НОВАЯ ЭРА НАУКИ И ЗНАНИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
global-science-review.com
editor@global-science-review.com

OZIQ-OVQAT ISROFGARCHILIGINI KAMAYTIRISHDA XULQ-ATVOR IQTISODIYOTI YONDASHUVLARI

Yusubboyeva Kamola Yunusjon qizi
Toshkent shahar Olmazor tumani Registon xususiy maktabi 11-sinf o‘quvchisi

Annotatsiya. Maqolada oziq-ovqat isrofgarchiligining iqtisodiy va ekologik ahamiyati, uning xulq-atvoriy sabablari hamda xulq-atvor iqtisodiyoti yondashuvlari yordamida kamaytirish imkoniyatlari ko‘rib chiqiladi. Aqliy hisob-kitob, ortiqcha xarid, ijtimoiy me’yorlar, ko‘rinish va standart tanlov (default) omillarining roli tahlil qilinadi. Xorijiy tajribaga tayanib, oila, maktab va umumiy ovqatlanish korxonalari uchun amaliy turtki (nudge) usullari taklif etiladi.

Kalit so‘zlar: oziq-ovqat isrofgarchiligi, xulq-atvor iqtisodiyoti, turtki (nudge), aqliy hisob-kitob, ijtimoiy me’yor, standart tanlov, barqaror iste’mol.

Аннотация. В статье рассматривается экономическое и экологическое значение пищевых отходов, их поведенческие причины и возможности сокращения с помощью подходов поведенческой экономики. Анализируется роль ментального учёта, избыточных покупок, социальных норм, наглядности и выбора по умолчанию. На основе зарубежного опыта предлагаются практические методы подталкивания (nudge) для семей, школ и предприятий общественного питания.

Ключевые слова: пищевые отходы, поведенческая экономика, подталкивание (nudge), ментальный учёт, социальная норма, выбор по умолчанию, устойчивое потребление.

Abstract. The article considers the economic and environmental importance of food waste, its behavioral causes and the possibilities of reducing it through behavioral economics approaches. The roles of mental accounting, overbuying, social norms, salience and default options are analysed. Drawing on foreign

experience, practical nudging methods are proposed for families, schools and catering establishments.

Keywords: food waste, behavioral economics, nudge, mental accounting, social norm, default option, sustainable consumption.

Kirish

Oziq-ovqat isrofgarchiligi bugungi dunyoning eng jiddiy iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik muammolaridan biridir. Birlashgan Millatlar Tashkilotining Oziq-ovqat va qishloq xo‘jaligi tashkiloti (FAO) hisob-kitoblariga ko‘ra, dunyoda ishlab chiqarilgan oziq-ovqatning taxminan uchdan bir qismi yo‘qotiladi yoki isrof qilinadi [1]. BMT Atrof-muhit dasturining «Oziq-ovqat isrofgarchiligi indeksi» (2021) hisobotida 2019-yilda dunyo bo‘yicha taxminan 931 million tonna oziq-ovqat chiqindiga aylangani, bunda isrofning eng katta qismi (taxminan 61 foizi) uy xo‘jaliklari hissasiga to‘g‘ri kelgani ko‘rsatilgan [2].

Isrof qilingan oziq-ovqat bilan birga uni yetishtirishga ketgan suv, yer, energiya va mehnat ham behuda sarflanadi, chiqindixonalarda chirigan oziq-ovqat esa issiqxona gazlarining chiqishiga sabab bo‘ladi. Shu bilan birga, oila uchun isrofgarchilik bevosita pul yo‘qotishni bildiradi: sotib olingan, ammo yeyilmagan mahsulotning har bir so‘mi behuda ketadi. Ayni paytda dunyoda ochlikdan aziyat chekayotgan odamlar mavjudligi bu muammoning axloqiy jihatini ham kuchaytiradi.

