Οικιακή Οικονομία**, μια και αφορούν την καθημερινή ζωή του ανθρώπου και της οικογένειας. Συγκεκριμένα, διακρίνονται σε δύο **κατηγορίες**:



Εικ. 1.10 Ετοίμασία γάμου στην Παλιά Αθήνα (Αθήνα, Γεννάδειος Βιβλιοθήκη)

Την πρώτη αποτελούν εκείνα που έχουν σχέση με το λεγόμενο **κύκλο της ανθρώπινης ζωής**, δηλαδή με τους τρεις σπουδαιότερους σταθμούς της ζωής του ανθρώπου: τη γέννηση, το γάμο και το θάνατο. Τη δεύτερη κατηγορία αποτελούν τα ήθη και τα έθιμα που συνδέονται με το λεγόμενο **κύκλο του έτους**, δηλαδή με τις ασχολίες των ανθρώπων και με τις θρησκευτικές γιορτές στις τέσσερις εποχές του χρόνου. Με όλα αυτά συνυπάρχουν και έθιμα που έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιότητα, όπως τα έθιμα της Αποκριάς.

Στην εποχή μας ήθη εξακολουθούν να υπάρχουν, έστω κι αν πολλά από αυτά είναι διαφορετικά από εκείνα των παλαιότερων χρόνων. Δε δημιουργούνται όμως πια νέα έθιμα, ενώ και τα παλαιά συχνά σβήνουν, εξαιτίας του σύγχρονου τρόπου ζωής. Ωστόσο, παρατηρείται η τάση να αναβιώνουν ορισμένα τοπικά έθιμα, κυρίως τα πιο θεαματικά, συνήθως για τουριστικούς ή για ψυχαγωγικούς λόγους. Η αναβίωση αυτή παραμένει επιφανειακή, καθώς η

αρχική σημασία των εθίμων έχει ξεχαστεί. Γεγονός είναι πάντως ότι αυτά επιζούν, γιατί αρέσουν και ευχαριστούν το σύγχρονο άνθρωπο.

β. Η σημασία της ελληνικής λαϊκής παράδοσης

Η ελληνική **λαϊκή παράδοση** περιλαμβάνει τον πολιτισμό που δημιουργήθηκε στα μεταβυζαντινά χρόνια και αποτελεί μια πλούσια πολιτισμική κληρονομιά. Η συλλογή στοιχείων για την κληρονομιά αυτή που μέρα με τη μέρα χάνεται και η διάσωση των έργων του λαϊκού μας πολιτισμού είναι πολύ σημαντικές. Ο λαϊκός πολιτισμός μπορεί να φανεί χρήσιμος σε πολλούς **τομείς** και να βοηθήσει στην ανάπτυξη ενός τόπου με διάφορους τρόπους:

– Οι γνώσεις σχετικά με την παραδοσιακή γεωργία και κτηνοτροφία μπορούν να βοηθήσουν στη δημιουργία βιολογικών προϊόντων.

– Οι γνώσεις για την παραδοσιακή ιατρική και φαρμακευτική μπορούν να φανούν χρήσιμες για την επεξεργασία φυτών και βοτάνων που χρησιμοποιούνται στις επιστήμες της υγείας και στον καλλωπισμό.

– Οι γνώσεις για την παραδοσιακή διατροφή μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία εργαστηρίων προϊόντων τοπικής παραδοσιακής διατροφής και εστιατορίων ειδικευμένων στην τοπική παραδοσιακή κουζίνα.

– Οι γνώσεις για την παραδοσιακή τέχνη μπορούν να φανούν χρήσιμες για τη δημιουργία εργαστηρίων έργων τέχνης που θα εμπνέονται από την παράδοση. Το υλικό που θα συγκεντρωθεί από όλα αυτά μπορεί να αποτελέσει τον πυρήνα ενός τοπικού μουσείου και να παρουσιαστεί σε εκδηλώσεις σχετικές με τον τοπικό πολιτισμό.

– Μπορεί να αναπτυχθεί πολιτισμικός τουρισμός και άλλες μορφές ήπιου τουρισμού και να δημιουργηθούν καινούργιες επαγγελματικές δυνατότητες για τους νέους ανθρώπους.

– Η επαφή με το λαϊκό πολιτισμό θα γνωρίσει στους νέους έναν τρόπο ζωής και μια αισθητική που βασίζονταν στο μέτρο, στην αρμονία και στο σεβασμό του περιβάλλοντος. Έτσι μπορεί, πιθανόν, να επηρεαστεί και ο δικός τους τρόπος ζωής στο θέμα αυτό.



Εικ. 1.11 Γυναίκες από την Όλυμπο της Καρπάθου που παρασκευάζουν τις παραδοσιακές «μακαρούνες»

◀◀◀ ◀ || Ανακεφαλαίωση

Η Οικιακή Οικονομία έπαιξε μεγάλο ρόλο στην εξέλιξη του ελληνικού πολιτισμού, γιατί συνδεόταν πάντοτε με την οικογένεια, τον πυρήνα, δηλαδή, της κοινωνίας που δημιουργεί κάθε πολιτισμό. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά την οργάνωση της οικογενειακής ζωής παρατηρούμε ότι σε όλες τις περιόδους της ελληνικής ιστορίας αυτή βασιζόταν στον καταμερισμό των ρόλων των δύο συζύγων. Οι άντρες ασχολούνταν με τις εξωτερικές εργασίες, ενώ οι γυναίκες είχαν τη φροντίδα της οικογένειας και ασχολούνταν με τις οικιακές εργασίες.

Μία από τις πιο σημαντικές φροντίδες κάθε οικογένειας ήταν η διατροφή της. Οι αρχαίοι Έλληνες ήταν λιτοδίαιτοι. Στο Βυζάντιο η διατροφή επηρεάστηκε από τη χριστιανική θρησκεία και έγιναν γνωστά νέα είδη τροφίμων. Στα μεταβυζαντινά χρόνια δημιουργήθηκε η λεγόμενη ελληνική παραδοσιακή διατροφή που είναι πολύ υγιεινή. Στο πλαίσιο της οικογένειας, δημιουργούνταν διαπροσωπικές και κοινωνικές σχέσεις. Απαραίτητο στοιχείο της οικογενειακής ζωής ήταν και η φιλοξενία.

Η ελληνική λαϊκή τέχνη συνδέεται στενά με την Οικιακή Οικονομία, γιατί τα έργα της αποτελούσαν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής του ανθρώπου. Χαρακτηρίζεται από χρησιμότητα συνδυασμένη με αισθητική και διακρίνεται σε εκκλησιαστική και κοσμική τέχνη. Εκφράζεται επίσης με διάφορες μορφές (αρχιτεκτονική, ζωγραφική, γλυπτική, υφαντική, κεντητική, μεταλλοτεχνία, κεραμική, επιπλοποιία, κατασκευή φορεσιών).

Τα ήθη, τα έθιμα και οι παραδόσεις του ελληνικού λαού σχετίζονται στενά με την Οικιακή Οικονομία, μια και αφορούν την καθημερινή ζωή του ανθρώπου και της οικογένειας. Διακρίνονται σε δύο κατηγορίες, σε εκείνα που έχουν σχέση με τον κύκλο της ανθρώπινης ζωής και σε εκείνα που συνδέονται με τον κύκλο του έτους, δηλαδή με τις ασχολίες των ανθρώπων και με τις θρησκευτικές γιορτές στις τέσσερις εποχές του χρόνου.

Σε γενικές γραμμές, η ελληνική λαϊκή παράδοση αποτελεί μια πλούσια πολιτισμική κληρονομιά. Η συλλογή στοιχείων για την κληρονομιά αυτή και η διάσωση των έργων του λαϊκού μας πολιτισμού είναι πολύ σημαντική. Ο λαϊκός πολιτισμός μπορεί να φανεί χρήσιμος σε πολλούς τομείς και να βοηθήσει στην ανάπτυξη ενός τόπου με διάφορους τρόπους.

2. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΖΩΗΣ

2.1 Η έννοια της οργάνωσης

🔑 Λέξεις - κλειδιά: οργάνωση, διαδικασία, πόροι, ανάγκες, αξίες, πρότυπα

Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:

- 🎯 να κατανοήσουν την έννοια και τη σημασία της οργάνωσης στη ζωή του ανθρώπου
- 🎯 να αντιληφθούν ότι με την οργάνωση μπορούν να επιλυθούν τα διάφορα προβλήματα κάνοντας ορθολογική χρήση των διαθέσιμων πόρων.

Οργάνωση είναι μια σημαντική διαδικασία, που εφαρμόζεται σε όλους τους τομείς της ατομικής, οικογενειακής και κοινωνικής ζωής, και κατά την οποία οι άνθρωποι (άτομα ή ομάδες) μπορούν να αξιοποιούν τους διαθέσιμους πόρους προκειμένου να επιτύχουν τους στόχους τους και να βελτιώσουν τη ζωή τους.

Η διαδικασία της οργάνωσης περιλαμβάνει:

- 📄 **Προγραμματισμό**, δηλαδή επιλογή ενός σχεδίου δράσης που θα ακολουθήσουμε για να επιτύχουμε το στόχο μας.
- 📄 **Εφαρμογή** του σχεδίου δράσης για να επιτύχουμε τον επιδιωκόμενο στόχο.
- 📄 **Αξιολόγηση**, δηλαδή έλεγχο για να διαπιστώσουμε αν οι ενέργειές μας ήταν οι κατάλληλες και αν οδήγησαν στο επιθυμητό αποτέλεσμα.

Οι **Πόροι** είναι τα υλικά αγαθά καθώς και οι ανθρώπινες ιδιότητες και ικανότητες που απαιτούνται και μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους ανθρώπους για την ικανοποίηση των αναγκών και την πραγματοποίηση των επιθυμιών τους.



Εικ. 2.1 Η διαδικασία της οργάνωσης απαιτεί προγραμματισμό, εφαρμογή και συνεχή έλεγχο

Οι πόροι είναι:

- **Υλικοί:** χρήματα, εργαλεία, τρόφιμα κ.ά.
- **Ανθρώπινοι:** τα φυσικά, ψυχικά και πνευματικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα και ιδιότητες των ατόμων (ικανότητες, δεξιότητες, ταλέντα, γνώσεις κ.ά.).

Τόσο οι υλικοί, όσο και οι ανθρώπινοι πόροι είναι απαραίτητοι για την επίτευξη των στόχων μας (π.χ. για να λύσουμε ένα πρόβλημα στα μαθηματικά χρειαζόμαστε χαρτί και μολύβι, αλλά και γνώση, σκέψη, συγκέντρωση και χρόνο).

