



Vergi indirimlerinin tüketime etkileri

Ercan Türkan
ercanturkan@ette.gen.tr

5 Mayıs 2017

Özel Sayı
#11

www.ette.gen.tr



“ette tüketim endeksi kapsamında yer alan bazı mal gruplarında vergi indirimlerine gidilmiştir.”

Vergi oran indirimleri

- “ette” tüketim endeksi kapsamındaki bazı tüketim mallarında vergi oranları yeniden belirlenmiştir. Bu kapsamda;
 - ❖ 2017/9759 sayılı B.K.K. ile 3 Şubat – 30 Nisan 2017 dönemi için beyaz eşya ve ev aletleri üzerindeki ÖTV oranları sıfırlanmıştır.
 - ❖ 2017/9759 sayılı B.K.K. ile 3 Şubat – 30 Nisan 2017 itibarıyla mobilya üzerindeki KDV oranı yüzde 18’den yüzde 8’e indirilmiştir.
- Söz konusu vergi indirimleriyle, firmalara beyaz eşya-ev aletleri mal grubunda yüzde 6.3, mobilya mal grubunda ise yüzde 8.5 oranında fiyat indirim imkanı yaratılmıştır.
- 3 ay için tanınan söz konusu vergi indirimleri, 25 Nisan 2017 tarih ve 2017/10106 sayılı B.K.K. ile 30 Eylül 2017 tarihine kadar 5 ay daha uzatılmıştır.



“Vergi indirimleriyle perakende satış fiyatlarında önemli fiyat indirim imkanı sağlanmıştır.”

Vergi oran indirimlerinin potansiyel fiyat etkisi

(3 Şubat 2017’de yapılan düzenlemeler)

(Yüzde)	ÖTV		KDV		ÖTV+KDV		Yaratılan fiyat indirim imkanı	Yürürlük dönemi
	Eski	Yeni	Eski	Yeni	Eski	Yeni		
Beyaz eşya & ev aletleri	6,7	0,0	18,0	18,0	25,9	18,0	-6,3	3 Şubat - 30 Nisan*
Mobilya	0,0	0,0	18,0	8,0	18,0	8,0	-8,5	

Kaynak: Ercan Türkan (Mart 2017), “Son vergi indirimleri tüketiciye yansdı mı?”

(*) Yürürlük süresi, 25 Nisan 2017 tarih ve 2017/10106 sayılı BKK ile 30 Eylül tarihine kadar uzatılmıştır.



“Vergi indirimleriyle perakende satış fiyatlarında sağlanan fiyat indirim imkanı, özellikle beyaz eşya mal grubunda tüketiciye tam olarak yansıtılmamıştır.”

Tüketiciye yansımaya derecesi

(Şubat ayı dönemi ve Şubat-Nisan üç aylık ilk uygulama dönemi)

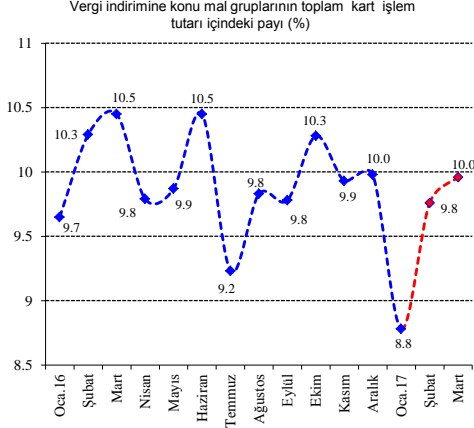
	Yaratılan fiyat indirim imkanı (%)	TÜFE Değişim Oranı (%)			Yansımaya derecesi (%)*		
		Şubat	Şubat-Mart	Şubat-Mart-Nisan	Şubat	Şubat-Mart	Şubat-Mart-Nisan
Beyaz eşya & ev aletleri	-6,27	- 0,43	0,61	1,23	6,9	---	---
Mobilya	-8,47	-5,95	-4,97	-4,49	70,2	58,7	53,0

Kaynak: Ercan Türkan (Mart 2017), “Son vergi indirimleri tüketiciye yansdı mı?”