Oziq-ovqat isrofgarchiligining katta qismi iste’molchilarning kundalik qarorlari natijasida yuzaga keladi. Shu sababli xulq-atvor iqtisodiyoti, ya’ni odamlar qarorlarining psixologik asoslarini o‘rganuvchi fan bu masalani tushuntirish va hal qilishda muhim vositalarni taklif qiladi. Maqolaning maqsadi isrofgarchilikning xulq-atvoriy sabablarini aniqlash va xulq-atvor iqtisodiyoti yondashuvlari orqali uni kamaytirish yo‘llarini ko‘rsatishdir. Tadqiqotda ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish, qiyoslash va umumlashtirish usullaridan foydalanildi.

Isrofgarchilikning xulq-atvoriy sabablari

Stansu, Haugard va Lehteneki tadqiqotida uy xo‘jaliklarida oziq-ovqat isrofining ikki asosiy yo‘li ajratilgan: rejalashtirishdagi kamchiliklar (ortiqcha sotib olish, ro‘yxatsiz xarid) va oziq-ovqat bilan bog‘liq odatlar (ortiqcha pishirish, saqlash qoidalariga e’tiborsizlik) [3]. Xulq-atvor iqtisodiyoti nuqtai nazaridan bu sabablar bir nechta psixologik mexanizmga borib taqaladi.

Birinchi mexanizm – hozirgi manfaatga moyillik va haddan ortiq optimizm. Xarid paytida odam kelgusi hafta nima yeyishini va qancha vaqt oshxonada o‘tkazishini haddan ortiq xushyoqarlik bilan baholaydi: «bu hafta sog‘lom ovqat pishiraman», «yangi retseptni sinab ko‘raman». Natijada ko‘p sabzavot va mevalar sotib olinadi, biroq vaqt yetmay, ular buziladi.

Ikkinchi mexanizm – ortiqcha xarid va «chegirma» ta’siri. Aksiya yoki «bitta olsangiz, ikkinchisi bepul» kabi takliflar odamni hajmdan ortiq sotib olishga undaydi. Bunda iste’molchi tejash hissini boshdan kechiradi, amalda esa yeyilmaydigan va chiqitga aylanadigan mahsulotga pul to‘laydi.

Uchinchi mexanizm – aqliy hisob-kitob. Odamlar sotib olingan oziq-ovqatni «to‘langan» deb hisoblab, uni yeb bitirishga majburlik his qilmasligi yoki aksincha, uni ortiqcha qimmat deb baholashi mumkin. Shuningdek, ovqatni «arzon» deb hisoblagan odam uni isrof qilishni katta yo‘qotish deb sezmaydi. Pul yo‘qotish hissi kuchsiz bo‘lgani uchun xulq-atvor o‘zgarmaydi.

To‘rtinchi mexanizm – ko‘rinish (salience) va xotira. Muzlatgichning chuqur burchagida qolgan mahsulot unutiladi. Odamlar ko‘rinib turgan narsani yeydi, ko‘rinmaydiganini esa unutib yuboradi. Shuningdek, tovar yaroqlilik muddati yozuvlari («eng yaxshi iste’mol muddati» va «yaroqlilik muddati») ning noto‘g‘ri tushunilishi ham ko‘plab yaroqli mahsulotlarning tashlanishiga olib keladi. Yoshlar o‘rtasida oziq-ovqat isrofini o‘rganish alohida dolzarb mavzu sifatida ko‘riladi [4].

Beshinchi mexanizm – ijtimoiy me’yorlar. Ko‘plab madaniyatlarda mehmonlarga ortiqcha dasturxon yozish mehmondo‘stlik belgisi hisoblanadi. Mehmonlar oldida «kam» bo‘lib qolishdan qo‘rqish ortiqcha pishirishga olib keladi.

Bu an’ana muhim qadriyat bo‘lib, uni yo‘q qilish emas, balki isrofni kamaytiradigan yangi me’yorlar (masalan, qolgan ovqatni o‘rab berish, ikkinchi kuni iste’mol qilish) bilan uyg‘unlashtirish kerak bo‘ladi.

