

Az érzelmek és a megszokás visz rá minket leginkább a betétdíjas palackok visszaváltására

Azok használják rendszeresebben a REpontokat, akik pozitívabban viszonyulnak a visszaváltáshoz, és már a mindennapi rutinjuk részévé tették azt, miközben a pusztán tájékozottság közvetlen szerepe kisebb – állapítja meg a Corvinus Egyetem bevonásával végzett magyar kutatás.

A betétdíjas palackvisszaváltás akkor tud tartósan működni, ha a fogyasztók beépítik ezt a szokást a mindennapjaikba, és ebben az érzelmeknek is fontos szerepük lehet. Erre jutott Ráti József (ELTE) és Maró Zalán Márk (Corvinus) a magyar REpont-rendszer használatát 2665 fő megkérdezésével vizsgáló kutatásukban. [Tanulmányuk](#) a *Resources, Conservation & Recycling Advances* folyóiratban jelent meg.

Az eredmények szerint az érzelmi és a cselekvéshez kötődő tényezők függnek össze a legerősebben a rendszer használatával. A pozitív érzelmi élmény hatására kedvezőbbé válik a REpont megítélése, ez erősíti a visszaváltási szándékot és a rutint, amelyek végül a rendszeres használatához vezetnek. A felhasználók REpont-rendszerrel kapcsolatos kedvező vagy kedvezőtlen értékelése azonban közvetlenül csak mérsékeltebben hatott a tényleges cselekvésre.

Ha a fogyasztók hatékonynak és hasznosnak tartják a REpont-rendszert, nagyobb eséllyel válik a palackok visszaváltása a mindennapi szokásaik részévé. Ezért a REpont hosszú távú eredményességéhez a kényelmes használat mellett a pozitív felhasználói élmény és az ismétlődő viselkedés együtt teremthet stabilabb alapot.

„Nem elégedhetünk meg a rendszer technikai és gazdasági szempontú megismertetésével, hiszen olyan csoportokat is találtunk, amelynek tagjai hiába voltak tájékozottak az átlagnál nagyobb arányban a REponttal kapcsolatban, mégis ténylegesen kevésbé használták azt” – mondta Maró Zalán Márk, a tanulmány egyik szerzője, a Corvinus adjunktusa.

A budapesti és az egyetemi végzettségű válaszadók a rendszer nagyobb arányú ismerete mellett is ritkább használatról számoltak be, mint a vidéki városokban vagy községekben élők, illetve a középfokú végzettségűek. A nem, az életkor és a jövedelem alapján nem találtak statisztikailag jelentős eltérést.

A szerzők szerint a REpont-rendszer további fejlesztésénél fontos lenne, hogy a visszaváltóhelyek tiszták és ne túlzsúfoltak, hanem könnyen hozzáférhetőek legyenek. Érdemes növelni a visszaváltóhelyek számát, jobban karbantartani az automatákat, valamint csökkenteni a sorban állást és az üzemzavarokat. A kommunikációban hasznos felerősíteni a közösségi és környezeti előnyöket, inspirálni a felhasználókat, büszkévé téve az embereket arra, hogy törődnek a visszaváltással. Például az automaták kijelzőin vagy az alkalmazásban meg lehet mutatni, hogy a visszaváltással mennyi hulladék vagy szén-dioxid-kibocsátás takarítható meg. Ez segíthet abban, hogy a visszaváltás pozitív élménnyé, majd tartós szokássá váljon.

Sajtókapcsolat:

- Vajda Boglárka, szenior PR-szakértő

- Corvinus Kommunikáció
- +36 30 619 6633
- press@uni-corvinus.hu

Eredeti tartalom: Budapesti Corvinus Egyetem

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:

<https://hellosajto.hu/?p=33216>