



T A

Č R

Ministerstvo životního prostředí

Využívání komunikačních nástrojů a výsledky odpadového hospodářství obcí

Michal Struk

Masarykova univerzita

Role komunikace

- Výsledky nakládání s komunálním odpadem obecně závisí na dvou faktorech – dostupné infrastruktuře a chování lidí
- Infrastruktura – relativně snadno kvantifikovatelná
- Chování lidí – významné rozdíly, mnoho možných způsobů ovlivňování, výsledky se liší
 - Velký potenciál pro zlepšení

Příklady komunikačních nástrojů

- Používání komunikačních nástrojů odráží legislativní požadavky , preference lidí a kapacity obce
- Povinné: webová stránka, oficiální informační deska obce
- Běžně používané: místní noviny, sociální sítě, letáky, školy, newslettery...
- Inovativní: interaktivní aplikace, praktické ukázky...
- Specifické pro obec: neoficiální informační místa, místní vysílání

Vlastní výzkum

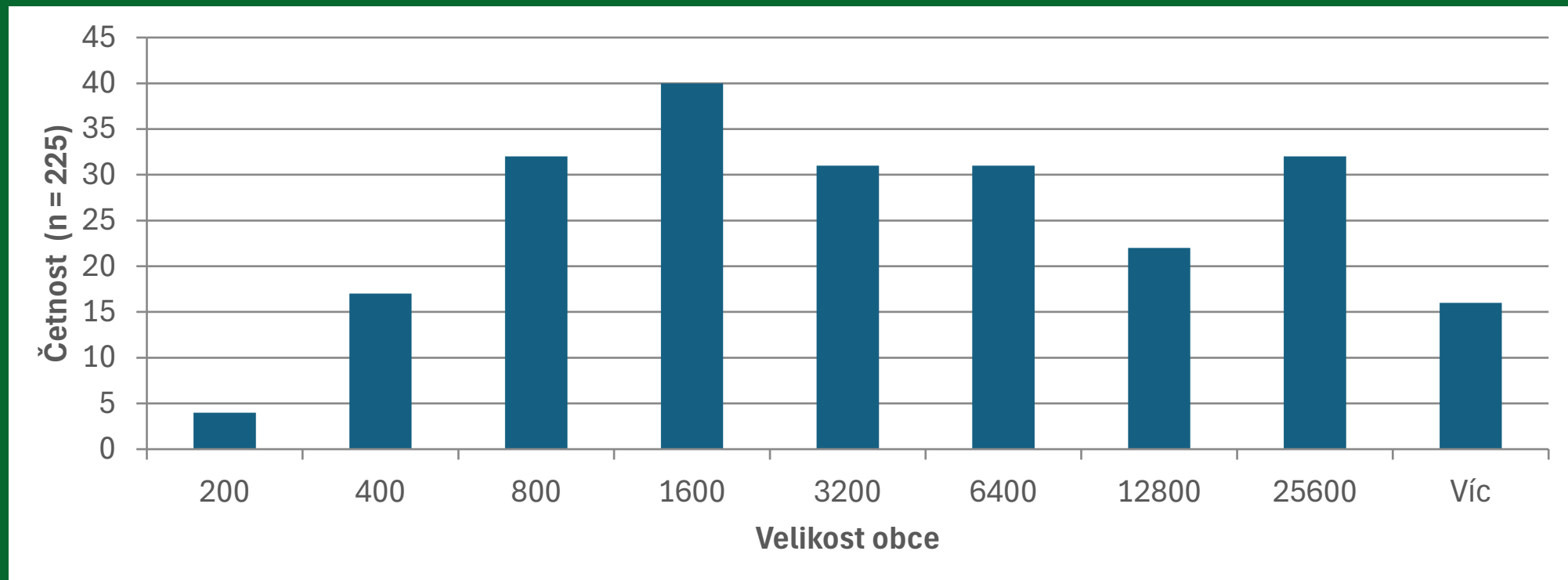
- **V oblasti OH se české obce zaměřují na dva hlavní cíle:**
 - Snížit produkci směsného odpadu
 - Zvýšit míru třídění odpadu
- **Rozsáhlejší komunikace témat souvisejících s odpady, která zahrnuje více nástrojů, by měla vést k lepším výsledkům v oblasti OH**
 - Jaké komunikační nástroje se používají a jak ovlivňují OH obcí?
- **Slouží různé komunikační nástroje různým účelům a ovlivňují různé cílové skupiny? A promítá se to do výkonnosti OH (produkce a třídění odpadu)?**