(*) Yansımaya derecesi, yaratılan fiyat indirim imkanı / TÜFE değişim oranı olarak hesaplanmaktadır.



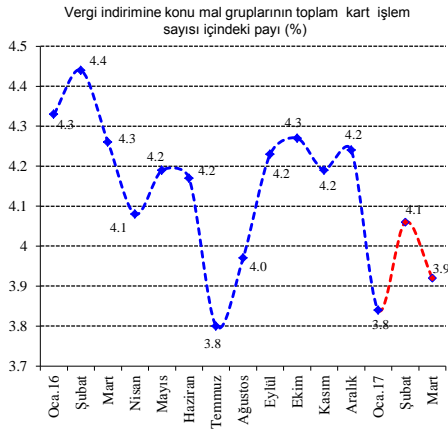
“Toplam kart işlem tutarı içerisinde, vergi indirimine konu olan mal gruplarının payında Şubat ve Mart aylarında sınırlı bir yükseliş gözlenmiştir.”



- ❖ Banka ve kredi kartı işlem tutarları, vergi indirimine konu mallar (beyaz eşya ve mobilya) lehine bir tüketici tercih değişikliğine işaret etmektedir.
- ❖ Vergi indirimine konu malların toplam kart işlem tutarı içindeki payında, indirimlerin başladığı Şubat ayında, Ocak ayına göre sınırlı bir yükseliş yaşanmıştır. Yükseliş Mart ayında hız kaybetse de sürmüştür.
- ❖ Diğer taraftan söz konusu pay, 2016 Şubat-Mart döneminde Ocak ayına göre 0,8 puan artarken, 2017 yılı aynı dönemde ise 1,2 puanlık bir yükseliş söz konusudur.
- ❖ Dikkat çeken bir diğer nokta, vergi indirimi olacağına yönelik beklenti oluşturulması ile birlikte, indirimine konu mallarda tüketicinin bekleyişe geçmesi ile ilgilidir. Nitekim, söz konusu malların payında indirim öncesi ay olan Ocak ayında belirgin bir düşme (%8,8) yaşandığı gözlenmektedir.



“Toplam kart işlem sayısı içerisinde, vergi indirimine konu olan mal gruplarının payında Şubat ayında sınırlı bir artış gözlenmiştir.”

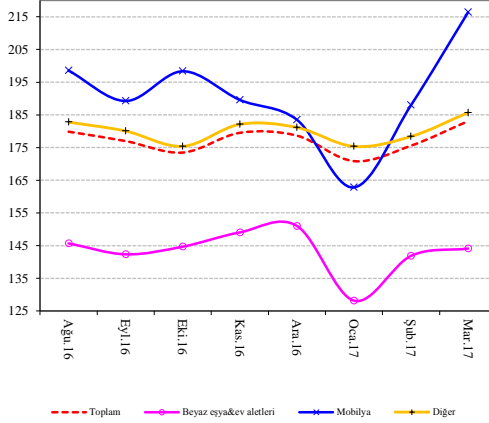


- ❖ Tüketicinin vergi indirimine konu mallar lehine göstermiş olduğu tercih değişikliğinin bir diğer göstergesi, kredi ve banka kartı işlem sayılarıdır.
- ❖ Vergi indirimine konu malların toplam kart işlem sayısı içindeki payında, indirimlerin başladığı Şubat ayında, Ocak ayına göre sınırlı bir yükseliş yaşanmıştır. Yansımaya derecelerinin Mart ayında görece düşmesi, artış eğilimindeki geri dönüşü açıklamaktadır.
- ❖ Diğer taraftan söz konusu pay, 2016 Şubat-Mart döneminde Ocak ayına göre sabit kalırken, 2017 yılında 0,1 puanlık bir artış söz konusudur.
- ❖ Dikkat çeken bir diğer nokta, vergi indirimi olacağına yönelik beklenti oluşturulması ile birlikte, indirimine konu mallarda tüketicinin bekleyişe geçmesi ile ilgilidir. Nitekim, söz konusu malların payında indirim öncesi ay olan Ocak ayında belirgin bir düşme (%3,8) yaşandığı gözlenmektedir.



