

NETWORK MARKETİNG (AĞ PAZARLAMA) SİSTEMİNİN TÜRK VERGİ SİSTEMİ KARŞISINDAKİ DURUMU

STATUS OF NETWORK MARKETING (NETWORK MARKETING)
SYSTEM FROM THE POINT OF THE TURKISH TAX SYSTEM



Erdal ÖZTÜRK*

ÖZ

21'inci yüzyılın ticaret sistemi olarak dikkat çeken, her ölçekteki şirketlerin müşteriye daha kolay ulaşmak amacıyla kullanmaya başladıkları, doğrudan satış yönteminin geliştirilmiş bir türü olan network marketing sistemi, ülkemizde de son yıllarda oldukça revaçta olan bir pazarlama yöntemidir. Bahse konu pazarlama sistemine üye olan kişilerin elde etmiş olduğu kazançların vergilendirilmesinde ise tam bir uzlaşma mevcut değildir. Piyasada yer alan network marketing firmaları üyelerinin çalışmalarına karşılık yapılan komisyon, prim ve benzeri ödemeler üzerinden yapılan tevkifatın nihai vergilendirme olduğunu kabul etmektedir. Ancak sistemin piramitsel yapılanması sonucu üst kademelerde yer alanların kazançlarının oldukça yüksek tutarlara ulaştığı göz önünde bulundurulduğunda, bütün üyelere sabit oranlı tevkifatın (%20) uygulanması beraberinde adaletsiz bir vergilendirme

ABSTRACT

The network marketing system, which is an advanced type of direct sales method, attracts attention as the 21st century's trading system. Companies use network marketing system, a very popular marketing method in our country in recent years, to reach the customers more easily. There is no complete consensus in the taxation of the profits earned by the members of the said marketing system. It is accepted that the withholding of income tax from payments such as commission, premiums and similar payments of members of marketing firms are the final taxation. However, considering that the system's pyramidal structuring resulted in very high amounts of income in the upper levels, the application of fixed rate withholding (20%) brought about a criticism that it caused an unfair taxation system and treasury tax loss.

* Vergi Müfettişi

sistemini, hazine açısından ise vergi kaybının yaşanmasına neden olduğu yönündeki eleştirileri beraberinde getirmiştir.

Anahtar Kelimeler: Network Marketing Sistemi, Piramit Satış Sistemi, Network Marketing Sisteminden Kazanç Elde Edenlerin Vergilendirilmesi.

Keywords: Network marketing system, pyramid sales system, taxation of profits earned from network marketing system

1- GİRİŞ

Teknolojideki önemli gelişmeler, yoğunlaşan iş hayatı, çalışan kadın sayısındaki artış, büyük şehirlerde yaşanan trafik ve tüketicilerin artık mal ve hizmet için ödenen ücretle birlikte harcanan zaman ve çekilen sıkıntıyı da gider olarak görmeye başlaması, pazarlamacıları alışveriş yapmayı kolaylaştıracak ve aynı zamanda pazarlama maliyetlerini de azaltacak, klasik yöntemlerden uzaklaştırıp yeni yöntemler bulmaya zorlamıştır. Bahse konu yöntemlerden biri olan ve tüketicilere büyük kolaylık sağlayan, kendisine özgü kuralları ve üstün özellikleri bulunan doğrudan pazarlama yöntemi, ürün ve hizmetlerin pazarlanmasında kullanılan çağdaş bir pazarlama yöntemidir. Doğrudan pazarlamanın en etkin yöntemlerinden biri de network marketing sistemidir. Makalemizin temelini oluşturan network marketing sisteminin literatürde, ağ pazarlama sistemi, şebeke yoluyla pazarlama sistemi, çok katlı pazarlama sistemi gibi birçok ismi mevcuttur. Ağ Pazarlama Sistemi (Network Marketing) günümüzde gelişmiş ülkelerde geniş bir uygulama alanına sahiptir. Son yıllarda özellikle 1990'lardan bu yana ülkemizde de hızla gelişim gösterdiği gözlenmiştir. Ağ pazarlama sistemi-çok katlı pazarlama sistemi örgütlenme olarak piramidi anımsatmaktadır. Bu sistemde ürünü tüketiciye ulaştıran üyeler (dağıtıcılar), bağımsız birer girişimcidir. Bu üyeler (dağıtıcılar) başka üyelerin de bu işi yapmalarını sağlayarak ekiplerini büyütmektedirler. Her üye, bu yöntemle kazancını çok büyük rakamlara ulaştırma gayesi ile hareket etmektedir.¹ Her bir üye-dağıtıcı sistemde aktif olarak bir devamlılık gösterip ticari bir faaliyet göstermektedir. Sistem içerisinde yer alan üyelerin elde etmiş olduğu kazançların ise vergilendirilmesinde muallaklıklar tespit edilmektedir. Bahse konu makalemizde öncelikle network marketing sisteminin ne olduğunu, yasal olmayan piramit satış yöntemiyle arasında nasıl bir farklılık bulunduğunu, daha sonraki aşamalarda ise bu sisteme üye olanların elde etmiş olduğu kazançlar üzerinden nasıl bir vergilendirilmeye gidildiğini kanuni dayanaklar göz önünde bulundurularak açıklamaya çalışacağız.

