



Mariam B M Khrais
Beteendevetenskap
Lunds Universitet
Mariam.khrais96@gmail.com
0728633235

Praktikföretag: NSR AB, “*Nordvästra Skånes Renhållning, AB*”

www.nsr.se

Kontaktperson: Lotta Lewis-Jonsson

Lotta.Lewis-Jonsson@nsr.se



Mitt projekt på NSR: Testet med bestäm-själv-tömning ur ett kundperspektiv

Bakgrund:

Jag genomförde mitt praktikprojekt på NSR AB "Nordvästra skånes renhållning AB" i Helsingborg. NSR arbetar med att hand om avfall och återvinningsmaterial på bästa sätt med hänsyn till miljö, arbetsmiljö, teknik och ekonomi. Verksamheten har som ett mål att vara en del i skapandet av ett långsiktigt, hållbart och kretsloppsbaseerat samhälle.

NSR som är ansvarig för kommunens renhållning vill med hjälp av digitalisering erbjuda nya tjänster som utgår från kundens behov, som **Bestäm-själv-tömning**. Den 13 januari 2020 startade NSR i Helsingborg testet med **Bestäm-själv-tömning**. Testet innefattar cirka 2000 villahushåll i olika område i Helsingborg Stad. Genom det testet får testhushållen möjligheten att själv bestämma när det behövs att sopbilen skall komma och tömma sina sopkärl. Med hjälp av reglage med sensorer som monteras på sopkärlen kan hushållen själv signalera när de vill ha tömt.

Projekt ide och syfte:

Mitt projekt på NSR handlade om att utvärdera testet med bestäm-själv-tömning utifrån ett kundperspektiv. Tanken var att mäta kundnöjdhet för att skapa ett bra verktyg som hjälper till att utveckla NSRs tjänster och undersöka de eventuella beteendeförändringar hos kunderna som varit del i testet. Vi ville undersöka vad kunderna tycker om testet och i fall testet har motiverat kunderna till bättre källsortering och minskade avfallsmängder

Metod:

Metoden som jag använde mig av var en enkätundersökning och djupintervjuer. Syftet med att använda både enkätundersökning och djupintervjuer var att få ett resultat som är både omfattande och detaljerade. Med enkätundersökningen kunde vi nå nästan alla testhushållen och då fick alla en chans att dela med sig av vad de tycker och tänker kring testet. Enkäten kompletterades sedan med ett antal djupintervjuer för att få mer detaljerade och djupare svar från kunderna.

- **Enkätundersökning:** Enkäten skickades digitalt till cirka 2000 testhushåll via e-post, för testhushållen som saknade e-postadresser skickades brev till dem via posten, där fick de information om hur man kan få tillgång till det digitala frågeformulärens. För de som ville ha enkäten i pappersform istället kunde de höra av sig till kundservicen.
 - Antal personer som svarat på enkäten är totalt 952 stycken.
- **Djupintervjuer:** Vi fick tag på intervjupersonerna genom att slumpmässigt välja ett antal personer som ingår i testet. Till dessa skickades förfrågningar via e-post om de var intresserade av att dela med sig av sina upplevelser och tankar kring testet. Vi

har också lagt ut information om att vi söker intervjupersoner på NSR:s hemsida och spridit information via kollegor och bekanta som bor i testområdet.

De personerna som var intresserade fick fylla i en digital intresseanmälan som innefattade några bakgrundsfrågor och även en fråga om en önskad intervjumetod.

- Totalt fick vi 28 anmälningar, men på grund av begränsade tid rekryterades bara 7 personer. 6 intervjuer genomfördes via telefonen och en fysisk intervju. Samtliga intervjuer var mellan 15 minuter och en halvtimme. Alla intervjuer spelades in och transkriberades.

Resultat:

Enligt de svar vi fick på enkäten och intervjuerna kan man väl säga att majoriteten av kunderna är mycket nöjda med Bestäm-själv-tömning. De anser att testet har gett de en känsla av flexibilitet och trygghet då de själva kan styra över när det är dags för tömning.

De flesta är också nöjda med tekniken kopplat till testet, dvs reglaget, de är överens om att den är lättanvänd och är en teknik som passar till alla. Samtidigt önskar några av respondenterna att reglaget kompletteras med en app där de kan få en återkoppling och lite mer statistik om hur många beställningar de har gjort och vad det har för påverkan på miljön.

Kunderna önskar sig också en omfördelning av fraktionsstorlekar i kärlden, där de anser att det mest problematiskt med källsorteringen är plast och kartonger. Dessa fraktioner blir alltid fulla först, vilket skapar ett behov av tömning fastän de andra fraktionerna är tomma eller halvfulla.

Avfallstaxan kan enligt respondenterna vara både motiverande och icke motiverande. Vissa tror att de skulle bli mer noggranna med sin avfallshantering om de skulle betala per tömning. Andra tror att det inte kommer att påverka hur de hanterar sina sopor, samtidigt finns det en risk att man slänger soporna i fel fraktioner för att kunna optimera priset.

Några av respondenterna tycker att testet har motiverat dem till att tänka lite mer på hur de konsumerar och försöka minska sina avfallsmängder. Samtidigt tycker andra respondenterna att avfallsmängderna är något som de inte kan styra över, då krävs det mer samarbete från förpackningsindustrier för att minska den stora mängden förpackningar.

Kunderna upplever också en ökning av mängden trafik i samband med testet. De anser att sopbilarna kör betydligt mer nu och därför förslår några personer bestämda dagar i veckan där kan man själv bestämma om de vill ha tömning på denna dag eller inte.