

CPB Document

No 017

januari 2002

De commerciële dienstverlening: een heterogene sector met gunstige groeiperspectieven

F.W.Suijker, A.E. Kuypers, M.F. van Dijk, H.L.M. Kox en H.P. van der Wiel

Centraal Planbureau
Van Stolkweg 14
Postbus 80510
2508 GM Den Haag

Telefoon (070) 338 33 80
Telefax (070) 338 33 50
Internet www.cpb.nl

ISBN 90-5833-091-5

Inhoud

Inhoud	3
Ten geleide	5
Samenvatting	7
1 Inleiding	9
2 Een heterogene sector	13
2.1 Inleiding	13
2.2 Scholingsgraad en gemiddelde loonvoet van werknemers	13
2.3 Consumenten- versus producentendiensten en internationale oriëntatie	16
2.4 Innovatie en investeringen	20
2.5 Bedrijfs grootte en bedrijfsdemografie	24
2.6 Tot slot	26
3 Terugblik	29
3.1 Algemeen	29
3.2 Snel en langzaam groeiende branches, verklarende factoren	33
3.3 Arbeidsproductiviteit	37
4 Vooruitblik	41
4.1 Algemeen	41
4.2 Zakelijke diensten	43
4.3 Uitzendbranche	45
4.4 Post en telecommunicatie	47
4.5 Handel	49
4.6 Overige bedrijfstakken	51
4.7 Arbeidsproductiviteit	51
Literatuur	53
Abstract	57

Ten geleide

De commerciële dienstverlening is de grootste sector van de Nederlandse economie. Bovendien is de sector zeer dynamisch. Dit alles wettigt extra aandacht voor deze sector in de vorm van een CPB Document.

Dit document leert in de eerste plaats dat de commerciële dienstverlening uit zeer uiteenlopende bedrijfstakken bestaat. Daarnaast komen de factoren aan de orde die de sterke groei van de commerciële dienstverlening in het recente verleden verklaren. Tot slot biedt het document een schets van de vooruitzichten voor de sector in de periode 2003-2006. Zowel de ontwikkelingen in het recente verleden als de vooruitzichten worden nader toegelicht voor diverse bedrijfstakken. Het document vormt een achtergronddocument bij de recente CPB-publicatie *Economische Verkenning 2003-2006*, met name bij paragraaf 5.3 *Commerciële diensten*.

Het document beoogt het inzicht te vergroten in de mogelijke ontwikkeling van de Nederlandse economie, in het bijzonder van de commerciële dienstverlening. Dit kan van belang zijn voor zowel het bedrijfsleven als beleidsmakers.

Dit document is een product van de afdeling Tertiaire Diensten van het CPB. Frans Suijker, Fred Kuypers, Machiel van Dijk, Henk Kox en Henry van der Wiel hebben hieraan gewerkt. De eindredactie was in handen van Frans Suijker.

F.J.H. Don
Directeur CPB

Samenvatting

De commerciële dienstverlening is de grootste sector van de Nederlandse economie. Het aandeel van de commerciële dienstverlening in de totale productie van bedrijven bedraagt 52% en in de totale werkgelegenheid van bedrijven 57%. Daarmee is de commerciële dienstverlening bijvoorbeeld ruim 2½ keer zo groot als de industrie. De commerciële diensten kennen al jaren een relatief sterke groei. Zo nam het productievolume van de commerciële dienstverlening in de periode 1996-2000 met bijna 6% per jaar toe, terwijl het totale bedrijfsleven gemiddeld met bijna 4% per jaar groeide. De uitbreiding van de werkgelegenheid in de marktsector met 660.000 arbeidsjaren in dezelfde periode is voor 90% in de tertiaire sector tot stand gekomen.

Welke factoren verklaren de sterke groei van de commerciële diensten en wat zijn de vooruitzichten voor de sector op de middellange termijn? Dat zijn de centrale vragen die dit document beoogt te beantwoorden. Ten behoeve van de beantwoording van deze vragen is het nuttig een nadere onderverdeling te maken van de commerciële diensten.

De commerciële dienstverlening is namelijk zeer divers van samenstelling. De handel, het transport, de telecommunicatie, het bank- en verzekeringswezen, de uitzendbranche, de zakelijke diensten, de horeca, de reparatiebranche en persoonlijke diensten behoren allen tot de commerciële dienstensector. Zowel qua karakteristieken als qua ontwikkeling zijn er grote verschillen tussen de onderscheiden branches. Wat betreft karakteristieken gaat het bijvoorbeeld om verschillen in scholingsgraad van het werknemersbestand, belang van de diverse afzetcategorieën, innovativiteit, investeringsintensiteit en internationale oriëntatie.

Naast verschillen zijn er ook enkele algemene patronen. Zo blijkt dat de commerciële diensten steeds minder opereren op markten die afgeschermd zijn van buitenlandse concurrentie. De ontwikkeling van de buitenlandse handel in diensten en de directe buitenlandse investeringen wijzen hierop. Voorts blijkt het kenmerkend te zijn voor de zakelijke diensten dat vernieuwing eerder tot stand komt door wijzigingen in strategie, marketing, organisatiestructuur en management dan door het doorvoeren van technologische proces- en productinnovaties.

Tot de snelst groeiende bedrijfstakken van de Nederlandse economie behoren twee onderdelen van de commerciële dienstverlening, namelijk telecommunicatie en de computerservicebedrijven. De productie van computerservicebedrijven steeg in de periode 1996-2000 met gemiddeld 18% per jaar, post en telecommunicatie met 15%. Maar de sector kent ook een aantal langzame groeiers zoals de overige particuliere dienstverlening (wasseries, kappers en schoonheidsverzorging) en delen van de zakelijke dienstverlening (beveiliging en schoonmaken). Deze bedrijfstakken groeiden met gemiddeld 1½, respectievelijk 2½% per jaar in

de tweede helft van de jaren negentig. In het algemeen blijken bedrijfstakken die betrekkelijk veel hoog geschoolde werknemers hebben en die vooral diensten leveren aan andere bedrijven in plaats van aan consumenten, relatief snel gegroeid te zijn.

Uitbesteding van hoogwaardige diensten door het bedrijfsleven, de opkomst van nieuwe diensten (bijvoorbeeld mobiele telefonie en internet) en de toegenomen behoefte aan adviesdiensten hebben in belangrijke mate de afgelopen jaren de sterke groei van de commerciële dienstverlening bepaald. Daarnaast zijn internationalisering en meer marktwerking van invloed geweest.

Dit document schetst ook de groeiperspectieven van de commerciële dienstverlening op middellange termijn. In een voorzichtig scenario vertraagt de productiegroei van de commerciële diensten van bijna 6% per jaar in de periode 1996-2000 tot 3¼% in de periode 2003-2006. Hiervoor kunnen de volgende redenen worden aangegeven:

- de geringere groei van het arbeidsaanbod (aanbodfactor)
- de vertraging in de groei van de totale consumptie van gezinnen en de totale productie van bedrijven (macro-economische omgevingsvariabelen die van invloed zijn op de vraag)
- minder dynamiek in het proces van uitbesteding van producentendiensten door bedrijven
- wegvallen van tijdelijke stimulansen als snelle penetratie van gebruik van mobiele telefonie en internet en aanpak van het millenniumprobleem en de euro-conversie
- einde aan de trendmatige stijging van het percentage flexwerkers op de arbeidsmarkt (uitzendbranche)

Niettemin kan de groei van de commerciële dienstverlening de komende jaren boven gemiddeld blijven door de introductie van nieuwe diensten en een verdere verbreding en verdieping van het ICT-gebruik. Het streven naar efficiencyverbetering vanwege de krappere arbeidsmarkt vormt ook een belangrijke stimulans. Met name de kennisintensieve zakelijke dienstverlening en de telecommunicatiesector kunnen van deze ontwikkelingen profiteren. Ook verdere internationalisering en deregulering kunnen een positief effect hebben op de productiegroei. Kortom, tegen de achtergrond van de geringere macro-economische groei blijven de vooruitzichten voor de commerciële diensten gunstig.

De groei van de arbeidsproductiviteit in de commerciële dienstverlening was in historisch perspectief bescheiden in de jaren negentig. Deze groei was ook matig in vergelijking met de ontwikkeling van de sector in andere landen. Toepassing van ICT, veranderingen in de organisatiestructuur, een goede marktwerking en een krappere arbeidsmarkt zullen naar verwachting tot enige versnelling van de arbeidsproductiviteit in de scenarioperiode leiden.

Inleiding

De commerciële dienstverlening, ook wel aangeduid als de tertiaire dienstensector, vormt ruim de helft van de Nederlandse economie en kent al jaren een relatief sterke groei. Welke factoren verklaren deze sterke groei en wat zijn de vooruitzichten voor de sector op de middellange termijn? Dit document beoogt deze vragen te beantwoorden ten behoeve van bedrijven in de sector, betrokken belangenorganisaties, beleidsmakers. Een analyse van tal van karakteristieken leert dat het nuttig is om daarbij een onderscheid te maken naar verschillende bedrijfstakken. De geboden informatie kan van nut zijn bij het uitstippelen van een bedrijfsstrategie voor de komende jaren en kan het inzicht vergroten van beleidsmakers in de mogelijke ontwikkeling van de Nederlandse economie. Dit document vormt een achtergrondnotitie bij de recente CPB-publicatie *Economische Verkenning 2003-2006*, met name bij paragraaf 5.3 *Commerciële diensten*.

De dienstverlening onderscheidt zich van oudsher van goederenproductie zoals in de industrie door het veelal arbeidsintensieve karakter en het gelijktijdige moment van productie en consumptie.¹ Dit laatste vereist een zekere geografische nabijheid van producent en consument en maakt voorraadvorming nagenoeg onmogelijk. Door de toepassing van ICT hebben de beperkende factoren tijd en plaats aan belang ingeboet. Een software-programma kan bijvoorbeeld gemaakt worden in India en op een ander moment gebruikt worden in Nederland. De ontwikkelactiviteiten staan voorts ergens opgeslagen op een harde schijf. De vermindering van de noodzaak tot gelijktijdige productie en consumptie vergroot de (internationale) verhandelbaarheid van diensten en tast in een aantal gevallen het 'intangibile'-kenmerk van diensten aan. De verminderde noodzaak treedt vooral op bij de zogenoemde kennisintensieve diensten.

De dienstensector kan onderverdeeld worden in de commerciële dienstverlening en de niet-commerciële dienstverlening, ook aangeduid als de tertiaire respectievelijk de kwartaire sector². De commerciële dienstverlening opereert op de markt, terwijl de niet-commerciële dienstverlening (o.a. zorg en overheid) grotendeels aangestuurd wordt via het budgetmechanisme. Dit document gaat uitsluitend over de commerciële dienstverlening³.

Bijgaand kader geeft aan dat de tertiaire dienstensector bestaat uit een groot aantal bedrijfstakken. Zowel qua karakteristieken als qua ontwikkeling zijn er grote verschillen tussen de onderscheiden branches. Wat betreft karakteristieken gaat het onder meer om verschillen in scholingsgraad van het werknemersbestand, belang van de diverse afzetcategorieën, innovativiteit, investeringsintensiteit en internationale oriëntatie. Daarnaast behoort een aantal

¹ Zie onder meer Eustace (2000)

² Bij deze onderverdeling vormen de landbouw en de delfstoffenwinning de primaire sector en de industrie en de overige nijverheid de secundaire sector.

³ Zie Folmer et al. (2001) voor een scenario voor de zorg.

van de snelst groeiende bedrijfstakken van de Nederlandse economie tot de commerciële dienstverlening, namelijk telecommunicatie en de zakelijke dienstverlening. Anderzijds kent de sector ook een aantal langzaam groeiende bedrijfstakken bij de particuliere dienstverlening. Dit alles maakt de tertiaire dienstverlening tot een bijzonder heterogene sector.

Dit document is als volgt opgebouwd. Hoofdstuk 2 illustreert het heterogene karakter van de commerciële dienstverlening aan de hand van een groot aantal karakteristieken. Het geeft bovendien een aantal alternatieve onderverdelingen van de sector die nuttig kunnen zijn voor analysedoeleinden. Diegenen die vooral geïnteresseerd zijn in de analyse van groeibepalende factoren en toekomstverwachtingen, kunnen dit hoofdstuk met gedetailleerde informatie overslaan. Hoofdstuk 3 schetst de ontwikkelingen van de tertiaire sector in het recente verleden. Tevens komen de factoren aan de orde die deze ontwikkelingen verklaren. Hoofdstuk 4 bevat een toekomstverkenning voor de periode 2003-2006. De cijfers sluiten aan bij het voorzichtig scenario dat het CPB hanteert in haar middellange toekomstverkenning van de Nederlandse economie⁴. De bedrijfstakcijfers behorend bij dit scenario beogen zeker niet met zekerheid te zeggen wat de toekomst zal brengen. Wel schetsen zij een beeld hoe we nu de toekomstperspectieven zien van de sector op basis van onze huidige kennis en enige expliciete redeneringen. Belangrijke onzekerheden zijn aanwezig die andere ontwikkelingen mogelijk maken.

De gegevens die in de volgende hoofdstukken worden gepresenteerd, hebben veelal betrekking op een hoger aggregatieniveau dan de bedrijfsklassenindeling in het kader *Wat is de tertiaire dienstensector?* Op het bedrijfsklassenniveau ontbreken veelal cijfers. In beperkte mate vindt in dit document een internationale vergelijking plaats. Slechts zijdelings wordt aandacht besteed aan de bedrijfstak transport en opslag.

⁴ Zie voor een nadere toelichting Don (2001) en CPB (2001).

Wat is de tertiaire dienstensector?

Onderstaand overzicht geeft aan dat de commerciële dienstverlening, ook aangeduid als de tertiaire dienstensector, bestaat uit een groot aantal bedrijfsklassen. De bedrijfsklassenindeling sluit aan bij de Standaard Bedrijfsindeling 1993 (SBI) die het CBS in haar statistieken hanteert. Het CPB deelt de tertiaire dienstensector in zes bedrijfstakken in: handel en reparatie, transport en opslag, post en telecommunicatie, bank- en verzekeringswezen, uitzendwezen en tertiair overig. De bedrijfstak Verhuur van en handel in onroerend goed rekent het CPB niet tot de tertiaire sector vanwege het in hoge mate fictieve karakter. Naast projectontwikkeling, verhuur van en makelaardij in onroerend goed, wordt aan deze bedrijfstak namelijk ook de exploitatie van het eigenwoningbezit toegerekend. Eigenwoningbezitters worden beschouwd als producenten die hun woning aan zich zelf verhuren. De laatste drie kolommen van het overzicht geven een indicatie van het kwantitatieve belang van de diverse onderdelen.

Samenstelling tertiaire dienstensector en enkele kerncijfers in 2000

CPB-bedrijfstak	CBS-bedrijfsklasse	SBI-nr	Productie ^a	Aandelen ^b	
			mld euro	Productie ^a	Arbeid ^c
				in %	
Handel en reparatie (incl. marges, e.d.)	handel in en reparatie van auto's	50	6,1	1,9	2,2
	groothandel	51	28,2	9,0	7,8
	detailhandel en reparatie	52	14,1	4,5	8,4
Transport en opslag	vervoer over land	60	8,6	2,7	3,1
	vervoer over water	61	1,4	0,4	0,3
	vervoer door de lucht	62	2,4	0,8	0,5
	dienstverlening t.b.v. vervoer	63	5,3	1,7	1,3
Post en telecommunicatie	post en telecommunicatie	64	9,1	2,9	1,7
Bank- en verzekeringswezen	bankwezen	65	12,9	4,1	2,7
	verzekeringswezen	66	6,3	2,0	0,8
	overige financiële diensten	67	4,1	1,3	1,1
Uitzendwezen	uitzendbureaus, uitleenbedrijven, arbeidsbemiddeling en banenplannen	74.5	8,8	2,8	6,3
	particuliere huishoudens met personeel	95	1,6	0,5	1,5
	Overig tertiair	horeca	55	7,1	2,3
	verhuur roerende goederen	71	3,7	1,2	0,4
	computerservicebedrijven	72	6,9	2,2	2,0
	speur- en ontwikkelingswerk	73	1,9	0,6	0,5
	rechtskundige diensten en economische adviesbureaus	74.1	11,1	3,5	3,3
	architecten en ingenieurs	74.2	4,1	1,3	1,5
	reclamebureaus	74.4	2,2	0,7	0,6
	rest zakelijke dienstverlening	rest 74	5,3	1,7	2,7
	milieudienstverlening	90	2,2	0,7	0,4
	cultuur, sport, recreatie, radio, tv en gokwezen	92	5,3	1,7	3,0
	overige dienstverlening	91,93,80.4	5,4	1,7	1,5
Totaal tertiair			174,3	52,2	57,0

^a Toegevoegde waarde tegen factorkosten.

^b Aandelen in totaal bedrijven.

^c Werkgelegenheid in arbeidsjaren.

2 Een heterogene sector

2.1 Inleiding

Dit hoofdstuk schetst de grote verschillen in karakteristieken tussen onderdelen van de tertiaire dienstensector. Het gaat om verschillen in scholingsgraad van het werknemersbestand, belang van de diverse afzetcategorieën, innovativiteit, investeringsintensiteit, internationale oriëntatie. De vraag is of er alternatieve onderverdelingen van de sector zijn, die nuttig kunnen zijn voor analyse- en prognosedoeleinden. Een herindeling van de tertiaire dienstensector blijkt mogelijk langs diverse lijnen, zoals kennisintensieve diensten versus diensten met relatief veel lager geschoolde werknemers, consumenten- versus producentendiensten, arbeidsintensieve versus kapitaalintensieve diensten en beschutte versus aan internationale concurrentie blootgestelde branches. Bijgaand kader besteedt aandacht aan een nadere onderverdeling van de zakelijke diensten.