Οι διαθέσιμοι πόροι όμως δεν είναι απεριόριστοι, ούτε ανεξάντλητοι. Οι άνθρωποι με την οργάνωση μπορούν να χρησιμοποιούν τους κατάλληλους πόρους αποφεύγοντας τις δυσάρεστες συνέπειες που προκαλούνται από την κακή διαχείρισή τους (τη σπατάλη και την εξάντλησή τους).

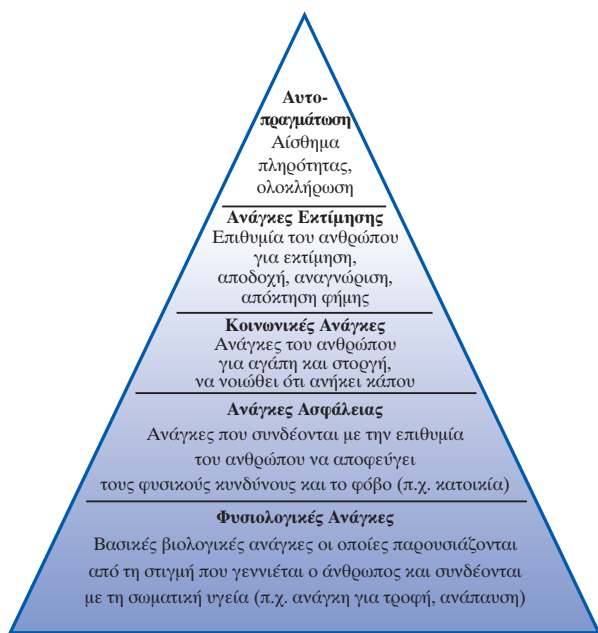
Από την άλλη μεριά, οι ανάγκες και οι επιθυμίες των ανθρώπων είναι απεριόριστες και μεταβάλλονται διαρκώς. Με την οργάνωση, μπορούμε να αντιμετωπίζουμε τις αλλαγές που συμ-

2 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΖΩΗΣ

βαίνουν καθημερινά γύρω μας και να προσαρμοζόμαστε σ' αυτές. Μπορούμε να βρίσκουμε τους κατάλληλους τρόπους, ανάλογα με τις περιστάσεις, για να ικανοποιούμε τις ανάγκες και τις επιθυμίες μας.

Ανάγκες είναι οι βιολογικές ή ψυχολογικές ελλείψεις και αποτελούν κίνητρα που μας ωθούν σε ανάλογες ενέργειες για την ικανοποίησή τους (π.χ. ανάγκη για τροφή, ανάπαυση, συντροφικότητα κ.ά).

Η ικανοποίηση των αναγκών είναι απαραίτητη για τη σωματική και ψυχική υγεία των ανθρώπων. Όταν δεν ικανοποιούνται οι ανάγκες, μπορεί να δημιουργηθούν προβλήματα στην ανάπτυξη της ανθρώπινης προσωπικότητας. Ένας Αμερικανός ψυχολόγος, ο Α. Μάσλοου, αναγνώρισε ότι οι ανάγκες είναι το κίνητρο που εξηγεί την ανθρώπινη συμπεριφορά και προσπάθησε να τις περιγράψει και να τις ερμηνεύσει. Ο Μάσλοου λοιπόν θεώρησε ότι υπάρχουν πέντε ομάδες βασικών αναγκών που ιεραρχούνται με τον ακόλουθο τρόπο:



Εικ. 2.2 Η «πυραμίδα» των ανθρώπινων αναγκών κατά Μάσλοου (Maslow)

Οι άνθρωποι ικανοποιούν πρώτα τις ανάγκες που βρίσκονται στη βάση της «πυραμίδας», δηλαδή τις ανάγκες που εξασφαλίζουν την επιβίωση, και σταδιακά ικανοποιούν εκείνες που βρίσκονται κοντά στην κορυφή της πυραμίδας. Βέβαια, μολονότι οι ανάγκες αυτές είναι κοινές για όλους τους ανθρώπους, δεν ικανοποιούνται από όλους μας με τον ίδιο τρόπο, ούτε έχουμε όλοι οι άνθρωποι ταυτόχρονα τις ίδιες ανάγκες.

Οι προτεραιότητες που θέτουμε στην ικανοποίηση των αναγκών μας εξαρτώνται από τις περιστάσεις, τις **αξίες** και τα **πρότυπά** μας.

Πολλοί άνθρωποι επιθυμούν να έχουν μια οικονομικά άνετη ζωή. Ταυτόχρονα έχουν την πεποίθηση ότι με την εντιμότητα και τη σκληρή δουλειά μπορούν να πετύχουν το σκοπό τους. Είναι πιθανό να έχουν ως πρότυπο έναν έντιμο άνθρωπο που όλοι τον εκτιμούν και τον θαυμάζουν και θέλουν να μιμηθούν τη συμπεριφορά του.

Αξίες είναι ισχυρές πεποιθήσεις, αντιλήψεις, ιδέες και αρετές που καθορίζουν τις πράξεις μας, αναπτύσσουν την προσωπικότητά μας και καλλιεργούν το χαρακτήρα μας, όπως ο σεβασμός, η δικαιοσύνη, η εντιμότητα, η ειλικρίνεια, η αξιοπρέπεια κ.ά. Υπάρχουν δύο βασικές κατηγορίες αξιών:

- εκείνες που σχετίζονται με τις πεποιθήσεις μας για τους **σκοπούς** που πρέπει να επιτύχουμε
- εκείνες που σχετίζονται με τις πεποιθήσεις μας για τα **μέσα** που θα χρησιμοποιήσουμε για να επιτύχουμε τους σκοπούς μας.

Πρότυπα είναι παραδείγματα ανθρώπινων χαρακτήρων ή καταστάσεων που θέλουμε να μιμηθούμε.

Οι ανάγκες μας, οι αξίες και τα πρότυπά μας που διαμορφώνονται από την οικογένεια και το κοινωνικό μας περιβάλλον επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο οργανώνουμε τη ζωή μας. Η οργάνωση άλλωστε της ίδιας της οικογενειακής ζωής στηρίζεται στους διαθέσιμους πόρους της οικογένειας, στις αξίες και στις σχέσεις που υπάρχουν ανάμεσα στα μέλη της. Η αρμονική και συντονισμένη συνεργασία των μελών της οικογένειας οδηγεί μέσα από τη διαδικασία της οργάνωσης στη βελτίωση της προσωπικής και οικογενειακής ζωής.

2.2 Διαχείριση ανθρώπινων πόρων

🔑 Λέξεις - κλειδιά: **👤**
ανθρώπινοι πόροι, χρόνος,
ενεργητικότητα

🎯 Στόχος της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:
να κατανοήσουν ότι με την ορθολογική διαχείριση των ανθρώπινων πόρων μπορούν να οργανωθούν καλύτερα ο χρόνος και οι εργασίες.

Η **διαχείριση των ανθρώπινων πόρων** πρέπει να είναι **ορθολογική**. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει ανάλογα με τις απαιτήσεις κάθε εργασίας να επιλέγουμε και να αξιοποιούμε κατάλληλα τους ανθρώπινους πόρους. Κάθε άνθρωπος διαθέτει έναν ιδιαίτερο συνδυασμό φυσικών, ψυχικών και πνευματικών γνωρισμάτων. Υπάρχουν ορισμένα χαρακτηριστικά γνωρίσματα τα οποία δεν μπορούμε να αλλάξουμε και άλλα τα οποία μπορούμε με ανάλογη προσπάθεια να αλλάξουμε και να βελτιώσουμε. Με την εκπαίδευση και την εξάσκηση βελτιώνουμε την απόδοσή μας στις εργασίες και γινόμαστε αποτελεσματικοί στις ενέργειές μας.

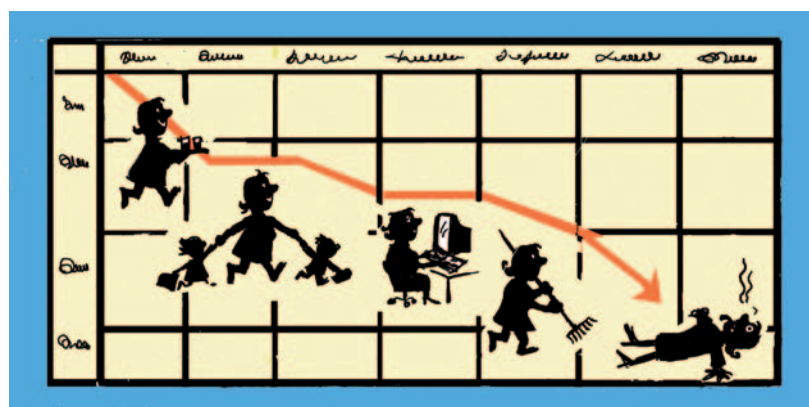
Η **ορθολογική διαχείριση** των ανθρώπινων πόρων είναι απαραίτητη στη διαδικασία της οργάνωσης των εργασιών μας, προκειμένου να επιτύχουμε τους στόχους μας, γιατί μας επιτρέπει:

- ✓ να αξιοποιούμε πλήρως τις ανθρώπινες ικανότητες, ταλέντα και γνώσεις, ανάλογα με τις απαιτήσεις κάθε εργασίας
- ✓ να χρησιμοποιούμε κατάλληλα τους διαθέσιμους υλικούς πόρους
- ✓ να κάνουμε οικονομία δυνάμεων στις προσπάθειες που καταβάλλουμε.

Στην οργάνωση οποιασδήποτε εργασίας θα πρέπει να εκτιμούμε σωστά τις δυνατότητές μας, τις απαιτήσεις που δημιουργεί αυτή, καθώς και το χρόνο που έχουμε στη διάθεσή μας για να την ολοκληρώσουμε.

Ο **χρόνος** είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην οργάνωση των εργασιών μας αφού όλες οι εργασίες από τις πιο απλές μέχρι τις πιο σύνθετες, απαιτούν κάποιο χρόνο για να γίνουν. Ο χρόνος είναι κοινός για όλους τους ανθρώπους. Οι άνθρωποι, όμως, μπορούν με τον προγραμματισμό και την οργάνωση των εργασιών τους να κατανέμουν το χρόνο τους στις διάφορες δραστηριότητες έτσι, ώστε να κάνουν περισσότερα πράγματα στο διαθέσιμο χρόνο τους. Η κατανομή αυτή είναι διαφορετική για κάθε άνθρωπο και εξαρτάται από τους διαθέσιμους πόρους, την προσωπικότητα και τις προτεραιότητες που έχει ο καθένας.

Η χρήση της τεχνολογίας και οι κατάλληλοι ανθρώπινοι πόροι βοηθούν στη μείωση του χρόνου που απαιτούν οι διάφορες εργασίες ανάλογα με το είδος τους.



