

YURT DIŞI İNTERNET SİTELERİNDE REKLAM YAYINLAMA HİZMETİ VEREN FİRMALARA YAPILAN ÖDEMELERİN ANALİZİ

Ertan AYDOĞAN*

ÖZ

Yurtdışında markasının bilinirliğini arttırmak isteyen veya yeni müşterilere ulaşmak isteyen firmalar için farklı dil seçeneklerinde aynı anda birden çok ülkede reklam kampanyası düzenlenebilmektedir. Teknolojik imkânlardan yararlanarak internet ortamında reklam vermek isteyenlere bu hizmeti sunan veya buna aracılık eden yurtdışı mukim firmalar bulunmaktadır. Belirtilen firmalara hizmetleri karşılığında verilen ücretlerin vergilendirme unsurları ile yurtdışı internet sitelerinde reklam yayınlama hususu yazımız kapsamında ele alınacaktır.

Anahtar Sözcükler: Reklam, İnternet Sitesi, Pazarlama, Fatura.

1. GİRİŐ

Hedeflenen müşteriye bilgilendirmek ve alışı teşvik etmek için, mesaj vericinin çeşitli reklam araçlarını gereken bedel karşılığında kullanması olarak tanımlanan reklam, etkili bir satış teşviki aracıdır. Gerek ulusal gerekse uluslararası alanda uygulanan reklam faaliyetleri, satış gerçekleştirme amacındaki üreticiler açısından vazgeçilmesi mümkün olmayan satış unsurları arasında yer alır.

Yurtiçi ve yurtdışı kurumsal ve/veya bireysel müşterilerine web sitesi üzerinden internet ortamında mal ve hizmet satışı faaliyeti gerçekleştiren firmalar için yurt dışında mukim internet sitelerinden, yurt dışında yayınlanmak üzere internet ortamında reklam verilmesi, son yıllarda cazip hale gelmiş bir uygulamadır. Söz konusu reklam hizmetine ilişkin olarak düzenlenen faturalarda genellikle reklam verilen ilgili ülke detayı ile birlikte ücretlendirme gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda yurt dışı mukim firmalara yapılacak ödemeler üzerinden vergi kesintisi yapıp yapılmayacağı hakkında yazımız içerisinde bilgi verilecektir.

* Vergi MüfettiŐi

2. YURTDIŞI İNTERNET SİTELERİNDE REKLAM YAYINLATMA

Reklam, üretmiş oldukları ürün veya hizmetin potansiyel müşteri grubuna duyurulması, mevcut pazarda rakip ürün veya hizmetin çokluğu yüzünden tüketicinin, o işletmenin ürettiği ürün ve hizmetleri tercih etmesi için ikna edilmesi, ürüne olan ihtiyacın, talebin canlı tutulması açısından vazgeçilmez bir konumdadır. Yerel faaliyetlerin yanı sıra, günümüzde global markaların belli ülkeler için hazırladıkları ve sadece o ülkeye özgü motiflerin, özelliklerin kullandığı ve bu sayede reklamı yapılan ürünün söz konusu pazarlarda konumlandırılmaya çalışılan reklam çeşitleri de bulunmaktadır. Global reklam kampanyalarında tüm dünya benzer özelliklere sahip tek bir pazarmış gibi ele alınır ve ürün, hizmet ya da markaya ait özellikler tüm pazarlarda aynı şekilde ortaya konmaktadır.

Ulusal pazarlamada olduğu gibi, uluslararası pazarlamada da reklam etkin bir satışı teşvik aracıdır. Uluslararası pazarlamada tutundurma kavramlarından bir tanesi olan uluslararası reklamcılık, değişik ülkelerde ve kültürlerde aynı ürünü tutundurmak için tasarlanan reklamdır. İşletmeler yabancı bir ülkeden yeni pazara açıldıklarında, o pazardaki durumlarına uygun olan reklam politikasını uygularlar. Girilecek yabancı pazarda yeni ve henüz rakibi olmayan mal ya da hizmet sunulduğunda genelde öncü reklam politikası kullanılır. Bu tarz reklamın esas amacı, muhtemel dış pazarlardaki tüketicilere ve aracı işletmelere malın varlığını haber vermek ve onlarda mala karşı bir ilgi yaratmaktır.