2.2 Scholingsgraad en gemiddelde loonvoet van werknemers

Een product of dienst wordt hoogwaardiger genoemd naarmate de kennisintensiteit groter is. De verdeling van de werkzame personen naar opleidingsniveau is een indicator voor het gemiddeld hoogwaardige respectievelijk laagwaardige karakter van de activiteiten in een bedrijfstak. Een relatief hoog percentage hoog geschoolde werknemers duidt op een hoogwaardig karakter van de dienstverlening. Voorts is bij hoogwaardige goederen en diensten in het algemeen meer sprake van productdifferentiatie en concurrentie op basis van kwaliteit in plaats van prijs.⁵ Naarmate diensten hoogwaardiger zijn, nemen ook de mogelijkheden tot scheiding in plaats en tijd bij de productie en consumptie toe.

Het is om verschillende redenen van belang dat de Nederlandse economie zich meer richt op marktsegmenten met hoogwaardige goederen en diensten. Zo sluit het voortbrengen van kennisintensieve goederen en diensten aan bij de stijging van het opleidingspeil van de Nederlandse beroepsbevolking. Vanwege de globalisering is bovendien een specialisering in de richting van hoogwaardige producten en diensten gewenst, omdat lage-lonen-landen in Oost-Europa en Azië veelal een comparatief voordeel hebben bij de het leveren van laagwaardige producten en diensten.

⁵ Zie ook CPB, CEP 1996, p. 275.

Klantspecifieke versus gestandaardiseerde zakelijke diensten

Kox (2000 en 2001b) maakt voor de zakelijke diensten een onderscheid tussen klantspecifieke diensten en gestandaardiseerde diensten. Dit onderscheid hangt samen met het karakter van de dienstverlening. In de klantspecifieke dienstverlening worden de aangeboden diensten toegesneden op de specifieke wensen van de klanten, terwijl de gestandaardiseerde diensten voor alle afnemers min of meer hetzelfde zijn. Bij klantspecifieke dienstverleners zijn de werknemers in het algemeen hoger geschoold.

Bij de klantspecifieke diensten investeren zowel de aanbieder als de klant in hun relatie. De klant moet de aanbieder bijvoorbeeld bedrijfsspecifieke informatie leveren. Een en ander maakt het voor afnemers moeilijker om te switchen tussen zakelijke dienstverleners. Dit en de sterke productdifferentiatie maken de concurrentie bij klantspecifieke diensten minder sterk. Bovendien spelen in klantspecifieke diensten aanbieder bedrijven bepaalde sleutelfunctionarissen veelal een belangrijke rol. De vaardigheden, kennis, netwerken en reputatie van deze functionarissen bepalen in hoge mate de concurrentiepositie van deze bedrijven. Dit verschaft deze functionarissen een sterke positie bij het onderhandelen over hun arbeidsvoorwaarden. Kox (2000) geeft aan dat bovengenoemde kenmerken de schaalvergroting en productiviteitsgroei in de klantspecifieke zakelijke diensten belemmeren.

Onderstaand overzicht biedt een onderverdeling van de zakelijke diensten in klantspecifieke en gestandaardiseerde diensten. De vermelde branches bieden veelal zowel standaarddiensten als klantspecifieke diensten aan. Het zwaartepunt van de activiteiten bepaalt de indeling van een branche.

Gestandaardiseerde diensten

- industriële reiniging
- beveiliging
- notariaat
- boekencontrole
- loonadministratie
- uitzendwezen
- technisch testen
- standaard software
- dataverwerking
- secretariaatswerk, receptiediensten

Klantspecifieke diensten

- economisch advies
 - belastingadvies
 - software-ontwerp en -onderhoud
 - gespecialiseerde accountancy
 - juridisch advies
 - marktonderzoek
 - ingenieursdiensten
 - R & D
 - marketing advies
 - P.R. advisering
-

De commerciële dienstverlening onderscheidt zich qua scholingsniveau van de werknemers duidelijk van de industrie (zie tabel 2.1). In de tertiaire dienstensector zijn relatief veel hoog geschoolden werkzaam zijn en relatief minder laag geschoolden. In die zin sluit de relatief sterke groei van de commerciële diensten aan bij de noodzaak tot het hoogwaardiger maken van het Nederlandse producten- en dienstenpakket.

Binnen de commerciële dienstverlening zijn echter grote verschillen zichtbaar in scholingsniveau. Zo ligt in de handel (met name de detailhandel), de uitzendbranche, de horeca en de rest zakelijke dienstverlening (waaronder de schoonmaakbranche en beveiliging) het aandeel laaggeschoolde werkzame personen ruim boven het gemiddelde van de tertiaire sector. Daarentegen is in het bank- en verzekeringswezen, zakelijke diensten als computerservicebedrijven, speur- en ontwikkelingswerk, rechtskundige diensten en

economische adviesbureaus en ingenieurs en architecten, en de subsector cultuur, sport, recreatie het aandeel hoger geschoolden boven gemiddeld. De diensten van deze bedrijfstakken kunnen derhalve tot de kennisintensieve diensten gerekend worden.

Het minder hoogwaardige karakter van diensten als detailhandel, uitzendbranche en horeca komt ook tot uitdrukking bij de loonsom per werknemer, die onder de euro 30.000,- per jaar ligt in 2000. In het bank- en verzekeringswezen en de hoogwaardige zakelijke diensten worden relatief hoge lonen betaald. Opmerkelijk is dat ondanks de hoge geschooldheid in cultuur, sport, recreatie relatief lage lonen worden betaald, daar in het algemeen een hogere geschooldheid gepaard gaat met een hoger loon.

Volgens tabel 2.1 heeft de loonontwikkeling van de tertiaire dienstensector als geheel gedurende de tweede helft van de jaren negentig nagenoeg in de pas gelopen met die van het totale bedrijfsleven. Binnen de tertiaire sector zijn de lonen relatief sterk gegroeid in de uitzendbranche, rechtskundige diensten en economische adviesbureau's, reclamebureau's en milieudienstverlening⁶. Dit kan duiden op upgrading van het werk in deze sectoren⁷. In takken met relatief veel laag geschoolde werknemers zoals de detailhandel, de horeca en de rest van de zakelijke dienstverlening is de loonontwikkeling duidelijk achtergebleven. Opvallend is dat de loonstijging bij computerservicebedrijven bijna gelijk is aan het gemiddelde van bedrijven. Mogelijk komt dit doordat computerservicebedrijven hebben geprobeerd te voldoen aan de sterk gestegen vraag met jonge, minder ervaren krachten die lager worden ingeschaald dan de zittende, meer ervaren werknemers.

⁶ Ook bij de ICT-diensten stijgen de lonen per werknemer relatief sterk, terwijl dit niet geldt voor de onderdelen post en telecommunicatie en computerservicebedrijven. Deze relatief sterke stijging wordt bepaald doordat het loonniveau in de computerservicebranche veel hoger ligt dan bij post en telecommunicatie en de werkgelegenheid in de computerservicebranche veel krachtiger is gegroeid.

⁷ Een analyse van upgradingsprocessen per bedrijfstak aan de hand van veranderingen in de verdeling van de werknemers naar opleidingsniveau wordt bemoeilijkt door het feit dat in de Arbeidsrekeningen van het CBS het percentage werknemers waarvan het opleidingsniveau onbekend is, sterk fluctueert. Een specifieke ontwikkeling van de vraag naar bepaalde diensten of categorieën werknemers kan daarentegen een analyse op basis van de relatieve loonstijging compliceren.

Tabel 2.1 Scholingsgraad en gemiddelde loonvoet werknemers	Werkzame personen naar opleidingsniveau in 1999 ^a			Gemiddelde loonvoet per werknemer	
	aandelen in %			2000	1996-2000
				dzd euro	mutaties per jaar in %
	lager	middelbaar	hoger		
Handel en reparatie	39,8	46,8	12,3	31,1	2,6
w.o. groothandel	31,3	45,8	20,6	39,4	2,6
detailhandel en reparatie	46,2	45,9	7,5	22,3	2,4
Transport en opslag	40,2	46,4	11,8	38,9	3,6
Post en telecommunicatie	36,4	44,9	18,6	38,7	3,2
Bank- en verzekeringswezen	15,1	50,2	33,7	49,3	3,2
Uitzendwezen ^b	51,5	33,2	15,2	22,1	4,0
Tertiair overig	29,1	38,0	32,0	36,9	3,4
w.o. horeca	47,0	44,2	8,5	23,2	2,7
computerservicebedrijven	7,8	33,0	58,3	47,5	2,9
speur- en ontwikkelingswerk	6,1	21,2	69,7	49,7	2,5
rechtkundige diensten en economische adviesbureaus	11,1	35,6	51,9	51,5	4,1
architecten en ingenieurs	7,9	40,4	51,7	42,1	2,5
reclamebureaus	37,3	39,2	23,5	35,4	4,7
rest zakelijk dienstverlening	54,0	27,2	17,0	27,4	2,3
cultuur, sport, recreatie, etc,	22,9	36,8	39,6	20,5	2,3
milieudienstverlening	39,1	43,5	17,4	43,9	4,5
Totaal tertiair	36,5	41,6	21,0	34,5	3,0
w.o. ICT-diensten ^c	22,3	39,1	38,2	43,3	3,7
Verwerkende industrie	39,8	41,8	16,5	37,8	3,2
Totaal bedrijven	34,8	43,3	20,9	34,9	3,0

^a De aangegeven percentages tellen niet op tot 100, omdat van een deel van de werknemers het opleidingsniveau onbekend is.

Lager betreft basisonderwijs, LBO en MAVO, middelbaar MBO, Havo en VWO, hoger HBO en WO.

^b Inclusief particuliere huishoudens met personeel

^c Post en telecommunicatie en computerservicebedrijven

Bronnen: Arbeidsrekeningen en Nationale Rekeningen van het CBS

2.3 Consumenten- versus producentendiensten en internationale oriëntatie

Tabel 2.2 geeft een overzicht van de verdeling van de afzet van de commerciële dienstverlening naar de verschillende categorieën. Dit onderscheid is van belang omdat de ontwikkeling van de verschillende afzetcategorieën door andere determinanten wordt bepaald. Zo is voor de ontwikkeling van de vraag naar consumentendiensten de groei van het reëel beschikbaar inkomen van huishoudens van grote betekenis. De vraag naar producentendiensten is onder meer afhankelijk van de productiegroei in de afnemende bedrijven, het proces van uitbesteding van

niet-kernactiviteiten en het aanbod van nieuwe diensten. Deze factoren zullen in het volgende hoofdstuk nader worden toegelicht.

De verzekeringsbranche, de horeca, cultuur, sport, recreatie en de overige dienstverlening (o.a. wasserijen, kappers en schoonheidsverzorging, uitvaartverzorging, fitness- en zonnebankcentra) zijn bedrijfstakken die circa de helft van hun productie of meer afzetten aan consumenten. Zij kunnen daarmee als *consumentendiensten* bestempeld worden⁸. Niettemin leveren deze bedrijfstakken ook voor een niet onaanzienlijk deel aan bedrijven.

Gelet op het hoge aandeel van de intermediaire leveringen aan andere bedrijven, kunnen het bankwezen, de overige financiële diensten, de zakelijke diensten en het uitzendwezen als *producentendiensten* beschouwd worden. Maar ook deze bedrijfstakken leveren niet uitsluitend aan bedrijven, maar verlenen ook diensten aan consumenten⁹.

Naast de consumptie en de intermediaire leveringen zijn voor sommige bedrijfstakken ook de *investeringen en de export* van belang. Voor de ingenieurs en architecten bepaalt de investeringsvraag bijna de helft van de afzet. De export van diensten is substantieel voor de (groot)handel, transport en opslag, computerservicebedrijven, speur- en ontwikkelingswerk, rechtskundige diensten en economische adviesbureau's en ingenieurs en architecten.

Voorts toont tabel 2.2 dat de tertiaire dienstensector vooral op de binnenlandse markt is gericht. Het exportaandeel van de commerciële dienstverlening ligt ruim onder het gemiddelde van bedrijven. Vooral de industrie is sterk afhankelijk van buitenlandse markten.

Echter, het *'exposed karakter'* van een sector komt niet alleen tot uitdrukking in exportcijfers, maar ook in gegevens over de directe buitenlandse investeringen. De directe investeringen van de commerciële dienstverlening in het buitenland zijn in het afgelopen decennium sterk toegenomen. Figuur 2.1 geeft aan dat dit geldt voor de verschillende onderdelen van de commerciële dienstverlening. Bijgaand kader leert voorts dat de buitenlandse investeringen van

⁸ Het CBS verbijzondert de handels- en vervoersmarges op de verschillende afzetcategorieën niet naar bedrijfstak. Om deze reden blijkt uit de cijfers bijvoorbeeld niet dat de detailhandel vooral consumentendiensten levert. Niettemin is het aannemelijk dat een belangrijk deel van de marges op consumptie thuis hoort bij de detailhandel. Het totaal van de handels- en vervoersmarges wordt door het CPB wel toegerekend aan de bedrijfstak handel en reparatie.

⁹ Tabel 2.2 en de bijbehorende beschouwing illustreren dat een onderverdeling van de tertiaire dienstensector in consumenten- en producentendiensten niet kan verlopen langs de lijnen van de CPB bedrijfstakkenindeling. Voor een analyse van de ontwikkeling van consumenten- versus producentendiensten in de tertiaire dienstensector kan een pragmatische benadering worden gevolgd. De ontwikkeling van de consumentendiensten wordt dan gerelateerd aan de consumptieve afzet van binnenlandse herkomst. De producentendiensten vormen dan - gegeven de productie-ontwikkeling - de restpost. Deze restpost is dan niet alleen afhankelijk van de ontwikkeling van de intermediaire leveringen, maar ook van het verloop van de buitenlandse afzet en de investeringen. In hoofdstuk 3 wordt langs deze lijnen het verschil in ontwikkeling tussen de consumenten- en de producentendiensten geduid.

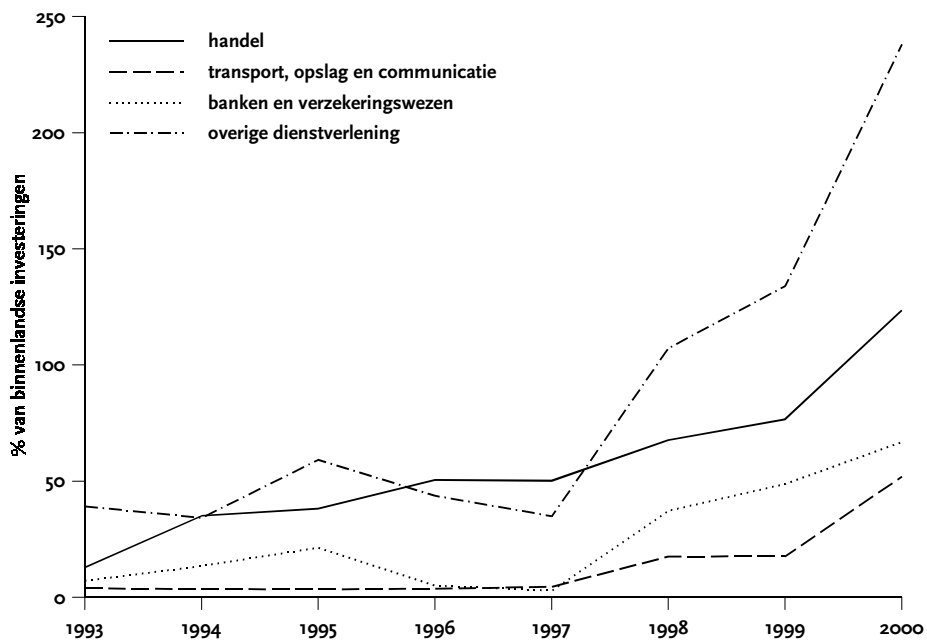
de commerciële dienstverlening in verhouding tot de binnenlandse investeringen in vaste activa inmiddels niet meer veel onder doen voor die van de industrie. Voor dienstverleners, zeker de grote bedrijven, die actief willen zijn op buitenlandse markten, is het opzetten van een buitenlandse vestiging bij expansie veelal een aantrekkelijkere stap dan export vanuit Nederland (zie Kox (2001a)). De directe investeringen van de Nederlandse tertiaire dienstensector in het buitenland overtreffen de directe investeringen van buitenlandse dienstenbedrijven in Nederland. Gelet op de cijfers over de directe buitenlandse investeringen behoeft het traditionele beeld bijstelling dat de commerciële dienstensector een afgeschermd sector is.