2- NETWORK MARKETİNG SİSTEMİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

2.1- Network Marketing Sistemi Nedir?

Bilindiği üzere, bir ürünü/hizmeti üretebilmek ne kadar önemliyse, insanların ihtiyaçlarını karşılayabilmek için o ürün ya da hizmeti pazarlayabilmek, yani satabilmek de o kadar önemlidir. Yüzyıllardır süregelen pazarlama metotlarının, pazarlama yani satış işinde geldiği nokta pek çok tacirin tıkanık kalması ile neticelenmiş ve yeni satış stratejileri arayışı başlamıştır. Böylelikle klasik pazarlama me-

¹ Metin Argan, (1997), "Çok Katlı Pazarlama ve Türkiye'de Bir Uygulama", Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi)

totlarının terk edilmesi ve yeni yüzyılın ihtiyaçlarına cevap verecek yeni satış stratejilerinin araştırılması süreci başlamıştır. İşte böyle bir sürecin sonucu olarak ortaya yeni nesil pazarlama yöntemleri ve satış teknikleri çıkarılmıştır. Network marketing de bu yeni nesil satış tekniklerinden birisi ve belki de en önemlisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Network Marketing sistemi (Ağ Pazarlama Yöntemi), doğrudan satış yönteminin geliştirilmiş bir türüdür. Doğrudan satış; en bilinen tanımıyla, bir mal ya da hizmetin, tüketicilere yüz yüze birebir ilişkiyle ve genellikle de evlerde, işyerlerinde ve perakende satış noktası sayılmayacak yerlerde, bir distribütör (Dağıtıcı, Üye) tarafından anlatılarak pazarlanan bir satış yöntemidir. Network marketing sistemi ise; dağıtıcıların (distribütör), iki farklı faaliyeti sonucunda kazanç elde edebildikleri bir doğrudan satış türüdür. Bunlardan birincisi, kişisel olarak yaptıkları satışlardan doğan kazanç (satış primi), diğeri de uygulanan plana göre, takımlarına üye ettikleri kişilerin ve sonra da bu kişilerin üye ettiklerinin satışlarından doğan kazançtır. Bu nedenle ağ pazarlama yöntemi (Network Marketing), kişiye kendi bağımsız işini kurma ve geliştirme şansını sunan bir imkândır. Bu sistemi uygulayan üretici firma açısından ise bahse konu örgütlenme ile ürünlerinin sisteme üye kişiler aracılığıyla pazar içerisinde yer alan en ücra köşedeki tüketiciye herhangi bir reklam maliyeti olmadan ulaştırılmasından dolayı giderlerini minimize ettiği bir oluşumdur.

