

Segmentace spotřebitelů ve vztahu k třídění potravinového odpadu: motivace a bariéry pro zapojení do systému sběru

Irena Baláková, Lucie Veselá, Mendelova univerzita v Brně

email: irena.balakova@mendelu.cz

Souhrn

Poznání motivace a bariér spotřebitelů k třídění potravinového odpadu je prerekvizitou k úspěšné komunikaci obcí s občany a podpoře zapojení občanů do systému sběru a třídění odpadu. Cílem tohoto příspěvku je odhalit motivaci a bariéry spotřebitelských segmentů včetně identifikace segmentů využitelné pro cílení komunikace obcí s občany. S využitím výzkumného instrumentu v podobě dotazníkového šetření o velikosti 1332 respondentů bylo možné poznat postoje a preference spotřebitelů, které byly následně doplněny o data z dotazníkového šetření mezi zástupci municipalit. Aplikovaná shluková analýza identifikovala čtyři spotřebitelské segmenty. Pro všechny segmenty je nejdůležitější motivace v podobě vědomí, že odpad bude následně zpracován a zajištění dostatečného množství sběrných nádob. Síla dalších motivátorů a vnímaných bariér se napříč segmenty liší. Segmenty s převahou žen vnímají negativní externality spojené s tříděním potravinového odpadu jako výraznější bariéry.

Klíčová slova: consumer motivation, consumer barriers, food waste, segmentation, waste sorting,

Summary

Understanding consumers' motivations and barriers to food waste sorting is a prerequisite for successful communication between municipalities and citizens, as well as for encouraging citizens' participation in the waste sorting system. The objective of this paper is to reveal the motivations and barriers of consumer segments, including the identification of segments that are useful for targeting communication with citizens. Using a research instrument in the form of a questionnaire of 1332 respondents, it was possible to uncover consumer attitudes and preferences. This was complemented with data from a survey of municipal representatives. The cluster analysis identified four consumer segments. For all segments, the most important motivation is the knowledge that the waste will be subsequently utilised and the provision of sufficient quantity of collection containers. The perceived strength of other motivators and barriers varies across segments. Segments with a higher proportion of female respondents perceive negative externalities associated with food waste sorting as more significant barriers.

Key words: motivace spotřebitelů, bariéry spotřebitelů, potravinový odpad, segmentace, třídění odpadu

Úvod

S potravinovým odpadem a jeho likvidací jsou spojeny negativní dopady na životní prostředí (Giwa et al., 2022). Přitom na potravinový odpad by bylo možné nahlížet jako zdroj a v souladu s principy cirkulární ekonomiky ho využívat, a to například pro výrobu energie (Mahmudul et al., 2022). Potravinový odpad vzniká v celém potravinovém řetězci (Stancu et al., 2016). Některé zdroje dokonce uvádí, že většina vyhozených potravin pochází z domácností (den Boer et al., 2023; Kandemir et al., 2020). Aby bylo možné potravinový odpad z domácností jako zdroj využít, je potřebné ho separovat a nastavit třídící systém potravinového odpadu, do kterého by se spotřebitelé z domácností mohli zapojit. Cílem tohoto příspěvku je odhalit motivaci a bariéry spotřebitelů vůči zapojení se do systému sběru a třídění potravinového odpadu a identifikovat segmenty využitelné pro cílení komunikace obcí s občany za účelem podpory třídění a edukace spotřebitelů.

