

Incidentele en structurele factoren consumptiegroei

Auteur(s):

CBS

Samengesteld door de Divisie Macro-economische statistieken en publicaties van het CBS

Verschenen in:

ESB, 86e jaargang, nr. 4312, pagina 483, 1 juni 2001

Rubriek:

Statistiek

Trefwoord(en):

goederenmarkt

De binnenlandse individuele consumptie kent in het eerste kwartaal een bescheiden volumegroei (1,9 procent). Dit is de laagste toename op kwartaalbasis van de afgelopen jaren. Een deel van de terugval kan verklaard worden uit incidentele factoren. Zo ging de invoering van het nieuwe belastingstelsel op 1 januari jongstleden gepaard met een verhoging van het hoge btw-tarief. Hierop vooruitlopend haalde een aantal consumenten de aankoop van met name duurzame goederen naar voren. De fiscale maatregelen stimuleerden eind vorig jaar bovendien de uitgaven aan financiële en zakelijke diensten. Deze anticipatie-aankopen betekenden een extra impuls voor de consumptiegroei in het vierde kwartaal van 2000.

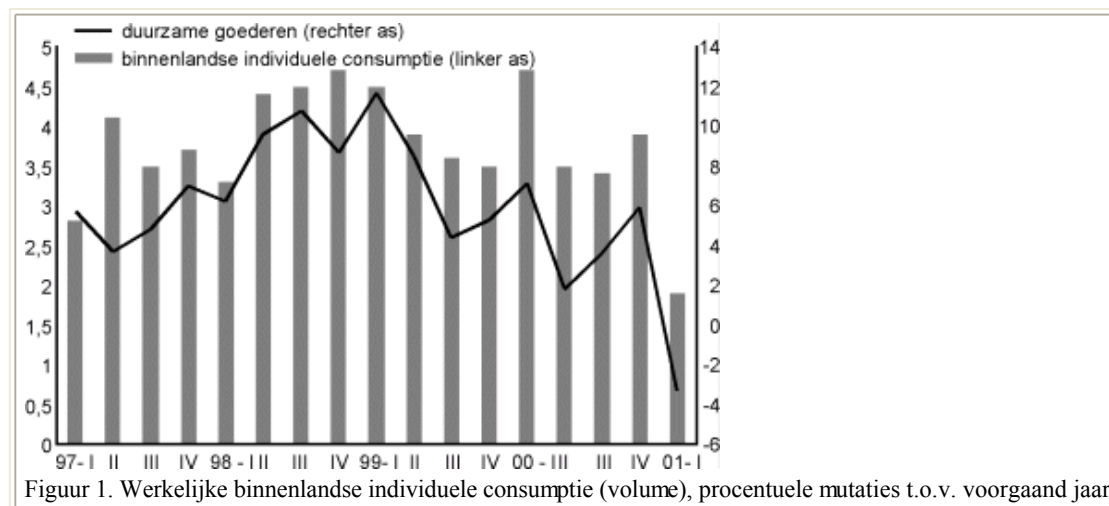
Naast de bovengenoemde incidentele effecten kan gekeken worden naar de meer structurele factoren die de consumptiegroei op lange termijn bepalen. Bij de ontwikkeling van de consumptie door huishoudens draait het allereerst om de stijging van het totale besteedbare inkomen. Dat hangt weer sterk af van de groei van de werkgelegenheid en van de loonstijgingen. De werkgelegenheid kan worden afgemeten aan de banengroei, voor de ontwikkeling van het gemiddelde loon kan de cao-loonstijging gebruikt worden als snel beschikbare indicator. De waardestijging van de consumptie van huishoudens laat dan ook de laatste jaren een sterke samenhang zien met de groei van de loonsom, zoals afgemeten aan banen en cao-lonen.

In hoeverre de waardestijging van het inkomen leidt tot een volumegroei van de consumptie hangt tot slot af van de prijsontwikkeling. Zolang er sprake is van een regelmatig tempo van prijsstijgingen, geven de waarde- en de volumeontwikkeling van de consumptie een vergelijkbaar verloop te zien. In 1998 is de prijsstijging echter wat lager geweest, zodat de volumegroei relatief hoog was. Dit hing vooral samen met de toenemende populariteit van internet en mobiele communicatie op de consumentenmarkt. Door sterke concurrentie op deze markt daalden de prijzen van deze diensten voortdurend.

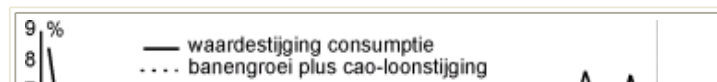
Aan het begin van 2001 is de prijsstijging sterk opgelopen. De inflatie nam toe van 2,9 procent eind 2000 tot 4,9 procent in april. Over de banengroei van het eerste kwartaal zijn nog geen cijfers bekend. De voorgaande kwartalen was de groei van de werkgelegenheid echter stabiel op ongeveer drie procent. De cao-loonstijging loopt licht op tot 3,3 procent.

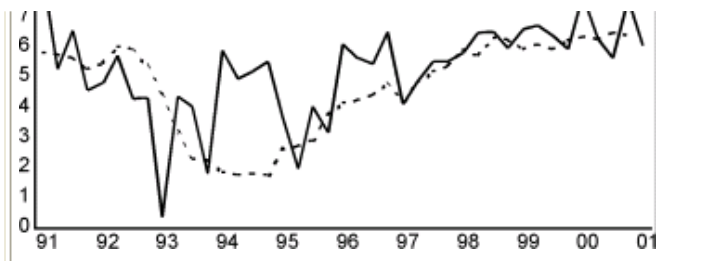
Voor het op peil houden van de consumptiegroei lijkt het nu dan ook van belang dat de belasting- en premiedruk daalt, zodat het besteedbaar inkomen niet terugloopt. Dit is ook voorzien bij de invoering van het nieuwe belastingstelsel.

Zie ook [figuur 1](#), [figuur 2](#).



Figuur 1. Werkelijke binnenlandse individuele consumptie (volume), procentuele mutaties t.o.v. voorgaand jaar





Figuur 2. Consumptiestijging en som banengroei en stijging cao-lonen