

Projekt *Informacje o normach społecznych a preferencje konsumentów odnośnie dóbr środowiskowych* znajduje się w obszarze behawioralnej ekonomii środowiska. Celem projektu jest pokazanie, że dostarczenie informacji o normach społecznych ma wpływ na preferencje względem dóbr środowiskowych. W projekcie postawione zostały hipotezy mówiące, że wpływ informacji na preferencje konsumentów jest heterogeniczny, a wpływ informacji o wysokich i niskich normach społecznych jest asymetryczny. Celem projektu jest poszukiwanie ekonomicznego uzasadnienia heterogeniczności wpływu informacji. Wśród czynników mogących uzasadniać heterogeniczność wpływu informacji zbadane zostaną: przekonania konsumentów o normie społecznej przed dostarczeniem informacji oraz ekonomiczny typ motywacji konsumenta.

Przeprowadzone badanie zostanie oparte o preferencje deklarowane (ang. *stated preferences*). W badaniu wykorzystane zostaną metody wybory warunkowego (ang. *choice experiment*) w wariacie wyboru dyskretnego (ang. *discrete choice experiment*). Metody ujawniania preferencji oparte na ankiecie stanowią praktyczne połączenie kontroli, wynikającej z konstrukcji ankiety i realizmu, będącego skutkiem istotnego dobra, o które pytani są respondenci. Metoda wyboru warunkowego zakłada przedstawienie respondentowi szczegółowych informacji przed ujawnieniem jego preferencji, co pozwala na tworzenie podejść informacyjnych. Podejścia informacyjne będą prezentowały różne normy społeczne. Pytania uzupełniające w ankiecie są elastyczne; w projekcie zostaną wykorzystane do zbadania początkowych oczekiwań respondentów co do norm społecznych oraz zidentyfikowania ich typu motywacji.

Dotychczas wykonano bardzo nieliczne ekonomiczne badania wpływu informacji o normach społecznych uwzględniające wcześniejsze przekonania konsumentów o przekazywanej normie. Autorka projektu nie jest świadoma żadnego wcześniejszego badania ekonomicznego, które kontroluje wcześniejsze przekonania konsumentów, sprawdza ekonomiczny typ motywacji konsumenta, dostarcza informację o normach społecznych i bada jej wpływ na preferencje względem dóbr środowiskowych wykorzystując metodę preferencji deklarowanych. Daje to szansę na zabranie głosu w trwającej międzynarodowej debacie naukowej.

Realizacja projektu przyczyni się do rozwoju dziedziny ekonomii środowiska, przynosząc nową wiedzę na temat uzasadnienia heterogeniczności wpływu informacji o normach społecznych na preferencje. Prowadzone badania nad wpływem informacji są uzasadnione obserwacją licznych kampanii informacyjnych mających na celu zwiększenia wkładu w dobra środowiskowe i ich zauważeniem ich ekonomicznej efektywności. Wskazanie źródeł heterogeniczności we wpływie informacji na respondentów pozwala zdefiniować warunki, w których takie kampanie są ekonomicznie uzasadnione.