

SOSYAL İÇERİK ÜRETİCİLERİNİN VERGİLENDİRİLMESİ

İsmail Totur

SMMM, Türkiye, e-mail: totur62@hotmail.com

GİRİŞ

Dijital dünyadaki gelişmeler, özellikle covid 19 salgını süresince insanların dışarı çıkamadan alışverişe yönelmesi " e ticarete alışkanlığının artması, , insanların alışveriş alışkanlıklarını da değiştirmiş ve buna bağlı olarak dijital medyada yeni reklam trendleri ve dijital reklam stratejileri gelişmiştir.

Birçok girişimci bu fırsatı yakalayıp, insanların tüketim davranışlarını etkilemek için sosyal medyada kendilerine çeşitli kanallar açarak, burada ürettiği içeriklerle birlikte yeni bir sektör oluşturmuş ve buradan gelir elde etmeye başlamıştır

sosyal medyada; vlogger, blogger influencer, tiktoker, youtuber, gibi yeni dijital sektörler doğmuştur.

Bu gelişmeler ışığında, Gelir İdaresi Başkanlığı gerekli araştırmaları yaparak bu sektörde vergilendirme işlemlerinin nasıl yapılacağı ile ilgili , **7338** sayılı "*Vergi Usul Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*" hazırlanmıştır.

Sosyal Medya içerik üretimi nedir?

İnternet teknolojisinin gelişmesi ile markalar, "influencer"ler vasıtasıyla, pazarlamak istedikleri ürünü sosyal medyada iyi kullanıcı kitlesine sahip kişiler aracılığıyla tanıtıp, satışlarını artırmayı hedeflemektedirler.

Sosyal medya araçları ve influencerler (deneyimleyici) aracılığıyla tüketiciye reklamı yapılan ürün/hizmetin reklamcılık stratejilerini değiştirmesiyle beraber, bu alanda varlık gösteren kişiler ise yeni bir iş kolunu yaratmış oldu.

Citation/Atf: TOTUR, İ. (2024). SOSYAL İÇERİK ÜRETİCİLERİNİN VERGİLENDİRİLMESİ. İZMİR SERBEST MUHASEBECİ MALİ MÜŞAVİRLER DAYANIŞMA DERGİSİ. 7(1): 159-164

Corresponding Author/ Sorumlu Yazar:
İsmail Totur
E-mail: totur62@hotmail.com



Bu çalışma, Creative Commons Atif 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

E-Ticaretin yaygınlaşması ve farklı sosyal medya mecralarının daha aktif kullanıcı sayısına sahip olmasından dolayı birçok işletme tarafından sosyal medya içerik üretimi önemli hale gelmiştir.

Sosyal medya üzerinden içerik oluşturmanın en temel amacı şirket ya da kurumun hedef kitlesi ile arasında bir iletişim kurulmasını sağlamaktır.

Çeşitli mecralar üzerinden potansiyel müşteri ve mevcut müşterilerine samimi bir dil kullanarak ürün ve hizmetleri hakkında bilgilendirme yapmaktır. Bu sayede marka bilinirliğini artırarak kazanç sağlamak hedeflenir. Bir işletmeye ait sosyal medya hesabından içerik paylaşabilmek için özgün ve anlaşılır içerikler üretilmelidir.

Bunun için de öncelikle işletme ve işletmenin mevcut takipçileri üzerinde çeşitli araştırmalar yapılmalıdır. Sosyal medya için içerik üretimine başlamadan önce işletmenin bulunduğu pazar ve sektör araştırılmalıdır.

Rakip firmaların takipçileri ile iletişimi nasıl, ne tür içeriklerin paylaşımını yapıyorlar, takipçileri geri bildirimleri ne yönde ya da sosyal medya kullanıcılarının ilgi alanları neler gibi pek çok konunun araştırılması yapılmalıdır.

