

Welvaart, statische en dynamische efficiëntie

De welvaart, ofwel het te verdelen surplus, in een markt is opgebouwd uit consumenten- en producentensurplus.^a Het consumentensurplus is de meerwaarde die consumenten gezamenlijk ontlenen aan de consumptie van het desbetreffende goed. Die meerwaarde is het bedrag wat een consument zou willen betalen verminderd met de daadwerkelijk betaalde prijs. Het producentensurplus is de som van de winsten van de aanbieders die in de markt actief zijn.

Marktfalen leidt tot welvaartsverliezen. Economen onderscheiden diverse vormen van marktfalen: publieke goederen, marktmacht (inclusief natuurlijk monopolie), asymmetrische informatie en externaliteiten. Zo kan een grote mate van marktmacht, zoals in een monopolie, resulteren in een prijs ver boven de onderliggende kosten. Sommige consumenten haken dan af omdat hun betalingsbereidheid kleiner is dan de monopolieprijs. Omdat er dan minder surplus wordt gegenereerd, ontstaat er een welvaartsverlies. Het niet-gerealiseerde surplus staat bekend als *deadweight loss*. Dit is een verlies waar niets tegenover staat – de te verdelen taart wordt er kleiner door.

Een markt is 'statisch efficiënt' wanneer een optimale combinatie van productiefactoren wordt gekozen binnen de restricties opgelegd door bestaande technologie (productieve efficiëntie), en op basis daarvan een aansluiting van vraag en aanbod plaatsvindt die het totale surplus maximaliseert (allocatieve efficiëntie). Op de langere termijn kan technologie niet meer als constante factor worden beschouwd. Wanneer bedrijven investeren in product- en procesinnovaties die hun technologische begrenzingen verruimen, wordt de 'dynamische efficiëntie' groter. Dit begrip kan geïnterpreteerd worden als de additionele welvaart (geaggregeerd over de tijd) die toe te schrijven is aan nieuwe technologie. Merk overigens op dat de begrippen statische en dynamische efficiëntie ruimer zijn dan kostenefficiëntie.

^a Zie hoofdstuk 11 in J. Stiglitz, *Economics of the Public Sector, Third Edition*, W.W. Norton & Company, 2000.