Tabel 2.2 Verdeling binnenlands geproduceerde afzet tertiaire diensten, 1996-2000

	Consumptie	investeringen	Intermediaire leveringen	Uitvoer
	gemiddelde aandelen per jaar in %			
Handel en reparatie	40,2	7,6	31,6	20,7
Transport en opslag	18,4	0,6	37,8	43,2
Post en telecommunicatie	30,6	4,1	58,3	7,1
Bank- en verzekeringswezen	30,9	1,8	64,6	2,7
w.v. bankwezen	8,8	2,4	85,1	3,8
verzekeringswezen	68,8	1,2	28,5	1,6
overige financiële diensten	4,9	1,3	91,6	2,2
Uitzendwezen ^a	24,7	0,0	75,2	0,0
Overig tertiair	25,4	9,5	53,9	11,2
w.v. zakelijke dienstverlening	6,3	15,5	63,2	15,1
w.v. verhuur roerende goederen	11,2	0,2	77,3	11,2
computerservicebedrijven	0,3	24,9	59,6	15,1
speur- en ontwikkelingswerk	35,4	0,8	36,7	27,1
rechtkundige diensten en econ. adviesbureaus	7,5	15,7	58,3	18,6
reclamebureaus	0,0	0,0	95,6	4,3
ingenieurs en architecten	1,8	48,3	30,0	19,8
rest zakelijke dienstverlening	6,1	1,9	82,2	9,8
horeca	71,5	0,0	28,3	0,2
milieudienstverlening	17,3	0,3	82,1	0,3
cultuur, sport, recreatie, radio, tv en gokwezen	47,3	1,3	34,1	17,3
overige dienstverlening	60,3	0,1	39,4	0,2
Totaal tertiair	30,5	6,2	46,7	16,6
w.o. ICT-diensten	19,2	11,9	58,8	10,1
Verwerkende industrie	11,5	4,6	34,2	49,8
Totaal bedrijven	27,6	9,3	39,0	24,1

^a Inclusief particuliere huishoudens met personeel.

Figuur 2.1 Directe investeringen als percentage van binnenlandse investeringen in vaste activa, naar dienstentakken, 1993-2000



Internationalisering dienstensector

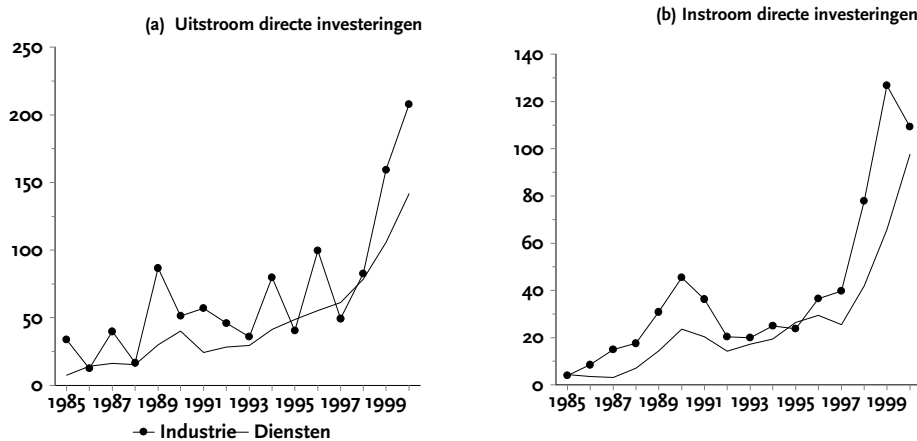
Dienstenmarkten worden steeds opener. Producenten van diensten zijn op hun nationale markt steeds minder beschermt tegen buitenlandse concurrentie. Dat komt vooral door technische ontwikkelingen, door liberalisering van nationale dienstenmarkten en door directe buitenlandse investeringen van dienstverlenende ondernemingen.

Bij internationale dienstenhandel is veelal een direct contact nodig tussen dienstverlener en afnemer, waarbij een van beide zich naar het buitenland verplaatst. Bij de toeristische diensten verplaatst de consument zich. Bij andere diensten gaat de dienstverlener naar de buitenlandse klant, al dan niet via een buitenlandse vestiging. Technische verbetering in communicatie-mogelijkheden maakt niettemin steeds meer diensten internationaal leverbaar zonder dat leverancier of consument van hun plek hoeven te komen. Zo kunnen bijvoorbeeld e-commerce, callcentra en teleconferenties tot nieuwe vormen van internationale dienstenhandel leiden.

Voor menige dienst blijft echter de nabijheid van leverancier tot de klant van belang. In buitenlandse markten kan dat bereikt worden door het opzetten van een lokale dochter-onderneming. Dit komt tot uitdrukking in de omvang van de jaarlijkse stroom directe investeringen van en naar het buitenland. Sinds de tweede helft van de jaren negentig groeien de directe buitenlandse investeringen in de dienstensector sterk. Dit geldt zowel voor de buitenlandse directe investeringen in Nederland als voor de directe investeringen van de Nederlandse dienstensector in het buitenland.

Directe buitenlandse investeringen van de dienstensector zijn voor Nederland inmiddels groter dan die van de industrie. Ook wanneer de buitenlandse tegen de binnenlandse investeringen van de sector worden afgezet, blijkt de dienstensector niet meer veel onder te doen voor de industrie (zie onderstaande grafiek). Voor de instromende directe investeringen geldt een soortgelijk beeld. Buitenlandse concurrentie wordt zo voor de dienstensector steeds belangrijker.

Directe buitenlandse investeringen van dienstensector en industrie, 1985-2000, uitgedrukt als percentage van bruto investeringen in vaste activa van de bedrijfstak



2.4 Innovatie en investeringen

Innovaties zijn een belangrijke bron voor economische groei. Bij innovaties gaat het om het daadwerkelijk op de markt brengen of uitvoeren van *technologisch* nieuwe (of substantieel

vernieuwde) producten of productieprocessen door een bedrijf. Zowel in nationaal als internationaal perspectief scoort de Nederlandse dienstensector qua innovativiteit minder goed. Zo blijft het percentage innoverende ondernemingen in de dienstensector wat achter bij het EU-gemiddelde (zie tabel 2.3). In de Nederlandse dienstensector ontplooit 36% van de bedrijven innovatieve activiteiten, terwijl dit percentage in de EU gemiddeld op 40% ligt¹⁰. Dit lagere percentage wordt echter vooral bepaald door de financiële diensten. Het percentage innoverende bedrijven blijft in de dienstensector wel duidelijk achter bij dat in de industrie (zie tabel 2.3 en 2.4). In de periode 1996-1998 bedroeg het percentage innoverende bedrijven in de diensten 35%, tegen 60% in de industrie. Tabel 2.4 geeft voorts aan dat de dienstensector bij de gerealiseerde technologische vernieuwingen vooral wat betreft procesinnovaties achterblijft bij de industrie.

Tabel 2.3 Innoverende bedrijven, 1994-1996

	Nederland	Europese Unie
	% van totaal aantal bedrijven	
Diensten	36	40
Groothandel	36	34
Vervoer	21	24
Telecommunicatie	74	65
Financiële diensten	40	54
Computer- en aanverwante diensten	68	68
Architecten en ingenieursbureau's	52	55
Industrie	62	51

Bron : Eurostat, the second Community Innovation Survey (CIS2)

De dienstensector zorgt er voor dat Nederland qua innovatiekracht in internationaal perspectief matig scoort. De industrie doet het in internationaal perspectief namelijk wel goed. De innovatie-intensiteit van de industrie ligt in Nederland op 62%, terwijl het gemiddelde voor de EU 51% bedraagt.

Nationaal is wel een lichtpuntje dat het percentage innoverende bedrijven dat aangeeft dat door innovaties de concurrentiepositie behoorlijk is verbeterd, het grootst is in de dienstensector, namelijk 30% tegen 26 en 21% in de industrie respectievelijk de overige bedrijfstakken.

Twee belangrijke redenen zijn aan te geven voor de achterblijvende innovativiteit van de dienstverlening. Eén reden is dat minder geld besteed wordt aan activiteiten die tot innovaties moeten leiden. Het gaat dan om in- en externe R&D-activiteiten, licenties, marketing, scholing,

¹⁰ Internationaal vergelijkbare cijfers zijn alleen beschikbaar voor 1994-1996. Voor Nederland zijn recent cijfers beschikbaar gekomen voor de periode 1996-1998.

aanschaf benodigde apparatuur, introductiekosten, etc. De aan innovatie gerelateerde uitgaven in procenten van de omzet bedragen in de Nederlandse dienstensector 1,6%, terwijl dit cijfer voor de EU gemiddeld op 2,7% ligt en voor de Nederlandse industrie op 3,8%. Een andere reden is dat technologie in industriële productieprocessen gewoonlijk een belangrijker rol speelt dan in de dienstensector, zodat hierdoor het percentage innoverende bedrijven in de dienstensector ook lager ligt dan in de industrie.

Tabel 2.4 Bedrijven met vernieuwende activiteiten naar bedrijfsklasse, 1994-1998

	Innoverende bedrijven	bedrijven met gerealiseerde innovaties			bedrijven met niet-techno- logische veranderingen			
		totaal	product- innovaties	proces- innovaties				
						in % van totaal aantal bedrijven	% van totaal aantal bedrijven met gerealiseerde innovaties	% van totaal aantal bedrijven
						1996-1998		1994-1996
Totaal	40	34	84	59	57			
Industrie	60	55	87	74	61			
Diensten	35	30	82	47	56			
Groothandel	40	35	79	56	61			
Detailhandel	25	22	80	48	41			
Horeca en autohandel	28	23	77	41	55			
Vervoer en communicatie	27	24	80	46	47			
Financiële instellingen	48	46	78	55	72			
Computerservicebedrijven	73	66	94	27	81			
Juridische en econ. adviesdiensten	34	30	95	41	72			
Architecten en ingenieursbureaus	58	54	91	45	71			
Verhuur en rest zakelijke diensten	35	28	80	43	59			
Milieudienstverlening	40	34	81	65	68			
Overige dienstverlening	36	30	76	54	46			

Bronnen : CBS (2000) Kennis en economie 2000, tabel 6.1.1

Bernardt (2000), De innovativiteit van de Nederlandse dienstensector, tabel 3.1.3.2, 4.1 t/m 4.11.

Binnen de dienstensector onderscheiden de computerservicebedrijven en architecten en ingenieurs zich in positieve zin qua percentage innoverende bedrijven (zie tabel 2.4). Voor deze bedrijfstakken ligt dit percentage bovendien ongeveer op het Europese gemiddelde (zie tabel 2.3). Het percentage innovatieve bedrijven ligt in de computerservicebranche zelfs hoger dan gemiddeld in de industrie. In vergelijking met andere dienstverlenende bedrijfstakken doen computerservicebedrijven en architecten en ingenieurs ook relatief veel innovatieve uitgaven en onderscheiden zij zich daarmee wederom als bijzonder innovatieve bedrijfstakken.

Tabel 2.5 leert dat er eveneens grote verschillen zijn in *R&D-intensiteit* in procenten van de toegevoegde waarde. De bedrijfstakken speur- en ontwikkelingswerk en ingenieurs en architecten scoren relatief hoog qua R&D-intensiteit, terwijl R&D in de detailhandel, rechtskundige diensten en economische adviesbureau's en rest zakelijke dienstverlening nauwelijks een rol speelt.

Tabel 2.5 Investerings- en R&D-intensiteit en innovatieve uitgaven, 1998 en 2000

	Investeringen					R&D- ^f
	Totaal	Gebouwen	Outillage en GWW ^a	Transport- middelen	Computers en immate- riële activa	intensiteit
	2000					1998
	aandeel in bruto toegevoegde waarde (marktprijzen) in %					
Handel en reparatie	12,1	3,1	4,6	2,5	1,9	0,4
w.o. groothandel	11,5	2,5	4,5	1,7	2,7	0,6
detailhandel en reparatie	17,6	6,0	7,6	2,3	1,7 ^b	0,1
Transport en opslag	46,6	5,7	19,2	18,0	3,6 ^b	0,3
Post en telecommunicatie	58,5	3,2	48,6	0,4	6,3	.
Bank- en verzekeringswezen	24,8	9,0	2,5	0,7	9,6	0,5
Overig tertiair	16,5	2,1	4,5	6,8	3,0	3,2
w.o. horeca	8,4	2,6	4,6	0,8	0,3	.
zakelijke dienstverlening	17,1	1,6	2,6	9,5	3,5	2,3 ^c
w.o. verhuur roerende goederen	111,6	1,2	8,8	99,3	2,3	.
computerservicebedrijven	8,8	0,4	1,3	0,4	6,6	1,8
speur- en ontwikk. werk	127,9
rechtskundige diensten en econom. adviesbureaus	0,2
ingenieurs en architecten	2,9
rest zak. dienstverlening ^d	8,1	1,8	2,2	1,1	3,0	0,2
Tertiair totaal	21,3	3,8	8,0	5,3	3,8	1,1
w.o. ICT-diensten	37,0	2,0	28,2	0,4	6,5	.
Verwerkende industrie	15,0	2,1	9,8	0,5	2,5	4,7
Totaal bedrijven	22,3	3,4	7,1	2,2	2,6	1,6

^a Grond-, weg- en waterbouwkundige werken

^b inclusief post en telecommunicatie

^c Inclusief uitzendbureau's en verhuur van en handel in onroerend goed

^d Investeringen inclusief speur- en ontwikkelingswerk, rechtskundige diensten en economische adviesbureau's, ingenieurs en architecten, reclamebureau's en uitzendbureau's R&D-intensiteit inclusief reclamebureau's en uitzendbureau's.

^e Inclusief verhuur van en handel in onroerend goed

^f R&D-uitgaven in % van toegevoegde waarde. Door subsidiëring van het onderzoek bij instellingen is de R&D-intensiteit bij de bedrijfsklasse speur- en ontwikkelingswerk groter dan 100.

Bronnen : CBS, Nationale Rekeningen 2000 en CPB, Lange Reeksen, afd. Bedrijfstakkencoördinatie.

CBS, Kennis en Economie 2000, tabel 4.2.4 : Ontwikkeling R&D-intensiteiten.

Onderzoek naar de zakelijke dienstverlening (V.d. Wiel (2001a)) geeft aan dat naast innovaties ook *niet-technologische* veranderingen van belang zijn voor de arbeidsproductiviteitsontwikkeling. Het gaat dan om vernieuwingen in strategie, marketing, organisatiestructuur of management. Bedrijven in de zakelijke dienstverlening die dergelijke veranderingen doorvoeren, al dan niet in combinatie met innovaties, kennen de sterkste stijging van de arbeidsproductiviteit. Het percentage bedrijven dat niet-technologische veranderingen doorvoert blijft in de periode 1996-1998 in de dienstensector slechts in geringe mate achter bij de industrie (62 versus 64%). Gedetailleerde cijfers zijn nog slechts beschikbaar voor de periode 1994-1996 (zie tabel 2.4)¹¹. Ook bij niet-technologische vernieuwingen blijken er grote verschillen te zijn tussen de verschillende bedrijfstakken in de dienstensector. Het percentage is bijvoorbeeld gering in de detailhandel, maar in grote delen van de zakelijke dienstverlening overtreft dit percentage ruimschoots dat van de industrie. Dit geeft aan dat in de zakelijke diensten vernieuwing eerder tot stand komt door wijzigingen in strategie, marketing, organisatiestructuur en management dan door het doorvoeren van technologische innovaties.

De tertiaire dienstensector is de *grootste investeerder* binnen de Nederlandse economie. Ook in verhouding tot de toegevoegde waarde investeert de commerciële dienstverlening meer dan de industrie (zie tabel 2.5). Dit verschil wordt in hoge mate bepaald door de investeringen in transportmiddelen. Maar de commerciële dienstverlening investeert ook sterker in computers en immateriële activa, evenals in gebouwen. Software behoort tot de immateriële activa, zodat het aandeel voor computers en immateriële activa ook een indicator is voor de ICT-intensiteit.

De *investeringsquote*, d.w.z. de verhouding tussen de investeringen in vaste activa en de toegevoegde waarde, varieert sterk binnen de tertiaire dienstensector. Er zijn drie hele grote investeerders, nl. transport en opslag, post en telecommunicatie en het verhuur van roerend goed (leasebedrijven). Dit zijn de kapitaalintensieve dienstentakken. Ook het bank- en verzekeringswezen scoort boven gemiddeld, met name door forse ICT-investeringen in zowel software als hardware en investeringen in gebouwen. Post en telecommunicatie en computerservicebedrijven zijn eveneens ICT-intensief. In arbeidsintensieve bedrijfstakken als de handel, de horeca en de zakelijke dienstverlening exclusief verhuur van roerend goed is de investeringsquote laag. Het aandeel van de investeringen in gebouwen in de investeringsquote is relatief groot in de detailhandel en de horeca.

2.5 Bedrijfsgrootte en bedrijfsdemografie

De tertiaire dienstensector kenmerkt zich door een relatief groot aantal kleine bedrijven met 1 tot 10 werknemers (zie tabel 2.6). Ook in vergelijking met de industrie is de commerciële

¹¹ Internationaal vergelijkbare cijfers ontbreken voor niet-technologische vernieuwing.

