

Mehmet MAÇ

Yeminli Mali Müşavir

## REKLAM VE İLÂN HİZMETLERİNDE KDV ORANI

### A. GENEL AÇIKLAMA:

Bilindiği üzere hizmet şeklindeki işlemler, KDV Kanunu'nun yürürlüğe girdiği 1.1.1985 tarihinden bu yana normal oranda katma değer vergisine tabi tutulmuştu (31.12.1992 tarihi itibarıyla bunun yegane istisnası, bir kısım finansal kiralama işlemlerinde ve sinema, tiyatro, opera, operet, bale giriş ücretlerinde düşük oran uygulanmasından ibaretti).

1.1.1993 tarihinden itibaren yürürlüğe giren 92/1896 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile KDV oranları yeniden düzenlenmiş ve bu Kararda;

Reklam ve ilan hizmetleri,

Kablolu Televizyon hizmetleri,

PTT özel mesaj servisleri hizmetleri,

Yat, kotra ve benzerleri ile otomobil, helikopter ve uçak kiralama hizmetleri,

5.1. sınıf (içkisiz olanlar hariç) ve daha üst sınıf lokantalar, gazinolar, bar, pavyon, gece kulübü, taverna, diskotek, dansing ve benzeri eğlence yerlerinde verilen hizmetler,

6. Golf tesisleri, kulüpler ve saunalarda verilen hizmetler için geçerli KDV oranı %12 den %20 ye yükseltilmiştir.

KDV hassas ve oran farklılığına tahammülü olmayan bir vergidir. Fakat 1985 den bu yana oran belirleyen 25 adet Kararname çıkarılmış %0, %1, %3, %5, %15 ve %20 olmak üzere on üç farklı oran uygulanmıştır. söz konusu hizmetlerde de oran farklılığına gidilmesiyle, zaten karmaşık bir yapıya sahip olan KDV uygulamasında YENİ SORUNLAR çıkmasına sebebiyet verilmiştir.

Yazımızın konusu, bahsi geçen hizmetlerden sadece REKLAM ve İLAN HİZMETLERİ için %20 oran öngörülmesinden kaynaklanan sorunlardan ibarettir.

### B. REKLAM VE İLAN HİZMETLERİNDE %20 KDV ORANI UYGULANMASI KONUSUNDAKİ GÖRÜŞLERİMİZ:

Bizim anlayışımıza göre, reklam ve ilan hizmetlerinde KDV oranının genel oran yerine %20 nisbette KDV ye tabi tutulması gerek teknik açıdan gerekse iktisadi yönden HATALIDIR.

Karar, Teknik Yönden Hatalıdır.

\* Basından izlediğimiz kadarı ile, reklam ve ilan hizmetlerinde yaklaşık 4,4 trilyon lira ciro bulunduğu, KDV oranının %8 oranında arttırılması sonucunda, bu cironun yüzde sekizi kadar (yaklaşık 350 milyar TL) ek vergi geliri sağlanacağı sanılmaktadır (Hürriyet Gazetesi 16 Ocak 1993).

\* Böyle bir ek vergi gelirin elde edilmesi mümkün değildir. Çünkü, yüksek oranda reklam ve ilan KDV sine muhatap olanlar, çoğunlukla yüklendikleri KDV leri indirebilen firmalardır ve indirim işlemi teknik olarak, Devletin ek vergi geliri elde etmesini önleyen bir unsurdur.

Değişiklik sonucunda, reklam ve ilan hizmetinde bulunan firmalar daha fazla KDV ödeyecek olmakla birlikte, bu hizmetlerden yararlanan indirim hakkını haiz firmaların ödeyecekleri KDV aynı miktarda azalacak ve toplam vergi gelirinde beklenen (daha doğrusu hayal edilen) artış gerçekleşmeyecektir.

- \* Reklam ve ilan hizmetlerinden sağlanan KDV geliri artışı olsa olsa, Ehliyetimi kaybettim, hükümsüzdür.

Babamız vefat etmiştir. Başımız sağolsun gibi şahsi ilanlarla ve bankalar, sigorta şirketleri, konut yapı kooperatifleri, dernekler gibi KDV indirim hakkı bulunmayan müesseselerce yaptırılan reklam ve ilanlarla sınırlı kalacaktır.

- Böylesine önemsiz ve ekonomik açıdan hatalı gelir artışı sağlamak için bunca sorun ve karışıklığın göze alındığına ihtimal veremiyoruz. Kararda teknik hata bulunduğu (indirim faktörünün gözden kaçırıldığı) yolundaki teşhisimiz de esasen bu gerçeğe dayanmaktadır.
- Bilindiği üzere, poşetlenerek satılanlar haricindeki gazete, kitap, dergi ve benzeri yayınların KDV oranı, %6 dır. Satışlarda düşük oranda KDV uygulanması, fakat üretim girdileri nedeniyle ve ekseriyetle % 12 oranında KDV yüklenilmesi, bazı basın kuruluşlarında giderek büyüyen "devrolan KDV" problemi yaratmıştır. Reklam ve ilan hizmetlerinde KDV oranının yükseltilmesi, basın kuruluşlarının bu problemini bir nebze, azaltacaktır. Fakat tamamen çözmesi beklenmemelidir. Kaldı ki söz konusu "devrolan KDV sorunu" çözülmek isteniyorsa bunun yolu reklam ve ilan hizmetlerinde KDV oranını yükseltip yeni problemler yaratmak değil, özellikle gazete KDV oranını, sorunu çözecek ölçüde artırmaktır.

