

Doğrudan Satış Yöntemiyle Ürünlerini Pazarlayan İşletmelerin Gümrük Kıymeti Beyanında Dikkat Etmeleri Gereken Bir Husus: “Prim-Komisyon-İkramiye Ödemeleri”

Özet

Çok uluslu şirketler tarafından firmalara farklı maliyet ve rekabet avantajları sağlaması nedeniyle son dönemlerde sıkça tercih edilen pazarlama metotlarından biri de “doğrudan satış” sistemidir. Çoğunlukla takviye edici gıdalar, kozmetik ürünleri ve küçük ev aletlerinin satışında kullanılmakta olan bu sistemin işleyişinde ithalatçı firmalar tarafından eşyanın satış hasılasının bir kısmının ithalattan sonraki bir aşamada ihracatçıya transfer edilmesi, bu ürünlerin ithalatı aşamasında gümrük kıymeti beyanını daha özelliikli koluma sokmaktadır. İthalatçı firmalar tarafından komisyon, prim, ikramiye veya başka adlar altında ihracatçıya ödenen bu bedellerin gümrük mevzuatında bulunan gümrük kıymetine ilişkin hükümler karşısındaki durumunun değerlendirilmesi oldukça önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Doğrudan Satış, Gümrük Kıymeti, İstisnai Kıymetle Beyan

JEL Sınıflandırma Kodu: F1, F10, F14, K29,

A Noteworthy Issue Concerning Declaration of Customs Value for Companies Using “Direct Selling” Marketing Method: “Premium-Commission-Bonus Payments”

Abstract

One of the most preferred marketing method favoured by multinational corporations due to its different cost and competency advantages is “direct selling” system. The system, which is frequently used to market supplements, cosmetic products and kitchenwares, makes declaration of customs value in a specific way because of transferring a portion of sales to exporters by importers. It is quite important to asses payments made by importers under the name of premium, commission or bonus in terms of customs value legislation.

Keywords: Direct Selling, Customs Value, Exceptional Customs Value Declaration

JEL Classification Codes: F1, F10, F14, K29,

Giriş

Doğrudan satış (direct selling veya multi level marketing) yöntemi özü itibariyle özel olarak yapılandırılmış bir pazarlama sistematiği yahut stratejisinin uygulamadaki karşılığıdır. Çok uluslu şirketlerin özellikle pazarlama, satış, dağıtım veya reklam/tutundurma ve benzeri maliyetlerini en aza indirgeyerek karlarını maksimize etmek için son dönemde yeni arayışlar ve pazarlama stratejileri üzerinde yoğunlaştığı bir gerçektir.

Doğrudan satış yöntemi de, sağladığı vergi avantajları da göz önüne alındığında işletmelerin böyle bir ihtiyaçtan hareketle oluşturduğu, bir pazarlama mantığına dayanmaktadır. Doğrudan satış çoğunlukla sağlık ürünleri, kozmetik-kişisel bakım ürünleri, takviye edici gıdalar ile küçük ev aletlerinin pazarlanmasında uygulama alanı bulmaktadır.

Bu makalemizde, doğrudan satış sisteminin ne olduğu, sistemin çalışma esasları, ithal ettikleri ürünleri doğrudan satış yöntemiyle satan işletmelerin ithal eşyasının gümrük kıymeti beyanını nasıl yapmaları gerektiği, doğrudan satış yönteminin doğası gereği ithal eşyası ile ilgili olarak ortaya çıkan bonus, prim, komisyon veya başka adlar altında ithal edilen eşyanın satışından elde edilen hasıladan kaynaklanan ödemelerin gümrük mevzuatı karşısındaki durumu irdelenmektedir.

Ayrıca, bir pazarlama yöntemi olarak karşımıza çıkan doğrudan satış sistemi ile gümrük kıymeti arasında nasıl bir ilişkinin ortaya çıkabileceği ile çok uluslu şirketlerin bu ürünlerin ithalatı sürecinde gümrük kıymeti beyanında dikkat etmeleri gereken noktalar üzerinde durulacaktır.

1- Doğrudan Satış Yöntemi Nedir?

