

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Bakalářská práce

Bezobalové nakupování v okrese Frýdek-Místek

Linda Nowaková

© 2023 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Linda Nowaková

Ekonomika a management

Název práce

Bezobalové nakupování v okrese Frýdek-Místek

Název anglicky

Packaging-free Shopping in the Frýdek-Místek District

Cíle práce

Hlavní cíl práce identifikace stávající situace v oblasti bezobalového nakupování v okrese Frýdek-Místek a na základě zjištěných skutečností formulovat pro zvýšení objemu těchto nákupů.

Dílčím cílem práce je sestavení teoretických východisek v oblasti bezobalového nakupování, provedení dotazníkového šetření u obyvatel vybraného okresu, analýza získaných dat včetně testování vybraných hypotéz a formulace závěrů včetně navržených opatření vedoucích ke zvýšení zájmu o tento druh nakupování.

Metodika

Metodika teoretických východisek zahrnuje kompilaci, analýzu a syntézu sekundárních dat z odborné literatury a odborných relevantních vědeckých, právních a internetových zdrojů.

Metodika vlastní práce předpokládá provedení dotazníkového šetření u vybrané skupiny respondentů. Dále je předpokládána formulace hypotéz na základě výstupu teoretických východisek a jejich následné ověření statisticky relevantní metodou s použitím vhodného statistického SW. Závěrem jsou navržena doporučení pro zvýšení zájmu o bezobalové nakupování.

Doporučený rozsah práce

30-40 stran

Klíčová slova

Nakupování, zerowaste, plasty, přístup, zákazník, obchod, příležitosti, ohrožení.

Doporučené zdroje informací

- CALDEIRA, C., V. DE LAURENTIIS a S. CORRADO. Quantification of food waste per product group along the food supply chain in the European Union: a mass flow analysis. 2019. ISSN: 0921-3449.
- CHRASTINA, J. Případová studie—metoda kvalitativní výzkumné strategie a designování výzkumu: Case study—a method of qualitative research strategy and research design. Palacký University Olomouc, 2019.
- JOHNSON, B. Domácnost bez odpadu: jak si zásadně zjednodušit život snížením produkce odpadu. 3. vydání. Praha: PeopleComm, 2018. ISBN 978-80-87917-43-5.
- OKUNOLA A, Alabi et al. Public and Environmental Health Effects of Plastic Wastes Disposal: A Review. Journal of Toxicology and Risk Assessment 2019, 5(2); ISSN 25724061, doi:10.23937/2572-4061.1510021
- WERNEROVÁ, P. Konec doby odpadové: jak několika jednoduchými změnami napomoci nejen planetě, ale hlavně sami sobě. Nové Strašecí: Pavla Wernerová, 2019. ISBN 978-80-270-6920-0.
- WILSON-POWELL, G. Jak žít ekologicky?: zelená řešení pro svět po pandemii.. [Praha]: Barez & Conrad Books, 2020. ISBN 978-80-270-8669-6.

Předběžný termín obhajoby

2022/23 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Petra Šánová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 14. 2. 2023

prof. Ing. Luboš Smutka, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 28. 2. 2023

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 06. 03. 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci "Bezobalové nakupování v okrese Frýdek-Místek" vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15. 3. 2023

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce Ing. Petře Šánové, Ph.D. z katedry obchodu a financí České zemědělské univerzity v Praze za trpělivost, užitečné rady, odborné vedení a cenné připomínky při zpracování mé bakalářské práce. Mé poděkování také respondentům, díky kterým mi bylo umožněno zpracování dat. V neposlední řadě děkuji rodině, příteli a kamarádům za podporu během celého studia.

Bezobalové nakupování v okrese Frýdek-Místek

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá bezobalovým nakupováním v okrese Frýdek-Místek, identifikací stávající situace v okrese a charakteristikou spotřebitelů. Přiblížena je problematika odpadu v České republice, funkce a typy jednotlivých obalů. Následně je představen koncept bezobalového nakupování, a jelikož je práce zaměřena na okres Frýdek-Místek, je zde provedena analýza možností bezobalového nákupu. V praktické části jsou zhodnoceny preference spotřebitelů při nakupování. Pomocí dotazníkového šetření je posouzena informovanost společnosti o těchto obchodech. Stanovené hypotézy jsou založeny na motivech či překážkách v bezobalovém směru nakupování. Tyto předem stanovené hypotézy jsou testovány za pomoci statistických metod. Na základě získaných dat je v závěru práce vyhodnocen stávající postoj obyvatelů okresu k bezobalovým prodejnám.

Klíčová slova: Bezobalové nakupování, zero waste, zákazník, obchod, příležitost, ohrožení, ekologie, trvanlivé potraviny

Packaging-free shopping in Frýdek-Místek district

Abstract

The bachelor thesis deals with unpackaged shopping in the Frýdek-Místek district, identification of the current situation in the district and characteristics of consumers. It presents the waste issues in the Czech Republic, functions and types of packaging. The concept of packaging-free shopping is then introduced and, as the thesis is focused on the Frýdek-Místek district, an analysis of the possibilities of packaging-free shopping is carried out. In the practical part, consumer preferences in shopping are evaluated. Using a questionnaire survey, the awareness of society about these shops is evaluated. The hypotheses established are based on the motives or barriers in the packaging-free shopping direction. These predetermined hypotheses are tested using statistical methods. Based on the data collected, the paper concludes by evaluating the current attitude of the district residents towards the packaging-free stores.

Keywords: Packaging-free shopping, zero waste, customer, store, opportunity, threat, ecology, durable food

Obsah

1	ÚVOD.....	11
2	CÍL PRÁCE A METODIKA	12
2.1	CÍL PRÁCE.....	12
2.2	METODIKA.....	12
3	TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	15
3.1	PROBLEMATIKA ODPADU	15
3.1.1	<i>Plasty v oceánech.....</i>	<i>15</i>
3.1.2	<i>Třídění a likvidace odpadu</i>	<i>16</i>
3.1.3	<i>Produkce odpadu v ČR.....</i>	<i>18</i>
3.2	OBALY	21
3.2.1	<i>Druhy obalů.....</i>	<i>21</i>
3.2.2	<i>Funkce obalů.....</i>	<i>21</i>
3.2.3	<i>Recyklace obalů.....</i>	<i>22</i>
3.2.4	<i>Igelitové tašky a jejich alternativy.....</i>	<i>22</i>
3.3	BEZOBALOVÉ NAKUPOVÁNÍ.....	23
3.3.1	<i>Zero waste.....</i>	<i>23</i>
3.3.2	<i>Počátky bezobalových obchodů v ČR.....</i>	<i>25</i>
3.4	BEZOBALOVÉ NAKUPOVÁNÍ V OKRESE FRÝDEK–MÍSTEK	25
3.4.1	<i>Struktura obyvatel.....</i>	<i>26</i>
3.4.2	<i>Bezobalové prodejny v okrese.....</i>	<i>27</i>
4	VÝSLEDKY A DISKUSE.....	30
4.1	CHARAKTERISTIKA RESPONDENTŮ.....	30
4.2	VÝSLEDKY ŠETŘENÍ	31
4.3	TESTOVÁNÍ HYPOTÉZ	41
4.4	DISKUSE	44
5	ZÁVĚR	47
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	49
	SEZNAM PŘÍLOH.....	53

Seznam grafů

Graf 1: Produkce odpadu v ČR v letech 2011-2020	19
Graf 2: Produkce komunálního odpadu v ČR v letech 2011-2020	20
Graf 3: Zastoupení věkových skupin mezi respondenty	30
Graf 4: Jak často nakupujete v následujících prodejnách?	31
Graf 5: Faktory ovlivňující návštěvu jednotlivých obchodů	32
Graf 6: Využívání nákupních tašek v závislosti zájmu o ekologii.....	33
Graf 7: Využívání obalů na pečivo	34
Graf 8: Využívání obalů na ovoce a zeleninu	35
Graf 9: Informovanost o bezobalových obchodech	36
Graf 10: Zastoupení bezobalových obchodů v obcích.....	37
Graf 11: Dostupnost bezobalových prodejen	38
Graf 12: Ekonomická dostupnost bezobalových prodejen z pohledu respondentů v závislosti na jejich ekonomické situaci	39
Graf 13: Bezobalové nakupování jednotlivých výrobků	40

Seznam tabulek

Tabulka 1: Věkové skupiny v okrese Frýdek–Místek, upraveno pro reprezentativní šetření	13
Tabulka 2: Věkové skupiny v okrese Frýdek-Místek	26
Tabulka 3: Seznam obcí s možností bezobalového nákupu.....	29
Tabulka 4: Využívání nákupních tašek v závislosti zájmu o ekologii – absolutní četnosti.41	
Tabulka 5: Zájem o bezobalový obchod v závislosti na velikosti obce – absolutní četnosti	42
Tabulka 6: Ekonomická dostupnost bezobalových prodejen z pohledu respondentů v závislosti na ekonomickou situaci – absolutní četnosti	43

1 Úvod

Název bakalářské práce zní „Bezobalové nakupování v okrese Frýdek-Místek.“ Obaly nesou velký podíl na produkci odpadu, jehož množství neustále roste. Společnost se potýká s obrovskou produkcí odpadů, které mají za následek mnoho enviromentálních problémů, přes fyzické ubližování živočichům po znečišťování přírodního prostředí toxickými látkami. Česká republika se v porovnání s ostatními státy řadí k nadprůměrným producentům komunálního odpadu, ten tvoří necelých 15 % z celkového množství, přičemž celkové množství se blíží k 6 miliónům tun za rok. Při takovém množství není řešením pouze třídění a recyklace, nýbrž předcházení samotnému vzniku odpadu. Tomu může přispět každý jedinec vyhýbáním se použití jednorázových obalů a využíváním bezobalových prodejen.

Bezobalové prodejny jsou součástí myšlenky zero waste, která zastává odlišné nákupní návyky. Zero waste ovšem nepodporuje pouze přímý nákup věcí bez obalu, ale jde o životní styl, který vyznávají lidé snažící se snížit svou odpadovou stopu na minimum. Zero waste se pomalu začal rozšiřovat i na území České republiky, kdy byla v Praze v roce 2014 otevřena první bezobalová prodejna. V současně době má tato prodejna již několik poboček a trend bezobalových obchodů se rozšířil i mimo hlavní město Prahu.

Cílem práce je analýza bezobalových prodejen ve vybraném okrese Frýdek-Místek a charakteristika spotřebitelů v tomto okrese. Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části je rozebrána problematika obalů, jejich funkce a dělení. Přiblíženy jsou také odpady v České republice, jejich třídění a likvidace včetně recyklace. Praktická část se zabývá bezobalovými prodejny v okrese Frýdek-Místek a spotřebiteli s různými nákupními návyky v tomto okrese. Tato část je zpracována za pomoci dotazníkového šetření a následné analýzy výsledků. Na závěr jsou na základě zpracovaných dat z tohoto dotazníku potvrzeny nebo zamítnuty předem stanovené hypotézy. Díky získaným datům bude ve frýdecko-místeckém okrese situace vyhodnocena v závěru práce.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavní cíl práce je identifikace stávající situace v oblasti bezobalového nakupování v okrese Frýdek-Místek a na základě zjištěných skutečností formulovat pro zvýšení objemu těchto nákupů.

Dílčím cílem práce je sestavení teoretických východisek v oblasti bezobalového nakupování, provedení dotazníkového šetření u obyvatel vybraného okresu, analýza získaných dat včetně testování vybraných hypotéz a formulace závěrů včetně navržených opatření vedoucích ke zvýšení zájmu o tento druh nakupování.

2.2 Metodika

Bakalářská práce zahrnuje jak teoretickou, tak praktickou část. Teoretická část je zpracována za pomoci studie odborné literatury. Informace byly čerpány z knižních zdrojů a internetových vědeckých článků, které se zabývají odpady a zero waste životním stylem. Informace o produkci odpadu byly převzaty od Ministerstva životního prostředí. V neposlední řadě byly použity také webové stránky bezobalových obchodů, které poskytly základní informace k uvedení jednotlivých prodejen. Veškeré tyto zdroje jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

K vlastní praktické části bylo využito dotazníkové šetření v elektronické i papírové podobě, které bylo mířeno na širokou veřejnost v okrese Frýdek-Místek. V první řadě byla sestavena struktura obyvatel jednotlivých obcí v okrese. Abecední seznam všech vesnic s počtem obyvatel a průměrným věkem je k dispozici v tabulce v příloze 3. Následně byla vytvořena struktura obyvatel podle věkových skupin a pohlaví. Údaje ke struktuře obyvatel byly převzaty z Českého statistického úřadu, na který je konkrétní odkaz uveden rovněž v seznamu použitých zdrojů. Tyto údaje jsou k dispozici v absolutních hodnotách, pro využití v bakalářské práci byly přepočítány také na procentuální zastoupení. Jelikož se práce zabývá nákupními návyky, byla struktura upravena pro reprezentativní použití. Vyřazeny byly osoby mladší 20 let, a naopak věkové skupiny od 70 let a výše byly sloučeny do jedné. Tyto údaje pak byly opět přepočítány na procentuální zastoupení.

Tabulka 1: Věkové skupiny v okrese Frýdek–Místek, upraveno pro reprezentativní šetření

Věková skupina	Obyvatelstvo celkem		Z toho ženy		Z toho muži	
Celkem	165 160		80 505		84 655	
20–29 let	19 960	12,09 %	10 278	12,77 %	9 479	11,2 %
30–39 let	26 534	16,07 %	13 723	17,05 %	12 811	15,13 %
40–49 let	33 768	20,46 %	17 392	21,60 %	16 376	19,34 %
50–59 let	29 178	17,67 %	14 795	18,38 %	14 383	16,99 %
60–69 let	26 742	16,19 %	12 824	15,92 %	13 918	16,44 %
70 a více let	29 181	17,67 %	11 493	14,27 %	17 688	20,89 %

Zdroj: ČSÚ (2021), vlastní zpracování

Nejpočetnější skupinou v okrese Frýdek–Místek je po úpravě věková skupina v rozmezí 40–49 let, do které spadá 20,46 % obyvatel. Následně jsou nejvíce zastoupeni lidé nad 70 let, kteří zaujímají 17,67 %, vysoké zastoupení těchto obyvatel je samozřejmě z důvodu sečtení čtyř desetiletých věkových skupin dohromady. Jen o tři obyvatele méně obsahuje skupina lidí od 50 do 59 let a nejmenší věkovou skupinu tvoří osoby v rozmezí 20–29 let. Tahle nejmladší skupina tvoří pouhých 12,09 % ze struktury obyvatel.

Dotazníkové šetření bylo spuštěno nejdříve v internetové podobě prostřednictvím Google Docs dotazníku. Spuštění tohoto dotazníku bylo uskutečněno 2. 10. 2022, kdy byl odkaz na dotazník sdílen na sociálních sítích a do diskuzních fór a obsahoval 13 otázek, přičemž 5 otázek obsahovalo další podotázky a na závěr respondenti odpovídali na 5 otázek identifikačních. První otázka vyžadovala odpověď, zda je respondent z okresu Frýdek–Místek, aby se vyloučila možnost získání odpovědí od lidí, kterých se dotazník netýká. Dotazníkové šetření má pomoci vyhodnotit, v jaké míře je zastoupeno nakupování bez obalů a zastoupení nakupování v bezobalových prodejnách. První polovina otázek se všeobecně zajímala o životní styl respondentů, kde nejčastěji nakupují a byly zjišťovány faktory ovlivňující výběr obchodu. Dotazník pokračoval otázkami zjišťující vztah respondentů k ekologii. V následující sekci bylo vysvětleno, co bezobalový obchod je, načež navazovaly konkrétnější otázky ohledně těchto obchodů. Bylo zkoumáno, jak se lidé k možnosti nakupovat v bezobalových prodejnách stavějí, zda je jim na této možnosti něco sympatické nebo naopak, zda je něco od nákupu zde odrazuje nebo nákup znemožňuje. Odkaz na dotazník byl nasdílen mezi občany bydlící v okrese Frýdek–Místek celkem 6x během čtyř měsíců. Pro podpoření šance k sesbírání dostatečného počtu odpovědí byl dotazník sdílen opakovaně. V prvním týdnu v lednu dotazník sdílen ještě do komunity

občanů jednotlivých vesnic za pomoci uzavřených facebookových skupin. Jelikož se v průběhu potvrdil předpoklad, že se dotazník v internetové podobě nedostane k dostatečnému množství starších občanů, byla část odpovědí sesbírána osobně. V tištěné podobě bylo rozdáno 50 dotazníků náhodným kolemjdoucím, které jsem o vyplnění požádala. Oslovováni byli převážně důchodci v centru města, se kterými jsem dotazník vyplnila a následně přes Google formulář přepsala do internetové podoby. Dotazník vyplnilo celkem 400 respondentů, avšak část odpovědí musela být smazána. Vyřazeny byly odpovědi, které nesplňovaly kritéria. Respondent označil například v první otázce, že v okrese Frýdek–Místek nebydlí nebo nesplňoval věkovou skupinu, pro kterou byl dotazník určený. Sběr odpovědí byl ukončen 10. 2. 2023.

Během doby, kdy byly sbírány odpovědi bylo provedeno vlastní šetření, při kterém se zhodnotila aktuální situace v okrese Frýdek–Místek. Vlastním pozorováním byl vytvořen souhrn bezobalových prodejů v okrese a dalších možností bezobalového nákupu. Tyto údaje byly zpracovány do tabulky 3, ve které je uveden seznam obcí, které možnost bezobalového nakupování umožňují.

Souhrn odpovědí byl uložen do formuláře od společnosti Google. Pro vyhotovení jednotlivých grafů se odpovědi převedly do tabulek, kde byly za pomoci kontingenční tabulky vytvářeny grafy jednotlivých odpovědí v závislosti na sobě. Pro vlastní práci byly nejčastěji využívány grafy sloupcové, v ojedinělých případech i graf výsečový a jeden graf sloupcový skládaný.