Metodika

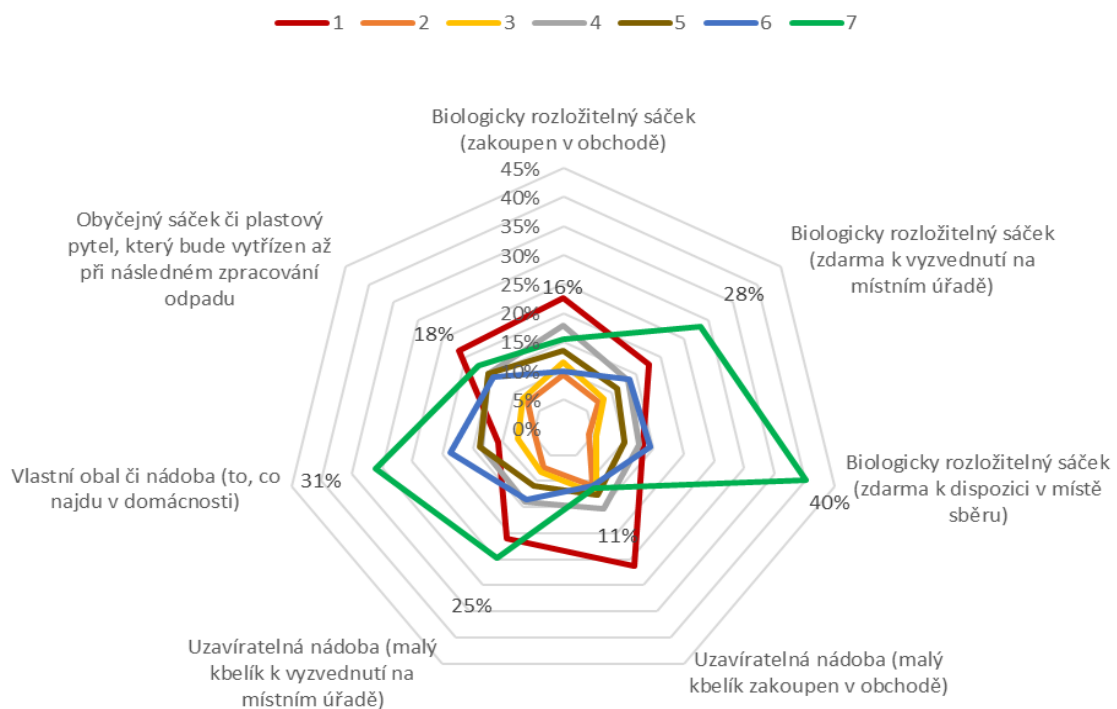
Tato studie vychází z dotazníkového šetření provedeného mezi spotřebiteli v České republice. S aplikací šesti kvótních znaků se podařilo získat vzorek spotřebitelů o velikosti $n = 1332$. Data získaná od spotřebitelů jsou doplněna daty z municipalit ($n = 59$), kdy se zástupci obcí vyjadřovali k řešené problematice. K segmentaci spotřebitelů je aplikována shluková analýza nehierarchickou metodou shlukování K-means.

Výsledky

První výsledky ukazují zvyklosti českých spotřebitelů třídít především papír, sklo a plasty. Míra třídění biologického, případně potravinového odpadu je nižší. Pozitivní zprávou pro zavedení systému sběru a třídění potravinového odpadu z domácností je, že 86 % respondentů uvádí, že je ochotno potravinový odpad třídít. Podobného názoru jsou municipality, kdy 95 % oslovených municipalit demonstrovalo ochotu zavést sběr a třídění tohoto odpadu.

Respondenti, kteří projevili ochotu potravinový odpad třídít, byli dotazováni na preferovanou nádobu, do které by potravinový odpad v domácnosti sbírali. Následující graf (Obr. 1) uvádí procenta respondentů, kteří hodnotili jednotlivé varianty nádoby ke sběru odpadu na škále 1-7. Jako nejpreferovanější varianta se ukazuje biologicky rozložitelný sáček k dispozici zdarma v místě sběru. 40 % respondentů u této možnosti vybralo nejvyšší hodnotu na škále (7 = nejpreferovanější varianta). Případně je v oblibě vyzvednutí rozložitelného sáčku na obecním úřadě či vlastní obal či nádoba z domu.

Obr. 1 Preferovaná nádoba ke sběru potravinového odpadu spotřebiteli



Zdroj: vlastní dotazníkové šetření ($n = 1145$)

Finanční zátěž pořízení nádoby či sáčku ke sběru je ochotná nést pouze třetina municipalit. Nejpreferovanější varianta ze strany municipalit je zakoupení uzavíratelné nádoby pro občany (kbelíku), který by si občané vyzvedli na obecním úřadě případně jim byl doručen domů.

Shluková analýza identifikovala čtyři spotřebitelské segmenty z hlediska motivace a vnímaných bariér spotřebiteli. Všechny segmenty sdílí nejlepší formu motivace pro třídění v podobě vědomí, že odpad bude následně zpracován, zlepšení životního prostředí v okolí a také zajištění dostatečného

množství nádob, což jde zároveň se zajištěním čistého prostředí u sběru. Rozdíly mezi segmenty se objevují v přiřazování důležitosti dalším formám motivace a různým bariérám.