Ulusal alanda olduğu gibi, uluslararası alanda reklam vermek isteyenler, teknolojik imkânlardan yararlanmakta ve internet siteleri üzerinden reklam vererek, en uzak mecralara kadar erişim sağlayabilmektedirler. Uluslararası internet reklamcılığı, internet üzerinde yapılan ürün/hizmet reklamlarıdır ve online pazarlama içerisinde yer alır. Geleneksel medya araçlarından, zaman içerisinde bilginin sınırsız iletimi ve transferi, sınırsız miktarda bilgi kaynaklarının varlığı, hedef kesim belirlenebilme kabiliyeti gibi yönler açısından farklılıklar göstermektedir. Bu kapsamda, yurtdışında reklam çalışması için web sitesinden fiziksel operasyona, telefonlara cevap verecek personele, hizmeti yürütecek ekibe kadar birçok şey doğru bir şekilde yapılmalı ve planlanmalıdır. Reklamlar için doğru web sitesi, uygun ve orijinal dil ve ikna ediciliği çok önemlidir. Web siteleri reklam verenler açısından yurtdışındaki satış elemanlarıdır.

Ayrıca uluslararası reklam kampanyalarında hedef kitlenin dikkatli bir şekilde analizi yapılarak, bu farklı tüketicinin gerek psikolojik gerekse sosyolojik tüm özelliklerinin bilinmesi ve hazırlanacak yaratıcı çalışmalarda bu özelliklerin daima göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Etkili bir pazarlama iletişimi gerçekleştirilmesinde, öncelikle hedef kitlenin ön eğilimlerinin, onu etkileyen bireysel ve grupsal faktörlerin, hedef kitleyi oluşturan bireylerin demografik özelliklerinin, hedef kitlenin satın alma karar sürecini açıklayan satın alma modellerinin iletişimciler tarafından analiz edilmesi elzemdir.

Yurtdışında verilecek reklamlara ilişkin destek ve teşvikler de bulunmaktadır. Yurtdışı reklam ve tanıtım desteği (resmi adıyla Yurtdışı Birim, Marka ve Tanıtım Desteği) Ticaret Bakanlığı tarafından verilmektedir. İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı çerçevesinde her yıl çok sayıda şirket bu teşviklerden yararlanmaktadır. Yurtdışı reklam ve tanıtım desteği kapsamında 4 yıl süresince ve istenilen sayıda ülkede yapılacak katalog bastırma, sosyal medya, dergi, gazete, televizyon reklamları ve pop-up mağazacılık harcamalarının %60'ı Ticaret Bakanlığınca şirketlere geri ödenmekte olup, tanıtım harcamalarının yıllık üst limiti 250.000 USD olarak belirlenmiştir. Hedef ve öncelikli ülkelerde tanıtım yapılacaksa veya firmaların merkezi 4., 5. veya 6. teşvik bölgesindeyse destek oranı %70'e, bu şartlardan ikisini birden sağlıyorsa destek oranı %80'e yükselmektedir. Aynı zamanda, Türkiye'de tescilli markanın yurt dışından tescil ettirilmesine ilişkin; marka/patent bürosu hizmet, danışmanlık giderleri, markanın o ülkede başka bir şirket adına tescil ettirilip ettirilmediğine ilişkin olarak yapılacak araştırma, inceleme vb. Yurt dışında tescil ettirilmiş markalarının korunmasına ilişkin avukatlık vb. giderler de desteklenmektedir.

3. YURT DIŞI İNTERNET SİTELERİNDE REKLAMYAYINLANMA HİZMETİ VEREN FİRMALARA YAPILAN ÖDEMELER

5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanununun 3 üncü maddesinin ikinci fıkrasında; Kanunun 1 inci maddesinde sayılı kurumlardan kanunî ve iş merkezlerinin her ikisi de Türkiye'de bulunmayanların, sadece Türkiye'de elde ettikleri kazançları üzerinden vergilendirileceği hükme bağlanmış, üçüncü fıkrasında ise dar mükellefiyet mevzuuna giren kurum kazancının hangi kazanç ve iratlardan oluştuğu belirtilmiştir. Anılan maddenin üçüncü fıkrasının (a) bendinde, 213 sayılı Vergi Usul Kanunu hükümlerine uygun

Türkiye’de bir işyeri olan veya daimi temsilci bulunduran yabancı kurumlar tarafından bu yerlerde veya bu temsilciler vasıtasıyla yapılan işlerden elde edilen ticari kazançların, dar mükellefiyet konusuna giren kurum kazancı olarak vergilendirileceği hükmüne yer verilmiştir.