Bu araştırmalar sonucu elde edilen veriler ile yaratıcı ve özgün içerikler oluşturularak daha etkili ve doğru bir iletişim süreci başlatılmış olur. Sosyal medya içerik üretimi gerçekleştirirken dikkat edilmesi gereken temel hususlar şu şekildedir:

- İçerik üretimi yapmadan önce takipçi analizi ve rakip analizi yapılmalıdır. Hangi işletmeleri sizinle aynı ürün ya da hizmeti sağladığını tespit etmelisiniz.
- Sadece tek bir sosyal medya üzerinden içerik üretimi gerçekleştirilmemelidir. Birden fazla mecra kullanımı hem daha fazla kitleye erişim sağlanabilmesi hem de evrensel bir dil yakalanabilmesi açısından oldukça önemlidir. Bu yüzden Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok ve YouTube gibi birçok platformdan içerik üretimi ve

paylaşımı gerçekleştirilmelidir.

- İçerikler ilgi çekici olmalıdır. Hedef kitleye uygun olarak tasarlanan içerikler özgün ve yaratıcı olmalıdır.

Gelişen teknoloji ve yaygınlaşan internet kullanımı sonucunda sosyal medya platformlarının her geçen gün kullanıcı sayısı ve satın alma davranışı üzerindeki etkisi artmaktadır.

Haliyle, pek çok kişi sosyal medya kullanımının bu ölçüde artmasının ardından çeşitli sosyal medya kanallarında dijital içerikler üreterek kullanıcıların karşısına çıkmaya başladı. Hatta buradan hareketle en birçok kullanıcının takip ettiği kişiler 'internet fenomeni' haline gelmiştir.

Sosyal medya araçlarının gelişmesi ve çeşitlenmesi sonucunda dijital anlamda yeni iş kolları doğmuş; blogger, vlogger, influencer, tiktoker, youtuber gibi yeni bir sektörün doğmasına yol açmıştır.

Çeşitli sanal pazaryerlerinin çeşitlenmesi ile birlikte, pek çok kullanıcı bir ürün ya da hizmet alırken öncelikle bu platformlar aracılığı ile temel düzeyde araştırma yaparak bilgi sahibi olmaktadır.

Ayrıca bir kullanıcı tarafından beğenilen bir ürün diğer kullanıcıların da satın almasını etkilediğinden özellikle pazarlama ve e-ticaret konusunda sosyal medyanın önemi arttı.

Ayrıca pek metaverse gibi teknolojilerin yaygınlaşmasıyla, pazaryerlerindeki ürünlerin kullanıcı ilgisini çekmesi için, ilgili ürünü 3 boyutlu şekilde görebileceği artırılmış gerçeklik teknolojileri gelişmiştir.

Pek çok işletme, değişen kullanıcı tüketim alışkanlıkları ile birlikte dönüşmekte olan dijital süreçlerdeki durumu göz önünde bulundurulduğunda, bu platformlar üzerinden dijital içerik üretmeye başlamışlardır.

Dijital içerik üretmek sadece ürün ya da hizmetin fotoğraf ve videolarını paylaşmak ile sınırlı değildir. Özel bir tonu, dili ve mesajı olması gerekir. Bunun için işin

profesyonellerinden yardım almak da önemlidir.

Bir ürün hakkında sosyal medya içeriği üretilirken paylaşılacak görselin dikkat çekici olması, görsel altına yazılacak metnin okunaklı, açık, anlaşılır olması ve paylaşım esnasında kullanılan etiketler de hem şirket ile hem de ürün ile uyumlu olması gerekir.

Sosyal medya paylaşımları için ayrı bir emek ve özen gerekir. Bu durumu şirketlerin lehine çevirmek ve daha fazla kitleye seslenebilmek için içerik üreticiliği bir sektör haline gelerek yeni bir iş gücünü ortaya çıkarmıştır.

Bireysel hesaplar üzerinden yapılan paylaşımlar da birer dijital içeriktir. Fakat bu paylaşımlar sonucunda gelir elde edilmesi oldukça düşüktür.