Doğrudan satış, bir satıcının anlatması ve/veya göstererek tanıtması aracılığıyla bir tüketim malının

veya hizmetinin tüketiciye evinde, bir tanıdığıının evinde, işyerinde veya bir satış noktası olmayan bir başka yerde doğrudan satışının gerçekleşmesidir. Doğrudan satış yoluyla tüketici, evinin ve kendisinin birçok ihtiyacının istediği zaman istediği yerde, kendisine ürünlerin her türlü özelliği bire bir anlatılarak teslim edilmesini ve de bir sorunu olduğunda da aynı şekilde hizmet almasını garantiler. Kolaylık, güvence ve kişiye özel hizmet, doğrudan satış yöntemiyle alış verişin tercih edilme nedenleridir.¹

Dünya Doğrudan Satış Dernekleri Federasyonu'nun (WFDSA) tanımına göre doğrudan satış; bir satıcının anlatması ve/veya göstererek tanıtması amacıyla bir tüketim malının veya hizmetinin tüketiciye evinde, bir tanıdığıının evinde, işyerinde veya dükkan olmayan bir başka yerde direkt olarak pazarlanmasıdır. Doğrudan satışta en belirgin iki özellik; yüz yüze satışın olması ve sabit bir satış mekanının bulunmamasıdır. Ayrıca endüstriyel ürün satışından ziyade nihai tüketicilere yönelik bir satış yöntemi olması da diğer bir özellik olarak görülmektedir.²

Çok katlı pazarlama (Multi Level Marketing) ise doğrudan satış yönteminin daha gelişmiş bir türüdür. Bu iş modeli, her satıcının kendi kurduğu ekibiyle doğrudan satışa konu olan ürünün cirosunu büyütmesi üzerine yapılmıştır. Çok katlı pazarlamada satıcılar, hem ürünlerin kullanıcısı olan birer tüketici hem de satış yapan birer dağıtıcı olup aynı zamanda kazançlarını ve çalışma koşullarını kendileri belirleyen bağımsız birer profesyonel girişimci statüsündedirler. Çok katlı pazarlamada her satıcı, kendi çevresinde (network) bir satış ekibi kurarak bir anlamda kendi işinin sahibi olmaktadır. Mağaza açmak gibi yüksek bir sabit gidere katlanılmaması ve

¹ <http://www.farmasi-kayit.com/?pnun=55&pt=Do%C4%9Frudan+Sat%C4%B1%C5%9F+Nedir%3F>, Erişim Tarihi: 18.01.2017

² Sanem Alkibay, Doğrudan Satış Elemanlarının Profili ve ve Doğrudan Satışa İlişkin Yaklaşımları Üzerine Bir Araştırma, dergipark.ulakbim.gov.tr/esef/article/download/.../5000085475, Erişim Tarihi: 18.01.2017

reklam yapılmayarak önemli bir tasarruf sağlama-sı, doğrudan pazarlamaya, geleneksel pazarlama-ya kıyasla önemli bir fiyat avantajı sağlamaktadır. Bu sistemde, satıcılar sadece sisteme kaydettikleri üyelerden/satıcılardan prim almakla kalmaz, kendi kaydettikleri satıcıların sisteme dahil ettikleri üyelerden ve onların sattığı ürünlerin cirolarından da prim alırlar. Bir satıcının birden fazla unvan veya seviye (level) için komisyon alması, “çok katlı marketing” sisteminin en belirgin özelliği olduğundan uygulama-mada bu sistem “Ağ Pazarlaması” (Network Mar-keting) olarak da tanımlanmaktadır³.

1978 yılında kurulan Dünya Doğrudan Satış Der-nekleri Federasyonu (WFDSA), küresel olarak Doğrudan Satış Endüstrisini, Ulusal Doğrudan Sa-tış Dernekleri (DSD) kanalıyla yürüten gönüllü bir sivil toplum örgütü niteliğindedir. Bu federasyon-da 60’tan fazla ulusal DSD temsil edilmekte olup sektörde 2014 yılında dünya çapında yaklaşık 100 milyon bağımsız satış temsilcisi tarafından 182 mil-yar USD’den fazla perakende satışın gerçekleştiği tahmin edilmektedir.⁴ Dolayısıyla doğrudan satış sektörünün geldiği nokta itibarıyla dünya ölçeğinde oldukça hatırı sayılır bir ciroya ve satış temsilcisine ulaştığını söylememiz mümkündür.

