

प. सं. CBIC-20001/3/2025-GST
भारत सरकार
वित्त मंत्रालय
राजस्व विभाग
केंद्रीय अप्रत्यक्ष कर और सीमा शुल्क बोर्ड
जीएसटी नीति विंग

नॉर्थ ब्लॉक, नई दिल्ली
दिनांक 12 सितम्बर, 2025

सेवा में,

प्रधान मुख्य आयुक्त / मुख्य आयुक्त, केंद्रीय कर (सभी)

प्रधान महानिदेशक / महानिदेशक (सभी)

महोदया / महोदय,

विषय: जीएसटी के अंतर्गत द्वितीयक या बिक्री-पश्चात छूट के उपचार से संबंधित विभिन्न विषयों पर स्पष्टीकरण के संबंध में।

द्वितीयक छूट या बिक्री-पश्चात छूट के मामलों में कर उपचार के संबंध में स्पष्टीकरण हेतु अभयावेदन प्राप्त हुए हैं।

2. इस विषय की जांच की गई है। क्षेत्रीय कार्यालयों में विधि के कार्यान्वयन में एकरूपता सुनिश्चित करने हेतु, बोर्ड, केंद्रीय वस्तु एवं सेवा कर अधिनियम, 2017 (जिसे आगे "सीजीएसटी अधिनियम" के रूप में संदर्भित किया गया है) की धारा 168 की उप-धारा (1) के अंतर्गत प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए, निम्नलिखित स्पष्टीकरण जारी करता है:

क्रम संख्या	विषय	स्पष्टीकरण
1.	क्या आपूर्ति-प्राप्तकर्ता को पूर्ण इनपुट कर क्रेडिट उपलब्ध है जब प्राप्तकर्ता उक्त आपूर्तिकर्ता द्वारा जारी वित्तीय/वाणिज्यिक	1. सीजीएसटी अधिनियम, 2017 की धारा 16 (1) प्रावधान करती है कि प्रत्येक पंजीकृत व्यक्ति किसी भी वस्तु या सेवा या दोनों की

	<p>क्रेडिट नोट के कारण वस्तुओं के आपूर्तिकर्ता को छूट युक्त भुगतान करते हैं?</p>	<p>आपूर्ति पर अदा किये गए इनपुट कर का क्रेडिट लेने का हकदार होगा, जो उसके कारोबार के दौरान या उसकी अग्रगति में प्रयोग की गई है या प्रयोग की जाने वाली है।</p> <p>2. दिनांक 7 मार्च 2019 के परिपत्र संख्या 92/11/2019-GST के माध्यम से स्पष्ट किया गया है कि वस्तुओं का आपूर्तिकर्ता वित्तीय/वाणिज्यिक क्रेडिट नोट जारी कर सकता है और ऐसे मामलों में, वह अपनी मूल कर देयता को कम करने का हकदार नहीं होगा। चूंकि वित्तीय/वाणिज्यिक क्रेडिट नोट जारी करने के कारण लेनदेन मूल्य को कम करने की अनुमति नहीं है, तदनुसार प्राप्तकर्ता से वसूला गया कर भी कम नहीं होगा।</p> <p>3. अतः यह स्पष्ट किया जाता है कि प्राप्तकर्ता को आपूर्तिकर्ता द्वारा जारी वित्तीय/वाणिज्यिक क्रेडिट नोट के आधार पर प्रदान की गई छूट के कारण इनपुट कर क्रेडिट को वापस करने की आवश्यकता नहीं होगी, क्योंकि आपूर्ति के मूल लेनदेन मूल्य में कोई कमी नहीं है और तदनुसार संबंधित कर देयता भी कम नहीं होगी।</p>
2.	<p>क्या निर्माता द्वारा अपने डीलर/वितरक को दी गई बिक्री-पश्चात छूट को निर्माता द्वारा डीलर की समान वस्तुओं की अंतिम ग्राहक को आपूर्ति के लिए भुगतान किए गए प्रतिफल के रूप में माना जाएगा, जो कि अंतिम ग्राहक को उसके द्वारा निर्मित</p>	<p>1. सीजीएसटी अधिनियम, 2017 की धारा 2 (31) प्रतिफल को वस्तु या सेवाओं की आपूर्ति के अभिप्रेरण के लिए किये गए किसी भी कार्य के मौद्रिक मूल्य को शामिल करने के रूप में परिभाषित करती है, चाहे वह प्राप्तकर्ता द्वारा हो या किसी अन्य व्यक्ति द्वारा।</p>

वस्तुओं की आपूर्ति के प्रेरणा के मौद्रिक मूल्य के रूप में है?

