

Efekt zwrotny

Nie bardzo wiadomo, jak tłumaczyć angielskie wyrażenie *rebound effect* (albo *take-back effect*). W polskiej literaturze przedmiotu występuje zazwyczaj pod nazwą "efektu zwrotnego". Jak by jednak nie tłumaczyć, już nieraz się nabrano, ignorując jego istnienie.

Za ojca tego pojęcia przyjmuje się brytyjskiego ekonomistę Williama Stanleja Jevonsa. W połowie dziewiętnastego wieku uważano, że udoskonalenie maszyny parowej tak, by zużywała mniej węgla doprowadzi do spadku popytu na ten surowiec, a w konsekwencji do zamykania kopalń. Jevons tymczasem słusznie przewidział, że udoskonalenie maszyny parowej spowoduje tyle jej nowych zastosowań, że popyt na węgiel – przeciwnie – wzrośnie. Miał rację. Gospodarka drugiej połowy dziewiętnastego wieku charakteryzowała się niebywałym wprost wzrostem popytu na węgiel.

Wielokrotnie polityka ochrony środowiska dała się nabrać na efekt zwrotny. Podręcznikowym przykładem błędnego rozwiązania jest amerykański program federalnego wsparcia dla kolektorów słonecznych z lat 1970. Rząd USA przeznaczył znaczne środki na dofinansowanie instalacji słonecznych montowanych na dachach prywatnych domów. Intencją było ograniczenie importu ropy naftowej z regionów niestabilnych politycznie. Tymczasem zainstalowanie paneli słonecznych spowodowało potaniecie ogrzewania domów i wywołało modę na zamianę dotychczas stosowanych okien na znacznie większe, co doprowadziło do wzrostu popytu na energię. W rezultacie uzależnienie od dostaw ropy naftowej powiększyło się.

Nowszy przykład dotyczy Toyoty Prius. Jest to samochód hybrydowy, który – stosując zaawansowaną technologię (ma silnik spalinowy i elektryczny, a część energii z paliwa zużywana jest na ładowanie potężnego akumulatora) – pozwala na zmniejszenie zużycia paliwa o około 20%. Niektórym wydawało się, że ta nowa technologia doprowadzi do ograniczenia popytu na paliwa kopalne. Okazało się, że nie. Badania przeprowadzone w Szwajcarii (gdzie jeździło kilkaset egzemplarzy) były dość optymistyczne. Jednakże badania amerykańskie obnażyły parę kłopotliwych szczegółów. Przede wszystkim, Toyota Prius bywa kupowana przez zamożne rodziny, dla których jest zazwyczaj trzecim lub czwartym samochodem. Nie powoduje zastąpienia starych pojazdów, ale stanowi ich uzupełnienie. W rezultacie liczba przejechanych kilometrów wzrasta tak znacznie, że i zużycie paliwa wzrasta, pomimo iż dodatkowy pojazd jest oszczędniejszy od starych. Ale najgorszy podobno efekt jest psychologiczny. Właściciel Toyoty Priusa jest tak dumny ze swej "proekologicznej" postawy, że rozgrzesza się z zaniechania innych działań (jak oszczędność energii lub wody) i w ostatecznym rezultacie stwarza presję na środowisko większą niż gdyby jeździł starym modelem samochodu.

Dochodzi do tego narzekanie koncernu Honda, dysponującego jeszcze lepszym modelem samochodu hybrydowego, który jednak nie może być wylansowany, ponieważ wszyscy, co mają kupić taki pojazd słyszeli już o Priusie.

Współczesna analiza efektu zwrotnego dotyczy głównie korelacji między oszczędnością energii a efektywnością energetyczną. Korelacja ta nie jest pełna, ponieważ przeciwdziałają jej dwa zjawiska od lat badane przez ekonomistów: tzw. efekt substytucyjny i efekt dochodowy. Pierwszy polega na tym, że czynnik, który tanieje jest przez użytkowników wykorzystywany do zastąpienia czynnika, który równocześnie staje się relatywnie droższy. Na tej zasadzie, jeśli np. masło tanieje, a margaryna ma stałą cenę, wielu konsumentów

przestawia się na spożycie masła; jeśli tanieje energia, to ludzie mają mniejszą motywację do tego, aby docieplać ściany. Drugi polega na tym, że taniejący czynnik powoduje relatywne wzbogacenie nabywców. Czując się zamożniejszymi, mogą pozwolić sobie na kupienie więcej czegoś, czego wcześniej kupowali mniej. Na tej zasadzie potanieenie 1 cm² ekranu telewizyjnego spowodowało, że kupujemy telewizory znacznie większe niż dotychczas. Nasz dobrobyt oceniamy wyżej niż w sytuacji, gdy ekrany były mniejsze, ale równocześnie zużycie energii i materiałów wcale nie spadło proporcjonalnie po przyjęciu nowej technologii.

W transporcie efekt zwrotny pojawia się w ślad za wygodniejszymi samochodami, albo inwestycjami w infrastrukturę drogową. Bez tego ludzie ograniczają podróże, ceniąc sobie czas i wygodę. Natomiast korzystając z poprawy, decydują się na dojeżdżanie do pracy z dalszych odległości, albo na podejmowanie podróży, z których by wcześniej zrezygnowali. Na tej zasadzie w wielu zamożnych krajach – np. w Holandii – zorientowano się, że efekt zwrotny przekreśla celowość stosowania różnych środków poprawiających efektywność wykorzystania niektórych zasobów.

Trzeźwe spojrzenie na skutki podejmowania pewnych działań uznanych za "proekologiczne" nie musi jednak dyskredytować takich działań. Poprawa efektywności samochodów albo instalowanie paneli słonecznych mogą oczywiście mieć sens. Efekt zwrotny nakazuje jednak analizować, czy jednostkowe zmniejszenie środowiskochłonności jakiegoś działania rzeczywiście prowadzi do zmniejszenia presji na środowisko. Automatycznej poprawy nie ma. Tymczasem interesuje nas przecież poprawa stanu środowiska, a nie fakt, że jakieś urządzenie jest sprawniejsze.

Ekonomiści środowiskowi wyciągają z tego dwojakie wnioski. Po pierwsze, nie ucieknie się od solidnego badania gospodarki. Analiza popytu na jakieś dobra lub usługi nie może być powierzchowna, tylko musi uwzględniać zjawisko zastępowania relatywnie droższych towarów przez tańsze; jak również musi uwzględniać ewentualną zmianę preferencji na skutek relatywnego zubożenia albo wzbogacenia ludzi. Po drugie – nawet bez prowadzenia skomplikowanych badań empirycznych – można ogólnie uznać, że pewne instrumenty ochrony środowiska są bezpieczniejsze od innych. Na przykład, zagrażające efektem zwrotnym, subwencjonowanie poprawy środowiska jest zazwyczaj bardziej ryzykowne, niż opodatkowanie jego niszczenia. Ponadto lepiej jest formułować cele ochrony środowiska bezpośrednio, aniżeli promować produkty lub technologie, które wydają się poprawniejsze ekologicznie.

Niestety w praktyce nieustająco widzimy gonitwę za nowinkami, które mają rzekomo coś środowisku pomóc, a w rzeczywistości zachęcają do wzrostu zużycia energii i materiałów. Owa gonitwa jest cenna, ponieważ często pozwala na poprawę dobrobytu materialnego. Ale nie powinna zwalniać konsumentów z krytycznej refleksji nad celowością sięgnięcia po taki czy inny towar. Polityków zaś nie powinna uspokajać, że "coś tam" zostało zrobione, ponieważ "to coś" nie musi oznaczać faktycznej ulgi dla środowiska.