Geniş kitlelere seslenen içerikler ve bu içerikler sonucunda duyurusu yapılan ürün ve hizmet üzerinden sağlanan gelirler içerik üreticilerine de kazanç sağlamaktadır.

Marka tanıtımı, ürün ve hizmet tanıtımı, reklam ve pazarlama gibi pek çok alanda dijital içerik üretimi sağlanmaktadır. Bunların sağlanabilmesi için de işinde uzman kişilere ihtiyaç duyulur.

7338 sayılı Kanun ile sosyal içerik üreticilerinin kazançları nasıl vergilendirilir?

7338 sayılı kanun gereğince sosyal medya platformlarında üretilen kazançların nasıl vergilendirildiğine değinmeden önce 7338 sayılı kanunun kapsamlarını incelemekte fayda var.

2021 tarihinde yürürlüğe giren ve Resmi Gazete' de yayınlanan 7338 sayılı kanun gereğince sosyal medya üzerinden içerik üretimi gerçekleştiren ve bu içerikler sayesinde gelir elde eden kişiler ve mobil cihazlar için uygulama geliştiren kişilerin kazançlarından kesinti yapılması nedeniyle uygulanan bir vergi sistemidir.

Bu yasa gereğince sosyal medya platformlarında video, metin, görsel ya da ses içerikleri üreten ya da tablet, telefon ve bilgisayar gibi dijital cihazlar için uygulama

yapan kişilerin bu hizmetleri karşılığında elde ettikleri kazançları Türkiye kuruluşlu bankalarda şahsi hesap açılarak tüm gelirlerin bu hesapta toplanması beyan edilmiştir.

Bu hesap üzerinde elde edilen gelirin yaklaşık %15'lik bir kısmını gelir vergisi tevkifatı olarak beyan etmekle yükümlüdür. Peki, 7338 sayılı kanun gereğince elde edilen kazançların vergilendirilmesi nasıl yapılır? Bu kanun kapsamında iki farklı gelir elde edilmektedir;

Bunlardan birincisi sosyal medya üzerinden üretilen dijital içeriklerden ikincisi ise dijital cihazlar için yapılan uygulamalardandır.

Dijital içerikler sonucu elde edilen kazancın vergilendirilmesine ilişkin konu esas alındığında yapılan paylaşımlar kapsamında elde edilen kazancın ticari kazanç olarak değerlendirilmesi yapılır.

Sosyal medya vergi istisnası kapsamında değişiklikler ve 2024 yılında uygulama;

Sosyal medya vergi muafiyeti olarak bilinmekte olan, ancak ilgili mevzuatta tam tanımı "*Sosyal içerik üreticiliği, internet ve benzeri elektronik ortamlar üzerinden sunulan hizmetler ile mobil cihazlar için uygulama geliştiriciliğinde kazanç istisnası*" olan kanunda, torba kanun kapsamında yeni değişiklikler gerçekleşti. Sosyal içerik üretiminde gelir vergisi istisnasının kapsamı genişledi.

- Udemy, Teachable, Preply gibi dijital eğitim platformlarından elde edilen gelirler de artık sosyal medya kazanç istisnası kapsamına alındı.

- Kendi web sitesi üzerinden Google AdSense reklamları üzerinden gelir elde edenler de kapsama dahil edildi. Ancak muafiyet konusunda bazı ayrıntılara da dikkat etmek gerekiyor.

1 Ocak 2024 tarihinden itibaren sosyal medya üzerinden elde edilen kazançlara uygulanmak üzere yürürlüğe giren istisnadan faydalanabilmek için;

2024 yılında, ilgili kişilerin dijital

kanallardan elde ettikleri gelir **3 Milyon Türk Lirasını** aşarsa o halde vergi mükellefi sayılacaklar ve istisnadan faydalanamayacaklar. 1 Ocak 2024 tarihinden itibaren sosyal medya üzerinden elde edilen kazançlara uygulanmak üzere yürürlüğe giren istisnadan faydalanabilmek için;

- Yeni yılda yıllık sosyal medyadan elde edilen gelirin kazancın 3 milyon TL'yi aşmaması,
- Kanunda sayılan faaliyet türlerinden biri ile elde edilmiş olması,

Bahse konu kazanç kalemlerinin Türkiye'deki bir bankada açılan hesaba yatırılması ve bu tutar üzerinden %15 vergi kesilmesi gerekmektedir.