Karar, Ekonomik Açıdan da Hatalıdır.

- \* Bir mal veya hizmetin genel orandan daha yüksek bir nisbette KDV'ne tabi tutulmasının temel gerekçesi, bu mal veya hizmetinin LÜKS tüketime konu olmasıdır. Ticari amaçla reklam ve ilan yapılmasının indirim nedeniyle ek vergi geliri sağlamayacağı yukarıda açıklanmıştır.

Şahsi nedenlerle ilan verilmesi ise lüks tüketim olarak nitelendirilemez. Kaldı ki, evini, otomobilini satmak için, kaybettiği oğlunu bulabilmek için, zayi ettiği evrakını yenileyebilmek için veya benzeri nedenlerle ilan vermek zorunda kalanların böylesine ağır bir vergi yüküne duçar edilmesi, ekonomik açıdan olduğu kadar insani açıdan da hatalıdır.

- Reklam veya ilan hizmetlerine ihtiyaç duyan fakat KDV indirimi yapmaları yasaklanmış olan, banka, sigorta şirketi, konut yapı kooperatifi, dernek ve benzeri müesseselerin, katlandıkları KDV maliyetinin bu hizmetleri bakımından %8 nisbetinde artırılmış olması, bu konudaki çarpıklığın daha da büyümesine sebep olmuştur.

### C. 1393/2 SAYILI KDV İÇ GENELGESİ:

"Reklam ve ilan hizmetleri" tabiri yoruma açık ve kişiden kişiye değişebilen bir kavramdır. Bu konudaki idari yorum, 26.01.1993 tarih ve 1993/2 sayılı KDV İç Genelgesi'nin I no.lu bölümünde açıklanmıştır.

Söz konusu açıklama şöyledir: "I. Reklam ve ilan Hizmetleri Televizyon, radyo, sinema ve yazılı basının ilan ve reklam yayınlamak suretiyle verdikleri hizmet, Belediyelerce hoparlör aracılığı ile yapılan reklam ve tanıtımlar, Belediyelerin pano, otobüs, otobüs durağı vb. yerlere, apartman ve bina sahiplerinin bunların duvarları veya diğer yerlerine, spor klüplerinin sporcuların formlarına, stadyum ve çeşitli spor tesislerine alınan, reklam ve hizmetlerin reklam ajansları ve benzerleri tarafından bir organizasyon çerçevesinde hazırlanması %20 vergi oranına tabi olacaktır.

Matbaalarca el ilanı, broşür vb. basılması, tabela yazılması, çeşitli materyaller kullanılarak afiş hazırlanması, ışıklı levha, pano, tabela imali, hediyelik eşyaların üzerine reklam ve tanıtım amaçlı yazı ve klişelerin basılması ve benzeri hizmetler prensip olarak %12 vergi oranına tabidir. Ancak reklam ajansları ve benzeri işletmelerce bu hizmetlerin hazırlattırılarak reklam verene sunulmasında %20 vergi oranı uygulanacaktır.

*Reklam ve tanıtım amaçlı filmlerde rol alan oyuncuların verdikleri serbest meslek faaliyeti çerçevesindeki hizmet %12 vergi oranına tabidir. Reklam ve tanıtım amaçlı defile vb. gösterilere katılan ve gerçek usulde katma değer vergisi mükellefiyeti bulunan manken vb. göstericilerin, reklam ajanslarına verdikleri hizmet %12, doğrudan reklamı yapılan firmaya verdikleri hizmet % 20 oranına lobi olacaktır.*

*Öte yandan firmaların hazırlattıkları hediyelik eşyaları bedelsiz olarak dağıtmaları verginin konusuna girmektedir. Bu eşyaların emsal bedeli üzerinden vergi hesaplanırken malın tabi olduğu vergi oranı uygulanacaktır."*

Bakanlığın yorumu böyle olmakla beraber bu yorumun, isabetli olup olmadığı tartışmaya açıktır. Bizim, Genelgedeki açıklamalara katılmadığımız noktalar bulunmakla beraber, bunları dile getirmekten kaçınıyoruz. Çünkü bizim konu hakkındaki asıl görüşümüz, reklam ve ilan hizmetlerinin ne anlama geldiği değil, bu konudaki KDV oranının tekrar normal orana indirilmesi gerektiği yolundadır.

#### **D. SONUÇ:**

Yukarıda açıkladığınız nedenlerle:

Reklam ve ilan hizmetlerinde KDV oranının % 20'ye yükseltilmesini doğru bulmuyoruz ve bu hizmetlerde eskiden olduğu gibi, genel oranda KDV uygulanmasını sağlayacak yeni bir karar çıkarılması gerektiğine inanıyoruz.