V závěru práce byly potvrzovány stanovené hypotézy. Pro každou hypotézu byla vytvořena kontingenční tabulka s potřebnými daty. Všechny tři hypotézy byly otestovány za pomoci chí-kvadrát testu. Tento test byl pak následně prováděn v aplikaci Microsoft Excel. Po otestování hypotéz byla práce celkově shrnuta a na základě získaných výsledků byla navržena možná řešení.

3 Teoretická východiska

V této kapitole byla zpracována teoretická část týkající se problematiky odpadů a s tím spojenými obaly. Kapitola přibližuje životní styl zero waste a na závěr seznamuje s bezobalovými možnostmi nákupu v okrese Frýdek–Místek.

3.1 Problematika odpadu

Podle zákona 541/2020 Sb., o odpadech v platném znění se „*odpadem rozumí každá movitá věc, které se osoba zbavuje, má úmysl nebo povinnost se jí zbavit.*“

Problematika odpadu je v dnešní době často probíraným tématem. Proč je důležité se zabývat tříděním a zamezováním vzniku odpadu přibližuje budoucí generaci autorka Susan Meredith (2018). Vysvětluje nebezpečí odpadu pro zvířata, obzvláště mořské živočichy, kterým hrozí nebezpečí při požití volně plovoucích odpadků v moři. Jakmile se odpadky dostanou do trávicí soustavy, zvíře může zemřít na následky poranění či ucpání vnitřních orgánů. Zvíře ale může uhynout také hlady, jelikož když je jeho žaludek zaplněný odpadem, přestane přijímat potravu. Živočichové se také často zachycují do různých sítí či igelitových pytlíků, což vede k poranění nebo nemožnosti se pohybovat a zapříčiňuje tak jejich následný úhyn. Problémem ale není pouze fyzické ublížení zvířatům odpadky, ubližuje jim také znečištění přírody, které není na první pohled vidět. Do přírody se dostává z odpadu velké množství toxických látek, které znehodnocuje přirozené prostředí. To má potom dopad na rozmnožování některých živočišných druhů.

Odpad člověk neprodukuje pouze přímým nakupováním v obchodě věcí zabalených do obalu, nýbrž velmi často také nepřímou. Dle Johnsonové (2018) přispívá člověk k produkci odpadků každodenními činnostmi, například přijímáním nevyžádaných věcí, které nevyužije. Jde třeba o převzetí reklamních letáků z poštovní schránky, účtenek za nákup nebo dárkových balíčků. V takových balíčcích zákazník většinou najde spoustu drobností, které nepotřebuje, chvílí se jim dárkové předměty válí doma na polici, a pak je s největší pravděpodobností vyhodí. Tím vším ovšem dochází k nevědomému potvrzení poptávky, což vede k další výrobě těchto předmětů.

3.1.1 Plasty v oceánech

Jeden z největších problémů v rámci odpadu představují plasty, které se vyskytují v současné době téměř všude. Jejich množství se má do roku 2050 vyšplhat na takovou

hodnotu, že v oceánech bude méně ryb než plastů. Plasty se v oceánech rozkládají na mikroplasty, které když ryby pozrou, zůstávají v jejich tělech, a tak se dostávají zpět k lidem na talíř uvnitř rybího masa (Wernerová, 2019). V oceánech přitom končí takové množství plastu, jehož objem by se dal přirovnat k nákladnímu automobilu. Takto obrovské množství plastového odpadu se do moří dostává každou minutu (Wilson-Powell, 2020).

V současné době se v Tichém oceánu nachází takové množství shromážděných plastů, které tvoří **sedmý kontinent**. Tento útvar nyní svou rozlohou odpovídá rozloze Evropy. V průměru více než 100 kg plastu ročně zlikviduje jedna osoba. Tento plast pak končí na skládce nebo v moři, přičemž odhadem 80 % odpadu, který se v oceánech nachází se tam dostal z pevniny. Trvá až 500 let, než se rozpadne na mikroskopické části, což vede k dalšímu problému. Mořští živočichové jej často zaměňují za plankton. To má za následek pomalou a bolestivou smrt zvířat, která pocházejí buď hlady nebo na následek prasknutí střev (Smith, 2019). Plastový kontinent se nachází mezi Kalifornií a Havají a upozornil na něj Charles Moore již v roce 1997. Kontinent v oceánu neustále roste, nyní se v něm nachází přes 80 000 tun plastu. Přibližně dvě třetiny tohoto odpadu pocházejí z Asie. Spousta lidí si pod odpadkovou plochou v oceánu představí ostrov odpadků, které plují na hladině. Díky fotodegradaci, procesu při kterém se větší plasty působením Slunce rozkládají na stále menší části je ve skutečnosti Velká tichomořská odpadková skvrna tvořena převážně mikroplasty, které ani na satelitních snímcích nejsou vidět jako obrovská skvrna smetí. Tento shluk mikroplastů se poté mísí s většími předměty. Z důvodu větší rybářské aktivity v Tichém oceánu tvoří téměř polovinu hmoty v této odpadkové skvrně rybářské sítě. Ekologové také zjistili, že přibližně 70 % odpadu, který se v moři nachází klesá na dno oceánu. Jelikož je Velká tichomořská odpadková skvrna daleko od pobřeží jakékoliv země, žádný národ nepřevzme odpovědnost ani neposkytne finance na jeho vyčištění. Dalším problémem při čištění oceánu může být také to, že mnoho mikroplastů má stejnou velikost jako malí mořští živočichové, kteří by se do sítě zachytili taky. Program Národního úřadu pro oceán a atmosféru odhaduje, že by 67 lodím trvalo jeden rok, než by vyčistily jedno procento Tichého oceánu (National geographic, 2023).

3.1.2 Třídění a likvidace odpadu

Existuje několik způsobů, jak odpad zlikvidovat. Jestliže je vytříděn do odpadních kontejnerů a netvoří ho mnoho přímíšenin, může se recyklovat a využít k dalšímu použití.

Ve velké míře dochází ke skládkování, ty se už nyní nenacházejí v blízkosti lidských obydlí, ale jsou vytvářeny řízené skládky, které musí splňovat určité požadavky. Kromě skládkování se odpad také spaluje při teplotě nad 1000°C, struska potom představuje 30 % původního objemu. Pro nebezpečný radioaktivní odpad slouží vitrifikace, která musí odpad dostatečně zabezpečit, aby přes hmotu, kterou je nebezpečný odpad zalitý, neunikalo radioaktivní záření. Nejideálnější způsobem likvidace odpadu je kompostování, které lze využít pouze pro přírodní zdroje odpadu. Výsledkem kompostování je hnůj, jedná se tedy o přirozenou recyklaci (Braniš, 1997).

Třídění domácího odpadu zajišťuje to, aby se věci dostaly do cyklu recyklace. Jak uvádí Meredith (2018), dá se recyklovat přes 60 % odpadu pocházejícího z domácností. Ke třídění odpadů se využívá v obcích barevných kontejnerů, díky kterým mají vyhozené předměty šanci být recyklovanými. Odpad z černých směsných kontejnerů je převážně převážně na skládku (Šťastná, 2007). Domácí odpad je tvořen nejčastěji plasty, papírem, sklem, kovy, ale také ze 35 % zbytky jídla. I tuto část odpadu je potřeba třídít, jelikož na skládkách nejsou vhodné podmínky pro rozkládání biologického odpadu. Bez kyslíku a světla tento odpad hnije dlouhou dobu a produkuje tak metan, což má za následek klimatické změny na Zemi. Proto je vhodné využívat buď hnědé kontejnery na bioodpad nebo vlastní domácí kompostér, díky kterému je možno získat přírodní hnojivo (Wilson-Powell, 2020). Jakmile se odpad vyhodí do příslušných kontejnerů, stává se tento odpad obecným majetkem, proto se v případě přivlastňování věcí jedná o krádež. Je povinností každého občana dodržovat obecnou vyhlášku, která určuje, kam se v obci smí odpady odkládat. Zákon o odpadech neumožňuje, aby se lidé svého odpadu zbavovali sami, například spálením v kamnech, a je potřeba, aby každá obec měla zajištěnou odbornou firmu na likvidaci odpadu (Šťastná, 2013).

Sklo je možno oproti papíru nebo plasty možno recyklovat neustále. Třídí se do dvou různých kontejnerů, kdy se rozděluje sklo barevné a sklo čiré. V případě, že není v blízkosti bílý kontejner na čiré sklo, je možné jej vyhodit do zeleného kontejneru, který je určený na barevné sklo, nikoliv však naopak, jelikož se při výrobě barevného skla používají různé příměsi (Šťastná, 2007).

Plast a umělá hmota celkově je nejrozšířenější materiál. Jeho odolnost je důvodem, proč je tento materiál tak využívaný. Využívá se ke kabelům táhnoucím se po dně oceánů, vodním potrubím vedeným pod zemí anebo také na obaly, které udržují potraviny v čerstvém stavu. Pouze 9 % všech plastů, které byly vyrobeny se recyklují na znovu

využitelné plasty (Latham, 2021). Od roku 2004 se vyrobilo ve světě tolik plastů, jako v předchozím půlstoletí a odhaduje se, že celková hmotnost plastů, které kdy byly vyrobeny činí 8,3 miliardy tun. Plasty pocházejí převážně ze zemního plynu a ropy, což jsou chemické suroviny a palivové zdroje. V roce 2015 bylo vyrobeno 407 milionů tun plastu, přičemž 164 milionu tun bylo spotřebováno na obaly (Rhodes, 2018). Plasty jsou vyrobeny ze syntetických organických polymerů. Zpočátku se předpokládala neškodnost plastů, avšak mnoho let jejich likvidace vedlo k různorodým problémům. Znečištění životního prostředí právě plastem je uznáváno jako hlavní environmentální problém, a to především ve vodním prostředí, kde je omezená možnost plasty odstraňovat (Okunola a kol., 2019).

Papír je materiál, který se také využíval před vynalezením plastů jako obal. Ačkoliv se papír recykluje lépe než plasty, oproti sklu ho nelze recyklovat donekonečna. Optimální počet recyklací papíru je čtyři až sedm. Nápojové kartony vyrobené z papíru lze taky recyklovat, nevyhazují se už ale do modrého kontejneru, neboť jsou pro něj určeny oranžové kontejnery (Šťastná, 2007).

Hliník jako obal patří do šedivého kontejneru určeného pro drobný kovový odpad, případně z důvodu absence tohoto kontejneru nebo v případě větších předmětů na sběrný dvůr. Často se některé obalové materiály zaměňují za hliník, přestože jde ve skutečnosti například o plast. Hliník však jde velice snadno rozeznat a to třeba testem, zda předmět reaguje na magnet, na který hliník nereaguje. Druhým způsobem, jak hliník od plastu rozeznat je schopnost ho zmačkat, jelikož plast lze oproti hliníku vrátit do svého původního stavu. Na světě se za jeden celý rok vyrobí přibližně 35 milionů tun hliníku. Při recyklaci hliníku nastává problém z důvodu jeho znečištění, převážně tekutin (Třídění odpadu, 2017).

3.1.3 **Produkce odpadu v ČR**

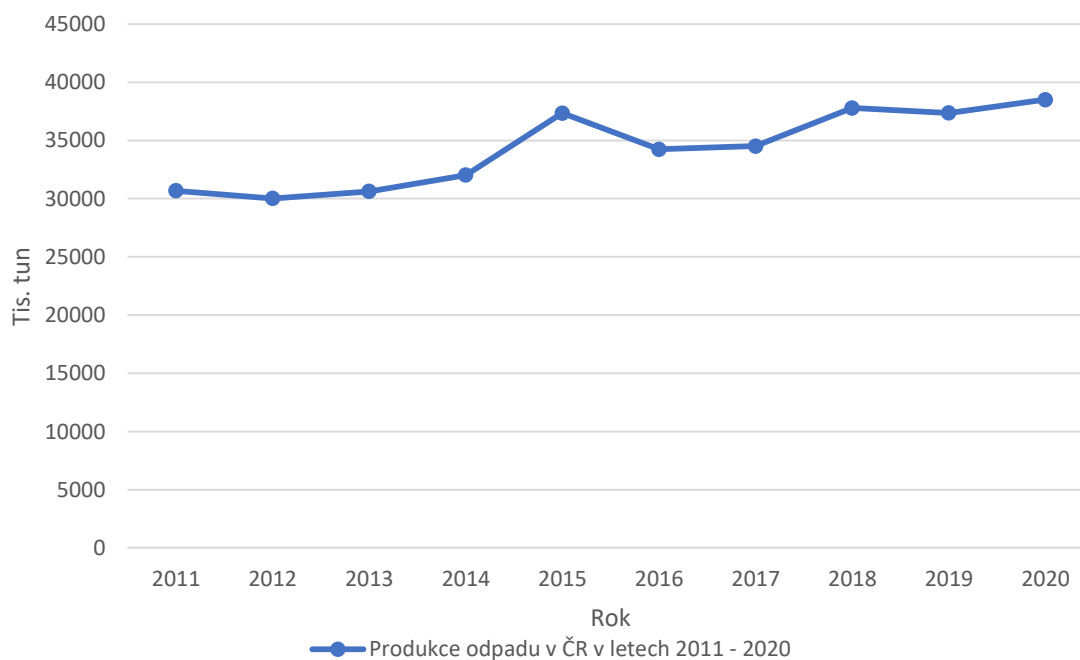
Z dostupných statistik Ministerstva životního prostředí vyplývá, že produkce odpadu v České republice neustále roste. Produkce odpadu zahrnuje veškeré vyprodukované odpady, z nichž část je tvořena odpady komunálními. Oproti celkovému množství odpadu, mohou být komunální odpady ovlivněny běžnými spotřebiteli, jelikož podle zákona č. 541/2020 Sb., o odpadech „*je komunálním odpadem směsný a tříděný odpad z domácností, zejména papír a lepenka, sklo, kovy, plasty, biologický odpad, dřevo, textil, obaly, odpadní elektrická a elektronická zařízení, odpadní baterie a akumulátory, a*

objemný odpad, zejména matrace a nábytek, a dále směsný odpad a tříděný odpad z jiných zdrojů, pokud je co do povahy a složení podobný odpadu z domácností. Komunální odpad nezahrnuje odpad z výroby, zemědělství, lesnictví, rybolovu, septiků, kanalizační sítě a čistíren odpadních vod, včetně kalů, vozidla na konci životnosti ani stavební a demoliční odpad.“ Tento komunální odpad pak v České republice tvoří 14,9 % celkového množství odpadu (MŽP, 2021).

Komunální odpad z domácností se skládá převážně z papíru, ten tvoří až 22 % celkové váhy domácího odpadu. Plasty tvoří zhruba 13 % a sklo 9 %. Tyto tři druhy odpadu se při správném vytrídění recyklují. Součástí komunálního odpadu je dále bioodpad, který tvoří 18 %, nejideálnější je se tohoto odpadu zbavit formou kompostování. Nebezpečný odpad je zastoupen 3 % a je ho potřeba bezpečně zlikvidovat. Buďto jsou tyto odpady uloženy na skládky nebezpečného odpadu nebo jsou odvezeny do jedné z 24 spaloven nebezpečného odpadu v ČR. Zbýlých 35 % komunálního odpadu se odváží na klasické komunální skládky anebo do spaloven (Šťastná, 2013).

Následující dva grafy porovnávají produkci celkového množství produkovaného odpadu s produkcí komunálního odpadu.

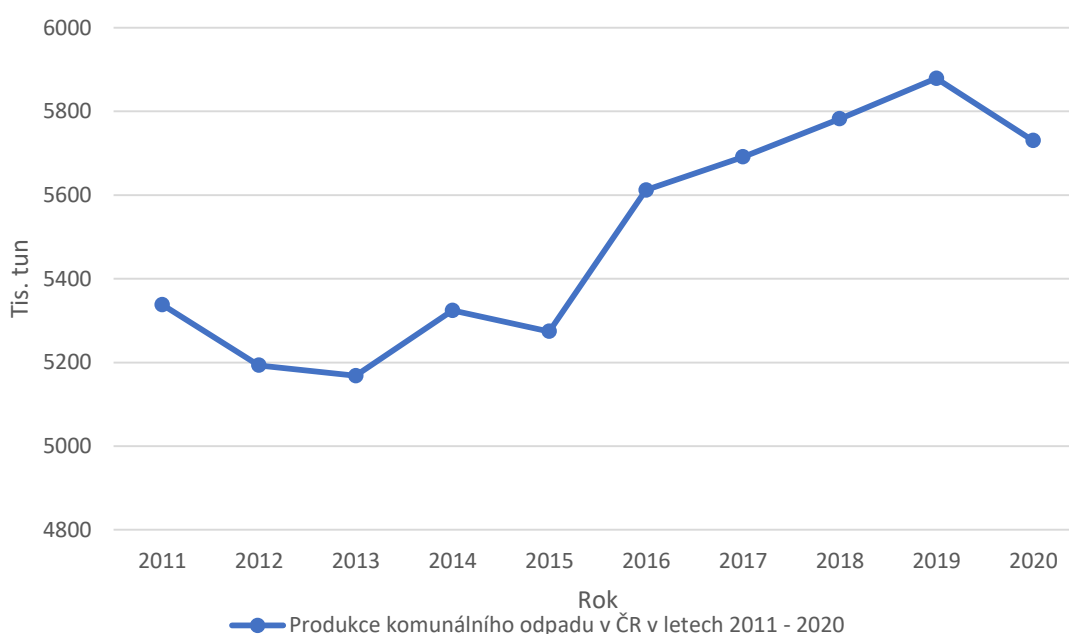
Graf 1: Produkce odpadu v ČR v letech 2011-2020



Zdroj: MŽP (2021), vlastní zpracování

V roce 2016 došlo k mírnému poklesu, který byl zapříčiněn poklesem stavebního a demoličního odpadu, ovšem jak vykazuje graf 1, od roku 2017 křivka opět mírně stoupá. V roce 2020 objem všeho odpadu přesáhl 38 mil. tun, z čehož 1,8 mil. tun tvořily odpady nebezpečné a 36,7 mil. tun všechny ostatní odpady. Na jednu osobu přísluší 3,5 tuny vyprodukovaného odpadu. Desetina celkových odpadů se skládkuje, zbytek je znovu využíván, a to především materiálově. Pouze 4 % celkových odpadů jsou využívána energeticky (MŽP, 2021).

