

T.C.

İstanbul Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Maliye Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**TÜRKİYE'DE UYGULANAN KURUMLAR
VERGİSİ TEŞVİKLERİNİN ÖRNEK ŞİRKET
UYGULAMASINDA İNCELENMESİ**

Konuray Olgu Köse

2501090569

Tez Danışmanı

Prof. Dr. İzzettin Önder

İstanbul 2012

Y Ü K S E K L İ S A N S

TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN

Adı ve Soyadı : KONURAY OLGU KÖSE

Numarası : 2501090569

Anabilim/Bilim Dalı : MALİYE

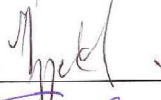

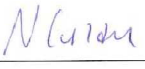

Tez Savunma Tarihi : 20.02.2012

Danışman : PROF.DR.İZZETTİN ÖNDER

Tez Savunma Saati : 10.30

Tez Başlığı : TÜRKİYE'DE UYGULANAN KURUMLAR VERGİSİ TEŞVİKLERİNİN ÖRNEK
ŞİRKET UYGULAMASINDA İNCELENMESİ

TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 15. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜ'NE OYBİRLİĞİ / ~~OYÇOKLUĞU~~ YLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1-PROF.DR.İZZETTİN ÖNDER		Kabul
2-PROF.DR.FİGEN ALTUĞ		KABUL
3-PROF.DR.AYŞEGÜL MUTLU		Kabul
4-DOÇ.DR.NAZAN SUSAM		Kabul
5-DOÇ.DR.NAGİHAN OKTAYER		Kabul

ÖZ

Bu tez çalışmasında, kurumlar vergisi teşviklerinin, şirketlerin tasarruf ve yatırım eğilimi, sermaye maliyeti, vergi yükü, finansman yapısı ve kar dağıtım politikası üzerindeki etkileri, kurumlar vergisinin ileriye doğru yansıma olgusu ile birlikte ele alınmış ve teşviklerin teorik etkileri kapsamında örnek şirket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Bu çerçevede, Turkcell İletişim Hizmetleri AŞ'nin 1993-2010 yılları arasında yararlanmış olduğu kurumlar vergisi teşviklerinin, Şirket yatırımları ve kar oranları dikkate alınarak, Şirket'in vergi yükü üzerindeki etkileri ve sağlanan net vergi avantajı ortaya konulmuştur.

ABSTRACT

In this thesis, the effect of the incentives of the corporation income tax on the corporate's savings, propensity to investment, cost of capital, the burden of tax, financial structure and dividend policy were discussed in conjunction with the fact of shifting forward of the corporate income tax and the case study was practiced under the effects of the incentives theory.

In this context, the effects of corporate's burden of the tax and net tax advantage on incentives of the corporation income tax which was benefited by Turkcell İletişim Hizmetleri AŞ, between 1993-2010, was presented by taking into account corporate investments and rate of profit.

ÖNSÖZ

Bu tezin amacı, özellikle ekonomik darboğaz dönemlerinde sıklıkla kullanılan, Türkiye’de ve Dünya’da vergi mevzuatı içerisinde önemli bir yer tutan kurumlar vergisine ilişkin teşviklerin, kuramsal bir çerçevede ele alınarak şirketlerin yatırım ve tasarrufları üzerine olan etkilerini, kurumlar vergisinin yansımaları durumu ile birlikte değerlendirmek ve gerçekleştirilen örnek şirket uygulaması sonucunda, sermaye stokunun, yatırımların ve tasarrufların artırılmasına ilişkin bu değerlendirmelerin etkin olup olmadığını çözümlenmektedir.

Kurumlar vergisine ilişkin teşvik uygulamaları, genel ekonomide ve bazı yüksek katma değerli sektörlerdeki yatırımların (ar-ge ve teknoloji yatırımları gibi) artırılması amacıyla çokça kullanılan bir maliye politikası aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Böyle bir konunun seçilmesinde, sermaye stokunun ve yatırımların artırılmasına ilişkin olarak uygulanan teşvik unsurlarının, özellikle sermaye birikiminin nispeten az olduğu ülkelerde gelişerek artması ve dolayısıyla bu konuda yürütülecek bilimsel çalışmaların güncelliğini koruyacak olması önemli bir etken olmuştur.

Çalışmam süresince, görüş ve önerileri ile bana yol göstererek, tezimin gelişmesinde yardımcı olan değerli hocam Prof. Dr. İzzettin Önder’e ve gösterdikleri sabır ve anlayış sayesinde bana katkıda bulunan aileme ve arkadaşlarıma teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
ÇİZELGELER LİSTESİ	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	viii
GİRİŞ.....	1
BÖLÜM I – TEŞVİK KAVRAMI ve VERGİ TEŞVİKLERİNİN KURAMSAL TEMELLERİ.....	3
1.1. Teşvik Kavramı.....	3
1.2. Vergi Teşviklerinin Kuramsal Temelleri	4
1.2.1. Kurumlar Vergisinin Kurum Tasarrufları Üzerindeki Etkileri.....	5
1.2.2. Kurumlar Vergisinin Kurum Yatırımları Üzerindeki Etkileri	16
1.2.3. Vergi Teşviklerinin Şirketler Üzerindeki Etkileri	21
1.2.4. Vergi Teşviklerinin Etkin Olmadığına İlişkin Görüşler	33
BÖLÜM II – KURUMLAR VERGİSİNİN YANSIMASI.....	37
2.1. Yansıma Kavramı.....	37
2.2. Kısa Dönemde Kurumlar Vergisinin Yansıması.....	40
2.2.1. Tam Rekabet Piyasasında Yansıma.....	40
2.2.2. Tekel Piyasasında Yansıma	42
2.2.3. Oligopol Piyasasında Yansıma	43
2.2.3.1. Oligopol Piyasasında Kar Marjı Fiyatlaması ve Yansıma.....	46
2.2.3.2. Oligopol Piyasasında Satış Geliri Ençoklaştırması ve Yansıma	49
2.2.3.3. Oligopol Piyasasında Öncü Firma Fiyatlaması ve Yansıma	51
2.3. Uzun Dönemde Kurumlar Vergisinin Yansıması	54
2.4. Haberleşme Sektöründe Fiyatlandırma	58
2.4.1. İşletmeciler Tarafından Belirlenen Ücretlerin Etkileri	59
2.4.2. Düzenleyici Kurum Tarafından Belirlenen Ücretlerin Etkileri	62

2.5. Kurumlar Vergisinin Yansımaya İlişkin Ampirik Çalışmalar.....	66
BÖLÜM III – TURKCELL İLETİŞİM HİZMETLERİ AŞ’NİN KURUMLAR VERGİSİ TEŞVİKLERİ YÖNÜNDEN UYGULAMA ÇALIŞMASI.....	69
3.1. Şirket ile İlgili Genel Bilgiler.....	69
3.2. Şirket Yatırımları ile Kar ve Zarar Tutarları.....	70
3.3. Şirket’in Yararlandığı Vergi Teşvikleri ve Karşılaştırmalar.....	78
3.4. Şirket’in Vergi Yüğü.....	87
SONUÇ	89
KAYNAKÇA	94

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1. Durağan Durumda Vergi Değişiklerinin Etkileri	29
Çizelge 2. Şirket'in Ayrıntılı Yatırım Tutarları (TL olarak)	72
Çizelge 3. Yıllar İtibariyle Şirket Kar ve Zararları (TL olarak)	75
Çizelge 4. Yıllar İtibariyle Yararlanılan Teşvik Tutarları (TL olarak)	79
Çizelge 5. Teşvikli ve Teşviksiz Durumların Karşılaştırılması (TL olarak)	81
Çizelge 6. 2003-2010 Yılları Arasında Şirket Karları ve Kar Dağıtımı (TL olarak) .	85
Çizelge 7. Teşvikli ve Teşviksiz Durumlarda Vergi Yükü Karşılaştırması	87

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Farklı Yatırım Taleplerinde Öz Kaynak ve Yabancı Kaynak Tercihi	12
Şekil 2. Vergilerin Şirket Yatırımları Üzerindeki Etkileri	20
Şekil 3. Yatırım İndirimi ile Yatırımların Teşviki.....	30
Şekil 4. Yatırım, Sermaye Kullanım Maliyeti ve Sermayenin Marjinal Verimliliği .	35
Şekil 5. Tam Rekabet Piyasasında Kurumlar Vergisinin Yansıması	41
Şekil 6. Tekel Piyasasında Kurumlar Vergisinin Yansıması	42
Şekil 7. Kar Marjı Fiyatlamasında Kurumlar Vergisinin Yansıması	48
Şekil 8. Satış Ençoklaştırması Fiyatlamasında Kurumlar Vergisinin Yansıması	50
Şekil 9. Öncü Firma Fiyatlandırmasında Kurumlar Vergisinin Yansıması	52
Şekil 10. Uzun Dönemde Kurumlar Vergisinin Yansıması	56
Şekil 11. 1995-2010 Yılları Arası Şirket Yatırımları, Ticari Kar ve İşlem Hacmi	77

KISALTMALAR LİSTESİ

AŞ: Anonim Şirket

ATO: Ankara Ticaret Odası

BTK: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu

GİB: Gelir İdaresi Başkanlığı

GSM: Global System for Mobile Communications

KAP: Kamuyu Aydınlatma Platformu

T.C.: Türkiye Cumhuriyeti

TDK: Türk Dil Kurumu

UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development

GİRİŞ

Vergi teşvikleri, hem kuramsal anlamda hem de uygulamada günümüzde çokça ele alınıp tartışılan maliye politikası araçları arasında yer almaktadır. Özellikle ekonomik daralma ve darboğaz dönemleri ile ekonominin gelişmesi arzulanın belirli alanlarında (ar-ge, havacılık, turizm vb.) yatırım, ihracat, istihdam ve üretim artışı sağlamak amacıyla sıklıkla kullanılan bir araç olması, konunun teorik anlamda da sürekli güncel olmasına yol açmaktadır. Bu kapsamda iktisat yazınında, vergi teşviklerinin mikro ve makro etkilerine ilişkin birçok çalışma gerçekleştirilmektedir.

Kurumlar vergisi teşvikleri, genel ekonomi içerisinde, kamu sektöründe ve özel sektörde belirli bir alanda faaliyet gösteren işletmelere/girişimlere, bazı hedeflere ulaşılması amacıyla sağlanan birtakım vergisel avantajı ifade etmektedir. Bu hedeflerin en başında kuşkusuz, tasarruf ve yatırımların artırılarak, ekonomideki toplam sermaye arzı ile üretim miktarının artırılması ve bu sayede ekonomik büyüme ve gelişmenin sağlanması yer almaktadır. Diğer bir deyişle kurumlar vergisi teşviklerinin amacı, kısa ve uzun dönemde yatırım ve üretim için gerekli olan sermaye stokunun üzerindeki vergi yükünü azaltarak, ekonomik büyümeyi sağlayabilmektir. Bu nedenle, teorik alanda vergi teşvikleri açısından en çok tartışılan konu, vergi teşviklerinin gerçek anlamda yatırım ve üretim artışını sağlayacak bir araç olarak etkin olup olmadığıdır.

Bu çalışmada kurumlar vergisi teşviklerinin, şirketlerin yatırım ve tasarruf hadleri üzerindeki etkileri yansıma olgusu ile birlikte ele alınmış olup, örnek bir şirket uygulaması yardımıyla, teşviklerin belirlenen hedefler doğrultusunda etkinliğine ilişkin sonuçlar elde edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, bilimsel olarak kanıtlanması pek mümkün olmayan ve birden çok değişkene bağlı bulunan “kurumlar vergisi teşviklerinin olmaması durumunda da, aynı yatırımlar gerçekleştirilir miydi?” sorusuna yanıt aranmıştır.

Bu bağlamda tezin ilk bölümünde, öncelikli olarak kurumlar vergisinin şirket politikaları üzerindeki etkileri incelenmiş olup, daha sonra kurumlar vergisi teşviklerinin firmaların finansman yapısını, kar dağıtım politikasını, vergi yükünü ve

bunlara bağlı olarak yatırım ve tasarruf eğilimlerini ne şekilde etkilediği ve değiştirdiği kuramsal bir çerçevede ele alınmıştır.

Tezin ikinci bölümünde ise, dolaysız bir vergi olan kurumlar vergisinin yansımaları olgusu ele alınmıştır. Zira, şirketlerin karları üzerinden alınan bir kurumlar vergisinin, her koşulda şirket tasarruflarından veya şirket ortakları tarafından yüklenildiğini/ödendiğini söylemek pek gerçekçi olmayabilir. Çünkü kurumlar vergisinin, fiyatlar yoluyla ileriye, tüketicilere ve alıcılara doğru veya emek gibi üretim etkenleri ile girdi fiyatlarının düşürülerek geriye doğru yansıtılması söz konusu olabilmektedir.

Bu kapsamda ikinci bölümde, tam rekabet, tekel ve özellikle günümüz yaygın piyasa çeşitlerinden olan oligopol piyasalarında fiyat mekanizması yoluyla ileriye doğru yansıma olgusunun gerçekleşip gerçekleşmediği incelenmiştir. Bununla birlikte, yapılan uygulama çalışmasıyla bağlantılı olarak, serbestleşme ve düzenlemeye (regülasyona) tabi tutulmuş haberleşme sektöründe faaliyet gösteren firmaların, maliyet yapıları ile buna ilişkin fiyatlandırma modelleri ele alınmış; bu sayede kurumlar vergisinin fiyatlar yoluyla ileriye yansıma durumu tartişılmıştır. Bunlara ek olarak, kurumlar vergisinin yansımaları konusunda yapılan önemli bazı ampirik çalışmalara yer verilmiştir.

Çalışmanın son bölümünde ise, vergi teşviklerinin belirlenen amaçlar ve kuramsal anlamdaki etkileri örnek şirket uygulaması kapsamında ele alınmıştır. Bu doğrultuda, şirketler açısından önemli derecede sabit ve batık maliyetlere sahip haberleşme sektöründe faaliyet gösteren ve hem kar oranları hem abone sayısı hem de yatırım kapasitesi açısından pazar payının yarısından fazlasına sahip olan Turkcell İletişim Hizmetleri AŞ, örnek şirket uygulaması olarak seçilmiştir.

Bu çerçevede Şirket'in, 1993-2010 yılları arasında yararlanmış olduğu kurumlar vergisi teşvik tutarları, Şirket yatırımları ve karları dikkate alınarak, teşvik olmaması durumu ile karşılaştırılmış; bu doğrultuda, Şirket'in üzerine düşen vergi yükü ve Şirket'in sağlamış olduğu net vergi avantajına ilişkin hesaplamalara yer verilmiştir. Bu hesaplamalarla birlikte teşviklerin, Şirket'in kar dağıtım politikasını nasıl etkilediği ele alınmış ve bu bulgular neticesinde sonuç bölümü oluşturulmuştur.

BÖLÜM I – TEŞVİK KAVRAMI ve VERGİ TEŞVİKLERİNİN KURAMSAL TEMELLERİ

Bu bölümde, ilk olarak genel anlamda teşvik kavramı ele alınmış olup, daha sonra vergi teşviklerinin şirketlerin tasarruflar ve yatırımları, şirketlerin kar dağıtım politikaları, finansman yapısı ve sermaye stoku üzerindeki etkileri kuramsal açıdan incelenmiştir. Bunun için öncelikle, kurumlar vergisinin şirketler üzerindeki yatırım ve tasarrufları azaltıcı olumsuz etkileri ele alınmış; ardından teşviklerin, bu olumsuzluğu gidermedeki rolünün etkin olup olmadığına ilişkin farklı görüşler inceleme konusu yapılmıştır.

1.1. Teşvik Kavramı

Teşvik, kelime anlamı olarak Türk Dil Kurumu'nun (TDK) İktisat Terimleri Sözlüğü'ne göre, “belirli bir iktisadi ve sosyal amaca ulaşabilmek için maddi destek ve hukuki kolaylıklar biçiminde verilen ödül” şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2004). Tanımdan da anlaşıldığı üzere, bir maddi destek veya hukuki kolaylıktan bahsedebilmemiz için söz konusu ödülün, bir amaca ulaşmak için verilmiş olması gerekmektedir. Teşvik edilmesi gereken eylemin, sadece yerine getirilmiş olması yetmemekte, dahası bu eylemin ulaşması gereken –hatta önceden planlanmış- bir amacı, bir ereği olması gerekmektedir. Bu tanım ki, bir ödülün teşvik sayılabilmesi için, bir iktisadi ve sosyal amacın karşılığında verilmiş olmasını gerekli kılmaktadır.

Pek doğaldır, teşvik kavramı ve/veya vergi teşvikleri için sözlüklerden yapılan tanımlamalar tek başlarına yeterli olmayacaktır. Zira teşviklerle ilgili olarak yapılmış birden çok tanım mevcuttur. Genel anlamıyla teşvik kavramı, “ülkelerin kalkınma stratejilerine ve mevcut sosyo, ekonomik ve toplumsal yapılarına bağlı olarak belirli aktivitelerin yapılmasına veya yapılmamasına özendirmek amacıyla kamu tarafından sağlanan nakdi veya gayri nakdi destekler paketi” (ATO, 2000:7) olarak veya “belirli ekonomik faaliyetlerin diğerlerine oranla daha fazla ve daha hızlı gelişmesini sağlamak amacı ile kamu tarafından çeşitli yöntemlerle verilen maddi ve/veya gayri maddi destek, yardım ve özendirmeler” (İncekara, 1995:9) olarak tanımlanabilir.

Sadece yatırım teşviklerine ilişkin yapılan bir tanım ise şu şekildedir: “Bir yatırımın maliyetini veya potansiyel karını etkileyerek veya yatırımla ilgili risklerini

değiştirerek, yatırımın büyüklüğünü, bölgesini ve sektörünü etkilemek için hazırlanan hükümet önlemleridir” (UNCTAD, 1994:290).

Tanımlardaki en belirgin ortak noktaya dikkat ettiğimizde, teşvik edilecek ekonomik faaliyetin belirli (veya seçilmiş) olması gerektiği görülecektir. Buna göre, ekonomide teşvik edilmesi gereken bazı faaliyet alanları veya sektörler genel iktisadi politikalarla paralel doğrultuda seçilmeli ve bu doğrultuda desteklenmelidir. Aksi takdirde, yani geniş ve yaygın bir teşvik sisteminin uygulanması durumunda, kamu tarafından sağlanan destek ve özendirme yönelimlerinin yönlendirme özelliği kaybolacaktır. Bu durum kuşkusuz, teşviklerin belirlenen amaçlarına ters düşecektir.

Teşviklerin -özellikle vergi teşviklerinin- kamu kesimi tarafından verilmesi, aynı zamanda vergi harcaması kavramını ortaya çıkarmaktadır. Vergi harcaması basit bir ifadeyle, devletin, belirli bazı amaçlar doğrultusunda toplamaktan vazgeçtiği vergi geliri olarak tanımlanabilir. Bilinen anlamda, yani vergi toplanmasına yönelik olarak yapılan harcamaları değil; fakat genel vergi sistemi içerisinde, vergi kaybına yol açan uygulamaları ifade etmektedir.

Bu bağlamda, bir vergi harcaması olarak kabul edebileceğimiz vergi teşvikleri, kamu gelirlerinde bir gelir kaybı veya ertelenmesi olarak gerçekleşir. Burada önemli olan husus kamunun, hangi amaç için bu kamu harcamasına katlanıldığı sorusudur.

Bu doğrultuda tanımlamaya çalışırsak, ekonomik teşviklerin temelinde, ülke içerisindeki kaynakların ekonominin faydasına yönelik belirlenen alanlara yönlendirilerek, bu alanlarda iktisadi açıdan arzulanan sonuçlara özel sektör kanalıyla ulaşılabilmesi (yatırım artışı, ihracat artışı, teknoloji üretimi, istihdam artışı vs.) anlayışı yer almaktadır.

1.2. Vergi Teşviklerinin Kuramsal Temelleri

Neo-klasik görüşe göre, kar üzerinden alınan bir verginin varlığı (konumuz açısından bu, kurumlar vergisi olmaktadır), şirketlerin tasarruf ve yatırım yeteneğini kısıtlayarak, kaynakların verimli alanlara kaydırılmasını engellemekte ve üretimde daralmalar meydana getirmektedir. Bununla birlikte, kazancın bir kısmının devlet tarafından vergi adı altında toplanması, sermayenin getirisini azaltmakta ve sermaye

birikimini olumsuz yönde etkileyerek ekonomik büyümeyi yavaşlatabilecektir. Kurumlar vergisinin bu olumsuz etkilerini gidermek amacıyla, vergi politikalarının yatırımları ve tasarrufları özendirerek şekilde oluşturulmasına ihtiyaç vardır. Bu sayede girişimciler, yatırımları artırarak, reel ekonomiye katkıda bulunacak, bu da ekonomideki yatırımların artmasına ve büyümeye yol açacaktır.

Öncelikle bu doğrultuda, kurumlar vergisinin tasarruflar ve yatırımlar üzerindeki kuramsal etkilerine bakmak ve ardından vergi teşviklerinin uygulanmasındaki temel varsayımları ayrıntılarıyla incelemek yerinde olacaktır.

1.2.1. Kurumlar Vergisinin Kurum Tasarrufları Üzerindeki Etkileri

Bilindiği gibi tasarruf, gelirin tüketime ayrılmayan kısmıdır. Kurumlar da tıpkı bireyler gibi, kazançlarının bir kısmını faaliyetlerini sürdürebilmek amacıyla harcamakta, geri kalan kısmını belirli yöntemlerle tasarruf yaparak tekrardan yeni yatırımlarda kullanmaktadırlar.