Εικ. 2.3 Οι σωματικές και πνευματικές δυνάμεις των ανθρώπων εξασθενίζουν από την κόπωση. Η κόπωση μειώνει την απόδοσή μας στις εργασίες και εξαντλεί την ενεργητικότητά μας

2.3 Στόχοι

Λέξεις - κλειδιά: στόχοι, στοχοθέτηση

Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:

- 🎯 να κατανοήσουν ότι οι στόχοι είναι το κίνητρο των ανθρωπινων προσπαθειών
- 🎯 να μάθουν πώς πρέπει να θέτουν στόχους.

Οι άνθρωποι θέτουν προσωπικούς στόχους ή μοιράζονται τους ίδιους στόχους με άλλους ανθρώπους (π.χ. οικογένεια, συμμαθητές, φίλους κ.ά.). Για την επίτευξη των στόχων αυτών, είτε είναι προσωπικοί, είτε οικογενειακοί, είτε συλλογικοί, τα άτομα αξιοποιούν πόρους μέσα από τη διαδικασία της οργάνωσης. Οι στόχοι δεν είναι ευχές που ζητάμε να πραγματοποιηθούν, είναι όμως προκλήσεις στις οποίες μπορούμε να ανταποκριθούμε.

Στόχος είναι το κίνητρο που πηγάζει από μία ανάγκη ή επιθυμία μας και είμαστε αποφασισμένοι να προσπαθήσουμε να τον πραγματοποιήσουμε.

Οι στόχοι μας θα πρέπει να είναι:

i. **Πραγματοποιήσιμοι:** Δηλαδή να έχουμε τις δυνατότητες και τους αναγκαίους πόρους για να τους υλοποιήσουμε. Τέτοιοι στόχοι διατηρούν έντονη την επιθυμία μας να τους πραγματοποιήσουμε και δεν κινδυνεύουν να μείνουν ανεκπλήρωτοι.

ii. **Συγκεκριμένοι:** Όταν οι στόχοι μας είναι σαφείς και ξεκάθαροι, είναι πιο πιθανό να καταφέρουμε να τους πραγματοποιήσουμε γιατί γνωρίζουμε προς ποια κατεύθυνση πρέπει να στρέψουμε τις προσπάθειές μας, τι πρέπει να κάνουμε και σε ποιο αποτέλεσμα θέλουμε να φτάσουμε.

Παράλληλα, θα πρέπει:

- 🎯 Να έχουμε προγραμματίσει το **χρονικό διάστημα** μέσα στο οποίο θα πραγματοποιήσουμε τους στόχους μας. Μπορούμε να χρησιμοποιούμε ένα χρονοδιάγραμμα που να περιγράφει τις ενέργειες και τότε θα πρέπει να γίνει κάθε μια από αυτές, και να προσπαθούμε να το τηρούμε. Σε ένα τέτοιο χρονοδιάγραμμα θα πρέπει να περιλαμβάνονται οι στόχοι που μπορούν να πραγματοποιηθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα (βραχυπρόθεσμοι στόχοι) και σε μεγάλο χρονικό διάστημα (μακροπρόθεσμοι).
- 🎯 Να τους έχουμε ιεραρχήσει με βάση την **επιθυμία** μας να τους επιτύχουμε. Όσο μεγαλύτερη είναι η επιθυμία μας, τόσο μεγαλύτερο κόπο και προσπάθεια είμαστε διατεθειμένοι να καταβάλουμε. Ο τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι ιεραρχούμε τους στόχους μας, εξαρτάται από τις αξίες και τις ανάγκες μας.

Πολλές φορές για την επίτευξη ενός στόχου, πρέπει πρώτα να επιτύχουμε άλλους ενδιαμέσους στόχους (π.χ. αν θέλουμε να επιτύχουμε την καλύτερη δυνατή επίδοση σε ένα διαγώνισμα, πρέπει να προσπαθήσουμε να οργανώσουμε το χρόνο και τη μελέτη μας ώστε να προετοιμαστούμε κατάλληλα). Σε αυτή την προσπάθειά μας δεν πρέπει να ξεχνάμε τον αρχικό μας στόχο!



Εικ. 2.4 Για να πραγματοποιήσουμε τους στόχους μας πρέπει να καταβάλουμε κόπο και προσπάθεια

2.4 Λήψη αποφάσεων

🔑 Λέξεις - κλειδιά: **🔑**
λήψη αποφάσεων,
εναλλακτικές λύσεις

🎯 Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:
να κατανοήσουν και να μπορούν να εφαρμόζουν στη ζωή τους τη διαδικασία της λήψης αποφάσεων.

Η λήψη αποφάσεων είναι μια διαδικασία που εφαρμόζεται σε όλους τους τομείς της ζωής, μας βοηθά να επιλύουμε προβλήματα και να επιτυγχάνουμε τους στόχους μας.

Υπάρχουν αποφάσεις που είναι:

- ➔ απλές και μπορούμε εύκολα και γρήγορα να λάβουμε είτε επειδή γνωρίζουμε σε ποιο αποτέλεσμα θα μας οδηγήσουν είτε επειδή έχουμε ξαναπάρει παρόμοιες αποφάσεις στο παρελθόν (π.χ. τα ψώνια της εβδομάδας)
- ➔ σύνθετες, που για να τις λάβουμε πρέπει να αφιερώσουμε χρόνο και σκέψη επειδή τα επιθυμητά αποτελέσματα εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες (π.χ. η επιλογή επαγγέλματος). Οι αποφάσεις που παίρνουν οι άνθρωποι δεν είναι πάντα ανεξάρτητες μεταξύ τους. Για παράδειγμα, όταν αποφασίζουμε για τις καλοκαιρινές μας διακοπές πρέπει να πάρουμε μια σειρά αποφάσεων που συνδέονται μεταξύ τους (πού θα πάμε, πότε, για πόσο χρονικό διάστημα, ποιες άλλες δραστηριότητες θα θυσιάσουμε ή θα αναβάλουμε κ.λπ.).

Οι αποφάσεις μας (ατομικές ή ομαδικές) πρέπει να είναι ορθολογικές, δηλαδή να μπορούν να οδηγήσουν στο καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Για να πάρουμε μια σωστή απόφαση πρέπει να έχουμε ξεκάθαρο στόχο, ενθουσιασμό, ηρεμία, γνώση, αντικειμενικότητα και να βλέπουμε το πρόβλημα και τη λύση του σφαιρικά!

Η διαδικασία της λήψης αποφάσεων

1. Αναγνωρίζουμε το πρόβλημα

Πρέπει πρώτα να εντοπίσουμε ποιο είναι το πρόβλημα το οποίο χρειάζεται λύση και να θέσουμε ξεκάθαρους στόχους για την αντιμετώπισή του.

Μερικές χρήσιμες ερωτήσεις σε αυτό το στάδιο της λήψης αποφάσεων είναι:

«Ποιο είναι το πρόβλημα;» «Μπορώ να το λύσω;» «Αξίζει τον κόπο;» «Είναι το πραγματικό πρόβλημα ή είναι μέρος ενός μεγαλύτερου προβλήματος;» «Πρέπει να δοθεί λύση άμεσα;»



2. Εντοπίζουμε τις εναλλακτικές λύσεις

Δεν υπάρχει μία μόνη λύση στα προβλήματα. Υπάρχουν εναλλακτικές λύσεις και για να τις εντοπίσουμε πρέπει να συγκεντρώσουμε πληροφορίες που θα μας βοηθήσουν να βρούμε και να καταγράψουμε τις πιθανές λύσεις στο πρόβλημα.



3. Επιλέγουμε την καλύτερη από τις εναλλακτικές λύσεις

Από τις εναλλακτικές λύσεις επιλέγουμε εκείνη που μπορεί να μας οδηγήσει στο καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Η επιλογή μας γίνεται με βάση τις αξίες μας, τις ανάγκες μας, τους στόχους μας και βέβαια τους διαθέσιμους πόρους μας.

5. Αξιολογούμε το αποτέλεσμα

Όταν εφαρμοστεί η απόφαση, ελέγχουμε αν αυτή ήταν επιτυχής και αν το αποτέλεσμα από τη λύση που δόθηκε στο πρόβλημα ήταν το επιθυμητό ή το αναμενόμενο. Έτσι, αποκτούμε την εμπειρία εκείνη που θα μας βοηθήσει στη λήψη αποφάσεων στο μέλλον.



4. Εφαρμόζουμε την απόφαση που θεωρούμε καλύτερη

Είναι η ώρα της δράσης! Στη λήψη αποφάσεων πρέπει να είμαστε ευέλικτοι. Πολλές φορές πρέπει να είμαστε σε θέση να αλλάξουμε τις επιλογές μας και να κάνουμε νέες (π.χ. έχουμε αποφασίσει να πάμε μια εκδρομή, αλλά ο καιρός τελευταία στιγμή δεν μας το επιτρέπει. Τι κάνουμε το διαθέσιμο χρόνο μας;). Ας μην ξεχνάμε ότι οι αλλαγές είναι στοιχείο της ζωής!

◀◀◀ ◀ || Ανακεφαλαίωση

Με την οργάνωση μπορούμε να χρησιμοποιούμε κατάλληλα τους διαθέσιμους υλικούς και ανθρώπινους πόρους για να επιτύχουμε τους στόχους μας. Ο τρόπος που χρησιμοποιούμε τη διαδικασία της οργάνωσης εξαρτάται από τις ανάγκες μας και το σύστημα αξιών και προτύπων που έχουμε. Η διαδικασία της οργάνωσης περιλαμβάνει τον προγραμματισμό, την εφαρμογή και την αξιολόγηση μιας σειράς ενεργειών που επιλέγουμε να ακολουθήσουμε προκειμένου να επιτύχουμε τους στόχους μας. Ο χρόνος και η ενεργητικότητα είναι πόροι που καθορίζουν την απόδοση των προσπαθειών μας στην οργάνωση μιας εργασίας.

Οι άνθρωποι έχουμε προσωπικούς στόχους ή μοιραζόμαστε στόχους με άλλους ανθρώπους. Για να τους πραγματοποιήσουμε θα πρέπει να είμαστε διατεθειμένοι να καταβάλουμε κόπο και προσπάθεια.

Η διαδικασία της λήψης αποφάσεων είναι μια διαδικασία επιλογών. Η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει: την αναγνώριση του προβλήματος, τον προσδιορισμό των εναλλακτικών λύσεων στο πρόβλημα, την επιλογή της καλύτερης λύσης, την εφαρμογή της απόφασης και την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων.

3. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ

3.1 Οικονομικοί πόροι και οικονομία

Λέξεις - κλειδιά: παραγωγή, παραγωγικοί συντελεστές, κόστος παραγωγής, περιορισμένοι παραγωγικοί πόροι

Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:

- ☉ να γνωρίσουν τα είδη των αγαθών και να κατανοήσουν ότι το βασικό οικονομικό πρόβλημα είναι η ανεπάρκεια των παραγωγικών συντελεστών
- ☉ να γνωρίσουν ποιοι είναι οι παραγωγικοί συντελεστές
- ☉ να συνειδητοποιήσουν ότι καθετί που παράγεται έχει κόστος και εξαιτίας του οικονομικού προβλήματος πρέπει να καθορίζουν την οικονομικότερη διαδικασία επιλογής μεταξύ εναλλακτικών λύσεων.

Οι άνθρωποι για να αποκτήσουν αγαθά πρέπει να εργαστούν. Για να πετύχουν τους στόχους τους πρέπει να αναπτύξουν διάφορες δραστηριότητες. Το σύνολο των δραστηριοτήτων μέσω των οποίων επιδιώκεται η παραγωγή και η εξασφάλιση των αγαθών και των υπηρεσιών, για την ικανοποίηση της συνολικής ζήτησης, ονομάζεται **οικονομία**.

Τα αγαθά και οι υπηρεσίες που παράγει μια οικονομία εξαρτώνται από τους οικονομικούς της πόρους. Οικονομικοί πόροι είναι οι φυσικοί και τεχνητοί πόροι που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αγαθών ή υπηρεσιών. Επειδή, όμως, οι φυσικοί πόροι (π.χ. πετρέλαιο, ξυλεία, νερό κ.λπ.) είναι περιορισμένοι, οι άνθρωποι αναγκάζονται να βρίσκουν τρόπους να παράγουν τα προϊόντα με λιγότερα χρήματα. Προσπαθούν, δηλαδή, να αξιοποιήσουν καλύτερα τα υλικά που έχουν στη διάθεσή τους, σε συνδυασμό με το επίπεδο της τεχνολογίας και τα διαθέσιμα κεφάλαια.

Παραγωγή είναι η διαδικασία δημιουργίας των αγαθών και υπηρεσιών (προϊόντων) με το συνδυασμό των παραγωγικών συντελεστών (τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αγαθών), έτσι ώστε να καλυφθούν οι ανθρώπινες ανάγκες.

Οικιακή Παραγωγή είναι η παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που γίνεται από τα μέλη μιας οικογένειας, όπως η φροντίδα και η συντήρηση του σπιτιού, η παρασκευή φαγητού κ.λπ.

Όλα τα πράγματα που είναι χρήσιμα για τις ανάγκες των ανθρώπων ονομάζονται αγαθά. Τα αγαθά χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες:

- ✓ τα **ελεύθερα**, δηλαδή τα αγαθά που βρίσκονται ελεύθερα στη φύση (π.χ. αέρας, ήλιος κ.λπ.) και τα άτομα μπορούν να τα καταναλώσουν χωρίς να πληρώσουν χρήματα
- ✓ τα **οικονομικά**, δηλαδή τα αγαθά που παράγει μια οικονομία και τα άτομα τα καταναλώνουν ή τα χρησιμοποιούν, αφού πληρώσουν πρώτα κάποιο χρηματικό ποσό (π.χ. ψωμί, αυτοκίνητο, βιβλία κ.λπ.).

3

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ



Εικ. 3.1 Το δάσος

Η παραγωγή προϊόντων σε μια οικονομία γίνεται με τον κατάλληλο συνδυασμό των συντελεστών παραγωγής. Οι συντελεστές παραγωγής είναι:

➤ Η **εργασία**, δηλαδή η προσπάθεια (πνευματική και σωματική) που καταβάλλει ο άνθρωπος για να παραχθούν αγαθά και υπηρεσίες.

➤ Η **γη (έδαφος)**, δηλαδή όλα τα στοιχεία της φύσης όπως είναι, για παράδειγμα, το νερό, το δάσος και τα ποτάμια, που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών.

➤ Το **κεφάλαιο**, δηλαδή κάθε υλικό αγαθό που χρησιμοποιείται για την παραγωγή άλλων αγαθών. Στο κεφάλαιο ανήκουν τα κτίρια, τα εργαλεία, τα μηχανήματα, τα αυτοκίνητα κ.λπ. τα οποία βελτιώνονται ανάλογα με τη διαρκή εξέλιξη της τεχνολογίας.

➤ Η **επιχειρηματικότητα**, δηλαδή η προσπάθεια που καταβάλλει ένας άνθρωπος (ο επιχειρηματίας) να συνδυάσει τους άλλους συντελεστές παραγωγής (έδαφος, κεφάλαιο, εργασία) ώστε να παραχθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα διάφορα προϊόντα.

Η χρησιμοποίηση των παραγωγικών συντελεστών για την παραγωγή ενός προϊόντος έχει κάποιο κόστος. Για παράδειγμα, εάν χρησιμοποιήσουμε τον παραγωγικό συντελεστή «εργασία», αυτό σημαίνει ότι για την παραγωγή ενός προϊόντος θα εργαστούν κάποιοι άνθρωποι. Αυτοί οι άνθρωποι πρέπει να πληρωθούν για την εργασία που προσφέρουν. Ο μισθός αυτών των ανθρώπων είναι μέρος του **κόστους παραγωγής**. Πρέπει εδώ να σημειώσουμε ότι όσο αυξάνει το κόστος παραγωγής ενός προϊόντος (π.χ. του ψωμιού) τόσο ακριβότερα πωλείται το προϊόν αυτό στην αγορά. Για το λόγο αυτόν οι επιχειρηματίες πρέπει να χρησιμοποιούν σωστά τους συντελεστές παραγωγής (έδαφος, κεφάλαιο, εργασία) ώστε οι καταναλωτές να αγοράζουν καλύτερα και φθηνότερα προϊόντα.

3.2 Οι οικονομικές μονάδες και ο ρόλος τους

Λέξεις - κλειδιά: οικονομική δραστηριότητα, οικονομική μονάδα, κράτος, επιχείρηση

Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:

- 🎯 να κατανοήσουν ότι οι παραγωγικοί συντελεστές χρησιμοποιούνται απ' όλες τις οικονομικές μονάδες, δηλαδή τον καταναλωτή (άτομο και οικογένεια), την επιχείρηση και το κράτος
- 🎯 να αναγνωρίσουν το ρόλο του κάθε φορέα της οικονομικής δραστηριότητας.

Προκειμένου να λειτουργήσει μια οικονομία βασίζεται σε φορείς όπως είναι:

- ο καταναλωτής ή το νοικοκυριό
- η επιχείρηση
- το κράτος.

α. Καταναλωτής ή νοικοκυριό

Ο καταναλωτής ή το νοικοκυριό αποτελεί μία από τις βασικές οικονομικές μονάδες γιατί μέρος του εισοδήματός του ξοδεύεται για την αγορά αγαθών και υπηρεσιών, προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες του. Τα χρήματα που περισσεύουν συνήθως τα αποταμιεύει για μελλοντική χρήση. Αυτός ο τρόπος διάθεσης του οικογενειακού εισοδήματος μας λέει ότι οι άνθρωποι προγραμματίζουν τις ανάγκες τους ανάλογα με τα χρήματα που παίρνουν σε κάθε χρονική περίοδο (π.χ. ένα μήνα). Για να κάνει τον οικονομικό προγραμματισμό το νοικοκυριό παίρνει τρεις οικονομικές αποφάσεις:

- 1) Πόσα χρήματα από το εισόδημά του θα καταναλωθούν για την αγορά διαφόρων προϊόντων ή υπηρεσιών.
- 2) Σε ποια προϊόντα και υπηρεσίες θα ξοδευτούν τα χρήματα αυτά.
- 3) Πόσα χρήματα θα αποταμιευτούν (π.χ. στην τράπεζα).

β. Επιχείρηση

Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που καταναλώνονται από τους ανθρώπους παράγονται στις επιχειρήσεις. Η επιχείρηση είναι μια οικονομική μονάδα που παράγει προϊόντα ή υπηρεσίες, συνδυάζει και αξιοποιεί τους συντελεστές παραγωγής. Η επιχείρηση μπορεί να είναι πολύ μικρή (π.χ. ένα περίπτερο, μια ταβέρνα κ.λπ.) ή πολύ μεγάλη, όπως είναι μια αυτοκινητοβιομηχανία ή μια πολυεθνική επιχείρηση. Επίσης, μια επιχείρηση μπορεί να είναι ιδιωτική ή δημόσια ή μικτή. Στις ιδιωτικές επιχειρήσεις ιδιοκτήτες είναι οι ιδιώτες, στις δημόσιες ιδιοκτήτης είναι το κράτος, ενώ στις μικτές επιχειρήσεις υπάρχει κοινή ιδιοκτησία από το κράτος ή την τοπική αυτοδιοίκηση και από ιδιώτες.

Ανάλογα με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παράγουν οι επιχειρήσεις χωρίζονται σε:

- Πρωτογενείς, δηλαδή παραγωγή αγροτικών προϊόντων, ορυχεία, αλιεία κ.λπ.
- Δευτερογενείς, δηλαδή βιομηχανίες και βιοτεχνίες.
- Τριτογενείς, δηλαδή επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών (π.χ. μεταφορές, τουρισμός κ.λπ.).

Οι επιχειρήσεις δαπανούν χρήματα για να εξασφαλίσουν τους παραγωγικούς συντελεστές (εργασία, έδαφος), καθώς επίσης και τις πρώτες ύλες, προκειμένου να παράγουν προϊόντα. Στη συνέχεια πουλάνε τα προϊόντα τους στο καταναλωτικό κοινό. Εάν η τιμή πώλησης των προϊόντων είναι υψηλότερη απ' αυτή του κόστους παραγωγής τότε η επιχείρηση δεν καλύπτει απλά τα έξοδά της, αλλά εξασφαλίζει και κέρδος. Όσο πιο μεγάλη είναι αυτή η διαφορά τόσο μεγαλύτερο είναι το κέρδος της επιχείρησης.

γ. Κράτος

Το κράτος παίζει σπουδαίο ρόλο στην οργάνωση της καθημερινής μας ζωής. Παρεμβαίνει με διάφορους τρόπους για να εξασφαλίσει στους πολίτες ορισμένες υπηρεσίες (π.χ. υγεία, εκπαίδευση, άμυνα κ.λπ.). Για κάθε νέο έτος (οικονομικό) το κράτος φτιάχνει το οικονομικό του πρόγραμμα, γνωστό ως κρατικός προϋπολογισμός. Ο κρατικός προϋπολογισμός χωρίζεται σε δύο μέρη: **τα έσοδα και τις δαπάνες**. Τα έσοδα του κράτους προέρχονται κυρίως από τους φόρους. Οι κρατικές δαπάνες περιλαμβάνουν τις δαπάνες για την εκπαίδευση (π.χ. κατασκευή και λειτουργία σχολείων), δαπάνες για την υγεία (π.χ. κατασκευή και λειτουργία νοσοκομείων), δημιουργία δημόσιων πάρκων κ.λπ.