Ülkemizde de ithal ettikleri ürünleri doğrudan satış yoluyla pazarlamasını gerçekleştiren işletmelerin örgütlendiği bir dernek olan Doğrudan Satış Der-neği, 1994 yılında kurulmuş olup, halen 10 üyesi bulunmaktadır. Bu firmalar arasında Avon, Amway, Tupperware ve Oriflame gibi dünyaca ünlü firma-ların bulunduğunu ifade etmek gerekmektedir. Dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türkiye’de de doğrudan satış sektörü büyümektedir. Türkiye’de nihai tüketiciye ulaşan satış rakamları 2014 yılında

önceki yıllara göre %10,5 oranında artış göstermiş-tir. Bu oranla 2011 ile 2014 yılları arasındaki dö-nemde %5,4’lük yıllık bileşik büyüme oranı (CAGR) gerçekleşmiştir⁵.

Öte yandan, Türkiye’de Doğrudan Satış sektörü, Doğrudan Satıcılara kazanç sağlamanın yanı sıra farklı alanlarda pek çok kişiye de iş fırsatı sun-maktadır. Doğrudan Satıcı sayısı 2015 yılında bir önceki yıla göre 2,1’lik artış göstererek 1.1 milyo-na ulaşmıştır. Bu sayının %84’ünü kadınlar oluş-turmaktadır. Doğrudan Satış Derneği üyesi olan 8 şirketin toplam çalışan sayısı ise 702’dir. Bu sayının %49’unu satış ve müşteri hizmetleri alanında faali-yet gösteren çalışanlar oluşturmaktadır.

2- Doğrudan Satış Yönteminin İşleyişi ve Gümrük Kıymeti ile İlişkisi

Doğrudan satış yöntemini çoğunlukla çok uluslu şirketler ve onların diğer ülkelerde yerleşik bağlı şirketleri uygulamaktadır. Bu sistemin uygulandığı durumlarda ortada iki şirket bulunmaktadır. Bun-lardan birincisi, ana/merkez ülkede yerleşik çok uluslu şirketin merkezi olup bu işletmeyi ana şirket (parent company) olarak tanımlamak mümkündür. Bunun yanında diğer ülkelerde ana şirketin bir iş-tiraki olarak aynı unvan altında faaliyet gösteren ve bağlı şirket (subsidiary) olarak tanımlayabileceğimiz firmalar mevcuttur. Ana firmanın temel görevi, işti-raki konumunda olan bağlı şirketine doğrudan satı-şa konu olacak ürünleri ihraç etmektir. Buna karşılık bağlı şirket ise, faaliyette olduğu ülkede kendisine ana şirket tarafından ihraç edilen ürünlerin doğru-dan satış yoluyla pazarlanması işini üstlenmektedir. Bağlı şirket ana şirketten ithal ettiği ürünleri doğru-dan satış yoluyla pazarlarken; danışman, temsilci, üye veya başka adlar altında tanımladığı kişileri sis-

³ <http://www.temelaksoy.com/dogrudan-pazarlama/>, Erişim Tarihi: 18.01.2017

⁴ <http://www.dsd.org.tr/sector-hakkinda.html>, Erişim Tarihi: 18.01.2017

⁵ http://www.dsd.org.tr/haber_4.html, Erişim Tarihi: 18.01.2017

teme dahil etmekte ve ithal ettiği ürünlerin satışını bu kişiler aracılığıyla yapmaktadır. Burada ana hatlarıyla sistem şöyle işlemektedir:

i) Öncelikle doğrudan satışa konu edilecek eşya, çok uluslu bir şirketin genel merkezi tarafından dünyanın diğer yerinde kendisine bağlı olarak faaliyet gösteren bağlı şirkete eşya ihraç edilmesi ile başlar. Bağlı şirket ile ana firma doğrudan satışa konu olacak eşyanın ihraç edilmesi öncesinde çoğunlukla aralarında bir dağıtım/distribütörlük veya satış sözleşmesi imzalamaktadırlar. Bu sözleşmelere göre çoğunlukla merkez firma tarafından bağlı şirkete ihraç edilecek eşyanın ihraç fiyatları ile gönderilen ülkedeki perakende satış fiyatları merkez firma tarafından belirlenmekte olup, çoğunlukla bu fiyatlar eşyanın normal piyasa fiyatının altında olmaktadır. Bu sayede ürünlerin herhangi bir ülkede doğrudan satışını gerçekleştirecek olan bağlı şirket statüsündeki firma, normal piyasa fiyatının altındaki bir fiyattan ürün ithal etme/alma imkanına kavuşmaktadır.

