



VERGİ PUSULASI

4.yıl

Maliye Denetim Elemanları Derneği
3 Aylık Yayını

VERGİ PUSULASI

Sayı 1

Tarih Temmuz/2022

Sahibi Maliye Denetim Elemanları Derneği Adına Dernek Başkanı
Halit İslam EKMEN

Genel Yayın Yönetmeni Naciye TAŞKESEN

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü Ufuk KAYNAR

Dış İlişkiler Koordinatörü Mehmet Nazmi TOR

ve Reklam Sorumlusu

Yayın Kurulu Şenay OTO

Ayfer KAYACAN

Funda ŞAHİN

Fırat DEMİR

Hüseyin PEKMEZCİLER

Sinan UYGUR

Adem YALÇIN

Rıdvan ÖNDER

Nasuh ERDÖNMEZ

Ankara Temsilcisi Behiç BARIŞIK

İzmir Temsilcisi Kazım ATİK

Makale Göndermek İçin yayin@mded.org

Dizgi ve Görsel Tasarım Bi'Motion Media

Yayın Satış Ve Yazışma Adresi Finanskent Mah. Finans Cad. Sarphan Finans Merkezi
Sitesi B Blok No:5/B No:333 Ümraniye/İstanbul
(212) 909 13 10 yayin@mded.org www.mded.org

Baskı Cilt Besabes Matbaacılık Yayıncılık LTD. ŞTİ.

Melih Gökçek Bulvarı Eminel İş Merkezi Kat:1 No 18/80

Yenimahalle / Ankara (312) 395 09 34

Yıllık Abone Bedeli 300,00 TL (KDV Dahil)

- Dergimiz 3 AYLIK DERGİ olup, gönderilen makaleler en az 1 tanesi 10 yıl ve üzeri mesleki kıdeme sahip olan 2 okuma komisyonu üyesi tarafından okunmaktadır.
- Okuma komisyonu tarafından uygun görülen makaleler yayın kurulu kararı ile yayımlanmaktadır. Yazım ve yayın kuralları derginin son sayfasında yer almaktadır.
- Vergi Pusulası Dergisinde yer alan yazı, tablo, şekil veya resimlerin telif hakkı Maliye Denetim Elemanları Derneğine aittir. Bir bölümü veya tamamı Dernek Yönetim Kurulu yazılı izni olmaksızın kopyalanamaz ya da basılamaz yazılardan alıntı yapıldığında kaynağın belirtilmesi gerekmektedir.
- Vergi Pusulası Dergisinde yayımlanan yazıların bilimsel ve etik sorumluluğu yazarlara aittir. Bu yazılar Hazine ve Maliye Bakanlığı'nun veya Vergi Denetim Kurulu'nun görüşü olarak değerlendirilemez

Yazı Danışma Kurulu

ADI - SOYADI	UNVANI	GÖREV YERİ
Naciye TAŞKESEN	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Adile ECEMİŞ GÜLEÇ	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Çiğdem GÜNEŞ AŞIK	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Mikail OKYAY	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Hasan AYZİT	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Fırat DEMİR	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Bayram MAVİ	Hazine ve Maliye Müfettişi	Teftiş Başkanlığı
Cihad ULUS	Vergi Müfettişi	Ankara Sektörel-1
Adem YALÇIN	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Hüseyin SUNGUR	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Behiç BARIŞIK	Vergi Müfettişi	Ankara Sektörel-1
Kürşat ÖZTÜRK	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Yusuf YILDIZ	E. Vergi Müfettişi	Özel Sektör
Sedat KANLI	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Salih YILMAZ	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Sinan UYGUR	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Ahmet YAVUZ	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
İkbal BAŞ	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Rıdvan ÖNDER	Vergi Müfettişi	Ankara Sektörel-1
Bilal KABASAKAL	Vergi Müfettişi	Ankara Sektörel-1
Emre SEZER	Vergi Müfettişi	Ankara Sektörel-1
Sercan KOÇ	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Mehmet SUBAŞI	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
İbrahim Eren ARSLAN	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Yusuf KARATAŞ	Vergi Müfettişi	Ankara Sektörel-1
Ferhat ATAKUL	Hazine ve Maliye Müfettişi	Teftiş Başkanlığı
Halit İslam EKMEN	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Pelin ÇOŞKUN	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Harun DOĞAN	E. Vergi Müfettişi	Özel Sektör
Uğur KÜÇÜKKAHYAOĞLU	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Kamil SIR	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Ramazan EFE	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Hasan KAYA	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Zehra DURKUN	Hazine ve Maliye Müfettişi	Teftiş Başkanlığı
Murat DÖNMEZ	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Cevdet KAPLAN	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Haluk AMİL	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1
Naci KAYAÖZÜ	Vergi Müfettişi	Ankara Sektörel-1
Sibgatullah İMAMOĞLU	Vergi Müfettişi	Ankara Sektörel-1
Alican KARABULUT	Vergi Müfettişi	Ankara Sektörel-1
Naci KAYAKÖZÜ	Vergi Müfettişi	Ankara Sektörel-1
Mehmet Nazmi TOR	Vergi Müfettişi	İstanbul Sektörel-1

ÖNSÖZ

Değerli Okurumuz,

Maliye Denetim Elemanları Derneği üyelerinin değerli katkıları ile hazırlanan Vergi Pusulası isimli süreli yayınınızın ilk sayısını okurlarımız ile buluşturmanın gururunu yaşamaktayız. Hazine ve Maliye Bakanlığının önemli ve saygın mensuplarının bünyesinde barındıran Maliye Denetim Elemanları Derneğinin misyonu merkezi denetim elemanı kültürü ile yetişen kıymetli üyelerimiz ve tüm maliye camiasını kucaklamaktır. Bu yolda atılacak en kıymetli adımın üretmek ve paylaşmak olduğunun bilinci ile dergimizin ilk sayısını siz değerli okurlarımızın dikkatine sunuyoruz.

On makaleden oluşan dergimizin ilk sayısında tüm okurlarımız için faydalı olacağını düşündüğümüz soru-cevap, yargı kararları, güncel özelge bülteni, güncel mevzuat bölümlerine ve pratik bilgilere de yer vermekteyiz. Tamamı Sektörel Denetim Daire Başkanlıklarında görevli müfettişler ve akademisyenlerce hazırlanan dergimizin ilk sayısında finans sektörü, kripto paralar, ödeme sistemleri, varlık yönetim şirketleri, yeniden değerlendirme, değerli konut vergisi ve başkaca vergisel konulara ilişkin faydalı bilgiler yer almaktadır.

Dergimizin ilk sayısında emeği geçen tüm yazarlarımız, yazı danışma kurulu üyelerimiz ve kıymetli okurlarımıza teşekkür ederiz. Faydalı olması dileğiyle...