Εικ. 3.2 Η δημιουργία δημόσιων πάρκων περιλαμβάνεται στις δημόσιες δαπάνες

Επειδή οι κρατικές δαπάνες έχουν ως στόχο τη βελτίωση του επιπέδου ζωής των πολιτών, αλλά και την παραγωγικότητα (δηλαδή τη βελτίωση οργανωτικής δομής ενός φορέα) των επιχειρήσεων, το κράτος καθιερώνει κανόνες συμπεριφοράς (θεσμικό πλαίσιο), έχει κοινωνική ευθύνη και κοινωνικούς σκοπούς. Ένα παράδειγμα κοινωνικής πολιτικής είναι ότι το κράτος, προκειμένου να μειώσει την κοινωνική ανισότητα μεταξύ των πλούσιων και φτωχών, παρέχει διάφορα επιδόματα στους οικονομικά ασθενέστερους. Επομένως, το κράτος παίρνει μια σειρά από μέτρα με τα οποία προσπαθεί να επηρεάσει την ανάπτυξη αλλά και την απόδοση μιας οικονομίας.

3.3 Η ελεύθερη αγορά

Λέξεις - κλειδιά: αγορά, τιμή, ζήτηση, προσφορά, ισορροπία, εισόδημα, κόστος παραγωγής

Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:

- 🎯 να αντιληφθούν την έννοια της αγοράς και την αλληλεπίδραση των δυνάμεων της ζήτησης και της προσφοράς
- 🎯 να συνειδητοποιήσουν πότε μια αγορά βρίσκεται σε ισορροπία
- 🎯 να κατανοήσουν ότι η ζήτηση και η προσφορά των αγαθών επηρεάζουν την τιμή των αγαθών.

α. Η αγορά

Τα προϊόντα που παράγονται από άτομα ή επιχειρηματίες μεταφέρονται στην αγορά για να πουληθούν στους καταναλωτές. **Αγορά** είναι ο τόπος όπου γίνονται οι αγοραπωλησίες των προϊόντων. Για παράδειγμα, ο δρόμος μιας πόλης με πολλά μαγαζιά θεωρείται αγορά γιατί εκεί πηγαίνουν οι άνθρωποι (καταναλωτές) για να αγοράσουν τα προϊόντα που χρειάζονται. Στη σημερινή εποχή, λόγω της τεχνολογικής εξέλιξης (τηλέφωνο, τηλεόραση, Διαδίκτυο κ.λπ.), η αγοραπωλησία των προϊόντων μπορεί να γίνει και χωρίς συνάντηση του αγοραστή (καταναλωτή) με τον πωλητή. Χρησιμοποιώντας, για παράδειγμα, το Διαδίκτυο μπορούμε να αγοράσουμε πράγματα από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου.

Συχνά οι αγορές φέρουν το όνομα των προϊόντων που γίνεται η αγοραπωλησία, όπως π.χ. λαχαναγορά του Ρέντη, κρεαταγορά, αγορά λουλουδιών κ.λπ.



Εικ. 3.3 Αγορά λουλουδιών



Εικ. 3.4 Λαϊκή αγορά



Εικ. 3.5 Αγορά παιχνιδιών

β. Ο νόμος της προσφοράς και της ζήτησης αγαθών

Καθημερινά στις αγορές συναντώνται και συναλλάσσονται οι πωλητές με τους αγοραστές. Από τη συνάντηση αυτή διαμορφώνονται οι τιμές των προϊόντων. Η τιμή είναι το χρηματικό ποσό που πληρώνει ο καταναλωτής για την αγορά μιας συγκεκριμένης ποσότητας και ποιότητας οποιουδήποτε προϊόντος. Στην αγορά οι τιμές των προϊόντων ή υπηρεσιών διαμορφώνονται από την προσφορά και τη ζήτηση. Η ζήτηση και η προσφορά εκφράζουν δύο ομάδες ανθρώπων: τους καταναλωτές (ή αγοραστές) που διαμορφώνουν τη ζήτηση, και τους πωλητές που διαμορφώνουν την προ-

Ζήτηση ενός προϊόντος είναι η επιθυμία του καταναλωτή να αγοράσει κάποια ποσότητα αγαθού σε συγκεκριμένη τιμή.

σφορά.

Για παράδειγμα, εάν η τιμή της ντομάτας αυξηθεί, τότε οι καταναλωτές θα μειώσουν την κατανάλωσή της και μπορεί να αγοράζουν χόρτα ή λαχανικά, που είναι φθηνότερα. Αντίθετα, εάν η τιμή της ντομάτας μειωθεί, η ζητούμενη ποσότητα θα αυξηθεί, γιατί ο καταναλωτής θα υποκαταστήσει τα λαχανικά και τα χόρτα που είναι τώρα σχετικά ακριβότερα. Επομένως, **ο νόμος της ζήτησης** μας λέει ότι όσο αυξάνεται η τιμή ενός προϊόντος μειώνεται η ζητούμενη ποσότητα, ενώ ό-

Η προσφορά εκφράζει την επιθυμία του παραγωγού να πουλήσει μια ποσότητα ενός προϊόντος σε μια συμφέρουσα τιμή.

σο μειώνεται η τιμή του προϊόντος αυτού αυξάνεται η ζητούμενη ποσότητα.



Εικ. 3.6 Ισορροπία της αγοράς

Έτσι για παράδειγμα, αν η τιμή της ντομάτας αυξηθεί, τότε οι ντοματοπαραγωγοί θα προσφέρουν περισσότερες ντομάτες στην αγορά αφού θα εισπράξουν περισσότερα χρήματα. Αντίθετα, αν η τιμή της ντομάτας μειωθεί, τότε οι παραγωγοί θα μειώσουν τις ντομάτες στην αγορά. Αυτό συμβαίνει, γιατί θα περιοριστούν τα κέρδη τους και οι παραγωγοί θα μειώσουν την παραγωγή και την προσφορά της ντομάτας. Επομένως, **ο νόμος της προσφοράς** μας λέει ότι όταν αυξάνεται η τιμή του προϊόντος αυξάνεται και η προσφερόμενη ποσότητα, ενώ όταν μειώνεται η τιμή μειώνεται και η προσφερόμενη ποσότητα.

Σε μια ελεύθερη οικονομία, οι τιμές καθορίζονται από την αλληλεπίδραση της ζήτησης και της προσφοράς.

δ. Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης και της προσφοράς

Εκτός από τις τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών άλλοι παράγοντες που καθορίζουν τη ζήτηση είναι οι εξής:

- **Το εισόδημα των καταναλωτών.** Το εισόδημα είναι ένας παράγοντας που προσδιορίζει τη ζήτηση. Συνήθως όταν το εισόδημα αυξάνεται, τότε οι καταναλωτές επιθυμούν να αγοράσουν περισσότερες ποσότητες αγαθών, όταν οι τιμές των αγαθών παραμένουν σταθερές.
- **Οι προτιμήσεις των καταναλωτών.** Η αλλαγή στις προτιμήσεις των καταναλωτών μπορεί να επηρεάσει θετικά ή αρνητικά τη ζήτηση των προϊόντων. Έτσι, για παράδειγμα, η ζήτηση του παγωτού αυξάνεται τους καλοκαιρινούς μήνες και μειώνεται το χειμώνα.
- **Οι τιμές των άλλων προϊόντων.** Η ζήτηση ενός αγαθού δεν εξαρτάται μόνο από τη δική του τιμή, αλλά και από τις τιμές των άλλων αγαθών. Για παράδειγμα, έστω ότι έχουμε δύο αγαθά: τη σοκολάτα και το παγωτό, τα οποία έχουν την ίδια τιμή. Εάν ακριβύνει η σοκολάτα, τότε θα αγοράσουμε περισσότερα παγωτά αφού η τιμή του παγωτού θα είναι πιο χαμηλή από την τιμή της σοκολάτας.

Ανάμεσα στους βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά είναι:

- **Οι τιμές των παραγωγικών συντελεστών.** Όταν ένας παραγωγικός συντελεστής είναι πιο φτηνός, τα κέρδη των παραγωγών αυξάνονται. Τότε οι παραγωγοί στη συγκεκριμένη τιμή του προϊόντος προσφέρουν μεγαλύτερες ποσότητες αγαθών στην αγορά.
- **Η τεχνολογική πρόοδος.** Η χρησιμοποίηση σύγχρονων μηχανημάτων και μεθόδων παραγω-

γής μπορεί να αυξήσει την παραγωγή και να μειώσει το κόστος της.

- **Οι φυσικοί ή τυχαίοι παράγοντες.** Όταν, για παράδειγμα, μια πλημμύρα ή ένας παγετός καταστρέψει τις σοδειές διάφορων αγροτικών προϊόντων (π.χ. πατάτας, ντομάτας κ.λπ.), οι προσφερόμενες ποσότητες μειώνονται.

⏪ ⏩ || Ανακεφαλαίωση

Η οικονομία μας έχει περιορισμένους οικονομικούς πόρους και γι' αυτό δεν μπορεί να παράγει όλα τα αγαθά και τις υπηρεσίες που θα ήθελε να παράγει για να ικανοποιήσει όλες τις ανάγκες μας. Λόγω αυτής της στενότητας των πόρων υπάρχει πρόβλημα. Επίσης, πρέπει να γνωρίζουμε ότι οι παραγωγικοί συντελεστές χρησιμοποιούνται απ' όλες τις οικονομικές μονάδες, δηλαδή τον καταναλωτή (άτομο και οικογένεια), την επιχείρηση και το κράτος. Αφού οι συντελεστές παραγωγής χρησιμοποιούνται απ' όλους εμάς, ο καθένας, λοιπόν, έχει έναν ξεχωριστό ρόλο μέσα στην οικονομία. Για αυτόν το λόγο πρέπει όχι μόνο να είμαστε ιδιαίτερα προσεκτικοί με τη διαχείριση των παραγωγικών συντελεστών, αλλά και να επιλέξουμε εκείνον το συνδυασμό των παραγωγικών συντελεστών ώστε να μπορούμε να καλύψουμε περισσότερες ανάγκες. Επιπρόσθετα, πρέπει να γνωρίζουμε ότι μέσα στην οικονομία υπάρχουν από τη μια πλευρά οι παραγωγοί ή οι πωλητές, δηλαδή εκείνοι που παράγουν προϊόντα, και από την άλλη πλευρά οι αγοραστές ή καταναλωτές, δηλαδή εκείνοι που αγοράζουν και καταναλώνουν τα προϊόντα. Η αγορά είναι ο τόπος όπου γίνονται οι αγοραπωλησίες των προϊόντων. Στην αγορά οι τιμές των προϊόντων ή υπηρεσιών διαμορφώνονται από την προσφορά και τη ζήτηση. Η ζήτηση εκφράζει την επιθυμία των καταναλωτών για την απόκτηση ενός συγκεκριμένου προϊόντος σε ορισμένη τιμή, ενώ η προσφορά εκφράζει την επιθυμία του παραγωγού να πουλήσει μια ποσότητα ενός προϊόντος σε μια συμφέρουσα τιμή. Η ποσότητα των προϊόντων που ζητούν οι καταναλωτές έχει αντίστροφη σχέση με την τιμή τους (όσο αυξάνεται η τιμή των προϊόντων τόσο μειώνεται η ζήτησή τους και αντίστροφα), ενώ η ποσότητα των προϊόντων που προσφέρουν οι παραγωγοί έχει θετική σχέση με την τιμή τους (όσο αυξάνεται ή μειώνεται η τιμή των προϊόντων τόσο αυξάνεται ή μειώνεται και η προσφερόμενη ποσότητα). Η ζήτηση και η προσφορά αλληλοεπηρεάζονται από διάφορους παράγοντες.

4. ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

4.1 Συμπεριφορά του καταναλωτή και οικονομική πραγματικότητα



Λέξεις - κλειδιά: καταναλωτής, εισόδημα, χρόνος, προτίμηση, διαφήμιση

Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:

- 🎯 να κατανοήσουν ότι ο ρόλος του καταναλωτή ως οικονομική μονάδα είναι σημαντικός σε μια οικονομία
- 🎯 να αντιληφθούν ότι βασικός προσδιοριστικός παράγοντας της συμπεριφοράς των καταναλωτών είναι το εισόδημα και ο χρόνος που διαθέτουν
- 🎯 να συνειδητοποιήσουν το σημαντικό ρόλο της διαφήμισης και την επίδρασή της στις αγοραστικές αποφάσεις του καταναλωτή.

Καταναλωτής είναι κάθε άτομο το οποίο επιλέγει ανάμεσα σε αγαθά και υπηρεσίες, με σκοπό να καλύψει τις ανάγκες του.

Ο καταναλωτής είναι μια οικονομική μονάδα, που προσφέρει την εργασία του για την παραγωγή αγαθών, καταναλώνει αγαθά και απολαμβάνει υπηρεσίες οι οποίες παράγονται σε μια κοινωνία. Π.χ. καταναλώνουμε όταν τρώμε ή πηγαίνουμε κινηματογράφο και επομένως καλύπτουμε κάποιες από τις ανάγκες μας (φυσικές ή κοινωνικές). Ο κάθε καταναλωτής έχει τη δική του ξεχωριστή καταναλωτική συμπεριφορά.

Συμπεριφορά Καταναλωτή είναι το σύνολο των ενεργειών του προκειμένου να αποφασίσει πώς και τι θα αγοράσει.

Ο βασικός στόχος κάθε καταναλωτή είναι να πάρει εκείνες τις αποφάσεις, που θα του δώσουν μεγαλύτερη ικανοποίηση σε περισσότερες ανάγκες. Ο καταναλωτής προκειμένου να αποφασίσει για την αγορά κάποιου προϊόντος θα πρέπει:

- 🏠 να έχει στη διάθεσή του όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για το προϊόν (π.χ. τιμή, μάρκα κ.λπ.), καθώς και τις εναλλακτικές επιλογές ανάμεσα στα προϊόντα
- 🏠 να διαλέξει ποια προϊόντα θα καταναλώσει, ανάλογα με τις οικονομικές δυνατότητές του, τις ανάγκες του και τις προτιμήσεις του
- 🏠 να επιλέξει εκείνο το συνδυασμό προϊόντων που θα του προσφέρει τη μεγαλύτερη ικανοποίηση. Για παράδειγμα, εάν ένας μαθητής πρόκειται να επιλέξει μεταξύ δύο αγαθών, όπως είναι ένα παιχνίδι και ένα βιβλίο, και έχει αποφασίσει ότι το βιβλίο του προσφέρει μεγαλύτερη ικανοποίηση, αυτό σημαίνει ότι θα αγοράσει το βιβλίο.

Το **εισόδημα** των καταναλωτών είναι ο βασικότερος παράγοντας της συμπεριφοράς του καταναλωτή. Οι καταναλωτές επιλέγουν αγαθά με βάση το διαθέσιμο εισόδημά τους. Επειδή οι άνθρωποι έχουν περιορισμένο εισόδημα, καταναλώνουν λιγότερα αγαθά ή υπηρεσίες από αυτά που συνήθως επιθυμούν. Γι' αυτό τα αγαθά που επιλέγουν οι καταναλωτές πρέπει να είναι μέσα στις

οικονομικές τους δυνατότητες, διαφορετικά αναγκάζονται να δανειζονται. Για παράδειγμα, αν ένα παιδί διαθέσει όλο το χαρτζιλίκι (που είναι περιορισμένο) στην αρχή του μήνα για την αγορά καταναλωτικών αγαθών, τον υπόλοιπο μήνα δεν θα έχει χρήματα, με αποτέλεσμα να πρέπει να δανειστεί για να καλύψει τις ανάγκες του (π.χ. για να αγοράσει τυρόπιτα από το κυλικείο του σχολείου).

Ο καταναλωτής, όμως, πρέπει να ικανοποιήσει τις απεριόριστες ανάγκες και επιθυμίες του αφού λάβει υπόψη του τον περιορισμένο χρόνο που έχει στη διάθεσή του. Ο **χρόνος** που διαθέτει ο καταναλωτής είναι 24 ώρες και είναι πολύτιμος γιατί δεν αγοράζεται, δεν δανείζεται και δεν ξαναγυρίζει πίσω. Για το λόγο αυτόν θα πρέπει να γίνεται σωστά η κατανομή και η χρήση του.

Η συμπεριφορά του καταναλωτή επηρεάζεται επίσης και από τη **διαφήμιση**.

Διαφήμιση είναι η προβολή των προϊόντων ή των υπηρεσιών από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας που διαθέτει μια κοινωνία (π.χ. τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες, περιοδικά κ.λπ.).

Γενικά η διαφήμιση έχει δύο στόχους:

- να ενημερώσει τον καταναλωτή για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία
- να πείσει τον καταναλωτή να αγοράσει το προϊόν ή την υπηρεσία.

Για να πετύχουν τους παραπάνω στόχους οι εταιρίες κάνουν μεγάλη προσπάθεια και διαθέτουν πολλά χρήματα για τις διαφημίσεις τους. Με τη διαφήμιση επιδιώκεται από την επιχείρηση η διατήρηση της πελατείας που υπάρχει ή η απόκτηση νέας πελατείας. Για παράδειγμα κάνουν **έρευνα αγοράς** δηλαδή προσπαθούν να μάθουν στοιχεία σχετικά με τις ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών καθώς και τι αρέσει και τι δεν αρέσει στους καταναλωτές. Η έρευνα αυτή της αγοράς μελετά τις συνήθειες και τις διαθέσεις (στάσεις) των καταναλωτών απέναντι στα προϊόντα. Γίνεται επίσης και ειδική μελέτη για τον τρόπο που οι έφηβοι ξοδεύουν τα χρήματα, οι οποίοι είναι οι πιο ευάλωτοι (ευκολόπιστοι) καταναλωτές. Παράλληλα, η έρευνα βοηθά τις εταιρίες να ανακαλύψουν τους τρόπους διαφήμισης για να πείσουν τον καταναλωτή να επιλέξει το προϊόν τους ή την υπηρεσία τους.

Οι διαφημίσεις συνδέουν τα προϊόντα τους με τις ανάγκες ή τις επιθυμίες των καταναλωτών. Συχνά η σύνδεση αυτή δεν είναι απόλυτα φανερή. Δηλαδή μια διαφήμιση για κάποια οδοντόπαστα μπορεί να παρουσιάζει ένα άτομο να χαμογελάει περιτριγυρισμένο από πολλούς φίλους. Θα σκεφτεί κανείς: «Πόσο δημοφιλές είναι το άτομο αυτό!» Το προϊόν μπορεί να λευκάνει τα δόντια αλλά είναι σε θέση να σε κάνει δημοφιλή; Φυσικά όχι. Όμως η διαφήμιση προσπαθεί να κάνει τον καταναλωτή να σκεφτεί θετικά, δηλαδή ότι μπορεί να γίνει και δημοφιλής.

Η διαφήμιση έχει σημαντική επίδραση στις αποφάσεις των καταναλωτών. Πολλοί υποστηρίζουν ότι οι διαφημίσεις είναι σημαντικές γιατί ενημερώνουν τους καταναλωτές. Άλλοι θεωρούν ότι οι διαφημίσεις δημιουργούν ανάγκες, τις οποίες όμως δεν έχουν πραγματικά οι άνθρωποι, και οδηγούνται στην υπερκατανάλωση.

Ακόμη υπάρχει ο νόμος που εξασφαλίζει την προστασία του καταναλωτή και απαγορεύει τις προσβλητικές διαφημίσεις. Με βάση τη σχετική νομοθεσία για την προστασία των καταναλωτών, έχουν δημιουργηθεί ενώσεις και οργανώσεις καταναλωτών. Αυτές ενημερώνουν και συμβουλεύουν τους καταναλωτές και παράλληλα τους προστατεύουν από τις «ψεύτικες» διαφημίσεις.

4.2 Οικογενειακό εισόδημα – Προϋπολογισμός

Λέξεις - κλειδιά: προγραμματισμός, προϋπολογισμός, εισόδημα, απόφαση, χρήμα, συναλλαγή, πληρωμές

Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:

- ☉ να κατανοήσουν την έννοια του οικογενειακού προϋπολογισμού και του εισοδήματος, καθώς και τις πηγές του
- ☉ να εφαρμόζουν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων
- ☉ να κατανοήσουν την έννοια του χρήματος και τη βασικότερη λειτουργία του, δηλαδή τις συναλλαγές
- ☉ να γνωρίσουν τους διάφορους τρόπους πληρωμής για την αγορά ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας.