Výběr vzorku

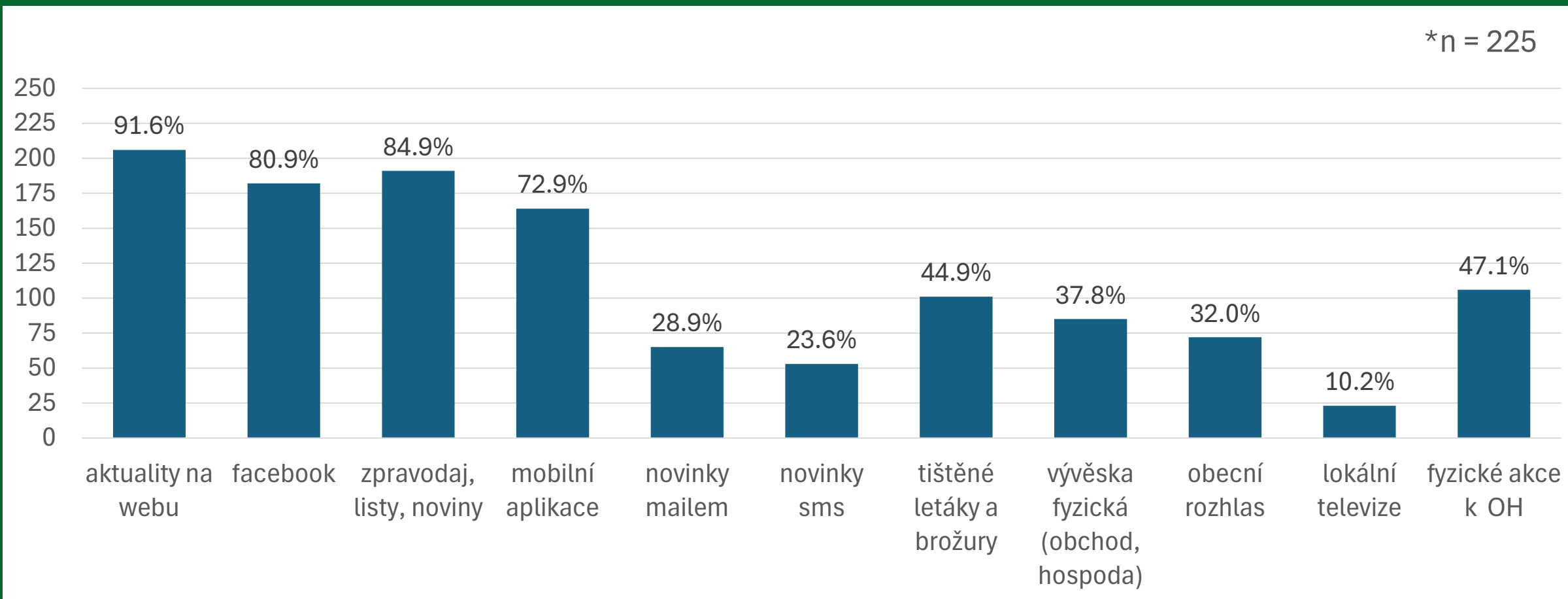
- Více než 6000 českých obcí seřazených abecedně v rámci krajů a kraje seřazený dle oficiální klasifikace, pro každou obec uveden počet obyvatel
- Metoda náhodné procházky použitá k výběru obcí obsahujících každého n -tého obyvatele
- Krajská města a obce s více než 50 000 obyvateli byly vynechány kvůli komplexnosti systémů OH ve větších městech a obecně širokému výběru používaných komunikačních nástrojů, kde se stírají sledované rozdíly

Vzorek

- 225 obcí vybraných z více než 6000 obcí v Česku
 - Počet obyvatel se pohybuje od 110 do 49 724