“İndirime konu olan mal gruplarındaki tüketim eğilimi, genel tüketim trendinden vergi indirimlerinin etkisiyle farklılaşmıştır.”

“ette” aylık endeks değerleri (2010=100)



	Beyaz eşya & ev aletleri	Mobilya	Diğer	Toplam (ette)
Ağustos 2016	145,69	198,55	182,79	179,86
Eylül	142,34	189,25	180,05	176,99
Ekim	144,69	198,35	175,39	173,48
Kasım	149,05	189,58	182,12	179,52
Aralık	151,03	183,51	181,16	178,65
Ocak 2017	128,17	162,80	175,35	170,85
Şubat	141,87	187,99	178,39	175,58
Mart	144,11	216,38	185,70	183,08
Yüzde Değişim (%)				
Şubat+Mart 17 / Ocak 17	11,6	24,2	3,8	5,0
Ocak 17 / Ocak 16	1,8	-0,8	8,2	7,5
Şubat 17 / Şubat 16	2,4	4,6	7,5	7,1
Mart 17 / Mart 16	2,2	9,6	8,7	8,5



“Vergi indirimleri, indirime konu olan sektörlerde tüketimi hareketlendirmiştir, ancak aynı hareketlenme tüketimin geneline yansımamıştır”

- Vergi indirimlerinin, indirime konu mal gruplarında tüketimi hareketlendirdiği gözlenmektedir.
- Ancak, bu hareketlenmenin toplam tüketimin hareketlenmesine asgari seviyede katkıda bulunduğu anlaşılmaktadır. Bunun temelinde iki nedenden kaynaklandığı düşünülmektedir;
 - Politika tasarımı, indirim kapsamına alınan mal demeti nispi payının düşük tutulması.
 - Hane halkının aile bütçe planlaması yapması (indirime tabi mallara yönelik harcama artışlarının, indirim-dışı mallara olan talebin aşağıya çekilerek dengelemesi)
- Vergi indirimine konu olan söz konusu iki mal grubu hariç tutulduğunda, diğer mal ve hizmet gruplarında tüketim artışların sınırlı kaldığı ve hatta azaldığı görülmektedir. Tüketicinin vergi indirimleri nedeniyle tercihlerini indirime tabi mal grupları lehine değiştirdiği ve mal grupları arasında bir ikame etkisinin yaşandığı görülmektedir.

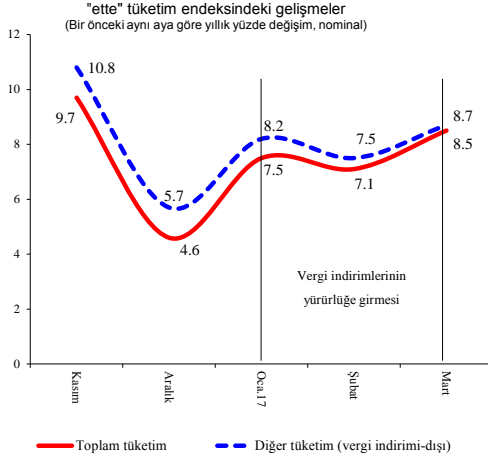
“ette” tüketim endeksine göre tüketim gelişmeleri*

(Yüzde değişim)	Ağustos 2016	Eylül 2016	Ekim 2016	Kasım 2016	Aralık 2016	Ocak 2017	Şubat 2017	Mart 2017
A. Beyaz eşya & ev aletleri	-1,2	-6,2	-0,7	0,7	-4,7	1,8	2,4	2,2
B. Mobilya	2,5	-1,3	0,7	1,4	-2,8	-0,8	4,6	9,6
C. Diğer (vergi indirimi-dışı)	6,2	6,1	4,5	10,8	5,7	8,2	7,5	8,7
Toplam tüketim (A+B+C)	5,5	4,9	3,9	9,7	4,6	7,5	7,1	8,5

* Aylık “ette” endeks değerlerinde bir önceki yıl aynı aya göre yıllık değişimi ifade etmektedir.