Uzmanların çoğu, ağ pazarlama yöntemini (Network Marketing), ilk kez başarıyla uygulayan kişinin, Carl Rehnberg olduğu konusunda fikir birliğindedirler.² Aslında daha önce de satış ekibine kazandırılan her yeni satışçı için onu sisteme dahil edene prim verilmesi ya da alt distribütörlerin satışlarından belirli bir süre bir yüzdenin ödenmesi gibi uygulamalar var olmakla birlikte modern anlamda, ekibin yarattığı satış hacmi üzerinden sürekli bir kazanç sağlayacak bir program ilk kez, ABD’de Carl Rehnberg’un sahibi olduğu şirketin ürünlerinin satışında uygulanmıştır. Bazı kişiler bu programın, Carl Rehnberg’un kişisel bir buluşu olduğunu iddia ederken, bazıları Cambridge Üniversitesi’nde yapılan bir doktora çalışmasıyla doğduğunu, kimileri ise bu sistemi Nutrilite’in distribütörleri olan Lee S. Mytinger ve William S. Casselberry’nin geliştirdiklerini ileri sürmüşlerdir.³ Türkiye’de ise ortaya çıkışı 1960-1970’li yıllara dayanmakta, 1990’larda ise geniş kitlelere ulaştığı gözlenmiştir. 1997-2000 yılları arasında ise sistem durgunluk içinde geçmiş, 2002 sonrasında ise yeniden büyüme trendi içine girdiği tespit edilmektedir.⁴

Türkiye’de ise ortaya çıkışı 1960-1970’li yıllara dayanmakta olup, 1990’larda ise geniş kitlelere ulaştığı gözlenmiştir. 1997-2000 yılları arasında ise sistem durgunluk içinde geçmiş, 2002 sonrasında ise yeniden büyüme trendi içine girmiştir.⁵

Network Marketing sisteminde üretici firma, sponsor(lar), distribütör(ler) ve alıcı(lar) olmak üzere başlıca dört taraf bulunmaktadır. Üretici firma mallarını mağazalar yerine sponsor ve distribütör vasıtasıyla satan kuruluştur. Distribütör, üye olmak suretiyle üreticiden belirli bir indirimle mal satın alıp bunu başkalarına satan bağımsız kişidir. Üye olmak için genellikle bir miktar ürün alımı zorunludur. Bu ilk alım için herhangi bir mal iadesi söz konusu değildir. Üye bundan sonraki faaliyetlerini iki şekilde yürütebilir:

² Ali Çağlar Çakmak, (2009), “Şebeke Yoluyla Pazarlama sistemi ve Bir Uygulama” Kayseri, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi

³ http://www.networkmarketing.gen.tr/nm_nedir.htm , 06.01.2017.

⁴ Ali Çağlar Çakmak, Doğrudan Satış ve Şebeke Yoluyla Satış Sistemi, s. 39-40.

⁵ Ali Çağlar Çakmak, Doğrudan Satış ve Şebeke Yoluyla Satış Sistemi, s. 35-36.

Bunlardan birincisi ürün tanıtımı sonucunda bulacağı müşterilere, şirketten indirimli olarak aldığı ürünleri katalog fiyatı üzerinden satmaktır. Distribütör bu satış sayesinde iki tür gelir kazanır. Bunlardan biri alış-satış arasındaki farktır. İkincisi ise ilgili firmanın, ürün bedelinin belirli bir oranı kadar ödeyeceği primdir.

Distribütörün ikinci faaliyet alanı ise sistemin omurgasını oluşturan yeni üye bulma işlemleridir. Üye, kendi altında yeni üyeler oluşturarak onların satışlarından da belli oranlarda gelir kazanmayı amaçlar. Hatta şirket söz konusu kişiye, yeni üyelerin kaydettiği başka distribütörlerin satışlarından da prim vermektedir. Prim yerine, bazı uygulamalarda ödül ve telif hakkı gibi terimler de kullanılmıştır. Bir distribütörün yeni üye kaydetmesi halinde bu kişi “sponsor” olarak anılır.⁶ Bazı şirketlerin sözleşmelerinde, alt üye kaydeden üyeler için “menajer” tabiri kullanılmaktadır. Sistem performansı artırmak amacıyla ödül ve teşvik üzerine kurulmuştur. Planda, belirli yüksek seviyeler için bir kereye mahsus çok büyük ödüller (para; seyahat, mücevher, otomobil, ev vb.) bulunmasının son derece motive edici, itici bir güç olduğu bilinmektedir. Bu tür ödüller, o seviyelere yükselen distribütörlere kendileriyle gurur duymalarını sağlayan, kendilerini iyi hissettiren motive edici performansı arttırmaya yönelik ödüller olup sistemi kuran ana firmanın kar marjını arttırmada kullandığı en etkili tekniktir.