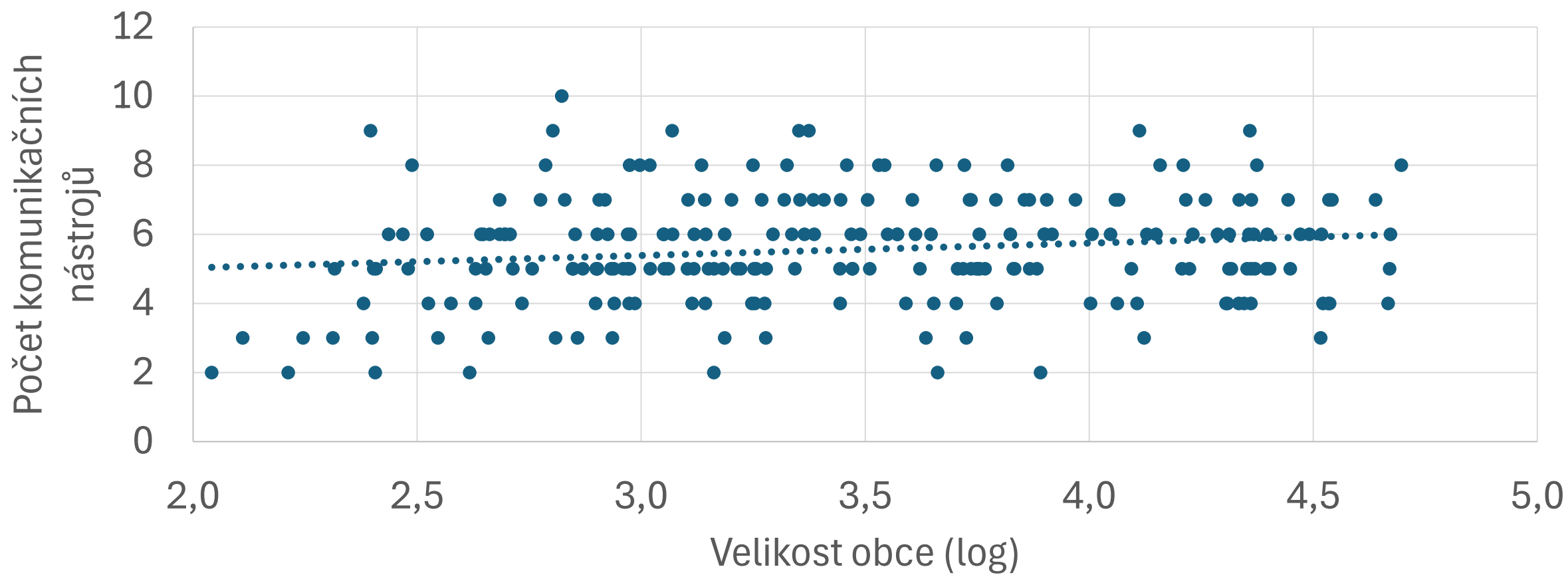
Využití komunikačních nástrojů



Využívání komunikačních nástrojů

- Webové stránky obcí jsou pro obce povinné a většina obcí (92 %) zde zveřejňuje informace o nakládání s odpady
- Místní noviny jsou tradičním komunikačním nástrojem a většina obcí (85 %) je stále používá ke sdělování informací o OH, často podrobnějších
- Sociální sítě (81 %) a mobilní aplikace (73 %) představují nové progresivní komunikační nástroje s možnostmi zpětné vazby
- Fyzické akce, letáky a informační tabule se používají ve 40–50 % obcí, využívání oznámení v místním rozhlasu v čase klesá (32 %)
- E-maily a SMS novinky se používají spíše zřídka (vyžaduje se přihlášení k odběru), ale v závislosti na konkrétní obci mohou být efektivním nástrojem