Kurumların vergi matrahları, belirli vergi dönemlerinde elde ettikleri net gelir üzerinden tespit edilmektedir¹. Bu matraha uygulanan vergi sonrasında kurumların elde ettikleri karlar, 3 şekilde değerlendirilebilir: Kurum, vergi sonrası karının tamamını hissedarlarına dağıtabilir (yasal olarak öngörölmüş bir ihtiyat payı varsa, bu pay çıkarıldıktan sonra), tamamını yedek akçe (ihtiyat) olarak ayırabilir ve son olarak kazancı sermayeye ilave ederek sermaye artırımına gidebilir (veya belirlenen oranlar doğrultusunda bu üç seçenekten üçü de seçilip uygulanabilir).

İktisat yazınında, kurumlar vergisinin kurum içi tasarruf oranlarını düşürdüğü genel olarak kabul edilir. Zira elde edilen kazancın vergilendirilmesi, hem kar payı elde eden hissedarın gelirini azaltmakta, hem de kurum içinde ayrılacak yedek akçe tutarını veya sermayeye eklenecek tutarı azaltmaktadır. Bu noktada kurumlar

¹ Kurumun vergiye tabi matrahı $M = G - H - A - İ$ şeklinde denkleştirilebilir. Buna göre;

M = Matrah

G = Gelirler

H = Hammadde ve satış maliyetleri

A = Amortisman giderleri

İ = Borçlanma maliyetini içeren faiz ödemeleri; şekilde tanımlanabilir (Mintz, 1996:27).

vergisinin ne dereceye kadar tasarruflardan ödendiğini bulmak için, önce verginin ne kadarlık bir kısmının yedek akçelerden, ne kadarının kar paylarından ödendiği sorusunun cevabı önem kazanmaktadır (karın sermayeye ilave edilmesi yatırımlarla da ilişkili olduğundan, ileride ayrıca ele alınmıştır).

Bulutoğlu'na göre, kurumlar vergisinin kar payını veya yedek akçeyi azaltma derecesi, şirketlerin bu iki kaynağa yaptığı tahsislerin, karların artış ve azalışı karşısındaki esnekliğine bağlıdır. Örneğin bir şirket, kar paylarını asgari hadde indirmiş olabilir ve karlardaki herhangi bir azalış karşısında bile kar paylarında bir azaltmaya gidebilecek durumda değildir. Böyle bir durumda vergi tamamen yedek akçelerden ödenmiş olacaktır. Aynı durum yedek akçeler için de görülebilir. Şirket, en az yedek akçe seviyesine geldiğini düşünürse, o halde verginin tamamını kar paylarında yapılacak bir azaltma ile hissedarlara yüklemek isteyebilir (Bulutoğlu, 1962:211).

Bernheim'a göre kurum kazançlarının vergilendirilmesi, kurumların tasarruflarını iki yoldan etkilemektedir. İlk olarak , kurumlar vergisinin varlığı, vergi sonrası karı mutlak olarak azaltmaktadır. Bu durumda kurumlar, dağıtılacak kar paylarını değiştirmedikçe, dağıtılmayan karlarda azalma meydana gelecek ve kurum tasarrufları net olarak azalacaktır. İkinci olarak ise, hem gelir vergisi, hem de kurumlar vergisi kar payı politikasını etkileyebilir niteliktedir. Öyle ki, kar paylarının vergi oranı, fiili kurumlar vergisi oranına kıyasla yükselirse, bu durumda şirketler daha az kar payı dağıtmayı tercih edebilirler² (Bernheim, 2002:1236).

Ayrıca dağıtılan kar payları üzerinden, hissedarın bulunduğu gelir dilimine göre tekrardan vergilendirme yapılması kişisel tasarrufları da azaltıcı bir etki yapmaktadır. Bu durum şirketlerin daha az hisse senedi ihraç etmesine ve daha az kar payı dağıtmasına neden olmaktadır. Böyle bir durumda tasarruf oranındaki düşme oranı, dağıtılan karlara oranla daha fazla olmaktadır. Çünkü elde edilen kar payının,

² Dağıtılmayan karlar sayesinde hissedarların ellerinde bulundurdukları hisse senetlerinin piyasa fiyatları yükselecektir. Hisse senetlerinin elden çıkarılmasına yönelik birtakım istisnaların bulunduğu bir vergi sisteminde piyasa fiyatı yükselen hisse senetlerinin satışından elde edilen kazanç daha düşük veya 0 (sıfır) oranında vergilendirilirse, hissedarlar kar payı elde etmek yerine, bu yolla menkul kıymet kazancı elde etmeyi tercih edebilirler. Bu durumda hem kurumun tasarruflarında, hem de hissedarların tasarruflarında görece artış yaşanacaktır.

kurumlar vergisine oranla daha yüksek bir oranda tekrardan bir gelir vergisine tabi tutulması söz konusudur (Musgrave ve Musgrave, 1976:297).

Kar paylarının dağıtılmaması durumunda ise, kurumların vergi sonrası tasarruf oranı nispeten artsa da; hissedarların, bir anlamda hane halklarının, tasarruf oranı düşmektedir. Bunun sebebi kurumun yaptığı tasarrufu, hane halklarının kendi yapıyormuş gibi hissetmesinden kaynaklanmaktadır. Bir şirket, kar dağıtımını yapmak yerine, yedek akçe ayırdığında veya karı sermayeye ilave ettiğinde hisse sahibi, kendisinin tasarruf yapmış olduğu düşüncesine sahip olmaktadır³ (Bernheim, 2002:1236).

Kar payları üzerindeki bireysel gelir vergisinin varlığı, 2 farklı nedenden dolayı toplam kar payı dağıtımını kısmaktadır (Auerbach, 2002,1264-1265):

İlk neden, kar payı üzerindeki vergi artışı, maliyetleri artırmakta ve kaynakların fırsat maliyetini, yatırımcının herhangi bir yatırım geliri üzerindeki nihai vergi yükünden daha fazla azaltmaktadır. Başka bir deyişle kar payı dağıtımını, verginin bugünkü oranında bir artış varsa azalmakta; verginin gelecekte artması bekleniyorsa artmaktadır (vergi oranı gelecekte aynı kalacak olsa dahi kar payı dağıtımını artacaktır).

İkinci neden, kar payı vergilerindeki artış bir ayrıma neden olmamaktadır. Örneğin, kar paylarının ve faiz gelirlerinin aynı oranda vergilendirildiği bir durumda; kar payı vergisindeki bir artış aynı zamanda, faiz geliri üzerinden elde edilen verginin oranını da artıracaktır. Bu değişim, alternatif yatırımlar üzerindeki vergi yükünü artırdığından, kurum yatırımlarını daha cazip kılacaktır. Böylelikle, sabit sermaye yatırımları teşvik edilmiş ve kar payları azaltılmış olacaktır. Sonuç olarak, kurumların tasarruf ve yatırım meyilleri nispeten artmış olacaktır.

Görüldüğü üzere her iki durumda da (kar payı dağıtılsın veya dağıtılmasın) tasarruf oranları azalmakta, ancak kar paylarının ayrıca bir gelir vergisine tabi

³ Ancak bu görüşün tersini savunanlar da vardır. Hissedarlar nadiren firmaların yıllık hesap raporlarını okurlar ve bunu yapmış olsalar bile, kendi adlarına firmaca yapılmış olan tasarrufun büyüklüğünü belirlemede güçlük çekerler. Eğer hisse senedi borsa değerlerinin, firmanın gerçek sermaye değerini yansıttığına inanılıyorsa, o zaman hissedarlar ne kadar tasarruf edildiğini belirleyebilirler. Ancak borsanın gerçek sermaye değerini yansıttığı şüphelidir (Stiglitz, 1994:676).

olması, kurumların daha az kar payı dağıtarak kazancın şirket içinde bırakılmasını teşvik etmektedir. Bu da, kurum tasarruflarının bireysel tasarruflara oranla bir nebze olsun artmasına yol açmaktadır.

Bunun yanı sıra şirketler, vergi sonrası gelirlerini hissedarlara kar payı olarak dağıtmayıp veya yedek akçe olarak ayırmayıp üçüncü bir seçenek olan kazancı sermayeye ilave etme yolunu seçebilirler. Gerçekte kurum tasarruflarının çoğu, kurumlar tarafından bu dağıtılmayan karlar şeklinde gerçekleşmekte ve bu kazançlar, tekrardan doğrudan sermaye yatırımlarına dönüşmesi nedeniyle önem taşımaktadır.

Yukarıda da belirttiğimiz gibi kurumlar vergisinin varlığı, dağıtılan kar paylarını, dağıtılmayan (biriktirilen) kar paylarına göre çok daha ağır vergilendirerek, bu yatırımlar için fon yaratılmasına imkan sağlayacak niteliktedir (Edizdoğan ve Çelikkaya, 2010:143). Bu sayede de kazancın yeniden sabit sermaye yatırımlarında kullanılma imkanı ortaya çıkmaktadır.

Elde edilen kazancın bu şekilde sermayeye ilave edilmesi durumunda da kurum tasarrufları kurumlar vergisi nedeniyle azalmaktadır. Durumu bir örnekle açıklamak gerekirse; bir işletmenin 100 birim yatırım yaptığı ve bu yatırımdan yüzde 40 oranında kazanç elde ettiği varsayalım. Bu elde edilen kazancın tamamının yeniden yatırıma yöneltildiği takdirde ikinci yıl 56 birim $[(100 + 40) \times 0,4 = 56]$, üçüncü yıl 78 birimlik bir gelir sağlanacak ve yedinci yılın sonunda toplamda 301 birimlik kar elde edilecektir. Bu aşamada, kar üzerine yüzde 50 oranında bir kurumlar vergisi konulduğunu düşünelim. İlk yıl karı 20, ikinci yılın 24, üçüncü yılın karı ise 29 birim olacaktır. Bu durumda yedinci yılın sonunda elde edilen gelir ancak 60 birim olarak gerçekleşmektedir. Aradaki 241 birimlik fark, verginin işletme tarafından yatırım için gerekli olan tasarruflarını önemli oranda azalttığını göstermektedir. Bir başka deyişle kurumlar vergisi, genişleyen işletme ihtiyaçlarını karşılayacak yeni sermayenin hızla artmasına bir şekilde engel olmaktadır (Nemli, 1979: 195-196).

Şirketin mevcut kazancını örnekte olduğu gibi sabit yatırımlara mı yoksa para politikası araçlarına mı yatıracığı sorusunun yanıtını ise faiz oranları belirlemektedir. Kuşkusuz şirketleri tasarruf yapmaya iten en önemli etmenlerden biri de yapılacak tasarrufların getiri oranıdır. Uygulanan piyasa faiz oranı sayesinde elde edilecek

gelir, riskli veya daha az riskli bir yatırıma oranla yüksek bir getiri imkanı sunuyorsa, bu halde şirketler, tasarruflarını bu yönde kullanma eğilimi içerisinde olabilirler. Bu noktada, faiz gelirleri üzerinden vergi alınması durumu, tasarruf eğilimini etkileyen önemli etmenlerden biri olarak görülmektedir.

Böyle bir durumda, faiz gelirleri üzerine konulan (t) oranında bir verginin, faiz (r) geliri üzerindeki etkisi şöyle açıklanabilir: Faiz gelirinun vergilendirilmesi ilk olarak tasarruf kararlarını etkileyecek ve tasarruf etmenin cazibesini azaltacaktır. Çünkü belli bir tasarruf seviyesinde, tasarrufun vergi sonrası getirisi (r)'den $(1 - t)r$ 'ye geriler. Örneğin, 100 liranın yıllık %5 faiz oranından getirisi 5 liradır. Ancak bu gelire %33 oranında vergi getirildiğinde, vergi sonrası faiz geliri $(1 - t)r = 0,67 \times 0,05 = 3,3$ TL olacaktır; yani getiri %5'ten, %3,3'e düşecektir. Bu çerçevede faiz gelirlerinin vergilenmesi, tasarruflarda meydana gelecek değişimin büyüklüğü ve hatta değişme yönü konusunda tam bir kesinlik olmamakla birlikte; tasarruflar üzerinde olumsuz bir etki yaratacaktır (Stiglitz, 1994:534). Bu durumda şirket, tasarruf ve yatırım olanaklarını yeniden gözden geçirmek durumunda kalacaktır.

Kurumlar vergisi, firmaların tasarruf oranı ile de bağlantılı olarak, şirketlerin finansman yapısı ve kaynak yapısı üzerinde de önemli değişiklikler meydana getirmek suretiyle etkili olmaktadır. Çünkü şirketlerin finansman ve kaynak yapısı, firmaların aldığı 2 karara bağlıdır: İlk olarak, sermaye yapılarının ne kadarını borç ile ve ne kadarını hisse senedi veya tahvil sunumuyla destekleyecekleri önem taşır. İkinci olarak, kar dağıtmak yerine, kazancın ne kadarının şirket içi finansman için tutulacağı belirlenmelidir (Auerbach, 2002:1253). Başka bir ifadeyle, kurumlar vergisi, öz kaynaklarla finansman veya yabancı kaynakla finansman konusunda ve ardında elde edilen gelirin nasıl değerlendirileceği üzerinde bir seçim yapılmasını gerekli kılmaktadır. Bu seçimin sonucu doğrudan, kurumun ve hissedarların tasarruf davranışlarını etkilemesi açısından önemlidir.

Nemli'ye göre birçok işletme, gelişmeleri için gerekli olan fonları yeni ortak bulmak veya tahvil çıkarmak yerine, dağıtılmayan karlardan, yani iç tasarrufundan sağlamaktadır. Bu durum özellikle, yeni kurulmuş olan ve gelişme içinde bulunan işletmeler için söz konusudur. Küçük işletmelerin yeni yatırım yapmak ve büyümek

için gerekli sermayeyi, tahvil çıkarmak veya bankalara borçlanmak gibi yollarla dışarıdan sağlamaları oldukça güçtür. Kurumlar vergisi şirket karlılığını düşürdüğü ölçüde bu güçlük daha da artmaktadır (Nemli, 1979:198).

Ancak burada dikkat edilmesi gereken nokta, kurumlar vergisi matrahının tespitinde dikkate alınan indirimlerin arasında faiz ödemeleri yer alırken, öz sermaye yatırımlarından elde edilen kar paylarının dikkate alınmamasıdır. Bir başka deyişle, kar payları veya çıkarılan hisse senetleri için ödenen faizler vergiye tabi gelirden indirilemediği halde, bankalardan alınan kredilere ve çıkarılan borçlanma tahvillerine ait faizler, kurum kazancının tespitinde gider olarak kabul edilip matrahtan indirim konusu yapılabilmektedir. Öyleyse şirketler, öz sermaye kullanarak yatırım kararı vermekten ziyade, ya tahvil çıkarma ya da banka ve benzeri kredi kurumlarından yabancı kaynak tesis etme yolunu seçecektir.

Bir örnekle konuyu açıklamak gerekirse: Riskin olmadığı bir durumda, finansman maliyetinin (r) ile gösterildiğini ve bunun da borçlanma ve hisse senedi ihraç etme maliyetine eşit olduğunu düşünelim. Eğer (p), şirketin hisse senetlerine yatırım yapmanın nominal fırsat maliyeti ise (gelir vergisi ödenmeden önce) ve (π) enflasyon oranı ise, hisse senedi ihracı ile finansmanın maliyeti $p - \pi$ olacaktır. Örneğin, hisse senedi sahipleri yatırımlarından %10'luk bir nominal getiri bekliyorlarsa (gelir vergisi ödemesinden önce) ve enflasyon oranı %5 ise, hisse senedi ihracının gerçek maliyeti %5'tir.⁴ Eğer (i), vergi matrahından indirim konusu yapılabilen nominal borç faiz oranı ise ve (u) kurumlar vergisi oranı olduğunda, borçla finansmanın denklemi $i(1 - u) - \pi$ olacaktır. Bu durumda örneğin, şirket için ödenebilir faiz oranı %10, kurumlar vergisi %40 ve enflasyonun %5 olduğu durumda, firmaya dış borçla finansmanın gerçek maliyeti $0,1(1 - 0,4) - 0,05 = 0,01$; yani sadece %1 olacaktır (Mintz, 1996:37).

Yukarıdaki örnek de gösterdiği üzere, işletmenin sermaye bileşimi içerisinde yabancı sermayenin oranı artıkça, öz sermaye başına düşen kar oranı da artacaktır.

⁴ Firma için öz finansman kaynağı olarak hisse senedi ihraç etmek ve dağıtılmamış karlar arasındaki fark, bu noktada göz ardı edilmektedir. Doğaldır ki, hisse senedi ihracı ve dağıtılmamış karlarla finansmanın fırsat maliyeti, vergilendirilmiş ve vergilendirilmemiş olması durumuna göre farklılık gösterecektir.

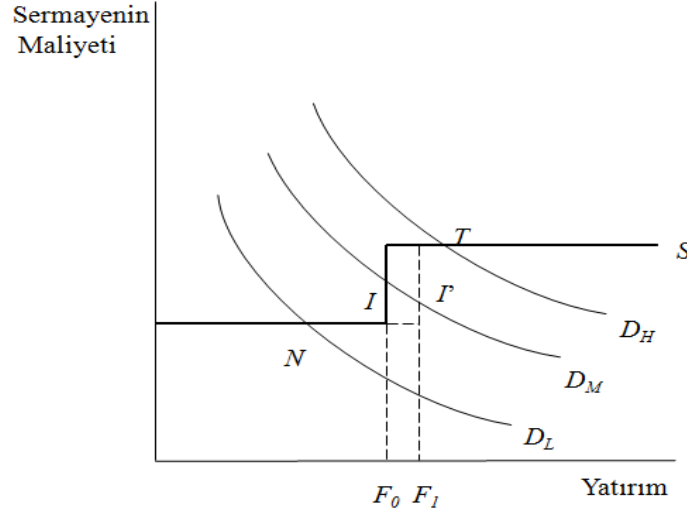
Bu nedenle her işletme, mümkün olduğu kadar borçlanma yoluna giderek, yabancı sermaye yaratma yolunu tercih edecektir. Kurumlar vergisinin varlığı bu eğilimi daha da şiddetlendirecektir. Çünkü, öz sermaye üzerindeki vergi yükünün hafifletilmesi amacıyla, büyük ölçüde borçlanmaya gidilerek vergi sonrası karın, öz sermayeye oranı yükseltilmeye çalışılacaktır. Bu sayede öz sermayenin karlılık oranı artacak, bu da öz sermayenin verimliliğini yükseltecektir. Yani, aynı öz sermaye miktarı ile daha fazla yatırım ve üretim imkanı ortaya çıkacaktır.

Öz sermaye yatırımları üzerinden elde edilen ortalama getirinin kurum matrahından indirilmesine izin verilmediği için, kurumlar vergisi gerçekte brüt gelirin bir kısmı üzerinden alınan bir vergi şekline bürünecektir. Bu nedenle iktisatçılar, bunu kardan çok fırsat maliyeti olarak adlandırmaktadırlar. Bu durumun bir sonucu olarak işletmeler, daha az kurumlar vergisi ödemek adına yabancı kaynaklarını, öz sermaye aleyhine artıracaklardır. Yani öz sermaye ile finansmanda sermaye maliyetinin dikkate alınamaması, öz sermayeye dayalı genişleme yerine, borçlanmayı teşvik edici niteliktedir (Buchanan, 1960:301-302).

Daha basit bir ifadeyle, kurumlar vergisinin yüzde 48 olduğu bir ortamda, kurum 1 lira kar payı dağıtabilmek için vergi öncesinde 1,93 lira kazanmak zorundadır. Buna karşılık 1 lira faiz ödemek için sadece 1 lira kazanması yeterlidir. Bu durum, kurum için öz sermaye ile finansmanı, aynı miktarda dış borç ile finansmandan daha maliyetli hale getirmektedir (Edizdoğan ve Çelikkaya, 2010:145).

Şirketin finansman yapısının tercihi -borçla veya öz kaynakla finansman-, kuşkusuz yatırım kararlarından bağımsız düşünülemez ve üstelik bu durum, yatırımların beklenen net getirisini ve risklerini de içeren daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Şekil 1’de, bir şirketin denge durumunda farklı yatırım talepleri D_H , D_M ve D_L ile gösterilmektedir (Auerbach, 2002:1260):

Şekil 1. Farklı Yatırım Taleplerinde Öz Kaynak ve Yabancı Kaynak Tercihi



Kaynak: (Auerbach, 2002:1260)

Firma için dış kaynağın, öz kaynaktan daha maliyetli olduğu bazı durumlardaki fon arzı S ile gösterilmektedir. Hisse senedi ihracının sadece önemli yeni bir destekleyici kaynak olarak görüldüğü durumlarda; firma için yüksek düzeyde getiri sağlayan yatırımlar için yüksek yatırım talebinin olduğu durum D_H eğrisi ile gösterilmektedir. Kısa süreli bir yatırım evresinde, yatırımdan elde edilen ve dağıtılmayan karların olabilecek en yüksek oranı ise F_0 ile gösterilmekte ve D_H için denge, T noktasında oluşmaktadır. O halde T noktasında, yani F_0 noktasından daha fazla bir yatırım talebi olduğunda, yatırım için gerekli fonların sadece iç kaynaklarla karşılanması mümkün bulunmamaktadır. Bu noktada firma, ek bir borçla finansmanın maliyeti ile ek bir yatırımın getirisini karşılaştırarak en uygun kararı vermek durumundadır.

Aksine, firma için düşük oranlı beklenen bir getiriye bağlı olan düşük seviyede bir yatırım talebi D_L ile gösterilmektedir. Yatırımın getirisinin düşük olması, yatırım talebini azaltırken, buna bağlı olarak dağıtılmayan kar paylarının seviyesi, yatırım için gerekli olan finansman ihtiyacını aşmaktadır. Böylelikle, çıkarılan hisse senetlerinin geri alınmasına kadar kar payları düşecektir, çünkü hem finansman ihtiyacı yoktur, hem de yatırımın getirisi azdır. Bu durumda firma N noktasında dengeye gelecektir.