ii) Yukarıdaki bölümlerinde ifade ettiğimiz üzere doğrudan satış yönteminde, ürünler marketler vasıtasıyla değil, tüketici ile direkt temas kurulan yöntemlerle satılmaktadır. Dolayısıyla bu yöntemle satılan ürünlerin marketlerde bulunması mümkün değildir. Oluşturulan çok geniş bir pazarlama ağıyla doğrudan kişilere satış yapılmaktadır. Ürünleri merkez firmadan piyasaya nazaran indirimli fiyatlarla ithal eden şirket, bu ürünlerin pazarlanması için geniş bir pazarlama ağına ihtiyaç duyar ve bunu da bünyesine katacağı danışman, temsilci veya üye sıfatlı kişiler ile gerçekleştirir. Bağlı şirketin birer temsilcisi olarak ithal edilen ürünleri doğrudan satış yoluyla satışını yapan bu kişiler arasındaki statü, çoğunlukla piramide benzer bir şekilde yapılandırılmaktadır. Genellikle birden fazla satıcının veya üyenin bir süpervizöre, birden fazla süpervizörün de bir müdüre

bağlı olduğu bir örgütlenme yapısı söz konusu olmaktadır.

Bu örgütlenme yapısında satılan ürünlerin bedelinin ciddi bir bölümü hiyerarşiye göre satış zinciri içerisinde yer alan üye, danışman, süpervizör veya lider unvanlı kişilere prim olarak dağıtılmaktadır. Daha fazla prim almak daha fazla satış yapmaya bağlı olduğu gibi, daha fazla satıcıyı sisteme dahil etmeye de bağlıdır. Bu nedenle bu tarz bir hiyerarşik yapılanmada doğrudan satış işini yürüten şirket açısından kendisine bağlı satıcı sayısının artması önem arz etmekte ve bu teşvik edilmektedir. Üyeler veya danışmanlar bu pazarlama zincirinin ilk halkalarıdır. Bu kişiler satıştaki başarı ve sisteme yeni kattıkları kişilere göre süpervizör yardımcısı, süpervizör, müdür yardımcısı, müdür gibi unvanlara yükselebilirler. Bu piramit veya zincir, ana pazarlama şirketinin yerleşik olduğu ülkedeki merkez şirkete kadar uzanır. Dolayısıyla brüt satış gelirlerinden bir kısmı da sistem gereği olarak yurt dışına aktarılmaktadır.

iii) Üçüncü aşamada ise ürünleri, ana/merkez firma ile yaptığı sözleşme sayesinde indirimli fiyatlardan ithal eden firmanın, ürünlerin danışmanlar vasıtasıyla doğrudan satışını neticesinde ortaya çıkan/çıkanacak hasılanın bir kısmını yine imzalanan sözleşme uyarınca ana merkez firmaya göndereceğini daha ithalat gerçekleşmeden önce biliyor olması ve bu tutarları aylık veya yıllık olarak ithalattan sonraki bir aşamada ihracatçı yani merkez firmaya transfer etmesi gündeme gelmektedir. Bu şekilde birçok ülkenin içerisindeki geniş bir temelden başlayıp dalarak ülke içerisindeki en üst seviyeye bağlanan yapı, ülke içindeki en üst seviyeden de ana firmanın kanuni merkezine yahut tüm operasyonlarını yöneten bir grup şirketinin merkezine prim aktarmak suretiyle bağlanmaktadır.

Bağlı şirket tarafından ana firmaya transfer edilen bu tutarlar, aslında çeşitli yönlerden maliyet avantajları sağlayan bir satış tekniği ve yapısı dolayısıyla elde edilen kazancın paylaşılmasıdır. Doğrudan satış yoluyla ürünlerin satıldığı ülkeden elde edilen hasılanın belirli bir oranındaki bölümünün piramidin yukarısına doğru çıkarak en sonunda merkez firmanın bulunduğu ülkeye transfer edilmesinde transfer edilen tutarlar; bonus, ikramiye, komisyon veya prim gibi adlar alabilmektedir. Uygulamada genel itibarıyla ana şirket ile ilgili ülkedeki distribütör veya bağlı şirket arasında yapılan bir komisyon/pazarlama/satış/dağıtım sözleşmesi çerçevesinde bu tür ödemelerin hangi oranlarda, kimlere, nasıl ve ne zaman yapılacağına ilişkin hususlar düzenlenmektedir.