Velikost obce a využívané komunikační nástroje

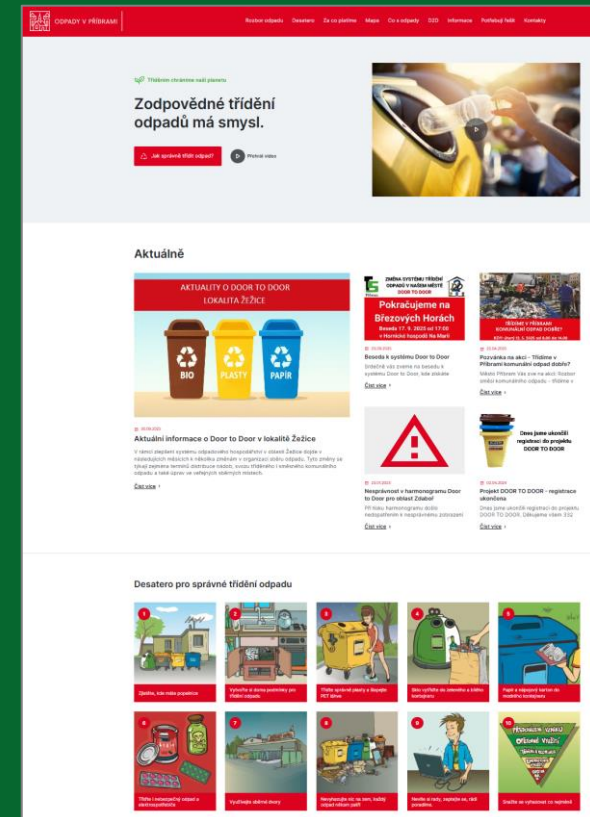
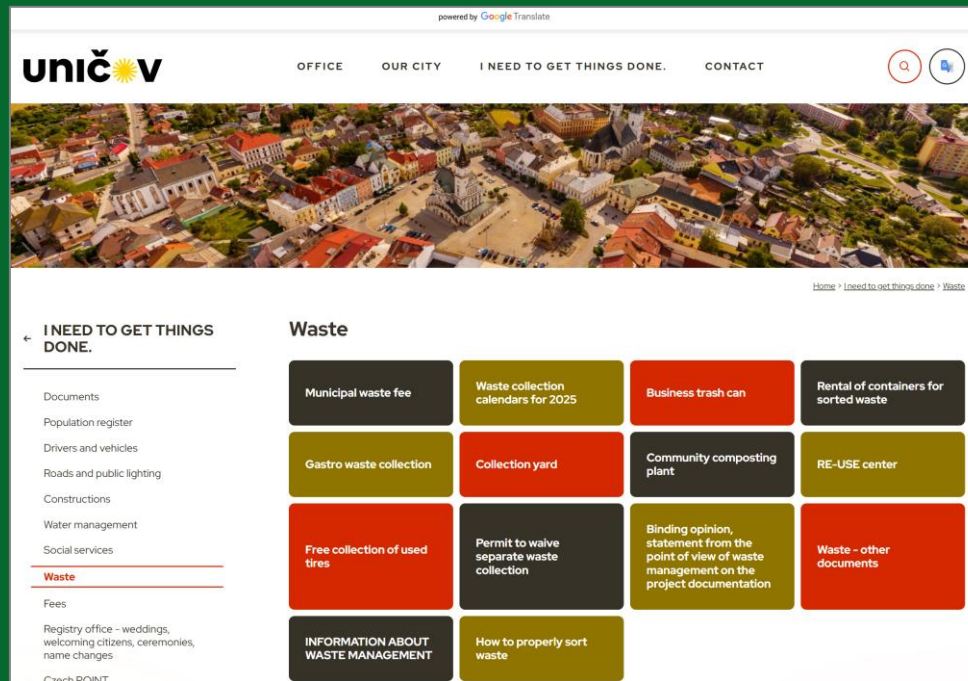


Souhrn výsledků

- **Větší obce obecně používají více komunikačních nástrojů, ale ne o mnoho (2–10 používaných nástrojů, 80 % používá 4–7 nástrojů, průměrně 5,5)**
 - Nejmenších 20 % používá v průměru 5,1 nástrojů
 - Největších 20 % používá v průměru 5,7 nástrojů
- **Rozdíl je v „kvalitě“ používaných nástrojů**
 - Záleží na velikosti obce, politickém vedení a vnímaném významu OH
 - Složitější webové stránky
 - Častěji vydávané noviny
 - Více příspěvků a interakcí na sociálních sítích

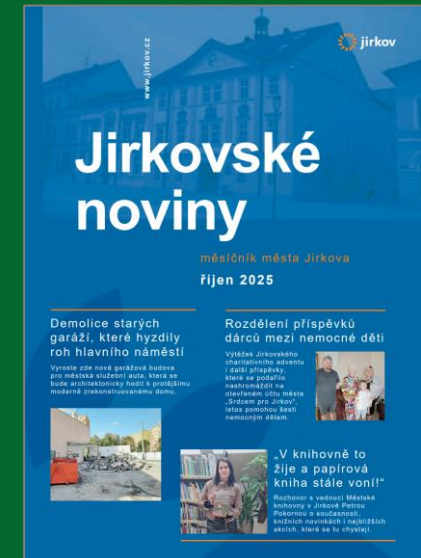
Webové stránky obcí

- Velká variabilita, závisí na kapacitě obce a vnímané důležitosti OH
 - Komplexní s podrobnými informacemi X základní pouze s výši poplatku + termíny svozů



Místní noviny, zpravodaje

- Velké rozdíly v četnost publikování, rozsahu informací o OH
 - Záleží na kapacitě obce, politickém zájmu o téma (nutno psát +tisknout +distribuovat)
 - Dobrý nástroj pro vysvětlení složitějších změn v OH (více prostoru pro sdělení)
 - Možnost zahrnout letáky, roční rozvrhy atd. jako přílohu



