

Zvyšování energetické účinnosti se stalo jednou z hlavních nadějí na snížení poptávky po energii a na dosažení ekologických cílů. Efektivita politik založených na propagaci energetické účinnosti však může být podkopána změnou chování ekonomických subjektů. Efektivněji vyráběná energetická služba (například vytápění domácnosti) se totiž stává levnější a ekonomická teorie pak říká, že spotřebitelé by této služby měli spotřebovávat více, čímž se sníží potenciálních úspor z lepší účinnosti. Tento jev je nazýván „rebound“ efekt a od počátku osmdesátých let se dostal do hledáčku mnoha energetických ekonomů. Ani dnes však neexistuje shoda na jeho významnosti. Kvantifikace „rebound“ efektu naráží zvláště na špatnou dostupnost dat a porovnání empirických výsledků je ztíženo metodologickou rozmanitostí jednotlivých studií. Tato práce se soustředí právě na teorii poptávky po energetických službách, definice a metodologii jejího odhadování. Poskytuje komplexní přehled studií v dané oblasti a nastiňuje, které metodologické postupy nejlépe odpovídají ekonomické teorii.