Aynı maddenin dördüncü fıkrasında da, bu maddede belirtilen kazanç veya iratlar ile gelir unsurlarının Türkiye’de elde edilmesi ve Türkiye’de daimi temsilci bulundurulması konularında 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun ilgili hükümlerinin uygulanacağı ifade edilmiştir.

Kurumlar Vergisi Kanununun 30 uncu maddesinde ise dar mükellefiyete tâbi kurumların maddenin birinci fıkrasının bentlerinde yer alan kazanç ve iratları üzerinden, bu kazanç ve iratları avanslar da dâhil olmak üzere nakden veya hesaben ödeyen veya tahakkuk ettirenler tarafından %15 oranında kurumlar vergisi kesintisi yapılacağı öngörülmüş olup söz konusu kesinti oranları 03/02/2009 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan 2009/14593 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile belirlenmiştir.

19/12/2018 tarihli ve 30630 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 18/12/2018 tarihli ve 476 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı eki Kararın 1 inci maddesinde, Gelir Vergisi Kanununun 94 üncü maddesinin birinci fıkrasında ve Kurumlar Vergisi Kanununun 15 inci maddesinin birinci fıkrasında sayılanlara internet ortamında verilen reklam hizmetlerinin vergi kesintisi kapsamına alınmış olduğu, bu hizmetlere ilişkin olarak hizmeti verenlere veya internet ortamında reklam hizmeti verilmesine aracılık edenlere yapılan ödemelerden, ödeme yapılan kişilerin mükellef olup olmamasına bakılmaksızın vergi kesintisi yapılması gerektiği yönünde düzenleme yapılmıştır. Söz konusu Kararın 3 üncü maddesi aşağıdaki gibidir;

“MADDE 3- 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanununun 30 uncu maddesinde yer alan dar mükellefiyete tabi kurumların vergi kesintisine tabi kazanç ve iratlarından yapılacak vergi kesintisi oranları hakkındaki 12/1/2009 tarihli ve 2009/14593 sayılı Bakanlar Kurulu kararının eki Kararın 1 inci maddesinin birinci fıkrasına aşağıdaki bent eklenmiştir:

“15- Vergi Usul Kanununun 11 inci maddesinin yedinci fıkrası kapsamındaki ödemelerden;

a) İnternet ortamında verilen reklam hizmetlerine ilişkin olarak, bu hizmeti verenlere veya internet ortamında reklam hizmeti verilmesine aracılık edenlere yapılan ödemeler üzerinden %15.”

Dolayısıyla, internet ortamında verdikleri reklam hizmetlerine ilişkin olarak bu hizmeti veren veya internet ortamında reklam hizmeti verilmesine aracılık eden dar mükellefiyete tabi kurumlara yapılan ödemeler üzerinden Kurumlar Vergisi Kanununun 30 uncu maddesine göre %15 oranında vergi kesintisi yapılması gerekmektedir.

Yukarıda yer verilen hüküm ve açıklamalar çerçevesinde, dar mükellefiyete tabi kurumların ticari kazançlarının Türkiye’de kurumlar vergisine tabi tutulabilmesi için Türkiye’de 213 sayılı Vergi Usul Kanunu hükümlerine uygun bir işyeri bulunması veya daimi temsilci bulundurmaları ve kazancın bu yerlerde veya bu temsilciler vasıtasıyla yapılan işlerden elde edilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla, kanuni ve iş merkezi Türkiye’de bulunmayan kurumların;

- Yurt dışında elde ettikleri ticari kazançları Türkiye’de kurumlar vergisine tabi olmadığından ve

- Sözleşme de dahil olmak üzere hizmete ilişkin süreçlerin Türkiye’deki işyerinde veya daimi temsilcisi vasıtasıyla yürütülmemesi kaydıyla yurt dışında yayınlanmak üzere vermiş oldukları internet ortamında reklam hizmetleri Türkiye’deki işyerinde veya daimi temsilcisi vasıtasıyla yapılan işler olarak değerlendirilemeyeceğinden,

Yurtdışındaki müşterilere yönelik olarak yurt dışında yayınlanan internet ortamında reklam hizmetlerine ilişkin olarak yurtdışı mukim aracı kurumlara yapılacak ödemelerden 476 sayılı Karar kapsamında vergi kesintisi yapılmasına gerek bulunmamaktadır.