2.2- Network Marketing Sistemi ile Piramit Satış Sistemi Arasındaki İlişki

4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun, 07.11.2013 tarihi itibarıyla Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde kabul edilip 28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunun yürürlüğe girmesiyle mülga olmuştur. 4077 sayılı Kanunda piramit satış sistemleri hakkında yasal bir düzenleme mevcut değildi. Yasal boşluktan yararlanan piramit satış sistemi olarak faaliyet gösteren network marketing sistemleri herhangi bir engelle karşılaşmadan rahatça varlıklarını sürdürmekteydiler. 6502 sayılı Kanunun 80’inci maddesi ile bu alanda bir düzenlemeye gidildiği tespit edilmiştir.⁷ Mezkur Kanun’un 80’inci maddesinin birinci fıkrasında piramit satış sistemi ile ilgili “*katılımcılarına bir miktar para veya malvarlığı ortaya koymak karşılığında, sisteme aynı şartlar altında başka katılımcılar bulma koşuluyla bir para veya malvarlığı kazancı olanağı, ümidi veren ve malvarlığı kazancının elde edilmesini tamamen veya kısmen diğer katılımcıların da koşullara uygun davranmasına bağlı kılan, gerçekçi olmayan veya gerçekleşmesi çok güç olan kazanç beklentisi sistemidir.*” tanımı yapılmıştır.

Bahse konu maddenin 2’nci fıkrasında ise “*Piramit satış sisteminin kurulması, yayılması veya tavsiye edilmesi yasaktır.*” ibarelerinin yer aldığı 3’üncü fıkrasında ise “*Bakanlık, piramit satış sistemleri ile ilgili gerekli incelemeleri yapmaya ve varsa elektronik sistemin ülkemizde durdurulması dâhil ilgili kamu kurum veya kuruluşlarıyla iş birliği içinde gerekli önlemleri almaya yetkilidir.*” ifadeleri yer almaktadır.

Söz konusu hükümlerle birlikte tam da network marketing ve benzeri piramit satış sistemlerinin tanımı yapılmış ve bu satış sistemleri yasaklanmıştır. Söz konusu yasağa aykırılığın yaptırımı ise yine 6502 sayılı Kanunun 77/17’nci hükmünde şu şekilde düzenlenmiştir. “*Bu Kanunun 80’inci maddesine aykırı olarak piramit satış sistemini başlatan, düzenleyen veya toplantı, elektronik posta veya diğer birçok kimsenin de katılımını sağlamaya elverişli yöntemlerle yayan veya böyle bir sistemin diğer bir*

⁶ <https://internetsubesi.biobellinda.com.tr/UyelikSozlesmesi.asp> , 06.01.2017.

⁷ www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/11/20131128-1.htm , 06.01.2017

şekilde yayılmasını ticari amaçlarla destekleyenler hakkında 26/9/2004 tarihli ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanununun ilgili hükümleri uygulanır.” Bu hükümden anlaşılacağı üzere piramit satış sistemini sadece kurmak değil yaymak, tavsiye etmek de yasaklanmış ve buna uyulmaması halinde 5237 sayılı Türk Ceza Kanununun ilgili hükümlerinin uygulanacağı belirtilmiştir. Ancak burada yine bir eksiklik mevcut olup bu eksiklik 5237 sayılı Kanunun hangi hükümlerinin uygulanacağını belirtmemesi olduğu tespit edilmiştir.

Ülkemizde “saadet zinciri” olarak da bilinen ve 6502 sayılı Kanun ile piramit satış sistemi olarak tanımlanan ve yasaklanan sistemde ya hiçbir ürün pazarlaması yapılmamakta, ya da ekonomik değeri veya tüketici faydası olmayan ürünlerin satışı yapılmaktadır. Bu sistemlerde mutlaka bir katılım ücreti bulunmaktadır. Bu katılım ücretleri belli bir havuzda birikerek daha sonra hak sahiplerine buldukları pozisyonlara göre dağıtılır. Üçgen şeklinde oluşan bu sisteme, üçgenin alt sağ ve sol köşesinden giriş yapılır. Bir kişi bu köşeden giriş yaptığında önündeki herkesin bir kademe ileri gitmesini sağlar. Böylelikle üçgene daha önce girmiş ve köşesine gelmiş olan kişi, bir üst kademeye çıkarak piramidin yöneticileri tarafından belirlenen miktardaki parayı, belirlenen periyotlar aralığı ile kazanmaya başlar. Üye, her kademe ilerlediğinde havuzdaki paradan daha fazla para almaya hak kazanır.