α. Οικογενειακός προϋπολογισμός

Είναι γνωστό ότι σε κάθε χρονική περίοδο (π.χ. μια εβδομάδα ή ένα μήνα ή ένα έτος) η οικογένεια εισπράττει διάφορα εισοδήματα τα οποία προέρχονται από:

- ✓ **Το μισθό.** Δηλαδή τα χρήματα από την εργασία των ενήλικων μελών της οικογένειας.
- ✓ **Κέρδη από επιχειρηματικές δραστηριότητες.**
- ✓ **Τα περιουσιακά στοιχεία.** Κάποιοι άνθρωποι έχουν περιουσία που τους αποφέρει επιπρόσθετα εισοδήματα, όπως για παράδειγμα ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, κέρδη από μετοχές, ενοικιαζόμενα μαγαζιά κ.λπ.
- ✓ **Τους τόκους και τα επιδόματα.** Οι καταθέσεις σε τραπεζικούς λογαριασμούς αποδίδουν τόκους, δηλαδή επιπρόσθετο εισόδημα. Τα επιδόματα είναι, επίσης, πρόσθετα εισοδήματα που παρέχονται από το κράτος ή τις επιχειρήσεις (π.χ. επίδομα ανθυγιεινής εργασίας, ψύχους κ.λπ.).
- ✓ **Τις συντάξεις.** Πρόκειται για το εισόδημα των μελών της οικογένειας που έχουν ξεπεράσει συνήθως το εξηκοστό έτος της ηλικίας τους, έχουν εργαστεί για μεγάλο χρονικό διάστημα της ζωής τους και πλέον δεν εργάζονται.
- ✓ **Τα έκτακτα εισοδήματα.** Χρήματα που προέρχονται από αναπάντεχα κέρδη, όπως π.χ. κέρδος από λαχείο κ.λπ.

Έτσι, η οικογένεια έχει ένα συνολικό οικογενειακό εισόδημα που για μικρά χρονικά διαστήματα (τρεις μήνες ή εξάμηνο) δεν μεταβάλλεται σημαντικά και μπορεί να θεωρηθεί σταθερό. Από το συνολικό οικογενειακό εισόδημα μόνο ένα μέρος διατίθεται στην κατανάλωση, ενώ το υπόλοιπο μπορεί είτε να αποταμιευτεί είτε να επενδυθεί.



Αποταμίευση είναι το μέρος του εισοδήματος το οποίο η οικογένεια δεν ξοδεύει για την αγορά αγαθών και υπηρεσιών αλλά το αποταμιεύει για τις περιπτώσεις ανάγκης ή για να εκπληρώσει κάποιους άλλους στόχους.

Επένδυση είναι το μέρος του εισοδήματος που δαπανάται για την αγορά κεφαλαιουχικών αγαθών, όπως για παράδειγμα για την αγορά ενός σπιτιού ή ενός αγροκτήματος.

Εικ. 4.1 Ένας καταναλωτής αποταμιεύει χρήματα σ' έναν κουμπαρά ή στην τράπεζα κ.ά.

Ο βασικός στόχος της οικογένειας είναι να αυξήσει τα χρήματα που αποταμιεύει ή επενδύει. Η αποταμίευση μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους, όπως είναι:

- **Η κατάθεση σε λογαριασμό ταμειυτηρίου.** Ο καταναλωτής (η οικογένεια) καταθέτει σε μια τράπεζα ένα ποσό χρημάτων και στο τέλος κάθε χρόνου παίρνει τους τόκους.
- **Η αγορά ομολόγων του ελληνικού δημοσίου ή εντόκων γραμματίων.** Με την αγορά ομολόγων ή εντόκων γραμματίων, ο καταναλωτής «δεσμεύει» ένα χρηματικό ποσό για κάποιο χρονικό διάστημα. Στο τέλος της περιόδου παίρνει το ποσό που έχει αποταμιεύσει και επιπλέον τους τόκους.
- **Η αγορά μετοχών στο χρηματιστήριο.** Αγοράζοντας ο καταναλωτής μετοχές σε κάποια τιμή μπορεί να τις πουλήσει σε άλλη χρονική στιγμή σε υψηλότερη τιμή. Η διαφορά μεταξύ της τιμής πώλησης και της τιμής αγοράς θα είναι το κέρδος του.

Οι οικονομικές αποφάσεις των μελών της οικογένειας για το πόσα χρήματα θα ξοδέψουν και πόσα θα αποταμιεύσουν, αποτελούν μια μορφή οικονομικού προγράμματος που ονομάζεται **οικογενειακός προϋπολογισμός**.

Πίν. 4.1 Έσοδα και Δαπάνες ενός μηνιαίου ενδεικτικού οικογενειακού προϋπολογισμού

Έσοδα		Έξοδα	
Μισθοί από Εργασία	2.500	ΔΕΗ	100
Εισόδημα από ενοίκια	700	ΕΥΔΑΠ	10
Τόκοι από τραπεζικό λογαριασμό	100	ΟΤΕ	35
		Έξοδα διατροφής	850
		Έξοδα ενδυμασίας	300
		Ασφάλειες	200
		Δαπάνες ψυχαγωγίας	150
Συνολικά έσοδα	3.300	Συνολικά έξοδα	1645
Αποταμίευση = 3.300 - 1645 = 1655			

Η κατάρτιση του οικογενειακού προϋπολογισμού (βλέπε πίνακα 4.1) επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες, όπως είναι το μέγεθος του εισοδήματος, το μέγεθος της οικογένειας, η ηλικία των μελών της οικογένειας, το κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο ζουν τα μέλη της οικογένειας κ.λπ. Είναι σημαντικό κατά την εκτέλεση του προϋπολογισμού να ελέγχεται η πρόοδος του και κυρίως τα έξοδα να μην υπερβαίνουν τα έσοδα.



Εικ. 4.2 Ο προϋπολογισμός ενός καταναλωτή πρέπει να αρχίζει πάντοτε με τα σταθερά του έξοδα

β. Το χρήμα ως μέσο συναλλαγής

Όταν οι άνθρωποι λένε τη λέξη «χρήμα» συνήθως εννοούν το κέρμα ή το χαρτονόμισμα.

Χρήμα είναι οτιδήποτε χρησιμοποιείται στις συναλλαγές και αυτό το οποίο προσδιορίζει την αξία των αγαθών.

Σε μια οικονομία τα άτομα πωλούν ή αγοράζουν αγαθά. Αυτές οι αγοραπωλησίες ονομάζονται **συναλλαγές**. Παλαιότερα, οι συναλλαγές γίνονταν μόνο με ανταλλαγή άλλων αγαθών, δηλαδή τα αγαθά και τις υπηρεσίες που επιθυμούσαν τα άτομα να αγοράσουν για να καταναλώσουν τα αντίτασσαν με άλλα αγαθά ή υπηρεσίες.

Σήμερα, το χρήμα κυκλοφορεί κυρίως σε τέσσερις μορφές: κέρματα, χαρτονομίσματα, τραπεζικές επιταγές και χρεωστικές και πιστωτικές κάρτες.








Εικ. 4.3 Πιστωτική κάρτα, κέρματα, χαρτονομίσματα

Με τη **χρεωστική κάρτα** μπορούμε να πάμε στο κατάστημα που έχουμε επιλέξει για να πραγματοποιήσουμε την αγορά, να δώσουμε την κάρτα που είναι συνδεδεμένη με τον τραπεζικό μας λογαριασμό και πληκτρολογώντας τον κωδικό μας αριθμό να μεταφερθούν αμέσως χρήματα από το λογαριασμό μας στο κατάστημα.

Με την **πιστωτική κάρτα** ο καταναλωτής αγοράζει τα προϊόντα σήμερα και τα πληρώνει κάποια άλλη χρονική στιγμή. Πρέπει όμως να είναι ιδιαίτερα προσεκτικός και να ελέγχει τις αγορές του για να μην υπερβαίνουν τα έσοδά του, που είναι περιορισμένα, γιατί μπορεί να βρεθεί χρεωμένος.

4.3 Προσδιοριστικοί παράγοντες της καταναλωτικής συμπεριφοράς

<p> Λέξεις - κλειδιά:  κατανάλωση, εισόδημα, επιτόκιο, πληθωρισμός, αγωγή, προστασία καταναλωτή</p>	<p>Στόχοι της υποενότητας είναι οι μαθητές και οι μαθήτριες:</p> <ul style="list-style-type: none">  να αντιληφθούν τους παράγοντες που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή  να συνειδητοποιήσουν το φαινόμενο του πληθωρισμού και την επίδρασή του στην κατανάλωση  να γνωρίσουν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του καταναλωτή.
--	---

α. Προσδιοριστικοί παράγοντες της κατανάλωσης

Η κατανάλωση είναι ένα σύνθετο φαινόμενο που επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες.



Εικ. 4.4 Η κατανάλωση



Εικ. 4.5 Η αποταμίευση

Οι σημαντικότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν τη δαπάνη του καταναλωτή για αγαθά και υπηρεσίες είναι οι παρακάτω:

Οικονομικοί παράγοντες. Στην ομάδα αυτή περιλαμβάνονται οικονομικά μεγέθη, όπως είναι το εισόδημα, το μέγεθος των περιουσιακών στοιχείων και το επιτόκιο από τα δάνεια που παίρνουν οι καταναλωτές (νοικοκυριά) για να αγοράσουν αγαθά.

Βιολογικοί παράγοντες. Οι άνθρωποι τείνουν να καταναλώνουν με βάση την ηλικία τους ή το φύλο τους ή και τα δύο. Για παράδειγμα, ένα κορίτσι 15 ετών δεν μπορεί και δεν πρέπει να αγοράζει και να καταναλώνει τα ίδια αγαθά με μια γυναίκα 50 ετών που εργάζεται ή έχει σταθερό εισόδημα.

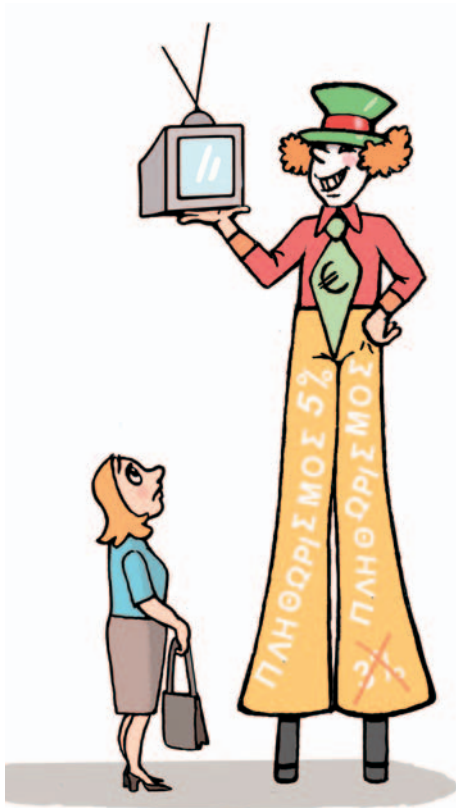
Κοινωνικοί παράγοντες. Ο καταναλωτής, εκτός από βασική οικονομική μονάδα, αποτελεί και μέλος της κοινωνίας και επομένως ανήκει σε κάποια κοινωνική ομάδα, όπως είναι η οικογένεια, τα αθλητικά σωματεία κ.λπ.