Bu kapsamda, ürünlerin ana dağıtıcıdan itibaren nihai tüketiciye ulaşıncaya kadar ki tüm seviyelerdeki kişilere, nihai tüketiciden geriye doğru (geri besleme/feedback) ve tüm diğer nihai tüketicilere yapılan satışların bir kısmının yukarıya doğru silsile halinde prim olarak transfer edilmesini ve halkanın en son zinciri olarak elde edilen bu hasılan bir kısmının bağlı şirket tarafından aynı unvanlı yurtdışında yerleşik ana şirkete gönderilmesini, 4458 sayılı Gümrük Kanunu'nun 24/1-c maddesi uyarınca gümrük kıymetinin bir unsuru olarak ele alınması ve ithal eşyasının gümrük kıymetine eklenmesi gereken bir durum olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Zira bu tarz prim, komisyon veya ikramiye ödemelerinin ithalatçı firma tarafından gelecekte yapılacağı bilinmekle birlikte tutarının ne olacağıın ithal anında bilinmesi mümkün değildir. Bu ödemeler ithalattan sonra eşyanın satış hacmine bağlı olarak ortaya çıkmakta ve hesaplanmaktadır. Kaldı ki, doğrudan satışa konu olan ürünleri pazarlayan firmalar, yukarıdaki bölümlerde belirttiğimiz üzere ürünleri, ana firma ile imzalamış oldukları sözleşme gereği piyasa

fiyatlarına nazaran indirimli fiyatlardan almaktadırlar. Bu itibarla gümrük idarelerine ithal edilen ürünler için beyan edilen gümrük kıymeti, ithalat aşamasında yurt dışına yani ihracatçı firmaya prim, bonus veya komisyon adı altında sonradan ithal eşyasının satışından elde edilecek hasılanın tekrar transfere konu olacak kısmını (ikramiye, komisyon, prim) içermemektedir. Bu yüzden ithalatçı firmaların bu tutarlara tekabül eden kısımları ilgili ithalat işlemlerini gerçekleştirdikleri gümrük idarelerine ithalatlardan sonra beyan etmemeleri, ithalatta gümrük vergilerinin eksik tahsil edilmesine yol açmaktadır.

3- Dünya Gümrük Örgütü'nün Konuya Bakışı

Bilindiği üzere Dünya Gümrük Örgütü Gümrük Kıymeti Teknik Komitesi; taraf ülkelerce gümrük kıymeti sistemlerinin gümrük uygulamasından doğan özel teknik sorunları incelemek ve bildirilen olaylara bağlı olarak uygun çözümler konusunda tavsiyelerde bulunmak, talep edilmesi durumunda GATT'ın VII. maddesinin uygulanmasına ilişkin uluslararası anlaşma ile ilgili olarak kıymete ilişkin yasal düzenlemeleri, usul ve uygulamaları incelemek ve bu inceleme sonuçları konusunda rapor hazırlamak gibi konularda bağlayıcı kararlar alan bir organdır. Komite 03.05.2013 tarihli 36'ncı ve 29.07.2013 tarihli 37'nci toplantılarında Tayland ve Kanada ülkelerinden gelen talepler üzerine, ithal edilen eşyanın doğrudan satış yöntemiyle satışı neticesinde elde edilen satış hasılasının bir kısmının ana/merkez firmaya prim, bonus veya ikramiye adları altında transfer edilmesini, gümrük kıymeti bakımından değerlendirmeye almıştır. Komite söz konusu ödemelerin, ithal eşyasının satış koşulu olarak yapıp yapılmadığını, ithal edilen eşyanın fiilen ödenen veya ödenecek fiyatına ithalat anında dahil edilip edilmediği ve ödenen bedellerin ithal eşyasının tekrar satış hasılasından

elde edilip edilmediği hususlarını belirleyici kriterler olarak ortaya koymuş, bu unsurları barındıran prim, komisyon veya bonus ödemelerinin ithal eşyasının gümrük kıymetinin unsuru olduğunu gümrük idarelerine beyan edilmesi gerektiğini belirtmiştir.

