

SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN YAPILAN REKLAMLARIN VERGİLENDİRİLMESİ

Alaattin DEMİR*

ÖZ

Teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının hızla gelişmesi, iletişim, pazarlama ve reklam stratejilerinin de geliştirilmesine neden olmuştur. Gelişen ve değişen dünyada artık basılı ortamda yayımlanan gazeteler, billboardlarda yayımlanan reklam afişlerinin yerini dijital ortamda verilen reklam hizmetleri almıştır. Özellikle sosyal medya ağlarının gelişmesi, hemen hemen tüm evlere akıllı telefonların, tabletlerin, bilgisayarların ve internetin girmesiyle beraber işletme sahipleri ve reklam ve pazarlama uzmanları bu dijital dönüşümle uyumlu bir reklam stratejisi geliştirmiştir. Özellikle facebook, instagram ve twitter gibi sosyal ağlarda milyonlarca takipçisi bulunan ünlüler, reklam yıldızları, sporcular, youtuberlar ve meslek sayfaları reklamlar olarak iletişim kanalı olarak kullanılan sosyal medya üzerinden gelir sağlamaktadırlar. Bu gelir özellikle modern maliye ve vergicilik anlayışıyla paralel olarak vergileme sorununu da beraberinde getirmektedir. Sosyal medya üzerinden yapılan bu reklamlar karşılığı elde edilen gelirlerin vergilendirilmesi hususu çalışmamızın konusunu oluşturmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Reklam, Sosyal Medya Üzerinden Yapılan Reklamlar, Ünlülerin Yaptığı Reklamlar, Sosyal Medya Üzerinden Yapılan Reklamların Vergilendirilmesi

GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte reklam, pazarlama, işletme yönetimi ve organizasyon alanında da önemli gelişmeler yaşanmıştır. Özellikle sosyal medya uygulamalarının yaygınlık kazanmasıyla beraber, sosyal medya fenomenleri oluşmuş, sanatçıların, sporcuların, yazarların birçok önemli simaların sosyal medya hesaplarındaki takipçi sayıları milyonlarla ifade edilmiştir. Bunun dışında sosyal medya hesaplarının sahibi çeşitli aktivitelerle toplum içinde tanınmaya popülerlik kazanmaya başlamıştır. Gelişen ve değişen dünyada sosyal medya özellikle kendi fenomenlerini oluşturmuş, video paylaşımları, abonelikler, takipçi sayıları sosyal medya alanında önemli parametreler oluşturmuştur.

İşletme sahipleri, pazarlama ve reklam uzmanları özellikle takipçi sayıları milyonlarla ifade edilen sosyal medya fenomenlerini takip ederek, tanıtımının yapılmasını istediği ürünlere ilişkin reklam tekliflerini, gerek menajerler gerekse ajanslar aracılığıyla ünlülere yada sosyal medya fenomenlerine sunmakta ve bunlar aracılığıyla reklam teklifleri kabul edilmektedir. Hatta profesyonel bir reklam sözleşmesi yapılmakta ve hangi videoda kaç saniye reklam yapılacağı yada sosyal medya uygulamalarına video, ses, resim yada fotoğraf olarak mı yoksa hikaye olarak mı yükleneceği hususları kararlaştırılmaktadır. Hatta bu hususlar son zamanlarda komedi dizilerinde dahi yer bulmaktadır. Bu çalışmamızda sosyal medya üzerinden yapılan reklamların vergilendirilmesi ve nasıl vergilendirileceği hususuna ilişkin bilgiler verilerek son zamanların popüler konusu açıklanmaya çalışılacaktır.

1- SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN YAPILAN REKLAMLARIN GELİR VERGİSİ YÖNÜNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

193 sayılı gelir vergisi kanununda gelirin tanımı yapılmıştır. 193 sayılı gelir vergisi kanununun 1. maddesine göre: “Gelir bir gerçek kişinin bir takvim yılı içinde elde ettiği kazanç ve iratların safi tutarıdır.” hükmü yer almaktadır. Aynı kanunun 2. maddesinde gelirin unsurlarına yer verilmiştir. Buna göre gelire giren kazanç ve iratlar şunlardır :

1. Ticarî kazançlar,
2. Ziraî kazançlar,
3. Ücretler,
4. Serbest meslek kazançları,
5. Gayrimenkul sermaye iratları,
6. Menkul sermaye iratları,
7. Diğer kazanç ve iratlar.

Bu Kanunda aksine hüküm olmadıkça, yukarıda yazılı kazanç ve iratlar gelirin tespitinde gerçek ve safi miktarları ile nazara alınır.