Tabel 2.6 Werkgelegenheid zelfstandigen en demografie van bedrijven in de tertiaire diensten, 1996-2000

	werkgelegenheid zelfstandigen ^a	aantal bedrijven naar grootteklasse (aantallen werknemers) ^b					aantal bedrijven	oprichting bedrijven ^b
		0	1-10	10-100	100+	totaal		
		1996-2000 aandeel in totale werkgelegenheid per jaar in %	2000 aandeel in totaal bedrijven in %	aantal				
Handel en reparatie	14,0	41,4	50,3	7,9	0,5	164,3	1,5	4,9
w.o. groothandel	8,3	44,8	43,0	11,3	0,8	55,2	2,9	6,2
detailhandel en reparatie	18,6	40,1	54,5	5,1	0,3	85,7	0,1	4,2
Transport en opslag	8,4	40,9	42,8	15,1	1,2	24,6	3,4	7,6 ^c
Post en telecommunicatie	2,5	60,7	33,3	5,0	1,0	3,0	17,3	.
Bank- en verzekeringswezen	4,0	38,3	54,0	6,8	0,9	16,1	2,0	.
Uitzendbr. en part.huish. met pers.	19,9	35,6	41,2	17,7	5,5	4,1	23,5	.
Overig tertiair	19,9	45,9	47,7	5,9	0,5	189,4	6,2	9,8 ^d
w.v. horeca	20,2	27,6	66,2	5,9	0,3	39,8	1,6	3,3
zakelijke dienstverlening	16,6	58,3	35,2	6,0	0,6	105,4	8,9	14,7 ^e
w.v. verhuur roerende goederen	23,5	48,8	44,5	6,1	0,6	4,3	4,9	.
computerservicebedrijven	12,5	61,8	30,9	6,6	0,7	14,0	15,3	27,1 ^f
speur- en ontwikkeling	3,0	52,0	36,0	9,6	2,3	1,7	10,2	.
rechtsk.die. en econ. adviesbur.	20,8	58,1	36,9	4,7	0,3	39,6	9,3	.
ingenieurs en architecten	9,9	55,4	36,3	7,7	0,6	13,9	8,2	.
reclamebureau's	23,5	62,9	32,9	4,0	0,2	11,2	9,7	.
rest zakelijke diensten	18,2	58,3	33,0	7,6	1,1	20,6	5,6	.
cult., sport, recr., rtv en gokken	23,9	0,0	90,6	8,8	0,6	15,1	3,6	.
ov. particuliere dienstverlening	30,4	49,7	45,4	4,3	0,6	29,1	5,8	5,8 ^g
Totaal tertiair	15,1	43,5	48,5	7,4	0,6	401,4	4,0	7,1
w.o. ICT-diensten	7,5	61,6	31,3	6,3	0,7	17,0	15,6	.
Verwerkende industrie	4,5	33,5	43,2	20,0	3,3	45,4	1,2	5,5
Bedrijven totaal	14,3	49,2	42,0	7,9	1,0	693,6	2,7	5,6

^a Bron : CPB, Lange Reeksen, afd. Bedrijfstakkencoördinatie.

^b Bron : CBS, Statline.

^c Inclusief post en telecommunicatie.

^d Inclusief uitzendbureau's.

^e Inclusief uitzendbureau's en milieudienstverlening.

^f Inclusief verhuur roerende goederen en milieudienstverlening.

^g Exclusief milieudienstverlening.

dienstensector relatief kleinschalig; de industrie kent juist relatief veel middelgrote en grote bedrijven. Dit wijst erop dat *schaaleffecten* in de dienstverlening een minder grote rol spelen. In 2000 blijken in een dienstverlenend bedrijf gemiddeld circa 10 personen te werken, tegen circa 25 in een industrieel bedrijf.

Een ander opvallend kenmerk van de commerciële dienstverlening is het hoge percentage *zelfstandigen* in een aantal bedrijfstakken. Afgemeten aan het aandeel van het aantal zelfstandigen in de totale werkgelegenheid van een bedrijfstak, blijken er relatief veel zelfstandigen werkzaam te zijn in de detailhandel, de horeca, de reclamebranche en de overige particuliere dienstverlening¹².

Vanwege de doorgaans geringe bedrijfsgrootte en de geringe kapitaalintensiteit in veel branches is het relatief gemakkelijk om een nieuw bedrijf te starten in grote delen van de commerciële dienstverlening. Het percentage *starters* in de diensten ligt in 2000 dan ook ruim boven het gemiddelde van bedrijven. Met name de zakelijke dienstverlening kent een hoog percentage starters. Computerservicebedrijven leveren hieraan een belangrijke bijdrage. Tegenover het hoge percentage starters staan ook relatief weinig opheffingen. Hierdoor kent het aantal bedrijven in de tertiaire sector in de periode 1996-2000 een relatief sterke groei. Vooral de dynamiek in de zakelijke dienstverlening is opvallend. Hier is het aantal bedrijven gestegen met bijna 9% tegen circa 3% voor bedrijven gemiddeld.

2.6 Tot slot

Bijgaand overzicht vat de belangrijkste kenmerken van de verschillende diensten bedrijfstakken samen. Indien een bedrijfstak op opvallende wijze scoort bij een kenmerk staat dit aangegeven. Op deze wijze valt te zien of een bedrijfstak vooral consumenten- of producentendiensten levert, vooral hoger geschoolden of lager geschoolden werkgelegenheid biedt, relatief erg kapitaal- dan wel arbeidsintensief is of sterk actief is op gebied van innovaties, R&D of niet-technologische vernieuwingen.

Wat betreft de blootstelling aan buitenlandse concurrentie geldt voor alle vier de onderdelen van de commerciële dienstverlening die onderscheiden kunnen worden dat in de jaren negentig het belang van directe buitenlandse investeringen sterk is toegenomen. Voor de bedrijfstak transport en opslag is bovendien de uitvoer van diensten van groot belang.

Het overzicht biedt tevens een nadere onderverdeling van de grote CPB-bedrijfstak Overig tertiair langs de lijnen van de belangrijkste afzetcategorie en het kennisintensieve karakter van de dienstverlening. Daartoe wordt Overig Tertiair in de eerste plaats opgesplitst in zakelijke diensten en particuliere diensten. Zakelijke diensten leveren vooral producentendiensten en particuliere diensten consumentendiensten. De zakelijke diensten wordt opgesplitst in een groep die vooral hoogwaardige ofwel kennisintensieve diensten levert en een bedrijfstak die relatief veel laaggeschoolde werknemers heeft. Daarnaast worden de ingenieurs en architecten

¹² Het hoge percentage bij het uitzendwezen en particuliere huishoudens met personeel wordt veroorzaakt doordat het CBS werkenden in de bedrijfsklasse particuliere huishoudens met personeel boekt als zelfstandigen.

apart onderscheiden omdat de productiegroei van deze branche als enige sterk afhangt van het investeringsverloop.

In het volgende hoofdstuk zullen we zien dat met name de producentendiensten, en dan vooral de kennisintensieve producentendiensten, in het recente verleden een sterke productiegroei hebben gekend.

Tertiaire dienstensector: saillante kenmerken

CPB-bedrijfstak	CBS-bedrijfsklasse	consumenten-/ producentendiensten ^a	hoog/ laag- geschoold ^b	kapitaal-/ arbeids- intensief ^c	innova- tiviteit/ R&D ^d
Handel en reparatie	detailhandel en overige reparatie	C	L	A	
	groothandel	P	(L)	A	
Transport en opslag		E		K	
Post en telecommunicatie				K	
Bank- en verzekeringswezen		C/P ^e	H	K ^f	NT
Uitzendwezen		P	L	A	
Overig tertiair					
zakelijke dienstverlening		P			
kennisintensief	verhuur roerende goederen	P		K	
	computerservicebedrijven	P	H		I/NT
	speur- en ontwikkelingswerk	P	H		R&D
	rechtskundige diensten en economische adviesbureaus	P	H	A	NT
	reclamebureaus	P	H	A	
	architecten en ingenieurs	IN	H		I/R&D/NT
laaggeschoold	rest zakelijke dienstverlening	P	L	A	
particuliere diensten	horeca	C	L	A	
	milieudienstverlening				I
	cultuur, sport, recreatie, radio, tv en gokwezen	C			
	overige dienstverlening	C		A	

^a C geeft aan dat een bedrijfstak sterk gericht is op het leveren van consumentendiensten; P idem producentendiensten; E idem export van diensten; IN idem diensten ten behoeve van investeringsactiviteiten

^b H geeft aan dat er relatief veel hoger geschoolden werkzaam zijn; L idem lager geschoolden

^c K geeft aan dat het productieproces sterk kapitaalintensief is; A idem arbeidsintensief

^d I geeft aan dat een bedrijfstak erg actief is op gebied van technologische innovaties; R&D idem op gebied van R&D; NT idem op gebied van niet-technologische vernieuwingen

^e Het bankwezen behoort tot de producentendiensten; het verzekeringswezen tot de consumentendiensten.

^f Het bank- en verzekeringswezen is vooral ICT-intensief (zowel hardware als software).

3 Terugblik

3.1 Algemeen

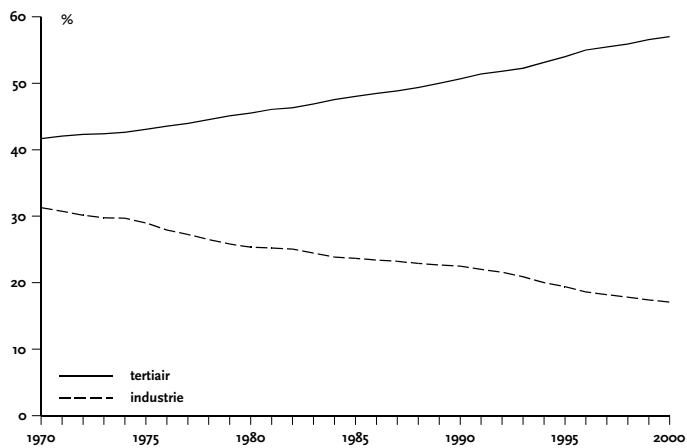
Dit hoofdstuk schetst de ontwikkelingen van de tertiaire sector in het recente verleden, met name de periode 1996-2000. De factoren worden aangegeven die deze ontwikkelingen verklaren. Het verloop van deze factoren bepaalt ook de toekomstige ontwikkeling van de sector.

In de periode 1996-2000 is het productievolume van de commerciële dienstensector relatief sterk gegroeid (zie tabel 3.1). Deze groei is aan de aanbodkant in hoofdzaak gedragen door een uitbreiding van de werkgelegenheid en in mindere mate door een toename van de arbeidsproductiviteit. De arbeidsproductiviteitsontwikkeling in de tertiaire sector was in historisch perspectief bescheiden. Voorts bleef de arbeidsproductiviteitsontwikkeling in de tertiaire sector zoals gewoonlijk achter bij die in de industrie en landbouw. De tertiaire dienstensector was de banenmotor van de Nederlandse economie. De uitbreiding van de werkgelegenheid in de marktsector met 660.000 arbeidsjaren in de periode 1996-2000 is voor 90% in de tertiaire sector tot stand gekomen.

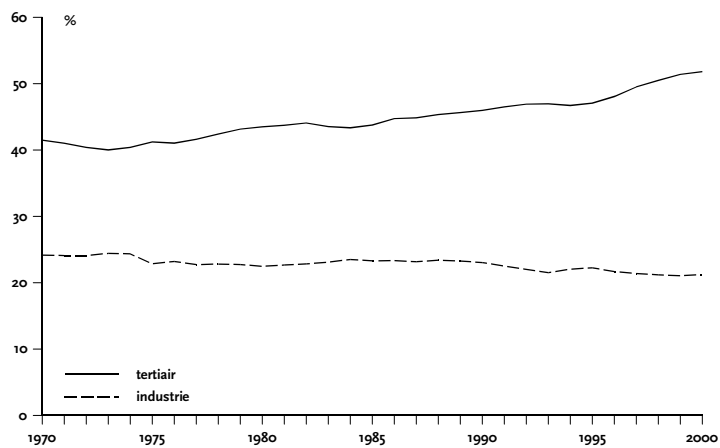
De tertiërisering van de Nederlandse economie is een structureel proces dat nog steeds doorzet. De gestage verdere groei van zowel het werkgelegenheidsaandeel als het volume-aandeel toegevoegde waarde tussen 1996 en 2000 wijst hierop (zie figuur 3.1 en 3.3.). Het toenemend aandeel van de commerciële dienstverlening in de werkgelegenheid in de afgelopen decennia is vooral ten koste gegaan van het aandeel van de industrie. De groei van het aantal werkzame personen in de dienstverlening is overigens nog onstuimiger geweest dan figuur 3.1 aangeeft, doordat in de dienstensector relatief veel mensen in deeltijd zijn gaan werken.

In termen van volume toegevoegde waarde is de stijging van het aandeel van de tertiaire sector minder spectaculair geweest dan in termen van werkgelegenheid (zie figuur 3.2). Dit komt omdat de stijging van de arbeidsproductiviteit in de tertiaire dienstverlening is achtergebleven bij die in de industrie. Het productievolume van de relatief kleine Nederlandse industriële sector is de afgelopen decennia substantieel gegroeid dankzij een boven gemiddelde productiviteitsstijging. Deze productiviteitsontwikkeling vertaalde zich voorts in een geringere stijging van de loonkosten per eenheid product waardoor de prijsontwikkeling in de industrie is achter gebleven bij die in de dienstensector. Hierdoor is het aandeel van de industrie in de nominale toegevoegde waarde van bedrijven wel duidelijk gedaald (zie figuur 3.3).

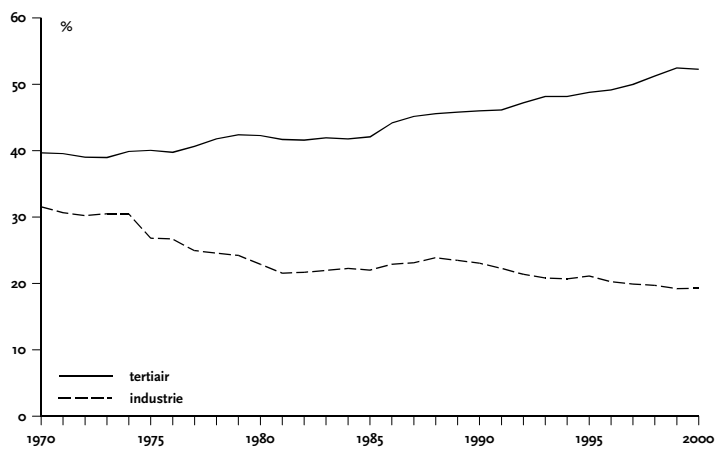
Figuur 3.1 Werkgelegenheidsaandelen (arbeidsjaren), 1970-2000



Figuur 3.2 Aandelen toegevoegde waarde in constante prijzen, 1970-2000



Figuur 3.3 Aandelen toegevoegde waarde in lopende prijzen, 1970-2000



Tabel 3.1 Volume-ontwikkeling en aandelen toegevoegde waarde en consumptie van de tertiaire dienstensector, 1996-2000

	toegevoegde waarde (factorkosten)		werk- gelegenheid		arbeidsproductiviteit ^a
	2000	1996-2000			2000
	aandeel in totaal bedrijven in %	mutaties per jaar in %			dzd euro
Handel en reparatie	15,4	5,4	2,6	2,8	45,8
w.o. detailhandel	4,5	3,4	2,4	0,9	29,3
groothandel	9,0	6,9	3,2	3,6	63,1
Transport- en opslagbedrijven	5,6	4,2	1,8	2,4	59,0
Post en telecommunicatie	2,9	15,0	4,2	10,3	93,1
Bank- en verzekeringswezen	7,4	4,5	4,8	- 0,3	87,3
Uitzendbranche	3,3	9,9	7,6	2,1	23,3
Tertiair overig	17,6	5,2	4,7	0,5	50,3
w.v. zakelijke dienstverlening	11,2	6,6	6,2	0,4	56,1
w.v. hoogwaardig	8,2	8,1	7,1	0,9	66,3
w.o. verhuur roerende goederen	1,2	7,8	3,7	4,0	166,5
computerservicebedrijven	2,2	18,2	17,2	0,9	60,4
spuur- en ontwikkeling	0,6	3,0	4,9	-1,8	63,2
rechtskundig en ec. advies	3,5	4,6	4,0	0,6	59,2
reclamebureaus	0,7	6,8	4,7	2,0	62,8
ingenieurs en architecten	1,3	4,2	5,1	- 0,9	48,1
rest zakelijke diensten	1,7	2,4	4,6	- 2,1	34,6
particuliere diensten	6,4	3,0	3,0	0,0	42,5
w.v. horeca	2,3	3,8	2,5	1,3	37,6
cultuur,sport,recreatie,rtv,gokwezen	1,7	2,7	3,9	- 1,2	31,1
milieudienstverlening	0,7	5,7	4,0	1,6	91,0
overige dienstverlening	1,7	1,4	2,2	- 0,8	61,8
Totaal tertiaire diensten	52,3	5,9	4,1	1,7	50,3
w.o. ICT-diensten ^b	5,1	15,7	10,1	5,1	75,4
Verwerkende industrie	19,2	2,9	0,4	2,5	61,8
Marktsector ^c	79,1	4,4	2,9	1,5	49,8
Totaal bedrijven	100,0	3,9	3,0	0,9	54,8

^a Toegevoegde waarde per arbeidsjaar

^b Post en telecommunicatie en computerservicebedrijven

^c Bedrijven exclusief delfstoffenwinning, verhuur van en handel in onroerend goed en zorg

Toegevoegde waarde als productiebegrip

In dit document wordt toegevoegde waarde als productiebegrip gehanteerd, terwijl dienstenbedrijven meestal daarvoor de omzet gebruiken. De omzet minus de waarde van goederen en diensten die van andere bedrijven wordt afgenomen, vormt de toegevoegde waarde. Bedrijven nemen bijvoorbeeld energie af of huren uitzendkrachten of andere zakelijke diensten in. De toegevoegde waarde per bedrijfstak biedt een goede maatstaf om de productieontwikkeling tussen bedrijfstakken of tussen landen te vergelijken. De maatstaf is namelijk niet gevoelig voor de mate waarin bedrijven een deel van hun activiteiten uitbesteden aan andere bedrijven, maar meet zuiver het deel van de productiewaarde dat in het bedrijf zelf gecreëerd wordt. Kortom, de toegevoegde waarde geeft de feitelijke bijdrage weer aan de nationale productie. De toegevoegde waarde opgeteld over alle bedrijven en bedrijfstakken wordt het Bruto Binnenlands Product genoemd. In tegenstelling tot de omzet is bij het optellen van toegevoegde waarde over bedrijven dus geen sprake van dubbelstellingen.