2024 Yılı ile birlikte, ilgili kanun kapsamına dahil edilen ve dijital içerik üreticiliğinden elde edilen gelirlerin vergilendirilmesine ilişkin istisna kapsamı bu şekildedir. Önemli bir not olarak tekrar edelim; düzenlemenin üst sınırı 2023 yılında 1.9 Milyon TL iken, 2024 yılında bu tutar 3 Milyon TL olarak değiştirilmiştir.

İlgili tutarın aşılması halinde, dijital içerik üreticileri vergi mükellefi sayılırlar ve istisnadan faydalanamazlar. Sosyal medya içerik üreticisi vergi istisnası sayesinde dijital içerik üreticilerinin KDV mükellefi olmasına gerek bulunmamaktadır. Ancak bu kişilerin bağ-kur ödemesi gerekmektedir.

Hangi kazançlar istisna kapsamındadır? Şartları nelerdir?

7338 sayılı kanun gereğince dijital içerik üreticilerinden sosyal platformlarda görüntü, video, ses ya da metin dosya içeriklerinin üretimi ve dijital cihazlar için uygulama üreten kişinin istisna kapsamında yer almaktadır. Bu istisna kapsamından yararlanmaları için gerekli olan şartlar şunlardır:

- Elde ettikleri tüm hasılatı tahsil etmeleri için Türkiye'de kurulu bir banka hesaplarının olması ve tüm kazancın bu hesap üzerinden tahsil edilmesi,

- İstisna kapsamına dahil olacak faaliyet ile ilgili gerekli olan "İstisna Belgesi" alınması,
- Belirlenen kazanç sınırını geçmemesi,
- Farklı bankalardan kazanç tahsil etmemesi gibi şartlar sağlandığında istisna kapsamından yararlanabilir.

Sosyal medyadan elde edilen gelire ilişkin tevkifat yükümlülüğü nedir?

Sosyal medya üzerinden üretilen dijital içeriklerden elde edilen kazançlar Mükerrer 20/B maddesi kapsamında Katma Değer Vergisi yönünden istisna edilir. İstisna kapsamında gerekli şartları karşılamayan kazançlara elde edilen kazanç zarfında %20 oranında KDV uygulanır.

Bunun nedeni istisna oranını aştıkları için vergi ödemekle mükellef kılınmalıdır. Sonuç olarak yapılan kanun düzenlemesi kapsamında sosyal medya içerik kazançlarından istisna kapsamında olmayan kazançlardan gelir vergisi ve katma değer vergisi alınması gerektiği vurgulanmıştır. Hesabın bulunduğu banka tarafından gerçekleştirilecek olan bu tevkifat yükümlülüğü, nihai vergileme olarak gösterilecektir.

İstisnadan faydalanacakların aşama aşama yapması gerekenler;

Gerek şu an geçerli olan gerekse de yasa teklifiyle eklenmesi öngörülen faaliyetlere ilişkin istisnadan faydalanmak isteyen mükelleflerin ikametgâhlarının bulunduğu yerdeki tarha yetkili vergi dairesine başvurarak "İstisna Belgesi" almaları gerekiyor. Bunun için vergi dairesine dilekçe ile başvurulabilir. Ya da dijital vergi dairesi üzerinden başvuru yapılabilir.

İstisna Belgesi örneği:

193 SAYILI KANUNUN MÜKERRER 20/B MADDESİ UYGULANMASINA İLİŞKİN İSTİSNA BELGESİ

İlgi : 23.03.2022 tarihli dilekçeniz.

İlgide kayıtlı dilekçenizde, 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun mükerrer 20/B maddesi kapsamında bulunan sosyal içerik üreticiliği ile mobil cihazlar için uygulama geliştiriciliği faaliyetinizin gelir vergisinden istisna olduğunu belirten bir belge verilmesi talep edilmektedir.