Vergi Pusulası Dergisi
Yayın Kurulu

MÜŞTERİ SADAKAT PROGRAMI ÇERÇEVESİNDE PUAN SİSTEMİNİN VERGİSEL AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Hasan KAYA

Vergi Müfettişi

ORCID Numarası: 0000-0002-8884-6849

ÖZET

Küreselleşme ile beraber piyasalarda yer alan firmalar arasında rekabet de artmaktadır. Firmalar var olan müşterilerini kaybetmemek, yeni müşteriler kazanmak, karlılığını arttırmak gibi amaçlarla müşteri sadakat programları oluşturmaktadırlar. Bu programların en yaygın olarak kullanılanı ise sadakat kartlarıdır. İşbu makalemizde ilk olarak firmanın kendi içinde oluşturduğu sadakat programlarının ve daha sonra bir firmanın önderliğinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmalar arasında oluşturulan sadakat programlarının örnek olaylarla ve muhasebe kayıtları ile birlikte Vergi Usul Kanunu ile Kurumlar ve Katma Değer Vergileri karşısındaki durumu incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Sadakat Kartları, Hediye Puan, Promosyon

1. GİRİŞ

Küreselleşme yani uluslararası bütünleşme ile beraber ulusal ve uluslararası piyasalarda yer alan sektörler arasındaki rekabet giderek artmaktadır. Rekabet ortamının getirdiği risklerden kurtulmak isteyen firmalar, işletmeleri bünyesinde var olan müşterilerini korumak, daha fazla tüketici grubunun dikkatini çekmek, karlılığını arttırabilmek gibi nedenlerle yeni pazarlama stratejileri geliştirmeye başlamaktadırlar.

İşletmeler öncelikle mevcut müşterilerini elde tutarak, yeni müşteriler kazanmak ve bu müşterilerin işletmeye bağlılığını yani sadakatini sağlamak durumundadır. Bu amaçla işletmeler müşteri sadakat programları oluşturmaktadırlar. Müşteri sadakat programları, işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri, pazardan daha fazla pay alabilmeleri ve buna bağlı olarak karlılıklarını arttırabilmeleri için müşteri sadakati oluşturmayı amaçlamaktadırlar.¹

Makalemizde kısaca müşteri sadakat programı ile bu program içerisinde en yaygın olarak kullanılan sadakat kartlarına değinilecek olup daha sonra uygulamada ortaya çıkan farklı kart – puan sistemlerinin örnek olaylarla ve muhasebe kayıtları ile birlikte Vergi Usul Kanunu ile Kurumlar ve Katma Değer Vergileri karşısındaki durumu incelenecektir.

2. MÜŞTERİ SADAKAT PROGRAMLARI VE SADAKAT KARTLARI

Sadakat kelimesi Türk Dil Kurumu Sözlüğünde “içten bağlılık” olarak tanımlanmıştır. Bu tanımdan hareketle müşteri sadakatini müşterinin işletmeye olan bağlılığı olarak ifade edebiliriz. İşletmeler artan rekabet ortamında yeni müşteriler kazanmak, eski müşterileri korumak, pazar payını genişleterek karlılığı arttırmak gibi amaçlarla çok çeşitli müşteri sadakat programları geliştirebilmektedirler. Müşteri sadakat programları, müşterilerin malları ya da hizmetleri satın almalarını teşvik etmek amacıyla kullanılırlar. Kuşkusuz tüm çalışmaların temel nedeni sadık müşteriler hakkında bilgi toplayarak onları elde tutmak ve onlara daha fazla ve sık satış yapmaktır.

İşletmelerin bu yoğun rekabet ortamında yeni müşteri kazanmak, var olan müşterilerini sadık hale getirebilmek için uyguladıkları müşteri sadakat programlarından en yaygın olarak kullandıkları müşteri mağaza kartı uygulamasıdır.² Sadakat (mağaza) kartları işletmeye iki tür bilgi sağlar: satış kayıtları ve müşteri profili. Kartlar, hangi üründen ne miktarda satın alındığı, ne zaman satın alındığı gibi verilerin yanı sıra müşterilerin yaşama tarzları ve harcama alışkanlıkları hakkında da çeşitli veriler sunar. Başka bir deyişle, bu kartlar mağazada gerçekleşen satışları, müşteri bazında analiz etmeye olanak sağlamada ve

1 Doç. Dr. Raif PARLAKKAYA, “Müşteri Sadakat Programları ve Muhasebe Uygulamaları”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi, Sayı: 1 – 2, 2009, s. 456.

2 Ali Çağlar ÇAKMAK, Zeynep ÜSTER, “Mağaza Kartlarının Müşteri Sadakatine Etkisi: Kastamonu Şehir Merkezinde Bir Araştırma”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 2, 2013, s.2.

her bir tüketicinin satın alma alışkanlıklarını ve eğilimlerini belirlemede işletmeye önemli veriler sağlar. Bu bilgiler sayesinde işletmeci, müşterisini birebir tanıyabilme olanağını elde etmekte ve müşterilerinin bireysel gereksinimlerine karşılık verecek şekilde ürün ve hizmetler sunabilmektedir. Bu kabiliyet işletmeye, müşteri memnuniyeti şeklinde oluşan tutumun, müşteri sadakati şeklinde davranışa dönüştürebilmesini sağlamaktadır.³

Sadakat kartlarında müşteriler farklı şekilde ödüllendirilebilir. Müşteri sadakat programı kapsamında, sadakat kartı sahipleri müşterilere yaptıkları alışveriş karşılığında hediye puan (gelecekte bedelsiz veya iskontolu mal veya hizmet alımında kullanılmak üzere) verilebileceği gibi alışveriş esnasında nakit indirim ya da üçüncü kişilerden yararlanılabilecek özel indirimler verilebilir. İşbu yazımızda sadakat kart sahipleri müşterilerin yaptıkları alışveriş karşılığında kazandıkları puanları, gelecekte, aynı işletme içerisinde veya farklı işletmelerde de geçerli olmak üzere, bedelsiz veya iskontolu mal veya hizmet alımında kullandıkları puan sistemi, ayrı ayrı örnek uygulamalar ile değerlendirilerek Vergi Usul Kanunu ile Kurumlar ve Katma Değer Vergileri karşısındaki durumları açıklanacaktır.