Om dezelfde reden wordt bij de berekening van de arbeidsproductiviteit ook gebruik gemaakt van de toegevoegde waarde. De arbeidsproductiviteit wordt berekend als de toegevoegde waarde per arbeidsjaar of per gewerkt uur. De arbeidsproductiviteit kan stijgen doordat minder arbeid nodig is om dezelfde hoeveelheid toegevoegde waarde te realiseren of doordat dezelfde hoeveelheid arbeid meer toegevoegde waarde realiseert. Dit laatste kan het resultaat zijn van een grotere afzet van gelijksoortige diensten of door de afzet van duurder en kwalitatief betere diensten. De afzet van de verschillende diensten worden onder één noemer gebracht door ze te meten in guldens (in de toekomst in euro's). Door de toename van de waarde te corrigeren voor prijsinflatie wordt de reële ontwikkeling ofwel de ontwikkeling in volume-termen verkregen. Deze volumeberekening is in de dienstensector overigens lastig omdat veelal goede prijsindices ontbreken vanwege de afwezigheid van gestandaardiseerde dienstenproducten.

De productie- en werkgelegenheidsaandelen in bijgaande figuren illustreren het grote belang van de commerciële dienstensector voor de Nederlandse economie. Wel verhullen de cijfers over de aandelen van de diverse sectoren dat de sectoren onderling sterk verweven zijn. De industrie creëert bijvoorbeeld veel werkgelegenheid in de diensten, maar een aantal dienstverlenende bedrijfstakken is weer van groot belang voor het goed functioneren van de industrie. Zo oefent de industrie vraag uit naar producentendiensten en zorgt daarmee voor werkgelegenheid in met name de handel, het transport en de zakelijke dienstverlening (Suijker en Eering (1994)). Aan de andere kant blijkt het belang van de dienstverlening mogelijk onvoldoende uit de aandelen, omdat¹³

- diensten als after-sales services, telecommunicatie, ontwerp en marketing mede de concurrentiepositie van bedrijven buiten de dienstensector bepalen¹⁴;
- een goed verloop van goederentransacties mede afhankelijk is van groothandel, transport, verzekeringen, financiële dienstverlening, etc.;
- R&D een determinant van economische groei is en de bedrijfsklasse speur- en ontwikkelingswerk buitengewoon belangrijk is voor R&D in Nederland;

¹³ Zie ook Aharoni (1993)

¹⁴ Zie ook D. Jacobs (1995): "Zonder innovaties in de dienstensector (ontwerp, marketing, nieuwe organisatievormen, reclame, etc.) zou het slecht gesteld zijn met de industrie".

- de productie van de industrie ook steeds meer een dienstenkarakter krijgt via leasing, onderhoud, et cetera.

Als voorts gekeken zou worden naar milieu-aspecten valt op dat de tertiaire dienstensector, exclusief transport, slechts een bescheiden rol speelt bij emissies (zie Tabel X 7 in de Nationale Rekeningen 2000 van het CBS).

De verwevenheid tussen sectoren is in de loop der tijd bovendien toegenomen. De productendiensten zijn relatief sterk toegenomen¹⁵. Indien zowel de intermediaire leveringen, de uitvoer van diensten als de diensten ten behoeve van investeringsactiviteiten tot de producentendiensten worden gerekend, groeiden in de jaren 1996 tot en met 2000 de producentendiensten gemiddeld per jaar circa 2%-punt sterker in volume dan de consumentendiensten. Eerder onderzoek voor de periode 1975-1993 gaf voorts aan dat de relatief sterke groei van de commerciële dienstverlening bepaald werd door de forse stijging van intermediaire afzet van diensten aan bedrijven (Brus (1998)). Zowel de uitbesteding van interne diensten door bedrijven aan de dienstensector als de opkomst van nieuwe diensten zijn daarvoor verklarende factoren.

3.2 Snel en langzaam groeiende branches, verklarende factoren

Deze paragraaf licht de ontwikkelingen in de tertiaire sector in het recente verleden nader toe. Daarbij wordt zowel aandacht geschonken aan vraag- als aan aanbodfactoren. Tabel 3.1 geeft een overzicht van de ontwikkelingen per bedrijfstak in het recente verleden. Wat betreft de ontwikkeling van het volume van de toegevoegde waarde over de periode 1996-2000 behoren de volgende bedrijfstakken tot de snelste groeiers: computerservicebedrijven (18% gemiddeld per jaar), post en telecommunicatie (15%) en de uitzendbranche (10%). De computerservicebedrijven en post en telecommunicatie vormen tezamen de ICT-diensten. Langzame groeiers zijn de 'overige dienstverlening' (wasserijen, kappers en schoonheidsverzorging, uitvaartverzorging, fitness- en zonnebankcentra), (1½%), 'rest zakelijke dienstverlening' (beveiliging en schoonmaken)(2½%) en cultuur, sport en recreatie (2¾%). Nogal wat dienstentakken met relatief veel laag geschoolde werknemers behoren tot de langzame groeiers. Uitzondering vormt de uitzendbranche, waar overigens gelet op de loonontwikkeling wel een upgradingsproces lijkt plaats te vinden. Onder de relatief sterke groeiers bevindt zich een aantal hoogwaardige dienstentakken die producentendiensten leveren, zoals de ICT-diensten.

Uitbesteding van hoogwaardige diensten, de opkomst van nieuwe diensten ende toegenomen behoefte aan adviesdiensten lijken in belangrijke mate de afgelopen jaren de sterke

¹⁵ Deze analyse is gebaseerd op de gegevens zoals vermeld in tabel 3.2.

groei van de tertiaire sector bepaald te hebben¹⁶. Zo hebben veel bedrijven hun ICT-werk (deels) uitbesteed en kunnen zij daarbij vragen om geheel nieuwe diensten, zoals het opzetten en onderhouden van interne en externe elektronische netwerken. In een complexer wordende omgeving waarin sneller juridische claims dreigen dan voorheen, is ook de behoefte aan juridisch, economisch en organisatorisch advies van externe professionals toegenomen. Dit alles past bij de keuze van veel bedrijven om zich te concentreren op hun kernactiviteiten. De beslissing van bedrijven om dienstenactiviteiten al dan niet uit te besteden hangt in het algemeen af van kostenvoordelen, de kwaliteit van de geboden diensten en mogelijke interne synergie-effecten. In de jaren tachtig en de eerste helft van de jaren negentig heeft al een uitbesteding van diensten met relatief veel lager geschoolde werknemers plaatsgevonden, zoals beveiliging, schoonmaken, catering, et cetera. In deze branches is door het wegvallen van de uitbestedingsimpuls en het ontbreken van echt nieuwe diensten de groei in rustiger vaarwater terechtgekomen.

Belangrijke trends voor de commerciële dienstverlening

In de tweede helft van de jaren negentig hadden de volgende trends grote invloed op de commerciële dienstverlening:

- outsourcing van hoogwaardige diensten
- aanbod van nieuwe diensten, o.a. op het gebied van ICT
- flexibilisering op de arbeidsmarkt
- internationalisering
- meer marktwerking

De uitzendbranche is een uitzondering in die zin dat de branche sterk gegroeid is, terwijl er relatief veel laaggeschoolden werkzaam zijn. De uitzendbranche heeft ingespeeld op de behoefte in het bedrijfsleven naar flexibilisering van de arbeidsinzet. Bedrijven willen steeds sneller hun capaciteit aan kunnen passen aan de vraag. Vanwege ontslagbescherming kunnen bedrijven echter slechts tegen hoge kosten hun vaste personeelsbestand aanpassen. Hierdoor is het aantrekkelijk met een deel van de werknemers een flexibel dienstverband te hebben¹⁷. Bovendien biedt dit de mogelijkheid om uitzendwerkers te screenen op hun vaardigheden en daarna eventueel een vaste baan aan te bieden bij vacatures. Op deze wijze is in Nederland het percentage uitzendkrachten in de totale werkgelegenheid op een internationaal topniveau terecht gekomen, namelijk 4½% (Dunnewijk (2001)). Dit hoge niveau leidt er, tezamen met verkrapping van de arbeidsmarkt en institutionele veranderingen op de uitzendmarkt, wel toe

¹⁶ Zie ook Kox (2001b) voor een uitgebreidere analyse van de factoren die de groei in de zakelijke dienstverlening hebben bepaald.

¹⁷ Zie ook Creusen (2001), p.28 en 36, voor een uitwerking op dit punt.

dat de groei van de uitzendbranche recent sterk is afgevlakt. De uitzendbranche is namelijk buitengewoon gevoelig voor de snelle omslag die heeft plaats gevonden van een ruime naar een krappe arbeidsmarkt. In een meer gespannen arbeidsmarkt zijn bedrijven eerder geneigd mensen in vaste dienst aan te nemen om zich zo te verzekeren van voldoende personeel. Voorts zal het aanbod van uitzendkrachten teruglopen wanneer potentiële uitzendkrachten gemakkelijk aan een vaste baan kunnen komen.

Tabel 3.2 Ontwikkeling binnenlands geproduceerde afzet tertiaire diensten, 1996-2000

	consumptie	investeringen	intermediaire leveringen	uitvoer
	volumemutaties per jaar in %			
Handel en reparatie	4,2	8,0	5,3	7,5
Transport en opslag	4,6	15,5	4,8	4,7
Post en telecommunicatie	22,3	21,7	12,7	45,1
Bank- en verzekeringswezen	6,1	29,3	5,5	21,8
Uitzendwezen	3,9	78,3	13,0	23,8
Overig tertiair	3,2	8,2	6,2	9,3
w.v. zakelijke dienstverlening	3,8	8,3	7,0	11,1
w.v. hoogwaardig				
w.v. verhuur roerende goederen	10,6	31,0	6,4	21,2
computerservicebedrijven	43,7	19,0	20,0	17,1
spoor- en ontwikkelingswerk	0,3	10,3	5,6	3,7
rechtkundige diensten en econ.	4,6	5,5	5,4	9,1
adviesbureaus				
reclamebureaus	0,0	-5,6	7,1	25,8
ingenieurs en architecten	4,8	5,7	4,2	5,0
rest zakelijke dienstverlening	-1,5	0,2	3,1	16,1
particuliere diensten				
w.v. horeca	3,5	20,1	4,1	10,1
milieudienstverlening	2,5	26,3	8,0	-3,6
cultuur, sport, recreatie, radio, tv en gokwezen	3,4	0,6	3,4	2,0
overige dienstverlening	2,1	-1,0	1,7	20,9
Totaal tertiair	5,1	9,1	6,5	8,1
w.o. ICT-diensten	22,4	19,6	14,8	29,2
Verwerkende industrie	0,2	3,5	3,9	4,0
Marktsector	3,9	4,8	5,1	5,0
Totaal bedrijven	3,2	4,8	4,9	4,9

De ICT-diensten zijn de afgelopen jaren onstuimig gegroeid, onder meer vanwege het aanbod van nieuwe diensten. De ICT-diensten hebben daarmee een grote bijdrage geleverd aan

de economische groei van Nederland¹⁸. In de bedrijfstak post en telecommunicatie waren mobiele telefonie en internet belangrijke succesnummers. Deze diensten zijn binnen enkele jaren zeer sterk gepenetreerd, zowel op de consumentenmarkt als de zakelijke markt. Begin 1997 had minder dan één op de zestien mensen in Nederland een mobiele telefoon, terwijl eind 2000 ongeveer twee op de drie Nederlanders over een mobiele telefoon beschikten. Ook het aantal mensen met een internetaansluiting kent soortgelijke groeicijfers. De vraag naar internettoepassingen, maar ook incidentele gebeurtenissen als de millenniumwisseling en de invoering van de euro, stimuleerden voorts de computerservicebranche.

Naast de hierboven aangegeven factoren hebben ook een verbeterde marktwerking en internationalisering de groei van de tertiaire dienstensector positief beïnvloed. Van oudsher zijn dienstentakken relatief afgeschermd van directe buitenlandse concurrentie en kennen zij meer regulering die de concurrentie beperkt. In de jaren negentig van de vorige eeuw is de werking van dienstenmarkten bevorderd. De liberalisering van de telecommunicatiemarkt, de versoepeling van de winkelsluitingstijdenwet en de vestigingwet en deregulering in specifieke branches (onder meer makelaars en notarissen) hebben hieraan bijgedragen. Voorts geven de cijfers omtrent de directe investeringen van buitenlandse bedrijven in Nederland aan dat zich vele grote buitenlandse dienstenbedrijven in Nederland hebben gevestigd.

Het meest aansprekende voorbeeld van een markt waarvan de werking is verbeterd, levert de telecommunicatiesector. Hier heeft de toegenomen concurrentie vanwege liberalisering geleid tot lagere prijzen en een snelle introductie van nieuwe diensten. De tariefsdaling in het mobiele en internationale telefoonverkeer heeft een belangrijke bijdrage geleverd aan de groei van het telefoonverkeer. Voorts is de arbeidsproductiviteit in deze kapitaalintensieve sector fors gestegen, mede omdat de concurrentiestrijd dwingt tot een efficiënte bedrijfsvoering.

De internationalisering in de dienstensector komt niet alleen tot uitdrukking in een sterke stijging van de buitenlandse investeringen, maar ook in een relatief sterke stijging van de uitvoer van diensten (zie tabel 3.2). Zo steeg de uitvoer van zakelijke diensten in de periode 1996-2000 met gemiddeld 11% per jaar, terwijl de binnenlands geproduceerde uitvoer van het totale Nederlandse bedrijfsleven 5% bedroeg. Bovendien profiteerden de handel- en transportsector van de sinds 1990 explosief gestegen wederuitvoer van goederen¹⁹. De aantrekkelijkheid van Nederland als vestigingsplaats voor buitenlandse distributiecentra is mede verantwoordelijk voor deze sterke stijging. Deze aantrekkelijkheid wordt niet alleen bepaald door de gunstige geografische ligging, maar ook door factoren als de distributie- en opslagkosten, de kwaliteit van lucht- en zeehavens en het belastingklimaat (CBIN (1999)).

¹⁸ Zie voor een uitvoerige analyse CPB (2000), V.d. Wiel (2001b), M. van Dijk (2001a) en M. van Dijk et al. (2001b).

¹⁹ Zie voor een nadere toelichting het Speciale Onderwerp over Wederuitvoer en de Nederlandse marktpositie in de Macro Economische Verkenning 2002 van het CPB.

3.3 Arbeidsproductiviteit

De arbeidsproductiviteit in de commerciële dienstverlening is minder sterk gegroeid dan in de industrie (zie kader over de arbeidsproductiviteitsgroei in historisch perspectief). Deels wordt dit bepaald door het veelal arbeidsintensieve karakter van het productieproces, waardoor de mogelijkheden tot automatisering of verdere specialisatie beperkt zijn. Zo was de productiviteitsstijging in de particuliere dienstverlening, waaronder horeca en kappers, nihil, terwijl de productiviteitsstijging bij de kapitaalintensieve sectoren transport en post en telecommunicatie juist boven gemiddeld is geweest. Een belangrijk deel van de zakelijke

Arbeidsproductiviteitsgroei commerciële diensten in historisch perspectief

De arbeidsproductiviteitsontwikkeling van de Nederlandse economie, een belangrijke determinant van de economische groei op middellange termijn, is zorgwekkend. De groei van de arbeidsproductiviteit is in de loop der jaren sterk afgenomen en blijft bovendien achter bij die in andere landen. De commerciële diensten zijn daar in belangrijke mate verantwoordelijk voor. De vertraging in de groei van de Nederlandse commerciële diensten was veel sterker dan in andere landen.

Toch lijkt Nederland het dieptepunt gepasseerd te zijn. Na 1995 is namelijk een licht productiviteitsherstel zichtbaar in de marktsector. Opvallend daarbij is dat de commerciële diensten voor deze versnelling zorgen. Dit betekent echter niet dat deze sector niet langer het zorgenkindje van de Nederlandse economie is wat betreft productiviteitsontwikkeling. Het blijkt namelijk dat de productiviteitsprestaties van de ICT-diensten grotendeels het herstel in de sector dragen. Vooral de telecommunicatie, een producent van ICT-diensten, boekte forse productiviteitswinsten. Voorts leert een internationale vergelijking dat de productiviteitsontwikkeling van de Nederlandse dienstensector nog steeds achterblijft bij andere landen (V.d. Wiel (2001b)). Dit geldt voor zowel dienstentakken die ICT op grote schaal toepassen in hun productieproces als dienstentakken waar dit minder het geval is. Een inhaalslag lijkt mogelijk. Meer investeren in ICT kan de productiviteit een duw in de rug geven. Zeker als dit gepaard gaat met veranderingen in de organisatiestructuur en voldoende marktwerking. Want ICT alleen is geen garantie voor een versnelling in de groei van de arbeidsproductiviteit.