Xulq-atvor iqtisodiyoti yondashuvlari va turtki usullari

Taler va Sanstin tomonidan ishlab chiqilgan «turtki» (nudge) konsepsiyasi tanlov erkinligini cheklamasdan, odamlarni foydaliroq qarorga yo‘naltiruvchi muhitni loyihalashni nazarda tutadi [5]. Oziq-ovqat isrofgarchiligiga nisbatan bir nechta turtki usullari qo‘llanilishi mumkin.

Birinchi usul – rejalashtirishni osonlashtirish. Xaridga chiqishdan oldin muzlatgich va javonlarni tekshirib, haftalik menyu va xarid ro‘yxatini tuzish ortiqcha sotib olishni kamaytiradi. Mobil ilovalar yaroqlilik muddati yaqinlashayotgan mahsulotlar haqida eslatib turishi mumkin. Bu usul ham odamlarning xotira va optimizm xatolarini kompensatsiya qiladi.

Ikkinchi usul – ko‘rinishni oshirish. Muzlatgichda yaroqlilik muddati yaqin mahsulotlar uchun alohida, ko‘zga tashlanadigan javon yoki «Avval meni ye» savati ajratish unutilgan oziq-ovqatni kamaytiradi. Shuningdek, shaffof idishlar qoldiq ovqatni ko‘rinadigan qiladi.

Uchinchi usul – porsiya va idish hajmini boshqarish. Kalbeken va Selen Norvegiyadagi mehmonxona restorani bo‘yicha o‘tkazgan tadqiqotida bufet sharoitida kichikroq tarelkalar va mehmonlarni qayta olishga undovchi yozuvlar qo‘llanganda ovqat qoldiqlari kamayganini ko‘rsatdilar [6]. Bunday usul maktab oshxonalari, kafe va to‘yxonalar uchun ham mos keladi.

To‘rtinchi usul – ijtimoiy me’yorlardan foydalanish. «Bizning maktabda o‘quvchilarning ko‘pchiligi tarelkasini bo‘sh qoldirib ketadi» kabi tavsiflovchi me’yor ijobiy shaklda («ko‘pchilik ovqatni oxirigacha yeydi») berilsa samaraliroq bo‘ladi. Sinflar o‘rtasida «eng kam isrof qiluvchi sinf» tanlovlari ham ijobiy raqobat muhitini yaratadi.

Beshinchi usul – standart tanlov (default). Restoran yoki oshxonada kichik porsiya standart variant sifatida taklif qilinib, qo‘shimcha porsiya so‘rovga ko‘ra berilsa, tanlov erkinligi saqlanadi, ammo isrof kamayadi. Shuningdek, yaroqlilik muddati belgilarini aniq va tushunarli yozish iste’molchilarning mahsulotni asossiz tashlashini kamaytiradi.

Oltinchi usul – isrofning pulli qiymatini ko‘rsatish. Oila hisobiga oyiga qancha so‘mlik oziq-ovqat tashlab yuborilayotgani aniq ko‘rsatilsa, yo‘qotish hissi kuchayadi va xulq-atvor o‘zgarishiga turtki beradi. «Yo‘qotishdan qochish» tamoyili bu yerda isrofni kamaytirish uchun ishlatiladi.

Muammoning sabablari va ta’lim ahamiyati

Visher, Vikli va Zigrist uy xo‘jaliklarida oziq-ovqat isrofini kamaytiruvchi va ko‘paytiruvchi omillarni o‘rganib, isrofga xulq-atvoriy va kundalik vaziyatga oid omillar ham ta’sir qilishini ko‘rsatgan [7]. Bu shuni anglatadiki, «isrof qilmang» tipidagi chaqiriqlarning o‘zi yetarli emas, odamlarning real kundalik hayotiga mos qulay yechimlar kerak.