První segment vnímá mnoho motivací jako třeba také možnost vyhazovat potraviny v původních obalech a bariérám nepřikládá zásadní důležitost. Tento segment, který zahrnuje nadprůměrný počet obyvatel ve věku 18-44 let a dosahuje mírně nadprůměrného příjmu domácnosti, je vhodné informovat o praktických operativních záležitostech třídění potravinového odpadu. Druhý segment zastoupený populací ve středním věku a především vysokoškolsky vzdělanými spotřebiteli, cítí nižší motivaci a naopak převládají bariéry (zápach, nedostatek kontejnerů aj.). Zde je žádoucí vhodnou komunikační bariéry snížit a motivaci podpořit informacemi o dopadech třídění potravinového odpadu. Třetí segment tvořený převážně muži je téměř bez obav a motivován ke třídění. Poslední segment, kde převládají ženy především ve věkové skupině 55+, cítí mnoho motivací, ale také přikládá velkou důležitost většině bariér jako zápach, škůdci v okolí sběru či nedostatek kontejnerů. Tyto bariéry je vhodné eliminovat a připravit spotřebitelům komfortní způsob třídění potravinového odpadu. Většina spotřebitelů preferuje informační tok přímo v místě sběru, tj. polepy na nádobách, případně doplnění informací o sběru na sociálních sítích. Starší generace upřednostňují tradiční kanály, jako například sdělení v místním zpravodaji, na což jsou aktuálně zvyklé i municipality.

Závěr

Spotřebitelé v rámci šetření demonstrovali ochotu třídít potravinový odpad, stejně jako zástupci municipalit jsou nakloněni zavedení systému sběru a třídění potravinového odpadu. Systém by měl být nastaven tak, aby vyhovoval spotřebitelům z domácností i dalším aktérům odpadového hospodářství. Spotřebitelé preferují vynášet odpad v biologicky rozložitelných sáčcích, avšak nejsou ochotni si tyto sáčky sami pořizovat a nést finanční zátěž. Při zavedení systému sběru a třídění potravinového odpadu je nutné spotřebitele motivovat ke třídění, ale také pracovat s identifikovanými bariérami. Nejlépe vnímaná motivace se ukazuje motivace v podobě vědomí, že odpad bude následně využít. Na druhou stranu bariéry převládají ve formě spotřebitelských obav ze zápachu odpadu, výskytu škůdců v okolí sběru a nedostatku kontejnerů. Provedená segmentace přibližuje motivace a bariéry třídění u specifických spotřebitelských segmentů, se kterými je vhodné pracovat, a také vhodnou formu komunikace se spotřebiteli.

Literatura

den Boer J, Kobel P, den Boer E, Obersteiner G. 2023. Food waste quantities and composition in Polish households. *Waste Management & Research*. 41(8): 1318-1330. doi: 10.1177/0734242X231155095

Giwa, A.S., Cai, H., Memon, A.G., Segun, B., Adie, G., Odey, E.A., Wang, B., Shahin, A.M.D., Xiong, X., Maurice, N.J. 2022. Characterization and Environmental Impacts of Kitchen Wastes From Food-Waste Disposer Device. *Environmental Engineering and Management Journal*, 21(1): 137-144. doi: 10.30638/eemj.2022.013

Kandemir, C., Reynolds, C., Quested, T., Fisher, K., Devine, R., Herszenhorn, E., Koh, S. C. L., Evans, D. 2020. Using discrete event simulation to explore food wasted in the home. *Journal of Simulation*, 16(4): 415-435. doi: 10.1080/17477778.2020.1829515

Mahmudul, H. M., Rasul, M. G., Akbar, D., Narayanan, R., & Mofijur, M. (2022). Food waste as a source of sustainable energy: Technical, economical, environmental and regulatory feasibility analysis. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 166, 112577. doi: 10.1016/j.rser.2022.112577

Stancu, V., Haugaard, P., and Lähteenmäki, L. 2016. Determinants of consumer food waste behaviour: Two routes to food waste. *Appetite*, 96: 7-17. doi: 10.1016/j.appet.2015.08.025