

„Marnotrawstwo” jedzenia

Autor: **Mateusz Machaj**

Pierwotnie opublikowano na portalu obserwatorfinansowy.pl

Według badań Unii Europejskiej Polacy wyrzucają prawie ćwierć tony jedzenia rocznie. Marnotrawstwo jedzenia objawia się nie tylko w indywidualnych domach, lecz jest również naturalną częścią spożywczego biznesu. Tymczasem warto zadać sobie pytanie, czy rzeczywiście mamy w tym wypadku do czynienia z „marnotrawstwem”.

Zacznijmy może od mniej kontrowersyjnego przykładu. Kto nigdy nie wyrzucił skórki od cytryny, kiwi albo liści buraka, brokułów czy rzodkiewki do kosza, niech pierwszy rzuci kamieniem. Jeśli ktoś wyrzucił i regularnie jada owoce bez skórki, czy wyrzuca liście niektórych warzyw, to powinien wiedzieć, że „marnuje” w ten sposób jedzenie. „Marnuje”, ponieważ te rzeczy niejednokrotnie są jadalne (choć oczywiście nie we wszystkich przypadkach), a na dodatek często potrafią zawierać w sobie więcej substancji odżywczych. Jak zatem uzasadniamy takie marnotrawstwo? Smakiem. Niemal tylko i wyłącznie. Wyrzucamy te rzeczy, ponieważ nam nie smakują. Czy czerpiemy jednak dodatkową satysfakcję z wyrzucania skórek i liści z żywności, która nam smakuje? Zazwyczaj nie. Zdajemy sobie jednak sprawę z tego, że zakup rzodkiewek z liśćmi, czy cytryny ze skórką to transakcja niemal nieunikniona. To jak niezbędna usługa kurierska przy zamawianiu rzeczy przez Internet. Skóra i liście to w naszym wypadku pewien koszt, który ponosimy przy zakupie produktu, ponieważ (w zasadzie) nie istnieje rozwiązanie alternatywne. I smak ten pewien koszt po prostu przewyższa.

Skoro zatem w centrum zainteresowania stawiamy smak konsumenta, to dokładnie tę samą zasadę możemy zastosować do konsumentów wyrzucających inną żywność (niż liście i skórki), jak również jej sprzedawców zainteresowanych zyskiem. Ludzie systematycznie popełniają ten sam „błąd”, kupując zbyt dużo żywności. Jest to długookresowe działanie – ludzie chcą się najwyraźniej zabezpieczyć, aby w każdej chwili móc zaspokoić swoje gusta smakowe. Chcą mieć w domach więcej opcji jedzenia, aby w każdym momencie móc wybrać

z domowego menu to, co im odpowiada, i nie być skazanym na wybór mniejszy niż w innym wypadku. Tania dostępność różnorodności jedzenia to ułatwia.

Owe obserwacje nie są w żadnym wypadku obroną i zachęceniem do dalszego marnowania żywności. Jeśli ludzie będą w stanie przewidzieć dokładnie, czego będą chcieli za jakiś czas, to tym lepiej dla nich. Można rzecz jasna agitować i przekonywać ludzi do tego, aby bardziej przeformułowali swoje zwyczaje żywieniowe, ale jednocześnie trudno zaprzeczać prawdzie ekonomicznej: tak zwane „marnotrawstwo” jedzenia przynosi jawne korzyści ludziom. Każdy to doskonale rozumie, sprząając po jakiegokolwiek zorganizowanej imprezie. Rzadko kiedy wszystkie tacki, półmiski i talerze są idealnie wyczyszczone, więc kupiono zbyt dużo jedzenia, które zostanie „zmarnowane” – a w zasadzie nie tyle zmarnowane, ile ledwie: wyrzucone. To jedzenie jednakże spełniło znakomicie swoją rolę mimo braku bezpośredniej konsumpcji, zapewniło dostępność opcji. Większość gospodarzy imprez woli się tak zabezpieczyć w przyszykowanym menu, żeby gościom jedzenia nie zabrakło.

Sprawa staje się jeszcze bardziej klarowna, gdy rozważymy komercyjne dostarczanie jedzenia. Każdy kilogram mięsa, warzyw, owoców wyrzucony przez sklepy jest dla nich utraconą możliwością sprzedaży. Ta żywność została przez nich nabyta celem zwiększenia obrotu. Nic takiego nie następuje, więc obrót na sprzedaży innych towarów musi wystarczyć również na pokrycie rachunku zmarnowanego jedzenia. Innymi słowy jako konsumenci, widząc wyrzucane na zapleczu jedzenie, możemy sobie pomyśleć: „kupując swoje jedzenie płacę nie tylko za swoje, ale i za to wyrzucone również” (z dokładnie tej samej przyczyny, gdy widzimy złodzieja w markecie, to powinniśmy sobie zdać sprawę z tego, że okrada on tak naprawdę płacących klientów).

Mimo wszystko jest to koszt w kalkulowany w model biznesowy – ponieważ ludzie, wchodząc do marketu, pragną mieć opcję wyboru wielu różnych rodzajów żywności. Część z niej jest potem z tego powodu wyrzucana, co jest kosztem po stronie sprzedawców, uwzględnianym w kalkulacji ekonomicznej (a zatem pośrednio również finansowanym obrotami). Owe „marnotrawstwo” jest wobec tego nieodłączną częścią sprzyjania potrzebom konsumentów. Nie jest więc tak naprawdę ekonomicznym marnotrawstwem par excellence.

Analogicznie było kiedyś z taksówkami zanim pojawiły się telefony komórkowe z aplikacjami. W czasach gorszej koordynacji znacznie więcej kierowców miało przestoje w swojej działalności. Ktoś jednak za te przestoje i tak

musiał zapłacić. Stojący na postoju kierowca dostępny dla klienta w każdej chwili nie był „marnotrawstwem”, mimo że nie wykonywał w tym czasie żadnego kursu. Był normalną częścią realizowanego modelu biznesowego, który trudno było komukolwiek podważyć. Do czasu aż pojawiła się innowacja aplikacyjna, która pozwala owe przestoje niwelować i sprawiać, że parowanie klientów z dostawcami następuje dużo skuteczniej i szybciej. Także dzięki temu mogły spaść ceny oferowanych klientom usług. A same bardziej innowacyjne firmy odciągać klientów od tych wolniejszych w adaptacji.

Być może podobne zmiany są możliwe w przemyśle spożywczym. Jeśli ktoś znalazłby sposób na to, żeby koordynować skuteczniej gusta kupujących z dostępnymi zapasami, wtedy sklepy nie musiałyby kupować ponadprogramowo więcej żywności, aby ta czekała na potencjalnego klienta. Póki co wydaje się to trudne, ale nie niemożliwe do wyobrażenia. Jeśli ludzie wpadliby w jedzeniową rutynę i bardzo dobrze wiedzieli, jakie generalnie będzie ich codzienne menu, wtedy marnotrawstwo jedzenia znacznie by się zmniejszyło. Póki taka sytuacja nie nastąpi, „marnotrawstwo” jedzenia spełnia bardzo istotną funkcję ekonomiczną – i przez to nie jest prawdziwym marnotrawstwem. Co oczywiście nie kłóci się z tym, aby ludzi zachęcać do tego, by swoje przyzwyczajenia modyfikowali.