Graf 2: Produkce komunálního odpadu v ČR v letech 2011-2020



Zdroj: MŽP (2021), vlastní zpracování

Za posledních 10 let v České republice došlo k nárůstu množství vyprodukovaného komunálního odpadu, v roce 2020 toto množství odpovídalo 5,7 mil. tun. Komunální odpady představovaly v tomto roce 14,805 % z celkových odpadů. Na jednu osobu v ČR připadalo 536 kg, což je o 31 kg více, než průměr Evropské unie. Ten se v roce 2020 rovnal 505 kg na osobu. V letech 2011–2013 dle Českého statistického úřadu klesal celkový přírůstek obyvatel v České republice, přičemž v roce 2013 byl dokonce záporný. V roce 2014 se opět zvýšil, nicméně následující rok znovu klesl. Od roku 2016 celkový přírůstek začal stoupat, a to až do roku 2019. Z tohoto pohledu lze vyvodit, že produkce komunálního odpadu v ČR úzce souvisí s celkovým přírůstkem obyvatel (ČSÚ, 2023). V průměrném množství vyprodukovaného komunálního odpadu na osobu se Česká

republika dle statistického úřadu Evropské unie pohybuje lehce nad průměrem ve srovnání s ostatními zeměmi EU. Největšími producenty komunálního odpadu v roce 2020 bylo Dánsko s Lucemburskem, kteří oproti České republice vyprodukovali na osobu o 300 kg více komunálního odpadu než ČR. Nejmenším producentem v daném roce bylo Rumunsko s produkcí 287 kg komunálního odpadu na osobu (Eurostat, 2022).

3.2 Obaly

Obaly je možné dělit na několik druhů podle toho, jakou mají funkci. Obal není totiž jen to, v čem je uchováván jeden konkrétní produkt, ale i to, co se využívá k distribuci produktů od výrobce až ke konečnému spotřebiteli. Největší část obalů v současnosti tvoří papír, plasty, kov a sklo, což je možno dále recyklovat.

3.2.1 Druhy obalů

Obaly lze rozdělit na obaly obchodní a průmyslové a to v závislosti na tom, jestli produkt končí u běžného zákazníka v obchodě anebo pro podnikající občany, kteří produkt využívají ke svému podnikání. Průmyslový obal se tedy nedostane k běžnému spotřebiteli. Obchodní obaly se dále rozdělují na přepravní, skupinové a prodejní.

- Přepravní obaly – obaly sloužící k distribuci produktů do obchodů, mohou to být palety, přepravní velké boxy. K přepravě se také využívají strečové folie či lepenka.
- Skupinové obaly – tyto obaly drží pohromadě jeden druh zboží v závislosti na expediční jednotce. Převážně se jedná o kartonové krabice.
- Prodejní obaly – jsou to obaly, ve kterých se jeden daný výrobek dostává k zákazníkovi (Samosebou, 2023)

3.2.2 Funkce obalů

- Ochrana – zboží je ochraňováno při převozu a jeho následném skladování, potraviny v obalech vydrží delší dobu v čerstvém stavu.
- Informace – vytvářejí plochu, na které se nacházejí nezbytné informace pro zákazníka. Informují ho o složení jednotlivých produktů, původ zboží a v neposlední řadě datum spotřeby.

- Reklama – logo firmy, která produkt vyrobila představuje reklamu, spotřebitel získává povědomí o značce (Ratia, 2019).

Životnost současných obalů netrvá dlouho. Funkce obalů končí ve chvíli, kdy si zakoupený produkt spotřebitel doma rozbalí a obal vyhodí mezi odpad (Dostál, 2019).

3.2.3 Recyklace obalů

I přes třídění odpadků se recykluje pouhých 10 % plastů, z nichž jen 2 % projdou recyklací znovu. Ostatní plasty končí jak na velkých regulovaných skládkách, tak na nepovolených skládkách, odkud jsou přírodními živly rozneseny do přírody a znečišťují ekosystém. Dalším způsobem jak se zbavit plastů je spalování, kterému podléhá 14 % odpadu, přičemž množství plastů se tím sice sníží, ale do ovzduší jsou vypouštěny emise a stejně opad nezmezí úplně, ale zůstane v podobě strusky, která se opět musí shromažďovat na skládce (Moreau, Lechmann, 2017). Obaly tvoří odhadem jednu třetinu všech použitých plastů, přičemž 40 % se odváží na skládku, 32 % se odveze do sběrného systému (Rhodes, 2018).

3.2.4 Igelitové tašky a jejich alternativy

Jelikož byly, a stále jsou plastové tašky vnímány jako velká zátěž pro životní prostředí, jejich spotřeba je omezována řadou směrnic Evropské unie. V České republice vstoupila v platnost novela zákona o obalech 1. 1. 2018, podle které je v současné době zakázáno poskytovat igelitové tašky k nákupu zdarma. Tento zákaz se týká igelitových tašek, které jsou silnější než 15 mikronů, tedy nevztahuje se na mikrotenové sáčky, které jsou v obchodech k dostání například v sekci pečiva či zeleniny (ČOI, 2018). Cílem je snížit využívání jednorázových nákupních tašek, které po příchodu domů končí většinou v odpadu, proto novela umožňuje ponechat zdarma tašky, které jsou naopak tlustší než 50 mikronů. Ve většině obchodů však tyto tašky bývají zpoplatněny také. Pro výši ceny za tašku o tloušťce od 15 do 50 mikronů je stanovena podmínka, která nařizuje obchodníkovi nastavit cenu takovou, aby pokryla výrobní náklady tašky, což představuje jednotky korun. Naopak maximální cenu si může obchodník zvolit sám. Obchodníci, kteří by se novelou neřídili a nadále plastové tašky nabízeli zdarma, mají být pokutováni ve výši i několika stovek tisíc (Právní prostor, 2017).

Alternativou k běžným igelitovým taškám jsou tašky ze silnějšího plastu, papírové tašky anebo tašky bavlněné. Po zavedení poplatku za igelitové tašky se jejich počet

výrazně snížil, podle britské studie je to ale zrovna klasická igelitka, která má na životní prostředí nejmenší dopad. Nejde totiž pouze o dobu jejího rozkladu, ale především o negativní vliv na životní prostředí při její výrobě. Proto není cílem nepoužívat žádné igelitové tašky, ale hlavně jejich alternativy používat opakovaně. U bavlněných tašek je zapotřebí je použít minimálně 171 krát, aby vynechání igelitové tašky mělo smysl. To však platí pouze za předpokladu, že by plastová taška byla použita pouze jednou. U opakovaného využití se pak minimální počty použití násobí. Tašku vyrobenou z papíru je v takovém případě nutno použít minimálně 4 krát. Z tohoto důvodu výměna igelitové tašky za papírovou není tolik ekologická, jelikož zrovna papírová taška je ta, která nejčastěji končí vyhozena po prvním použití (Kadeřábková, 2022).

3.3 Bezobalové nakupování

Bezobalové nakupování celkově souvisí s životním stylem zero waste. Lidé chodí nakupovat do bezobalových prodejen, ve kterých jsou potraviny volně k dostání a prodávají se na váhu do znovupoužitelných obalů. Převážně zde lidé nakoupí trvanlivé potraviny, ovoce a zeleninu, čisticí prostředky, suché plody, koření a podobně. Některé produkty se dají bezobalově nakupovat také v klasických supermarketech, kde si zákazníci mohou vybrat, zda na zboží obal použijí či ne. V tomto případě se to nejčastěji týká ovoce a zeleniny.

3.3.1 Zero waste

Pojem zero waste představuje život s nulovým odpadem a je považován za alternativu k běžným spotřebním návykům 21. století. Zero waste představuje odlišné nákupní zvyky. Zastánci tohoto životního stylu využívají často farmářské trhy, kde je k dostání čerstvá a nebalená zelenina či ovoce, nebo se přiklánějí k nakupování v bioobchodech, ve kterých lze potraviny nakupovat bez obalu. Zero waste ovšem není jen o nakupování bezobalových produktů, daný životní styl zahrnuje také výrobu vlastních čisticích a kosmetických produktů. Oblečení tito aktivisté pořizují převážně v second handech, čímž opět předcházejí vzniku odpadu při online nakupování. Většina zastánců tohoto životního stylu jsou běloši střední třídy původem ze Severní Ameriky a Evropy a jedná se převážně o ženy (Müller, Schönbauer, 2020).

Zredukování množství odpadů je v dnešní době také nutností. Podobným tempem bude v oceánech větší poměr plastů než ryb. Problematika souvisí rovněž s našimi zdroji a vysycháním planety. Snaha o co největší snížení množství produkovaného odpadu má pozitivní vliv hned v několika směrech. Přispívá k ekologičtějšímu životnímu prostředí, zkvalitňuje se tak život lidí i ostatních živočichů. Lidé žijící zero waste stylem získávají nové hodnoty v životě. Ekologičtější životní prostředí vede taky ke zdravějšímu životnímu stylu. Potraviný bez obalu zakoupené na trzích, převážně ovoce a zelenina, bývají bez chemických ošetření a zdravému životnímu stylu přispívají také netoxické prostředky do domácností a kosmetika. Nákup v bezobalových obchodech může vycházet draž než v obyčejných supermarketech, nicméně jestliže by měl člověk nakupovat zboží v obalu ve stejné kvalitě jako se nachází to bez obalu, ve výsledku by ušetřil. Jako bonus zero waste přináší zálibu v nakupování a její sdílení s novým okruhem přátel, kteří vyznávají stejný životní styl (Gajdošová, Karasová. Škrdlíková, 2019).

Je ovšem obtížné nevytvářet vůbec žádný odpad, proto je lepší produkovat méně odpadu, než žádný nulový. Nápady na zamezení plýtvání motivují k realizaci toho, co je aktuálně možné v každodenním životě. Nejde o to, být dokonalý od začátku, ale počítá se jakákoliv snaha zamezení plýtvání. Pokud každý přispěje svou troškou, použije kreativitu a představivost k rozvoji nových nápadů, jak se vyhnout plastům a podělí se o své nápady s ostatními, pak se již mnohé podařilo (Smarticular, 2021).

Velmi rozšířená jsou pravidla 5 Z (v originále 5 R), která sepsala Francouzka Bea Johnson. Tato pravidla autorka uspořádala do pyramidy, dle toho, jak na sebe jednotlivá pravidla navazují.

- Zamítnout (refuse) – cílem je nepřijímat odpad, který nepotřebujeme, s čímž souvisí snížení jejich výroby. Pravděpodobně se výroba například letáků nesníží, když je přestane přijímat jeden člověk, ale při větším počtu lidí už to představuje několik kilogramů zbytečně produkovaného papíru.
- Zredukovat (reduce) – jestliže nelze některé produkty odmítnout, měli by lidé je alespoň zredukovat na množství, které skutečně potřebují. V případě nevyužití produktu, které se už v domácnostech nacházejí, je ideální volbou je ihned nevyhazovat, ale najít jim využití u někoho jiného, kdo danou věc zrovna potřebuje.
- Zužítkovat (reuse) – je velmi neekologické zbavovat se jednorázových věcí ihned po tom, co se dostanou do domácnosti. Když už se doma objeví

igelitová taška, je vhodné ji použít například do odpadkového koše. Ještě ideálnějším řešením je však zamezit aby se taková taška do domácnosti dostala a využívat tašky látkové, což opět souvisí s prvním pravidlem – zamítnout.

- Zrecyklovat (recycle) – věci, které není možné již znovu použít je zapotřebí roztrždit, aby mohly být recyklovány a neskončily na skládce.
- Zkompostovat (rot) – ideální stav v bezobalové domácnosti je tehdy, když nedochází k produkci odpadu, jenž je potřeba vyházovat do kontejneru, ale je přírodní, a tím pádem se dá zkompostovat.

Takto zní 5 jednoduchých pravidel přeložených do českého jazyka. Jednotlivá pravidla na sebe navazují a lidé by se k dalšímu na řadě uchýlit až tehdy, jestliže není možné splnit to předešlé (Johnson, 2018).

3.3.2 Počátky bezobalových obchodů v ČR

Nejobtížnější překážkou při zakládání bezobalového obchodu bývá ve většině případech legislativa, která vyžaduje informace o výrobku, jako je původ, datum spotřeby a další, což u nebalených produktů bývá problém. Provozovatelé se potýkají také s hygienou, jelikož je potřeba zamezit kontaminaci (Wernerová, 2019).

První bezobalovou prodejnu v ČR se stala prodejna Bezobalu, která se nachází v Bělehradské ulici v Praze. Tato prodejna byla otevřena v roce 2014 v testovacím režimu, v roce 2020 byl ale její provoz ukončen zejména z důvodu, že její prostor nebyl nafukovací a nevešel se zde všechen sortiment. V současné době společnost provozuje prodejny prostřednictvím dceřiné společnosti Nekonzum. Prodejny se nacházejí na Hradčanské, Florenci a Floře (Bez obalu, 2021). První dva roky se zakladatelé společnosti zajímali především o legislativu a museli se seznámit s hygienickými podmínkami (Dostál, 2019).

3.4 Bezobalové nakupování v okrese Frýdek–Místek

Okres Frýdek–Místek je nejvýchodnějším okresem v České republice nacházející se v Moravskoslezském kraji. Hranice okresu sousedí s Polskou a Slovenskou republikou.

3.4.1 Struktura obyvatel

Okres Frýdek–Místek je členěn na 72 obcí, jejichž abecední seznam s počtem obyvatel je k dispozici v tabulce v příloze 3. Po okresech Ostrava-město a Karviná je okres Frýdek-Místek 3. nejlidnatějším okresem v Moravskoslezském kraji. Statutárním městem okresu je město Frýdek-Místek, ve kterém žije nejvíce obyvatel, konkrétně 55,5 tisíc. Druhým nejlidnatějším městem okresu je Třinec, ve kterém žije 35 tisíce obyvatel. Co se týče počtu obyvatel, je třetí v pořadí Frýdlant nad Ostravicí s téměř 10 tisíci obyvateli. V okrese se vyskytuje 14 obcí s počtem obyvatel vyšším než 3000, ovšem pouze 6 z nich má statut města. Nejméně lidnaté vesnice mají pod 500 obyvatel, takových vesnic se v okrese nachází celkem 11. Průměrný věk obyvatel okresu je 42,5 let, přičemž u mužů je průměr nižší, 41,1 let, naopak u žen se průměrný věk pohybuje okolo 44 let.

Tabulka 2: Věkové skupiny v okrese Frýdek-Místek

Věková skupina	Obyvatelstvo celkem		Z toho ženy		Z toho muži	
Celkem	209 322		103 104		106 218	
0–9 let	22 202	10,13 %	11 440	11,1 %	10 762	10,13 %
10–19 let	21 960	10,49 %	11 159	10,82 %	10 801	10,17 %
20–29 let	19 960	9,54 %	10 278	9,97 %	9 479	9,18 %
30–39 let	26 534	12,68 %	13 723	13,31 %	12 811	12,06 %
40–49 let	33 768	16,12 %	17 392	16,87 %	16 376	15,42 %
50–59 let	29 178	13,94 %	14 795	14,35 %	14 383	13,54 %
60–69 let	26 742	12,78 %	12 824	12,44 %	13 918	13,1 %
70–79 let	20 531	9,81 %	8 529	8,27 %	12 002	11,3 %
80–89 let	7 466	3,57 %	2 676	2,6 %	4 790	4,51 %
90–99 let	1 172	0,56 %	287	0,28 %	885	0,83 %
100 a více let	12	0,006 %	1	0,001 %	11	0,01 %

Zdroj: ČSÚ (2021)

Podle Českého statistického úřadu žije v okrese Frýdek–Místek 209 322 obyvatel, přičemž nejvíce zastoupeni jsou lidé ve věku 40–49 let. Ženy jsou v okrese zastoupeny z 49,26 %, muži pak tvoří 50,74 % populace. Pro reprezentativní šetření byla struktura obyvatel upravena vynecháním nejmladších dvou věkových skupin a sloučením všech skupin nad 70 let. Takto upravená struktura obyvatel je k dispozici v tabulce v metodice práce.

3.4.2 Bezobalové prodejny v okrese

Na základě vlastního pozorování lze říci, že je v okrese v provozu sedm bezobalových prodejen. Ty se nacházejí především ve větších městech. Některé velkoobchody jako Albert či DM již nabízejí možnost bezobalového nákupu v jejich provozovnách pomocí plnicích stanic. Tento koncept se však do frýdecko–místeckého okresu prozatím nedostal. Další možností bezobalového prodeje jsou ještě například automaty na čerstvé mléko, kterých se zde několik nachází či nákup od farmářů.

Frýdlant nad Ostravicí: Ve Frýdlantu nad Ostravicí jsou k nalezení dvě prodejny zaměřující se na bezobalový prodej. První prodejnou je prodejna **Beskydy bez obalu**. Jelikož zakladatelka Jitka uvádí, že bez zdravé půdy nemůže nic zdravého vyrůst, rozhodla se jít cestou ekologického zemědělství. Zakladatelka absolvovala školení v roce 2018, které pořádala organizace Bezobalu v Praze. Obchod Beskydy Bez Obalu otevřela zanedlouho, v březnu roku 2019.

Druhým bezobalovým obchodem ve Frýdlantu je prodejna **Spolu bez obalu**. Sídlo společnosti se nachází v Ostravě, nicméně provozovnu lze fyzicky najít na adrese Školní 116, Frýdlant nad Ostravicí, kde působí od roku 2020. Bezobalová prodejna se nezaměřuje pouze na prodej nebaleného zboží. Spolu bez obalu zahájili projekt „Vzpomínky pod Lysou.“ Má se jednat o první přírodní hřbitov na Moravě. K pohřbívání se mají používat rozložitelné urny z ekologického materiálu. Tyto urny mají být systematicky ukládány ve hřbitovním háji či záhonech.