Bu iki durumun arasındaki I noktasında firma, ek bir yatırımın dış kaynakla finansmanın öz kaynakla finansmana göre daha maliyetli olmasından dolayı, iç kaynakları kullanmayı tercih edecek ve ek bir yatırım yapmayı, kar payını yükseltmeyecek ve yatırımı da azaltmayacak kadar karlı bulacaktır. Bu durumda, firma için öz kaynak seviyesindeki bir değişme yatırımları artırarak, F_0 'ı, F_1 noktasına getirecektir. Bu durum ayrıca, yatırım kararlarının, yatırımın getiri oranına bağlı olduğunu dile getiren kuramsal argümanı da destekler niteliktedir.

Şekil 1'deki durumda arz ve talep arasında değişkenlikler olmasına rağmen bu durum; öz kaynaklarla finansman yapan şirketlerin, daha gelişmiş ve güçlü bir yatırımı finanse etmek için mevcut fonlardan daha fazlasına ihtiyaç duyduğunu göstermektedir.

Bu durumda firma, marjinalde kendisine şu soruyu soracaktır: Küçük bir miktar fazla yatırım yapmak için biraz daha borçlanmaya değer mi? Öyleyse faiz ödemelerinin matrahtan indirilmesine izin veren bir kurumlar vergisi sadece, fonları ek miktarla borçlanarak bulamayan firmaların yatırımları üzerinde olumlu bir etki yapacaktır.

Bu görüşü bir yatırım portföyü üzerinden formül yardımıyla da açıklayabiliriz (Musgrave, 1959:322):

Verginin olmadığı durumda borçlanmaya başvurmadan, herhangi bir özel yatırım portföyünün Y birim geliri:

$$Y = (g - r)N$$

şeklinde gösterilebilir. Y , yatırım geliri tutarını, g ve r sırasıyla, kar ve zarar oranlarını ve N ise, öz sermaye tutarını veya yatırımcının sahip olduğu sermaye tutarını göstermektedir. Borçlanma yoluyla finansman tercih edildiğinde;

$$Y_b = (g - r) (N + B) - iB$$

denklemi elde edilecektir. Burada B , borç alınan tutarı göstermektedir. B 'yi, bN olarak ifade eder ve denklemde yerine koyarsak;

$Y_b = [(g - r)(1 + b) - ib] N$ olarak yazılabilir. Eşitliğin her iki tarafını da N 'e bölersek;

$$y_b = y(1 + b) - ib$$

olacaktır. Burada $y_b = Y_b / N$ değeri, borçlanma durumunda net gelir veya kazancın yatırım portföyüne oranını göstermekte ve $y = g - r$ ise, borçlanma olmadığı zamanki yatırım gelirini göstermektedir. Borçlanma durumundaki yatırım riski olan R_b 'nin tutarsal olarak gösterimi ise,

$$R_b = r(1 + b) N$$

şeklindedir. Her iki tarafı da N 'e bölersek;

$$r_b = r(1 + b)$$

eşitliği elde edilir. Bu denklemde $r_b = R_b / N$, borçlanma durumunda yatırımın net risk oranını ve r ise borçlanma olmadığı durumdaki net risk oranını göstermektedir. Eğer faiz haddini gösteren $i = y$ ise, $y_b = y$ eşitliği sağlanacaktır. Ancak bu durumda, borçlanma durumundaki risk, borçlanmamaya göre daha fazla olacaktır (yani $r_b > r$). O halde borçlanmaya gerek bulunmamaktadır. Ancak, $i < y$ olması durumunda ise, borçlanma sayesinde elde edilecek gelir, borçlanmamaya göre daha fazla olacaktır (yani $y_b > y$). O halde yatırımcı, yatırımın beklenen getirisine ve yatırımın riskine göre borçlanma yolunu tercih edebilecektir. Borçlanma, yatırımcının daha yüksek bir kayıtsızlık eğrisine geçmesine yol açacağından, daha yüksek getirili ve daha riskli yatırımlar için borçlanma yoluna gitmek istenecektir.

Çünkü firma borç aldığı anda, vergi yoksa, sermayenin marjinal maliyeti tam olarak firmanın ek yatırımlarını finanse etmek için aldığı ek borç üzerinden faize eşittir. Faiz vergiden düşülebildiği için, vergi sonrası marjinal maliyet $r(1 - t)$ 'dir. (r) faiz haddini, (t) vergi oranını göstermektedir. Ancak, eğer faiz haddi %10 ve vergi oranı %34 ise, vergi sonrası maliyet sadece, $[0,1(1 - 0,34) = 0,066]$, % 6,6 olacaktır. Vergi nedeniyle firmanın getirisi %34 azalmaktadır. Ama aynı zamanda borçlanmanın maliyeti de aynı oranda azalmaktadır. Dolayısıyla, verginin

alınmasından önce borçlanmayla finanse edilecek bir yatırımın net geliri pozitif ise, yine pozitiftir. Eğer negatif ise, yine negatiftir (Stiglitz, 1994:704).

Öyleyse Musgrave'in bu modeline t oranında bir kurumlar vergisini eklediğimizde, vergi sonrası yatırımın geliri;

$$Y_{bt} = (1 - t)(g - r)(N + B) - iB + tiB$$

olarak yazılacaktır. B yerine bN değerini koyup, eşitliğin her iki tarafını da N 'e böldüğümüzde;

$$Y_{bt} = (1 - t[(g - r)(1 + b) - ib]$$

eşitliği elde edilecektir. Daha yüksek getirili ve riskli yatırımlar için tercih edilen borçlanma ile finansman durumunda kurumlar vergisinin etkisi, hem yatırımın getirisini hem de riski azaltması açısından önemlidir (Musgrave, 1959:325).

Özetle, kar üzerinden alınan bir kurumlar vergisi, sadece yatırımın karlılığını etkilemekle kalmayıp, öz kaynakların başlangıçtaki dağılımını ve yatırım yapmayı düşünen firmalar için, mevcut bulunan yatırım fonlarının elde edilme biçimini de değiştirir. Eğer bütün yatırımcılar gelir ve risk arasında aynı tercih yapısına sahip iseler ve borçlanarak yatırım yapacak olan muhtemel yatırımcılar da aynı koşullar altında fon elde edebiliyorlarsa, bu durumda sorun, vergilerin kimlerin tasarrufunu azalttığı ile ilgilidir. Yani burada vergi ile ilgili en önemli faktör, verginin borç verilebilir fonlar üzerindeki etkisiyle ilgili olmaktadır. Bazı yatırımcılar sermaye piyasasına daha kolayca girerlerken, diğer bazıları girememektedir. Öte yandan, bazı yatırımcılar kar payları gibi kendi öz kaynaklarına başvurma arzusunda olduklarından, sermaye piyasasından borçlanmayı tercih etmemektedirler. Öyleyse, sermaye piyasası bütün yatırımcılar için ortak bir havuz olmamaktadır ve yatırım fonlarının arzı homojen olmaktan çok uzaktır. Bu nedenle, yatırım fonlarının durumu ve seviyesi, kimlerin vergi nedeniyle tasarruflarının azaltıldığına bağlı bulunmaktadır (Musgrave, 1959:333)

Sonuç olarak, kardan doğan gelirin vergilendirilmesi, yatırımcı için bir maliyet anlamına gelmekte ve bu durum şirketin kullanılabilir gelirini azaltmaktadır. Azalan

bu gelir üzerinden yapılacak olan tasarruf miktarı firmanın finansman ve kar payı dağıtım politikasına göre değişiklik göstermektedir. Şirket, kar payı dağıtmak yerine karı içeride tutmayı tercih ederse, hissedarların bireysel olarak tasarrufları azalacak; ancak söz konusu karlar gelir vergisine tabi tutulmadığından daha fazla oranda şirket tasarrufu olarak kalacak ve sabit yatırımlara dönüştürülebilecektir. Ayrıca şirket, tahvil çıkarmak veya banka benzeri finans kurumlarından borçlanarak sağladığı finansmanın maliyetini kurumlar vergisi matrahından indirim konusu yapabilmesine karşılık, öz sermaye üzerinden, yani hisse senedi ihracı ile elde edilen finansman maliyeti olan kar paylarını, kurum kazancından indirim konusu yapamamaktadır. Bu durum, kurum tasarrufunu borçlanmaya oranla olumsuz etkilemekte ve dış kaynaklarla yapılan finansman, kurum tasarruflarını görece artırmaktadır.

1.2.2. Kurumlar Vergisinin Kurum Yatırımları Üzerindeki Etkileri

Kurumların yatırım kararı büyük oranda kara ve kar beklentisine dayalıdır. Firmalar, ancak üretimin karlı olacağını düşündükleri sürece yeni makine ve teçhizat satın alırlar. Bir yatırımın karlılığı ise kısmen vergilere bağlıdır. Eğer firma karları üzerine yüksek oranlı bir vergi konursa, yatırımcılara yapılan ödemeler bu oranda azalacaktır. Başka bir deyişle, yüksek marjinal vergi oranları yatırımları olumsuz yönde etkileyecektir (Bach, 1966:597). Doğrudan yatırımlardan elde edilen karın büyük bir kısmını götüren ve yatırım sermayesinden elde edilecek getiriye azaltan bir vergi, kurum yatırımlarının da yavaşlamasına neden olacaktır (Edizdoğan ve Çelikkaya, 2010:148).

Yatırım kararını etkileyen ve belirleyen birçok değişik ve karmaşık unsur bulunmaktadır. Bir genelleme yapmak gerekirse Keynes'in ifadesine göre, yatırıma karar verilebilmesi için, sermayenin marjinal etkinliğinin faiz haddinden yüksek, en azından ona eşit olması gerekir. Bu ifade, on dokuzuncu yüzyıl sonralarından itibaren egemen konuma gelen neo-klasik kurama da uygun düşmektedir. Keynes, sermayenin marjinal etkinliğini cari gelirin değil, beklenen gelirin belirlediğini önemle işaret etmiştir. Wicksell de aynı hükmü, "yatırım yapılabilmesi için doğal faiz haddinin, para faiz haddinden yüksek, hiç değilse ona eşit olması gereklidir",

şeklinde ifade etmiştir. Gerçekten bu görüşe göre yatırım, girişimcinin karını en çoklaştırması için yapılan bir faaliyettir (Bulutoğlu, 1962:262).

Yatırım kararını belirleyen en önemli faktör o halde kuşkusuz faiz oranıdır. Örneğin, bugün 100 lira elde etmek, gelecekte 100 lira elde etmekten daha faydalıdır. Çünkü firma, cari faiz oranında parasını bugün bankaya veya diğer para piyasası araçlarına yatırarak hem ana parasını muhafaza eder, hem de faiz geliri elde eder. Şöyle ki, bugün bankaya yatırılan 100 liranın N yılda cari faiz oranında getirisi $100 \times (1 + r)^N$ olacağı için, %5 faiz oranında 100 liranın 10 yıl sonraki değeri de $100 \times (1,05)^{10} = 163$ lira olacaktır. Ancak bugün 100 lira elde etmek ile gelecekte 200 lira elde etmekten hangisi daha faydalıdır sorusuna cevap verebilmek bu kadar kolay değildir. Bunun için gelecekteki 200 liranın cari faiz oranında bugünkü değerinin hesaplanması gerekir. Bu ise $X / (1 + r)^N$ formülü ile hesaplanır. Buna göre, %5 faiz oranı ile 10 yıl sonra 200 liranın bugünkü değeri $200 / (1,05)^{10} = 123$ lira olacaktır. Paranın bugünkü değerinin hesaplanması özellikle sabit yatırım kararı verilirken önem kazanmaktadır.

Yukarıdaki örneğe göre, bir yatırımcı 10 yıl sonra 200 lira getiri sağlayacak bir projeyi bugün 100 lira yatırım yapmak için, 200 liranın bugünkü maliyetini hesaplamak zorundadır. Dolayısıyla yatırımcının kararı faiz oranına bağlıdır. Eğer faiz oranı %5 ise 200 liranın bugünkü değeri 123 lira olacağı için bugün 100 liralık yatırım yapmaya değecektir. Ancak tam tersine faiz oranı %8'e çıktığında 10 yıl sonraki 200 liranın bugünkü değeri $200 / (1,08)^{10} = 93$ liraya düştüğü için yatırım projesinden vazgeçilecektir (Mankiw, 2007:294-295).

Ancak vergilerin yatırımlar üzerindeki etkisini inceleyebilmemiz için, faiz oranlarından daha fazlasına, bir yatırım davranışları modelinin belirlenmesine ihtiyaç vardır. Böyle bir modelin ana yaklaşımları şu ise şekilde yazılabilir:

- 1- Yatırım, satışlardaki geçmiş değişikliklerin ve mevcut kapasite ile satışlar arasındaki ilişkinin bir fonksiyonudur,
- 2- Yatırım, yatırımdan beklenen net getirinin bir fonksiyonudur,
- 3- Yatırım, vergi sonrası karı ve amortisman giderlerini de içeren kullanılabilir iç kaynakların bir fonksiyonudur.

Bu üç yaklaşım daha ileride göreceğimiz neo-klasik yatırım fonksiyonu olan Jorgenson modeli için de kanıtlanabilir ve birbirleri ile ilintili niteliktedir. Birinci yaklaşıma göre, eğer beklenen satışlar mevcut kapasiteyi yetersiz kılıyor ise bu durumda yatırım, arzulanan kapasite için sermaye stokunu genişletme hedefini üstlenmiştir. Eğer bu durum geçerliyse, kurumlar vergisi, yatırımı doğrudan yönlendiremeyecektir. İkinci yaklaşıma göre, yatırımcı sadece gelecekteki yatırımın iyi getiri bırakacağını bekliyorsa yatırım yapacaktır. Burada kurumlar vergisinin etkisi dolaylıdır çünkü vergi, net yatırım sonrası getiriye azaltacaktır ve bu durum, yatırım kararında zaten dikkate alınan bir orandır. Üçüncü yaklaşıma göre ise yatırımcı, şirketin iç kaynaklarını kullanmayı tercih edecektir. Böylece, borç hizmetlerindeki katılıklardan ve hisse senedi ihraç ederek artan kaynakların kontrolünün zorlaşmasından kaçınılmış olacaktır. Netice itibariyle, kurumlar vergisinin varlığı sadece karlılığı etkilemekle kalmayacak, nakit akışını da olumsuz etkileyecektir (Musgrave ve Musgrave, 1976:493).

Aynı zamanda devlet, kurumun elde edeceği kara büyük bir oranda ortak olmak istiyorsa, bu durumda yatırımcılar, risk alarak yeni yatırımlara girişmekten vazgeçebileceklerdir. Kurumlar vergisinin varlığı veya oranının yükseltilmesi bazı riskli yatırımların önünü tıkayabilecektir.

Durumu bir örnekle de açıklayabiliriz: Bir milyon liralık yatırım yapan bir işletme, sermayesi üzerinden %10 bir getiri, yani 100.000 lira sağlamış bulunuyorsa, %50 oranında bir kurumlar vergisi karın yarısını devlete transfer edeceğinden, getiri oranı %5'e düşecektir. Yapılan yatırımın sermaye için ödenen faiz ve katlanılan riski karşılayacak kadar bir gelir getirmesi bekleneceğinden, bu durumda vergi, marjinal projelerden vazgeçilmesi, dolayısıyla özel sektör yatırımlarının azalması sonucunu doğuracaktır (Nemli, 1979:196). Diğer bir taraftan, bir yatırımın verginin yokluğunda %10 getiri sağlayacağı umuluyorsa, vergi oranının %48 olması halinde, vergi öncesi getiri oranının %19,2 olması gerekecektir⁵ (Edizdoğan ve Çelikkaya, 2010:153). Başka bir deyişle, vergi hemen yansıtılmadığı sürece, yatırılan sermayeden elde edilen net hasılatı azaltacaktır. Eğer devlet, kara büyük ölçüde ortak

⁵ $10 = x - (48x / 100)$ formülünden hareketle; vergi öncesi yatırımın getirisi $x = 19,2$ olacaktır

olacaksa, kurum yöneticileri faaliyetlerini genişletmek istemeyebileceklerdir (Due, 1963:235).

Uluatama'a göre vergileme, yatırımları basit bir ifadeyle 2 yönden olumsuz etkilemektedir (Uluatam, 1971:73-75):

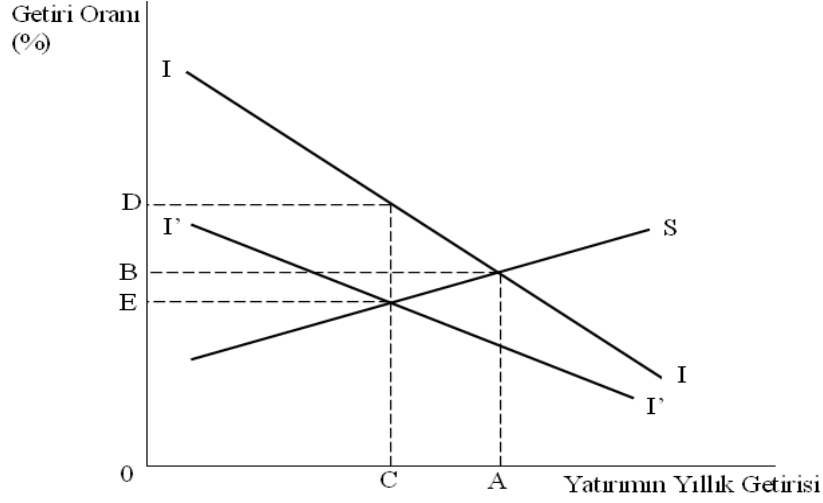
- Vergileme sonrasında tasarruf hacminin azalması yatırıma ayrılabilir fonları azaltacağından yatırım potansiyelinin de azalmasına yol açacaktır.
- Vergileme, yatırımların vergi sonrası karını değiştirerek, yatırım kararlarını etkileyecektir. Çünkü vergileme, hem yatırımın gelecekte işletme masraflarını artıracaktır, hem de yatırımın bugünkü maliyetini artıracaktır.

Tasarruf ve faiz oranlarını da içeren bir şekil yardımıyla, kurumlar vergisinin yatırımlar üzerindeki etkilerini daha net bir şekilde göstermemiz mümkündür (Musgrave ve Musgrave, 1976:494):

Ekonominin tam istihdam düzeyinde olduğunu varsaydığımız bir durumda, yatırımların ve tasarrufların seviyesi, bu iki doğrunun kesiştiği noktada oluşmaktadır (bkz. Şekil 2). Böyle bir durumdaki yatırım fonksiyonu, faiz oranı ve gelirden bağımsız olan bir tasarruf ile faiz oranının fonksiyonudur.

Şekil 2'de II doğrusu, farklı seviyelerde devam eden yatırımın elde edilebilir getirisini ve SS doğrusu, farklı seviyelerdeki faiz oranında yatırım arzını göstermektedir. II ve SS vergiden önce OB'de birbirine eşittir ve yatırım ve tasarruflar OA'ya eşittir. DE / DO oranında bir kurumlar vergisi uygulandığını düşündüğümüzde getirinin net oranını ifade eden yatırım doğrusu, I'I' şeklinde çizilecektir. Bu yeni dengede, faizin gayri safi getiri oranı OD'ye çıkacak, net getiri oranı OE'ye düşecek ve yatırım ile tasarruf OC'ye çekilecektir. Şekilden de görülebildiği gibi yatırımdaki düşüş, daha fazla esnek olan SS ve II doğrularından daha büyük olmaktadır.

Şekil 2. Vergilerin Şirket Yatırımları Üzerindeki Etkileri



Kaynak: (Musgrave ve Musgrave, 1976:494)

Feldstein'a göre yatırım ve tasarruflar açısından etkin bir kurumlar vergisinin varlığı aşağıda kuramsal olarak kanıtlanması zor olan sorulara verilecek yanıtlara bağlıdır:

- Kurumun öz kaynağındaki bir artış, kurum yatırımlarını artırmakta mıdır?
- Kurum tasarruflarının artması, bireysel tasarrufları (hissedarların) artırmakta mıdır?

Eğer ilk soruya yanıtımız evet, ikincisine hayır ise; kurum tasarruflarının artması, yatırımların artmasını sağlayacaktır. Eğer iki soruya da verilen yanıt evet ise; yatırımlar kurumsallaşmamış girişimlerden, kurumsal veya başka bir ifade ile sermaye şirketlerine doğru kayacaktır. Son olarak, ilk sorunun yanıtı hayır ve ikinci sorunun yanıtı evet ise, verginin yatırımlar üzerinde hiçbir etkisi bulunmamaktadır (Feldstein, 1983:112).

Başka bir ifade ile, yatırım kararlarını, girişimcilerin ileride elde edecek gelire ilişkin beklentileri belirliyorsa, kar üzerinden alınan vergilerin yatırım faaliyetini daraltıcı yönde etkiledikleri ortaya çıkmaktadır. Bu yönde bir vergileme özellikle riskli yatırımları engelleyecektir. Böylece, üretici faktör bileşimlerinin uygulanmasını gerçekleştirecek olan yatırım, tehlikeye girmiş olacaktır. Ancak, vergilerin yatırımları ve risk alma eğilimini olumsuz yönde etkileyici bu tür teorik

etkileri, gerçek hayatta kısmen veya tamamen ortadan kalkmaktadır. Çünkü, girişimcilerin yatırım kararı almasında rol oynayan tek etmen kar elde etme arzusu olmayabilmektedir. Zira iktisadi güç ve kurumların prestij elde etme arzusu, piyasada pay sahibi olma stratejileri, rakip şirketlerle yapılan yarış, tanıtım ve reklam gibi unsurların da büyük etkisi bulunmaktadır. Hiç kuşkusuz, bu unsurların yatırım kararları üzerinde ne ölçüde etki yaptığını kuramsal olarak saptamak pek de olanaklı değildir (Turhan, 1998:337-338).