3. MÜŞTERİ SADAKAT KARTLARININ TÜRLERİ

3.1. Kapsam

Müşteri sadakat programları kapsamında oluşturulan sadakat kartları işletmelerin

pazarlama politikası kapsamında çok farklı türlerde ortaya çıkabilmektedir. Her işletme farklı pazarlama politikası geliştirerek mal veya hizmetlerine olan talebi arttırmak, var olan müşterilerini ürüne ya da markaya daha sadık hale getirebilmek için çeşitli kampanyalar düzenlemektedirler. Oluşturulan kampanyalar ile müşteriler, alışverişlerinde sadakat kartlarını kullanarak aynı mağaza içinde veya farklı mağazalarda indirimli ya da bedelsiz alışveriş yapma imkanı imkânı tanıyan puanlar kazanmaktadır. Birçok farklı stratejiyle oluşturulan müşteri sadakat programları içerisinde uygulamada genellikle dört tip puan kullanma şekli kullanılmaktadır.⁴

a. Hediye puanlar aynı mağazada indirimli mal veya hizmet alımı sağlamak şeklinde olabilir.

b. Hediye puan sahipleri, puanlarını, indirimli mal veya hizmetler için aynı zincir içindeki mağazalarda kullanılabilir.

c. Bir işletmeden yapılan alışveriş bir başka işletmeden indirimli veya bedava olarak mal ya da hizmet alımına ilişkin puan sağlayabilir.

d. Mal veya hizmetlerin türü nedeniyle verilen hediyeler üçüncü taraf organizasyonlarca sağlanabilir.

Makalemizin bundan sonraki bölümlerinde hediye puanların, aynı mağaza içerisinde veya farklı işletmelerden mal veya hizmet alımında kullanılabildiği, programların yurtdışı mukimi firma tarafından organize edildiği müşteri sadakat programları, örnek uygulamalar ile açıklanmaya çalışılacak ve uygulamaların muhasebe kayıtları

³ Doç. Dr. Fatma Demirci ÖREL, “Müşteriyi Nasıl Sadık Kılırsınız?”, Bizim Market Dergisi, Temmuz 2007, s.1.

⁴ PARLAKKAYA, s.457.

ile birlikte Vergi Usul Kanunu ile Kurumlar ve Katma Değer Vergileri karşısındaki durumu açıklanacaktır.

3.2. Hediye Puanların Aynı Mağazada Kullanılması

Aşağıda yer alan örnek olayda hazır giyim perakendecisi firma daha önceki bölümlerde belirtilen iktisadi amaçlar doğrultusunda müşteri sadakat programı oluşturmuştur. Programdan yararlanmanın tek şartı firma mağazalarında ücretsiz olarak temin edilebilecek "PuanKart" manyetik kartına sahip olmaktır. Söz konusu kart alışverişten önce sisteme tanıtılacak ve yapılan alışverişe göre hediye puanlar karta yüklenecektir.

Örnek 1. Yurtiçinde mukim bir hazır giyim perakendecisi, müşteri sadakat programı oluşturmuştur. Bu program kapsamında müşteriler yaptıkları alışveriş karşılığında hediye puanlar kazanacak, kazandıkları puanları gelecekte yapacakları alışverişlerde kullanabileceklerdir. Kampanya kapsamında

esasları aşağıda belirtilmiştir. (İşletme bilanço usulüne göre defter tutmaktadır.)

1. Müşteriler söz konusu kampanyadan yararlanmak için "PuanKart" manyetik kartlarını firmaya ait satış mağazalarından bedelsiz olarak temin edebileceklerdir.

2. Müşterilerin kampanya kapsamında yaptıkları alışverişin satış bedeli üzerinden (KDV Hariç) % 1 'i müşteriye ait manyetik karta puan olarak yansıyacaktır.

3. 1 Puan = 1 TL değerinde olacaktır.

4. Kazanılan puanların kullanılmasına dair herhangi bir süre öngörülmemiştir. Ayrıca puanların kullanılması için herhangi bir şart belirlenmemiştir.

Örnek İşlem ve Muhasebe Kayıtları

- Müşteri 07.08.2021 tarihinde KDV hariç 2.000,00 TL değerinde alışveriş yapmıştır. Söz konusu alışverişte hediye puan kullanılmamıştır. (Firma satışlarını %25 karlılık ile gerçekleştirmektedir.)

- Satış Kaydı -	07.08.2021
100. Kasa	2.160,00 TL
600. Yurtiçi Satışlar	2.000,00 TL
391. Hesaplanan KDV	160,00 TL
- Maliyet Kaydı -	
621. Satılan Ticari Mallar Maliyeti	1600,00 TL
153. Ticari Mallar	1600,00 TL

müşteriler biriktirdikleri puanlar ile gelecekte indirimli veya puanları yetmesi durumunda bedelsiz alışveriş yapabileceklerdir. Söz konusu firma tarafından oluşturulan sistemin uygulama

- Aynı müşteri 09.10.2021 tarihinde KDV hariç 500,00 TL değerinde alışveriş yapmıştır. Söz konusu bedelin 5,00 TL'lik kısmı daha önce kazanılan puanlardan karşılanmıştır.

Muhasebe Kayıtları

- 07.08.2021 Tarihinde Yapılması Gereken Kayıtlar:

Vergi Usul Kanununun 229'uncu maddesine göre hazır giyim perakendecisi firmanın, yapılan satış tutarı 2021 yılı için belirlenen fatura düzenleme sınırını (1.500,00 TL) aştığı için, fatura düzenlemesi gerekmektedir.

Kurumlar Vergisi Kanununun 6'ncı maddesinde; kurumlar vergisinin, mükelleflerin bir hesap dönemi içerisinde elde ettikleri safi kurum kazancı üzerinden hesaplanacağı, safi kurum kazancının tespitinde Gelir Vergisi Kanununun ticari kazanç hakkındaki hükümlerinin uygulanacağı hüküm altına alınmıştır. Gelir Vergisi Kanununun 37'nci maddesinde ise her türlü ticari ve sınai faaliyetten doğan kazançlar ticari kazanç olduğu belirtilmiştir. Ticari kazancın tespiti ise GVK'nın 38'inci maddesine açıklanmıştır. Söz konusu madde de *"Bilanço esasına göre ticari kazanç, teşebbüsteki öz sermayenin hesap dönemi sonunda ve başındaki değerleri arasındaki müspet farktır. Bu dönem zarfında sahip veya sahiplerce: 1. İşletmeye ilave olunan değerler bu farktan indirilir; 2. İşletmeden çekilen değerler ise farka ilave olunur."* açıklaması yapılmıştır. 37 ve 38'inci maddeler birlikte değerlendirildiğinde satıştan oluşan hasılat, işletmenin öz sermayesini arttıran bir unsur olduğu için kurum kazancına ilave edilmesi gerekmektedir.