Ancak 07.12.2019 tarih ve 30971 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 7194 sayılı Dijital Hizmet Vergisi İle Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanunun 3’üncü maddesinin ikinci fıkrasına göre mükellefin Türkiye içinde ikametgâhının, iş yerinin, kanuni ve iş merkezlerinin bulunmaması hâlleri ile gerekli görülen diğer hâllerde Hazine ve Maliye Bakanlığının, vergi alacağına emniyet altına alınması amacıyla vergiye tabi işlemlere taraf olanlar ile işleme ve ödemeye aracılık edenleri verginin ödenmesinden sorumlu tutabileceği hüküm altına alınmıştır.

Anılan Kanun ile dijital hizmet vergisi getirilerek, Türkiye’de hizmet veren dijital hizmet sağlayıcıların/firmaların aşağıdaki hizmetleri için % 7,5 vergi ödemesi gerektiğine hükmedilmiştir;

a) Dijital ortamda sunulan her türlü reklam hizmetleri (reklam kontrol ve performans ölçüm hizmetleri, kullanıcılarla ilgili veri iletimi ve yönetimi gibi hizmetler ile reklamın sunulmasına ilişkin teknik hizmetler dâhil)

b) Sesli, görsel veya dijital herhangi bir içeriğin (bilgisayar programları, uygulamalar, müzik, video, oyunlar, oyun içi uygulamalar ve benzerleri dâhil) dijital ortamda satışı ile bu içeriklerin dijital ortamda dinlenmesine, izlenmesine, oynanmasına veya elektronik cihazlara kaydedilmesine veya bu cihazlarda kullanılmasına yönelik dijital ortamda sunulan hizmetler

c) Kullanıcıların birbirleriyle etkileşime geçebilecekleri dijital ortamların sağlanması ve işletilmesi hizmetleri (kullanıcılar arasında bir mal veya hizmetin satılmasına veya satılmasının kolaylaştırılmasına yönelik sunulan hizmetler dâhil)

Ayrıca yukarıda sayılan hizmetlere yönelik dijital ortamda dijital hizmet sağlayıcıları tarafından verilen aracılık hizmetlerinden elde edilen hasılat da dijital hizmet vergisine tabidir.

4. SONUÇ

Yurtiçi ve yurtdışı kurumsal ve/veya bireysel müşterilerine web sitesi üzerinden internet ortamında mal ve hizmet satışı faaliyeti gerçekleştiren firmalar için yurt dışında mukim internet sitelerinden, yurt dışında yayınlanmak üzere internet ortamında reklam verilmesi ve bu hizmet karşılığında ödenen ücretten vergi kesintisi yapıp/yapılmaması makalemiz kapsamında incelenmiştir.

Bu açıdan, kanuni ve iş merkezi Türkiye’de bulunmayan kurumların, yurt dışında elde ettikleri ticari kazançları Türkiye’de kurumlar vergisine tabi olmadığından ve sözleşme de dâhil olmak üzere hizmete ilişkin süreçlerin Türkiye’deki işyerinde veya daimi temsilcisi vasıtasıyla yürütülmemesi kaydıyla yurt dışında yayınlanmak üzere vermiş oldukları internet ortamında reklam hizmetleri Türkiye’deki işyerinde veya daimi temsilcisi vasıtasıyla yapılan işler olarak değerlendirilemeyeceğinden, yurtdışındaki müşterilere yönelik olarak yurt dışında yayınlanan internet ortamında reklam hizmetlerine ilişkin olarak yurtdışı mukim aracı kurumlara yapılacak ödemelerden vergi kesintisi yapılmaması gerekmekte olup, buna karşın, 7194 sayılı Kanunun 3’üncü maddesinin ikinci fıkrasına göre, mükellefin Türkiye içinde ikametgâhının, iş yerinin, kanuni ve iş merkezlerinin bulunmaması hâlleri ile gerekli görülen diğer hâllerde Hazine ve Maliye Bakanlığının, vergi alacağıının

emniyet altına alınması amacıyla vergiye tabi işlemlere taraf olanlar ile işleme ve ödemeye aracılık edenleri verginin ödenmesinden sorumlu tutabileceği hüküm altına alınmıştır.

KAYNAKÇA

Cumhurbaşkanlığı (19.12.2018) 476 sayılı *Cumhurbaşkanı Kararı*.

Ankara : Resmi Gazete (30630 sayılı)

T.C. Yasalar (21.06.2006). 5520 sayılı *Kurumlar Vergisi Kanunu*. Ankara : Resmi Gazete (26205 sayılı)