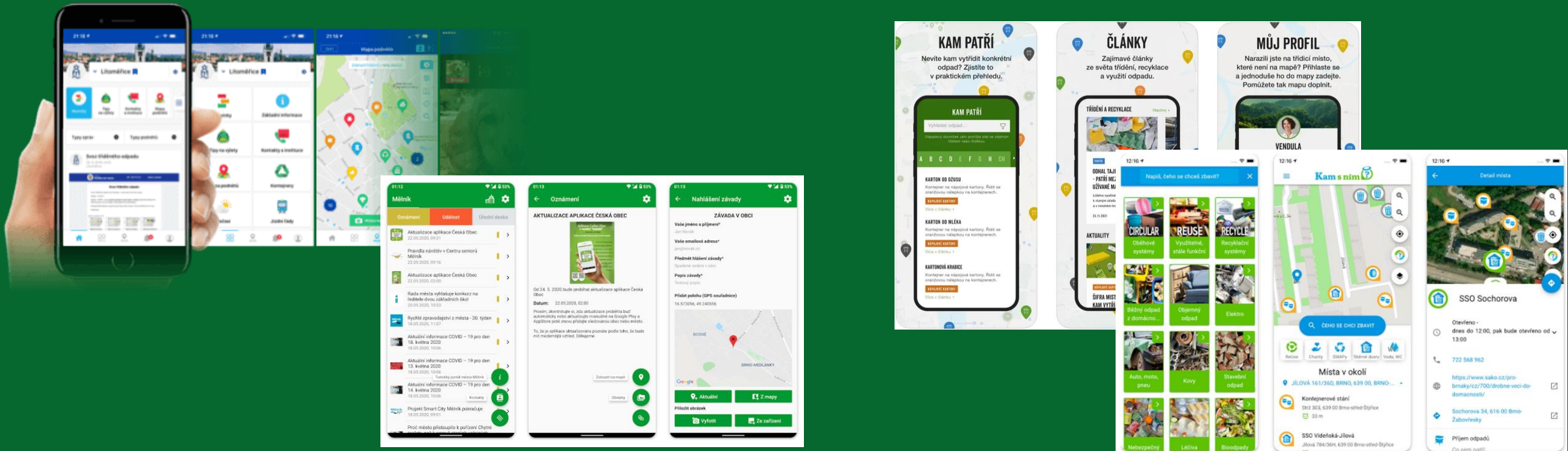
Sociální sítě

- **Použitelnost se mezi obcemi značně liší**
 - V některých případech je to velmi efektivní a užitečné, v jiných zbytečné
 - Vyžaduje administraci, výhoda pro větší obce s profesionálním PR oddělením
 - Lze použít pro obousměrnou komunikaci



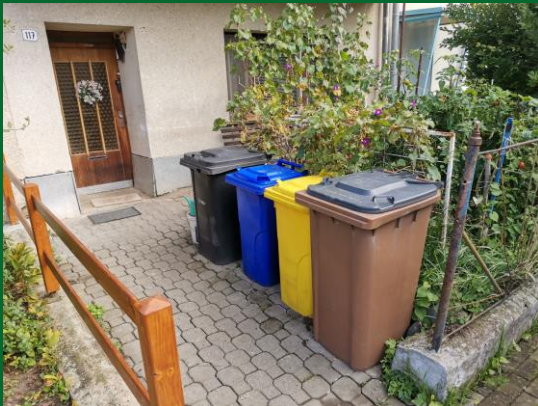
Mobilní aplikace

- Aplikace pro obecné informace X specializované aplikace pro OH
 - Záleží na obci (ceny licencí, nutnost doplňovat aktuální údaje, vydávat příspěvky)
 - Záleží na lidech – ne všichni jsou fanoušky aplikací a technologií