Ayrıca yine, konjonktürde alçalma ve duraklama evrelerinde, esasen yatırımların azalması ve kurumların yedek akçe olarak ayırdıkları karlarının, devlet tarafından vergi yoluyla toplanması ve bu vergi gelirlerinin kamu kesimi tarafından harcama ve yatırımlara dönüştürülmesi, talep seviyesinin tekrardan yükselmesine neden olabilecektir. Böyle dönemlerde kurumlar vergisi, aşağı doğru dalgalanmaları giderici bir rol oynayacaktır (Bulutoğlu, 1962:267). Başka bir deyişle, özel yatırımların vergi yoluyla kısılması ve kurum tasarruflarının kamu tarafından toplanması, kamu yatırımlarının artmasına yol açabilecek, bu da toplam talep seviyesinde ve ekonomide olumlu etkiler doğurabilecektir.

Yukarıda sözünü ettiğimiz bütün bu durumlar, belirlenen ve beklenen kar oranlarına bağlı olarak vergilerin bir maliyet unsuru olarak fiyatlara yansıtılıp yansıtılmadığını yakından ilgilendirmektedir. Eğer kurum, vergiyi bir maliyet olarak görüp, satış hasılatını buna göre ayarlıyorsa ödeyeceği kurumlar vergisi, yatırımlara ve hasılatı bir yük oluşturmayacaktır. Aslında kurumlar vergisinin kurum tasarruflarını ve yatırımlarını azaltıcı bir etki yaptığı görüşü, bu verginin ileriye veya geriye yansıtılmadığı görüşünü kabul ettiğimiz takdirde geçerlidir. Bu konu, çalışmanın 2. bölümünde ele alınmıştır.

1.2.3. Vergi Teşviklerinin Şirketler Üzerindeki Etkileri

Kurumlar vergisinin, tasarruf ve yatırımları olumsuz etkileyerek sermaye maliyetini artırıcı bir etki yarattığını önceki bölümlerde göstermeye çalıştık. Bilindiği üzere, bir varlığı işletmede tutmanın öncelikle bir fırsat maliyeti (örneğin, sermayeyi tasarruf yerine yatırıma dönüştürmede faiz yoksunluğu gibi) vardır. İkinci olarak, sermaye yatırıma dönüştürüldüğünde, kullanılan makineler değerini yitireceği için

bir de amortisman maliyeti söz konusudur. Dolayısıyla kardan doğan sermaye hissesi vergilendirildiğinde yatırımcı için bir maliyet doğmaktadır. Bu durumda vergi teşviklerini kullanarak nominal kurumlar vergisi oranlarını düşürmek ve kurumlar vergisinin, sermayenin kullanım maliyeti ve sermaye birikimi üzerindeki olumsuz etkilerinin giderilmesi amaçlanmaktadır (Edizdoğan ve Çelikkaya, 2010:152-153).

Vergi teşviklerinin kurumlar vergisinin bu olumsuz etkilerini gidermedeki etkinliğine, firmaların sermaye stoku ile yatırım değişkenlerini içeren ve neo-klasik kuramda yaygın bir şekilde kabul gören Jorgenson modeli ile açıklama getirmek mümkündür.

Jorgenson (1963) ile Hall ve Jorgenson (1967), firmalara ilişkin yatırım kararları verilmesi açısından çok önemli olan bu modelde, sermaye stokunun değeri ile sermayenin kullanım maliyetinin, yatırımın temel belirleyicileri olduğunu kabul etmiş ve amortisman oranları, vergisel etkenler, faiz oranları ile üretim fonksiyonu gibi değişkenleri kullanılarak, firmaların ilave yatırım yapmaları için gerekli en iyi (optimum) sermaye stokunu hesaplamaya çalışmışlardır.

Jorgenson yatırım modeli, firmanın, bir yatırım projesinden kar elde edileceğini beklediği zaman yatırıma yönlendiğini varsayar. Böylece, amacı kar ençoklaştırması olan firmanın, sermayenin marjinal ürün değeri ile kullanım maliyetini eşitleyen yatırım oranı, firma için en iyi nokta olacaktır. Buradan hareketle sermaye stokunun, üretim düzeyi ve sermayenin kullanım maliyeti ile ilişkili olduğunu gösteren bir yatırım modeline ulaşılmaktadır. Model, mevcut sermaye stoku ile (diğer bir ifade ile yatırıma yönlendirilen sermaye tutarı) sermaye kullanım maliyetini karşılaştırır. Kullanım maliyetinin, beklenen kar veya getiri oranından az olması durumunda Şirket yatırım yapmaktan vazgeçecektir.

Sermayenin kullanım maliyeti, sermaye mallarının fiyatları, firmanın tasarrufunda bulunan kaynaklar ile fonların fırsat maliyetleri veya ikame oranları, yatırım mallarının yıpranma payları (amortisman) ve vergilerden oluşmaktadır. Biz tezimizde daha çok, yatırım için gerekli en iyi sermaye stokunun belirlenmesi veya sermayenin marjinal ürün değerinin hesaplanması yerine, bu değişkenleri kullanarak, bir kurumlar vergisi teşvikinin (yatırım indirimi) sermaye kullanım maliyetini nasıl

etkilediğini göstermeye çalışacağız. Başka bir deyişle Jorgenson yatırım modelini, firmanın amortisman ve fırsat (ikame) maliyetlerini içeren ve bir yatırım indirimi teşviki sonrasında sermaye kullanım maliyetinin, mevcut yatırımlar karşısındaki durumunu analiz eden bir model olarak ele alacağız. Zira Hall ve Jorgenson'a göre, vergi politikaları firmanın yatırım davranışlarını sermaye kullanım maliyetini değiştirdiği noktada etkileyebilmektedir.

Model, cari dönemdeki yeni yatırımların, firmanın dönem başındaki sermaye stoku düzeyine ve istenilen sermaye stokuna bağlı olduğunu ifade eder. İstenen sermaye stokunun edinme maliyeti, kendi sermayesi (vergi maliyeti dahil) ve sermayenin yaratacağı net gelirin bir fonksiyonudur. Edinme maliyeti ve kendi sermayesi, yatırımın başa baş noktasındaki geliriyle ölçülür. Başa baş noktasındaki gelir, bir yatırımcının yatırım yapmaya kayıtsız kaldığı noktadaki gelirdir. Daha düşük vergilendirme, başa baş noktasındaki geliri artırırken, daha fazla vergilendirme başa baş noktasındaki geliri azaltacaktır. Sonuç olarak, vergi politikasındaki bir değişiklik, firmanın başa baş noktasındaki geliri üzerindeki etkisiyle yatırım kararlarında belirleyici bir rol oynayacaktır (Chirinko, 1993:1878).

Modelin genel çerçevesinden sonra işleyişini şu şekilde özetleyebiliriz (Hall ve Jorgenson, 1971:12-18):

İlk olarak firmanın karı, cari dönem gelirleri ile cari dönem giderleri (sermaye kullanım maliyetinden farklı olarak) arasındaki fark olarak tanımlanabilir ve şu şekilde gösterilebilir:

$$Z'_B = pQ - wL - cK ,$$

Burada,

p = çıktı fiyatı

Q = çıktı miktarı

w = emek girdisinin fiyatı

L = emek miktarı

c = sermaye kullanım maliyeti

K = sermaye miktarıdır.

Bu durumda üretim fonksiyonu,

$Q = \Phi(L, K)$ şeklinde yazılabilecektir.

Modele göre, yatırım I ile, sermaye stokundaki değişiklik \dot{K} ile ve ikame oranı δ ile gösterilir. Burada ikame oranı, sermayenin nispi oranıdır ve yatırım ile ilişkisi şu şekildedir:

$$I = \dot{K} + \delta K$$

Karın en çoklaştırılması için gerekli olan sermayenin marjinal ürün değeri, onun maliyetine eşittir:

$$\frac{\partial \Phi}{\partial K} = \frac{c}{p}$$

Sermaye malının, diğer bir deyişle yeni yatırımın fiyatı olan q , gelecekteki maliyeti bugünkü değerine eşit olacaktır. O halde durağan bir durumda, yatırım mallarının fiyatı aşağıdaki şekilde gösterilebilir:

$$c = q(r + \delta)$$

Burada r , yatırımın vergi sonrası (net) getiri oranıdır.

Bilindiği üzere, kurum kazançlarının vergilendirilmesinde, finansman (faiz) maliyetleri ve amortisman indirimleri gider olarak dikkate alınabilmektedir. Bununla birlikte yürürlükteki bir yatırım indirimi uygulaması, yatırım mallarının edinilmesinde firmalara mutlak kolaylık sağlamaktadır.

Yukarıdaki denkleme, kurumlar vergisi oranı u , amortisman oranı z , vergi öncesi getiri oranı olan p ve toplam yatırım miktarı ile indirimine izin verilen yatırım indiriminin oranı olan k değişkeninin yerleştirdiğimizde,

$$c = q [(1 - u) p + \delta] (1 - k) (1 - uz) / (1 - u)$$

şeklindeki sermaye kullanım maliyetini gösteren denkleme ulaşmış oluruz. Denklemde yer alan sermaye kullanım maliyetinin, beklenen veya gerçekleşen kar tutarından az olduğu her durumda, firma için yatırım olanakları karlı olacak ve firma mevcut sermaye stokunu artırarak (en kötü durumda sabit tutarak), yeni yatırım projelerine yönelebilecektir. Bu yöneliş, mevcut sermaye maliyetinin, yatırımın getirisine ulaşana kadar devam edebilecektir.

Modele dikkatle baktığımızda görülmektedir ki, vergi yapısındaki bir değişiklik, örneğin vergi matrahından indirimine izin verilen yatırım indirimi oranının artması, her durumda sermaye kullanım maliyetini azaltacaktır. Üstelik, Jorgenson'a göre indirimine izin verilen bu yatırım indirimi teşviki, firmaya doğrudan sağlanan bir sübvansiyon biçimine dönüşecektir. Diğer taraftan, amortisman oranlarının artması veya iktisadi kıymetlerin faydalı ömürlerinin azalması da aynı etkiyi yaratarak, sermaye kullanım maliyetini azaltıcı yönde etki yapacaktır. Her iki durumda da, sermaye kullanım maliyeti azalacağından, firma, yatırım için daha elverişli konuma gelecektir.

Başka bir ifade ile, belirli bir faiz oranında, amortisman oranlarının artırıldığı veya hızlandırılmış amortismanına izin verildiği gibi durumlarda sermaye kullanım maliyeti azalacaktır. Ayrıca, yatırım indirimi teşvikinin olmadığı bir durumda, yapılan yatırım tutarının tamamı aktifleştirilmeden cari dönem gideri olarak dikkate alınabiliyorsa, kurumlar vergisinin sermaye kullanım maliyeti üzerinde hiçbir etkisi bulunmamakta ve vergi, en iyi (optimum) sermaye stokunu değiştirmemektedir (Coen,1971:143).

Hall ve Jorgenson'a göre, kurumlar vergisi oranındaki bir değişikliğin, sermaye kullanım maliyetine etkisi ise, verginin getiri oranı üzerindeki etkisine bağlı olacaktır. İlk olarak, eğer yatırımın vergi öncesi sermaye kullanım maliyeti sabit ve amortisman indirimi ile yatırımın indiriminin ortak etkisi, yatırım malının iktisadi ömrü üzerinden aktifleştirilmesini sağlayarak, bu ömür doğrultusunda itfa edilmesini gerektiriyorsa (ki vergi kanunları bu yöndedir), vergi oranındaki bir değişikliğin sermaye kullanım maliyetine etkisi yok demektir. İkinci olarak, eğer yatırımın vergi sonrası sermaye kullanım maliyeti sabit ve amortisman ile yatırım indirimi

uygulaması, yatırımın doğrudan gider yazılmasına olanak verir nitelikte ise, bu durumda kurumlar vergisi oranının değişmesi sermaye kullanım maliyetini yine etkilemeyecektir.

Bu nedenle, vergi oranındaki değişikliğin bu etkisizliği, firmanın vergiyi yansıtıp, yansıtamadığına bağlıdır. Eğer firma, kurumlar vergisi yüküne kendisi katlanıyorsa (yansıtamıyorsa), vergi öncesi getiri oranı vergi oranındaki değişiklikten etkilenmez. Diğer taraftan, firma vergiyi yansıtabiliyorsa, o halde vergi oranındaki değişiklik, bu sefer vergi sonrası getiri oranını etkilemeyecektir (Hall ve Jorgenson, 1971:18).

Özetle, Jorgenson modeline göre; yatırım indirimi teşviki, yüksek amortisman oranları, hızlandırılmış amortisman gibi uygulamalar firmanın yatırım kararının belirlenmesinde önemli rol alan sermaye kullanım maliyetinin azalmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte, kurumlar vergisi oranındaki bir artış veya azalış ise verginin, firma tarafından yansıtılıp yansıtılmadığıyla bağlantılı olarak sermaye kullanım maliyeti üzerinde olumlu ya da olumsuz bir etki yaratmakta veya herhangi bir etkide bulunmamaktadır.

Jorgenson modeline göre daha farklı bir model ise Hasset ve Hubbard'a aittir (Hasset ve Hubbard, 2002:1296-1301). Model, neo-klasik görüş çerçevesinde karımı en çoklaştırmaya çalışan firmayı ele almaktadır. Basit bir ifadeyle, tam rekabet piyasasında fiyat alıcısı bir firma ele alınmıştır. Verginin dışarıda tutulduğu ilk durumda, firmanın net geliri:

$$X = F(K, L) - wL - pI - \Psi(I, K) \text{ olarak gösterilebilir.}$$

Burada $F(K, L)$ neo-klasik üretim fonksiyonu; K sermaye stoku ve L emektir. p şimdiki çıktı miktarındaki sermaye mali fiyatı; I yatırım ve Ψ sermayenin değişken maliyetini belirleyen fonksiyon olarak tanımlanmıştır. Vergilerin olmadığı durumda ek bir birim sermaye ilave etmenin marjinal maliyeti o halde, $p + \Psi_I(I, K)$ olarak gösterilebilir.

Firma getirisi olarak ifade edilen denkleme, kurumlar vergisi t_c , yatırım indirimi olarak tanımlanan ITC ve ayrılacak amortisman payını gösteren z eklenirse; ek bir birim sermaye ilave etmenin marjinal maliyeti:

$$p (1 - \Gamma) + (1 - t_c) \Psi_I(I, K),$$

olacaktır. Burada $\Gamma = ITC + t_c z$ ise, ilk denklem şu hale gelecektir:

$$X = (1 - t_c) (F(K, L) - wL - \Psi_I(I, K)) - p(1 - \Gamma) I$$

Firma, emek L , sermaye K ve yatırım miktarını I , yatırımın getirisini ve dağıtılacak kar payını en çok olacak şekilde seçimini yapmaktadır. En uygun şartlar altında en çok getiri:

$$F_L(K, L) = w$$

$$\frac{(1-t_p)}{(1-t_g)} [p (1 - \Gamma) + (1 - t_c) \Psi_I(I, K)] = q \quad (a)$$

$$\frac{(1-t_p)}{(1-t_g)} \left(\frac{(1-t_c) F_K(K,L)}{q} + \frac{\dot{q}}{q} + \frac{(qI-HK)}{qk} \right) = \frac{\beta}{(1-t_g)} \quad (b)$$

denklemleri ile elde edilecektir. Burada $H = (I / K) + \Psi(I / K)$. Denklem (a)'da gösterilen (q) hisse senetlerinin değeri ve (b)'de gösterilen sermayenin kullanım maliyeti, neo-klasik yatırım modellerinde sıklıkla kullanılmakta olan terimlerdir. Kişisel gelir vergileri dışarıda tutulduğunda denklem (a)'ya göre firma, vergiler uygulanarak belirlenmiş olan sermaye malı fiyatının $p(1 - \Gamma)$, sermayenin net ayarlanmış kullanım maliyetine $q - (1 - t_c)\Psi_I(I, K)$, eşit olduğu noktaya kadar yatırımını artıracaktır. Denklem (b) ise sermayenin kullanım maliyetini göstermektedir.

Uygulanan teşvik politikaları denge durumunda sermayeyi (K), emeği (L) ve tüketimi (C) etkilemektedir. Dolayısıyla kurumlar vergisi (t_c), kişisel gelir vergisi (t_p) ve menkul sermaye üzerindeki vergiler (t_g) sermayenin getirisini ve sermaye-emek oranını değiştirebilmektedir. Bu çerçevede, sermaye-emek oranının ve diğer faiz değişkenlerinin durağan durumunda olduğu varsayımı altında, çeşitli vergi

değişkenlerinde ve yatırım teşviklerindeki kalıcı değişikliklere yanıt vermeye çalışalım.

Durağan denge durumunda yeni yatırım (I) sifıra eşittir ve uzun dönemde hisse senetlerinin değeri, sermaye stokundan daha az olan kar payı üzerindeki menkul sermaye vergisinin sermaye değerine eşit olmaktadır; $q^* = (1 - t_p) / (1 - t_g)$. Durağan durumda (p) zaman tercihi, K^* , L^* ve C^* değerleri de :

$$(1 - t_c) F_K(K^*, L^*) = \frac{p}{(1 - t_g)} \text{ şeklinde gösterilir.} \quad (c)$$

Denklem (c)'ye göre, diğer tüm değişkenler aynı kalmak şartıyla, kurumlar vergisindeki bir artış, sermayenin fiziksel verimliliğini artıracak (amortisman indirimlerinde bir artış olmasına rağmen), böylece sermaye-emek oranı düşecek, tüketim ve çıktı azalacaktır. Çünkü $q = (1 - t_p) / (1 - t_g)$ olduğu için, durağan denge durumunda hisse senetleri kurumlar vergisi oranındaki değişiklikten ve sermayenin maliyetinden etkilenmeyecektir.⁶

Aynı şekilde menkul sermaye gelirleri üzerine uygulanan vergilerin artması durumunda, sermayenin beklenen ve gerekli olan getirisi artış gösterecek, sermaye-emek oranı, tüketim ve çıktı azalacaktır. Zira menkul sermaye vergisinin artışının telafi edilmesi için, hisse senetlerinin değerinde bir artış beklenecektir.

Yatırım teşviklerinde (T) yaşanan bir artışta ise, denklem (a)'ya göre (q)'da bir azalış meydana gelecek ve sermaye-emek oranı, yatırımlar, çıktı ve tüketim miktarı artacaktır.

Bu 3 durumu özet bir çizelgede gösterebiliriz:

⁶ Şirket sermayesi üzerinden alınan bir verginin sonucu, her firmanın ürünü başına daha az sermaye (daha fazla emek) kullanması anlamına gelecektir. Üstelik herhangi bir girdinin maliyeti artarsa, üretimin marjinal maliyeti artacağından, ürünün fiyatları artacak, böylelikle talep azalacak ve çıktı miktarı düşecektir (Stiglitz, 1994:699).

Çizelge 1. Durağan Durumda Vergi Değişiklerinin Etkileri

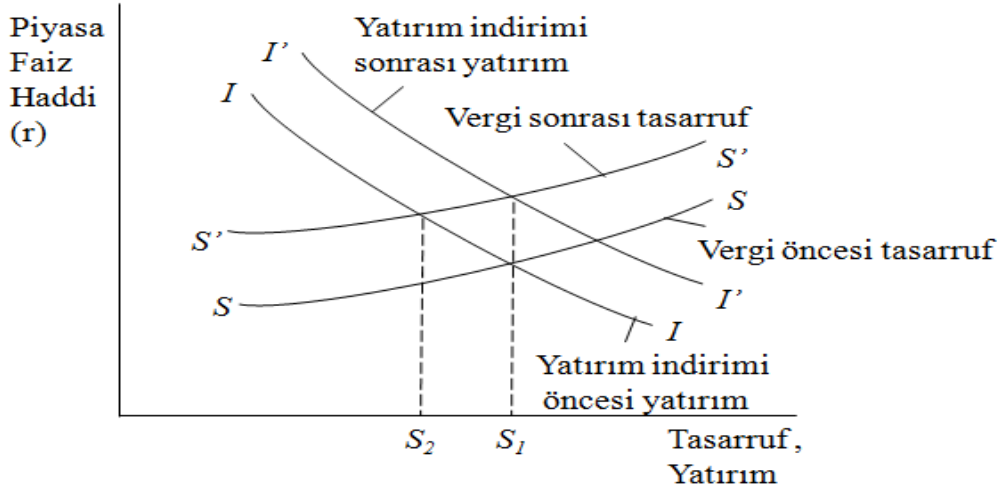
Artış Gerçekleştiğinde	Etkiler				Sermayenin Kullanım Maliyeti
	Sermaye Stoku	Çıktı	Tüketim	q	
t_c	-	-	-	Değişiklik yok	+
t_g	-	-	-	+	+
Γ	+	+	+	-	-

Kaynak: (Hasset ve Hubbard, 2002:1300)

Görüldüğü üzere, kurumlar vergisinde yaşanan bir artışın (verginin yansıtılmadığı kabul edildiğinde), uzun dönemde sermaye stokunu azaltarak, sermayenin kullanım maliyetini artırdığı görülmektedir. Bu artış firmanın üzerindeki vergi yüküne bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Verginin sermaye oluşumu üzerindeki bu olumsuz etkisini gidermek için, vergi oranlarını nominal olarak azaltmak amacıyla uygulanan yatırım indirimleri gibi vergi teşvikleri ise, sermayenin maliyetini azaltarak, sermaye birikimine olumlu katkıda bulunmaktadır. Ek bir birim sermaye ilave etmenin marjinal maliyeti $p(I - \Gamma) + (I - t_c) \Psi_I(I, K)$ olarak gösterildiğinde, yatırım indirimindeki artış, $p(I - \Gamma)$ değişkeninde azalma meydana getireceğinden, sermaye maliyetinin azaltacağı görülebilmektedir.