Frýdek-Místek: Ve statutárním městě jsou k nalezení bio prodejny, prodejny se zdravou výživou a mimo to také prodejny bezobalové. Jednou z těchto prodejen je **VEGA – zdravá výživa SVIADNOV**, která je největší prodejnou společnosti Provita. Prodejny nejsou čistě bezobalové, nicméně balené produkty jsou u nich k dostání v kompostovatelných fóliích nebo recyklovaném papíře. Společnost Provita je zajímavá také tím, že vlastní patent na systém nakličovací misky, která slouží k nakličování či namáčení nejrůznějších semen.

Nedaleko frýdeckého náměstí se nachází prodejna **Bez obalu**, kde jsou k dostání zálohované dózy pro případ, kdy si zákazníci své znovupoužitelné obaly zapomenou.

Prodejna provozuje také e-shop, který zboží posílá rovněž v zálohovaných obalech, přičemž po jejich vrácení e-shop vrací zálohu ihned zpět na účet.

Ve Frýdku-Místku byla 6 let provozována prodejna **Ze zahrádky**, kde byla prodávána převážně zelenina a ovoce od drobných pěstitelů. Dále pak sušené plody, semínka a oříšky. Mimo to majitel následoval trend ze světa nevytvářet žádný odpad, a proto si zde zákazníci mohli nakupovat zboží také na váhu. K 20. 12. 2021 však majitel Jakub Šanta prodejnu definitivně uzavřel.

Třinec: Malý obchod s lokálním ovocem a zeleninou, výrobky zdravé výživy a ekodrogerií nese název **Turzín**. Do menších obalů na váhu prodávají ořechy, semena a sušené ovoce.

Jako první bezobalový obchod, který by nabízel širokou nabídku sortimentu, byl otevřen **3nec BEZ obalu**. Je zde možnost nakoupit jak potraviny, tak drogerii s kosmetikou. Mezi rozmanitý sortiment je také zahrnutý doplňkový prodej v podobě tašek, pytlíků, voskovaných ubrousků či svíček.

Ostatní bezobalové prodejny: V obcích bez statutu města se nachází další menší bezobalové prodejny. Prodejna **Mini Vega** má rovnou dvě pobočky, jednu v Komorní Lhotce a druhou v obci Hnojník. Jde o malou rodinnou prodejnu zaměřenou na zdravou výživu, bezobalový prodej a ekodrogerii. V prodejnách lze zakoupit také na míru vyrobené dárkové kornouty či kytice. Prodejny provozují také svou cukrárnu, ve které nabízejí čerstvé zákusky od lokálních dodavatelů. Ze zákusků si lze vybrat krom klasických také bezlepkové, bez cukru, bez laktózy či veganské.

Mimo bezobalové prodejny jsou ve městech či na vesnicích k dispozici automaty na mléko, kde si lidé mohou do svých vlastních nádob natočit požadované množství čerstvého mléka. Tyto automaty jsou v blízkosti obchodů jak ve městech Třinec či Jablunkov, tak v okolních vesnicích.

Jednou z dalších možností je nákup potravin přímo od lokálních farmářů. K dostání je převážně ovoce, zelenina, vejčíka anebo mléčné výrobky. Seznam všech vesnic, ve kterých je umožněna jedna ze zmíněných forem nákupu je k dispozici v následující tabulce.

Tabulka 3: Seznam obcí s možností bezobalového nákupu

Seznam obcí	Možnosti bezobalového nákupu
Bruzovice	automat na mléko
Bystřice	automat na mléko
Čeladná	automat na mléko
Dolní Domaslavice	farma
Frýdek-Místek	bezobalová prodejna
Frýdlant nad Ostravicí	bezobalová prodejna
Hnojník	bezobalová prodejna
Horní Domaslavice	farma
Horní Tošanovice	automat na mléko
Jablunkov	automat na mléko
Komorní Lhotka	bezobalová prodejna
Kunčice	automat na mléko
Nižní Lhoty	automat na mléko
Pržno	automat na mléko
Třanovice	farma
Třinec	bezobalová prodejna, automat na mléko

Zdroj: Reduca (2022), vlastní zpracování

Bezobalové prodejny jsou v okrese Frýdek–Místek dostupné ve třech městech a dvou obcích. Od lokálních farmářů mohou lidé nakoupit ve třech vesnicích a nejrozšířenějšími jsou automaty na čerstvé mléko.

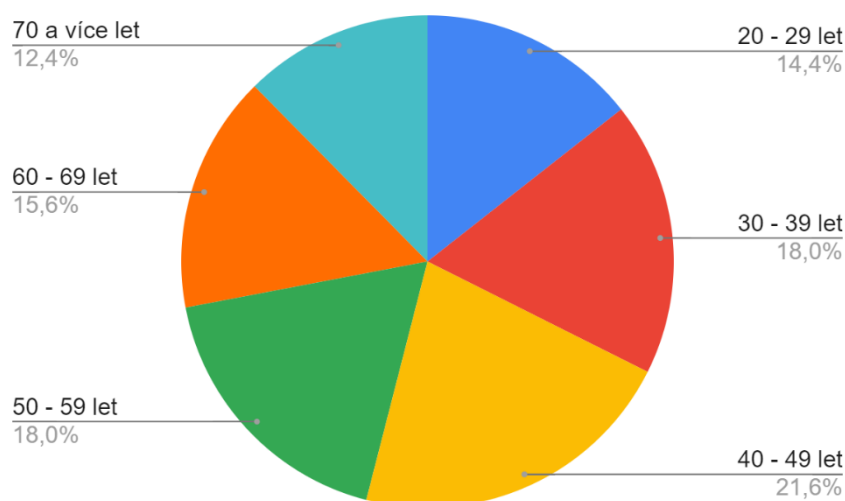
4 Výsledky a diskuse

Jednotlivé otázky dotazníku zjišťovaly, v jaké míře je zastoupeno nakupování bez obalů a nakupování v jednotlivých prodejnách specializujících se přímo na tento způsob nákupu mezi lidmi, kteří žijí ve frýdecko–místeckém okrese.

4.1 Charakteristika respondentů

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 250 respondentů, přičemž první otázka vyžadovala potvrzení, že je respondent z okresu Frýdek–Místek, jelikož bylo cílem identifikovat spotřebitele pouze z této lokality. Z celkového počtu dotazovaných vyplnilo dotazník 45,6 % mužů a 54,4 % žen.

Graf 3: Zastoupení věkových skupin mezi respondenty



Zdroj: vlastní šetření (2023)

Procentuální zastoupení respondentů v jednotlivých věkových skupinách téměř odpovídá věkovým skupinám obyvatel ve frýdecko–místeckém okrese. Největší zastoupení zde mají lidé ve věku 40–49 let, tuto skupinu tvoří 21,6 %. Druhé největší zastoupení respondentů mají dvě věkové skupiny, 30–39 let a 50–59 let, obě skupiny jsou zastoupeny z 18 %. Nejméně početnou skupinou nejsou stejně jako ve struktuře obyvatel lidé ve věku 20–29 let, ale osoby starší 70 let, které jsou zastoupeny z 12,4 %, jelikož do této kategorie

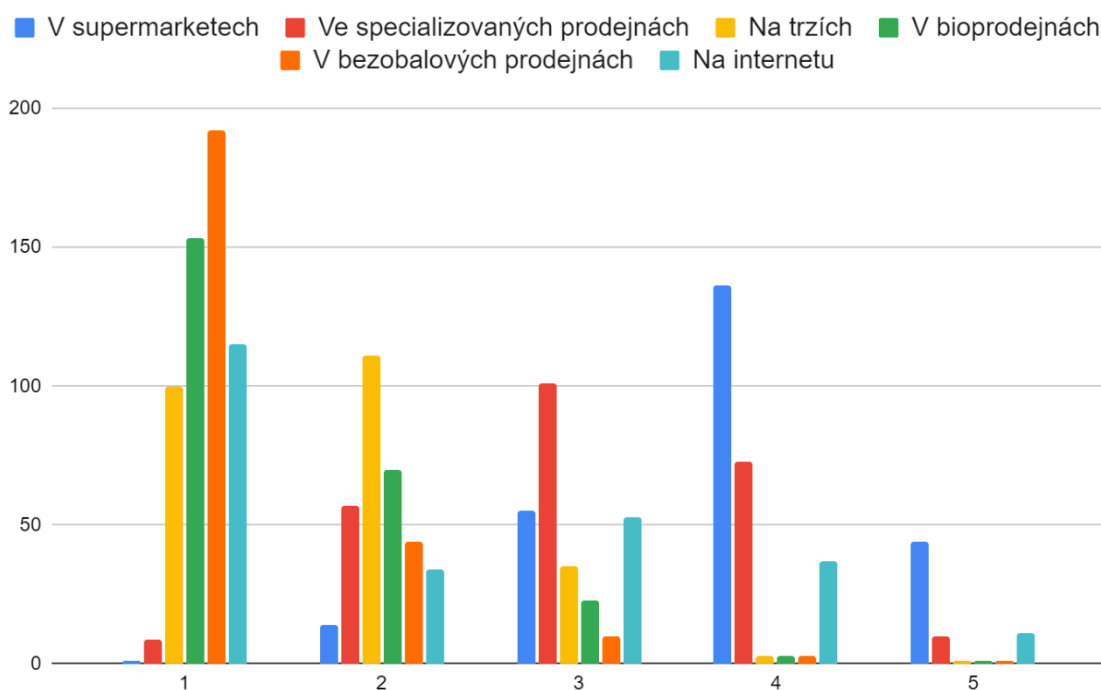
spadají i velmi staří lidé, které nebylo možné při nákupu tak často zastihnout anebo se dotazníkového šetření odmítali účastnit.

4.2 Výsledky šetření

První 2 otázky v dotazníku byly zaměřeny na všeobecné nákupní návyky dotazovaných a zjišťovaly, v jakých obchodech respondenti nejčastěji nakupují.

Zastoupeny byly rozšířené supermarkety, trhy, prodejny s biopotravinami, bezobalové prodejny, specializované prodejny a nechyběla ani možnost nákupu na internetu.

Graf 4: Jak často nakupujete v následujících prodejnách?



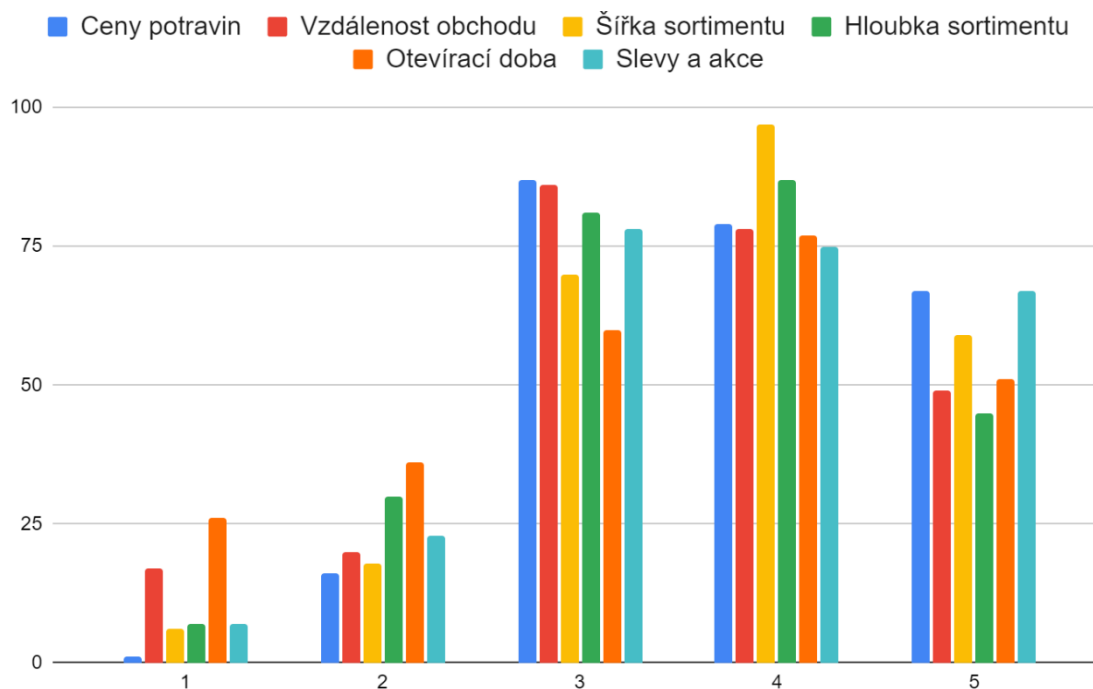
1 = vůbec, 2 = zřídka, 3 = občas, 4 = často, 5 = vždy

Zdroj: vlastní šetření (2023)

U jednotlivých prodejen byla na výběr hodnotící škála 1–5, na které respondenti hodnotili, jak často v těchto prodejnách nakupují. Nejčastěji využívanými jsou supermarkety, kde odpověď vždy a často zvolilo 180 respondentů. Pouze 1 z dotazovaných uvedl, že zde nenakupuje vůbec. Specializované prodejny, kterými jsou například drogerie, řeznictví, pekárny apod. jsou využívány většinou respondentů, pouze 10 z nich zde vůbec nenakupuje. Oproti tomu trhy, bioprodejny a bezobalové prodejny již tolik zastoupeny

nejsou. Nákup vždy zde uvedl pouze 1 respondent a často 3 lidé. Alespoň občas na trzích nakoupí 35 osob, v bioprodejnách 23 a bezobalových prodejnách pouze 10 respondentů. Tyto tři možnosti nákupu spolu s nákupem na internetu lidé nejčastěji jednoznačně odmítali, konkrétně v bezobalové prodejně nikdy nenakoupí 192 dotazovaných.

Graf 5: Faktory ovlivňující návštěvu jednotlivých obchodů



1 = nezáleží mi na tom vůbec, 5 = je to pro mě rozhodující

Zdroj: vlastní šetření (2023)

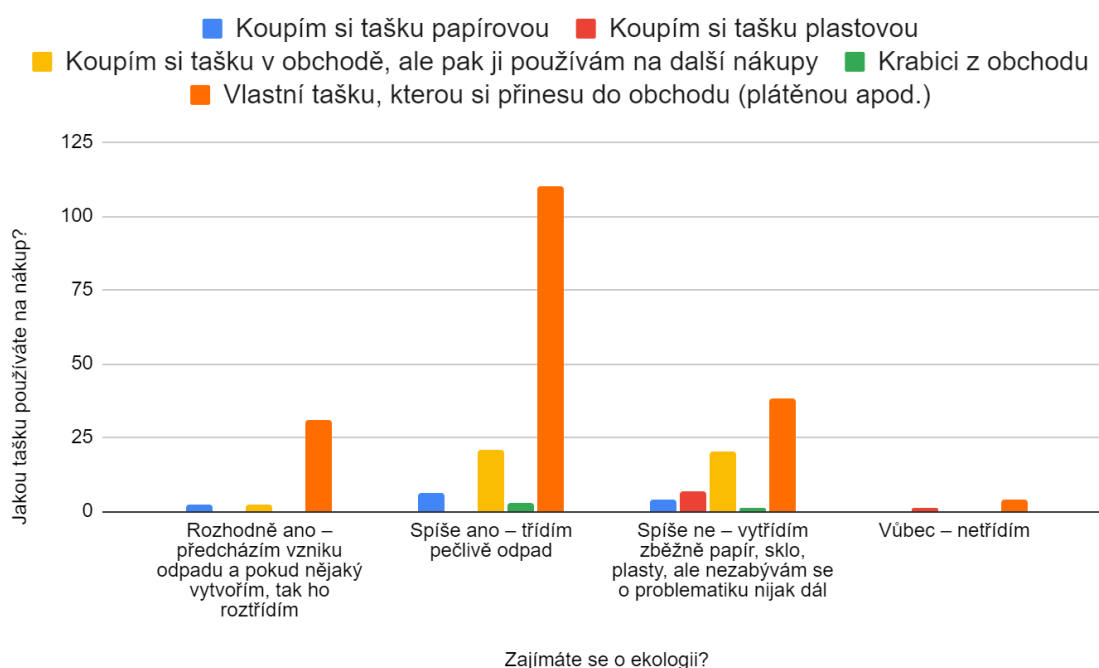
Finance jsou nejdůležitějším faktorem, který zákazníky ovlivňuje při rozhodování, kam vyrazí nakoupit. Ukazují na to data v grafu 5, konkrétně sloupce hodnoty 5, kde ceny potravin a slevy a akce v daném obchodě dosáhly nejvyšších hodnot a naopak u hodnoty 1, která představuje nejmenší zájem jsou hodnoty nejnižší. Častěji si lidé vybírají obchod podle šířky sortimentu než hloubky, kdy nakoupí v jedné pobočce více různorodého sortimentu od pečiva, přes maso až po drogerii. Vzdálenost obchodu hodnotili respondenti nejčastěji neutrálně pod hodnotou 3, která byla zvolena 86x.

Následovaly otázky zaměřující se na zájem o ekologii a s tím spojený výběr jednorázových obalů v obchodě a volba nákupních tašek. V první otázce z této sekce vyjádřili respondenti svůj postoj k ekologii skrz třídění odpadu. Více než polovina (140)

respondentů uvedla, že odpad třídí pečlivě. Dalších 28 % (70) zvolilo jako odpověď zběžné vytrídění základních surovin, jako je papír, plast a sklo bez nějakého hlubšího zájmu. Mezi respondenty byli ale i takoví, kteří se odpadu snaží předcházet, tuto možnost odpovědi zaznamenalo 14 % (35) a zbylá 2 % (5) obyvatel uvedla, že netřídí odpad vůbec.

Na úvodní otázky týkající se ekologie navazovaly další tři, které zjišťovaly, jak se respondenti staví ke vzniku odpadu již při nákupu. Tyto otázky pak měly porovnat, kde respondenti volí ekologičtější variantu, a kde se naopak výběrem obalu v obchodě příliš nezaobírají.