2. जहां निर्माता और अंतिम ग्राहक के बीच कोई समझौता नहीं है, वहां दो स्वतंत्र बिक्री लेनदेन हैं, एक निर्माता से डीलर को और दूसरा डीलर से अंतिम ग्राहक को। विषय का सार यह है कि बिक्री के अनुबंध में, खरीदार को वस्तुओं के स्वामित्व के हस्तांतरण पर बिक्री पूरी हो जाती है। एक बार ऐसा होने पर, खरीदार वस्तुओं का स्वामी बन जाता है, और विक्रेता का उसमें कोई स्वामित्व या दावा नहीं रह जाता। डीलर निर्माता से खरीदी गई वस्तुओं का स्वामित्व लेता है और बाद में उन्हें अंतिम ग्राहक को बेचता है और निर्माता से डीलर के बीच लेनदेन प्रधान से प्रधान आधार पर संचालित होता है। ये छूटें केवल प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण के लिए एवं बिक्री बढ़ाने हेतु दी जाती हैं और केवल वस्तुओं की बिक्री मूल्य को कम करती हैं और निर्माता को प्रदान की गई किसी स्वतंत्र गतिविधि से जुड़ी नहीं हैं। अतः यह स्पष्ट किया जाता है कि ऐसी छूट को इन वस्तुओं की आगे की आपूर्ति के अभिप्रेरण के मौद्रिक मूल्य के रूप में प्रतिफल में शामिल नहीं किया जा सकता।

3. तथापि, जहां निर्माता का अंतिम ग्राहक के साथ छूट युक्त मूल्य पर वस्तुओं की आपूर्ति का कोई समझौता है, निर्माता डीलर को वाणिज्यिक या वित्तीय क्रेडिट नोट जारी कर सकता है, जिससे ऐसा डीलर अंतिम उपभोक्ता

		<p>को सहमत छूट युक्त दर पर वस्तुएं प्रदान कर सके। अतः यह स्पष्ट किया जाता है कि निर्माता द्वारा डीलर को अंतिम ग्राहक को छूट युक्त दर पर वस्तुओं की आपूर्ति के लिए दी गई ऐसी बिक्री-पश्चात छूट को समग्र प्रतिफल में शामिल किया जाना चाहिए क्योंकि यह डीलर द्वारा अंतिम ग्राहक को वस्तुओं की आपूर्ति के लिए एक अभिप्रेरण है।</p>
<p>3.</p>	<p>क्या निर्माता द्वारा डीलर को दी गई बिक्री-पश्चात छूट को वस्तुओं की बिक्री को बढ़ावा देने के लिए की गई गतिविधियों के बदले प्रतिफल के रूप में माना जा सकता है?</p>	<p>1. इस विषय की जांच की गई है। जब डीलर ऐसी बिक्री-पश्चात छूट प्राप्त करते हैं, तो वे बिक्री बढ़ाने के लिए प्रचार गतिविधियों में संलग्न हो सकते हैं। तथापि, ये गतिविधियां अंततः उन वस्तुओं की बिक्री को बढ़ाती हैं जिनके वे स्वयं स्वामी हैं, जिससे उनका अपना राजस्व बढ़ता है। इस संदर्भ में, छूट केवल वस्तुओं की बिक्री मूल्य को कम करती है और निर्माता को प्रदान की गई किसी स्वतंत्र सेवा से जुड़ी नहीं है। अतः यह स्पष्ट किया जाता है कि ऐसे मामलों में निर्माताओं द्वारा डीलरों को दी गई बिक्री-पश्चात छूट को सेवाओं की आपूर्ति के अलग लेनदेन के लिए प्रतिफल के रूप में नहीं माना जाएगा।</p> <p>2. तथापि, उन मामलों में जहां डीलर विशिष्ट बिक्री संवर्धन गतिविधियां जैसे विज्ञापन अभियान, सह-ब्रांडिंग, अनुकूलन सेवाएं, विशेष बिक्री अभियान, प्रदर्शनी व्यवस्था, या ग्राहक सहायता सेवाएं आदि का कार्य करता है, और तभी जब ऐसी सेवाएं समझौते में स्पष्ट रूप से वर्णित हों और ऐसी आपूर्ति के लिए स्पष्ट रूप</p>

	से परिभाषित प्रतिफल देय हो, ऐसे मामलों में, डीलर आपूर्तिकर्ता को एक अलग सेवा प्रदान करता है, और तदनुसार, जीएसटी प्रभार्य होगा।
--	--

3. अनुरोध है कि इस परिपत्र की विषय-वस्तु को प्रचारित करने हेतु उपयुक्त व्यापार सूचनाएं जारी की जाएं।
4. इस परिपत्र के कार्यान्वयन में कोई कठिनाई हो तो बोर्ड की जानकारी में लाया जाये।

भवदीय,

(गौरव सिंह)
आयुक्त (जीएसटी)