PARADOXUL JEVONS – EFICIENȚĂ SAU ONSUMERISM?

Alina COJOCARU,
Facultatea Ştiinţe Economice

CZU: 366:330.34 *mk20cojocaru.alina@gmail.com*

Actualitatea cercetării constă în mișcarea tot mai pronunțată a omenirii spre o economie verde, tendința puternică a agenților economici de a-și întări și promova imaginea brandului prin adoptarea unor misiuni care să pună în prim-plan dezvoltarea durabilă și progresul tehnico-științific.

Scopul cercetării constă în analiza conceptuală a paradoxului Jevons și a efectelor sale în vederea diminuării acestora în contextul dezvoltării durabile.

Elementul inovativ este reprezentat de identificarea acțiunilor practice de neutralizare parțială sau completă a efectelor negative ale paradoxului Jevons asupra mediului înconjurător.

Metodologia include metode de cercetare precum metoda observaţiei, inducţia şi deducţia, analiza logică şi sinteza, analogia şi comparaţia, gruparea, selectarea, prezentarea sub formă de figuri şi grafice.

Conținuturi teoretice. Din punct de vedere economic, justificareaopiniei conform căreia îmbunătățirile eficienței energetice vor majora mai degrabă decât vor reduce consumul de energie a fost prezentată pentru prima dată de către economistul britanic William Stanley Jevons în 1865[1, p.136]. În cartea sa, el a conchis, formulând paradoxul care-i poartă numele:„*Este o confuzie totală de idei să presupunem că utilizarea mai eficientă a combustibilului este echivalentă cu diminuarea consumului. Adevărul este exact pe dos…Orice îmbunătățire a motorului… nu face decât să accelereze din nou consumul de cărbune*"[2].Dacă ar fi să analizăm grafic cu ajutorul curbei cererii o situație asemănătoare (Figura 1), precum utilizarea mașinilor hibrid, vom observa că reducerea costului

călătoriei de la 4 la 2 dolari, atrage după sine creșterea distanței pe care o parcurge automobilul săptămânal cu 150 de mile.

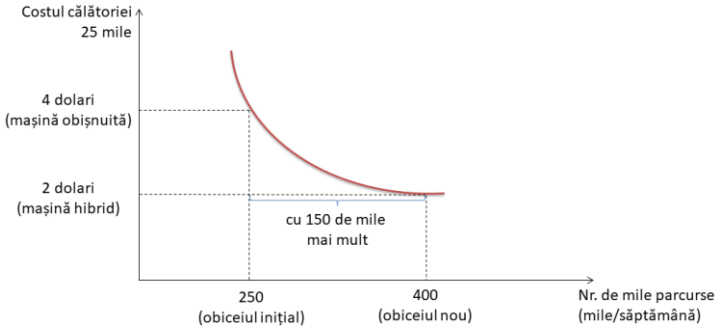


Figura 1. Paradoxul Jevons: exemplul mașinii hibride
Sursa: [3]

Aspecte practice. În noiembrie 2011, Patagonia a difuzat următorul anunț în New York Times:„Nu cumpărați această jachetă". Acesta a încurajat clienții Patagonia să își asume un angajament, Common Threads Initiative, care este în esență o înțelegere între brand și public pentru a consuma bunurile într-un mod mai responsabil[4].O altă soluție vine din partea companiei de asigurări ByMiles din Regatul Unit al Marii Britanii care, conform publicațiilor sale de pe site, optează pentru introducerea unei taxe rutiere per milă pentru a reduce emisiile și a construi un viitor mai ecologic. 36% dintre membrii companiei au spus că au condus mai puțin de când și-au început polița de plată per milă, în timp ce 82% au confirmat că aspectul de plată pe măsură ce conduc i-a influențat să reducă numărul de mile pe care le parcurg[5].

Concluzii și recomandări. Analizând conceptul paradoxului Jevons, conchidem că acesta stabilește premisele existenței consumerismului în contextul dezvoltării durabile. Astfel, pentru a minimiza efectele destructive provocate de acest paradox, stabilim următoarele recomandări pentru consumatorii individuali: conștientizarea populației cu privire la consumul responsabil, promovarea consumului durabil și majorarea duratei ciclului de viață al produsului; iar pentru cei organizaționali:

urmărirea fidelă a valorilor sustenabilității, implicarea consumatorilor în urmărirea acelorași valori și adoptarea unei politici care să pună accent pe reutilizare.

Surse bibliografice:

- *Cărți și publicații monografice:*

1. HERRING, H., SORRELL, S. Energy Efficiency and Sustainable Consumption. The Rebound Effect. Regatul Unit al Marii Britanii: PALGRAVE MACMILLAN, 2009. 282 p.

- *Site-uri:*

2. CRÂNGANU, C. Contributors.ro: Eficiența energetică poate contribui la creșterea încălzirii globale. Despre paradoxul Jevons și efectul de recul. [citat 12 februarie 2022]. Disponibil: https://www.contributors.ro/eficien%C8%9Ba-energetica-poate-contribui-la-cre%C8%99terea-incalzirii-globale-despre-paradoxul-jevons-%C8%99i-efectul-de-recul/
3. PRASAD, N. CFO.University: Jevons Paradox. [citat 13 februarie 2022]. Disponibil: https://cfo.university/library/article/jevons-paradox-jp-nilantha
4. Jing Daily: The Patagonia Paradox & How Luxury Can Learn About Purpose. [citat 11 februarie 2022]. Disponibil: https://jingdaily.com/patagonia-luxury-brand-purpose-sustainability/
5. ByMiles.: Introduce pay-per-mile road tax to cut emissions and build a greener future.[citat 14 februarie 2022]. Disponibil: https://www.bymiles.co.uk/insure/magazine/pay-per-mile-car-tax-would-be-better-for-the-environment/

Recomandat
Maria HĂMURARU,
dr., conf. univ., cond. științific