Graf 6: Využívání nákupních tašek v závislosti zájmu o ekologii



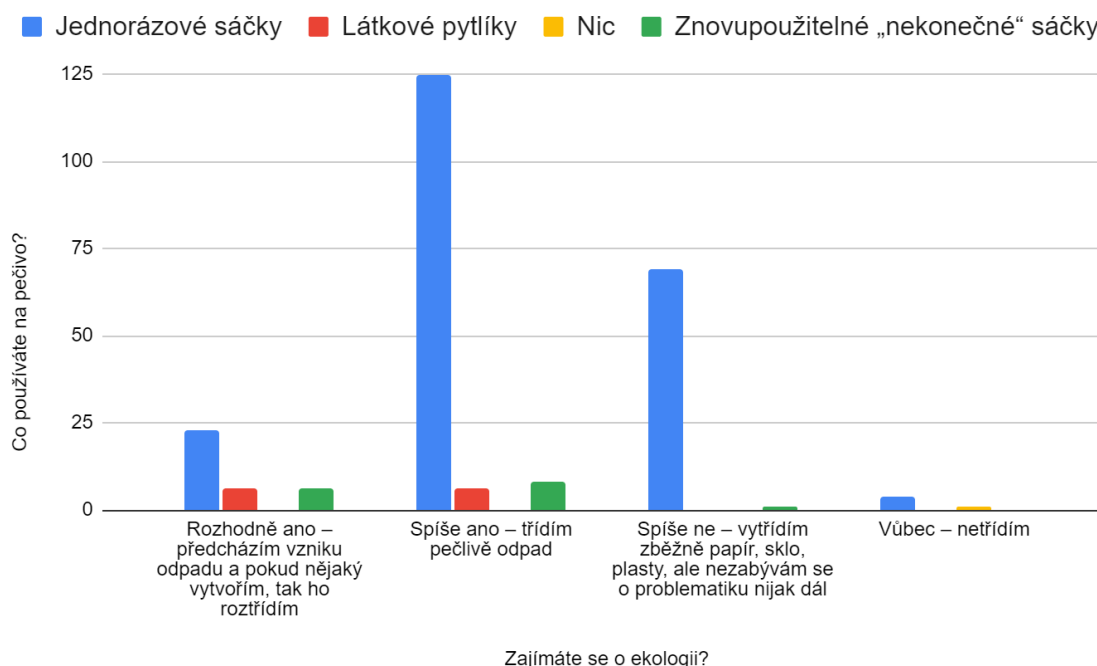
Zdroj: vlastní šetření (2023)

Nejdříve bylo zaznamenáno, jaké tašky na celý nákup převážně nejčastěji uživatelé používají. U všech skupin respondentů vede jednoznačně vlastní taška, kterou si do obchodu s sebou přinese 183 dotazovaných, ze kterých 148 se hlásilo k třídění odpadu. Dalších 43 si tašku sice koupí, ale používají ji pak na další nákupy. Lidé, kteří projevili větší zájem o ekologii volili právě tyto dvě možnosti. Naopak 8 respondentů uvedlo, že si koupí plastovou tašku, jde ale o osoby, které se o ekologii příliš nezajímají, jak uvedli, buď netřídí vůbec anebo jen zběžně základní věci. Papírová taška byla zvolená 12x, z toho dvakrát u spotřebitelů, kteří uvedli, že vzniku odpadu předcházejí. Dokonce 4 respondenti

si z nabídky odpovědí nevybrali a připsali svou vlastní, a to, že využívají prázdné krabice z obchodu. Nejedná se ale o spotřebitele, kteří by se v následujících otázkách vyjadřovali k ekologii výrazně pozitivněji.

Dalším způsobem, jak mohou lidé nějak částečně ovlivnit množství odpadu, i když nakupují v klasických supermarketech, je používání obalu u pečiva, ovoce a zeleniny. U těchto potravin jsou v těchto prodejnách automaticky dostupné jednorázové sáčky, přesto ale existují varianty, jak se odpadu z nich vyhnout. Možností je několik, uživatelé nemusejí používat vůbec nic, anebo mohou zvolit ekologičtější variantu, kterou jsou znovupoužitelné sáčky nebo třeba látkové pytlíky.

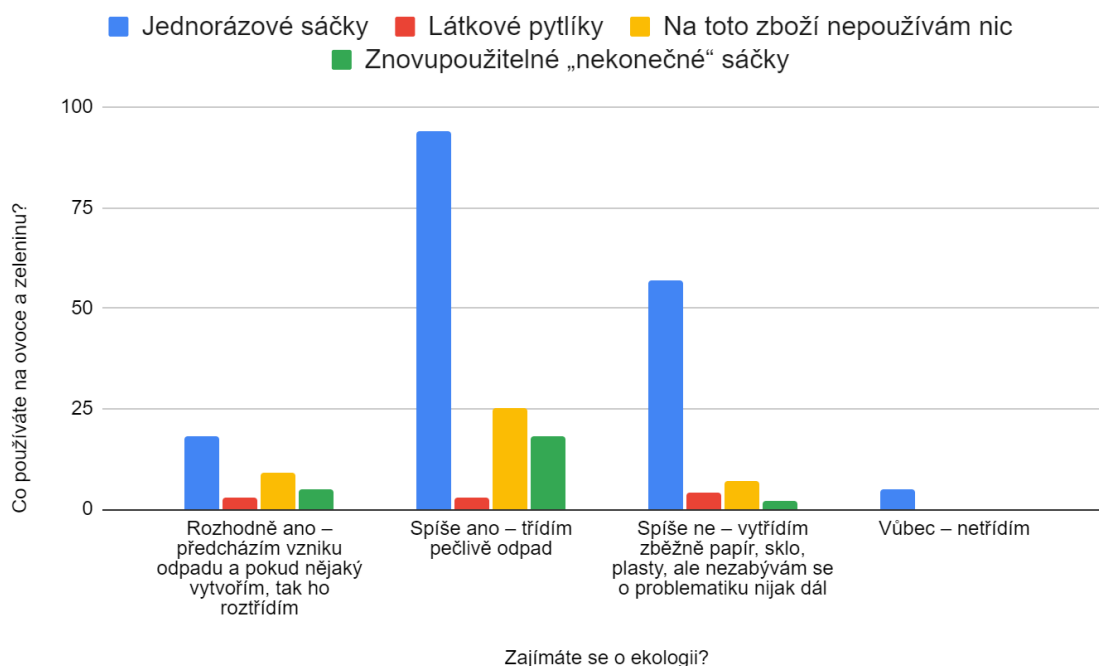
Graf 7: Využívání obalů na pečivo



Zdroj: vlastní šetření (2023)

U nákupu pečiva převažují ve velké míře jednorázové sáčky, a to dokonce i u lidí, kteří se vzniku odpadu snaží předcházet. Jednorázové sáčky volilo 222 z 250 dotázaných. Znovupoužitelné „nekonečné“ sáčky a látkové pytlíky se jakožto ekologičtější varianta vyskytovaly pouze u prvních dvou skupin respondentů, které se o ekologii zajímají. Látkové pytlíky používá celkem 12 lidí a znovupoužitelné sáčky 15. V grafu je zaznamenána i odpověď "nic", nicméně žena do poznámky uvedla, že pečivo vůbec nenakupuje.

Graf 8: Využívání obalů na ovoce a zeleninu

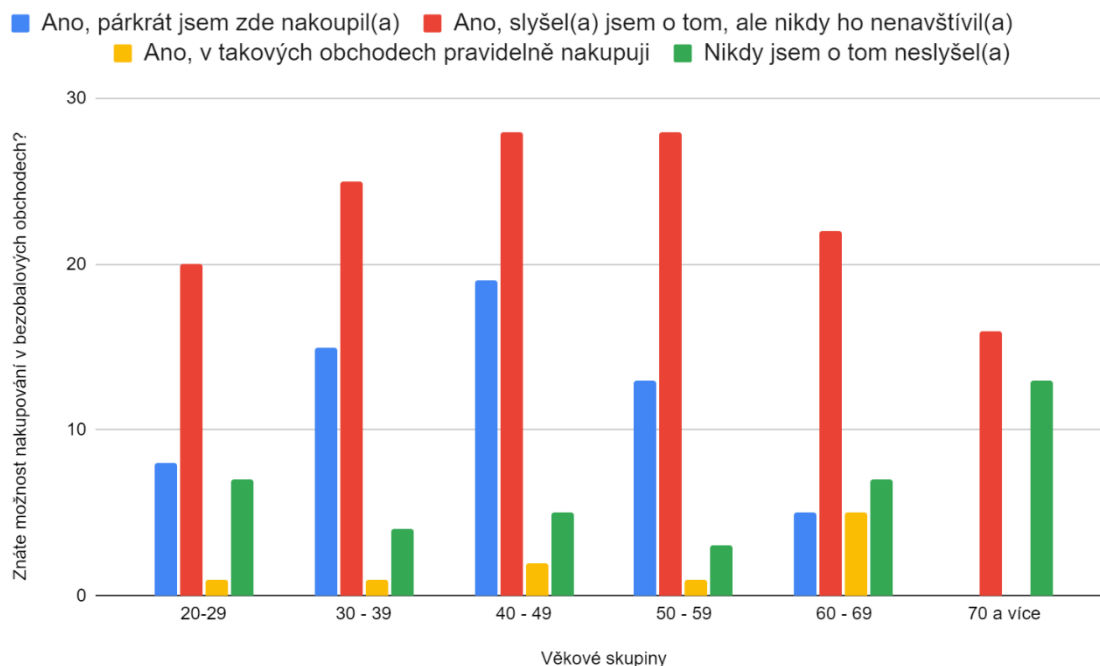


Zdroj: vlastní šetření (2023)

Posledním grafem vyjadřující postoj k ekologii při nákupu je graf vykazující využívání obalů na ovoce či zeleninu. Již jsou zde více zastoupeny znovupoužitelné sáčky a látkové pytlíky, než u pečiva a to dokonce i u skupiny, která uvádí zájem o ekologii nižší. Oproti pečivu byly v této otázce jednorázové sáčky zaznamenány jen 174x a více se zde rozmáhá způsob nakupování bez obalu, to především z důvodu přírodní ochranné slupky u ovoce. K nevyužívání obalu na toto zboží se hlásilo 41 osob, což je dokonce více než u znovupoužitelných sáčků, které byly naopak zastoupeny u nakupování pečiva. K látkovým pytlíkům se přihlásilo 10 osob a znovupoužitelné sáčky volí 25 lidí. Nejčastěji tyto možnosti využívají spotřebitelé, kteří se o třídění odpadu zajímají více nebo odpadu předcházejí.

Co se týče bezobalového způsobu nakupování, zná tenhle způsob nakupování až 84,4 % respondentů. Nicméně pravidelné návštěvy zde ale uvedly pouze 4 %. Dalších 24% uvádí, že zde párkrát nákup uskutečnili a 56,4 % o bezobalových obchodech sice někdy slyšeli, ale nikdy zde nenakoupili. V grafu 9 je pak znázorněna informovanost o těchto obchodech v závislosti k věku.

Graf 9: Informovanost o bezobalových obchodech



Zdroj: vlastní šetření (2023)

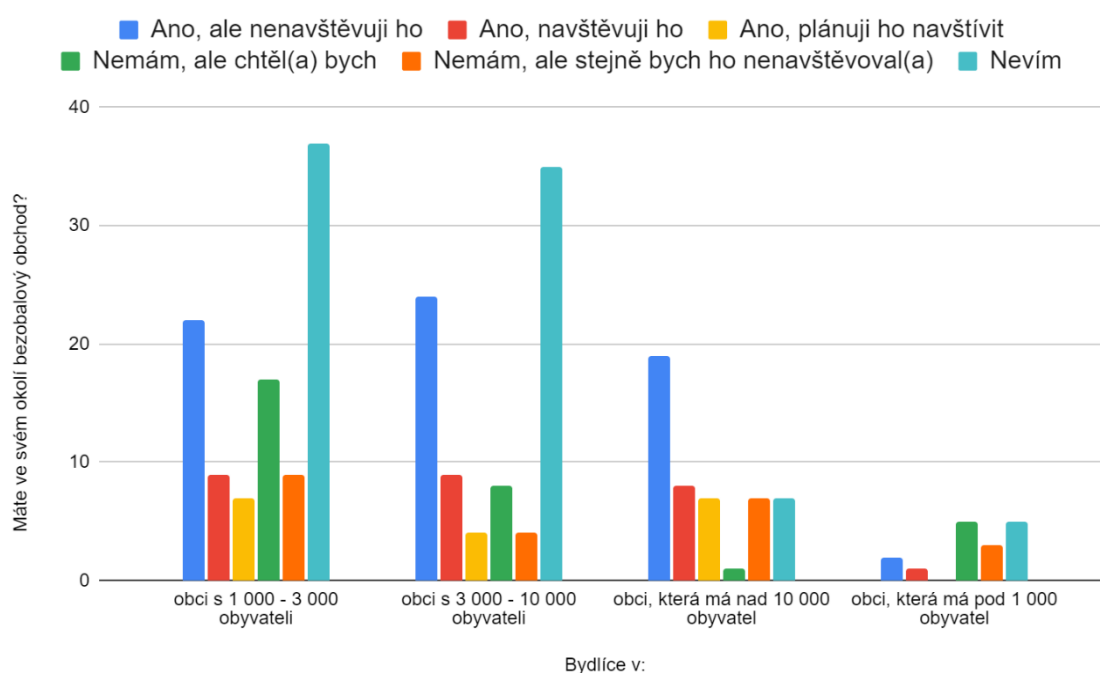
V bezobalových prodejnách nakupuje pravidelně pouze 10 z dotázaných respondentů, přičemž 5 z nich jsou osoby ve věku 60–69 let. Dalších 60 spotřebitelů zde nakoupilo aspoň párkrát, největší zastoupení je ve věkové skupině 40 – 49 let. Nejčastěji lidé vyjadřovali povědomí o těchto obchodech, nicméně nikdy takovou prodejnu nenavštívili, tuto odpověď zvolilo 141 osob a je to nejčastěji volená odpověď ve všech věkových skupinách. Pouze 39 spotřebitelů tento způsob nakupování vůbec nezná, jednalo se nejčastěji o občany starší 70 let.

Kromě bezobalových prodejen se dotazník zabýval také o informovanosti ohledně automatů na čerstvé mléko a skutečností, zda lidé tyto automaty využívají, jestliže je mají ve svém okolí. Obdobně jako u bezobalových prodejen, i zde lidé mají povědomí o automatech, které nabízejí možnost zakoupit si mléko do vlastní nádoby, ale nevyužívají je. Oproti předchozímu grafu je tady ale zastoupeno větší množství lidí, konkrétně 77, kteří o výskytu automatů nejsou vůbec informováni. Stejně jako u bezobalových prodejen automaty na mléko pravidelně využívá 10 spotřebitelů, jde ale ovšem pouze o občany mladší 60 let. Dalších 34 osob automaty využívá spolu s kombinací jiných forem nákupu.

Zbýlých 50 dotazovaných uvedlo, že se v jejich okolí automat nevyskytuje. Graf vyjadřující využívání automatů na mléko v závislosti na věku je k dispozici v příloze 4.

Po stručném přiblížení respondentům, co bezobalový obchod je byly další otázky směřovány k dostupnosti obchodů v jednotlivých městech a spotřebitelé vyjadřovali svůj názor k výhodám a nevýhodám, které jsou s nákupem v těchto specializovaných prodejnách spojovány.

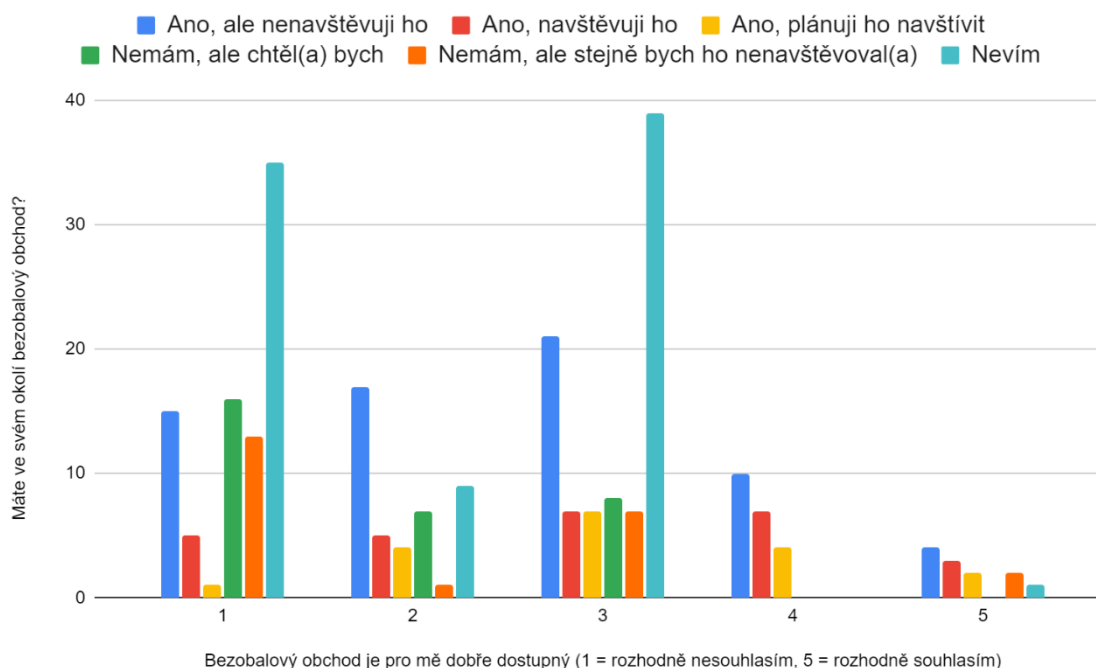
Graf 10: Zastoupení bezobalových obchodů v obcích



Zdroj: vlastní šetření (2023)

Zájem o výskyt bezobalového obchodu v okolí projevil pouze 31 respondentů a jednalo se spíše o obyvatelé menších měst či vesnic. Ve městech s počtem obyvatel nad 10 000 se už bezobalové obchody vyskytují, respondenti ale často uvádějí, že je nenavštěvují, pravidelně se k nákupu zde rozhodne 27 spotřebitelů a velikost obce ve které žijí na to ale nemá vliv. O existenci bezobalové prodejny v okolí ví 112 lidí, z toho ale 67 tyhle obchody stejně nenavštěvuje, dalších 18 je ještě nikdy nenavštívili, ale mají to v plánu. Často však respondenti uváděli, že o tom, jestli se v jejich okolí nějaká taková prodejna vyskytuje vůbec neví. Takových osob mezi dotazovanými bylo 84, nejčastěji šlo o obyvatele obcí s 1000–10 000 obyvateli.