“Sektör spesifik vergi indirimlerinin, genel tüketim üzerine etkileri sınırlı kalmaktadır.”



- ❖ Şubat 2017 vergisel önlemleriyle vergi indirimine konu mallar lehine gelişen tüketim eğilimi, toplam tüketim ile vergi indirimi-dışı tüketim malları arasındaki paralel eğilimi kısmen farklılaştırmıştır.
- ❖ İki çizgi arasındaki alanın ne ölçüde daralmış olduğu, vergi indirimlerinin etki derecesini göstermektedir.
- ❖ Nitekim, Ocak ayında toplam tüketim ile diğer tüketim artışı arasındaki fark 0,7 puan iken, Şubat ayında bu fark 0,4 puana, Mart ayında ise 0,2 puana gerilemiştir.
- ❖ Vergisel önlemler, indirimine konu olan sektörlerde tüketimin hareketlenmesine yardımcı olmakla birlikte, toplam tüketim üzerine etkileri sınırlı kalmıştır.



“Vergi indirimlerinin tüketim üzerine etkilerinin sınırlı kaldığına yönelik ette tüketim endeksi bulguları, diğer kaynaklarca da doğrulanmaktadır.”

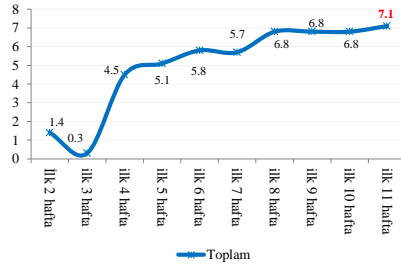
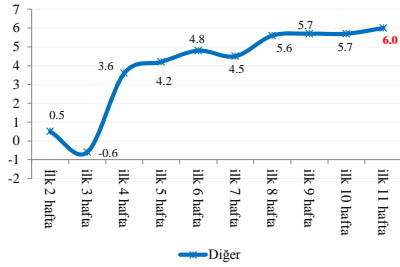
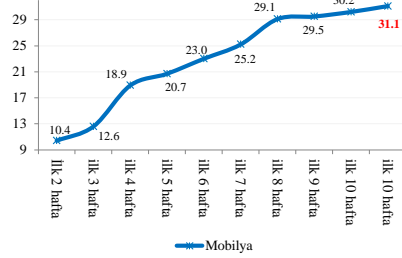
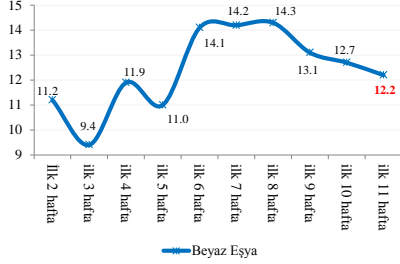
- Vergi indirimine tabi mobilya ve beyaz eşya mal gruplarını temsil ettiğini düşündüğümüz sektörlerde, indirimler etkisini göstermektedir. Nitekim, mobilya sektöründe %31, beyaz eşya & elektronik sektöründe ise %12 artış gözlenmiştir. Buna karşılık, vergi indirimine konu olmayan mal ve hizmet gruplarında ise ikame etkisi nedeniyle ılımlı bir artış görülmektedir (%6).
- Kartla harcamaların geneli üzerinde, vergi indirimlerinin etkisinin sınırlı kaldığı gözlenmektedir. Nitekim, indirimine tabi mallarda iki haneli artışlara karşın, toplam kartlı harcamalardaki artış %7,1 seviyesinde kalmaktadır.

	Beyaz eşya	Mobilya	Diğer	Toplam
Kartlı tüketim tutarı, Haftalık ortalama (Milyon TL)				
(1) 31 Aralık – 3 Şubat dönemi haftalık ortalama*	614	354	10,749	11,717
(2) 4 Şubat – 21 Nisan dönemi haftalık ortalama*	689	464	11,396	12,549
Yüzde değişim ve harcama payları, %				
Haftalık ortalamalardaki yüzde değişim (2) / (1), %	12,2	31,1	6,0	7,1
İndirim öncesi ve sonrasında harcama payı, %	5,2 – 5,5	3,0 – 3,7	91,7 – 90,8	100,0 – 100,0
* Vergi indirimleri öncesindeki 5 ve sonrasındaki 11 haftalık dönemlerde yapılan kart harcamalarının haftalık ortalamalarıdır.				