Další komunikační nástroje

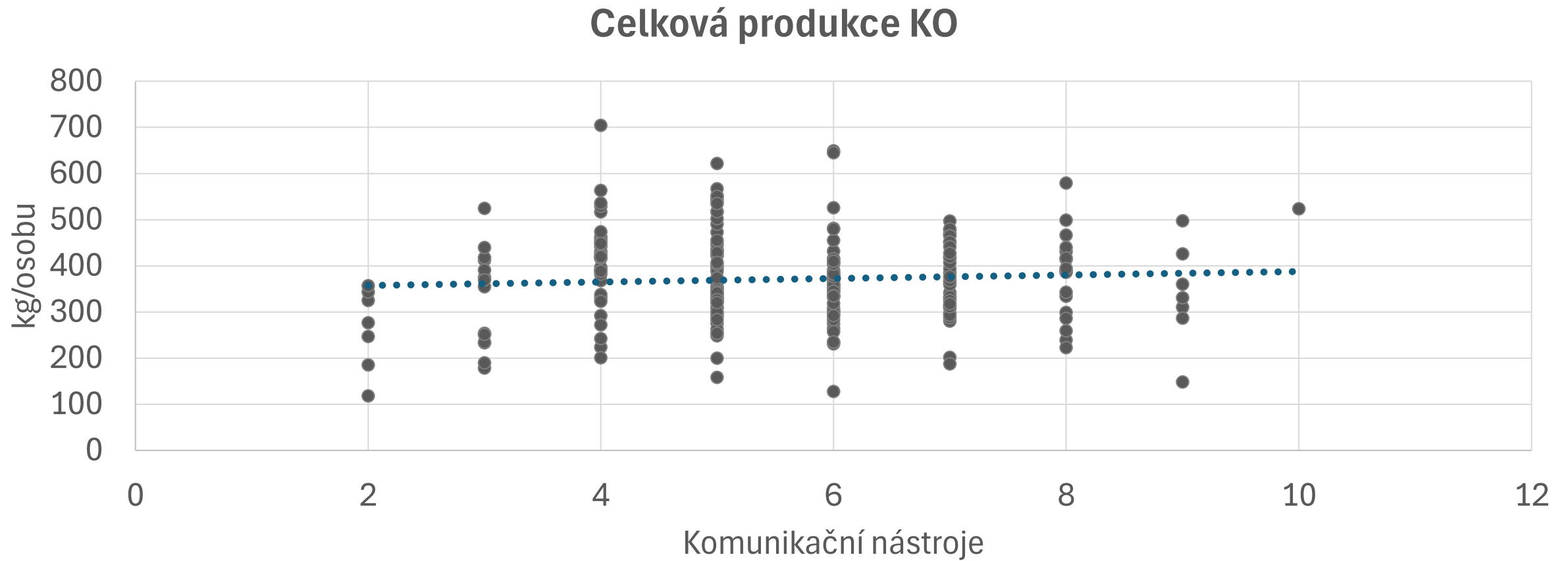
- Praktické demonstrace, názorné ukázky, aktivity se zapojením obyvatel
 - Analýza obsahu veřejného odpadu
 - Úklidové dny
- Ale také motivační programy, D2D sběr tříděného odpadu atd.



Přehled výsledků OH obcí (n = 225)

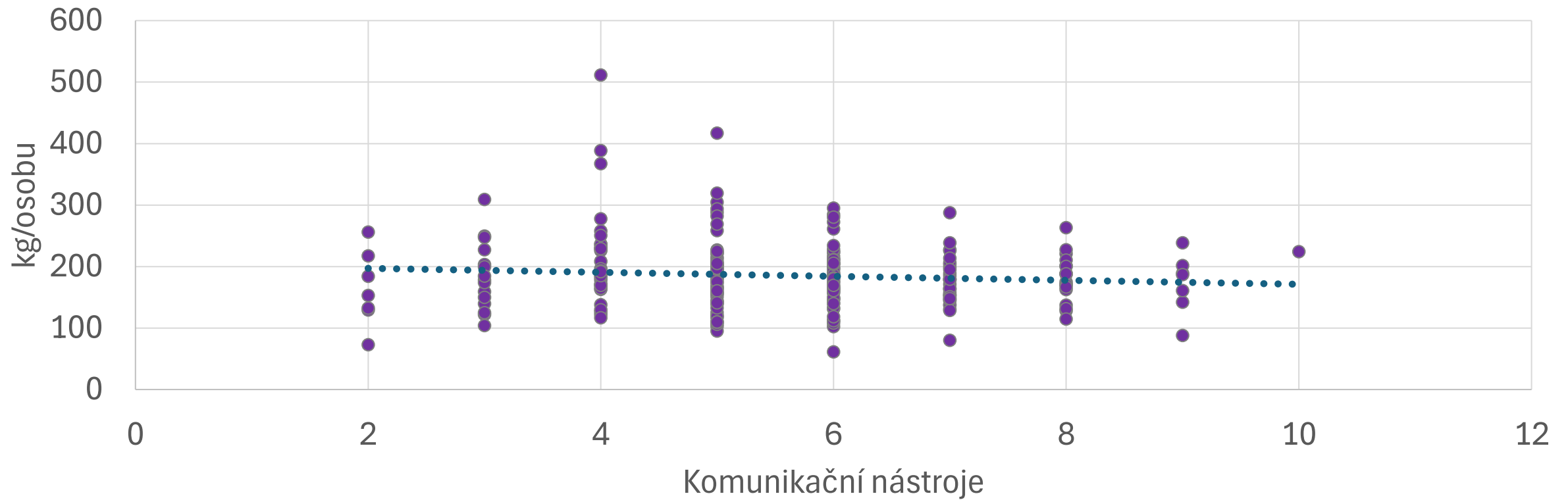
(v kg/osoba)	minimum	20 %	medián	80 %	maximum
Komunální odpad celkem	118,2	292,8	367,7	441,8	704,5
Směsný komunální odpad	61,3	140,8	181,0	223,3	511,4
Tříděný odpad (ppsk)	20,9	45,9	58,9	74,5	157,2
Tříděný odpad + bioodpad	24,9	68,1	131,7	192,4	480,4
Míra třídění	8,7 %	37,2 %	50,7 %	58,8 %	78,7 %