Graf 11: Dostupnost bezobalových prodejů



Zdroj: vlastní šetření (2023)

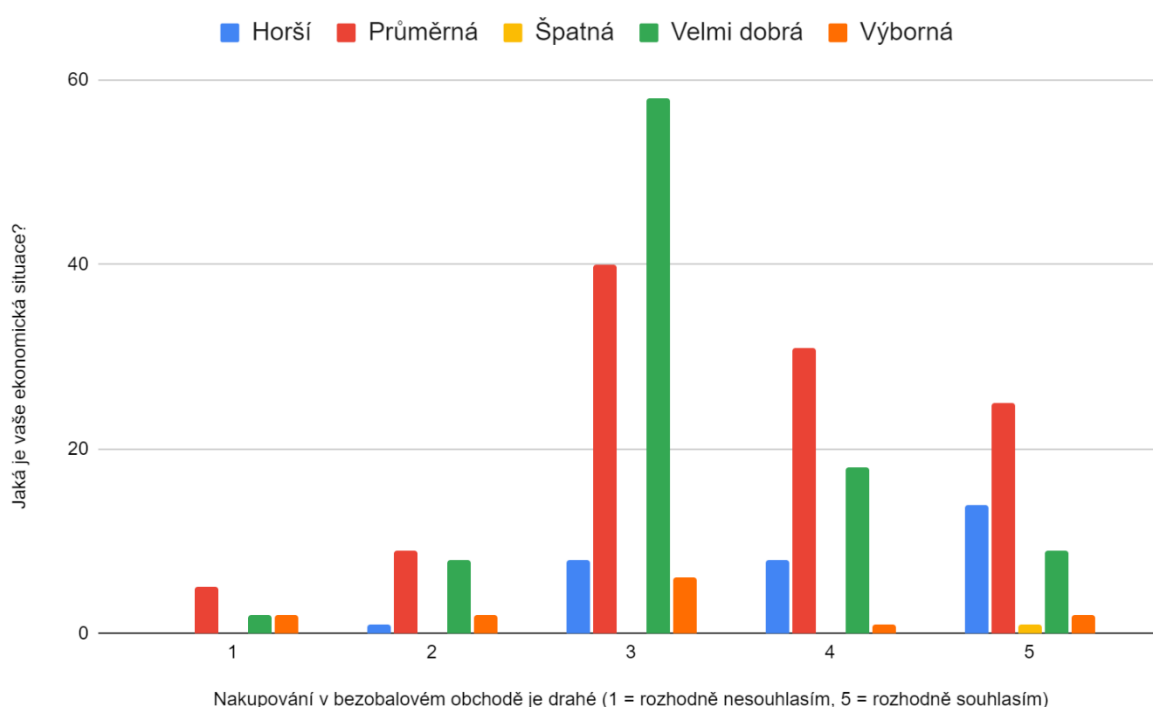
V dotazníku byly zastoupeny i podotázky, které zjišťovaly různé překážky ubírající motivaci lidí v bezobalových obchodech nakoupit. Jednou z nich byla samozřejmě otázka co se týče vzdálenostní dostupnosti obchodu. Převážně lidé, kteří uvedli, že v okolí žádný bezobalový obchod nemají, a zároveň o něj projevili zájem, hodnotili dostupnost obchodu na škále v hodnotách 1-3. Také lidé uvádějící odpověď „nevím“ na otázku, zda v okolí obchod mají odpovídali ve stejných hodnotách.

Celkem 54 respondentů uvedlo, že v okolí bezobalový obchod nemají, z nichž 31 zaznamenalo odpověď na otázku, zda v okolí bezobalový obchod mají, že ne, ale měli by o to zájem.

K otázkám zaznamenávající pozitiva nakupování v bezobalových obchodech jako osobitější přístup prodavačů či kvalitnější zboží, se vyjadřovali respondenti nejčastěji neutrálně. Více než polovina, 190 dotázaných rozhodně nebo alespoň spíše souhlasila s tvrzením, že se nakupováním v bezobalových prodejnách sníží množství odpadu. Vyjádření všech odpovědí na tyto otázky ohledně výhod a nevýhod bezobalových prodejů jsou k dispozici v příloze 5.

Mezi překážky tomto směru nákupu byly zařazeny podotázky, zda je potřeba tento nákup plánovat dopředu, s tímto tvrzením souhlasilo 137 lidí a 163 uvedlo, že je obtěžující nákup kombinovat i s jinými prodejny, jelikož v bezobalovém obchodě nenakoupí vše, co potřebují. Celkem 109 osob si myslí, že je nakupování zde drahé. Jelikož jsou finance nejdůležitějším faktorem při výběru obchodu, jak je uvedeno v grafu 5 (str. 32), vyjadřuje graf 13 finanční dostupnost prodejen v závislosti na ekonomické situaci respondentů.

Graf 12: Ekonomická dostupnost bezobalových prodejen z pohledu respondentů v závislosti na jejich ekonomické situaci



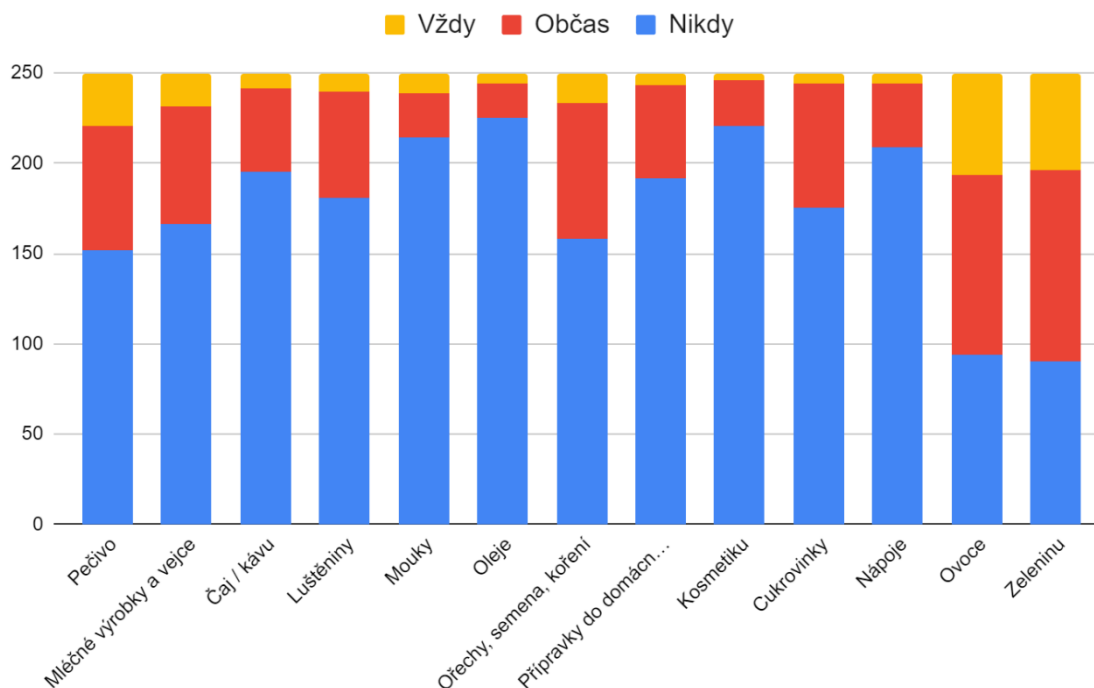
Zdroj: vlastní šetření (2023)

Na hodnotící škále od 1 do 5 vyjadřovali respondenti svůj názor na otázku, zda jsou bezobalové prodejny drahé, přičemž hodnota 1 vyjadřovala absolutní nesouhlas s tvrzením a hodnota 5 vyjadřovala s tvrzením absolutní souhlas. Lidé s horší a špatnou ekonomickou situací více zastávali názor, že jsou bezobalové obchody opravdu dražší. Naopak respondenti, kteří se zařadili mezi osoby s velmi dobrou či výbornou ekonomickou situací nevolili opak, ale označovali převážně odpověď 3, čímž zaujímali spíše neutrální postoj.

Nosit s sebou na nákup své vlastní nádoby považuje za obtěžující 89 občanů, 77 zaujímá neutrální postoj a zbytek tuto skutečnost nepovažuje za obtěžující. Obavy

z hygieny u nebaleného zboží projevilo pouze 46 respondentů, z čehož vyplývá, že tento faktor je nejmenší překážkou při rozhodování, zda by takový obchod navštívili nebo ne. Podrobný souhrn odpovědí ohledně všech překážek pro návštěvu bezobalových prodejen je k dispozici v příloze 6.

Graf 13: Bezobalové nakupování jednotlivých výrobků



Zdroj: vlastní šetření (2023)

Poslední sekce dotazníkového šetření se zabývala tím, jak často respondenti nakupují jednotlivé výrobky bez obalu, ať už přímo v bezobalových prodejnách nebo tím, že v supermarketech nepoužijí jednorázový sáček tam, kde je automaticky k dostání. Nejčastěji bez obalu nakupují ovoce, které vždy bez obalu nakupuje 57 spotřebitelů a dalších 99 občas. Velmi podobně dopadla i zelenina, na kterou obal vždy použije 90 osob, což je ještě o 4 méně než u ovoce. Pečivo je hned dalším v pořadí, kde lidé častěji využívají bezobalový způsob nákupu. Jak již bylo vyobrazeno v grafu 7 (str. 34), na pečivo krom jednorázových sáčků jsou využívány látkové pytlíky a znovupoužitelné eko sáčky.

4.3 Testování hypotéz

Hypotéza č. 1: Využívání vlastních tašek závisí na zájmu o ekologii.

Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že si vlastní tašku do obchodu nosí s sebou 183 dotázaných, což odpovídá 73,2 %. Odpovědi na otázku, jakou tašku při nakupování používají jsou zobrazeny v grafu 6 (str. 33), kde jsou odpovědi respondentů rozloženy v závislosti k zájmu o ekologii. Na otázku, zda se o ekologii zajímají, odpovědělo 35 respondentů rozhodně ano a 140 spíše ano. Z následující tabulky lze vidět, že 141 respondentů, kteří se o ekologii zajímají používá vlastní tašku, což představuje 80,57 %.

Tabulka 4: Využívání nákupních tašek v závislosti zájmu o ekologii – absolutní četnosti

Zajímáte se o ekologii?	Data	Jiné tašky	Vlastní tašky	Celkový součet
ANO	Počet	34	141	175
	%	19,43%	80,57%	100,00%
NE	Počet	33	42	75
	%	44%	56%	100%
Celkem počet		67	183	250
%		26,80%	73,20%	100,00%

Zdroj: vlastní šetření (2023)

Hypotéza byla vyhodnocena pomocí funkce chí-kvadrát testu v Excelu:

H_0 : Využívání vlastních tašek nezávisí na zájmu o ekologii.

H_A : Neplatí H_0 .

Pozorované četnosti

34	141	175
33	42	75
67	183	250

Očekávané četnosti

46,9	128,1
20,1	54,9

Signifikace chí-kvadrát testu: 5,8287E-05

Dosažená hladina signifikance $p = 5,8 \cdot 10^{-5}$ je menší než 0,05. Na základě p-hodnoty a hladiny významnosti $\alpha = 0,05$ nulovou hypotézu zamítáme ve prospěch alternativní. Lidé nosící si vlastní tašky na nákup mají zvýšený zájem o ekologii.

Hypotéza č. 2: Ve větších obcích (nad 3000 obyvatel) je větší zájem o bezobalové obchody.

V grafu 10 (str. 37) jsou zpracovány odpovědi na otázku, zda respondenti mají bezobalový obchod ve svém okolí. K této otázce se 54 respondentů vyjádřilo zápornou odpovědí, bezobalový obchod v jejich blízkosti není, ale někteří by jej stejně nenavštěvovali, jiní by o to ale měli zájem. Pravidelně zde nakupuje 27 respondentů, jsou ale zastoupeni jak ve větších městech, tak v obcích o 1000–3000 obyvateli.

Tabulka 5: Zájem o bezobalový obchod v závislosti na velikosti obce – absolutní četnosti

Zájem o bezobalový obchod	Data	Zájem o bezobalový obchod	Nezájem o bezobalový obchod	Celkový součet
Obce pod 3000 obyvatel	Počet	39	78	117
	%	33,33%	66,67%	100,00%
Obce nad 3000 obyvatel	Počet	37	96	133
	%	28%	72%	100%
Celkem počet		76	174	250
%		30,40%	69,60%	100,00%

Zdroj: vlastní šetření (2023)

Hypotéza byla zpracována a vyhodnocena pomocí chí-kvadrát testu:

H_0 : Zájem o bezobalové prodejny závisí na velikosti obce.

H_A : Neplatí H_0 .

Pozorované četnosti

39	78	117
37	96	133
76	174	250

Očekávané četnosti

35,568	81,432
40,432	92,568

Signifikace chí-kvadrát testu: 0,34429748

Dosažená hladina signifikance $p = 0,34$ je větší než 0,05. Na základě p -hodnoty a hladiny významnosti $\alpha = 0,05$ nulovou hypotézu nelze zamítnout. Velikost obce na zájem o bezobalové prodejny nemá vliv.

Hypotéza č. 3: Zda se bezobalové prodejny jeví jako drahé, závisí na jejich ekonomické situaci.

S tvrzením, že jsou bezobalové prodejny drahé spíše souhlasí a rozhodně souhlasí celkem 109 respondentů, z nichž 1 je ve špatné ekonomické situaci, 22 osob v horší a 56 osob v průměrné. Na ekonomickou situaci a názor finanční dostupnosti ukazuje graf 12 (str. 39). V těchto třech ekonomických situacích tak je 72,48 % z těch, kteří bezobalové obchody vnímají jako drahé. Zbýlých 141 respondentů se k dostupnosti bezobalových prodejen z finančního hlediska vyjádřilo tak, že je jako drahé nevnímají anebo zaujímají neutrální názor.

Tabulka 6: Ekonomická dostupnost bezobalových prodejen z pohledu respondentů v závislosti na ekonomickou situaci – absolutní četnosti

Ekonomická dostupnost obchodu	Data	1 až 3	4 až 5	Celkový součet
Horší nebo průměrná ekonomická situace	Počet	63	79	142
	%	44,37%	55,63%	100,00%
Lepší ekonomická situace	Počet	78	30	108
	%	72%	28%	100%
Celkem počet		141	109	250
%		56,40%	43,60%	100,00%

Zdroj: vlastní šetření (2023)

Tato hypotéza byla rovněž vyhodnocena pomocí chí-kvadrát testu. Jak je již vyobrazeno v grafu 12 (str. 39), respondenti na hodnotící škále 1-5 zaznamenávali, zda souhlasí s tvrzením: „Bezobalové prodejny jsou drahé,“ přičemž 1 = rozhodně nesouhlasím, 2 = spíše nesouhlasím, 3 = neutrální názor, 4 = spíše souhlasím, 5 = rozhodně souhlasím.

H_0 : Zda se bezobalové prodejny jeví jako drahé, závisí na ekonomické situaci respondentů.

H_A : Neplatí H_0 .

Pozorované četnosti

63	79	117
78	30	133
141	109	250

Očekávané četnosti

65,988	51,012
75,012	57,988

Signifikace chí-kvadrát testu: 6,8082E-08

Dosažená hladina signifikance $p = 6,8 \cdot 10^{-8}$ je menší než 0,05. Na základě p-hodnoty a hladiny významnosti $\alpha = 0,05$ nulovou hypotézu zamítáme ve prospěch alternativní. Lidé, kteří jsou v horší nebo průměrné ekonomické situaci častěji zaujímají názor, že jsou bezobalové prodejny pro ně ekonomicky nedostupné.

4.4 Diskuse

Produkce odpadu v České republice se za posledních 10 let zvýšila téměř o 8 miliónů tun ročně. Takové množství způsobuje gradování enviromentálních problémů. Lidstvo může být nápomocno k redukci odpadků díky rozšiřujícím se možnostem nakupování bez zbytečných obalů, což bylo předmětem této bakalářské práce.

Na teoretickou část, která objasnila problematiku odpadů a přiblížila pojem zero waste, který úzce souvisí s bezobalovými prodejny navazovala část praktická. Tato část byla zpracována pomocí kombinovaného dotazníkového šetření. Dotazníky byly k dispozici jak v online podobě, tak tištěné. K tématu bezobalového nakupování byl také zjišťován postoj respondentů k ekologii přes třídění odpadu a využívání odnosných tašek a jednorázových sáčků. Dotazníkové šetření bylo primárně zaměřeno na bezobalové prodejny a na to, jak moc jsou tyto obchody rozšířené mezi veřejností. Z 250 respondentů tyto obchody navštěvuje 10,8 % a dalších 7,2 % jeho návštěvu plánují. Dostupnost prodejen pro 12,4 % respondentů není dostačující, tito lidé by si ve svém okolí bezobalový obchod přáli. U zbytku respondentů nebyl projev o tyto prodejny zájem. K tématu bezobalových prodejen byla následně zjišťována motivace lidí zde nakoupit, a naopak případné překážky bránící tomuto nákupu. Jako největší pozitivum bezobalových prodejen vnímají lidé jednoznačně snížení množství odpadu, s čímž se ztotožnilo 76 % respondentů.