Gerek 6502 sayılı yasal düzenleme gerekse de yapmış olduğumuz açıklamalar genel anlamda değerlendirildiğinde network (ağ) pazarlama sistemlerinde üretici firma, firmaya üye yapılan müşterilerden herhangi bir üyelik ücreti veya aidat almıyorsa ve gerçekçi olmayan veya gerçekleşmesi çok güç olan kazanç beklentisi yaratmıyorsa gerçek bir mal hareketliliği mevcutsa yükümlülüklerini yerine getirmesi şartıyla piyasada faaliyette bulunmasında herhangi bir sakınca bulunmadığı, piramit satış yöntemini uygulayan firmalarla karıştırılmaması sonucu ortaya çıkmaktadır.

2.3- Network Marketing Sisteminin Vergilendirilmesi

Network marketing sistemine üye olanlar, genel anlamda toplumda çalışma anlamında pasif konumda bulunan, vergi mükellefiyeti bulunmayan kişiler olmasından dolayı vergilendirme işi de sorumlu statüsüyle bu sistemi kullanan üretici ana firmaya kalmaktadır. Yapmış olduğumuz araştırmalarda bahse konu sistemin vergilendirilmesini açıklayan 21.03.2012 tarih ve B.07.1.G İB.4.34.19.02-019.01-1080 sayılı özelgenin⁹ mevcudiyeti tespit edilmiştir. Söz konusu özalgede network marketing sistemine üye olan kişilerin nasıl vergilendirileceği açıklanmıştır. Bahse konu kişileri 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun 9’uncu maddesinde yer alan vergiden muaf esnaf statüsüne sokan özalgde; kimlerin esnaf muafılığından faydalanacaklarını da mezkur maddeye atıf yaparak açıklanmıştır. Bahse konu maddenin birinci fıkrasının birinci bendinde, “*Motorlu nakil vasıtaları kullanmamak şartı ile gezici olarak veya bir işyeri açmaksızın perakende ticaret ile iştiğal edenter (Giyim eşyalarıyla zati ve süs eşyaları, değeri yüksek olan ev eşyaları ile pazar takibi suretiyle gıda, bakkaliye ve temizlik maddelerini ve sabit işyerlerinin önünde sergi açmak suretiyle o işyerlerinde satışı yapılan aynı neviden malları satanlar hariç.)*,” hükmü yer almakta olup, maddenin mülga ikinci fıkrasından sonra gelen üçüncü fıkrasında, ticarî, ziraî veya meslekî kazancı dolayısı ile gerçek usulde Gelir Vergisine tâbi olanlar ile yukarıda sayılan işleri Gelir ve Kurumlar Vergisi mükelleflerine bağıllık arz edecek şekilde yapanların esnaf muafılığından faydalanamayacakları açıklanmıştır.

⁹ <http://www.gib.gov.tr/node/93912>, 11.01.2017.

Söz konusu maddenin 6'ncı fıkrasında ise; "... 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna göre gerçek ve tüzel kişilerin mallarını iş akdi ile bağlı olmaksızın bunlar adına kapı kapı dolaşmak suretiyle tüketiciye satanlar yukarıdaki şartlarla sınırlı olmaksızın gelir vergisinden muaftır." hükmüne yer verilmiş olup, maddenin son fıkrasında, "Bu muaflığın Gelir Vergisi Kanununun 94'üncü madde uyarınca tevkif suretiyle kesilen vergiye şümulü yoktur." denilmiştir.

Mezkur Kanun'un 37'nci maddesinde, her türlü ticari ve sınaî faaliyetlerden doğan kazançların ticari kazanç olduğu belirtildikten sonra, ticari kazancın, 213 sayılı Vergi Usul Kanunu hükümlerine ve Gelir Vergisi Kanunu'nda yazılı gerçek (Bilânço veya işletme hesabı esası) veya basit usullere göre tespit edileceği hükme bağlanmış, aynı Kanun'un 46'ncı maddesinde de 47 ve 48'inci maddelerde yazılı şartları topluca haiz olanların ticari kazançlarının basit usulde tespit olunacağı belirtilmiştir.