Konuyla ilgili olarak bir görüş de Stiglitz'e aittir. Stiglitz, daha önce de belirttiğimiz gibi, faiz gelirleri üzerinden vergi alınmasının tasarrufları olumsuz etkilediği ve bu olumsuzluğu giderebilmek amacıyla yatırım indirimi uygulandığı bir durumu ele almaktadır. Stiglitz'in, bütün tasarrufların sermayeye yatırıldığını varsaydığı çalışması şu şekildedir (Stiglitz, 1994:677):

Şekil 3. Yatırım İndirimi ile Yatırımların Teşviki



Kaynak: (Stiglitz, 1994:678)

Faiz gelirleri üzerinden alınan bir vergi, her faiz haddinde tasarruf arzını azaltmakta ve böylece tasarrufların (yatırımların) denge düzeyi S_1 'den, S_2 'ye düşmektedir. Yatırım indirimi, yatırım eğrisini her (r) faiz düzeyinde, yatırım talebini artıracak şekilde kaydırmaktadır. Bu ise (I)'dan, (I')'ne hareket demektir. Yeterince büyük bir yatırım indirimi, yatırımları orijinal düzeyi olan S_1 'e çıkarmak için yeterlidir. Yeni dengede, vergi sonrası gelir de orijinal düzeyine getirilmiş olacaktır.

Sonuç olarak kurumlar vergisinin, kurum tasarruflarını ve yatırımlarını olumsuz etkilediğini dile getiren iktisadi argüman, bu olumsuz etkinin giderilmesi amacıyla kurumlara sağlanan vergi teşviklerinin, kurum yatırımlarını artıracığını ve bu sayede sermaye maliyetinin azaltılabileceğini ileri sürmektedir. Bunun sonucunda, özel sektörde daha hızlı sermaye birikimi yaşanacak ve artan karlılık ekonomik büyüme ve gelişmeyi olumlu yönde etkileyecektir.

Bununla da kalmayarak, teşvikler sayesinde bazı seçilmiş sektör ve üretim alanlarında, girişimcinin mali anlamda riskleri azaltılacak ve bu alanlarda gelişme ve üretim artışı sağlanabilecektir. Özellikle istenen alanlarda yatırımın artırılabilmesi amacıyla yatırım risklerinin azaltılması büyük önem taşımaktadır. Bunun için kullanılan teşviklerden bir diğeri de geçmiş yıl zararlarının gelecek yıl karlarından mahsup edilmesine olanak sağlayan uygulamalardır.

Zararların gelecek yıl karlarından indirilmesinin bir diğer adı zarar mahsubudur. Kurumların faaliyetleri nedeniyle ortaya çıkan zararların (özellikle başlangıç yatırımları nedeniyle), belirli bir dönem içinde veya süresiz olarak, gelecekte elde edilecek karlarından indirim konusu yapılmasına zarar mahsubu denilmektedir. Böyle bir durumda devlet, kurumların karına ortak olduğu gibi zararı da eşit olarak paylaşan bir ortak niteliğine bürünmektedir. Böylelikle, özel kesim sermaye birikiminin genişlemesine yardımcı olmak hedeflenmektedir.

Konuyu bir örnek ile açıklamak gerekirse (Auerbach ve Poterba, 1986:25-27):

Vergi öncesi getiri oranı p ile ve şirket aktiflerinin sabit bir oranda kaybettiği değer ise, δ ile gösterilsin (amortisman payı). Bu durumda yatırım, başlangıç döneminde 0 (sıfır) getiri getirsin ve t döneminde her bir doları için $(p + \delta)(1 - \delta)^{t-1}$ kadar getiri elde edilsin. İlk yıl yatırım indiriminin ve yılın yarısında amortisman oranının 0 (sıfır) olarak gerçekleştiğini kabul edelim. Bu durumda firma için t dönemde ödenecek vergi B_t :

$$B_t = \begin{cases} T[(p + \delta)(1 - \delta)^{t-1} - D_t(1 - i)^t], & t > 0 \\ -k - TD_0, & t = 0 \end{cases}$$

şeklinde gösterilebilir. Burada T kurumlar vergisi oranı, k yatırım indirimi teşviki, D_t , t zamanda gerçekleşen amortisman indirimi ve i enflasyon oranıdır. Örnekte, firma, hisse senedi ihracı ile finansman yolunu tercih ettiğinden faiz indirimleri dikkate alınmamıştır.

Firma t zamanda kara geçtiğinde ve ödenecek vergi yukarıdaki gibi B_t olarak belirlendiği durumda, önceki yıllarda ortaya çıkan zararlar vergilendirilebilir gelirden düşülecek ve firma kalan gelir üzerinden vergi ödeyecektir. Zararın devamı durumunda, belirlenmiş bir dönem varsa bu döneme kadar, yoksa kar edilen dönemlerde düşülmek üzere ortaya çıkan zararlar gelecekte mahsup edilmeye devam edecektir.

Bu durum firmaya, kar durumunda ödeyeceği vergi kadar avantaj sağlamaktadır. Birçok yatırım, başlangıç maliyetleri ve sabit maliyetlerin yüksek olması nedeniyle ilk yıllarda zararlar sonuçlanır. Bu zararların gelecek yıllardaki karlara sayılması, kar

edilen yıllarda vergi ödenmemesi anlamına gelir ki bu da firmaya yatırımlar için gerekli nakit akışını sağlayacaktır.

Diğer bir çalışma ise Musgrave tarafından yapılmıştır (Musgrave, 1959 :320-322): Çalışmaya göre, g net gelir ve r zarar olarak belirlenirse, yatırımın toplam getirisi Y ;

$$Y = g - r$$

olarak gösterilebilir.

Önce, zararların kardan düşülemediği durumda, kurumlar vergisinin yatırımlara etkisi;

$$y_t = (1 - t)g - r$$

şeklinde gerçekleşecektir. Geçmiş yıl zararlarının kardan düşülmesine imkan bulunmadığından, yatırımın pozitif unsuru olan g 'nin değeri düşerken, buna karşılık negatif unsur olan r değişmeden aynı kalmaktadır. Ayrıca yukarıdaki denklemlerden de görüldüğü üzere y_t 'nin değeri, $(1 - t)y$ 'den daha küçüktür. Bu ise, yatırım gelirinin vergi oranından daha yüksek bir oranda azaldığı anlamına gelmektedir. Ancak geçmiş yıl zararlarının kardan mahsubunun mümkün olduğu durumda, beklenen zarar ve gelirin ikisinde de vergi oranında bir azalma meydana gelecektir:

$$y_t = (1 - t)g - (1 - t)r$$

İlk denklemdeki $g - r$ eşitliğini burada yerine koyarsak:

$$y_t = (1 - t)Y$$

eşitliği elde edilecektir. Bu durumda, başlangıç değeri ne olursa olsun r veya r / y 'nin gelir veya matematiksel değeri aynı oranda azalacaktır. Başka bir deyişle, yatırım zararlarının tamamen gelirden indirilebildiği bir durumda firma, vergi nedeniyle ortaya çıkan gelir kaybının en az t kısmını giderecek biçimde eski durumuna göre daha istekli olacaktır. Çünkü firmanın hem riski azalmış olacak, hem de ileride ortaya çıkacak karı üzerinden zararlarını mahsup edene kadar bir vergi avantajı elde etmiş olacaktır.

1.2.4. Vergi Teşviklerinin Etkin Olmadığına İlişkin Görüşler

Yukarıda da belirttiğimiz gibi vergi teşvikleri, sermaye maliyetinin azalmasını sağlayarak firmalar üzerindeki vergi yükünü ve maliyetleri azaltacak, bu sayede sermaye birikiminin oluşmasına katkıda bulunacaktır. Ancak bazı durumlarda vergi teşviklerinin etkisinin bu kadar net olduğunu söylemek pek mümkün değildir. Hem firmalar açısından hem de genel ekonomik durum açısından vergi teşviklerinin bazı olumsuz yönleri olabilmektedir.

Teşviklerin yatırım kararlarını etkilediği inancı, düşük maliyetle elde edilmesi durumunda sermayenin daha yoğun kullanılacağı düşüncesine dayanır (Chirinko, 1993:1875-1911). Bu durum yatırımlar açısından olumlu bir durum olsa da, yatırımın verimliliği açısından aynı şeyi söylemek her zaman mümkün olmayabilir.

Krzyzaniak göre, kurumlar vergisi her durumda tasarrufları ve buna bağlı olarak yatırımları azaltmaktadır. Tasarruflar üzerindeki bu etkiyi ölçmek için, kurumlar vergisinin var olduğu ve olmadığı durumların karşılaştırılması gerekir (Krzyzaniak, 1986:27-33):

Sınırsız bir zaman aralığında (uzun ve kısa dönem ayrımı yapmadan) kurumlar vergisinin tasarruflar üzerindeki etkisi G_x , S tasarruf oranı ve x kurumlar vergisi oranı olarak ifade edildiğinde, şu şekilde gösterilebilir:

$$G_x = \frac{S_{x,\infty}}{S_{0,\infty}}$$

Verginin olmadığı durumda $G_x = 1$ olacaktır (herhangi bir etki söz konusu değildir). Kurumlar vergisinin varlığı durumunda, verginin etkisine göre, $0 < G_x < 1$ olacaktır. Dolayısıyla G_x 'te gerçekleşen bir azalma, verginin tasarruflar üzerindeki olumlu etkisini yansıtacaktır.

Üretim-sermaye oranını gösteren (E) ise;

$$E_x = \frac{1}{G_x} - 1$$

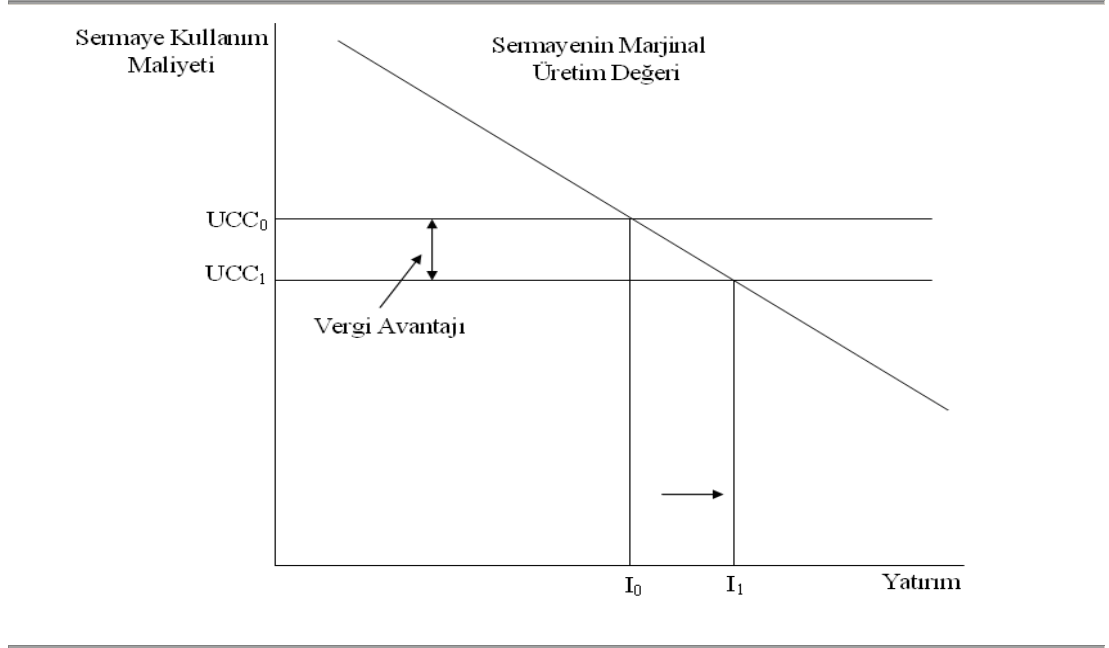
denklemleri ile ifade edilsin.

Kurumlar vergisinin olmadığı bir durumda, firma örneğin 20 birim tasarruf ediyorsa, %50 bir kurumlar vergisi uygulaması tasarrufu miktarını 10 birime düşürebilecektir (kuşkusuz kurumlar vergisinin bu etkisi, üretim faktörlerinin ikame esnekliğine, yatırım ve kar payı dağıtım politikalarına bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir). Verginin olmadığı durumda $G_x = 1$ olduğuna göre, $E_x = 0$ olacaktır. Yani doğaldır ki, üretim-sermaye oranında bir değişiklik yaşanmamaktadır. Ancak %50 oranında kurumlar vergisinin olduğu durumda $G_x = 1 / 2$ olduğundan, $E_x = 1$ olacaktır. Buradan da görülmektedir ki, kurumlar vergisinin varlığı veya kurumlar vergisindeki bir artış, üretim-sermaye oranını artırarak, sermayenin verimliliğinin artmasına yol açmaktadır.

Başka bir deyişle, kurumlar vergisinin tasarruflar ve yatırımlar üzerinde yarattığı bu azalma, üretim-sermaye oranını artırarak, sermayenin verimliliğinin artmasını sağlamaktadır. Kurumlar vergisi, sermaye maliyetini artırarak, üretim için gerekli sermaye miktarını azalttığı ölçüde (yani payda küçüldükçe), daha az sermayeyle daha fazla çıktı elde edilebilecektir. Vergi teşvikleri ise, sermayenin kullanım maliyetini azalttığından, üretim-sermaye oranında daha az değişikliğe sebep olmaktadır ve bu da verimliliğin aynı kalması veya azalması sonucunu doğurmaktadır.

Vergi teşviklerinin, sermayenin verimliliğini ve üretkenliği azalttığını Şekil 4 yardımıyla da görmemiz mümkündür (Bolnick, 2004:3-11):

Şekil 4. Yatırım, Sermaye Kullanım Maliyeti ve Sermayenin Marjinal Verimliliği



Kaynak: (Bolnick, 2004:3-11)

Şekil’de vergi teşviklerinin sermayenin kullanım maliyetini azalttığını ve bu sayede yatırımları artırdığı görülebilmektedir. Böyle bir durumda, I_0 ’ın solunda kalan sermaye yatırımları, vergi teşvikleri olmadan da yapılabilir durumdadır. Vergi teşvikleri sayesinde gerçekleşen I_0 ile I_1 arasındaki yatırımlar ise, teşviksiz yatırımlara oranla daha az verimlidir. Çünkü vergi teşvikleri, yatırımları sistematik olarak daha düşük marjinal getiri oranlarına teşvik etme eğilimi içindedir. Daha basit bir ifadeyle, vergi teşvikleri sermayenin kullanım maliyetini azalttığı ölçüde verimliliği azaltmaktadır.

Bunun sonucu sadece üretim verimliliğinin düşmesi değil, aynı zamanda yatırımların yüksek verimli alanlardan, düşük verimli alanlara yoğunlaşmasına neden olmaktadır⁷. Bu durumda, teşvikler olmadan da getiri ve kar oranı yüksek olabilecek bazı faaliyetlerin de vergi teşviklerinden yararlanması, hazine yoluyla kaynakların azaltılmasına ve özel sektöre aktarılmasına yol açmaktadır.

⁷ Ayrıca sermaye maliyetinin sistematik bir biçimde sermaye-yoğun yatırımlar lehine azaltıldığı bir vergi sisteminin uygulanması, yatırımların iş yaratma kapasitesini azaltacaktır. Bu ise genel ekonomik verimsizliğin yanında istihdam sorununu da ortaya çıkaracaktır.

Örneğin, bir yatırımın kabul edilebilir en az getiri oranının %25 ve vergi öncesi beklenen getiri oranının ise %34 olduğunu düşünelim. Vergi oranının %20 olduğu bir durumda, vergi sonrası getiri oranı %27,2'ye, $[(100 \times 0,34) - (34 \times 0,2)] = 27,2$ düşecektir. Böyle bir durumda, en az getiri oranı %25 olduğundan yatırım hayata geçirilecektir. Bununla birlikte yatırımcıya 10 yıllık bir vergi erteleme sağlandığında, yatırımın vergi sonrası getirisi tekrardan %34'e çıkacaktır. Öyle ki, söz konusu yatırımın kabul edilebilir en az getirisi zaten %25'tir. Yatırımcıya sağlanan %6,8 oranında getiri avantajı, hazine tarafından sunulmuş olmaktadır (Bolnick, 2004:3-6).

Sonuç olarak, vergi teşvikleri sermaye maliyetini azaltarak üretim-sermaye oranında sermaye lehine bir büyüme yarattığından verimlilik ve üretkenlik üzerinde olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Bununla birlikte teşvikler, teşvikin olmadığı durumda dahi yatırım yapması muhtemel yüksek gelirli firmalara büyük yarar sağlamakta ve bu mevcut yatırımcılar için özellikle kısa vadeli yatırımlar açısından beklenmedik bir kazanç unsuru oluşturmaktadır. Ayrıca, kar transferi yoluyla vergiden kaçınma, şeffaflık kaybı, teşvikten sürekli yararlanmak adına aktif değerlerin yenilenmesi, yönetim ve denetim zorluğu gibi kuramsal olarak kanıtlanması pek de mümkün olmayan birtakım olumsuz özellikler de sıralamak mümkündür (Fletcher, 2002:7).

BÖLÜM II – KURUMLAR VERGİSİNİN YANSIMASI

Çalışmanın bu bölümünde, iktisatçıların uzun yıllar boyunca üzerinde bilimsel araştırmalar ve tartışmalar gerçekleştirdikleri kurumlar vergisinin yansımaları olgusu ele alınmıştır. Bölümde ilk olarak yansıma kavramı incelenmiş, daha sonra kısa ve uzun dönem ayırımında genel denge modeli çerçevesinde kurumlar vergisinin yansımalarının nasıl oluştuğu ve bazı piyasa türlerinde söz konusu yansımaların ne şekilde gerçekleştiği üzerinde durulmuştur. Bunlara ek olarak haberleşme sektörü özelinde verginin ileriye doğru yansımalarını belirleyecek etkenlerden olan fiyatlandırma teorileri ele alınmıştır. Kurumlar vergisinin yansımaları hakkında iktisatçılar arasında herhangi bir fikir birliği bulunmadığından, teorik tartışmaların ardından, konu hakkında yapılan bazı ampirik araştırmaların sonuçlarına da yer verilmiştir.

Bu bölümde kurumlar vergisinin yansımalarının incelenmesindeki amaç, herhangi bir kurumlar vergisi teşvik unsurundan yararlanacak olan bir firmanın, verginin yansıtılabildiği her durumda, firma üzerindeki vergi yükünün teşvik sayesinde değil, fakat yansıma sayesinde giderilmesinin mümkün olduğunun gösterilmesidir. Böyle bir durumda, firmaya sağlanan teşvik doğrudan bir yardım niteliğine bürünmektedir.

2.1. Yansıma Kavramı

Vergi yansımaları basit bir ifadeyle, vergi mükellefinin veya sorumlusunun, belirli yöntemlerle üzerine düşen vergi yükünü diğer piyasa aktörlerine aktarması durumudur. Daha kapsamlı olarak Seligman'ın da ifade ettiği gibi, “vergi ödeyicisinin, -diğer iktisadi koşullar aynı kalmak kaydıyla- kanunen ödemekle yükümlü olduğu vergi yükünü, gelir ve servetinde değişiklik olmayacak şekilde bir veya birden fazla kişiye devretme” sürecini yansıma olarak tanımlamak mümkündür (Turhan, 1998:244).

Başka bir deyişle, herhangi bir verginin, gerçek yüklenicisi dışında, ekonomideki diğer iktisadi oyuncular tarafından karşılanması/yüklenilmesi/ödenmesi durumu verginin yansımaları olarak kabul edilmektedir. O halde akla gelen ilk soru şu şekilde olmaktadır: Gerçekte, kurumlar vergisini kim öder?

Yansımada, verginin en son kim tarafından yüklenileceğini izleyen bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak, yukarıdaki soruya yanıt verebilmek için, verginin yansımından çok, verginin nerede yerleştiği, yani gerçekte kimin veya kimlerin, hangi iktisadi aktörlerin üzerinde kaldığının belirlenmesi gerekmektedir. Zira yansımada olayı birden fazla ve kısmi olarak gerçekleştirebilmektedir. Dolayısıyla, bir verginin gerçekte kim tarafından ödendiğinin saptanması için yansımada yansımadağına değil, yerleşip yerleşmediğinin tespit edilmesi gerekmektedir.

Diğer bir anlatımla, verginin kişiler arasında yer değiştirmesi sürecine verginin yansımadağı; vergi yükünün en son kişi üzerinde kalmasına ise verginin yerleşmesi adı verilir. Dolayısıyla yansımadağı, vergi yükünün aktarılması süreciyle ilgili olup, vergi yükünü taşıyan en son kişi üzerinde yerleştiği ya da o kişi üzerinde durduğu anda sonlanmış olur. Ancak, verginin kimin üzerinde veya nerede yerleştiğinin genel ekonomi içerisinde tespit edilmesi tam olarak mümkün değildir.

Vergi yansımadağının üç şekilde gerçekleşeceği kabul edilmektedir. Bunlar:

1. İleriye yansımadağı
2. Geriye yansımadağı
3. Çapraz yansımadağı

Üreticinin veya satıcının, ödemekle mükellef oldukları vergileri, ürettikleri malların fiyatını artırarak nihai tüketicilere veya malı satın alanlara aktarmaları durumuna ileriye yansımadağı adı verilmektedir. Ancak, söz konusu malın fiyatının artırılmasına imkan olmadığı bazı durumlarda (talep esnekliği, tavan fiyat vb.) üreticiler, satış fiyatını artırmak yerine, üretim veya satış aşamasında kullanılan girdi ve üretim etkenlerinin fiyatını azaltma yolunu seçebilirler. Böyle bir duruma ise geriye yansımadağı adı verilmektedir. Son olarak çapraz yansımadağı ise, ileriye yansımadağının özel bir türü olarak, belirli bir malı yükümlü kılması gereken verginin (özellikle özel tüketim vergisi gibi vergiler), talep esnekliği düşük olan başka bir malın fiyatının artırılması suretiyle devredilmesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Turhan, 1998:246-247).