Yapılan satış işlemi Katma Değer Vergisi Kanunu açısından değerlendirildiğinde, Kanununun 1'inci maddesinde Türkiye'de yapılan ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetler KDV'nin konusunu teşkil eden işlemler arasında

sayılmıştır. Kanununun 2'nci maddesinde teslim, bir mal üzerindeki tasarruf hakkının malik veya onun adına hareket edenlerce, alıcıya veya adına hareket edenlere devredilmesi olarak tanımlanmıştır. Yine Kanununun 8'inci maddesinde mal teslimi durumunda teslimi yapanlar mükellef olarak belirlenmiştir. Ayrıca Kanununun 10'uncu maddesinde vergiyi doğuran olay teslimin gerçekleşmesi anına bağlanmış, malın tesliminden önce fatura düzenlenmesi durumunda faturada gösterilen miktarla sınırlı olmak üzere faturanın düzenlenmesi anında verginin doğacağı hüküm altına alınmıştır. Kanununun 20'nci maddesinde ise teslim ve hizmet işlemlerinde matrahın, bu işlemlerin karşılığını teşkil eden bedel olduğu hüküm altına alınmıştır. Söz konusu madde hükümleri dikkate alındığında mükellef kurumun yapmış olduğu teslim KDV'nin konusuna girmektedir. Dolayısıyla yapılan teslim bedeli üzerinden KDV hesaplanması gerekmektedir.

Yukarıda yer verilen muhasebe kayıtlarında müşteriye kazandırılan puanlar hasılatın bir unsuru olarak kazandırıldığı aşamada dikkate alınmamıştır. Bunun nedeni şirket tarafından kazandırılan puanların hangi dönemde kullanılacağı dolayısıyla hasılatı azaltıcı bir unsur olarak hangi dönemde dikkate alınacağına belli olmamasıdır. Kurumlar vergisinin hesaplanacağı matrah ilgili bulunduğu hesap döneminin sonuçlarına göre hesaplanacaktır. Dolayısıyla puan kazandırılan işlemlerde kazandırılan puan karşılığı TL'nin kazanç üzerinde henüz etkisi oluşmadığından hasılatı azaltıcı bir unsur olarak dikkate alınmaması hususu değerlendirilmekle birlikte ilgili firma isterse kazandırdığı puanları nazım hesaplarda veya VUK'un 283'üncü

maddesinde belirtilen 'aktif geçici hesaplar' da takip edebilecektir.

- 09.10.2021 Tarihinde Yapılması Gereken Kayıtlar:

kapsamında kullandığı puanlar işletmenin ticari faaliyeti ile ilgili düzenlediği pazarlama politikasından doğması nedeniyle kurum kazancından indirilebilecektir.

- Satış Kaydı –	09.10.2021
100. Kasa	535,00 TL
760. Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri	5,00 TL
600. Yurtiçi Satışlar	500,00 TL
391. Hesaplanan KDV	40,00 TL
- Maliyet Kaydı -	
621. Satılan Ticari Mallar Maliyeti	400,00 TL
153. Ticari Mallar	400,00 TL

Hazır giyim perakendecisi firmanın emtia satışına ilişkin düzenleyeceği belgeler için bir önceki bölümde yer alan açıklamalar geçerli olacaktır. Ancak satış bedelinin VUK'un 232'nci maddesinin son fıkrasında belirtilen fatura düzenleme sınırını aşmaması nedeniyle müşterinin de talep etmemesi halinde fatura yerine perakende satış fişi düzenlenmesi yeterli olacaktır..

Hazır giyim perakendecisi firmanın kurum kazancının tespitinde hasılat ile ilgili bir önceki bölümde yer alan açıklamalar geçerli olacaktır. Ayrıca işletmede satılan malın maliyetinin yanı sıra kullanılan puan karşılığı TL kadar bir pazarlama gideri ortaya çıkacaktır. GVK'nın 40'ıncı maddesinin 1'inci fıkrasının birinci bendinde safi kazancın tespiti için oluşan hasılatın ticari kazancın elde edilmesi ve idame ettirilmesi için yapılan genel giderlerin indirileceği hüküm altına alınmıştır. Bu çerçevede hazır giyim perakendecisi firmanın kampanya

Katma Değer Vergisi açısından bir önceki bölümde yer alan açıklamalar dikkate alındığında yapılan işlem için KDV hesaplanması gerekmektedir. Ancak KDV matrahı belirlenirken işletmenin ödeme aracı olarak kullandığı puanların matrahın tespitinde dikkate alınıp alınmayacağı, yapılan işlemin iskonto olarak matrahtan indirilip indirilmeyeceği önem arz etmektedir.

KDV Kanununun 25'inci maddesinin 1'inci fıkrasının a bendinde iskontoların matrahtan indirilebilmesi için fatura ve benzeri vesikalarda ayrıca gösterilmesi ve ticari teamüllere uygun miktarda olması gerektiği hüküm altına alınmıştır. Ayrıca Katma Değer Vergisi Genel Uygulama Tebliğinin "6. Matraha Dahil Olmayan Unsurlar" başlığı altında yapılan açıklama ile "faturanın düzenlenmesini gerekli kılan mal teslimi veya hizmet ifasına bağlı olarak yapılan iskonto, aynı faturada yer alması ve ticari teamüllere uygun miktarda olması şartlarına bağlı olarak KDV matrahına dahil edilmez" hükmü yer almaktadır. Söz konusu kanun ve

tebliğ hükümleri dikkate alındığında müşteriye kullandırılan puanlar esasen daha önceki alışverişleri nedeniyle kendisine sağlanan bir menfaat olarak değerlendirilmelidir. Bu çerçevede kendisine gelecekte yapacağı alışverişlerinde ödeme aracı olarak kullanabileceği ve daha önceki alışverişlerinde kazandırılmış puanların şu anki alışverişle teslim edilen mal ile bir ilgisi bulunmadığı hususu değerlendirilmektedir.

Nitekim konuya ilişkin olarak Maliye İdaresi yayınladığı çeşitli özgelelerde de yapılan işlemin iskonto niteliği taşımadığı dolayısıyla satış bedelinin gerçek değeri üzerinden KDV hesaplanması gerektiğini belirtmiştir.⁵

Son tahlilde yapılan işlemde kullandırılan puanların iskonto olarak değerlendirilmemesi ve gerçek satış bedeli üzerinden KDV hesaplanması gerektiği değerlendirilmektedir.

3.3. Hediye Puanların Farklı Mağazalarda Kullanılması

Müşteri sadakat programları kapsamında bazen farklı sektörlerde yer alan işletmeler anlaşarak ortak bir sadakat programı oluşturabilmektedir. Bu noktada genellikle ortaya çıkan uygulamalarda müşteri ağı geniş, piyasada tanınmış ve yurtiçinde veya yurtdışında mukim olan bir firma organizatör firma rolünü üstlenmekte ve aynı veya farklı sektörlerde yer alan firmalarla anlaşarak müşteri sadakat programı oluşturmaktadır. Aşağıda yer alan örnek uygulamalar ile önce organizatör firmanın yurtiçinde mukim olduğu durum değerlendirilecek daha sonra organizatör firmanın yurtdışında olduğu durumda vergilendirme açısından farklılıklarına değinilecektir.