Shu bilan birga, maktabda bolalikdan oziq-ovqatga hurmat tarbiyasini shakllantirish katta ahamiyatga ega. O‘quvchilarga oziq-ovqatning qanday yo‘l bilan dasturxonga yetib kelishi, uni yetishtirishga ketgan mehnat va resurslar haqida tushuncha berish, maktab oshxonasida isrofni o‘lchash va natijalarni tahlil qilish bo‘yicha loyihalar o‘tkazish foydali. Milliy qadriyatlarimizda non va ne’matga hurmat alohida o‘rin tutadi, bu esa ta’lim tashabbuslari uchun kuchli madaniy asos bo‘la oladi.

Muhokama

Ko‘rib chiqilgan yondashuvlar oziq-ovqat isrofgarchiligini kamaytirish uchun faqat jarima yoki targ‘ibot yetarli emasligini ko‘rsatadi. Odamlar ko‘pincha isrofning zararini bilsa-da, noto‘g‘ri tanlovlarni davom ettiradi, chunki qarorlar tezkor, kundalik va ko‘pincha avtomatik tarzda qabul qilinadi. Turtki usullari bu holatda tanlov muhitini ongli tarzda o‘zgartiradi va natija beradi.

Shu bilan birga, har bir usulning samarasi madaniy muhit va aniq vaziyatga bog‘liq bo‘lib, ularni mahalliy sharoitda sinab ko‘rish zarur. O‘zbekistonda oila va to‘ylarda dasturxon madaniyati kuchli bo‘lgani uchun isrofni kamaytirishga qaratilgan tashabbuslar an’anaviy qadriyatlarga hurmat bilan yondashishi, ularni inkor etmasligi lozim.

Xulosa

Oziq-ovqat isrofgarchiligining katta qismi uy xo‘jaliklari darajasidagi qarorlar bilan bog‘liq bo‘lib, uning asosida hozirgi manfaatga moyillik, haddan ortiq optimizm, chegirmalarga berilish, aqliy hisob-kitob, ko‘rinish va ijtimoiy me’yorlar kabi xulq-atvoriy omillar yotadi.

Xulq-atvor iqtisodiyoti yondashuvlari – xaridni rejalashtirishni osonlashtirish, mahsulot ko‘rinishini oshirish, porsiya va idish hajmini boshqarish, ijobiy ijtimoiy me’yorlarni qo‘llash, standart tanlovdan foydalanish va isrofning pulli qiymatini ko‘rsatish – isrofni kamaytirishda samarali vositalar hisoblanadi. Bu usullarni oila, maktab va umumiy ovqatlanish korxonalarida qo‘llash hamda yoshlarda oziq-ovqatga e’tiborli munosabatni shakllantirish barqaror iste’mol madaniyatini rivojlantirishga xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Gustavsson J., Cederberg C., Sonesson U., van Otterdijk R., Meybeck A. Global Food Losses and Food Waste: Extent, Causes and Prevention. – Rome: FAO, 2011. – 29 p.

2. United Nations Environment Programme. Food Waste Index Report 2021. – Nairobi: UNEP, 2021. – 100 p.

3. Stancu V., Haugaard P., Lähteenmäki L. Determinants of Consumer Food Waste Behaviour: Two Routes to Food Waste // Appetite. – 2016. – Vol. 96. – P. 7–17.

4. Principato L., Secondi L., Pratesi C. A. Reducing Food Waste: An Investigation on the Behaviour of Italian Youngsters // British Food Journal. – 2015. – Vol. 117, No. 2. – P. 731–748.

5. Thaler R. H., Sunstein C. R. Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness. – New Haven: Yale University Press, 2008. – 293 p.

6. Kallbekken S., Sælen H. Nudging Hotel Guests to Reduce Food Waste as a Win–Win Environmental Measure // Economics Letters. – 2013. – Vol. 119, No. 3. – P. 325–327.

7. Visschers V. H. M., Wickli N., Siegrist M. Sorting Out Food Waste Behaviour: A Survey on the Motivators and Barriers of Self-Reported Amounts of Food Waste in Households // Journal of Environmental Psychology. – 2016. – Vol. 45. – P. 66–78.