Πολιτιστικοί παράγοντες. Κάθε χώρα διαθέτει το δικό της πολιτισμό και επομένως τη δική της κουλτούρα. Αυτό συμβαίνει γιατί τα άτομα μεγαλώνουν σε διαφορετικούς κοινωνικούς χώρους και συνεπώς διαμορφώνουν την προσωπικότητά τους ανάλογα με τις θρησκευτικές πεποιθήσεις, τις παραδόσεις, τη γεωγραφική περιοχή στην οποία έχουν μεγαλώσει κ.λπ.

Ψυχολογικοί παράγοντες. Οι άνθρωποι έχουν ανάγκες και για να τις καλύψουν πρέπει να αποκτήσουν τα αγαθά που θα τους επιτρέψουν να ζουν καλύτερα.

Τεχνολογικοί και φυσικοί παράγοντες. Με τη βοήθεια της τεχνολογίας δημιουργούνται νέα προϊόντα, τα οποία μπορούν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών. Η συμπεριφορά των καταναλωτών, όμως, μπορεί να αλλάξει και με διάφορα φυσικά φαινόμενα (π.χ. πλημμύρες κ.λπ.).

β. Ο πληθωρισμός ως προσδιοριστικός παράγοντας κατανάλωσης



Εικ. 4.6 Ο πληθωρισμός και το χρήμα

Όταν οι τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών αυξάνονται συνέχεια, δηλαδή τα αγαθά ακριβαίνουν, τότε λέμε ότι υπάρχει πληθωρισμός.

Για να γίνει πιο κατανοητό το φαινόμενο του πληθωρισμού θα αναφέρουμε ένα παράδειγμα. Η τιμή αγοράς μιάς τηλεόρασης το έτος 2005 ήταν 1.000 ευρώ. το έτος 2006 ο ρυθμός του πληθωρισμού αυξήθηκε κατά 2%. Επομένως η τιμή της τηλεόρασης το 2006 αυξήθηκε κατά 20 ευρώ και έγινε 1.020 ευρώ.

Ο πληθωρισμός επηρεάζει αρνητικά όλους τους τομείς μιας οικονομίας και κατ' επέκταση την κατανάλωση. Αυτό συμβαίνει γιατί αυξάνονται οι τιμές των αγαθών, ενώ το εισόδημα του καταναλωτή παραμένει αμετάβλητο. Έτσι, οι καταναλωτές αγοράζουν πιο λίγα αγαθά ή μικρότερες ποσότητες από αυτές που συνήθιζαν να αγοράζουν. Η εικόνα 4.6 αναπαριστά το φαινόμενο του πληθωρισμού. Όταν ο πληθωρισμός είναι υψηλός, όπως δείχνει η εικόνα 4.6, τότε το χρήμα χάνει την αξία του και τα αγαθά και οι υπηρεσίες γίνονται πιο ακριβά. Με δεδομένο λοιπόν ότι το εισόδημα του καταναλωτή είναι περιορισμένο, όπως άλλωστε έχουμε προαναφέρει, και τα αγαθά και οι υπηρεσίες είναι πιο ακριβά, λόγω πληθωρισμού, οι καταναλωτές δεν έχουν τη δυνατότητα να τα αγοράσουν, γιατί όπως δείχνει και η εικόνα 4.6 είναι «άπιαστα». Εδώ θα πρέπει να αναφέρουμε ότι ο πληθωρισμός μπορεί να χωριστεί σε διάφορες κατηγορίες, όπως για παράδειγμα χαμηλός, υψηλός κ.λπ.

γ. Προστασία και αγωγή του καταναλωτή

Προκειμένου ο καταναλωτής να προστατεύεται και να ενημερώνεται σε θέματα που αφορούν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του, ιδρύθηκαν οργανισμοί που εξασφαλίζουν τα συμφέροντά του, όπως είναι για παράδειγμα το INKA (Ινστιτούτο Καταναλωτών).

Είναι απαραίτητο ο καταναλωτής από μικρή ηλικία να γνωρίζει τα δικαιώματά του. Η αναγνώριση των δικαιωμάτων του καταναλωτή έγινε επίσημα το 1991 με το Νόμο 1961/1991. Σήμερα, έχουν γίνει πιο ουσιαστικά βήματα για την αναγνώριση των δικαιωμάτων των καταναλωτών, ειδικά μετά την ψήφιση του νόμου (Ν. 2251/94).

Τα 7 δικαιώματα των καταναλωτών είναι:

- ✓ **Το δικαίωμα της προστασίας της υγείας και της ασφάλειας.** Οι ετικέτες και τα σήματα στα προϊόντα, οι προδιαγραφές ποιότητας, αποσκοπούν στο να προσφέρουν στον καταναλωτή πληροφορίες για την υγεία και την ασφάλειά του.
- ✓ **Το δικαίωμα της προστασίας των οικονομικών συμφερόντων.** Ο καταναλωτής μπορεί να

- προστατευτεί από τυχόν διαφημιστικές παραπλανήσεις, νοθεία ή παραπλανήσεις από τους πωλητές.
- ✓ **Το δικαίωμα της πληροφόρησης.** Ο καταναλωτής πρέπει να ενημερώνεται συχνά, σωστά και αξιόπιστα, ώστε να πραγματοποιεί σωστές αγορές.
 - ✓ **Το δικαίωμα της εκπαίδευσης.** Ο καταναλωτής πρέπει να λαμβάνει συστηματική εκπαίδευση, έτσι ώστε να ξέρει τι θέλει, να μπορεί να κρίνει και να επιλέγει αυτό που τον συμφέρει.
 - ✓ **Το δικαίωμα της εκπροσώπησης.** Ο καταναλωτής πρέπει να συμμετέχει μέσω των εκπροσώπων του (π.χ. δημοτικούς συμβούλους, βουλευτές κ.λπ.) σε όλες τις διαδικασίες για τη λήψη αποφάσεων που τους αφορούν άμεσα ή έμμεσα, σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο.
 - ✓ **Η πρόσβαση στη Δικαιοσύνη.** Ο καταναλωτής έχει το δικαίωμα να απευθυνθεί σε όλες τις αρμόδιες υπηρεσίες (π.χ. συνήγορος του πολίτη, νομαρχίες, δήμοι κ.λπ.) για να υποβάλει τα παράπονά του ή να συμβουλευτεί σε περίπτωση που έχει κάποιο πρόβλημα με την αγορά ορισμένων προϊόντων ή υπηρεσιών.
 - ✓ **Δικαίωμα στην αειφόρο κατανάλωση.** Όλοι οι καταναλωτές πρέπει να έχουν πρόσβαση στους φυσικούς πόρους. Τα άτομα θα πρέπει να καταναλώνουν με σύνεση, ώστε να μην εξαντλήσουν τους πόρους αυτούς στον οποίοι τη χρήση έχουν δικαίωμα και οι επόμενες γενιές.



Εικ. 4.7 Η γνώση των δικαιωμάτων σας διευκολύνει τις αγορές σας

Βέβαια, εκτός από δικαιώματα οι καταναλωτές έχουν και **υποχρεώσεις**. Η βασική υποχρέωση των καταναλωτών είναι να τηρούν μια λογική καταναλωτική συμπεριφορά, η οποία να είναι σύμφωνη με τους κανόνες και τους νόμους της αγοράς. Για να ακολουθούν, όμως, μια σωστή αγοραστική συμπεριφορά θα πρέπει να γνωρίζουν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους. Να είναι προσεκτικοί όταν αγοράζουν ένα προϊόν και να τηρούν τις οδηγίες που αναγράφονται πάνω στη συσκευασία του προϊόντος.

 **Ανακεφαλαίωση**

Είναι σημαντικό να καταλάβουμε την έννοια και το ρόλο του χρήματος καθώς είναι απαραίτητο για τη λειτουργία της οικονομίας μας. Το χρήμα έχει κάποιες βασικές λειτουργίες, η σημαντικότερη όμως είναι ότι χρησιμοποιείται στις συναλλαγές μας και προσδιορίζει την αξία των αγαθών. Όταν τα αγαθά και οι υπηρεσίες γίνονται ακριβότερα συνέχεια τότε λέμε ότι υπάρχει πληθωρισμός. Ο πληθωρισμός επηρεάζει αρνητικά όλους τους τομείς μιας οικονομίας και κυρίως την κατανάλωση.

Είναι εξίσου σημαντικό να κατανοήσουμε ότι όλοι οι καταναλωτές δεν έχουν την ίδια καταναλωτική συμπεριφορά αλλά ο κάθε καταναλωτής αποτελεί και ένα ξεχωριστό άτομο. Ο κάθε καταναλωτής, λοιπόν, παίρνει διαφορετική απόφαση σχετικά με το πως αλλά και τι θα αγοράσει. Η συμπεριφορά μας, ως καταναλωτές, εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως είναι για παράδειγμα το εισόδημα του, η διαφήμιση, η ηλικία, κλπ. Το εισόδημα των καταναλωτών, είναι ο βασικότερος παράγοντας της συμπεριφοράς του καταναλωτή, οι άνθρωποι, όμως, έχουν περιορισμένο εισόδημα, γι' αυτό ο οικογενειακός προϋπολογισμός είναι πολύ σημαντικός. Με τον οικογενειακό προϋπολογισμό, η οικογένεια μπορεί να πάρει καλύτερες αποφάσεις σχετικά με το πόσα χρήματα θα ξοδέψει και πόσα θα αποταμιεύσει ή θα επενδύσει. Βέβαια θα πρέπει να αναφέρουμε ότι η κατάρτιση του προϋπολογισμού κάθε οικογένειας επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες, όπως είναι το μέγεθος του εισοδήματος, το μέγεθος της οικογένειας, κλπ.

Η διαφήμιση είναι ακόμα ένας παράγοντας που έχει σημαντική επίδραση στις καταναλωτικές μας αποφάσεις. Υπάρχουν βέβαια κάποιοι που υποστηρίζουν ότι οι διαφημίσεις είναι σημαντικές γιατί ενημερώνουν τους καταναλωτές και άλλοι που θεωρούν ότι οι διαφημίσεις δημιουργούν ανάγκες, που όμως δεν έχουν πραγματικά οι άνθρωποι, και οδηγούνται στην υπερκατανάλωση. Ωστόσο, η γνώση των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων που έχουμε ως καταναλωτές αποτελεί βασικό στοιχείο για τη σωστή συμπεριφορά μας και ταυτόχρονα μέσο προστασίας μας.