3.3.1. Organizatör Firmanın Yurtiçinde Mukim Olması

Aşağıda yer alan örnek olayda hazır giyim perakendecisi firma (A), aynı sektörde bulunan firma (B) ve farklı sektörde bulunan firma (C), (A) firmasının organizatörlüğünde bir sadakat programı oluşturmaktadır. Programdan yararlanmanın tek şartı sisteme üye mağazalardan ücretsiz olarak temin edilebilecek "PuanKart" manyetik kartına sahip olmaktır. Söz konusu kart alışverişten önce sisteme tanıtılacak ve yapılan alışverişe göre hediye puanlar karta yüklenecektir.

Örnek 2. Yurtiçinde mukim (A) hazır giyim firması (Bundan sonra organizatör firma olarak anılacaktır.) yine yurtiçinde mukim hazır giyim sektöründe ve farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketler ile işbirliği yaparak kişiye özel kampanya sunan bir müşteri sadakat programı oluşturmuştur. Söz konusu hazır giyim firması ve diğer firmalar arasında yapılan sözleşmenin uygulama esasları aşağıda belirtilmiştir.

1. Oluşturulan sadakat programından yararlanacak müşterilerin bu sisteme üye işyerlerinden bedelsiz olarak temin edebilecekleri "PuanKart" kartına sahip olmaları gerekmektedir.

2. Bu sisteme üye işyerleri tarafından satış yapılmadan önce "PuanKart" kartını sisteme tanıtılmaları gerekmektedir.

3. Bu sisteme üye işyeri, satış yapıldığında satış bedelinin % 2'lik kısmı kadar müşteriye hediye puan verecektir. Bu puanın karşılığı TL organizatör firma tarafından oluşturulan sistemde tutulacaktır. (Kampanya kapsamında

⁵ Büyük Mükellefler Vergi Dairesi Başkanlığı'nın 10.04.2014 tarih ve 30[25-2014]-42 sayılı özeliği.

1 Puan = 1 TL değerinde olacaktır.)

4. Müşteri kartında biriken puanları alışverişlerinde ödeme aracı olarak kullanacaktır. Müşteri hediye puanlarını sisteme üye işyerlerinin herhangi birinde kullandığı zaman kullandırılan puanların TL karşılığı puan kullandıran firmaya organizatör firma tarafından ödenecektir.

5. Organizatör firma yaptığı hizmetler için, bu sistem ile üye işyerlerine yaratılan alışveriş üzerinden % 1 oranında komisyon faturası düzenleyecektir. (Söz konusu komisyon KDV ve kazandırılan puan düşüldükten sonra kalan tutar üzerinden hesaplanmaktadır.)

6. Kazanılan puanların kullanılmasına dair herhangi bir süre öngörülmemiştir. Ayrıca puanların kullanılması için herhangi bir şart belirlenmemiştir.

7. Uygulama kapsamında ilk satışı gerçekleştiren üye işyeri kazandırdığı puan karşılığı TL kadar organizatör firmaya ödemedede bulunarak bir gidere veya hasılat eksikliğine maruz kalacaktır. Söz konusu gider ise mutlak olup herhangi bir şarta bağlanmamıştır.

Örnek İşlem ve Muhasebe Kayıtları

- Müşteri, sisteme üye (B) teknoloji firmasından 07.08.2021 tarihinde KDV hariç 5.000,00 TL değerinde alışveriş yapmıştır. (Söz konusu firma satışlarını %25 karlılıkla gerçekleştirmektedir.)

- Aynı müşteri, sisteme üye (C) hazır giyim firmasından 09.10.2021 tarihinde gerçekleştirdiği KDV hariç 1.500,00 TL değerindeki alışverişinde kartında biriken 10 puanı kullanmıştır. (Söz konusu firma satışlarını %10 karlılıkla gerçekleştirmektedir.)

Muhasebe Kayıtları

1. 07.08.2021 Tarihinde Yapılması Gereken Kayıtlar:

1.1. (B) firması tarafından yapılması gereken kayıtlar:

1.1.1 Satış ve Maliyet Kaydı

- Satış Kaydı -	07.08.2021
100. Kasa	5.400,00 TL
600. Yurtiçi Satışlar	5.000,00 TL
391. Hesaplanan KDV	400,00 TL
- Maliyet Kaydı -	
621. Satılan Ticari Mallar Maliyeti	4.000,00 TL
153. Ticari Mallar	4.000,00 TL

Oluşturulan sadakat programı kapsamında üye işyeri tarafından yapılan ilk satış işlemi hasılat, gider, fatura ve KDV için iş bu makalemizin 3.2. bölümünde bahsedilen örnek uygulama doğrultusunda işlem yapılması gerekmektedir.

1.1.2 Sisteme Aktarılan Hediye Puanların Kaydı

- Puan Kaydı -	07.08.2021
760. Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri	100,00 TL
320. Satıcılar	100,00 TL

Oluşturan program çerçevesinde ilk satışı yapan şirket kazandırdığı puan karşılığı TL kadar tutarı organizatör firmaya borçlanacaktır.

Organizatör firma da söz konusu tutarı müşteri adına sistemde tutacaktır.

Bu noktada kazandırılan puan karşılığı TL ile sisteme aktarılan ve sistem tarafından puan kullanıldığı zaman ikinci satışı yapan şirkete aktarılan puanların bir emtia hareketine ya da bir hizmet ifasına dayanıp dayanmadığı fatura düzenlenmesi açısından önem arz etmektedir. Çünkü Vergi Usul Kanununun 229'uncu maddesine göre fatura düzenlenmesi için bir emtia teslimi veya hizmet ifası olması gerekir. Müşteriye kazandırılan puan kadar TL'nin sisteme aktarılmasının bir emtia hareketi ya da hizmet ifası olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceğine karar vermek için oluşturulan programı bütünüyle ele almak gerekecektir. Bu konuda oluşturulan program çerçevesinde müşterinin kazanmış olduğu puanlar müşteri tarafından kullanana kadar sistemde tutulmakta, organizatör firma tarafından gelir olarak hesaplarına intikal ettirilmemektedir. Puan kullanılması için herhangi bir süre şartı da belirtilmiş değildir. Ayrıca puan kullanılan ikinci satış ile birlikte değerlendirildiğinde ikinci satışta müşteriden tahsil edilmeyen puan karşılığı TL kadar bedel aslında puanı kazandıran ilk firma tarafından ikinci firmaya ödenmektedir. Bu noktada sistemdeki puan hareketlerini bir mal teslimi ya da hizmet ifası olarak değerlendirmemek gerekmektedir.