4- Gümrük Mevzuatı Çerçevesinde Değerlendirme

Uluslararası ve ulusal mevzuat incelendiğinde, ithal eşyasının gümrük kıymetine ilişkin düzenlemelerin, GATT'ın (Gümrük Tarifeleri ve Ticareti Genel Anlaşması) VII. maddesinin uygulanmasına ilişkin Uluslararası Kıymet Sözleşmesinde, 4458 sayılı Gümrük Kanunu'nun 24 ila 31'inci maddelerinde, Gümrük Yönetmeliğinin 43 ila 57'nci maddelerinde ayrıntılı olarak düzenlenmiş olup, ayrıca doğrudan satış yöntemi ile gümrük kıymeti arasındaki ilişkinin ve doğrudan satış yöntemiyle satılmak üzere ithal edilen eşyaya ilişkin izlenecek yöntem Gümrükler Genel Müdürlüğü'nün 09.07.2015 tarihli ve 2015/17 sayılı Genelgesine de konu olmuştur.

4458 sayılı Gümrük Kanununun 24/1 maddesinde; "İthal eşyasının gümrük kıymeti, eşyanın satış bedelidir. Satış bedeli, Türkiye'ye ihraç amacıyla yapılan satışta 27 ve 28 inci maddelere göre gerekli düzeltmelerin de yapıldığı, fiilen ödenen veya ödenecek fiyattır..."

24/1-c bendinde; "Eşyanın alıcı tarafından tekrar satışı veya diğer herhangi bir şekilde elden çıkarılması ya da kullanımı sonucu doğan hasılanın bir bölümünün doğrudan veya dolaylı olarak satıcıya intikal etmesi halinde, ithal eşyasının fiilen ödenen veya ödenecek fiyatına 27 nci madde hükümlerine göre ilave yapılabilmelidir. "

24/3-a bendinde; "Fiilen ödenen veya ödenecek fiyat, ithal eşyası için alıcının, satıcıya veya satıcı yararına yaptığı veya yapması gereken ödemelerin toplamıdır. Bu fiyat, ithal eşyasının satış koşulu ola-

rak, alıcının satıcıya veya satıcının bir yükümlülüğünü karşılamak üzere üçüncü bir kişiye yaptığı veya yapacağı tüm ödemeleri kapsar. Ödemeler, para transferi şeklinde olabileceği gibi, akreditif veya ciro edilebilir bir kıymetli evrak kullanılarak ya da doğrudan veya dolaylı yapılabilir."

Kanunun 27/1-d bendi uyarınca da; "İthal eşyasının tekrar satışı veya diğer herhangi bir şekilde elden çıkarılması ya da kullanımı sonucu doğan hasılanın, doğrudan veya dolaylı olarak satıcıya intikal eden kısmı."

Hükümlerine yer verilmektedir.

Kanunun 24 üncü maddesi hükümlerine göre gümrük kıymeti belirlenirken, ithal eşyasının fiilen ödenen veya ödenecek fiyatına ilave edilmektedir.

Gümrükler Genel Müdürlüğü'nün 2015/17 sayılı Genelgesi'nde de; doğrudan satış yönteminde toplam satış hasılatının bir bölümü sistem gereği olarak satıcıya veya yurt dışındaki satıcıyla bağlantılı kişilere aktarılmakta olduğu, alıcının ithal ettiği eşyaların satış hasılatının bir bölümünün belirlenen şartlara göre yurtdışına gideceğinin önceden bilindiği ve ithalat birim fiyatlarının da buna göre belirlendiği bir durumda; doğrudan satış yöntemiyle satılmak üzere ithal edilen eşyanın tekrar satışı dolayısıyla elde edilen hasılat üzerinden "bonus" veya benzer adlarla yurt dışına transfer edilen bu tarzdaki ödemelerin yukarıda belirtilen gümrük mevzuat hükümleri çerçevesinde ithal eşyasının gümrük kıymetine dahil edilmesi gerekliliği ayrıca açıklanmıştır.

Doğrudan satış yöntemiyle satılmak üzere ithal edilen eşyanın tekrar satışı dolayısıyla elde edilen hasılat üzerinden yurt dışındaki satıcılara intikal edecek tutarların, gümrük beyannamesinin tescili esnasında belirli olması yahut beyannamelere dağıtımı çok kolay olmayabilecektir.