İlgili kanun hükümlerinden anlaşılacağı üzere gelir vergisi gerçek kişilerin elde ettiği kazanç ve iratların safi tutarları üzerinden alınan bir vergidir. Bununla birlikte ilgili kanunda yer alan kazanç unsurları sıralanmış ve ilgili kanunda her bir gelir unsuru ayrı ayrı açıklanmıştır.

Sosyal medya üzerinden elde edilen reklam gelirleri 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununa göre ticari kazanç olarak kabul edilmektedir. Ticari kazancın tanımı

ilgili kanunun 37. maddesinde: “Her türlü ticari ve sınai faaliyetlerden doğan kazançlar ticari kazançtır.” Olarak tanımlanmıştır.

Tanımdan anlaşılacağı üzere bir kazancın ticari kazanç olarak kabulü için o kazancın ticari ve sınai bir faaliyet sonucu doğması gerekir. Peki ticari faaliyet oluşması için gerekli unsurlar nelerdir. Çalışmamızda kısaca bu hususa yer verecek olursak;

- Faaliyetin yerine getirilmesinin sermaye ve emeğe dayanıyor olması gerekmektedir.
- Faaliyetin devamlı olması gerekmektedir.
- Gelir getirici faaliyetlerin bir organizasyon dahilinde yapılmış olması gerekmektedir
- Ticari faaliyette bulunan kişilerin gelir ve kazanç elde etme kasıt ve niyetinin olması gerekmektedir.

Sayılan bu hususların varlığı halinde ticari kazanç elde edildiğinden söz edilebilmektedir. Yukarda sayılan hususları başlıklar halinde irdelenecek olursak faaliyetin yerine getirilmesi sosyal medya üzerinden reklam yapanların emeği ağırlıkta olmak üzere takipçi sayısına, popülerliğine ürün üzerinde oluşturacağı etkiye de bağlıdır. Sosyal medya üzerinden sürekli olarak reklam yapma kastı bulunan, bir ürüne özellikle ticari bir popülerlik kazandırma amacıyla yola çıktığı anlaşılır olmalıdır. Bunun haricinde sosyal medya üzerinden reklam yapan kişiler ile bu reklamın yapılmasını arzulayan reklam verenler arasında yazılı yada sözlü bir sözleşmenin, bir anlaşmanın varlığı gereklidir. Buradaki en önemli husus şüphesiz gelir kazandırıcı bir unsur olarak görülüp, görülmediğidir. Bir ürünün bilinirliğini artırmak, o ürüne popülerlik kazandırmak amacıyla yapılan reklamların sosyal medya üzerinden yapılması sonucu maddi bir menfaat yada hizmet karşılığı yapıyorsa, burada ticari bir saikle hareket edildiği ve elde edilecek menfaatin gelir vergisi kanununa göre ticari kazanç olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu unsurları taşıyan ancak bunun farkında olmayan, yada vergi kanunlarında bunu bir kazanç unsuru olarak düşünmeyen kişi yada kurumların bilgilendirilmesi, vergi kanunları açısından ve rekabet hukuku açısından önem arz edecektir. Gelir vergisi kanunu kapsamında kazanç elde eden sosyal medya üzerinden reklam alan kullanıcıların vergi mükellefi olması ve vergi kanunlarınca kendilerine verilen hak ve yükümlülüklerinden de yararlanması gerekmektedir. Bu sebeple sosyal medya üzerinden reklam yapma karşılığı maddi menfaat elde edenlerin

ilgili vergi dairesinde mükellefiyet kayıtlarını açtırmaları, vergi kanunları açısından önem arz etmektedir. İlgili konuyla ilgili Gelir İdaresi Başkanlığı İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı Mükellef Hizmetleri Usul Grup Müdürlüğü tarafından verilen 16/03/2016 tarih ve B.07.1.GİB.4.34.19.02-105[229-2012/VUK-1- . . .]—23474 sayılı “İnternetteki sosyal paylaşım siteleri üzerinden reklam paylaşımlarına göre kişilere yapılan ödemelerin vergilendirilmesi” konulu özeltede de ilgili husus açıklanmış ve özetle: *“Ticari faaliyet bir tür emek-sermaye organizasyonuna dayanmakta olup bir gerçek kişinin ticari kazanç açısından gelir vergisi mükellefi olması için faaliyetin ticari bir organizasyona bağlı olarak yürütülmesi ve devamlılık arz etmesi gerekmektedir...”*

“Sahip oldukları sosyal medya hesaplarına ait sayfalarda ticari bir organizasyon içerisinde, devamlı olarak reklam hizmeti veren gerçek kişilerin ticari kazanç açısından gelir vergisi mükellefi olmaları gerekmektedir.” ifadelerine yer verilmiştir.