Ayrıca bu konuda Maliye İdaresi vermiş olduğu özelgede yapılan işlemin bir mal hareketine dayanmadığı bu yüzden fatura düzenlenmesine gerek olmadığı yönünde görüş bildirmiştir.⁶

Sonuç olarak sisteme aktarılan ve sistem

tarafından ikinci satışı yapan şirkete aktarılan puan karşılığı kadar TL için fatura düzenlenmesine gerek bulunmadığı belirtilmelidir.

GVK'nın 40'ıncı maddesinin 1'inci fıkrasının birinci bendinde safi kazancın tespiti için oluşan hasıllardan ticari kazancın elde edilmesi ve idame ettirilmesi için yapılan genel giderlerin indirileceği hüküm altına alınmıştır. Sadakat programlarının işletmenin ticari faaliyetini arttırmak amacıyla yapıldığı göz önüne alındığında işletmeler bu kapsamda yapmış oldukları giderleri kurum kazancından indirebilecektir. Örnek uygulamada satıcı (B) firması kampanya kapsamında işlem yaparak müşterinin kartına 100,00 TL değerinde puan yüklemiştir. Söz konusu puan ise gelecekte bir alışverişte indirimli veya bedelsiz mal veya hizmet alınmasında ödeme aracı olarak kullanılabilir. Ayrıca müşteriye kazandırılan puan yapılan anlaşma gereği işletme tarafından bir daha geri dönmek üzere organizatör firmaya aktarılmaktadır. Yapılan açıklamalar çerçevesinde (B) firması katlanmış olduğu 100,00 TL gideri kurum kazancının tespitinde gider olarak dikkate alabilecektir.

Katma Değer Vergisi Kanununun 1'inci maddesinde Türkiye'de yapılan ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetler KDV'nin konusunu teşkil eden işlemler arasında sayılmıştır. Kanununun 2'nci maddesinde ise teslim, bir mal üzerindeki tasarruf hakkının malik veya onun adına hareket edenlerce, alıcıya veya adına hareket edenlere devredilmesi olarak tanımlanmıştır. Kanunda yer alan hükümlere örnek uygulamamız açısından bütünüyle bakmanın bu noktada faydalı olacağını düşünüyoruz. Örnek uygulamamızda puan

6 İstanbul Vergi Daire Başkanlığı'nın 22.03.2012 tarih ve 019.01-1128 sayılı özelgesi.

kazandırma ve kullandırma aşamalarında sistemde müşteri adına kazanılan puan karşılığı TL kadar tutulmakta, kullanıldığı aşamaya kadar sistemde bekletilmektedir. Bu aşamada müşteriye puan kullanılması için herhangi bir süre öngörülmemiştir. Dolayısıyla müşteri puanını kullandığı zaman sistemde biriken puan karşılığı TL, organizatör firma tarafından müşteri adına, satışı yapan sisteme üye firmaya aktarılmaktadır. Yapılan işlemler değerlendirildiğinde, ikinci satışı yapan firmanın kullandığı puan kadar TL, ilk satışı yapan firma tarafından karşılanmaktadır. Ayrıca sisteme aktarılan ve sistem tarafından müşteri adına diğer üye firmaya aktarılan puan karşılığı TL, aslında her iki aşamada da vergilenmektedir. İlk satışı yapan firma ve ikinci satışı yapan firma tarafından daha önceki bölümlerde de değindiğimiz üzere puan karşılığı TL, iskonto olarak gösterilmemekte ve gerçek bedel üzerinden KDV ödenmektedir.

Sonuç olarak sisteme aktarılan puan ve sistem tarafından müşteri adına ikinci satışı yapan firmaya aktarılan puanlar KDV açısından mal teslimi veya hizmet ifası olarak değerlendirilemeyecektir.

1.1.3. Organizatör Firma Tarafından Kesilen Komisyon Faturasının Kaydı

Organizatör firma tarafından düzenlenen KDV hariç 49,00 TL $(=(5.000,00 - 100,00) \cdot 0,01)$ komisyon faturası, işletme açısından ticari kazancın elde edilmesi ve idame ettirilmesi için yapılan gider olduğu için kazancın tespitinde hasılattan indirilebilecektir. Organizatör firma sisteme üye firmaya, yaratılan alışveriş üzerinden % 1 komisyon hesaplamaktadır.

Komisyon ise organizatör firmanın, sisteme üye firmaya, firmanın ticari faaliyeti üzerindeki pozitif etkisi için sunduğu hizmetin bir karşılığıdır. Dolayısıyla yapılan iş üzerinden VUK'un 229'uncu ve 232'nci maddesinin son fıkrası uyarınca tutarı ne olursa olsun fatura düzenlenmesi gerekmektedir. KDV Kanunu açısından Türkiye'de yapılan ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetler KDV'nin konusunu teşkil eden işlemler arasında sayılmıştır. Ayrıca KDV Kanununun 4'üncü maddesinde "*Hizmet, teslim ve teslim sayılan haller ile mal ithalatı dışında kalan işlemlerdir. Bu işlemler; bir şeyi yapmak ve işlemek, meydana getirmek, imal etmek, onarmak, temizlemek, muhafaza etmek, hazırlamak, değerlendirmek, kiralamak, bir şeyi yapmamayı taahhüt etmek gibi, şekillerde gerçekleşebilir.*" hükmü yer almaktadır. İlgili Kanunda yer alan açıklamalar değerlendirildiğinde organizatör firma tarafından yaratılan ve alışveriş üzerinden hesaplanan komisyon hizmeti KDV'nin konusuna girmektedir. Hesaplanan hizmet bedeli üzerinden KDV hesaplanması gerekmektedir.

1.2. Organizatör firma tarafından yapılması gereken kayıtlar:

1.2.1. Komisyon Faturası Kaydı

- Komisyon Gideri -	07.08.2021
760. Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri	49,00 TL
191. İndirilecek KDV	8,82 TL
320. Saticılar	57,82 TL

- Komisyon Geliri –	07.08.2021
120. Alıcılar	57,82 TL
600. Yurtiçi Satışlar	49,00 TL
391. Hesaplanan KDV	8,82 TL

Oluşturulan sadakat programı kapsamında üye işyeri tarafından yapılan ilk satış işlemi hasılat için örneğimizin 1.1.1. bölümünde yapılan açıklamalar doğrultusunda işlem yapılması gerekecektir. Ayrıca bir önceki bölümde açıklandığı üzere, komisyon hizmeti için organizatör firma tarafından fatura düzenlenmesi ve hizmet bedeli üzerinden KDV hesaplanması gerekmektedir.