Kurumlar vergisinin, yansımaları inceleyebilmek için, ilk olarak kısa ve uzun dönemde, verginin mükellefleri açısından ne gibi sonuçlar yarattığının ortaya konması yerinde olacaktır. Zira verginin kısa ve uzun dönem etkileri arasında bir farklılık söz konusudur. Bu farklılıklardan ilki zamanlama açısındandır. Kısa dönem, firmanın arz ve talep koşullarını değiştirebilmek için sermayesini ayarlayabilmesine fırsat tanımayacak kadar kısa bir zamandır. Uzun dönem ise, sermayenin nispeten ayarlanabileceği bir dönemdir (Pechman, 1967:104). İkinci bir fark ise hızlı ve yavaş gerçekleşen sonuçlar açısındandır. Kısa dönem etkileri daha hızlı gerçekleşmekte ve bu dönemde (bir-iki yıl) kapasite değişiklikleri mümkün olmamaktadır. Bu sabit kapasite durumunda da fiyat, ücret ve diğer maliyet ayarlamaları yapmak mümkün değildir. Uzun dönemde ise, etkilerin daha yavaş görülmesi nedeniyle, hem üretim kapasitesinde hem de fiyat ve maliyetlerde ayarlama yapılabilmektedir. Dolayısıyla bu ayarlamaların sonuçları da uzun dönemde hemen gözlenemezken, kısa dönemde daha baskın ve ölçülebilir durumdadır. Öyleyse kısa dönem etkisi, uzun dönemde önemli sonuçlar doğurabilecek niteliktedir. (Krzyzaniak ve Musgrave; 1963:2)

Tam bir yansıma çözümlemesi yapmak için, kısa ve uzun dönem ayırımından başka, göz önüne alınması gereken başlıca 2 önemli ayırım daha bulunmaktadır. Bunlardan ilki, bir tek üretim dalı (sektör) üzerinden alınan bir vergi ile çok sayıda sektörü etkileyen bir verginin ayırımındır. Tek bir sektörün ele alındığı “kısmi denge analizi”nin yanı sıra, kurumlar vergisi gibi çok sayıda firmayı etkileyen ve sadece verginin mükellefi olan değil, bütün bir ekonominin dengesini çözümleyen “genel denge analizi”ne ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle aşağıda işlenecek konular genel denge analizi çerçevesinde ele alınmıştır. Üçüncü bir ayırım ise arz ve talebin belli özellikleri ile piyasa yapısının, rekabetçi ya da tekelci veya oligopol olarak belirlenmesi çözümlemeyi gerçekçi kılacak etkenlerdendir. Bütün bu nedenlerle, aşağıda yer alan çalışma, genel denge analizi çerçevesinde diğer iki etken dikkate alınarak sınıflandırılmıştır.

2.2. Kısa Dönemde Kurumlar Vergisinin Yansıması⁸

Geleneksel görüşe göre, kurumlar vergisinin kısa dönemde yansıtılma imkanı bulunmamaktadır. Bu düşüncenin temel nedeni, kar ençoklaştırması ile hareket eden bir firmanın, ilave bir birim ürün üretmenin maliyetinin (marjinal maliyet) bu ürünün satışından elde edilen ek gelire (marjinal gelir) eşit olduğu noktada karını en yüksek düzeye çıkaracak olmasıdır. Dolayısıyla kurumlar vergisinin varlığı, karını ençoklaştırmak üzere üretim yapan bir firmanın kararında herhangi bir değişiklik meydana getirmeyecektir. Aksi takdirde firma verimsiz üretim yapma durumu ile karşı karşıya kalabilecektir. Vergi öncesinde firmanın karını en çok yapan bir üretim miktarı ve fiyat düzeyi, kurumlar vergisinin olması durumunda da karı ençoklaştırmaya devam edecektir.

Kısa dönemde firmanın talep eğrisi ile marjinal maliyet eğrisi değişiklik göstermeyeceğinden, üretim seviyesi ve fiyatlarda herhangi bir değişiklik beklenmeyecektir. Sonuç olarak, geleneksel yaklaşıma göre kısa dönemde kurumlar vergisinin yansıması, firmanın kar ençoklaştırması kararının olup olmadığına bağlıdır. Bu karar ise bir piyasanın tam rekabet ve tekel koşulları altında işlediğini varsaydığımız durumda geçerlidir. Ancak gerçek hayatta az sayıda tekel piyasası bulunmaktadır ve tam rekabet piyasasından söz etmemiz neredeyse mümkün değildir.

Bu nedenle, konuyu çeşitli piyasa çeşitleri çerçevesinde incelerken oligopol piyasalardaki yansıma olgusu daha derinlemesine ele alınacaktır. Bunun diğer bir nedeni ise, çalışmanın konusu gereği, Türkiye'deki haberleşme sektörünün oligopol özellikler taşıyan bir piyasa olmasıdır.

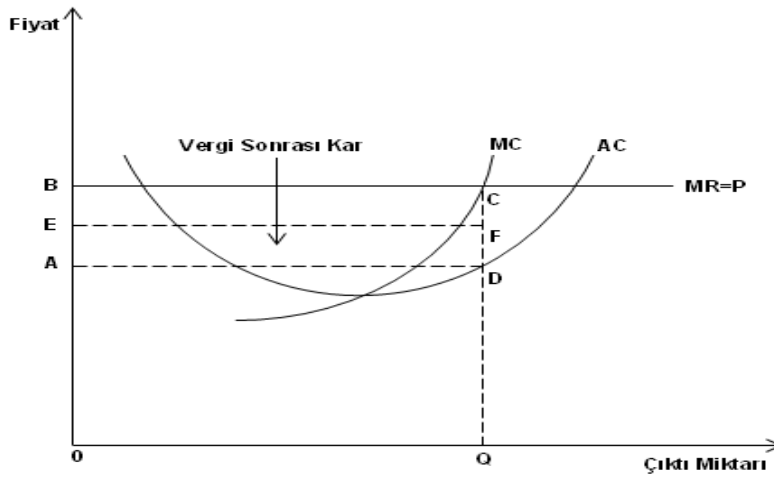
2.2.1. Tam Rekabet Piyasasında Yansıma

Bilindiği üzere tam rekabet piyasasında, kısa dönemde marjinal gelir ve fiyat birbirine eşittir ($MR = P$). Eğer üretim, vergi öncesi karı ençoklaştırmışsa, firma, marjinal gelirin marjinal maliyete eşit olduğu noktaya kadar üretime devam edecektir

⁸ Geriye doğru yansıma kavramı üretim etkenlerinin esnekliğine, ikame edilebilirliğine ve marjinal verimliliğine bağlı olduğundan dolayı, daha kapsamlı bir inceleme alanı gerektirmektedir. Böyle bir inceleme, tezin kapsamını aşacağından, çalışmada aksi belirtilmediği sürece yansıma ifadesinden "ileriye yansıma" kavramı anlaşılmalıdır.

(MC = MR). Marjinal gelirin, marjinal maliyete eşit olduğu bu noktada kar ençoklaştırması gerçekleşecek ve firma aşağıdaki şekilde ABCD alanı kadar ekonomik kar elde edecektir. Yani hissedarlar, fırsat maliyetlerinin üzerinde bir getiri elde edecek, ancak ekonomik kar (safı kar) sadece kısa dönemde oluşacaktır. Çünkü uzun dönemde, rakip firmaların piyasaya girmesiyle ekonomik karlar sıfıra doğru kayacaktır (Edizdoğan ve Çelikkaya, 2010:163).

Şekil 5. Tam Rekabet Piyasasında Kurumlar Vergisinin Yansıması



Kaynak: (Edizdoğan ve Çelikkaya: 2010:164)

Firmanın ekonomik karı üzerine örneğin, %50 oranında bir vergi konması halinde, vergi, ekonomik karın ABCD yarısını alır EBCF ve ekonomik kar yarıya AEFD düşer. Ancak bu vergi marjinal geliri ya da marjinal maliyeti değiştirmeyecektir. Ne fiyat, ne de kar ençoklaştırmasını sağlayan üretim miktarı vergiden etkilenmediği için firma, P fiyatından, Q çıktısını satmaya devam edecektir. Çünkü firmanın, vergi sonrası üretimini azaltmasını gerektiren bir durum bulunmamaktadır. Ürünün vergi sonrası fiyatı yükselmemiştir. Dolayısıyla kısa dönemde verginin bütün yükü, vergi sonrası sermayenin getirisinin azalması şeklinde tamamıyla sermaye sahipleri üzerinde kalacaktır (Edizdoğan ve Çelikkaya, 2010:164).

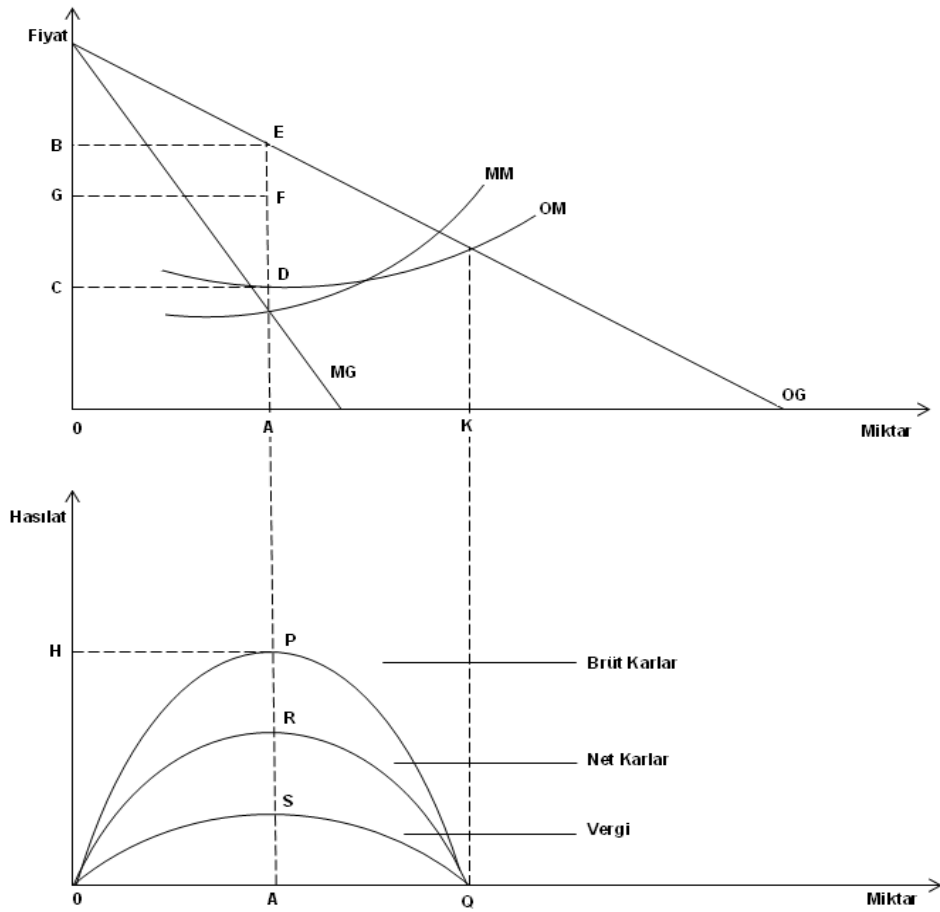
Geleneksel görüşe göre, kısa dönemde öz sermaye sahiplerinin işletmeyi terk etmeleri de mümkün değildir. Dahası verginin, ne ileriye doğru fiyatları artırarak

tüketicieye, ne de geriye doğru faktör fiyatlarını düşürerek üretim etkenlerine yansıtılması söz konusudur. Eğer firma, vergi konmadan önce karını ençoklaştırmışsa, vergi, kar üzerinden alındığı ve maliyetleri etkileyemeyeceği için, fiyat ya da çıktı miktarı değişmeyecektir. Vergi sadece öz sermaye sahiplerinin net gelirini azaltacaktır (Buchanan, 1960:303-304).

2.2.2. Tekel Piyasasında Yansımaya

Tekel piyasasında da tıpkı tam rekabet piyasasında olduğu gibi, firmanın amacı karını ençoklaştırmaktır. Tıpkı tam rekabet koşullarında olduğu gibi karın ençoklaştığı nokta, marjinal maliyetin, marjinal gelire eşit olduğu noktada oluşmaktadır. Konuyu bir şekil yardımıyla da açıklayabiliriz:

Şekil 6. Tekel Piyasasında Kurumlar Vergisinin Yansımaya



Kaynak: (Musgrave ve Musgrave, 1976:421)

İlk grafiğe göre, tekelci firma karını ençoklaştırmak için OA kadar ürünü, OB fiyatından satmak durumundadır. Böyle bir noktada kurumlar vergisi konduğunu düşündüğümüzde bu vergi, tekelci firmanın karını en çok yapan üretim miktarı ve fiyatını değiştirmeyecektir.

Şekilde, üçte bir oranında bir vergi uygulandığını düşündüğümüz bir durumda (BGEF dikdörtgeni kadar bir vergi), bu vergi kar ençoklaştırması seviyesini etkilemeyeceğinden, firmanın net karı CDEB'den CDFG'ye düşmüş olacaktır.

Alttaki grafik ise, OPQ değişik üretim düzeylerindeki toplam karı belirtiyorken, OA toplam karların maksimum olduğu üretim miktarını göstermektedir. Böyle bir durumda üçte bir oranında vergi konduğunda, net karlar üçte bir oranında azalacak ve ORQ'ya düşecektir. Bununla birlikte, net karlar düşmesine rağmen, OA üretim düzeyi yine en çok olacaktır (Musgrave ve Musgrave, 1976:420).

Hem tam rekabet, hem de tekel piyasalarında karı ençoklaştırma amacı güden firmalar, ürün fiyatlarını değiştirmeyeceğinden, klasik mikro ekonomi teorisinde kurumlar vergisinin ileriye doğru yansıtılamadığı sonucu genel kabul görmektedir.

Firmaların kurumlar vergisini yansıtamayacakları iddiasının, geleneksel görüşe göre varsayılan tam rekabet şartlarında doğru olduğu muhakkaktır. Aynı şey, karını ençoklaştırmış olan tekelci firma için de geçerlidir. Ancak bugün, bir çok piyasada iki ucu temsil eden bu şartlar değil, önemli ölçüde eksik rekabet, karşılıklı bağlantılar ve oligopol mevcuttur. Oligopol fiyatlarına ilişkin üretilen teoriler yeterli olmamakla beraber, bir kurumlar vergisine olan tepkiler hakkında bazı genellemeler yapılabilir (Due, 1963:232).

2.2.3. Oligopol Piyasasında Yansıma

Bilindiği üzere, oligopol piyasaların özelliği az sayıda üreticinin, çok sayıda tüketicinin/alicinin bulunmasıdır. Burada az sayıdan kasıt, sayısal olarak “ikiden fazla” anlamına gelmekle birlikte, gerçek anlamda, kararlarında birbirlerinden etkilen firmaları ifade etmektedir. Diğer bir deyişle, piyasada ikiden fazla sayıda kaç firma olursa olsun, birbirlerinin politikalarından etkilenmeleri durumunda, piyasada az sayıda firma var demektir ve bu piyasa oligopol özellikler taşımaktadır.

Bu nedenle oligopol piyasasındaki firmalar fiyat politikasında daima rakiplerinin tepkilerini dikkate almak zorundadırlar. Çünkü, bir firmanın fiyat yükseltme politikası diğerleri tarafından izlenmeyerek, bu firmanın müşterilerini kaybetme tehlikesine, dolayısıyla sürümünde büyük bir azalmanın meydana gelmesine yol açabilir⁹. Ters yönde işleyen bir politika, yani fiyat düşürmesi veya kampanya ve promosyon gibi uygulamalar, rakipler tarafından aynen benimsenebileceği için istenilen sonuç yine elde edilemeyebilir. Bu nedenle, oligopol piyasalarda fiyat istikrarının tercih edilmemesi genel eğilim olarak ortaya çıkmaktadır (Turhan, 1998:261). O yüzden doğaldır ki bu tür piyasalarda mal fiyatları ve üretim miktarları karları ençoklaştıracak şekilde belirlenmez (marjinal hasıla = marjinal maliyet eşitliği kurulmaz).

Bu yüzden, oligopolcü firma, tam rekabetçi ya da tekelden farklı olarak sadece tahminde bulunabileceği bir talep eğrisiyle karşı karşıyadır. Ayrıca iktisatçılar tarafından genel kabul görmüş bir oligopol piyasasından söz etmek de neredeyse mümkün değildir (Stiglitz, 1994:523). Bu nedenle oligopol piyasalarda geçerli olabilecek birden fazla fiyatlandırma teorisinden söz edebiliriz.

Yukarıda ele aldığımız tam rekabet ve tekel piyasalarında firmalar tarafından belirlenen kar ençoklaştırması eksenli fiyat politikası, geleneksel yaklaşımın beklenen sonuçları için gerekli koşulları ele almaktadır. Bu geleneksel görüş, kar ençoklaştırmasının temel ilkeleriyle uyuşmakta ve fiyat ve firma teorisi açıklamalarına da uygun düşmektedir. Ancak, fiyat politikasının temelinde yer alan ilkelerin tamamının gerçek hayata uygun olmadığını ileri süren farklı birtakım yaklaşımlar da bulunmaktadır.

Bu ilk yaklaşım Musgrave'e göre "pratik" insanın görüşünü yansıtmaktadır. Buna göre, firma yöneticileri üretmekte oldukları malın marjinal maliyeti ve marjinal gelirini bilmemektedirler. Bu nedenle firmalar, marjinal geliri, marjinal maliyete eşitleyecek biçimde bir fiyat politikası belirleyemezler. Aksine, genellikle uygun bir kar marjını hedef olarak alıp, ortalama maliyeti de kapsayacak biçimde fiyatı

⁹ Sweezy modeli de denilen dirsekli talep eğrisi modeline göre, firmalardan birinin fiyatlarını düşürdüğü takdirde diğer firmalar da fiyatları düşürecek ancak, fiyatların artırılması durumunda rakipler aynı tepkiyi vermeyeceklerdir.

saptama yoluna başvururlar. Kar üzerine konulan bir vergi söz konusu olduğunda ise, vergi, bir maliyet unsuru olarak düşünüldüğünden ve bu nedenle fiyata eklendiğinden, bu marj, vergi düşüldükten sonraki net karı göstermektedir (Musgrave, 1959:285).

Firmalar için ikinci bir fiyatlama yaklaşımı ise, özellikle oligopol piyasalar açısından geçerli olabilecek olan, satışları en çok yapacak olan fiyat politikasını benimsemektir. Bu politikanın temel yaklaşımı, piyasada az sayıda olan diğer firmalardan daha fazla kar elde etmek değil, fakat satışları ve işlem hacmini artırarak pazar payına sahip olmayı hedeflemektir. Kuşkusuz firmalar bunu yaparken, belli bir en az kar tutarını belirleyerek satışlarını bu kar oranına göre artırmaya çabalayacaklardır.

Satış ençoklaştırması adı verebileceğimiz bu politika, oligopolcü firmaların karlarından ziyade, satış gelirlerini ya da pazar paylarını artırmaya çalıştıkları bir denge modelidir. Satışların ençoklaştırılmaya çalışıldığı bu modelde, firmalar tarafından en az bir kar seviyesi belirlenmekte ve diğer tüm maliyetlerle birlikte özellikle reklam ve tanıtım maliyetleri de bu kar seviyesinin altına inene kadar satışların ve satışlardan elde edilen hasılatın artırılması için kullanılmaktadır. Ancak satış gelirlerini ençoklaştıran üretim ve fiyat düzeyi rakip firmalarca da takip edildiğinden, üretim hacmi karı ençoklaştıracak şekilde sürekli değişiklik gösterebilmektedir (Musgrave ve Musgrave, 1976:431).

Son bir fiyatlama seçeneği ise, piyasaya egemen “öncü” bir veya birkaç firmanın bulunması durumunda, bu firmaların belirledikleri fiyatların, piyasa fiyatı olarak diğer ufak firmalar tarafından da kabul edilmesi şeklindedir. Daha önce de belirtildiği gibi özellikle oligopol piyasalarda, rakip firmaların davranışlarının takip edilmesi çok uygulanan bir yöntemdir.