Komunikace a výsledky OH

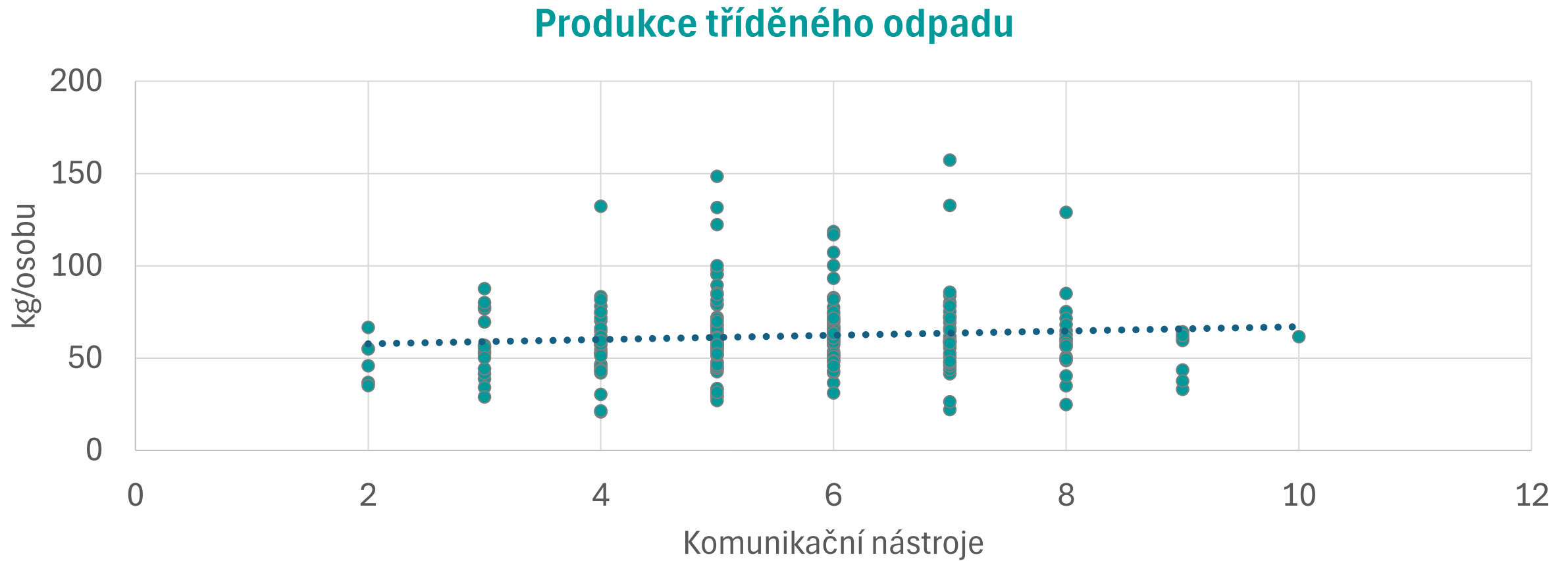


Komunikace a výsledky OH

Produkce směsného KO

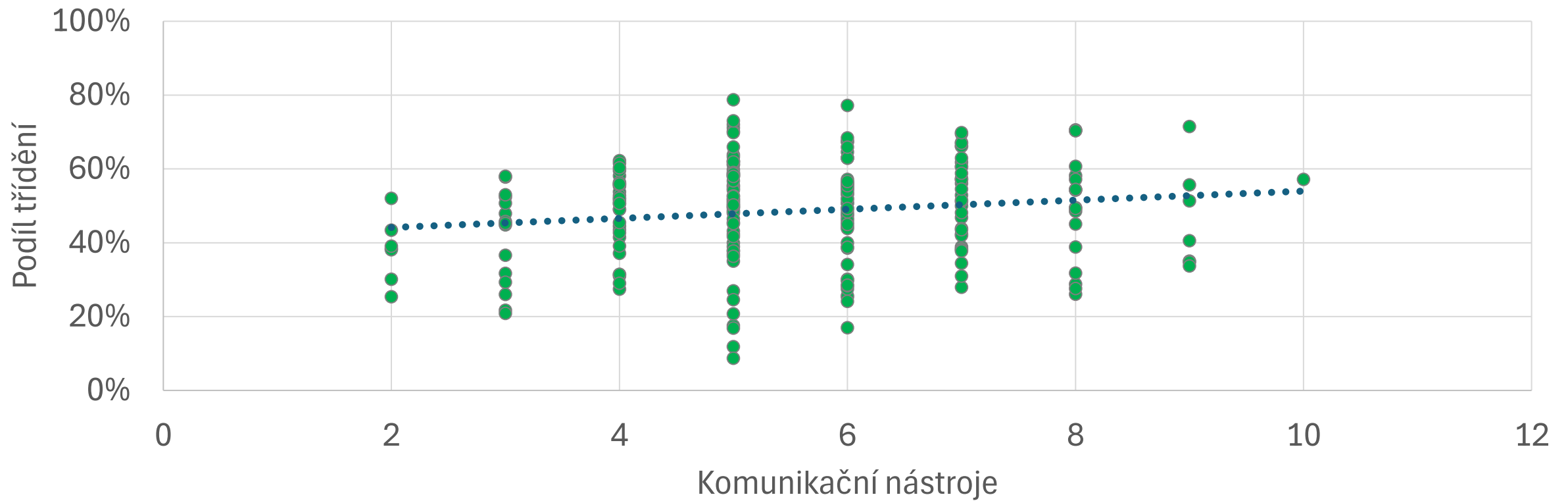


Komunikace a výsledky OH



Komunikace a výsledky OH

Míra třídění KO



Další zjištění

- **Různé komunikační nástroje jsou různě účinné u různých cílových skupin**
 - Senioři dávají přednost tištěným novinám a letákům
 - Mladší a střední generace preferují více sociální sítě a webové stránky
 - Ústní podání a osobní interakce v menších obcích
 - Existence nebo absence sociálního tlaku
 - Obvykle vesnice X město, ale ne vždy



Další zjištění

- **Přírodní a sociální prostředí může hrát důležitou roli**
 - Geografie obce (rozložení, ruralita, struktura obydlí)
 - Sociálně znevýhodněné oblasti
 - Ekonomická situace v regionu
 - Blízkost státních hranic
 - „Meziobecní“ přeprava odpadu, odpad z tranzitu
- **D2D sběru recyklovatelných odpadů**
- **Nějaká forma pobídky (peněžní je obvykle nejúčinnější)**

Závěry

- **Každá obec je jiná**
 - Různé vnímání důležitosti WM
 - Různé podmínky, administrativní kapacita, rozpočet atd.
 - Různí lidé (nejen demograficky, ale také názory, myšlenky a preference)
- **Efektivní komunikační strategie musí být přizpůsobena jednotlivým obcím – využívat místní znalosti, ale také metoda pokus-omyl**
 - Co funguje dobře v jedné obci, může být v druhé naprostým selháním
 - Dlouhodobá aktivita, téměř nikdy nestačí jednorázová komunikace
 - Opakujte, získejte zpětnou vazbu, upravujte, vylepšujte (ale ne příliš rychle a příliš často), komunikujte s lidmi, ptejte se na jejich názor, žádejte o návrhy, nacházejte řešení
- **Více použitých komunikačních nástrojů – obvykle lepší výsledky**
 - Ale „kvalita“ komunikačních nástrojů je velmi důležitá a náhrada kvantity kvalitou je možná
 - Hledejte, co u vás funguje, a poté to vylepšete a případně dál rozšiřujte

- V případě dotazů nebo zájmu o bližší informace nás neváhejte kontaktovat na struk@muni.cz