193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun 61'inci maddesinde de, "Ücret, işverene tabi ve belirli bir iş-yerine bağlı olarak çalışanlara hizmet karşılığı verilen para ve ayınlar ile sağlanan ve para ile temsil edilebilen menfaatlerdir. Ücretin ödenek, tazminat, kasa tazminatı (Mali sorumluluk tazminatı), tahsisat, zam, avans, aidat, huzur hakkı, prim, ikramiye, gider karşılığı veya başka adlar altında ödenmiş olması veya bir ortaklık münasebeti niteliğinde olmamak şartı ile kazancın belli bir yüzdesi şeklinde tayin edilmiş bulunması onun mahiyetini değiştirmez." hükmüne yer verilmiştir.

Aynı Kanun'un 94'üncü maddesinde ise, "Kamu idare ve müesseseleri, iktisadî kamu müesseseleri, sair kurumlar, ticaret şirketleri, iş ortaklıkları, dernekler, vakıflar, dernek ve vakıfların iktisadî işletmeleri, kooperatifler, yatırım fonu yönetenler, gerçek gelirlerini beyan etmeye mecbur olan ticaret ve serbest meslek erbabı, zirai kazançlarını bilanço veya zirai işletme hesabı esasına göre tespit eden çiftçiler aşağıdaki bentlerde sayılan ödemeleri (avans olarak ödenenler dahil) nakden veya hesaben yaptıkları sırada, istihkak sahiplerinin gelir vergilerine mahsuben tevkifat yapmaya mecburdurlar.

1. Hizmet erbabına ödenen ücretler ile 61'inci maddede yazılı olup ücret sayılan ödemelerden (istisnadan faydalananlar hariç), 103 ve 104'üncü maddelere göre,

...

10-b) 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna göre gerçek ve tüzel kişilerin mallarını iş akdi ile bağlı olmaksızın bunlar adına kapı kapı dolaşmak suretiyle tüketiciye satanlara bu faaliyetleri ilgili olarak yapılan komisyon, prim ve benzeri ödemelerden (2009/14592 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı uyarınca) **%20**.

...

13. Esnaf muaflığından yararlananlara mal ve hizmet alımları karşılığında yapılan ödemelerden (2009/14592 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı uyarınca),

...

c) Mal alımları için %5

d) Diğer hizmet alımları ("a", "b" ve "c" alt bentleri hariç olmak üzere mal ve hizmet bedelinin ayrılamaması hali de bu kapsamdadır) için %10"

oranında gelir vergisi tevkifatı yapılması hükme bağlanmıştır.

213 sayılı Vergi Usul Kanununun 227'nci maddesinin birinci fıkrasında; "Bu kanunda aksine hüküm olmadıkça bu kanuna göre tutulan ve üçüncü şahıslarla olan münasebet ve muamelelere ait olan kayıtların tevsiki mecburidir." hükmüne yer verilmiştir.

Mezkur Kanun'un 229'uncü maddesinde; faturanın, satılan emtia veya yapılan iş karşılığında müşterinin borçlandığı meblağı göstermek üzere emtiayı satan veya işi yapan tüccar tarafından müşteriye

verilen ticari vesika olduğu, 231'inci maddesinin 5'inci bendinde ise; faturanın malın teslimi veya hizmetin yapıldığı tarihten itibaren azami 7 gün içinde düzenleneceği, bu süre içerisinde düzenlenmemiş olan faturaların hiç düzenlenmemiş sayılacağı, 232'nci maddesinde ise, birinci ve ikinci sınıf tüccarların, kazancı basit usulde tespit edilenlerle defter tutmak mecburiyetinde olan çiftçilerin, birinci ve ikinci sınıf tüccarlara, serbest meslek erbabına, kazançları basit usulde tespit olunan tüccarlara, defter tutmak mecburiyetinde olan çiftçilere, vergiden muaf esnafa sattıkları emtia veya yaptıkları işler için fatura vermek ve bunların da fatura istemek ve almak mecburiyetinde oldukları hükme bağlanmıştır.

Anılan Kanun'un 234'üncü maddesinde; birinci ve ikinci sınıf tüccarlar, kazancı basit usulde tespit edilenlerle defter tutmak mecburiyetinde olan serbest meslek erbabının 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 hükmünde olduğu belirtilmiştir.