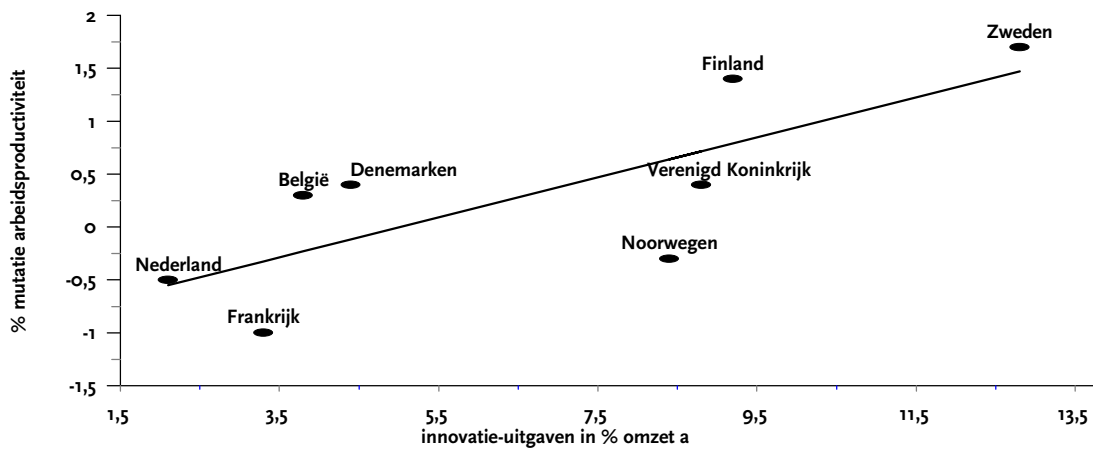
Groei van de arbeidsproductiviteit^a in Nederland, 1974-2000

	1974-1980	1981-1990	1991-1995	1996-2000
	mutaties per jaar in %			
Totale economie	3,1	2,1	1,3	1,1
Marktsector	3,7	2,6	1,3	1,6
w.o. Industrie	4,4	3,7	3,3	2,7
Commerciële diensten	4,1	1,6	0,4	1,9
w.o. ICT-diensten	1,8	2,9	1,4	5,1

^a Volume toegevoegde waarde tegen factorkosten per uur.

dienstverlening levert voorts geen standaarddiensten, maar specifiek op een bepaalde klant toegesneden diensten. Dit klantspecifieke karakter bemoeilijkt het switchen van klanten tussen zakelijke dienstverleners. Dit belemmert de concurrentie en verkleint de prikkel tot productiviteitsgroei (Kox (2000)). Bovendien maakt de sterke groei van de vraag naar zakelijke diensten het mogelijk dat ook minder efficiënte bedrijven enige tijd kunnen blijven bestaan. Pas wanneer de vraaggroei terugvalt zouden de efficiëntere bedrijven de minder efficiënte bedrijven kunnen verdrijven. Toetreders in de zakelijke dienstverlening zijn vooralsnog minder productief dan bestaande bedrijven (V.d. Wiel (1999)). De grote toestroom van nieuwe bedrijven remt daarmee de groei van de arbeidsproductiviteit in deze sector. Verder doet de Nederlandse dienstensector in vergelijking met het buitenland en met andere bedrijfstakken relatief weinig aan innovaties. Internationaal vergelijkend onderzoek voor de zakelijke dienstverlening wijst erop dat de geringe innovatie-inspanningen mogelijk een verklaring vormen voor de achterblijvende arbeidsproductiviteitsontwikkeling in Nederland (zie figuur 3.4). Nader onderzoek voor de Nederlandse zakelijke dienstverlening toont wel aan dat de arbeidsproductiviteit in innovatieve bedrijven zich gunstiger ontwikkelt dan in niet-innovatieve bedrijven (V.d. Wiel (2001a)). Zoals reeds vermeld in paragraaf 2.4 leveren ook veranderingen op strategisch, marketing of management gebied een positieve bijdrage aan de productiviteitsontwikkeling.

Figuur 3.4 Groei arbeidsproductiviteit en innovatie-uitgaven zakelijke dienstverlening



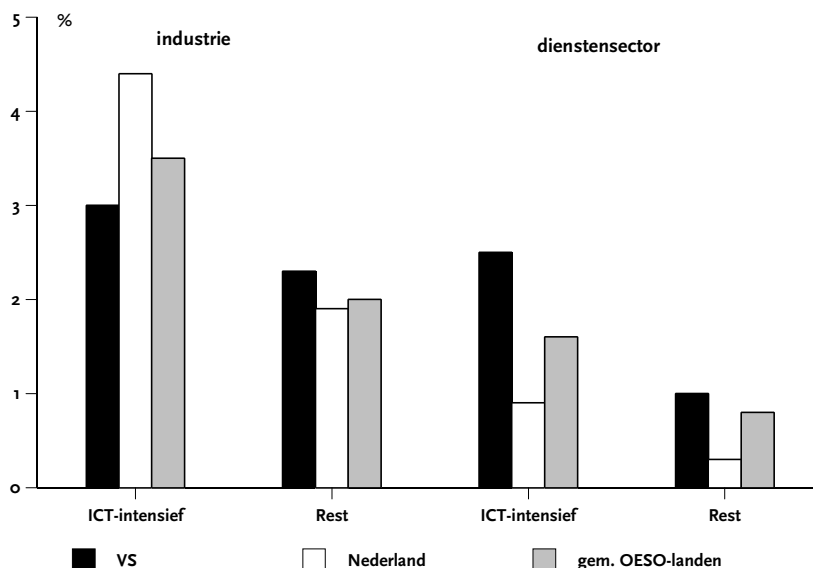
^a Innovatieve-uitgaven in de bedrijfstakken computerservices, architecten en ingenieursbureau's. Innovatie-uitgaven omvatten uitgaven van bedrijven aan eigen en uitbesteed onderzoek, inkoop apparatuur, industrieel ontwerp, licenties, marketing en opleiding, gericht op het vernieuwen (of sterk verbeteren) van producten, diensten of processen. De innovatieve uitgaven betreffen het jaar 1996. De arbeidsproductiviteitsgroei betreft de gemiddelde groei per jaar in de periode 1991-1996.

Niet alleen de groei maar ook het niveau van de arbeidsproductiviteit in de commerciële dienstverlening blijft achter bij de industrie (zie tabel 3.1). Het productiviteitsniveau van de commerciële diensten ligt ook onder het gemiddelde van het totale bedrijfsleven. Door dit niveauverschil drukt de tertiarisering de groei van de arbeidsproductiviteit van de totale Nederlandse economie. Dit structureffect op de groei van de arbeidsproductiviteit van de gehele Nederlandse marktsector bedroeg in de periode 1991-1995 -0,2%-punt en in de periode 1996-2000 -0,1%-punt.

Figuur 3.5 geeft aan dat de productiviteitsgroei van de commerciële dienstverlening ook in internationaal perspectief achterblijft. Zowel bij de ICT-intensieve diensten (handel, bank- en verzekeringswezen, zakelijke diensten) als bij de overige branches neemt de arbeidsproductiviteit in Nederland minder sterk toe dan in de VS en de EU.

Een internationale niveauvergelijking stuit op grote dataproblemen. De OECD (2001) levert een vergelijking voor de handel en transport en communicatie. Dit levert een diffuus beeld. De Nederlandse transport- en communicatiesector behoort qua arbeidsproductiviteitsniveau tot de toppers, terwijl de handel tot de middenmoot behoort. Het productiviteitsniveau van de Nederlandse handel ligt in 1998 ruim onder het Amerikaanse niveau en blijft ook achter bij dat in Frankrijk, maar het overtreft het niveau in het Verenigd Koninkrijk en Duitsland. Bailey en Solow (2001) hebben gegevens gepresenteerd voor de detailhandel, 'retailbanking' en de software-branche. Volgens deze cijfers blijft het productiviteitsniveau van de Nederlandse detailhandel in 1994 in bescheiden mate achter bij het niveau in de VS, Frankrijk, Duitsland en de VK. Het productiviteitsniveau van de Nederlandse 'retailbanking' overtreft daarentegen ruim het niveau in genoemde landen. De VS staat eenzaam aan de top bij de softwarebranche.

Figuur 3.5 Productiviteitsgroei Nederlandse bedrijfstakken in internationaal perspectief, 1991-1999



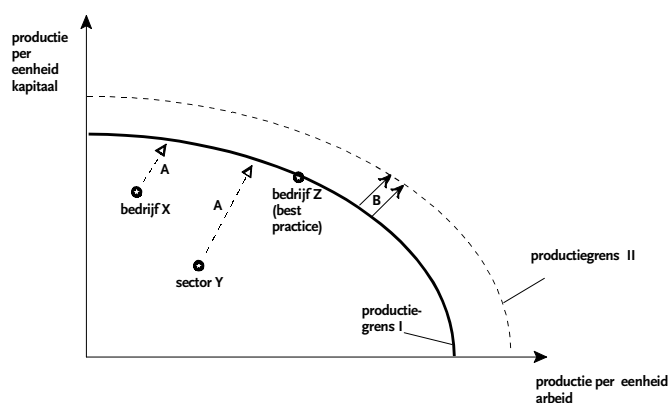
Gelet op de afzwakkende groei van het arbeidsaanbod in de komende jaren vormt verhoging van het groeitempo van de arbeidsproductiviteit een uitdaging voor de dienstensector om een verdere substantiële productiegroei mogelijk te maken, zowel van de sector zelf als van de Nederlandse economie als geheel. De zakelijke dienstverlening kan daarbij een sleutelrol spelen (zie bijgaand kader).

Zakelijke dienstverlening belangrijke spil in kennisdiffusie

Kennis die van belang is voor de efficiëntie van productieprocessen, is veelal niet vastgelegd in schriftelijke vorm, maar opgeslagen in de werkprocedures van afzonderlijke ondernemingen en in de ervaring van werknemers ter plaatse. Voor andere ondernemingen is zulke kennis niet of slechts mondjesmaat toegankelijk, met als gevolg dat op veel plaatsen steeds opnieuw het wiel wordt uitgevonden. Potentieel kan diffusie van 'lokale kennis' met betrekking tot technologie, organisatie, inkoopprocedures, administratie of andere competentiegebieden daarom een grote bijdrage leveren aan het verhogen van de algemene efficiëntie in de gehele economie. De kennisintensieve zakelijke dienstverlening, waaronder softwarehuizen, economische adviesbureaus, accountants, communicatiespecialisten en ingenieursbureaus, speelt een belangrijke rol in dit diffusieproces. Zij komen in tal van bedrijven, analyseren en conceptualiseren de plaatselijke aanpak, en confronteren de bestaande werkwijze met *best practice* voorbeelden uit hun eerdere ervaringen of uit de literatuur.

Onderstaande figuur biedt een illustratie van deze bijdrage van de zakelijke dienstverlening aan de economische groei. De figuur toont voor een bepaald competentiegebied de zogenaamde *productiegrens* I. Dit is het maximale productievolume dat op een bepaald moment met behulp van een bepaalde hoeveelheid kapitaal- en arbeidsmiddelen kan worden behaald. Het is het efficiëntieniveau waarop het *best practice* bedrijf Z opereert. De raadgevende activiteiten van de zakelijke dienstverleningsondernemingen brengen bedrijf X en bedrijfstak Y naar de productiegrens. Deze kennisdiffusie-activiteiten worden in de figuur aangegeven via de met A gemerkte pijlen. Daarnaast zijn sommige delen van de zakelijke dienstverlening, zoals de softwarehuizen, zelf ook vernieuwend bezig, waardoor ze de productiegrens als het ware naar buiten schuiven (pijl B). Bij productiegrens II kan met een gegeven hoeveelheid arbeids- en kapitaalmiddelen een hoger productieniveau worden bereikt. Uiteraard schept dit nieuwe 'catch up'-mogelijkheden voor de andere takken van de zakelijke dienstverlening.

Bijdrage van de kennisintensieve zakelijke dienstverlening aan de economische groei via hun rol bij kennisdiffusieprocessen

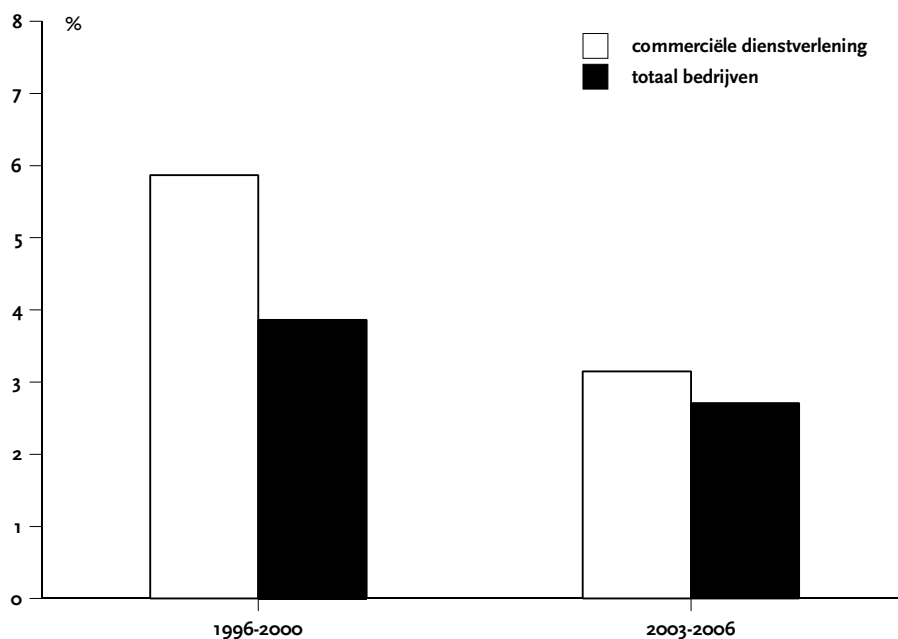


4 Vooruitblik

4.1 Algemeen

Dit hoofdstuk schetst de vooruitzichten voor de commerciële dienstverlening in de periode 2003-2006 conform het voorzichtig scenario van het CPB (2001)²⁰. In het voorzichtig scenario ontwikkelt de commerciële dienstensector als geheel zich in de periode 2003-2006 minder dynamisch dan in de periode 1996-2000 (zie figuur 4.1). Een afnemende groei van het arbeidsaanbod en het wegvallen van een aantal impulsen bepalen dit. Zo hebben mobiele telefonie en internet inmiddels een hoog penetratieniveau bereikt, zijn reeds vele diensten door bedrijven uitbesteed en lijkt een verdere flexibilisering op de arbeidsmarkt minder waarschijnlijk. Door de conjuncturele neergang in de jaren 2001 en 2002 manifesteert de groeivertraging van de commerciële dienstensector zich niet ten opzichte van de periode 1999-2002 (zie tabel 4.1). De vooruitzichten voor de diverse bedrijfstakken worden in de volgende paragrafen nader toegelicht.

Figuur 4.1 Productiegroei commerciële diensten en totaal bedrijven, 1996-2000 versus 2003-2006



²⁰ Deze vooruitzichten zijn de uitkomsten van een intern proces waarin inzichten omtrent de potentiële macro-economische groei, de uitkomsten van het CPB bedrijfstakkenmodel Athena, trendanalyses en expert opinion met elkaar worden geconfronteerd.

Vertraging in macro-economische groei

Veranderingen in de macro-economische ontwikkeling zijn van grote invloed op de toekomst van de tertiaire dienstverlening. Het CPB (2001) gaat er in het *voorzichtige scenario* vanuit dat de Nederlandse economie het hoge gemiddelde groeitempo van het bruto binnenlands product (BBP) van de tweede helft van jaren negentig niet kan volhouden. De macro-economische groei, afgemeten aan de stijging van het BBP-volume, vertraagt van gemiddeld 3¾% per jaar in de periode 1996 - 2000 tot 2½% in de periode 2003 - 2006.

Structureel bepalen de groei van het arbeidsaanbod en de stijging van de arbeidsproductiviteit de toename van het BBP. Een geringere stijging van het arbeidsaanbod bepaalt de vertraging in de macro-economische groei. De demografische groei van het arbeidsaanbod loopt in de periode 2003 -2006 bijna tot nul terug. Alleen een hogere arbeidsparticipatie, met name van vrouwen, zorgt er voor dat het arbeidsaanbod nog met circa 1% stijgt. Weliswaar zal de arbeidsmarkt in de scenarioperiode weer iets verruimen, maar de arbeidsmarkt blijft toch meer gespannen dan in de jaren negentig. Arbeid blijft derhalve de komende jaren een schaarse factor.

Naar verwachting biedt een versnelling van de groei van de arbeidsproductiviteit enige tegenwicht tegen de vertraging in de toename van het arbeidsaanbod. Gestimuleerd door de schaarste aan arbeidskrachten moeten kapitaalintensivering, toepassing van ICT en organisatorische stroomlijning van productieprocessen deze versnelling dragen. Dit geldt ook voor de commerciële dienstverlening waar de productiegroei in het recente verleden in hoge mate werd bepaald door de inzet van extra arbeidskrachten.

Bovendien vindt in de periode 2003 - 2006 een conjunctuurherstel plaats. In 2001 en 2002 is sprake van een conjuncturele neergang, die in de jaren daarna naar verwachting gevolgd wordt door een weer aantrekken van de conjunctuur. Dit conjunctuurherstel heeft een positief effect op de groei van het BBP in de scenarioperiode.

De geringere macro-economische groei in de scenarioperiode vormt een belangrijke verandering in een omgevingsvariabele van de tertiaire dienstensector. Een vermindering in de groei van de macro-economische bedrijvigheid remt de ontwikkeling van de vraag naar producentendiensten. De geringere stijging van de werkgelegenheid leidt tot een minder grote stijging van het gemiddeld inkomen per huishouden. Dit vertraagt de stijging van de vraag naar consumentendiensten.

In het *optimistische scenario* valt de groei van zowel het arbeidsaanbod als de arbeidsproductiviteit iets hoger uit dan in het *voorzichtige scenario*. Het volume van het BBP neemt daardoor in het optimistische scenario toe met 3%. Door de hogere macro-economische groei is ook de productiegroei van de tertiaire dienstensector in het optimistische scenario wat sterker dan in het *voorzichtige scenario*. Niettemin vertraagt ook in het optimistisch scenario de productiegroei van de commerciële diensten ten opzichte van de periode 1996 - 2000. De in dit hoofdstuk gepresenteerde vooruitzichten sluiten aan bij het *voorzichtige scenario*.^a

^a Cijfers omtrent de bedrijfstakkenontwikkeling in het optimistische scenario staan opgenomen in Bijlage C van CPB (2001). De cijfers zijn ook beschikbaar op de Website van het CPB.