Bu açıdan, gümrük kıymetine dahil edilmesi gereken bu ödemelerin Gümrük Yönetmeliğinin 53-1/b maddesinde yer alan; “Gümrük kıymetine ilave edilmesi gereken, ancak ihracatçı ve ithalatçı arasındaki sözleşme gereği söz konusu kıymet unsurları gümrük yükümlülüğünün başladığı tarihten sonra belli olacak eşyanın... Gümrük kıymetinin tespitinde, beyan sahibinin talebi üzerine, gümrük idaresince basitleştirilmiş usuller uygulanır.” ve aynı maddenin beşinci fıkrasındaki; “(5) İthal eşyasının gümrük kıymetine veya katma değer vergisi matrahına girmesi gereken, ancak gümrük beyannamesinin tescilli anında beyan sahibi tarafından mevcudiyetinin bilinmesi mümkün olmayan kıymet veya matrah unsurları için, en geç söz konusu kıymet veya matrah unsurunun öğrenildiği ayı takip eden ayın yirmi altıncı günü akşamına kadar beyanda bulunulur ve vergileri de aynı süre içinde ödenir.” hükmü uyarınca “İstisnai Kıymetle Beyan” kapsamında beyan edilmesi mümkün bulunmaktadır.

Sonuç

Çokuluslu firmalar tarafından reklam maliyetlerini ortadan kaldırması, tüketici ile yüz yüze görüşülüp ürünün tanıtımına imkan vermesi ve binlerce kişinin aynı anda üretilen ürünleri pazarlanmasında aracı olabilmesi gibi nedenlerle tercih edilen bir pazarlama stratejisi olan doğrudan satış metodu, son yıllarda oldukça rağbet gören bir satış tekniğidir.

Bu yöntemi uygulayan firmaların ise doğrudan satışa konu etmek istedikleri eşyayı ithal ederlerken gümrük kıymeti beyanında yaptıkları en büyük hata, eşyanın satışından sonra elde ettikleri hasılanın bir kısmını prim adı altında ihracatçı firmaya transfer etmelerine karşın bu durumu gümrük idarelerine ithalat sonrasında beyan etmemeleri neticesinde ithal eşyasının gümrük kıymetinin eksik beyan edilmesidir.

Oysa ki hem uluslararası gümrük mevzuatı hem de ulusal gümrük mevzuatımızda yer alan hükümler ışığında; ithal edilen ürünlerin doğrudan satış yöntemiyle pazarlanması neticesinde elde edilen hasılanın bir kısmının prim, bonus, komisyon veya başka adlar altında, elde edilen satış hacmine bağlı olarak daha önce ithalatçı ve ihracatçı arasında imzalanan bir sözleşme gereği ihracatçıya transfer edilmesi durumunda, yurtdışına transfer edilen bu tutarlar gümrük kıymetine dahil edilmeli ve gümrük idaresine Gümrük Yönetmeliği'nin 53'üncü maddesinde belirtilen “İstisnai Kıymetle Beyan” müessesesi kullanılmak suretiyle bildirilmelidir.

Aksi takdirde ithal ettiği ürünleri doğrudan satış yoluyla pazarlayan firmaların, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından yapılacak gümrük incelemeleri neticesinde yüklü miktarlarda para cezaları ile muhatap kalmaları kuvvetle muhtemeldir.

Kaynakça

- 4458 sayılı Gümrük Kanunu
- 07.10.2009 tarihli, 27369 (Mükerrer) sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Gümrük Yönetmeliği
- 09.07.2015 tarihli Gümrükler Genel Müdürlüğü'nün 2015/17 sayılı Genelgesi
- <http://www.farmasi-kayit.com/?pnun=55&pt=Do%C4%9F-rudan+Sat%C4%B1%C5%9F+Nedir%3F>, Erişim Tarihi: 18.01.2017
- Sanem Alkibay, Doğrudan Satış Elemanlarının Profili ve ve Doğrudan Satışa İlişkin Yaklaşımları Üzerine Bir Araştırma, [dergipark.ulakbim.gov.tr/eseef/article/download/.../5000085475](http://www.ulakbim.gov.tr/eseef/article/download/.../5000085475), Erişim Tarihi: 18.01.2017
- <http://www.temelaksoy.com/dogrudan-pazarlama/>, Erişim Tarihi: 18.01.2017
- <http://www.dsd.org.tr/seyktor-hakkinda.html>, Erişim Tarihi: 18.01.2017
- http://www.dsd.org.tr/haber_4.html, Erişim Tarihi: 18.01.2017