

Dobra publiczne (takie jak parki narodowe, czy autostrady) to dobra, z których może korzystać nieograniczona liczba osób i nikogo nie da się z tego wykluczyć. Problem z dobrami publicznymi jest taki, że **wolny rynek nie jest mechanizmem, który zapewnia dostarczanie ich efektywnej ilości**. Wiele osób liczy, że inni „zrzucą się” na dobro publiczne, przez co sami będą mogli korzystać z nich za darmo. W związku z tym jest to jeden z powszechnie akceptowanych przypadków, w których to **rząd musi pełnić rolę dostawcy tych dóbr**. Jednak **jaką ilość powinien dostarczać?**

Nauka ekonomii wypracowała kilka metod, które pozwalają określać wartość dóbr nierynkowych (czyli takich, które nie są kupowane i sprzedawane na rynkach – jak np. dobra publiczne). Najbardziej wszechstronną z tych metod jest tzw. **metoda wyceny warunkowej**. Opiera się ona na preferencjach deklarowanych, co oznacza, że dane na temat tego, ile konsumenci byliby gotowi zapłacić za jakieś dobro (np. program dostarczenia nowego dobra publicznego), pozyskiwane są z odpowiednio zaprojektowanych ankiet. W takich ankietach przedstawiany jest scenariusz dostarczenia nowego dobra (jego charakterystyki, jak również koszty na osobę łączące się z jego dostarczeniem), a respondenci proszeni są o jego ocenę – np. wybór najlepszego programu z zaprezentowanych, zgodnie ze swoimi preferencjami. Zebrane w ten sposób dane pozwalają na modelowanie preferencji konsumentów, tym samym umożliwiając określenie ich gotowości do zapłaty za każdy z programów, a nawet (w niektórych wariantach metody) za poszczególne ich komponenty.

Nasz nowatorski projekt badawczy dotyczy poprawności motywacyjnej pytań wykorzystywanych w ankietach wyceny warunkowej. Poprawne motywacyjnie pytania to pytania, które są skonstruowane w taki sposób, że odpowiadającemu na nie respondentowi ‘opłaca się’ odpowiadać zgodnie z prawdą, tj. zgodnie ze swoimi prawdziwymi preferencjami. Jeśli kieruje się swoim interesem, to w poprawnych motywacyjnie pytaniach nie będzie mu się opłacało zaniżać ani zawyżać swojej gotowości do zapłaty za proponowany program. W literaturze sformułowano kilka **teoretycznych warunków koniecznych do zachowania poprawności motywacyjnej** ankiet posługujących się metodą wyboru warunkowego. Ich **praktyczne znaczenie nie zostało jak dotąd należycie zbadane empirycznie**. Dostrzegamy tu lukę, którą realizacja naszego projektu pozwoli wypełnić.

W szczególności, celem proponowanego projektu jest próba odpowiedzi na pytania:

- 1. Czy zachowanie zaproponowanych teoretycznie warunków poprawności motywacyjnej jest faktycznie konieczne dla uzyskania obrazu prawdziwych preferencji, a jeśli tak, to czy jest wystarczające?**
- 2. Czy któryś z tych warunków (konsekwencyjny charakter, liczba sytuacji wyboru zawartych w pojedynczej ankiecie, liczba alternatyw do wyboru) odgrywa wiodącą rolę?**
- 3. W jaki sposób uwzględnić stopień spełnienia w/w warunków w modelowaniu ekonometrycznym, aby potencjalnie skorygować niedostateczny stopień ich spełnienia?**
- 4. Jaka jest skala zafalszowania wyników spowodowanego niespełnieniem poszczególnych warunków w typowym badaniu wyceny warunkowej?**

Przeprowadzone badania umożliwią weryfikację znaczenia zaproponowanych w literaturze teoretycznej **warunków poprawności motywacyjnej** dla badań metodą wyceny warunkowej. Ponadto będziemy w stanie ocenić praktyczne ograniczenia wynikające z „**trade-offu**” między **poprawnością motywacyjną, a efektywnością statystyczną**, gdyż ankiety zawierające więcej niż jedną sytuację wyboru lub więcej niż dwie alternatywy na respondenta ujawniają większą ilość informacji na temat jego preferencji, jednocześnie zmniejszając zasadniczo koszty realizacji badania. Pomimo rosnącego zainteresowania tą tematyką, związanego z fundamentalnym znaczeniem metody wyceny warunkowej dla analizy kosztów i korzyści projektów inwestycyjnych, regulacji czy dostarczania dóbr publicznych, **w istniejącej literaturze naukowej brak jest kompleksowej analizy empirycznej, rozwiązań ekonometrycznych, a powszechna praktyka konstruowania badań wyceny znacznie odbiega od postulowanych warunków poprawności motywacyjnej**. Nasz projekt pozwoli uzupełnić tę lukę, a jego **wyniki znajdą się w zainteresowaniu najlepszych czasopism naukowych** poświęconych ekonomii dóbr publicznych, środowiska, zdrowia czy transportu. Wyniki naszych nowatorskich badań mają szansę być przełomowe dla obecnej praktyki i stanu wiedzy.

Na ogólniejszym poziomie, projekt dostarczy cennych wskazówek metodologicznych dla poprawnego konstruowania ankiet służących do poznawania preferencji konsumentów. Otrzymane rezultaty pozwolą **lepiej konstruowane takie badania**, a tym samym, pozwolą na precyzyjniejszy pomiar wartości dóbr nierynkowych.