Öte yandan, mezkur Kanun'un 238'inci maddesinde, işverenlerin her ay ödedikleri ücretler için ücret bordrosu tutmaya mecbur oldukları, Gelir Vergisi Kanunu'na göre vergiden muaf olan ücretlerle diğer ücret üzerinden vergiye tabi hizmet erbabına yapılan ücret ödemeleri için bordro tutulmayacağı hüküm altına alınmıştır.

Yukarıda yer alan hüküm ve açıklamalar birlikte değerlendirildiğinde ağ pazarlama sisteminde 2 tür üye bulunmaktadır;

- Bunlardan birincisi olan ve özalgede detaylı bir şekilde açıklanan mükellefiyeti olmayan üyelerin oluşturduğu bu grubun vergilendirilmesinin ana firmaya ait olduğu açıktır. Yukarıda detaylı açıklaması yapılan özalgeye göre; 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve bu Kanun'a dayanılarak çıkartılan tebliğ ve yönetmelik kapsamında faaliyette bulunan işletmelerin, bu kapsamdaki ürünlerini işletmeye iş akdi ile bağlı olmaksızın, işletme adına (satış yapılan kişilere işletmenin faturasını düzenleyerek) kapı kapı dolaşmak suretiyle tüketiciye satış yapan kişiler, bu gelirlerinden dolayı **gelir vergisinden muaf sayılacakları** belirtilmiştir. Bu şekilde vergiden muaf olanlara yapılan komisyon, prim ve benzeri ödemeler üzerinden, Gelir Vergisi Kanunu'nun 94'üncü maddesinin (10-b) bendi uyarınca **%20 oranında gelir vergisi tevkifatı yapılacaktır**. Üretici ana firmanın, bu kişilere yapacağı ödemeler için gider pusulası düzenlenmesi gerekmekte olup gider pusulası düzenlenmesinin mümkün olmadığı durumlarda münhasıran bu tür ödemelere ilişkin olmak üzere düzenlenecek banka dekontları da gider pusulası hükmünde kabul edileceği ilgili özalgede belirtilmiştir. Ancak bahse konu özalgeye göre bu şekilde düzenlenecek dekontlarda 243 sıra numaralı Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğinde yer alan asgari bilgilerin yanı sıra açıklama bölümünde tevkif edilen vergi ve fonun oranı ile tutarlarına da yer verilmesi zorunlu tutulmuştur.
- Sisteme üye olup mükellefiyeti bulunan gerçek veya tüzel kişiler ise ikinci grubu oluşturmaktadır. Bu üyelerin vergilendirilmesinde herhangi bir muallaklık bulunmamaktadır. Bahse konu üyeler elde etmiş oldukları komisyon gelirlerini hesaplayıp network marketing firmasına fatura düzenleyerek KDV dahil komisyon tutarını tahsil edecekler, elde edilen kazancı daha sonra vermiş oldukları gelir veya kurumlar vergisi beyannamelerine yansıtılıp vergilerini ödeyeceklerdir.

Bütün bu açıklamalar birlikte değerlendirildiğinde ilk göze çarpan anekdotun sistemde yer alan mükellefiyeti bulunmayan üyelerin, mükellefiyeti olanlara nazaran vergisel anlamda avantajlı olduklarıdır. Mükellefiyetsiz üyelerin sistemden elde ettikleri kazanç artsa da stopaj oranı sabit tutulmasının

dan dolayı ödedikleri vergilerin de oranlarında herhangi bir artış yaşanmamaktadır. Ancak sistemin piramitsel yapılanması sonucu üst kademelerde yer alanların kazançlarının oldukça yüksek tutarlara ulaştığı göz önünde bulundurulduğunda, bütün üyelere sabit oranlı tevkifatın (%20) uygulanması beraberinde adaletsiz bir vergilendirme sistemini, hazine açısından ise vergi kaybının yaşanmasına neden olduğu yönünde ki eleştirileri beraberinde getirmiştir. Bahse konu bu durum 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun, bireyler arasında adil bir gelir dağılımını sağladığı düşünülen artan oranlı vergilendirilme özelliği ile de çelişmekte ve sistem bu özelliğiyle eleştirilere maruz kalmaktadır.