193 sayılı Kanunun mükerrer 20/B maddesine göre, internet ortamındaki sosyal ağ sağlayıcıları üzerinden metin, görüntü, ses, video gibi içerikler paylaşan sosyal içerik üreticilerinin bu faaliyetlerinden elde ettikleri kazançlar ile akıllı telefon veya tablet gibi mobil cihazlar için uygulama geliştirenlerin elektronik uygulama paylaşım ve satış platformları üzerinden elde ettikleri kazançlar 1/1/2022 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere gelir vergisinden müstesnadır.

Bu belge, 318 Seri No'lu Gelir Vergisi Genel Tebliğinin "Bankalar tarafından yapılacak işlemler ve tevkifat uygulaması" başlıklı 5 inci maddesi uyarınca sosyal içerik üreticileri ve uygulama geliştiricilerinin bu faaliyetlerinden elde ettikleri hasılatların yatırılacağı hesap açılışında kullanılmak üzere bankalara ibraz edilmek üzere verilmiştir.

Bu belgenin verilmesine esas olan dilekçenizde belirtilen hususların aksine bir durumun tespiti veya sonradan ortaya çıkması halinde, ziyaa uğratılan vergi ve buna bağlı ceza, faiz ve zamlardan şahsınız sorumlu tutulacaktır.

İstisnanın uygulanmasında, Genel Tebliğdeki usul ve esaslara uyulmaması halinde gerekli müeyyidelerin uygulanacağı tabiidir.

Bilgilerinize sunulur.

Alınan "İstisna Belgesi" ile bankaya gidilerek sosyal medya gelirlerinin alınacağı bir hesap açılıyor. Sosyal medya yasasına göre sosyal medyadan elde edilen gelirin tek bir banka hesabından tahsil edilmesi gerekiyor. Banka hesabının bulunduğu bankalar da bu gelir üzerinden vergilendirmeyi tevkifat ediyor ve vergi dairesine ödüyor.

Daha sonra ki son aşama olarak bu hesap numarası ikametgahın bulunduğu, istisna belgesinin alındığı vergi dairesine bildiriliyor. Tabi ki sosyal medya hesaplarına da ilgili hesap kayıt ediliyor. Böylece süreç tamamlanmış oluyor.

Sosyal medya içerik üreticisinin bu aşamadan sonra dikkat etmesi gereken istisna sınırlarına gelip gelmediğine sürekli

olarak takip ve kontrol etmesi. Kanunda belirtilen sınır aşıldığında mükellefiyet tesis edilmesi gerekiyor. Bu durumda gelirin beyanı, vergilendirilmesi, KDV açısından önem arz eden konular başlamış oluyor.

12 Ocak 2022 tarihinde Hazine ve Maliye Bakanlığı (Gelir İdaresi Başkanlığı) ndan 318 Seri No' lu Gelir Vergisi Genel Tebliği yayımlanmıştır. Bu tebliğ ile amaç "

14/10/2021 tarihli ve 7338 sayılı Vergi Usul Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunun 2 nci maddesi ile 31/12/1960 tarihli ve 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununa eklenen mükerrer 20/B maddesine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir."

şeklinde belirtilmiştir.

İstisna Belgesi örneğinde de belirtilen işbu 318 Seri No' lu tebliğin ikinci kısmında sosyal içerik üreticiliği ile mobil cihazlar için uygulama geliştiriciliği Kazanç istisnası değişiklikleri ile yasal düzenleme ve tanımlar bölümünden sonra, istisnadan faydalanabilecekler, faydalanma şartları ve istisna uygulamasında özellik arz eden durumlar başlığı ile 4.maddede açıklığa kavuşturulmuştur.

Konuyla ilgilenen sosyal içerik üreticilerinin, bu gelirleri elde eden müşterisi bulunan mali müşavirlerin özellikle bu tebliği incelemesi gerekmektedir.