Günümüz ekonomilerine baktığımızda da, tam rekabet ve tekel piyasaları yerine, birden fazla az sayıdaki üreticinin piyasa koşullarını belirlediği ve bu sayede fiyatı etkileyebildiği oligopol piyasaların yaygın durumda olduğunu görmekteyiz (gelişmiş ekonomilerde özellikle doğal tekel özelliği gereği, düzenleme (regülasyon) ve serbestleştirme süreci sonunda rekabete açılmış haberleşme sektörü oligopol

özellikler taşımaktadır). Bu nedenle, bu 3 fiyatlama yönteminde kurumlar vergisi yansıma olgusunun nasıl işlediğine değinmek faydalı olacaktır.¹⁰

2.2.3.1. Oligopol Piyasasında Kar Marjı Fiyatlaması ve Yansıma

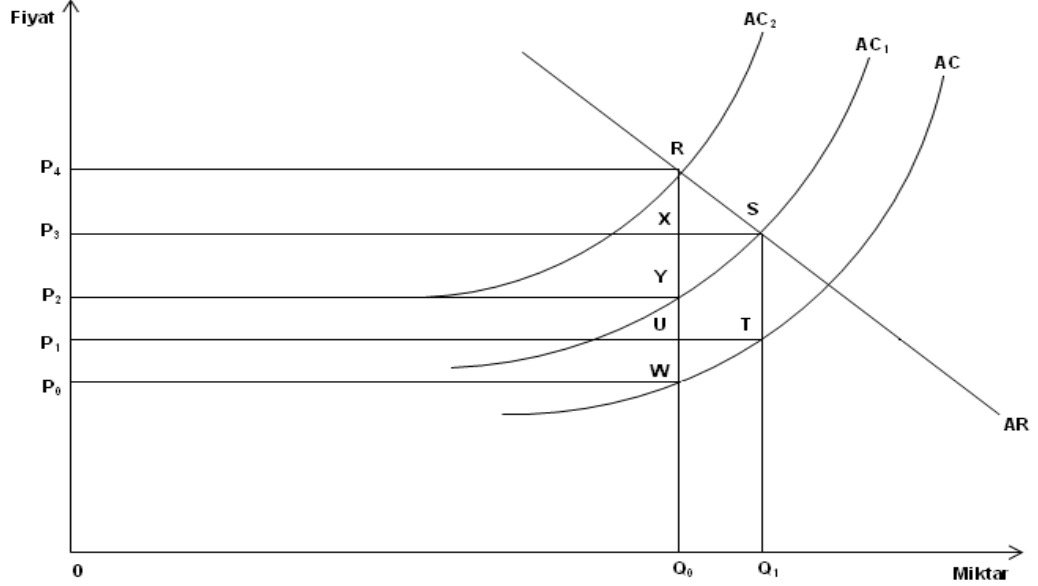
Marjinal gelirin, marjinal maliyete eşit olduğu noktada kar ençoklaştırmasının gerçekleştirildiğini öngören yaklaşım, başarılı bir şekilde faaliyette bulunan bir firmanın davranışı için gerekli olan koşulları açıklamakta her zaman yeterli olmayabilir. Özellikle, çoğu zaman oyun teorisi kurallarının geçerli olduğu oligopol piyasalarda, ortalama bir girişimcinin elinin altında marjinal maliyet ile marjinal gelir detaylarını kapsayan bir bilgi bulunmamaktadır. Bu konuda oldukça önemli belirsizlikler söz konusudur. Bu belirsizlikler çoğu zaman, ortalama maliyete normal bir kar marjının eklenmesini gerekli kılmakta ve bu gereklilik, fiyatın en iyi (optimum) seviyede belirlenmesini doğurabilir niteliktedir. Ancak, üretimin belli bir döneminde bile ortalama maliyet, marjinal maliyetten önemli ölçüde sapmayabilir ve normal kar marjı her zaman sabit tutulamayabilir. Bir başka deyişle, piyasa mekanizmasının işleyişi gereği, kar marjındaki belirlemeler girişimciyi en iyi fiyata yaklaştıracaktır. Böyle bir durumda, firmanın vergiyi de kapsayacak biçimde kar marjını yükseltmesi pek akıllıca bir davranış olmayacaktır. Çünkü, eğer kar marjını, en iyi fiyatın saptanmasına yol açacak şekilde belirleme olanağı varsa ve bu durumda kar marjı eğer en iyi fiyatın üstünde bir fiyat elde edilmesine yol açacak şekilde saptanırsa; verginin kar marjı içinde yer alması sadece vergi sonrası karı azaltacaktır. Yani, kar marjı ile belirlenen fiyatın, en çok kar getiren fiyatın üzerinde belirlenmesi durumunda, vergi doğrudan net karı azaltacaktır. Ancak diğer taraftan, kar marjının en iyi fiyatın altında bir fiyat elde edilmesine yol açacak biçimde saptanması durumunda, bu sefer marjın daha da yükseltilmesiyle birlikte net karlar da artış gösterecektir (Musgrave, 1959:285-286).

¹⁰ Temelde bu üç fiyatlama yöntemi dışında Cournot Modeli, Sweezy Modeli, Edgeworth Modeli, Oyun Teorileri gibi oligopol piyasalara ilişkin fiyatlama ve denge modelleri bulunmaktadır. Ancak gerek varsayımları, gerekse de sonuçları açısından gerçeğe yakın bir oligopol teorisi bulunmamaktadır.

Bu marjın ortaya çıkmasında belirleyici olan ise firmanın piyasa içerisindeki gücü ve talebin esnekliğidir. Eğer firma, piyasada öncü firma ise, kurumlar vergisini bir maliyet unsuru olarak fiyatlara ekleyecek şekilde ayarlayabilecektir. Yine aynı durumda talebin esnek olması, fiyat artışına rağmen tüketicileri veya alıcıları maldan uzaklaştırmayacaktır.

Konuyu bir şekil yardımıyla da açıklamak mümkündür. Aşağıdaki şekle göre, AC , firmanın ortalama maliyet eğrisini, AC_1 , ortalama maliyete belli bir marjın eklenmesi ile oluşan eğriyi, AC_2 ise, AC_1 'e %50 oranında kurumlar vergisi eklenmesi ile oluşan eğriyi göstermektedir. Vergi miktarı RY ile gösterilmektedir ve $RY = YW$. Vergi öncesinde firma, OQ_1 kadar malı OP_3 fiyatından satarak P_3P_1TS kadarlık bir kar elde etmektedir. Kurumlar vergisi konulduğunda yeni denge OQ_0 miktarı ile daha yüksek bir fiyat olan OP_4 'ün kesiştiği noktada oluşacaktır. Zira bu noktada firma için uygun bir kar fiyatlaması söz konusudur. Vergi sonrası kar bu yeni durumda P_0P_4RW olup, %50 oranındaki kurumlar vergisi, karın yarısını (P_2YWP_0) almıştır. Görüldüğü üzere tüketiciler açık bir şekilde verginin bir kısmını ödemektedir. Zira yeni durumda P_3 'ten, P_4 'e daha yüksek bir fiyat ödeyerek P_4R kadarlık bir çıktı satın almaktadırlar. Dolayısıyla verginin P_4RXP_3 kadarlık bir kısmı tüketiciye yansımaktadır. Firma ise, önceki miktara (P_1T) kıyasla, daha az (P_1U) çıktı satmaktadır. Bir başka deyişle, firmanın karı $UTSX$ 'e gerilemiştir. Sonuç olarak, kurumlar vergisi, firma ($UTSX$) ve tüketici (P_4RXP_3) arasında paylaşılmaktadır (Edizdoğan ve Çelikkaya, 2010:165).

Şekil 7. Kar Marjı Fiyatlamasında Kurumlar Vergisinin Yansıması



Kaynak: (Edizdoğan ve Çelikkaya, 2010:166)

Yukarıda da belirtildiği gibi bu tür bir fiyatlama politikası mutlaka verginin yansımaya neden olmayabilir. Yansımanın gerçekleşmesi firmanın kar marjını belirlemesine bağlıdır. Öyle ki, yansımanın olabilmesi için firmanın fiyatı, vergi konmadan önce karı en çok yapan düzeyde belirlememiş olması gerekir. Ancak, piyasadaki değişkenlikler nedeniyle bu durum oldukça zordur. Firma, fiyatlarını vergi konmadan önce kısa dönem kar ençoklaştırmasını sağlayan düzeyde belirlemişse, kar marjı fiyatlaması verginin yansımaya yol açmayacaktır. Çünkü böyle bir durumda fiyatların artması her zaman karları artırmayacaktır. Aksine, fiyatların vergi öncesinde karı ençoklaştıran seviyeden daha düşük bir seviyede bulunması durumunda, bu fiyatın üzerine eklenecek bir kar marjı dolayısıyla verginin tamamı yansıtılabilecektir.

Eğer firmalar, vergiyi, satış fiyatı ve tam maliyet fiyatının tespitine dahil edilmesi gereken bir unsur olarak kabul ediyorlarsa, satış fiyatı ve tam maliyet fiyatının tespitinde kullanılan farklı yöntemler, fiyatların bu şekilde ayarlanmasını teşvik edecektir. Fiyat politikasından sorumlu olan kişiler, fiyatlamayı inceleyen bir çok kişinin yaygın olarak kabul ettiği gibi, “makul” veya “yeterli” bir kar haddini hedef

kabul etmişlerse, verginin yansıma ihtimali aynı şekilde artacaktır. Böyle bir politika belirlendiğinde, eğer fiyatlar en çok karı sağlayacak seviyenin altında tespit edilmişse, kurum gelirleri üzerinden alınıp karın azalmasına sebep olan bir vergi, mutlak suretle firmaları fiyatları yukarıya doğru ayarlamaya teşvik edecektir. Dolayısıyla, fiyatları hesaplarken firmaların, vergiyi indirerek yatırımlar için belirli bir kazanç oranını masraflara dahil etmek eğiliminde olmaları yansıma ihtimalini artıracaktır (Due, 1963:233).

Sonuç itibariyle, ortalama maliyete belli bir kar yüzdesi eklenmek şekliyle belirlenen bu fiyat politikasına göre firma, vergiyi bir maliyet unsuru olarak kabul edecek ve böylece vergiyi karşılamak için fiyatlarını yükseltebilecektir (Pechman, 1967:105).

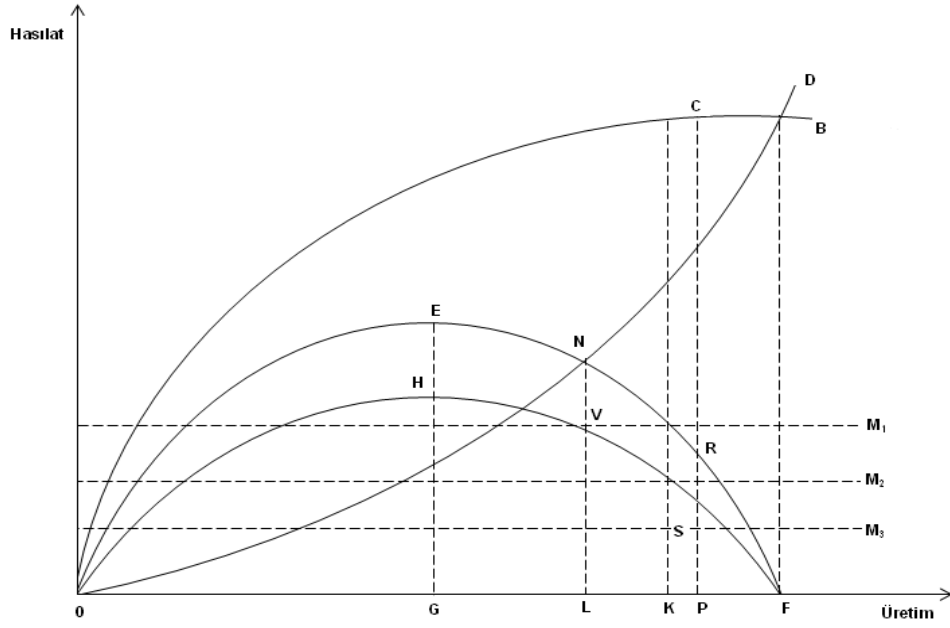
2.2.3.2. Oligopol Piyasasında Satış Geliri Ençoklaştırması ve Yansıma

Baumol tarafından ortaya atılan satış geliri ençoklaştırması modelinde, kurumsallaşmış büyük işletmelerde yöneticilerin, karları ençoklaştıran değil, fakat ücret ve primlerin satışlara bağlı olması, banka ve diğer finans kurumlarının satışların seyrini takip etmeleri, pazar payının satış rakamlarıyla orantılı olması gibi nedenlerle satışları artırmaya çalışacakları ileri sürülmektedir. Bu doğrultuda bağımsız yöneticiler, makul ölçüde karlı, ama sürekli artan bir performans yönetimi izleyeceklerdir (Koutsoyiannis, 1987:389-390) . Özetle, firmanın amacı, belirlenen bir en az kar kısıtı altında satış gelirlerinin ençoklaştırılmasıdır.

Firmalar yalnızca basit satış ençoklaştırmasını amaçlıyorsa, yani herhangi bir en az kar sınırlamasını göz önüne almazlarsa, kurumlar vergisinin firmanın karlarını azaltıcı yönde etki yapacağını söylemek elbette ki mümkündür. Ancak firmalar en az kar sınırlamasıyla birlikte satışlarını ençoklaştırmaya çalıştıklarında, böyle bir davranış yapısı verginin ileriye yansıması yol açabilecektir. Aşağıdaki şekilde OCB eğrisi farklı satış düzeylerindeki toplam satış hasılatlarını, OD eğrisi de toplam maliyetleri göstermektedir. OEF eğrisi ise, satış hasılatları ile maliyetler arasındaki farkı ifade etmektedir. Firma kar ençoklaştırması amacı ile çalıştığında, bu amacı gerçekleştiren üretim düzeyi OG üretim miktarı olacaktır. Firmanın elde ettiği karlar

ise EG düzeyindedir. Böyle bir durumda kurumlar vergisi uygulandığında, karlar OHF eğrisi ile gösterilen düzeye inmiş olacaktır. Buna karşın, vergiden önce karı maksimum yapan üretim düzeyi hala OG üretim düzeyidir.

Şekil 8. Satış Ençoklaştırması Fiyatlamasında Kurumlar Vergisinin Yansıması



Kaynak: (Musgrave ve Musgrave, 1976:432)

Şimdi de belirli bir kar sınırlaması altında satış gelirlerinin ençoklaştırılma amacının gerçekleştirilmeye çalışıldığını kabul edelim. M_1 yatay kesik çizgisi, firmanın elde etmeyi arzuladığı en az kar düzeyini göstermektedir. Firma, vergi konmadan önce OK düzeyinde üretim yapmakta ve satış ençoklaştırması gerçekleştirmektedir. Konulan vergi, firmanın üretim düzeyini OL düzeyine indirecek ve firma V noktasında dengeye gelerek belirli bir kar sınırlaması altında satış hasılatlarını ençoklaştıracaktır. Bu üretim düzeyinde net karlar (yani arzu edilmesi arzulanan ne az kar) başlangıç düzeyinde kalacak ve böylece vergi, gayrisafi karların LV'den, LN'ye yükselişle ya da tam vergi miktarınca yükselmesiyle tamamen yansıtılacaktır. Ancak firmalar için en az kar düzeyinin ne olduğu, verginin yansıtılması ya da hiç yansıtılmaması ile yakından ilgilidir. En az kar düzeyi M_1 düzeyinin daha altında belirlenmişse, örneğin, M_2 düzeyi elde

edilmesi arzulanan en az karı vergiden sonra da sağlayabildiğinden, verginin yansması hiç meydana gelmeyecektir. Bu durumda vergi, firmanın karlarını azaltacaktır. En az kar düzeyi M_3 düzeyi olarak belirlenmişse, bu durumda da verginin kısmen yansıtılması söz konusu olacaktır. Bundan dolayı, yansmanın derecesi arzulanan karın düzeyine ve üretim düzeyi, maliyetler ve satış hasılatındaki ilişkiye bağlı olacaktır (Musgrave ve Musgrave, 1976:431).

Konuyu bir örnekle açıklamak gerekirse, vergi öncesi karı 1.000 birim olan bir firmanın, kurumlar vergisi oranının %20'den, %50'ye yükseldiği bir durumda, firma açısından ödenecek vergi tutarı 300 birim artarak, 200'den 500 birime çıkacaktır. Eğer firma, ilk durumdaki net karını (vergi sonrası karını) muhafaza etmek istiyorsa, bu durumda brüt karını 300 birimden fazla artırarak, 1.600 birime çıkarması gerekmektedir (Shoup, 1959:324). Böyle bir durumun sağlanması için ise, firmanın ya toplam satışlarını ya da fiyatlarını artırarak söz konusu yeni kar oranına ulaşması gerekmektedir.

Kısaca, eğer firmanın amacı vergi sonrası arzulanan bir getiri oranını yakalamak ise, vergi konması ya da oranının artırılması, yatırılan sermaye üzerinden elde edilen getiri oranını azaltacağı için, verginin, toplam satış hacmi ile üretim miktarı ve fiyat kararlarının alınmasında hesaba katılması zorunlu olacaktır. Bu durumda hedef getiri oranına ulaşmak için vergi, ileriye tüketiciye doğru ya da geriye çalışanlara doğru veya kısmen ileriye, kısmen geriye doğru yansıtılmak zorunda kalacaktır (Pechman, 1967:105).

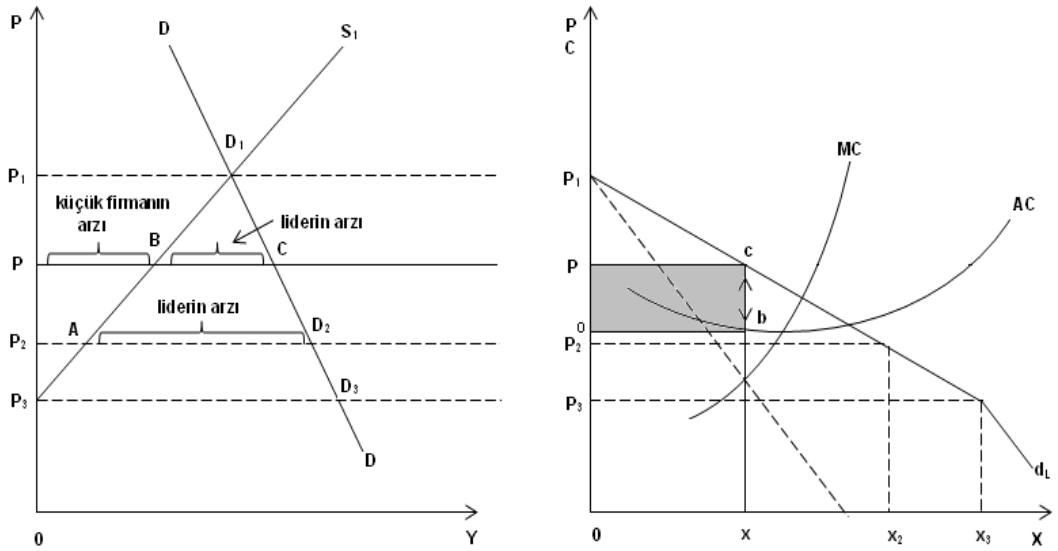
2.2.3.3. Oligopol Piyasasında Öncü Firma Fiyatlaması ve Yansma

Son bir fiyatlama yöntemi ise, piyasadaki öncü firma veya firmaların, pazar gücüne hakim olmasından dolayı fiyatları ayarlaması ve diğer küçük firmaların onları takip etmesidir.

Egemen firmanın fiyat liderliği modelinde (Koutsoyiannis, 1987:290-291), piyasanın önemli bir bölümünü elinde tutan bir egemen firmanın yanı sıra, piyasada küçük paylara sahip bazı firmaların da bulunduğu varsayılmıştır. Piyasa talep

eğrisinin şekli (aşağıda grafik 1), egemen firma tarafından bilinmektedir. Ayrıca egemen firmanın, küçük firmalara ait MC eğrilerini de bildiği varsayılmıştır. Bu bilgilere sahip egemen firma, kendisine ait talep eğrisini şu şekilde belirleyebilir: Her bir fiyat düzeyinde egemen firma, piyasa talebinin küçük firmalar tarafından karşılanmayan bölümünü karşılayacaktır. Yani, her fiyat düzeyinde lider firma tarafından karşılanması gereken talep miktarı (o fiyat düzeyindeki) D ile S_1 arasındaki farka eşittir. Örneğin P_1 fiyat düzeyinde liderin karşılaması gereken talep miktarı sıfıra eşittir. Yani, bu fiyat düzeyinde talep edilen toplam miktarın (D_1) tümü küçük firmalar tarafından karşılanacaktır. Fiyat P_1 'in altına düştükçe, lider firmanın malına olan talep artacaktır. P_2 fiyat düzeyinde ise, toplam piyasa talebi D_2 'dir. Bu durumda D_2 'nin, P_2A 'lık bölümü küçük firmalar, geri kalan AD_2 'lik bölümü ise lider firma tarafından karşılanacaktır. P_3 'ün altındaki fiyatlarda ise piyasa talebi, lider firmanın talebiyle çakışır.

Şekil 9. Öncü Firma Fiyatlandırmasında Kurumlar Vergisinin Yansıması



Kaynak: (Koutsoyiannis, 1987:290)

Yukarıdaki şekilden de görülebildiği üzere (grafik 2) egemen firma, $MR = MC$ eşitliğinin sağlandığı P fiyatında, Ox kadar üretim yapacaktır. Bu fiyat düzeyinde, toplam piyasa talebi PC 'dir. Bu talebin PB 'lik kısmı küçük firmalar, geri kalan BC (Ox) birimlik bölümü ise, egemen firma tarafından karşılanacaktır.

Böyle bir durumda egemen firma, pazar payını kaptırmamak amacıyla fiyatları yükseltme yolunu tercih etmeyecektir. Aksine, fiyatları ortalama maliyetlerin altına düşürmeden, marjinal maliyet = marjinal hasıla eşitliğinin altında düzenleyerek, küçük firmaların piyasadan çekilmesini sağlamaya çalışacaktır. Bu durum, kısa vadede değil, fakat uzun vadede firmanın piyasaya tamamen hakim olması anlamına gelmekle birlikte, piyasaya girmek isteyen diğer girişimcileri de engelleyecektir. Fiyatlardaki bu değişiklik, firmanın pazar payını artırarak, karlarını aynı seviyede korumasını sağlayacaktır.