Tabel 4.1 Productievolume en arbeidsproductiviteit tertiaire diensten, 1999-2006

	toegevoegde waarde factorkosten		arbeidsproductiviteit	
	1999-2002	2003-2006	1999-2002	2003-2006
	mutaties per jaar in %			
Handel en reparatie	3	3¼	¾	2½
Transport- en opslagbedrijven	2¼	2¼	- ¼	1½
Post en telecommunicatie	12	5¼	8¼	5
Bank- en verzekeringswezen	2¾	2¾	0	1½
Uitzendbranche	0	1¼	- ½	1
Tertiair overig	3½	3½	¼	1½
w.o. horeca	1¾	2½	- ¼	½
hoogwaardige zakelijke diensten ^a	5¼	4¾	¼	2
overige zakelijke dienstverlening ^b	2¼	2¾	- ¾	¾
Totaal tertiaire diensten	3¼	3¼	¾	2¼
w.o. ICT-diensten	10	6¼	4¼	3¼
Industrie	2	3	1½	3¼
Marktsector	2¾	3	1	2¼
Totaal bedrijven	2½	2¾	¾	2

^a Verhuur roerende goederen; Computerservicebedrijven; Speur- en ontwikkelingswerk; Juridische, boekhoudkundige en economische dienstverlening; Reclamebureaus.

^b Ingenieurs en architecten; Reiniging gebouwen; Overige zakelijke dienstverlening.

4.2 Zakelijke diensten

Het productievolume van de zakelijke dienstverlening zal in de scenarioperiode minder sterk groeien dan in de periode 1996-2000, te weten 4¼% versus 6½%²¹. De zakelijke dienstverlening zal immers als leverancier van producentendiensten merken dat de productiegroei ook elders in het bedrijfsleven vertraagt. Voorts kan outsourcing voor een minder sterke impuls zorgen dan in het verleden. Vele dienstenactiviteiten zijn namelijk door bedrijven al uitbesteed. In het scenario ontbreken voorts positieve incidentele effecten als de aanpak van het millenniumprobleem, de invoering van een nieuw belastingstelsel en de euroconversie²².

²¹ Kox (2002) levert specifieke scenario's voor de ontwikkeling van de zakelijke dienstverlening in de periode 2001-2010. Daarin worden uiteenlopende veronderstellingen gehanteerd omtrent onder meer outsourcing, ICT-effect, internationalisering en institutionele wijzigingen. Deze scenario's beogen aan te geven binnen welke marges de productiegroei van de Nederlandse zakelijke dienstverlening zal liggen zonder dat sprake is van extreme ontwikkelingen. De productiegroei met 4¼% in het voorzichtige scenario in de periode 2003-2006 past binnen de door Kox geschetste marges.

²² Wellicht kan de bedrijfstak overige zakelijke dienstverlening ook in de scenarioperiode nog profiteren van de toegenomen aandacht voor beveiliging na de gebeurtenissen op 11 september 2001.

Niettemin is er een aantal factoren aan te geven die er voor kunnen zorgen dat de hoogwaardige zakelijke dienstverlening blijft behoren tot de bedrijfstakken met een relatief sterke groei. Al dan niet gedwongen door arbeidsmarktknelpunten en de concurrentiestrijd zal het bedrijfsleven in het algemeen gedwongen zijn om stevig te investeren in ICT en organisatorische veranderingen. Het kan bijvoorbeeld gaan om een verbetering van de in- en externe afstemming van bedrijfsprocessen via toepassing van netwerktechnologie (zie ook bijgaand kader over e-commerce). Een en ander biedt volop groeiperspectieven voor computersoftwarebedrijven, web-designers, adviesbureau's etc. Meer in het algemeen zal de sterkere nadruk op product- en procesinnovaties in het bedrijfsleven groeikansen bieden voor allerlei adviseurs, ontwerpers en onderzoekers die in de zakelijke dienstverlening werkzaam zijn. Daarnaast kan toepassing van ICT zorgen voor een verlaging van de transactiekosten bij uitbesteding. Dit kan uitbesteding van nog resterende interne dienstenactiviteiten aantrekkelijker maken.

Verder leert internationale vergelijking dat in Nederland de markt voor zakelijke diensten relatief sterk geliberaliseerd is en voor buitenlandse bedrijven gemakkelijk toegankelijk is (Kox, 2001a). Door de relatief vroege blootstelling aan buitenlandse concurrentie zijn in Nederland efficiëntie- en leereffecten opgetreden. Dit biedt de Nederlandse zakelijke dienstverlening een goede uitgangspositie om hun afzet te vergroten op buitenlandse markten, zodra deregulering en liberalisering daar verder hun beslag krijgen. Ook Europese harmonisering van regels voor de zakelijke diensten, met name voor accountancy, advocatuur, ingenieurs en architecten, kan tot expansiemogelijkheden op de gemeenschappelijke EU-markt leiden. Vooral voor kleine en middelgrote bedrijven zijn de grote intra Europese verschillen in regels nog een belangrijke handelsbarrière.

De arbeidsmarktknelpunten in de zakelijke dienstverlening waren eind 2000 het grootst van alle bedrijfstakken. Vooral de computerservicebranche kende een relatief groot aantal vacatures. Vanwege deze knelpunten zal efficiencyverhoging in de zakelijke dienstverlening zelf ook een belangrijk item zijn. Analyse van micro-data leert dat er tussen min of meer gelijksoortige bedrijven grote verschillen zijn in productiviteitsniveau (V.d. Wiel (1999)). Dit suggereert dat er bij vele bedrijven nog een potentieel is tot verbetering van de productiviteit. Investerings in ICT en organisatorische aanpassingen kunnen daarbij nodig zijn.

Groeibepalende factoren voor de commerciële dienstverlening

De vertraging in de productiegroei van de commerciële dienstverlening in het voorzichtige scenario wordt bepaald door de volgende factoren:

- de geringere groei van het arbeidsaanbod (aanbodfactor)
- de vertraging in de groei van de totale consumptie van gezinnen en de totale productie van bedrijven (macro-economische omgevingsvariabelen die van invloed zijn op de vraag)
- minder dynamiek in het proces van uitbesteding van producentendiensten door bedrijven
- wegvallen van tijdelijke stimulansen als snelle penetratie van gebruik van mobiele telefonie en internet en aanpak van het millenniumprobleem en de euro-conversie
- einde aan de trendmatige stijging van het percentage flexwerkers op de arbeidsmarkt (uitzendbranche)

Niettemin kan de groei van de tertiaire sector boven gemiddeld blijven door de introductie van nieuwe diensten en een verdere verbreding en verdieping van het ICT-gebruik. Het streven naar efficiencyverbetering vanwege de krappe arbeidsmarkt vormt daarbij een belangrijke stimulans. Met name de kennisintensieve zakelijke dienstverlening en de telecommunicatiesector kunnen van deze ontwikkeling profiteren. Ook verdere internationalisering en deregulering kunnen een positief effect hebben op de productiegroei.

4.3 Uitzendbranche

Door de krappe arbeidsmarkt en de conjuncturele neergang in 2001 en 2002 komt de groei van de uitzendbranche in de periode 1999-2002 tot stilstand. Weliswaar zal de arbeidsmarkt in de scenarioperiode weer iets verruimen, maar de arbeidsmarkt blijft toch wat meer gespannen dan in de jaren negentig. Dit leidt er toe dat bedrijven eerder geneigd zijn mensen in vaste dienst aan te nemen om zich te verzekeren van voldoende personeel. Ook zal het aanbod van uitzendkrachten teruglopen wanneer potentiële uitzendkrachten gemakkelijk aan een vaste baan kunnen komen. Het uitzendwezen zal dan minder fungeren als opstapje naar een vaste baan voor werknemers en als selectie-methode voor nieuw personeel voor bedrijven. Bovendien zal de afnemende groei van het arbeidsaanbod de uitbreiding van het reservoir aan potentiële arbeidskrachten drukken. Juist in de voor het uitzendwezen belangrijke categorie 15 tot 34-jarigen daalt de potentiële beroepsbevolking. Kortom, het lijkt aannemelijk dat aan de flexibiliseringstrend een einde komt, mede gelet op het in internationaal perspectief reeds hoge niveau van flexibilisering. Daarmee valt de motor achter de groei van het uitzendwezen in de afgelopen decennia stil.

De winstgevendheid van het uitzendwezen zal in de scenarioperiode onder druk staan. Enerzijds omdat uitzendbedrijven flexwerkers beter zullen moeten gaan belonen om aan voldoende mensen te kunnen komen. Anderzijds omdat het in een verzadigde en concurrerende markt moeilijk zal zijn deze kostenstijgingen volledig door te berekenen aan de klanten. Wel kan er binnen het uitzendwezen een lichte verschuiving optreden in de richting van winstgevender activiteiten.

E-commerce: mogelijke effecten en toekomstperspectieven

In de afgelopen jaren is internethandel sterk gegroeid. Niettemin is de omvang nog bescheiden. Zo bedroeg het aandeel van de internetverkopen aan consumenten in de totale detailhandelsverkopen in de VS in 2000 1%. Amerikaanse cijfers wijzen er voorts op dat alleen in de industrie en de groothandel de internethandel tussen bedrijven van substantieel belang is. E-commerce bedroeg daar in 1999 9% van de totale handel van deze sectoren. Daarmee is de internethandel tussen bedrijven veel omvangrijker dan de internetverkopen van bedrijven aan consumenten. Betrouwbare, vergelijkbare cijfers voor Nederland ontbreken vooralsnog. Maar naar verwachting blijft de relatieve omvang van e-commerce in Nederland nog duidelijk achter bij die in de VS.

E-commerce heeft in potentie belangrijke economische effecten (Suijker (2001)). In de eerste plaats kan e-commerce markten voor min of meer standaardproducten transparanter en groter maken. Dit kan de concurrentie verscherpen en de winstmarges onder druk zetten. Tevens levert dit een impuls tot verhoging van de efficiëntie van het productie-proces in de hele bedrijfskolom, onder meer door toepassing van netwerktechnologie. Ook kunnen geheel nieuwe producten en diensten aangeboden worden. Voorts leidt een toename van de transparantie tot lagere zoek- en transactiekosten, en daarmee tot lagere aanschafprijzen en een betere aansluiting tussen vraag en aanbod. Via proces- en productvernieuwing kan e-commerce dus een positief effect hebben op het productiviteitsniveau. Daarmee kan e-commerce in de transitieperiode waarin het tot volle wasdom komt, ook een positief effect hebben op de groei van de arbeidsproductiviteit.

Macro-economisch kan een stevige doorgroei van e-commerce derhalve de toename van het BBP-volume enige tijd stimuleren en de inflatie wat drukken. Echter, dergelijke positieve welvaartseffecten kunnen alleen gerealiseerd worden bij een goede werking van markten. Enige marktmacht bij sommige producenten ligt op de loer, bijvoorbeeld door schaalvoordelen of een goede reputatie.

De vraag is of e-commerce de komende jaren fors gaat toenemen. Bij de internetverkopen aan consumenten geldt dat niet alle goederen en diensten daar even geschikt voor zijn en dat niet alle consumenten in aankopen via internet geïnteresseerd zijn. Internetverkopen worden momenteel belemmerd door onvoldoende vertrouwen bij consumenten dat hun persoonlijke gegevens, waaronder creditcardnummer, niet misbruikt kunnen worden, en dat hun bestellingen snel en correct worden uitgevoerd. Vanwege logistieke problemen en de noodzakelijke opbouw van naamsbekendheid blijkt het winstgevend uitoefenen van internet activiteiten op de consumentenmarkt bovendien niet gemakkelijk te zijn.

De groeiperspectieven voor e-commerce tussen bedrijven lijken gunstiger. De stroomlijning van informatie-processen in de productieketen maakt grote efficiencyverbeteringen mogelijk, maar vraagt wel om flinke investeringen in ICT en organisatorische veranderingen. De concurrentiestrijd kan bedrijven dwingen op deze wijze kostenbesparingen na te streven. Bedrijven kunnen bij onderlinge e-commerce voortbouwen op oude 'Electronic Data Interchange'-werkwijzen en via 'private exchanges' met een geselecteerde groep toeleveranciers bedrijfsgevoelige informatie beschermen en de regie in eigen hand houden. Vertrouwenseffecten zijn dan niet aan de orde. Mede gelet op de huidige Amerikaanse cijfers lijkt derhalve een flinke groei van internethandel, met name tussen bedrijven, de komende jaren mogelijk in Nederland.

De groei van e-commerce heeft ook belangrijke meso-economische effecten. Het vormt een stimulans voor branches die de benodigde infrastructuur leveren, zoals de telecommunicatiesector, computerservicebedrijven, web designers en organisatie-adviesbureau's. E-commerce kan ook een impuls geven tot het overslaan van traditionele intermediairs in de afzetketen zoals de groothandel en de detailhandel.

Recent is namelijk een nieuwe trend zichtbaar geworden, namelijk de uitbesteding van HRM-activiteiten (werven, selecteren, trainen, et cetera.) door het bedrijfsleven aan het uitzendwezen. Sommige uitzend-, uitleen- en arbeidsbemiddelingsbureaus groeien uit tot intermediairs op

gebied van 'human resources management', waaraan grote bedrijven de werving, selectie en scholing van hun personeel geheel of gedeeltelijk uitbesteden. Deze nieuwe dienstverlening kan voor enige groei zorgen in de uitzendsector. Bovendien stimuleert het conjunctuurherstel de groei in de scenarioperiode enigszins.

In de tweede helft van de jaren negentig oefende banenplannen van de overheid een positieve effect uit op de productiegroei van de CBS-bedrijfsklasse uitzendwezen en arbeidsbemiddeling. Naar verwachting valt dit positieve effect de komende jaren weg omdat de bezetting van deze banen vanwege de krappere arbeidsmarkt moeilijk is.

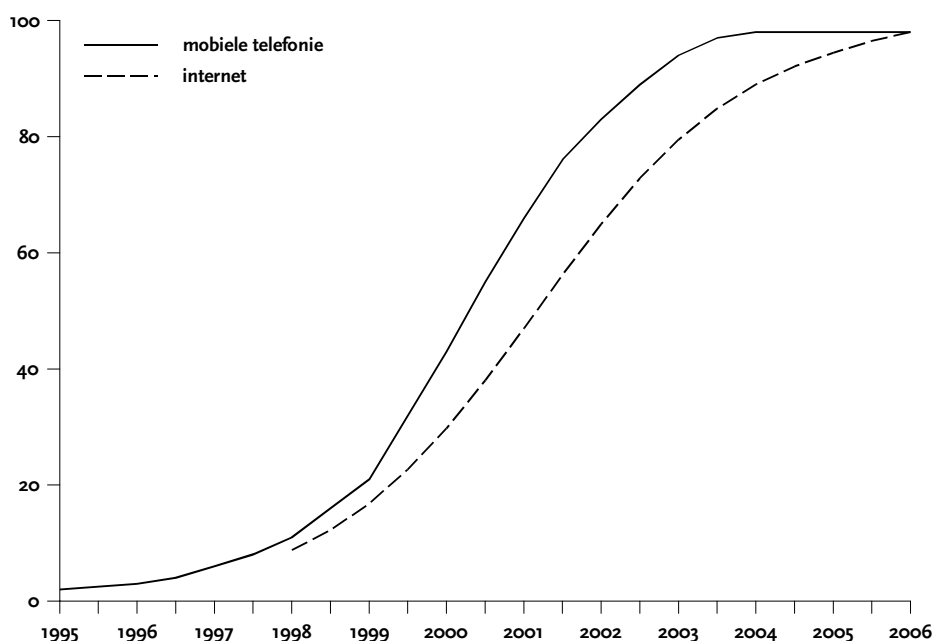
Vooralsnog wordt er van uitgegaan dat de werving van personeel en uitzendkrachten via internet, buiten uitzendbureau's om, niet echt van de grond komt. Dit vergt immers forse ICT-investeringen. Bovendien kenmerken uitzendmarkten zich door hun regionale dimensie en door specialisering. Door veelvuldig contact met vaste klanten hebben uitzendbedrijven voorts de nodige kennis opgebouwd over de wensen van vragende bedrijven.

4.4 Post en telecommunicatie

Voor de post- en telecommunicatiesector wordt een sterke vertraging in de groei verwacht. Mobiele telefonie en internetgebruik leidden de afgelopen jaren tot een onstuimige groei van de telecommunicatiesector. Inmiddels is echter de penetratiegraad van mobiele telefonie en internet al hoog (zie figuur 4.1). Medio 2001 bedraagt de penetratie van mobiel telefoons onder personen 77% en de internetpenetratie onder huishoudens 52%. Succesvolle nieuwe producten kenmerken zich gewoonlijk door een S-vormig verloop van hun diffusiecurven, waarbij een periode van toenemende groei wordt gevolgd door een periode van afnemende groei. Bij mobiele telefonie is dit omslagpunt al bereikt: in de tweede helft van 2000 is de groei afgenomen. Voor het aantal internetgebruikers lijkt het omslagpunt in 2001 bereikt, zodat ook hier de groei zal gaan afnemen. Verdere groei van penetratiegraden van mobiele telefonie en internet blijft echter mogelijk, maar wel in een lager tempo. De ervaringen in enkele Scandinavische landen wijzen hier ook op. Deze landen laten namelijk nog hogere penetratieniveaus voor mobiele telefonie en internet zien.