1.2.2. Sisteme Aktarılan Hediye Puanların Kaydı

- Puan Kaydı –	07.08.2021
120. Alıcılar	100,00 TL
329. Diğer Ticari Borçlar	100,00 TL

Organizatör firma tarafından müşteri adına sisteme aktarılan ve sistemden müşteri adına satıcı firmaya aktarılan puan kadar TL karşılığı örneğimizin 1.1.2. bölümünde açıklandığı üzere bir mal teslimi veya hizmet ifası olarak değerlendirilemeyeceğinden gerçekleştirilen puan karşılığı para hareketleri üzerinden KDV hesaplanmasına gerek bulunmamaktadır. Yapılan işlem için organizatör firma tarafından dekont düzenlenmesi yeterli olacaktır. Ayrıca organizatör firma tarafından sisteme aktarılan puan karşılığı TL'nin ileride kime borçlanıldığı ilk aşamada belli olmadığı için "329. Diğer Ticari Borçlar" hesabında takip edilmesi uygun olacaktır.

2. 09.10.2021 Tarihinde Yapılması Gereken Kayıtlar:

2.1. (C) firması tarafından yapılması gereken kayıtlar:

2.1.1. Satış ve Maliyet Kaydı

- Satış Kaydı –	09.10.2021
100. Kasa	1.520,00 TL
120. Alıcılar	100,00 TL
600. Yurtiçi Satışlar	1.500,00 TL
391. Hesaplanan KDV	120,00 TL
- Maliyet Kaydı -	
621. Satılan Ticari Mallar Maliyeti	1.363,64 TL
153. Ticari Mallar	1.363,64 TL

Oluşturulan sadakat programı kapsamında üye işyeri tarafından yapılan ilk satış işlemi hasılat, gider, fatura ve KDV için örneğimizin 1.1.1. bölümünde yapılan açıklamalar doğrultusunda işlem yapılması gerekecektir. Ayrıca oluşturulan sadakat programı kapsamında müşteriden tahsil edilemeyen puan karşılığı TL yapılan anlaşma gereği organizatör firmadan tahsil edilecektir.

2. Organizatör firma tarafından yapılması gereken kayıtlar:

a. Sistem Tarafından Aktarılan Hediye Puanların Kaydı

- Puan Kaydı –	09.10.2021
329. Diğer Ticari Borçlar	100,00 TL
320. Satıcılar	100,00 TL

Organizatör firma tarafından, ikinci satışın yapıldığı firmaya, daha önce müşterinin hesabında biriken puan karşılığı TL, 1.2.2. bölümlerde

yapılan açıklamalarda dikkate alınarak KDV hesaplanmadan aktarılacaktır.

3.3.2. Organizatör Firmanın Yurtdışında Mukim Olması

Bir önceki bölümde yer alan örnek uygulamada, yurtiçinde mukim organizatör firma tarafından aynı ve farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmalar ile bir sadakat programı oluşturulmuştu. Yapılan anlaşma gereği ise söz konusu hazır giyim firması, sisteme üye işyerleri tarafından kampanya kapsamında yapılan satışlardan %1 oranında komisyon geliri elde etmekteydi. Uygulamada bazen firmalar, yurtdışında bir firma tarafından organize edilen ve dünyanın her yerinde çeşitli firmalar ya da aynı zincir grubu içinde yer alan firmalardan yararlanılabilecek sadakat programlarına dahil olabilmektedir.

Yurtdışında mukim bir firma tarafından organize edilen sadakat programları kapsamında Türkiye’de yapılan satışlarda kazandırılan ve kullanılan puanlar için bir önceki bölümde yapılan açıklamalar ve muhasebe kayıtları geçerli olacaktır. Ancak yurtdışındaki organizatör firma tarafından elde edilen komisyon gelirleri için kurumlar ve katma değer vergileri bakımından kazancın Türkiye’de vergilendirilmesi ve KDV mükellefiyeti hususuyönünden önceki bölümde yapılan açıklamalardan farklılık arz etmektedir. Kurumlar ve Katma Değer Vergileri açısından yapılması gerekli açıklamalar makalemizin bundan sonraki bölümlerini oluşturacaktır.

3.3.2.1. Kurumlar Vergisi Yönünden;

Kurumlar Vergisi Kanununun 1’inci maddesin

2’nci fıkrasında kurum kazancının gelir vergisinin konusuna giren gelir unsurlarından oluşacağı belirtilmiştir. Aynı Kanunun 3’üncü maddesinin 2’nci fıkrasında kanunî ve iş merkezlerinin her ikisi de Türkiye’de bulunmayanların sadece Türkiye’de elde ettikleri kazançları üzerinden vergilendirileceği hüküm altına alınmıştır. Kanuni merkez ve iş merkezinin tanımı ise aynı maddenin 5’inci ve 6’ncı fıkralarında yapılmıştır. Ayrıca aynı maddenin 3’üncü fıkrasının a bendinde Türkiye’de vergilendirilecek ticari kazancın, Türkiye’de iş yeri olan veya daimî temsilci bulunduran yabancı kurumlar tarafından bu yerlerde veya bu temsilciler vasıtasıyla yapılan işlerden elde edileceği belirtilmiştir. Ayrıca kazanç veya iradı elde eden tarafın gerçek veya tüzel kişi ya da kurum olması durumuna göre GVK 94, KVK 15 ve KVK 30’uncu maddelerinde vergi kesintisi müessesesi düzenlenmiş ve bu kişilere kazancı veya iradı sağlayanlara çeşitli sorumluluklar yüklenmiştir. Söz konusu maddeler yer alan hükümlere göre Türkiye’de dar mükellefiyet kapsamında ticari kazanç elde eden yabancı kurumlar için herhangi bir tevkifat öngörülmemiştir. Dolayısıyla Türkiye’de kazanç elde eden yabancı kurumların, elde ettiği bu kazanç ve iradın türü yapılacak kesini açısından önem arz etmektedir.

Komisyon ödenmesini gerektiren işlemler mala veya hizmete alıcı bulma, alıcıya mal veya hizmet bulma, yüke taşıt veya taşıta yük bulma gibi çeşitli şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Komisyon ödenmesini gerektiren bu tip hizmetler ise genellikle ticari nitelikte olduklarından stopaj gerektirmeyen hizmetlerdir.⁷ Nitekim Maliye İdaresi vermiş olduğu özeldede

⁷ Mehmet MAÇ, “Yurtdışından Alınan ve Ticari Nitelik Taşıdığı İçin Stopaj Gerektirmeyen Hizmet Türleri ve Bunların KDV Boyutu”, Vergi Dünyası Dergisi, Sayı: 392, Nisan 2014, s.53.

komisyon hizmetlerinin ticari nitelik taşıdığı için ödenen komisyon bedelleri üzerinden tevkifat yapılmamasına ilişkin görüş bildirmiştir.⁸ Dolayısıyla organizasyonun yurtdışında mukim bir firma tarafından gerçekleştirilmesi durumunda, yabancı firma tarafından elde edilen komisyon geliri için Türkiye’de herhangi bir tevkifat yapılmaması gerekmektedir.