Mezi další výhody byla pak zařazena kvalita zboží a osobitější přístup prodavačů v těchto prodejnách. Co se týče překážek, pro většinu respondentů je to složitost nákupu v těchto obchodech. Respondenti vidí problém v tom, že musí nákup plánovat dopředu, jelikož si musí vzít s sebou vlastní nádoby a nenakoupí zde vše co potřebují, což vede k časové náročnosti. Ve 43,6 % případech převládá názor, že jsou tyto prodejny drahé a 38,4 % nemá bezobalový obchod dostupný co se týče vzdálenosti. Práce se dále zabývala bezobalovým nakupováním jednotlivého sortimentu, přičemž přes 20 % nakupuje bez obalu ovoce a zeleninu, jelikož zde mohou využití obalu ovlivnit i v klasickém supermarketu. Pokud už se někteří lidé rozhodli k bezobalovému způsobu nakupování, pak takhle nejčastěji nakupují pečivo, ořechy, mléčné výrobky a vejce. O něco méně byl zastoupen sortiment na váhu jako jsou mouky či luštěniny. Nejmenší zastoupení bylo pozorováno u tekutých výrobků – olejů, přípravku do domácností a nápojů.

Na základě získaných dat z dotazníkového šetření byly potvrzeny dvě ze tří předem stanovených hypotéz. První hypotéza byla zaměřená na ekologii a s tím spojené využívání odnosných tašek. Jelikož lidé s vyšším zájmem o ekologii volí k nákupu svou vlastní tašku, byla tato hypotéza potvrzena. Druhá hypotéza, která zjišťovala, zda zájem o ekologii závisí na velikosti obce, ve které respondenti žijí nebyla po testování hypotézy potvrzena a nemohla být zamítnuta ve prospěch alternativní. Třetí hypotézou bylo zjišťováno, jestli názor na ekonomickou dostupnost prodejen závisí na ekonomické situaci respondentů. Tato hypotéza mohla být následně potvrzena.

Trend zero waste v České republice se pomalu rozrůstá i mezi menší okresy jako je Frýdek-Místek. Hlavními důvody, proč zde lidé nenakupují jsou nedostupnost bezobalových prodejen v tomto okrese, časová náročnost a ekonomická situace. Stále jsou mezi občany ale i takoví, kteří o bezobalových prodejnách nikdy neslyšeli, krom důchodců jsou pak mezi nimi zastoupeni i mladí lidé ve věku 20–29 let. Jelikož v dnešním světě mají na lidi velký vliv sociální sítě, pomohla by zde propagace a informovanost právě zde. Mladí lidé si často berou příklad z influencerů na sociálních sítích a následují jejich stanovené trendy. Osvěta na toto téma by mohla pomoci lidem, kteří se návštěvě těchto obchodů vyhýbají z důvodu časové náročnosti a finanční situace, jelikož právě správné plánování nákupu umožní ušetřit čas i peníze. Je potřeba lidem ukázat, že za cenu v bezobalových prodejnách si kupují odpovídající kvalitu a při správném plánování nákupu a využití potravin ušetří nejen čas, ale i peníze. Co se týče dostupnosti bezobalového způsobu nákupu, mohl by se do povědomí dostat díky rozšíření bezobalového konceptu ve

velkých potravinových řetězcích, tak jak je tomu již v ojedinělých prodejnách, například v Albertu na pražském Chodově. Lidé, kteří o tento způsob nakupování nemají zájem sem nepůjdou nakupovat jen tak ze své dobré vůle, je zapotřebí tyto lidi správně namotivovat. Může to být prostřednictvím kvalitní reklamní kampaně nebo vytvořením různých akcí, které prodej podpoří. Rozšíření využívání bezobalových prodejen by se mohlo podpořit přijetím jich jako standardu dnešní doby a propagací mezi vlivnými osobnostmi tak, aby se tyto obchody dostaly do širšího povědomí lidí.

5 Závěr

Bakalářská práce byla zaměřena na trend bezobalového nakupování v předem vybraném okrese Frýdek-Místek. Hlavním cílem této práce byla charakteristika spotřebitelů, kteří v tomto okrese nakupují a analýza podmínek ovlivňujících výběr těchto prodejen k nákupu. V teoretické části došlo k objasnění pojmů týkajících se obalů a produkce odpadů v Česku v porovnání se světem. Na základě kvantitativního výzkumu pomocí dotazníkového šetření byla zpracována praktická část bakalářské práce. Hlavním tématem dotazníkového šetření byly bezobalové prodejny a postoj zákazníků k těmto prodejnám. Jednotlivé otázky zjišťovaly informovanost a rozšířenost bezobalových prodejen mezi respondenty. Informovanost o těchto prodejnách není nijak výrazně vyšší u mladých lidí oproti starším. Více než 70 % lidí bezobalové obchody ve svých životech vůbec nevnímá, buď je nezajímají nebo o nich vůbec neví. V dotazníku bylo následně respondentům vysvětleno, co takový obchod vůbec je a jakým způsobem funguje, aby mohli lidé odpovídat na další otázky, ve kterých měli dle svého názoru souhlasit či nesouhlasit s tvrzeními. Jako jeden z největších přínosů bezobalových prodejen vnímají lidé snížení množství odpadu, kvalitu či osobitější přístup. Bezobalové prodejny jsou veřejností ale stále vnímány jako obchody takové, ve kterých se obtížně nakupuje, jak respondenti zaznamenali, nechce se jim nosit vlastní nádoby a mají pocit, že musí pro spoustu věcí ještě do jiného obchodu. Mezi další překážky v tomto směru nakupování vyšly například vysoké ceny a pak také dostupnost obchodu v daném městě. Přestože má o bezobalové obchody zájem pouze minimum lidí, tak ti kteří se zajímají o životní prostředí a ekologii se alespoň snaží vyhýbat jednorázovým obalům tam kde to není potřeba, jak zjišťovala poslední část dotazníku, kde byly otázky založené na tom, zda na jednotlivé zboží používají jednorázový sáček a jak často. Lidé se zvýšeným zájmem o ekologii, což znamená ti, kteří předcházejí vzniku odpadu anebo aktivně třídí odpad a přemýšlí i nad přecházením jeho vzniku, využívají vesměs svou vlastní odnosnou tašku. Jen pár jedinců si tašku koupí v obchodě, tihle lidé je ale dál využívají na další nákupy, případně využijí na něco v domácnosti. Praktická část dále zjišťovala, jak jsou bezobalové obchody dostupné zaprvé, co se týče vzdálenosti a zadruhé finančně. Respondenti se často shodují s tím, že ve svém okolí nemají žádný bezobalový obchod, a proto ho nemohou navštěvovat. Zájem o tyto obchody, ovšem nezávisí na tom, z jak velkého města spotřebitel je, lidé z vesnice projevíli přibližně stejný zájem jako lidé z větších měst. U finanční dostupnosti je to už ale

jiné, respondenti s horší anebo průměrnou ekonomickou situací častěji zastávají názor, že jsou bezobalové prodejny drahé. Naopak lidé s nadprůměrnými příjmy s tímto tvrzením nesouhlasí.

Někteří lidé by v bezobalovém obchodě rádi nakoupili, ale to by pro ně znamenalo dojíždění do větších vzdálenějších měst. Aby se tak tyto prodejny rozšířily mezi větší procento lidí, měly by se rozrůst do více menších měst. Ideální by bylo zavést bezobalové prodejny v místech supermarketů, tím by byly zákazníkům více na dosah při jejich běžném nákupu.

Seznam použitých zdrojů

Bez obalu (2021): Naše projekty [online]. [cit. 2021-10-19]. Dostupné z:
<https://bezobalu.org/nase-projekty/vznik-prvniho-bezobaloveho-obchodu-v-ceske-republice>

BRANIŠ, Martin (1997): Základy ekologie a ochrany životního prostředí: učebnice pro střední školy. Praha, Informatorium. ISBN 80-86073-03-3.

Česká obchodní inspekce (2018): Igelitové tašky už nemohou být zdarma [online]. Praha. [cit. 2023-02-04]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/igelitove-tasky-uz-nemohou-byt-zdarma/>

Český statistický úřad (2023): Obyvatelstvo [online]. [cit. 2023-02-14]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/obyvatelstvo_lide

Český statistický úřad (2023): Obyvatelstvo podle desetiletých věkových skupin a pohlaví [online]. [cit. 2023-01-30]. Dostupné z:
https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=4451&katalog=33517&pvo=SLD21024-VSE&pvo=SLD21024-VSE&str=v232&u=v232__VUZEMI__101__40878

Český statistický úřad (2022): Počet obyvatel v obcích - k 1.1.2020 [online]. [cit. 2022-04-03]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-112019>

DOSTÁL, Dalibor (2019): Zahájili českou éru bezobalových obchodů. Teď už mají třetí obchod. BusinessInfo.cz [online]. [cit. 2022-02-22]. Dostupné z:
<https://www.businessinfo.cz/clanky/zahajili-ceskou-eru-bezobalovych-obchodu-ted-uz-maji-treti-obchod/>

Eurostat (2022): Municipal waste generation up to 505 kg per person [online]. [cit. 2022-02-21]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-20220214-1>

GAJDOŠOVÁ, Michaela, Jana KARASOVÁ a ŠKRDLÍKOVÁ, Helena (2019). Život skoro bez odpadu: jak jej žijí holky z Czech Zero Waste. Brno: CPress. ISBN 978-80-264-2799-5.

Iberdola (2022): The plastic continent floating in the Pacific [online]. [cit. 2022-02-20]. Dostupné z: <https://www.iberdrola.com/sustainability/plastic-island-in-pacific-eighth-continent>

JOHNSON, Béa (2018): Domácnost bez odpadu: jak si zásadně zjednodušit život snížením produkce odpadu. 3. vydání. Přeložil Viktor JUREK. Praha: PeopleComm. ISBN 978-80-87917-43-5.

KADERÁBKOVÁ, Milada (2022): Papírové tašky došly? Radujte se. Jsou méně ekologické než igelitky. Flowee [online]. [cit. 2023-02-06]. Dostupné z: <https://www.flowee.cz/planeta/9858-papirove-tasky-dosly-radujte-se-jsou-mene-ekologicke-nez-igelitky>

LATHAM, Katherine (2021): Bbc.com: The way we normally recycle plastics is a downward spiral of waste and degraded materials, but there is another option – turning plastic back into the oil it was made from. Future Planet [online]. [cit. 2022-03-08]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/future/article/20210510-how-to-recycle-any-plastic>

MEREDITH, Susan (2018): Proč se mám starat o naši planetu?. Ilustroval Sara ROJO, přeložil Markéta JANSOVÁ. Praha: Svojtka & Co. ISBN 978-80-256-2386-2.

Ministerstvo životního prostředí (2022): Komunální odpady [online]. [cit. 2022-09-19]. Dostupné z: https://www.mzp.cz/cz/komunalni_odpady

Ministerstvo životního prostředí (2021): Odpadová data 2020: K citelnému nárůstu množství komunálních odpadů v době covidové v ČR nedošlo, odpadové trendy zůstaly téměř stejné [online]. [cit. 2023-02-14]. Dostupné z:

https://www.mzp.cz/cz/news_20211103_odpadova-data-2020-K-narustu-mnozstvi-komunalnich-odpadu-v-dobe-covidove-v-CR-nedoslo

Ministerstvo životního prostředí (2021): Produkce a nakládání s odpady v roce 2021 [online]. [cit. 2022-02-21]. Dostupné z: [https://www.mzp.cz/C1257458002F0DC7/cz/odpady_podrubrika/\\$FILE/OODP-Produkce_a_nakladani_2021-20221031.pdf](https://www.mzp.cz/C1257458002F0DC7/cz/odpady_podrubrika/$FILE/OODP-Produkce_a_nakladani_2021-20221031.pdf)

MÜLLER, Ruth a Sarah Maria SCHÖNBAUER (2020). Zero Waste—Zero Justice?. *Engaging Science, Technology, and Society* [online]. 6, 416-420 [cit. 2022-02-17]. ISSN 2413-8053. Dostupné z: doi:10.17351/ests2020.649

National geographic (2023): Great Pacific Garbage Patch [online]. [cit. 2023-02-14]. Dostupné z: <https://education.nationalgeographic.org/resource/great-pacific-garbage-patch/>

OKUNOLA A, Alabi, Ologbonjaye KEHINDE I, Awosolu OLUWASEUN a Alalade OLUFIROPO E (2019): Public and Environmental Health Effects of Plastic Wastes Disposal: A Review. *Journal of Toxicology and Risk Assessment* [online]. 5(2) [cit. 2023-01-31]. ISSN 25724061. Dostupné z: doi:10.23937/2572-4061.1510021

Právní prostor (2017): Povinné zpoplatnění plastových tašek od 1. 1. 2018 [online]. [cit. 2023-02-04]. Dostupné z: <https://www.pravniprostor.cz/clanky/ostatni-pravo/povinne-zpoplatneni-plastovych-tasek-od-1-1-2018>

RATIA, Camille (2019). *Bez odpadu: rady šité na míru vašemu rozpočtu, času i cíli!*. Přeložil Jana CHARTIER. Praha: Mladá fronta. ISBN 978-80-204-5100-2.

RHODES, Christopher J (2018). Plastic Pollution and Potential Solutions. *Science Progress* [online]. 101(3), 207-260 [cit. 2022-03-08]. ISSN 0036-8504. Dostupné z: doi:10.3184/003685018X15294876706211

Samosebou (2019): Průmyslové obaly - co jsou a kam patří? [online]. [cit. 2023-02-14]. Dostupné z: <https://www.samosebou.cz/2019/05/02/prumyslove-obaly-co-jsou-a-kam-patri/>

Smarticular (2021): 100 Tips: Zero Waste im Alltag [online]. [cit. 2022-02-22]. Dostupné z: <https://www.smarticular.net/zero-waste-tipps-im-alltag-muellvermeidung/>

SMITH, Kelly Marie (2019): Plastic pollution - The seventh continent. Wild Society [online]. [cit. 2022-02-20]. Dostupné z: <https://wildsocietynz.com/blogs/creation-positive/plastic-pollution-plastic-graveyard>

ŠŤASTNÁ, Jarmila (2007): Kam s nimi: jak správně třídit odpady a všechno, co s tím souvisí : s průvodkyní Martinou Vrbovou. Praha: Česká televize. Edice České televize. ISBN 80-85005-72-7.

ŠŤASTNÁ, Jarmila (2013): Všechno, co potřebujete vědět o odpadech a neměli jste se koho zeptat. Praha: EKO-KOM, 2013. ISBN 978-80-904833-1-6.

Třídění odpadu (2017): Hliník [online]. [cit. 2022-03-08]. Dostupné z: <https://www.trideniodpadu.cz/hlinik>

WERNEROVÁ, Pavla (2019): Konec doby odpadové: jak několika jednoduchými změnami napomoci nejen planetě, ale hlavně sami sobě. Nové Strašecí: Pavla Wernerová. ISBN 978-80-270-6920-0.

WILSON-POWELL, Georgina (2020). Jak žít ekologicky?: zelená řešení pro svět po pandemii. Přeložil Vladan ŠÍR. [Praha]: Barcz & Conrad Books. ISBN 978-80-270-8669-6.

Zákon č. 541/2020 Sb., o odpadech

Seznam příloh

Příloha 1: Komunální odpad produkovaný v EU v roce 2020

Příloha 2: Loga bezobalových prodejen

Příloha 3: Struktura obyvatel v okrese Frýdek–Místek

Příloha 4: Využívání automatů na mléko v závislosti na věku

Příloha 5: Výhody nakupování v bezobalových prodejnách z pohledu spotřebitelů

Příloha 6: Nevýhody nakupování v bezobalových prodejnách z pohledu spotřebitelů

Příloha 1: Komunální odpad produkováný v EU v roce 2020



¹⁾ Estimated
²⁾ Ireland, Austria, Greece, Italy: 2019 data
³⁾ Bulgaria, Iceland: 2018 data

ec.europa.eu/eurostat

Zdroj: Eurostat (2022)

Příloha 2: Loga bezobalových prodejen

Logo Beskydy bez obalu



Zdroj: Beskydy bez obalu (2023)

Logo Spolu bez obalu



Zdroj: Spolu bez obalu (2023)

Logo Bez obalu



Zdroj: Bez obalu (2023)

Logo 3nec bez obalu



Zdroj: 3nec bez obalu

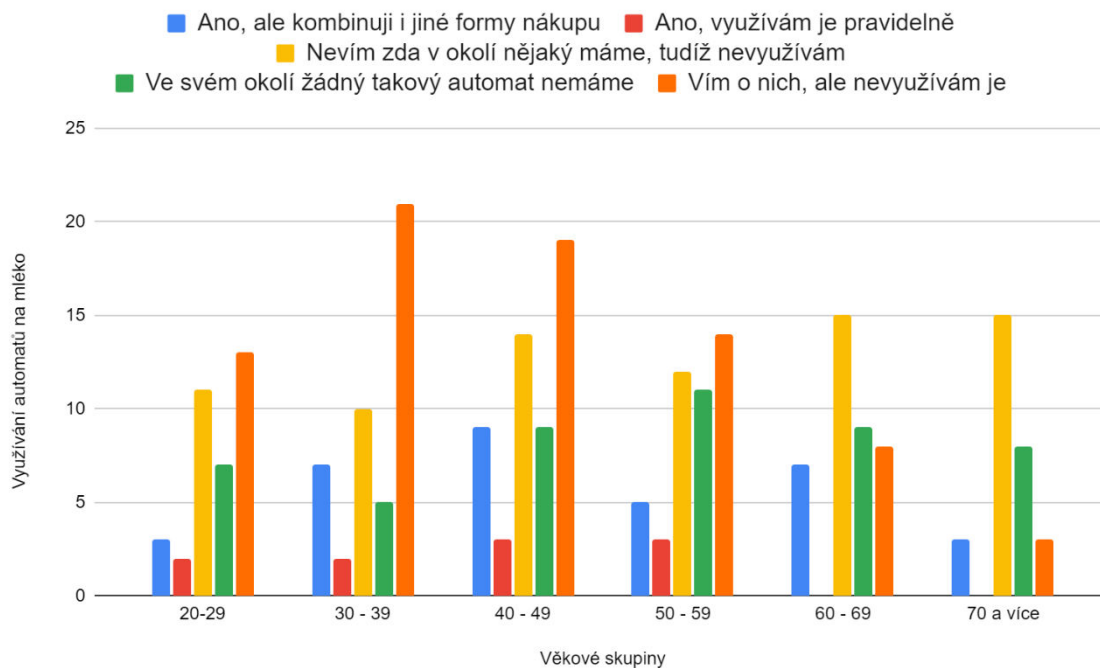
Příloha 3: Struktura obyvatel v okrese Frýdek – Místek