Ticari kazanç elde eden mükelleflerin, gelirin tanımında belirtildiği üzere safi tutarın tespitinde, gider ve indirim hakkından yararlanması da mümkün olacaktır. Bunun için öncelikle gelir vergisi mükellefiyet kaydının oluşturulması ve mükellef olmanın haklarından yararlanıp, sorumluluklarını yerine getirmesi hususları da önem taşımaktadır.

2- SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN YAPILAN REKLAMLARIN VERGİ USUL KANUNU YÖNÜNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

Sosyal medya üzerinden yapılan reklamlar sonucu belirli şartların taşınması durumunda elde edilen menfaat bunu yapan kişilerin mükellef olmasını gerektirmektedir. 213 sayılı Vergi Usul Kanununun 8. maddesine göre Mükellef, vergi kanunlarına göre kendisine vergi borcu terettüp eden gerçek veya tüzel kişidir. Mükelleflerin mükellef olmaktan kaynaklı hakları ve yükümlülükleri bulunmaktadır.

Mükellefin işe başlama, adres değişikliği, işi bırakma vb. bildirimlerde bulunma yükümlülüğü olduğu gibi, beyanname verme defter tutma, defterleri tasdik ettirme fatura veya vergi usul kanununda yer alan diğer belgeleri düzenleme gibi yükümlülükleri de bulunmaktadır. Bu yükümlülükler 213 sayılı vergi usul kanununda ayrıntılarıyla yer almaktadır. Konumuz özelinde değerlendirecek olursak, mükellef satılan emtia veya yapılan iş karşılığında ilgili kanunda ayrıntılı tanımı yapılan fatura düzenlemek zorundadır.

213 sayılı vergi usul kanununun 229.maddesine göre fatura, satılan emtia veya yapılan iş karşılığında müşterinin borçlandığı meblağı göstermek üzere emtiayı satan veya işi yapan tüccar tarafından müşteriye verilen ticari vesika olarak tanımlanmıştır.

Mezkur Kanunun 231. maddesinin (5) numaralı bendinde ise faturanın, malın teslimi veya hizmetin yapıldığı tarihten itibaren azami yedi gün içinde düzenleneceği, bu süre içerisinde düzenlenmeyen faturaların hiç düzenlenmemiş sayılacağı, 232. maddesinde; birinci ve ikinci sınıf tüccarlar, kazancı basit usulde tespit edilenlerle defter tutmak mecburiyetinde olan çiftçilerin sattıkları emtia veya yaptıkları işler için fatura vermek, satın aldıkları emtia ve hizmetler için de fatura istemek ve almak zorunda oldukları hükmüne yer verilmiştir.

Aynı Kanunun 234. maddesi uyarınca, birinci ve ikinci sınıf tüccarlar, kazancı basit usulde tespit edilenlerle defter tutmak mecburiyetinde olan serbest meslek erbabı ve çiftçilerin vergiden muaf esnafa yaptırdıkları işler veya onlardan satın aldıkları emtia için tanzim edip işi yapana veya emtiayı satana imza ettirecekleri gider pusulası vergiden muaf esnaf tarafından verilmiş fatura hükmündedir.

İlgili mevzuat hükümlerinden de anlaşılacağı üzere sosyal medya üzerinden reklam yapanların mükellef olması durumunda sosyal medya üzerinden reklam verilmesini isteyen kişi yada kurumlara yedi gün içerisinde fatura düzenlemesi, sosyal medya üzerinden reklam yapanların mükellef olmaması durumundaysa reklam verilmesini isteyen kişi yada kurumlar tarafından bu kişilere gider pusulası düzenlenmesi gerekmektedir.

3- SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN YAPILAN REKLAMLARIN KATMA DEĞER VERGİSİ YÖNÜNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

3065 sayılı Katma Değer Vergisi (KDV) Kanununun;1/1 maddesinde, *“ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetlerin KDV’ye tabi olduğu, maddenin ikinci fıkrasında ise ticari, sınai, zirai faaliyet ile serbest meslek faaliyetinin devamlılığı, kapsamı ve niteliğinin Gelir Vergisi Kanunu hükümlerine göre; Gelir Vergisi Kanununda açıklık bulunmadığı hallerde, Türk Ticaret Kanunu ve diğer ilgili mevzuat hükümlerine göre tayin ve tespit edileceği,”* hükmü yer almaktadır.