3.3.2.2. Katma Değer Vergisi Yönünden;

Katma Değer Vergisi Kanununun 1’inci maddesinde Türkiye’de yapılan ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetler KDV’nin konusunu teşkil eden işlemler arasında sayılmıştır. Aynı Kanununun 4’üncü maddesinde “*Hizmet, teslim ve teslim sayılan haller ile mal ithalatı dışında kalan işlemlerdir. Bu işlemler; bir şeyi yapmak ve işlemek, meydana getirmek, imal etmek, onarmak, temizlemek, muhafaza etmek, hazırlamak, değerlendirmek, kiralamak, bir şeyi yapmamayı taahhüt etmek gibi, şekillerde gerçekleşebilir.*” hükmü yer almaktadır. Ayrıca Kanununun 6’ncı maddesinde Türkiye’de yapılan işlemde kastın hizmetin Türkiye’de yapılması ya da hizmetten Türkiye’de faydalanılmasının anlaşılması gerektiği hüküm altına alınmıştır. İlgili madde hükmü ile birlikte Türkiye’de yapılmayan hizmet ifaları için etkilerinden Türkiye’de faydalanılması durumunda da yapılan işlemin KDV doğuran bir işlem olacağı belirtilmektedir. İlgili madde hükümleri göz önüne alındığında yurtdışında mukim firma tarafından oluşturulan sadakat programı ile sisteme üye Türkiye’deki firma karlılığını arttırmakta ve ticari faaliyetini arttırmaktadır. Dolayısıyla yurtdışında yer alan firmanın yaratılan alışveriş üzerinden hesapladığı

komisyon tutarları, sisteme üye firmanın Türkiye’de gerçekleştirdiği ticari faaliyeti ilgili almış olduğu ve Türkiye’de faydalandığı bir hizmettir. Yurtdışındaki organizatör firmaya ödenen komisyon bedelleri üzerinden KDV hesaplanması gerekecektir.

KDV Kanununun 8’inci maddesinde mal teslimleri ve hizmet ifaları hallerinde malı teslim edenler ya da hizmeti ifa edenler mükellef olarak belirlenmiştir. Ancak Kanununun 9’uncu maddesinde mükellefin Türkiye içinde ikametgâhının, işyerinin, kanuni merkezi ve iş merkezinin bulunmaması hallerinde vergi alacağının emniyet altına alınması için vergiye tabi işleme taraf olanların Maliye Bakanlığı tarafından verginin ödenmesinden sorumlu tutulabileceği belirtilmiştir. Katma Değer Vergisi Genel Uygulama Tebliğinde ilgili maddenin Maliye Bakanlığına verdiği yetkiye dayanılarak, mükellefin Türkiye içinde ikametgâhının, işyerinin, kanuni merkezi ve iş merkezinin bulunmaması durumunda hizmetten yurtiçinde faydalanan muhatapın verginin ödenmesinden sorumlu olacağı hüküm altına alınmıştır. Dolayısıyla yurtdışındaki organizatörün Türkiye içinde ikametgâhının, işyerinin, kanuni merkezi ve iş merkezinin bulunmaması durumunda hizmetten faydalanan yurtiçindeki muhatap KDV’yi ödemekle yükümlü olacaktır.

Sonuç olarak, yurtdışında mukim bir organizatör firma tarafından oluşturulan sadakat programına üye olan Türkiye’de mukim firmalar, yurtdışına yapacakları ödemeler için kurumlar vergisi yönünden herhangi bir tevkifat yapmayacak fakat KDV yönünden Türkiye’de hizmetten faydalanan muhatap

8 Ankara Vergi Dairesi Başkanlığı’nın 14.07.2010 tarih ve KVK – 30–8–488 sayılı özelgesi.

tarafından KDV'nin tamamı sorumlu sıfatıyla beyan edilip ödenecektir.

Makalemizde yer alan ikinci örneğin 1.1.3. bölümünde yurtiçinde mukim organizatör firmaya ödenen komisyon bedeline ilişkin yevmiye kaydı, organizatör firma yurtdışında mukim olmuş olsa idi aşağıdaki şekilde düzenlenmesi gerekecekti.

- Komisyon Gideri –	07.08.2021
760. Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri	49,00 TL
191. İndirilecek KDV	8,82 TL
320. Satıcılar	49,00 TL
360. Ödenecek Vergi ve Fonlar	8,82 TL

4. SONUÇ

Ulusal ve uluslararası piyasalarda yer alan firmalar artık var olan müşterilerine daha fazla önem vermekte onları daha yakın tanımak için çeşitli müşteri programları düzenlemektedirler. Çok çeşitli pazarlama faaliyetleri içerisinde müşterinin harcadıkça puan kazandığı ve puanlarını bir ödeme aracı olarak kullandığı sadakat kartları firmalar tarafından çok yaygın olarak kullanılmaktadır. Ayrıca son dönemlerde bir firmanın organizatör olarak önderliğini üstlendiği ve birçok farklı sektörde yer alan firmalarında dahil olduğu müşteri sadakat programları oluşturulmaya başlanmıştır. İşte bu çerçevede oluşturulan müşteri sadakat programlarının Türk Vergi Sistemi karşısındaki durumu da giderek daha fazla önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

ÇAKMAK Ali ÇağlarÇAKMAK ve, ÜSTER ZeynepÜSTER, “Mağaza Kartlarının Müşteri Sadakatine Etkisi: Kastamonu Şehir Merkezinde Bir Araştırma”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 2, 2013, s.2.

Doç. Dr. Fatma DemirciÖREL, “Müşteriyi Nasıl Sadık Kılırsınız?”, Bizim Market Dergisi, Temmuz 2007, s.1.

Doç. Dr. Raif PARLAKKAYA, “Müşteri Sadakat Programları ve Muhasebe Uygulamaları”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi, Sayı: 1 - 2, 2009, s. 456.

MAÇ MehmetMAÇ, “Yurtdışından Alınan ve Ticari Nitelik Taşıdığı İçin Stopaj Gerektirmeyen Hizmet Türleri ve Bunların KDV Boyutu”, Vergi Dünyası Dergisi, Sayı: 392, Nisan 2014, s.53.

ÖREL Fatma Demirci, “Müşteriyi Nasıl Sadık Kılırsınız?”, Bizim Market Dergisi, Temmuz 2007, s.1.

PARLAKKAYA Raif, “Müşteri Sadakat Programları ve Muhasebe Uygulamaları”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi, Sayı: 1 - 2, 2009, s. 456.

www.gib.gov.tr Erişim tarihi: 01.02.2022