

Izv.prof.dr.sc. Dejan Miljenović

*Društvenom odgovornosti poduzeća protiv rasipanja hrane:*

*Stvaranje kulture koja cijeni hranu — a ne rasipa je*

Rasipanje hrane jedan je od najvećih izazova održivosti — ne samo iz okolišne i ekonomske perspektive, već i iz etičke. Više od 10 % svjetskog stanovništva je pothranjeno, dok se trećina sve proizvedene hrane izgubi u opskrbnom lancu ili baci u maloprodaji, restoranima i kućanstvima. Ovaj paradoks odražava neuravnoteženu i nepravednu raspodjelu prehrambenih resursa i zahtijeva odgovorno djelovanje u kojem ključnu ulogu ima društvena odgovornost poduzeća (DOP).



DOP označava dugoročnu predanost poduzeća stvaranju pozitivnog utjecaja na društvo i okoliš — a smanjenje rasipanja hrane jedan je od najočitijih načina za ostvarenje tog cilja. Poduzeća obično provode mjere za smanjenje rasipanja hrane kako bi identificirale količine takvog otpada i njegov utjecaj na dionike. Dionici duž prehrambenog lanca — od proizvođača i trgovaca do restorana i pružatelja ugostiteljskih usluga — imaju najveći utjecaj na upravljanje otpadom od hrane. To može uključivati pametnije upravljanje zalihama, doniranje viškova hrane, kampanje za edukaciju potrošača ili partnerstva s lokalnim bankama hrane. Učinkovitost cijelog opskrbnog lanca ovisi o spremnosti svih sudionika da

poduzmu korake u svrhu minimiziranja rasipanja hrane. Pravedne cijene hrane ključan su element, osobito u pogledu trenutne inflacije. Odnosi između velikih trgovaca i proizvođača hrane u razdobljima inflacije često su obilježeni nepoštenim praksama trgovaca, što ugrožava održivost globalnih prehrambenih lanaca. Zbog aktualnosti inflacijskih utjecaja na cijene hrane, problem rasipanja hrane ponekad padne u drugi plan.

Posebna odgovornost je na prehrambenim poduzećima, poput proizvođača morskih plodova, koja svakodnevno djeluju na osjetljive biološke sustave. Također, trgovci hranom, supermarketi i restorani trebali bi razviti poslovne strategije za minimizaciju otpada od hrane. Postoji i problem visoko postavljenih standarda u sektoru svježih proizvoda te se često hrana koja ne zadovoljava te standarde odmah tretira kao otpad, iako je još uvijek pogodna za konzumaciju. To predstavlja velik izazov, osobito u lancima opskrbe svježim voćem i povrćem. Upravljanje otpadom i gubicima u maloprodajnom sektoru prehrane posebno je važno u kontekstu DOP-a. U novijem istraživanju na ovu temu David Grand je identificirao tri ključna problema: 1) nedostatak holističkog pristupa upravljanju gubicima i otpadom hrane; 2) nedovoljna transparentnost zaliha hrane i 3) netočnost predviđanja potreba za hranom. Također se može predložiti integracija novih tehnologija, poput AI-a, radi poboljšanja učinkovitosti distribucije, osobito u kontekstu dostave svježije hrane. Stoga su rasipanje i gubici hrane međusobno povezani i predstavljaju društveno-ekonomski problem koji zahtijeva učinkovitiju optimizaciju opskrbe hranom i održivo upravljanje otpadom.



Optimalni cilj bio bi potpuna eliminacija otpada od hrane, no u praksi je to iznimno teško postići. U sklopu izvještavanja o DOP-u, poduzeća imaju priliku prikazati stvarne brojke i

odgovorne aktivnosti u upravljanju otpadom. Poduzeća bi trebala izvještavati o konkretnim mjerama i postignućima u minimizaciji otpada od hrane. DOP je u tome smislu vrijedan strateški alat jer pruža okvir za stvarne, mjerljive promjene.

Strategije DOP-a ne samo da mogu pomoći poduzećima u smanjenju otpada, već i u poboljšanju javnog imidža, izgradnji povjerenja i doprinosu održivoj budućnosti. Smanjenje rasipanja hrane nije samo individualna odgovornost već sustavni problem koji zahtijeva suradnju poduzeća, potrošača i donositelja politika. Kada poduzeća stvarno postupaju po načelima DOP-a tada mogu odigrati ključnu ulogu u rješavanju problema: *stvaranjem kulture koja cijeni hranu — umjesto da je baca.*