	Počet obyvatel			Průměrný věk		
	Celkem	Muži	Ženy	Celkem	Muži	Ženy
Okres Frýdek-Místek	214 660	106 013	108 647	42,5	41,1	44,0
Baška	3924	1969	1955	42,4	40,7	44,2
Bílá	281	147	134	46,2	45,1	47,5
Bocanovice	477	244	233	38,9	38,5	39,4
Brušperk	4101	2001	2100	42,2	40,9	43,5
Bruzovice	917	474	443	40,5	38,1	43,0
Bukovec	1384	698	686	38,0	36,3	39,8
Bystřice	5356	2606	2750	42,4	40,7	44,0
Čeladná	2836	1415	1421	43,6	42,3	44,9
Dobrá	3205	1600	1605	42,9	41,8	44,0
Dobratice	1285	621	664	40,9	40,7	41,1
Dolní Domaslavice	1382	673	709	41,4	40,8	42,1
Dolní Lomná	922	459	463	41,4	41,6	41,2
Dolní Tošanovice	354	183	171	40,0	37,8	42,4
Fryčovice	2449	1202	1247	42,4	41,2	43,6
Frýdek-Místek	55557	27245	28312	43,0	41,4	44,6
Frýdlant nad Ostravicí	9922	4759	5163	43,6	42,0	45,1
Hnojník	1464	717	747	44,7	42,7	46,7
Horní Domaslavice	924	469	455	38,1	37,3	38,9
Horní Lomná	381	212	169	42,7	39,6	46,6
Horní Tošanovice	642	334	308	38,7	37,9	39,6
Hrádek	1879	919	960	40,9	39,1	42,6
Hrčava	252	136	116	43,7	43,5	43,8
Hukvaldy	2080	1044	1036	42,8	41,5	44,2
Jablunkov	5474	2655	2819	42,7	40,7	44,6
Janovice	1930	954	976	42,0	41,0	42,9
Kaňovice	321	160	161	41,8	40,6	43,0
Komorní Lhotka	1420	708	712	42,2	41,2	43,2
Košařiska	372	194	178	42,2	41,8	42,6
Kozlovce	3051	1519	1532	41,2	40,2	42,1
Krásná	682	340	342	45,0	44,6	45,4
Krmelín	2361	1148	1213	41,9	40,9	42,7
Kunčice pod Ondřejníkem	2373	1189	1184	42,4	41,6	43,2
Lhotka	541	271	270	41,8	42,2	41,5
Lučina	1432	735	697	42,4	40,8	44,0
Malenovice	780	401	379	40,1	40,2	40,1
Metylovice	1766	871	895	42,7	41,5	43,8
Milíkov	1370	708	662	42,1	40,6	43,6
Morávka	1222	642	580	42,2	40,5	44,1
Mosty u Jablunkova	3788	1905	1883	42,3	41,2	43,3

Návší	3865	1897	1968	41,2	39,3	42,9
Nižní Lhoty	288	139	149	40,0	38,6	41,4
Nošovice	1070	525	545	41,4	40,7	42,2
Nýdek	2078	1032	1046	42,9	40,5	45,4
Ostravice	2423	1236	1187	44,6	43,3	45,9
Palkovice	3406	1717	1689	41,2	40,7	41,8
Paskov	3917	1942	1975	42,2	41,1	43,4
Pazderna	320	159	161	38,3	37,1	39,5
Písečná	1009	505	504	38,6	37,6	39,5
Písek	1863	931	932	40,1	38,9	41,2
Pražmo	916	452	464	44,0	42,2	45,7
Pržno	1060	576	484	41,9	42,4	41,4
Pstruží	1025	520	505	39,4	38,1	40,8
Raškovice	1928	911	1017	42,5	40,9	43,9
Ropice	1662	808	854	40,3	39,5	41,2
Řeka	571	286	285	43,0	42,6	43,5
Řepiště	1869	948	921	42,0	40,9	43,1
Sedliště	1673	859	814	39,4	38,5	40,3
Smilovice	815	431	384	40,4	38,7	42,3
Soběšovice	901	438	463	44,8	43,8	45,8
Staré Hamry	554	290	264	44,5	42,2	47,0
Staré Město	1487	729	758	42,4	41,7	43,2
Staríč	2217	1102	1115	41,8	41,2	42,4
Střítež	1056	533	523	40,6	39,6	41,5
Sviadnov	2134	1056	1078	40,7	39,2	42,2
Třanovice	1063	530	533	41,0	39,3	42,8
Třinec	35002	17127	17875	43,5	41,7	45,3
Vělopolí	287	142	145	40,0	39,9	40,1
Vendryně	4530	2247	2283	41,5	40,3	42,7
Vojkovice	725	363	362	38,4	38,1	38,6
Vyšní Lhoty	860	450	410	44,5	43,2	46,0
Žabeň	885	441	444	39,6	38,9	40,3
Žermanice	344	164	180	39,6	39,9	39,2

Zdroj: ČSÚ (2020)

Příloha 4: Využívání automatů na mléko v závislosti na věku

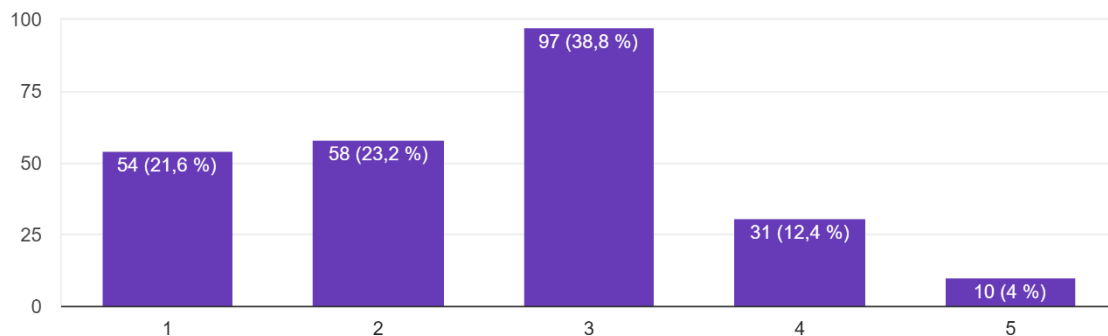


Zdroj: vlastní šetření (2023)

Příloha 5: Výhody nakupování v bezobalových prodejnách z pohledu spotřebitelů

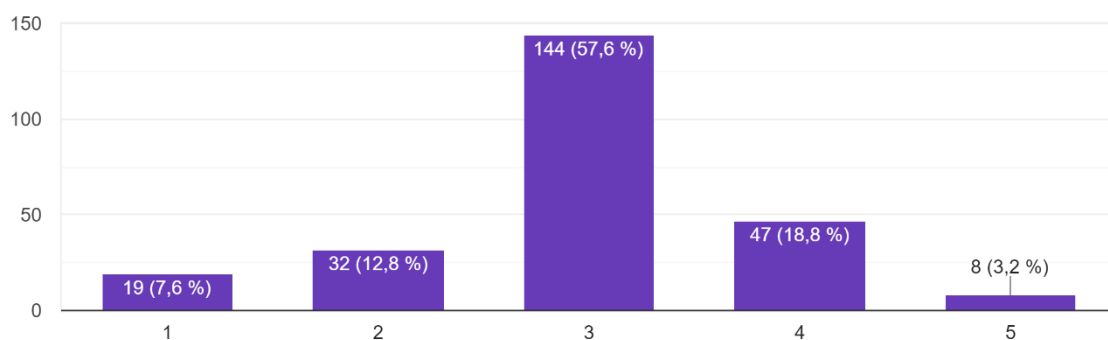
Nakupování v bezobalových obchodech vyjde levněji.

250 odpovědí



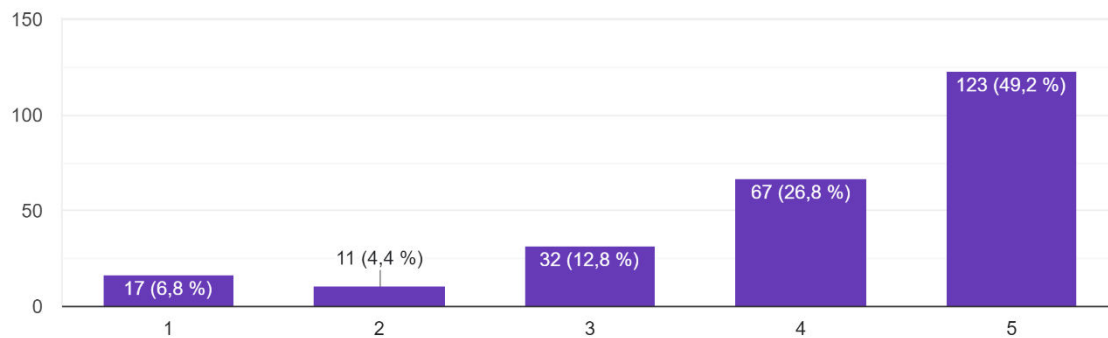
Potraviny v bezobalových obchodech jsou kvalitnější.

250 odpovědí



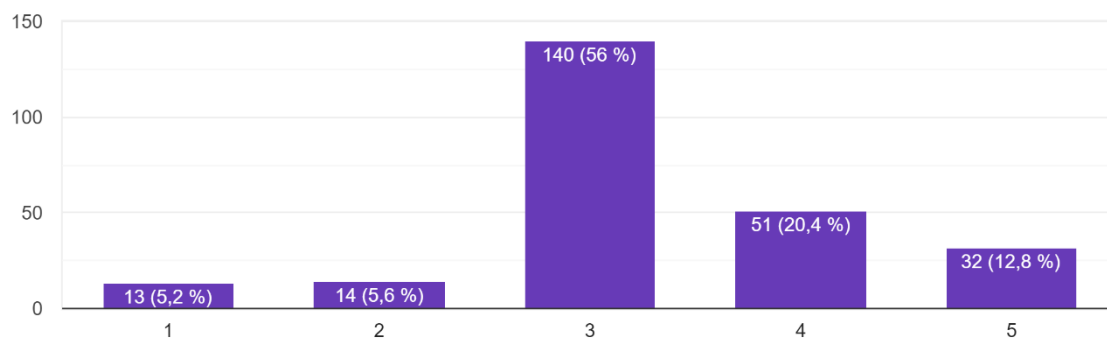
Nakupování v bezobalovém obchodě snížím množství odpadu.

250 odpovědí



V bezbalových obchodech je osobitější přístup prodavačů.

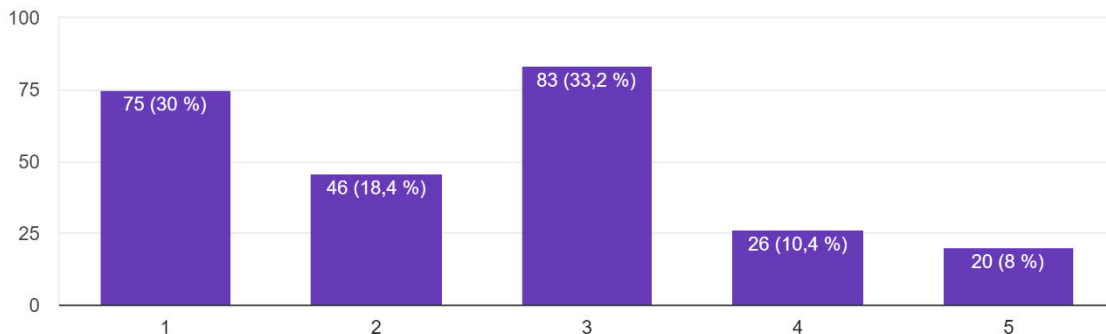
250 odpovědí



Příloha 6: Nevýhody nakupování v bezbalových prodejnách z pohledu spotřebitelů

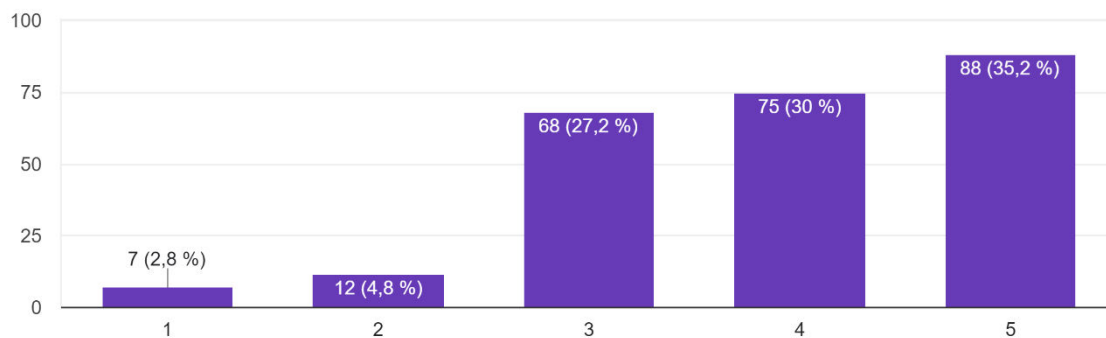
Mám v těchto obchodech s nebaleným zbožím obavy z hygieny.

250 odpovědí



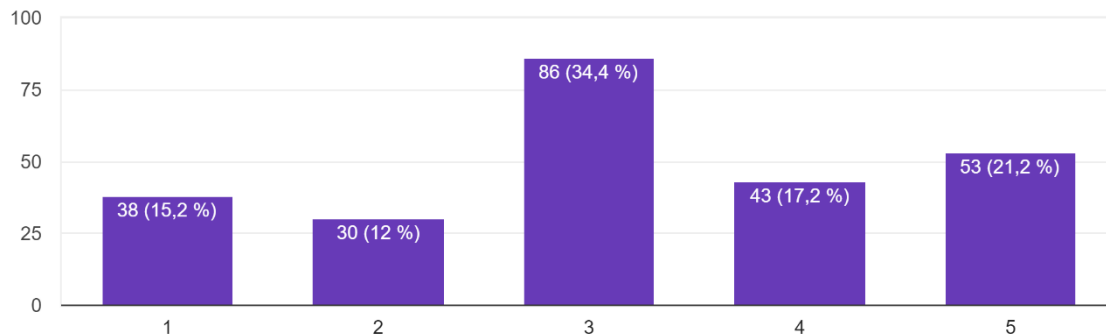
Nenakoupím zde vše co potřebuji, je potřeba nákupy kombinovat s jinými obchody.

250 odpovědí



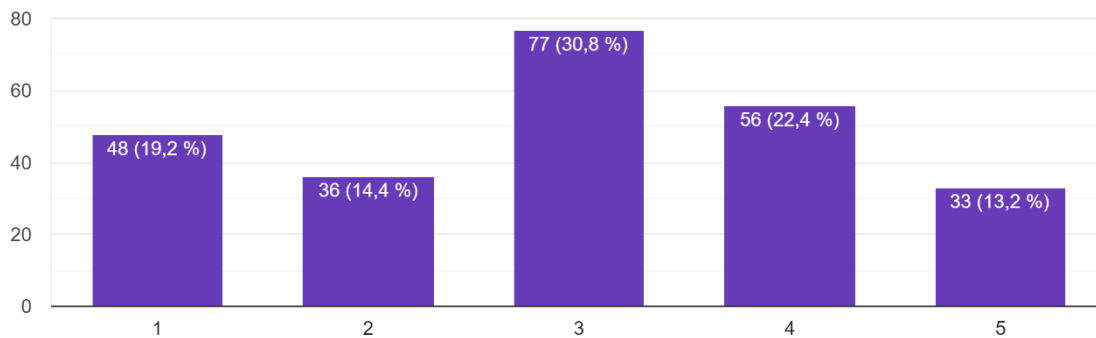
Bezbalové prodejny nejsou v mém okolí dostupné.

250 odpovědí



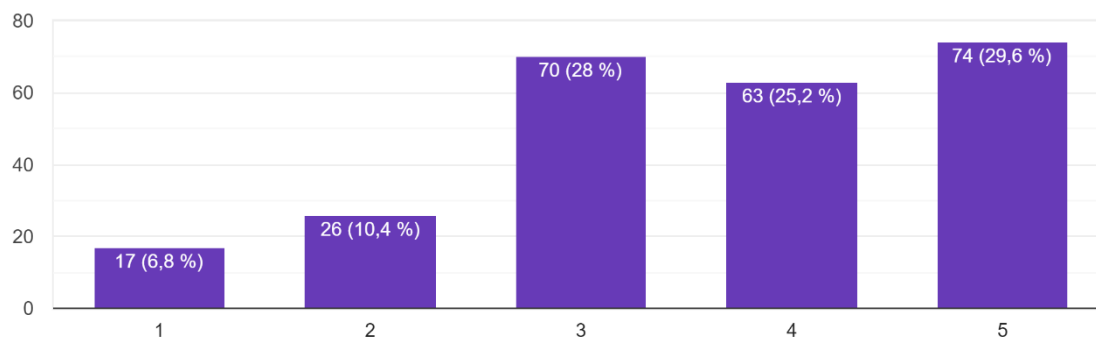
Je obtěžující si na nákupy s sebou nosit vlastní nádoby.

250 odpovědí



Nakupování v těchto obchodech je potřeba plánovat dopředu.

250 odpovědí



Nakupování v těchto prodejnách je zdlouhavé, v supermarketu nakoupím rychleji.

250 odpovědí

