ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ – PROSTŘEDÍ PRO ŽIVOT – 2026

Preference českých spotřebitelů pro oblečení s prvky ekodesignu

Mgr. Iva Zvěřinová, Ph.D.; Mgr. Milan Ščasný, Ph.D.

Centrum pro otázky životního prostředí Univerzity Karlovy

Číslo a název projektu: SS02030008 Centrum environmentálního výzkumu: Odpadové a oběhové hospodářství a environmentální bezpečnost

Program: Program aplikovaného výzkumu, experimentálního vývoje a inovací v oblasti životního prostředí - Prostředí pro život 2

Klíčová slova: preference; spotřební chování; digitální pas produktu; nařízení o ekodesignu; ochota platit; rámování informací; udržitelné móda

Typ příspěvku: přednáška

Nové evropské nařízení o ekodesignu udržitelných výrobků (nařízení EU č. 2024/1781) posouvá těžiště politiky od řízení odpadů k samotnému designu produktů. Textilní průmysl, vyznačující se globálními dodavatelskými řetězci a výraznou informační asymetrií, byl vybrán jako prioritní sektor pro zavedení povinného digitálního pasu produktu. Evropský právní rámec sice definuje povinnost zveřejnit data, avšak konkrétní způsoby, jakými budou informace spotřebiteli prezentovány, se mohou lišit, což může vést k různým efektům na volbu oblečení.

Tato studie reaguje na tzv. paradox transparentnosti a nesoulad mezi deklarovanými postoji spotřebitelů a jejich chováním. Absolutní formát dat a příliš mnoho informací v digitálním pasu produktu mohou představovat vysokou kognitivní zátěž při nákupu. Výzkum se proto zaměřuje na analýzu toho, jak odlišné rámování informací na digitálním pasu produktu ovlivňuje ochotu spotřebitelů platit za oděvy z recyklovaných materiálů, s ekologickými certifikáty či certifikáty férových pracovních podmínek. Konkrétně zkoumá, zda zjednodušený evaluativní systém (škála A–G) vede ke snížení kognitivní zátěže a tím dokáže ovlivnit preference spotřebitelů pro tyto oděvy a zda se tento vliv liší mezi různými segmenty spotřebitelů.

Pro zjištění vlivu designu digitálního pasu výrobku na rozhodování analyzujeme data z experimentu, který zahrnuje kontrolní skupinu bez informací a experimentální skupiny s různým rámováním informací. Účastníci výběrového experimentu volí mezi produkty s různou cenou, úrovní zátěže životního prostředí a různými certifikáty. Experiment je realizován na vzorku 2 000 respondentů z online panelu agentury pro výzkum veřejného mínění. Vzorek je reprezentativní pro obyvatele ČR na základě několika sociodemografických charakteristik.

Studie přináší podklady pro tvůrce politik i oděvní průmysl v momentě, kdy se připravuje akt v přenesené pravomoci Evropské komise pro textil, který má obsahovat přesné požadavky na digitální pas. Nabízí konkrétní návrhy designu pasu, které mohou podpořit poptávku po certifikovaných nebo cirkulárních produktech.