Naast het toekomstig penetratieverloop is natuurlijk ook het verwachte gebruik per aansluiting van belang voor de toekomstige groei van de telecommunicatiesector. Vooral bij internet is een stijging in het gebruik waarschijnlijk, met name bij het dataverkeer. Dit geldt zeker wanneer breedbandtoegang gemeengoed wordt.

Figuur 4.2 Ontwikkeling mobiele telefonie en internet in Nederland^a, 1995-2006



Bronnen: OECD, KPN, NIPO tot en met medio 2001; CPB daarna

^a Mobiele telefonie: aantal aansluitingen per 100 inwoners. Internet: aantal aansluitingen per 100 huishoudens.

Een snelle, succesvolle introductie van de derde generatie mobiele telefonie (UMTS) die mobiel internetten mogelijk maakt, zou voor een nieuwe groei-impuls kunnen zorgen. Om een aantal redenen wordt hiervan niet uitgegaan in het voorzichtige scenario²³ (zie bijgaand kader).

Bij de post zouden pakket- en expressdiensten in de nabije toekomst nog kunnen profiteren van een verdere groei van internetverkoop van fysieke goederen. Verdere liberalisering van de postmarkt, zowel in Nederland als in andere EU-landen, kan tot meer (dreiging van) concurrentie leiden, wat tot efficiëntieverhoging aanleiding zou kunnen geven.

Ondanks de sterke vertraging in de productiegroei van de telecommunicatiesector blijft de bedrijfstak post en telecommunicatie behoren tot de snelst groeiende bedrijfstakken van de Nederlandse economie. Dit is ook mogelijk omdat de post- en telecommunicatie als relatief kapitaalintensieve dienstensector minder gevoelig is voor de afnemende groei van het arbeidsaanbod.

²³ Zie Van Dijk et al. (2001b) voor een nadere beschouwing over de potentiële mogelijkheden van UMTS en breedband. Van Dijk et al. schetsen een optimistisch scenario waarin wel sprake is van een duidelijke doorbraak van zowel mobiel datacommunicatie via UMTS als van breedband internet.

Vertraging dreigt voor nieuwe generatie mobiele telecommunicatie

In de afgelopen vijf jaar vormde de snelle toename van het aantal mobieltjes een belangrijke groeistimulus voor de telecomsector. Echter, met zo'n 11,5 miljoen aansluitingen is de Nederlandse markt voor mobiele telefonie momenteel terecht gekomen in de fase van afnemende groeicijfers. Nieuwe impulsen voor de Nederlandse telecomsector zouden moeten komen van mobiel internetgebruik, maar de echte doorbraak van dit nieuwe medium lijkt voorlopig nog even op zich te laten wachten.

Hoewel nog niet iedere Nederlander over een mobiele telefoon beschikt, zal een verdere groei van mobiele telecommunicatie in de toekomst toch vooral uit een hogere omzet per klant moeten komen. De telecombedrijven zelf hebben daarbij hun geld gezet op mobiele datacommunicatie. Letterlijk, want gestuurd door zeer optimistische verwachtingen hebben zij vele miljarden geïnvesteerd in het verkrijgen van UMTS-licenties.

Mobiele datacommunicatie maakt vele nieuwe toepassingen mogelijk voor zowel bedrijfsleven als consumenten. Voor de zakelijke markt kan men hierbij denken aan een snelle aansluiting van ambulante werknemers op het bedrijfsinformatiesysteem, of aan *fleet management* van transport- en leasebedrijven. Consumenten kunnen, naast de al bestaande informatiediensten via internet, specifieke informatie opvragen over het gebied waarin zij zich bevinden. Ook het verzenden van foto's en geluids- en videofragmenten en het gebruik van nieuwe multimedia-diensten zullen tot de mogelijkheden gaan behoren.

De vele miljarden die al geïnvesteerd zijn in de licenties voor deze potentiële groeiemarkt vormen echter juist een grote bedreiging voor een snelle doorbraak van mobiel internet. Versterkt door de omslag in het sentiment op de kapitaalmarkten is een groot aantal telecombedrijven in de financiële problemen geraakt, waardoor hun investeringen in infrastructuur en technologie onder druk komen te staan. Deze investeringen zijn echter hard nodig, want experimenten met de nieuwe technologie tonen aan dat de beloofde hoge snelheden van datatransmissie momenteel nog lang niet gehaald worden.

De aanbieders van apparatuur en *content* zouden hierdoor op hun beurt afgeremd kunnen worden in hun streven om in hoog tempo de nieuwe generatie toestellen en de nieuwe mobiele internetdiensten te ontwikkelen en op de markt te brengen. Uiteraard zullen deze ontwikkelingen niet bijdragen aan een snelle en massale overstap van consumenten op de nieuwe technologie. UMTS zal in zo'n scenario de status van dominante standaard niet snel bereiken.

Een dergelijke vicieuze cirkel maakt het minder waarschijnlijk dat mobiele datacommunicatie de komende jaren al voor een nieuwe groeiimpuls zal gaan zorgen op de markt voor mobiele telecommunicatie. Op langere termijn kan mobiele datacommunicatie echter wel degelijk een impuls leveren.

4.5 Handel

Het productieverloop van de handel is sterk afhankelijk van de macro-economische afzetontwikkeling. De geringere groei van de particuliere consumptie en de uitvoer van Nederlandse goederen ten opzichte van de periode 1996-2000 hebben daarom hun weerslag op de detailhandel respectievelijk de groothandel. Daarnaast zal naar verwachting de wederuitvoer zich minder onstuimig gaan ontwikkelen. Het reeds grote aantal buitenlandse distributiecentra en een afnemende afzetgroei in het West-Europese achterlandland maken dit waarschijnlijk. Ook de verdere groei van internethandel kan negatieve effecten hebben op de groei van delen van de gevestigde handel. Internethandel kan immers traditionele intermediairs in de afzetketen

zoals de groothandel overbodig maken (zie ook Suijker (2001)). Gelet op de vooralsnog beperkte omvang van internethandel zullen deze effecten echter voorlopig nog marginaal zijn.

Op de consumentenmarkt zijn internetverkopen tot nu toe beperkt gebleven tot enkele branches. Zo heeft bijna de helft van de internetverkopen betrekking op boeken en CD's (CBS, 2001). Het merendeel van alle internetaankopen vindt plaats bij Nederlandse sites, namelijk zeventig procent. Prijsvoordelen en gebruiksgemak spelen een belangrijke rol bij internetbestellingen. De logistiek vormde voor veel internetverkopers tot nu toe een flessenhals. Juist bestaande postorderbedrijven hadden dit al goed geregeld en ontwikkelen zich mede tot succesvolle internetbedrijven. Voor de komende jaren mag verwacht worden dat internethandel meer geïntegreerd zal worden in bestaande detailhandelsbedrijven als een extra verkoopkanaal naast de traditionele toonbankverkoop. Deze meer-kanaalsstrategie wordt ook wel aangeduid als 'click-and-mortar trade'²⁴. Bij een dergelijke strategie kunnen de bestaande detaillisten profiteren van de reeds opgebouwde reputatie. Het internet biedt de mogelijkheid de informatieverstrekking aan klanten en de bestelfunctie te automatiseren.

Achter de productiegroecijfers van de handel in de scenarioperiode kunnen met name in de detailhandel nog enkele andere structurele veranderingen schuil gaan, zoals schaalvergroting, intensivering van de internationale concurrentie en versoepeling van het vestigingsbeleid. Het aantal zelfstandigen in de handel daalt al enkele jaren. Bovendien vindt schaalvergroting plaats via fusies en samenwerkingsverbanden. Onder invloed van de verdere eenwording van Europese markten en de invoering van de euro kunnen de komende jaren nieuwe buitenlandse ketens toetreden tot de Nederlandse markt. Op de Franse, Engelse en Duitse consumentenmarkt leidde bijvoorbeeld de toetreding van de grote Amerikaanse warenhuisketen Wal-Mart al tot opschudding. Marges komen onder druk omdat toetreders zich via prijsstunts een marktaandeel proberen te verwerven. Daarnaast zullen de regels voor retailvestiging in perifere gebieden (industrieterreinen, stadsranden) waarschijnlijk versoepeld worden. Gemeenten krijgen een groter zeggenschap op dit terrein, terwijl landelijke regels naar de achtergrond verdwijnen. Op de perifere locaties kan daardoor ruimte komen voor detailhandelbranches, die daar tot voor kort uitgesloten waren, zoals bijvoorbeeld volumineuze levensmiddelen-detailhandel (weidewinkels).

Door het conjunctuurherstel aan het begin van de periode 2003-2006 blijft de productiegroei van de handel in de scenarioperiode ongeveer gelijk aan die in de periode 1999-2002. De handel kent wel een sterke versnelling in de productiviteitsgroei in het scenario, mede om conjuncturele redenen. Bovendien maken arbeidsmarktknelpunten een dergelijke sterke efficiencyverbetering nodig om de productiegroei op peil te houden. Met name in de detailhandel zijn namelijk relatief veel jongeren werkzaam, waardoor de handelssector sterk de

²⁴ Parafrase op 'brick-and mortar trade' waarmee de traditionele detailhandelsverkopen via winkels wordt aangeduid.

gevolgen zal ondervinden van de stagnatie in de groei van de potentiële beroepsbevolking tussen 15 en 30 jaar.

Volgens Amerikaans onderzoek (McKinsey (2001)) liggen er in de handel nog mogelijkheden voor efficiencyverbetering. Het McKinsey-onderzoek geeft aan dat de handel bijna 0,8%-punt heeft bijgedragen aan de versnelling in de productiviteitsgroei van de Amerikaanse marktsector met 1,3%-punt in de periode 1995-1999 ten opzichte van de eerste helft van de jaren negentig. Innovaties op management- en technologiegebied, toepassing van ICT, een scherpe concurrentie en een opgaande conjunctuur waren hiervoor verantwoordelijk.

4.6 Overige bedrijfstakken

Het productieverloop in het bank- en verzekeringswezen, de horeca en de overige particuliere dienstverlening is vooral afhankelijk van macro-economische ontwikkelingen. Zo ondervinden de horeca en de overige particuliere kredietverlening de gevolgen van de lagere groei van de consumptieve mogelijkheden van huishoudens in vergelijking met de periode 1996-2000.

Voorts remt de bescheiden stijging van de woningnieuwbouw, van de consumptieve mogelijkheden van huishoudens en van de bedrijfsinvesteringen de groei van de kredietverlening van banken de komende jaren. De geringere macro-economische groei zal ook de toename van de provisie-inkomsten uit betalingsverkeer afzwakken.

Ontwikkelingen in de ICT kunnen van grote invloed zijn op het bank- en verzekeringswezen. Zo wordt via internet de transparantie van deelmarkten vergroot, wat kan leiden tot meer concurrentie en lagere transactiekosten (in ruime zin). Transactiekosten (in enge zin) zullen bovendien verminderen omdat banken en verzekeraars steeds meer producten en diensten 'online' zullen gaan aanbieden. Bank en verzekeraars kunnen zelf ook profiteren van ICT-ontwikkelingen. Te denken valt hierbij aan geavanceerde database technieken, die het mogelijk maken om klanten steeds gericht te kunnen benaderen met producten die nauw aansluiten bij hun profiel. Daarnaast staan ontwikkelingen in de ICT ook een betere risicobeheersing toe. Door middel van geavanceerde 'credit scoring' modellen kunnen banken tegen veel lagere kosten dan voorheen een goed beeld krijgen van het risicoprofiel van hun (potentiële) klanten.

4.7 Arbeidsproductiviteit

In het voorzichtige scenario versnelt de groei van de arbeidsproductiviteit ten opzichte van de periode 1999-2002 in alle dienstverlenende bedrijfstakken met uitzondering van de post en telecommunicatie. Deze versnelling vangt in hoge mate de vertraging op in de werkgelegenheidsontwikkeling. De productiviteitsontwikkeling bij post en telecommunicatie zwakt weliswaar af, maar de groei blijft relatief sterk. Door schaalvoordelen levert de stijging van het telefoon- en dataverkeer slechts een beperkte vraag naar arbeidskrachten op.

Toepassing van ICT, veranderingen in de organisatiestructuur, een goede marktwerking, 'catch-up' en een krappere arbeidsmarkt leiden naar verwachting tot enige versnelling van de arbeidsproductiviteit in de scenarioperiode in de andere bedrijfstakken. Andere landen laten zien dat een sterkere groei van de arbeidsproductiviteit in de dienstensector ook mogelijk is. Meer aandacht voor innovaties in de dienstensector is daarvoor ook noodzakelijk. Gesteund door ingezet (Europees) beleid, zal een verdere diffusie van ICT over bedrijfstakken, met name bij het MKB, eveneens kansen bieden om de productiviteit te verhogen. Zeker als dit gepaard gaat met organisatorische aanpassingen. Marktwerking kan ook een belangrijke rol spelen. Als bedrijven weinig concurrentie ondervinden zullen ze weinig doen aan innovatie of reorganisatie van werk. Een verscherping van de concurrentie, zowel op afzetmarkten als de arbeidsmarkt, zal de commerciële dienstverlening stimuleren om efficiënter te gaan werken.

Literatuur

- Aharoni, Y., Globalization of professional business services, in Y. Aharoni (ed), Coalitions and competition, The globalization of professional business services, 1993
- Bailey, M., en R. Solow, International productivity comparisons built from the firm level, *Journal of Economic Perspectives*, 2001, p. 151 -172
- Bernardt, Y., De innovativiteit van de Nederlandse dienstensector, EIM, 2000
- Brus, D., Baumol's disease in the Netherlands, *CPB Report 98/4*, 1998
- CBIN (Commissariaat voor Buitenlandse Investerings in Nederland), Werving voor werk en welvaart, motieven en middelen voor Nederlands acquisitiebeleid, Ministerie van Economische Zaken, 1999
- CBS, Kennis en economie 2000, Onderzoek en innovatie in Nederland, 2000
- CBS, De Digitale Economie, 2001
- CPB, ICT en de Nederlands economie, een historisch en internationaal perspectief, *CPB Werkdocument no. 125*, 2000
- CPB, Economische Verkenning 2003-2006, 2001
- Creusen, H., B. Minne en H. Noordman, De industrie in 2000-2002: De economie achter het scenario, *CPB Memorandum no. 7*, 2001
- Dijk, M.F. van, Ontwikkelingen in de Nederlandse markt voor telecommunicatie, *CPB Memorandum no. 20*, 2001a
- Dijk, M. van, F. Kuypers, H. Noordman en H. v.d. Wiel, MLT-op-maat ICT 2003-2006, *CPB Memorandum no. 21*, 2001b
- Don, F.J.H., Het Nederlandse groeipotentieel op middellange termijn, *CPB Document no. 01*, 2001

Dunnewijk, T., Temporary work agencies in the Netherlands: emergence and perspective, *CPB Report 2001/1*, 2001

Eustace, C. , The intangible economy - impact and policy issues, Report of the European High Level Expert Group on the Intangible Economy, 2000, European Commission, Brussels

Folmer, K., E. Mot, R. Douven, E. van Gameren, I. Woittiez en J. Timmermans, Een scenario voor de zorguitgaven 2003-2006, *CPB Document no. 06*, 2001

Jacobs, D., Gebakken lucht, in V.d. Geest et al., Kracht en zwakte van de Nederlandse economie, 1995

Kox, H., Impact of monopolistic competition on productivity and industry structure in business services, *interne CPB noitie III/2000/08*, 2000

Kox, H., Exposure of the business services industry to international competition, *CPB Document no. 10*, 2001a

Kox, H.L.M., Sources of structural growth in business services, *CPB Memorandum 12*, 2001b

Kox, H.L.M., Growth challenges for the Dutch business services industry, International comparison and policy issues, *nog te verschijnen CPB Document*, 2002

McKinsey Global Institute, US Productivity growth 1995-2000, Understanding the contribution of Information Technology relative to other factors, 2001

OECD, Measuring productivity levels: an overview of the issues, DSTI/EAS/IND/SWP(2001)26-working paper, 2001

Suijker, F.W., en P. Eering, Het belang van de industrie voor de werkgelegenheid, *ESB*, 6 april 1994

Suijker, F.W., Aanzet tot analytisch kader voor economische effecten voor e-commerce, *CPB Memorandum no. 14*, 2001

Wiel, H.P. van der, Firm turnover in Dutch Business Services, *CPB Onderzoeksmemorandum no. 159*, 1999

Wiel, H.P. van der, Innovation and productivity in services, *CPB Report 2001/1*, pp. 29-36, 2001a

Wiel, H.P. van der, Does ICT boost Dutch productivity growth?, *CPB Document no. 20*, 2001b

Abstract

Market services is the fastest growing sector of the Dutch economy. It also is the largest sector, with 52% of total production and 57% of total employment. It consists of many different branches of industry. This Document identifies the main drivers for growth and sketches the growth prospects for the period 2003-2006.

Outsourcing of services and the emergence of new services, often related to information and communication technology, boosted growth of market services in the period 1996-2000. The growth of production of market services may slow down from an annual average rate of nearly 6% in the period 1996-2000 to 3¼% in the period 2003-2006. A decrease in macro-economic growth and the disappearance of some stimulating factors are mainly responsible for this slowdown. For instance, growth in the telecommunication branch will be lower than in recent years because the degree of penetration of mobile telephones and Internet usage has already become quite high.

However, growth of market services will remain higher than the average growth rate of the Dutch economy. New services and the adoption of information and communication technologies are expected to stimulate the industry's output. Furthermore, scarcity of personnel calls for more process- and product innovations. Knowledge-intensive business services can contribute to these innovations.