İlgili hükümden de anlaşılacağı üzere sosyal medya üzerinden reklam yaparak bunun karşılığında bir menfaat elde eden kişinin diğer şartları

da taşınması durumunda gelir vergisi mükellefi olacağını ve ticari kazanç hükümlerine göre vergilendirileceği hususunu belirtmiştik. Ticari kazanç elde eden mükelleflere ise 3065 sayılı katma değer vergisi kanununun 1. maddesinde belirtildiği üzere ticari faaliyeti sebebiyle yapılan hizmetlerin katma değer vergisinin konusuna gireceği aşikardır.

Bahsi geçen sosyal medya üzerinden reklam yapanların mükellefiyetinin bulunmaması durumunda ise 3065 sayılı kanunun 9. maddesi devreye girmektedir. Buna göre “*mükellefin Türkiye içinde ikametgahının, işyerinin, kanuni merkezi ve iş merkezinin bulunmaması hallerinde ve gerekli görülen diğer hallerde Maliye Bakanlığı'nın vergi alacağını emniyet altına alınması amacıyla, vergiye tabi işlemlere taraf olanları verginin ödenmesinden sorumlu tutabileceği*” hükmü yer almaktadır.

Hükümden açıkça anlaşılacağı üzere sosyal medya üzerinden reklam yapan kişilerin mükellef olmaması durumunda reklamı verenlerce 3065 sayılı kanunun 9. Maddesi gereği sorumlu sıfatıyla katma değer vergisi tevkifatı yapacağı anlaşılmaktadır.

Ayrıca, reklam verme işlemlerinde KDV uygulamasına yönelik açıklamalara KDV Genel Uygulama Tebliğinin (I-C/2.1.2.4.) bölümünde yer verilmiştir. Bu hükümler gereğince, sosyal ağlar üzerinden reklam hizmetleri yapanların bu faaliyetlerinin, Gelir Vergisi Kanunu yönünden ticari faaliyet kapsamında değerlendirilmesi ve mükellefiyet tesis ettirilmesi halinde Kanunun 1/1 inci maddesi gereğince KDV ye tabi tutulacaktır. Kişilerce verilen söz konusu reklam hizmetlerinin ticari faaliyet kapsamında değerlendirilmemesi durumunda, KDV, Kanunun 9. maddesinin verdiği yetkiye dayanılarak Genel Uygulama Tebliğinin (I-C/2.1.2.4.) bölümü gereğince reklamı verenler tarafından sorumlu sıfatıyla beyan edilecektir.

SONUÇ

Sosyal medya kullanımı hızla yayılmaktadır. Bu kullanımın artması beraberinde yeni vergisel sorunlarda getirmiştir. Bunlardan en önemlisi sosyal medya üzerinden yapılan reklamların vergilendirilmesi sorunudur. Çalışmamızda ilgili mevzuat hükümleriyle açıklandığı üzere sosyal medya üzerinden reklam yapan ve bunun karşılığında bir menfaat elde eden kişiler gelir vergisi mükellefi olmaktadır. Bu sebeple mükellefiyet tesis edip, mükellef olmanın vermiş olduğu hak ve yükümlülüklerden yararlanılmalıdır. Özellikle sosyal medyada yapılan reklam faaliyetleri sonucu elde edilen gelirler belirli

şartların taşınması şartıyla ticari kazanç olarak vergilendirilmelidir. Ayrıca mükellef olmanın gerektirdiği haklardan yararlanılabileceği gibi, vergi usul kanununda ve diğer kanunlarda yer alan yükümlülüklerinde yerine getirilmesi gerekmektedir. Fatura düzenleme, yasal defterlere kayıt etme vb. sorumlulukları bulunmaktadır. Bununla birlikte 3065 sayılı katma değer vergisi kanunu gereği sosyal medyada yapılan reklam sebebiyle elde edilen menfaatler içinde katma değer vergisi uygulanacağı ilgili kanun maddesinden anlaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı (16.03.2016)

B.07.1.GİB.4.34.19.02-105[229-2012/VUK-1- . . .]—23474 sayılı muktezası.

İstanbul: İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı

Maliye Bakanlığı (26.04.2014). *1 No'lu Katma Değer Vergisi Genel Uygulama Tebliği* Ankara: Resmi Gazete (28983 sayılı)

T.C. Yasalar (02.11.1984). *3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu* Ankara: Resmi Gazete (18563 sayılı)

T.C. Yasalar (06.01.1961). *193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu* Ankara: Resmi Gazete (10700 sayılı)

T.C. Yasalar (10.01.1961). *213 sayılı Vergi Usul Kanunu* Ankara: Resmi Gazete (10703 sayılı)