3- SONUÇ

Toplumda çalışma anlamında atıl pozisyonda bulunan kişileri iş hayatına adapte eden ve çalışmasını sağlayan network pazarlama sistemi, içinde bulunduğumuz yüzyılın hızla gelişen satış yöntemi olarak dikkat çekmektedir. Sistem genel hatlarıyla makalemizin ilk bölümlerinde de açıklandığı üzere, piramidin üst kademelerinde yer alan üyelerin oldukça yüksek gelirler elde ettiği bir yapılaşmadır. Piramitsel örgütlenmesiyle adaletsiz bir gelir (kazanç) dağılımını ortaya çıkaran bu sistem, üyelerin elde ettiği kazanç üzerinden sabit oranlı tevkifat uygulamasıyla vergilendirmede de adaletsiz bir düzeni beraberinde getirmektedir. Sistem içerisinde piramidin üst kademelerinde yer alıp yıllık kazancı 100 bin lira veya daha fazla olan üyeler ile piramidin alt kademelerinde yer alıp yıllık kazancı 3 bin lira olan üyelere uygulanan tevkifat oranının aynı olması sistemin eleştirilen özelliklerindedir.

193 sayılı Gelir Vergisi Kanununda “*gerçek kişilerin gelirleri gelir vergisine tabidir. Gelir bir gerçek kişinin bir takvim yılı içinde elde ettiği kazanç ve iratların safi tutarıdır.*” denilmektedir. Mezkur Kanun’un 37’nci maddesinde ise her türlü ticari ve sınaî faaliyetlerden doğan kazançların ticari kazanç olduğu belirtilmiş ve elde edilen kazançta belirli bir organizasyon ve devamlılık aranmıştır. Yukarıda detaylı olarak açıklamasını yaptığımız network marketing sisteminde yer alan üyelerin elde etmiş olduğu kazançta belirli bir organizasyon ve devamlılık söz konusudur. Sisteme üye olan kişiler genel anlamda potansiyel mükelleftir. Sisteme üye olanların vergilendirilmesine yönelik oluşturulan 21.03.2012 tarih ve B.07.1.GİB.4.34.19.02-019.01-1080 sayılı özelgede de üyelerin elde etmiş olduğu kazancın ticari kazanç hükümlerine göre vergilendirilmesi gerektiği belirtilmiş, ikinci aşamasında ise bu kazançların 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu’nun 9’uncu maddesine istinaden esnaf muafliğine sokarak yine aynı kanunun 94’üncü maddesinin 10-b ve 13’üncü bendleri dikkate alınarak %20 oranında sabit oranlı tevkifat yapılması gerektiği belirtilmiştir.

Kanaatimizce sadece bu özelgeye istinaden yapılan vergilendirme yeterli olmamaktadır. Çünkü piramidin üst kademelerinde yer alıp sadece sisteme üye yaptığı kişilerin performansı sonucu komisyon geliri elde eden, kapı kapı dolaşmayan, herhangi bir satış faaliyetinde bulunmayan ve oldukça yüksek gelirler elde edip 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun 9’uncu maddesine istinaden esnaf muafliğine sokulan kişilerin sabit oranlı tevkifattan ziyade mezkur kanunun 103’üncü maddesinde yer alan artan oranlı vergi dilimlerinin uygulanmaması sistemin en büyük açığıdır. Ülkemizde hızla gelişen bu sistemde, vergi kaybının maksimum oranda yaşandığı aşikar olup kanunda yer alan boşlukların yeni düzenlemelerle doldurulması ve hazineye intikal etmesi gereken vergilerin teminin sağlanması gerekmektedir. Bu sistemden yüksek tutarlarda gelir elde eden kişilere mükellefiyet tesis edilip bir takvim yılı içinde elde etmiş olduğu kazançlardan dolayı artan oranlı tarifelerle vergisinin hesaplanması, vergi kayıp kaçığının önlenmesi en akılsel çözüm yoludur.

KAYNAKÇA

- 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu
- ARGAN, M. (1997), "Çok Katlı Pazarlama ve Türkiye'de Bir Uygulama", Eskişehir, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- ÇAKMAK, A. Ç. (2009), "Şebeke Yoluyla Pazarlama sistemi ve Bir Uygulama" Kayseri, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- http://www.networkmarketing.gen.tr/nm_nedir.htm, 06.01.2017
- <https://internetsubesi.biobellinda.com.tr/UyelikSozlesmesi.asp>, 06.01.2017
- <http://www.gib.gov.tr/node/93912>, 11.01.2017
- www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/11/20131128-1.htm, 06.01.2017