Kaynak: TCMB, İGM Haftalık Kredi Kartları Sektörel Gelişmeler Raporları'ndan yararlanılarak hesaplanmıştır.



Uygulama süresi uzadıkça indirimlerin etkisi giderek güçleniyor mu yoksa zayıflıyor mu?
(İndirim öncesindeki 5 haftanın ortalamasına göre yüzde değişim)



Sonuç olarak;

- Beyaz eşya ve mobilya mal gruplarına sağlanan vergi indirimleri, indirimlerin tamamen tüketicilere yansıtılmamasına rağmen, Şubat ve Mart 2017 aylarında etkili olmuştur. Etki, mobilya sektöründe daha belirgindir.
- Uygulama süresi uzadıkça, beyaz eşya sektöründe daha belirgin olmak üzere indirimin tüketim etkisi her iki sektörde de durağanlaşarak sürmektedir.
- Bu etki sektör spesifik olarak kalmakta, indirim tabi mal gruplarının nispi payı ve yaşanan ikame etkisi nedeniyle, tüketimin geneline yansımaları sınırlı seviyede kalmaktadır.
- Çok daha geniş bir mal grubunu kapsayan 2009 yılı vergi indirimlerinde de benzeri sonuçlar elde edildiği ayrıca not edilmelidir*.

* Vergi indirimlerinin 2009 yılı uygulama sonuçları hakkında daha kapsamlı bilgi edinmek için ette özel bülten (Sayı.2 – Haziran 2009)'a bakılabilir.



Açıklama Notu

Vergi indirimlerine konu olan mal gruplarını (beyaz eşya & ev aletleri ve mobilya), kart harcamalarının takip edildiği işyeri sınıflandırmasında, sırasıyla, «14.Elektrik-Elektronik Eşya, Bilgisayar» ve «13.Mobilya ve Dekorasyon» işyeri gruplarının temsil edebileceği varsayımı yapılmıştır. 13 ve 14 nolu işyeri gruplarında işleme konu olan malların daha geniş bir yelpazeye sahip olduğu not edilmelidir. Etki analizlerinin, bu varsayım altında yapıldığı hususu kullanıcının bilgisine sunulur.



ette aylık bültenleri www.ette.gen.tr internet adresinden edinilebilir.

&

ette tüketim endeksi hakkında detaylı bilgi için aşağıdaki dökümanlara ve www.ette.gen.tr internet adresine bakılabilir:

- 1) Ercan Türkan, **“Özel tüketim talebinin izlenmesinde kartlı alışveriş: Yeni bir tüketim endeksi önerisi – (ette)”**
Haziran 2008 (TCMB internet sayfası, www.tcmb.gov.tr).
- 2) Ercan Türkan, **“Özel tüketim talebinin izlenmesinde kartlı alışveriş: Yeni bir tüketim endeksi önerisi – (ette)”**
(Türkiye Bankalar Birliği’nde 28 Kasım 2007 tarihinde yapılan sunuş, www.tbb.org.tr).
- 3) Ercan Türkan, **“Taşıt alımlarının ette tüketim endeksi kapsamında izlenmesi”**
(ette özel bülten – Sayı.5, Kasım 2011, www.ette.gen.tr).

&

Bu bülten bilgilendirme amaçlı olup, içinde yer alan bilgilere dayanarak verilecek yatırım ya da benzeri kararların sonuçlarından yazarı sorumlu tutulamaz.

&

Bu bültende ve bültenin dayandığı makale ile sunuşta ileri sürülen görüşler yazarına ait olup, kurumunu bağlayıcı nitelik taşımaz.

&

ette'nin hesaplanmasında kullanılan ve yukarıdaki dökümanlarda tanıtılan metodolojinin tüm hakları saklıdır. Yazarın yazılı izni olmaksızın kısmen ya da tamamen kopyalama veya başka bir suretle kullanılamaz.