Due'ya göre, oligopol piyasasında öncü bir veya birkaç firmanın olması durumunda, herhangi bir kurumlar vergisinin konması veya oranının artırılması, oligopolcü öncü firmaların bunu bir fiyat artışı olarak alacakları ve fiyatları ortaklaşa olarak yukarıya doğru kaydıracakları anlamına gelmektedir. Fiyat artışında bulunan firmalar, piyasadaki diğer firmaların da aynı vergiyi ödeyeceğini bildiğinden, onların da fiyatlarını artıracaklardır. Fiyatlardaki bu artış ise tüm firmaları daha iyi bir konuma getirerek, karların artmasını sağlayabilecektir. Bu sayede verginin, ileriye, yani tüketicilere doğru yansıtılmış imkanı ortaya çıkacaktır (Due, 1963:233). Ancak fiyattaki bu artış, diğer firmalar tarafından izlenmediği sürece, egemen firmanın karları azalacak ve vergi, kurum tarafından ödenmiş olacaktır.

Vergi oranlarındaki bir değişiklik de, değişikliğin büyüklüğüne göre fiyat takip politikalarını etkileyebilecektir. Örneğin kurumlar vergisinin, %38 olan oranının çok yüksek bir orana, %88'e yükseltildiğini ve bu durumun ne kadar süreceğinin ise belirsiz olduğunu varsaydığımız bir durumda, birçok endüstride öncü firmalar fiyatlarını değiştirmek istemeyecektir. Eski kar oranlarını tekrardan yakalamak istediklerinde, diğer firmalara karşı rekabet güçlerini kaybedebileceklerdir. Diğer taraftan, vergi oranındaki yükselişin çok yüksek olmadığını ve vergi oranının %38'den, %39'a çıktığı varsayıldığında, bütün firmalar fiyatlarını değiştirme eğilimi içerisine gireceklerdir. Bu varsayımlar, vergilendirilen karın en azından vergi kanunlarında öngörülen orandaki kadarının doğrudan fiyatların içine giren bir maliyet unsuru olduğunu, ancak fiyat politikasına çok sıkı bağlı olmadığını göstermektedir (Shoup, 1959:323).

Sonuç olarak, kısa dönemde kurumlar vergisinin yansımaları açısından şu sonuçlara varabiliriz:

Kar üzerine konulan bir kurumlar vergisinin, kısa dönemde fiyatlar düzeyine hiçbir etki yapmayacağını ileri süren klasik mikro iktisat yaklaşımı, bu konuda iyi bir teorik çerçeve oluştursa da, gerçek hayatta tam rekabet piyasalarının olmayışı, tekel piyasalarının sınırlı oluşu, bunun yerine az sayıda firmanın piyasaya hakim olduğu oligopol piyasaların varlığı ve marjinal gelirin marjinal maliyete eşit olduğunu belirten fiyat politikasının pek de uygulanabilir olmaması nedeniyle, geleneksel görüşün argümanları çürütülebilir niteliktedir.

Marshall'ın anladığı anlamda normal fiyat, yatırılmış sermayeye ilişkin olan normal bir karı içermektedir. Bu normal kar, artık değer değildir ve marjinal firmanın ve herhangi bir firmanın maliyetlerine gitmektedir. Bu karı matrahına dahil eden bir vergi, maliyet üzerine konmuş bir vergi niteliğindedir (Bulutoğlu, 1962:202).

Dolayısıyla, geleneksel yaklaşımın ileri sürdüğü teorik yaklaşımların, normal kar üzerine uygulanan bir kurumlar vergisinin, özellikle oligopol piyasalarda bir maliyet unsuru olarak fiyatlara ilave edilmek suretiyle, ileriye, yani tüketicilere veya alıcılara yansıtılabilmesi mümkündür.

2.3. Uzun Dönemde Kurumlar Vergisinin Yansımaları

Bir önceki bölümde, kısa dönemde kurumlar vergisinin yansımalarına ilişkin yapılan çözümlerdeki temel varsayım, kısa dönemde emek ve sermaye girdisi ile talep eğrisinin sabit olduğu, bu nedenle üretim kapasitesi ile talebe bağlı üretim miktarının hızlı bir şekilde değiştirilemeyeceği şeklindeydi. Ancak uzun dönemde, aynı varsayım üzerinde durmamıza gerek bulunmamaktadır. Zira, uzun dönemde üretim artışına yol açabilecek emek ve sermaye arzı sabit olmamakla birlikte, aynı zamanda bu girdilerin sektörler arasında akışkan olduğunu söylemek de pekala mümkündür.

Kurumlar vergisi, yalnızca kurum/şirket niteliğinde olan firmaların karları üzerinden alınan bir vergidir. Ancak genel ekonomi içerisinde kişisel girişim ile üretim yapan işletmeler de bulunmaktadır. O halde, bir kurumlaşmış sektörün, bir de

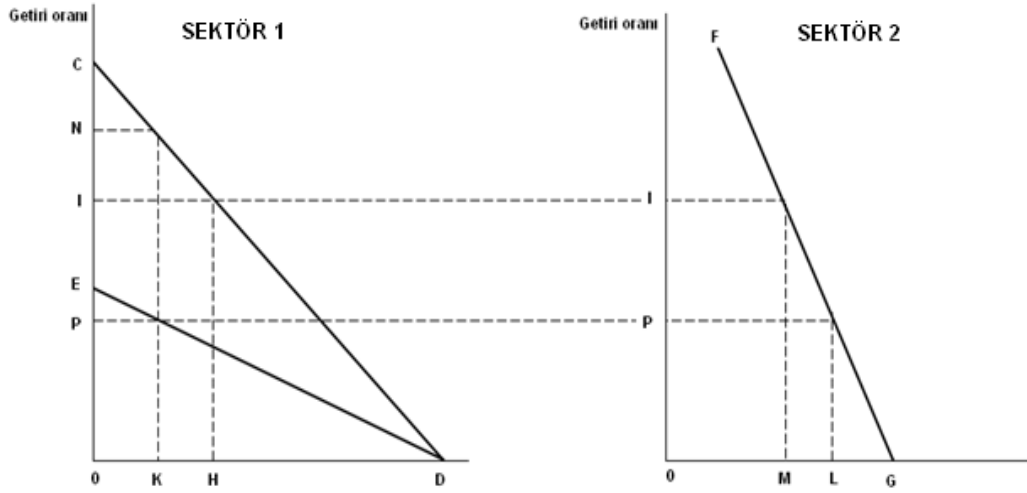
kurumlaşmamış sektörün varlığından söz edebilmemiz mümkündür. Harberger, 1962 yılında kurduğu uzun dönemde kurumlar vergisinin yerleşmesine ilişkin modelinde, kısa dönemde fiyat artışları ile veya üretimi kısarak vergiyi yansıtamayan kurumlaşmış firmaların, daha az vergi ödenen veya hiç ödenmeyen kurumlaşmamış sektöre geçeceğini ortaya atmıştır. Uzun dönem emek ve sermaye arzının değişken ve akışkan olması sonucunda, kurumlaşmış sektörden alınan kurumlar vergisinin yüksek olmasının, üretken sermayenin kurumlaşmamış sektöre doğru kayacağını, dolayısıyla sektörler arasında üretim etkenleri açısından bir geçişin yaşanacağını ve üretim miktarı ve fiyatların değişeceğini belirtmiştir (Harberger, 1962).

Harberger modeline göre, ekonomide bir kurumlaşmış sektör, bir de kurumlaşmamış sektör ve bu sektörlerde emek ve sermaye girdileri (sabit) kullanılarak üretilen iki mal (X ve Y) bulunmaktadır. Ayrıca kurumlaşmış sektörün tam rekabet koşullarında işlemediği varsayılmaktadır. Kurumlaşmamış sektör daha çok tarım, gayrimenkul ve onarım hizmetleri gibi alanlardan oluşmakta ve tüketiciler gelirlerini X ile Y malına eşit olarak harcamaktadırlar. Ayrıca malların üretim fonksiyonunda sermaye ve emeğin yarı yarıya kullanıldığı kabul edilmektedir. Üretim etkenleri olan sermaye ve emek arzları sabit, fakat sektörler arasında akışkanlığında herhangi bir engel bulunmamaktadır. Kurumlar vergisinin üretim etkenlerinin miktarına ise herhangi bir etki yapmadığı kabul edilmektedir (Harberger, 1962:215-217).

Modele göre, kurumlaşmış sektörde uygulanan bir kurumlar vergisi, sermayeyi, vergi sonrası getirisi daha fazla olan kurumlaşmamış sektöre kaydıracaktır. Bu durum, kurumlaşmış sektörde yer alan sermayenin ve onun getirisinin azalmasına neden olacaktır. Doğaldır ki, kurumlar vergisinin bu etkisi, daha fazla vergilendirilen sektör fiyatlarında bir artış ve çıktıda bir azalma; daha az vergilendirilen sektörde ise tersine, fiyatlarda bir düşüş ve çıktıda bir artış ortaya çıkaracaktır. Kurumlaşmış sektördeki üretim miktarındaki düşüş, fiyatların artmasına; aksine vergisiz olan kurumlaşmamış sektörde ise üretimin artması, fiyatların azalmasına neden olacaktır. Söz konusu fiyat artışı nedeniyle, kurumlaşmış sektörde üretime devam eden firmalar, fiyat artışı oranında kurumlar vergisini ileriye doğru yansıtma olanağı elde etmiş olacaklardır.

Böyle bir durumda ekonomideki kaynaklar yeniden dağılacak ve bu sermaye akışı, uzun dönem dengesinde her iki sektördeki net getiriler birbirlerine eşitleninceye kadar devam edecektir. Bu durumu bir şekil yardımıyla açıklamak da mümkündür:

Şekil 10. Uzun Dönemde Kurumlar Vergisinin Yansıması



Kaynak: (Musgrave ve Musgrave, 1976:417)

Şeklin sol tarafındaki CD doğrusu, kurumsal sektörde vergi konmadan önceki sermayenin marjinal etkinliğini göstermektedir. Bu doğru, farklı sermaye miktarlarıyla ilgili olan farklı getiri oranlarını belirtmektedir. Sağdaki kısımdaki FG doğrusu ise, vergiye tabi olmayan sektördeki sermayenin marjinal etkinliğini göstermektedir. Vergiden önce ekonomideki toplam sermaye, iki sektör arasında OH miktarı kadar kurumsal sektörde, OM miktarı kadar ise diğer sektörde yatırılmış olmak üzere paylaştırılmış bulunmaktadır. Vergiden önce her iki sektördeki getiri oranı OI miktarında eşitlenmiştir. Durum böyle iken, sadece kurumlaşmış sektörden kaynaklanan sermaye gelirinin kurumlar vergisine tabi kılındığını kabul edelim. Bu durumda, kurumsal sektördeki sermaye birimi başına net getiri oranı $(1 - t)r$ 'ye eşit olacak şekilde düşecektir (t kurumlar vergisi oranı ve r ise gayrisafi getiri oranıdır). Böylece, bu sektördeki yeni sermayenin marjinal etkinliği doğrusu ED doğrusu olacaktır. Sonuçta sermaye, sermayenin getiri oranının yüksek olduğu daha az

vergilendirilen sektöre kayacaktır. Sermayenin sektörler arasında bu yeniden dağılımı, her iki sektördeki net getiri oranlarının eşitlendiği noktaya kadar sürecektir. Şekilde, vergiden sonra her iki sektörün getiri oranı OP düzeyine düşmüş bulunmaktadır. Ekonomideki toplam sermaye miktarının sabit olduğu varsayımı altında, mevcut sermayenin iki sektör arasındaki dağılımı OK sermaye miktarı daha fazla vergilendirilen sektörde, OL sermaye miktarı ise daha az vergilendirilen sektörde olmak üzere yeniden belirlenmiş olmaktadır (Musgrave ve Musgrave, 1976:417).

Bugün itibariyle, uzun dönemde firmaların kurumlar vergisini yansıtma olanağı prensip itibariyle kabul edilmektedir. Çünkü vergi, vergilendirilen kurumun sahipleri tarafından kar marjında bir azalma şeklinde taşınacak olsa dahi, bu kişilerin geleceğe yönelik kar bekleme ve dolayısıyla yatırımları ile üretimleri azalacaktır. Azalan üretime karşılık talep aynı seviyeyi korursa, piyasadan henüz çekilmeyen satıcılar (arzın azalması nedeniyle) uygun bir durumda verginin yansıtılmasını mümkün kılacak ölçüde fiyatlarını artırma olanağına sahip olacaklardır (Schmölders, 1976:190). Diğer taraftan, verginin yansıtılması nedeniyle fiyat artışı gerçekleşeceğinden, bu durum, malın talebini kısmen azaltacaktır. Böyle bir durumda, talebe bağlı olarak üretim düşecek ve dolayısıyla emeğe olan talep azalacaktır. Emeğe olan talebin azalması ise ücretleri aşağıya doğru çekecektir. Böyle bir durumda ise, verginin geriye doğru yansımından da ayrıca söz etmemiz mümkün olacaktır.

Sonuç olarak bu koşullar altında hiçbir vergi, sermaye sahipleri tarafından katlanılmayacaktır. Sermaye sahipleri kısa dönemde değil, fakat uzun dönemde üretim için gerekli sermayeyi vergi olmayan sektöre kaydırarak vergi yükünden kurtulacaktır. Böylelikle kurumsal sektörün üretiminde bir azalma meydana gelecektir. Bu azalış kurumlaşmış sektörde fiyatların artmasına neden olacak ve verginin ileriye doğru yansıtılması gerçekleşmiş olacaktır.

Ancak doğaldır ki, uzun dönemde vergiden kaçınmak isteyen sermaye sahipleri, kurum statüsünü terk edip, kişisel işletmeler şekline bürünmek istediklerinde, vergi kanunları uyarınca kişisel gelirlerin ne şekilde vergilendirildiği de ayrıca önem

taşımaktadır. Bununla birlikte, Harberger modelinin varsayımlarının da gerçek hayata uygun olduğunu söylemek de pek mümkün bulunmamaktadır.

2.4. Haberleşme Sektöründe Fiyatlandırma

Bu bölümde, mobil haberleşme sektöründe faaliyet gösteren işletmeciler arasında oluşan rekabet sonrasındaki maliyet yapıları ve fiyat oluşumları ele alınmış ve bu sayede kurumlar vergisinin fiyatlar yoluyla ileriye yansıtılıp yansıtılmayacağı üzerinde durulmuştur. Fiyatlandırmada esas olarak, tekel olarak faaliyet gösteren yerleşik işletmecinin, diğer operatörlere sunduğu erişim girdilerine ilişkin fiyatlandırma modelleri değil, aksine her bir operatörün kendi şebekesini kullanarak kendi abonelerine sağladığı haberleşme hizmetlerinin incelendiği “çift yönlü tarife” modeli ele alınmıştır.

Mobil haberleşme sektöründe işletmecilerin en çok yararlandıkları fiyatlandırma yöntemi “çift yönlü tarife” yaklaşımıdır. Bu yaklaşımda temel olarak şebeke içi ve şebeke dışı olmak üzere 2 fiyatlandırma türü söz konusu olmaktadır. Bunlardan ilki, abonelerin kendi şebekelerinden yaptıkları konuşmaların ücretlendirildiği perakende ücretidir. İkinci ise, arabağlantı ücreti olarak adlandırılan ve operatör açısından hem girdi maliyeti, hem de önemli bir gelir unsuru olan şebekeler arası çağrı fiyatlandırmasıdır.¹¹

Bu noktada, şebekeler arası arabağlantı ücretlerinin belirlenmesinde iki durum ortaya çıkmaktadır. İlk olarak arabağlantı ücretlerinin, abone sayısı, hizmet maliyeti, karşılıklı çağrı trafiği ve pazara giriş sırasına göre bir düzenleyici kurum tarafından belirlenmesi söz konusudur. İkinci olarak ise, düzenleyici kurumun herhangi bir müdahalede bulunmadığı veya sadece tavan ve taban fiyat belirlediği fiyatlandırma modelinden söz etmek mümkündür.

Türkiye’de şebekeler arası arabağlantı ücretleri başlangıçta işletmeciler arasındaki rekabet ortamında belirlenmiş, ancak 2003 yılından itibaren arabağlantı

¹¹ Bu kavram, şebeke dışısalığı ile fiyat farklılaştırması nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Fiyat farklılaştırması basit bir ifadeyle, abonelerin kendi şebekesinden bir başka abone ile yaptığı görüşme ile şebeke dışından birisiyle yaptığı görüşmenin farklı ücretlere tabi olması anlamına gelmektedir (operatörlerin belirledikleri bu ücrete arabağlantı ücreti adı verilmektedir). Bu doğrultuda, abone sayısı fazla olan firmalar, şebekeler arası görüşme fiyatını yüksek, şebeke içi görüşme fiyatını nispeten düşük tutarak, abonelerine pozitif şebeke dışısalığı sağlama yolunu tercih edebilmektedirler.

ücretlerini Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu belirlemeye başlamıştır. Bu çalışmada her iki fiyatlandırma durumunda arabağlantı ücretlerinin işletmecilerin maliyet yapıları ve perakende fiyatlara olan etkileri dikkate alınmıştır.

2.4.1. İşletmeciler Tarafından Belirlenen Ücretlerin Etkileri

Düzenleyici kurumun arabağlantı ve perakende fiyatlarına müdahale etmediği hallerde, işletmeciler kendi pazar payları, abone sayıları ve talep yapılarını dikkate alarak, arabağlantı ücretlerini pazarlık ve rekabet ortamında belirlemektedirler. Böyle bir durumda, işletmecilerin ortaklaşa hareket etme ve arabağlantı ücretleri konusunda anlaşma durumları ortaya çıkacaktır. Diğer bir ifadeyle, arabağlantı ücretleri, herhangi bir işbirliğine girmeden, perakende ücretlerinin yükseltilmesi ile sonuçlanabilecek bir işbirliği aracı olarak kullanılabilir (Kotakorpi, 2002:37). Zira perakende ücretleri, arabağlantı ücretlerinin bir fonksiyonudur (Laffont ve Tirole: 2000-195). Dolayısıyla arabağlantı ücretlerinin yüksek belirlenmesi, perakende fiyatlarının da yüksek belirlenmesi anlamına gelecektir. Bu sayede işletmeciler, hem arabağlantı ücretlerini, hem de perakende fiyatlarını marjinal maliyetlerin üzerinde oluşturma şansı yakalayabileceklerdir.

Böyle bir rekabet ortamında gerçekleşen anlaşmanın, arabağlantı ücretlerini ve perakende fiyatlarını nasıl etkilediğine bir örnek üzerinden bakabilmemiz mümkündür (Kotakorpi, 2002:31-32):

A ve B şeklinde iki operatör olduğunu varsayalım. Her iki operatör için de çağrı başlatmanın marjinal maliyeti c_o (kendi abonesine arama hizmeti sunmanın maliyeti) ve çağrı sonlandırma marjinal maliyetini c_t (kendi abonesine arama hizmeti sunmanın maliyeti) ve i gibi bir şebeke üzerinden konuşmanın maliyetini de a_i olarak belirleyelim ($i = A, B$). Bu durumda firmaların her ikisi için de bir çağrının toplam maliyeti $c = c_o + c_t$ olacak ve A firmasının marjinal maliyeti $c_o + a_B$ olacaktır (a_B , B firmasının belirlediği arabağlantı ücretidir). A operatöründen, B operatörünü aramanın fiyatı p_A ve A şebekesinden, B şebekesine olan çağrının talebi $q(p_A)$ olarak gösterilsin. Bu durumda A şebekesinin şebekeler arası konuşmadan elde edeceği kar:

$$\pi_A = (p_A - c_o - a_B) \times q(p_A) + (a_A - c_t) \times q(p_B)$$

olacaktır. Eşitliğin sağındaki ilk çarpım çağrı başlatma sayesinde oluşan kar (A operatörünün kendi abonesinden elde edeceği kar), ikinci çarpım ise çağrı sonlandırma nedeniyle oluşan kardır (B operatörünün, A'nın abonesini araması dolayısıyla elde edilen kar). Burada işletmeler, önce arabağlantı ücretlerini, sonra da perakende fiyatlarını belirledikleri 2 aşamalı bir oyun oynamaktadırlar. Oyunun ikinci aşamasına baktığımızda operatör A; a_A , a_B ve p_B değişkenlerini isteği doğrultusunda belirleyerek, p_A 'yı ençoklaştırmaya çalışmaktadır. Bu çaba firmanın karını artırması için gereklidir.

Denklemden de açıkça görülmektedir ki, B operatörü arabağlantı ücretini ilk aşamada karını ençoklaştıracak şekilde seçerse, bu durum A operatörünün perakende fiyatları üzerine etki edecektir. Böyle bir durumda A operatörü, arabağlantı ücretlerinin yüksek olması nedeniyle perakende ücretlerini artırma eğilimi içinde olacaktır.

O halde bu fiyat seçeneği iki duruma yol açmaktadır. İlk olarak operatör B'nin, pazar gücünü kullanarak karını ençoklaştırmak amacıyla $a_B > c_t$ fiyatlandırması yapması mümkündür. İkinci olarak operatör A, gerçek marjinal maliyeti olan $c_o + a_B$ üzerine belli bir kar marjı eklemek isteyecektir. Her iki durumda da optimal fiyatlardan uzaklaşılacak ve işletmeciler açısından yüksek karlar meydana gelecektir (Kotakorpi, 2002:33).

Bir işletmecinin, pazarın egemen firması olması durumunda da, hem rakiplerin maliyetlerini artırmak, hem de abone sayısının fazla olmasının vermiş olduğu olumlu dışsallığı kullanarak ücretleri artırmak ve böylece karını ençoklaştırmak isteyecektir. Böyle bir durum, her zaman için egemen işletmecinin arabağlantı ücretlerini marjinal maliyetin üzerinde belirlemek isteyeceğini göstermektedir (Carter ve Wright, 2003:29). Zira egemen işletmecinin abone sayısının fazla olması, arabağlantı gelirlerinin yüksek olmasını sağlamaktadır. Aksi yönden ise, pazara yeni giren işletmeci, arabağlantı ücretlerinin düşürülmesinden yana olacaktır. Bunu sağlayamadığı takdirde ise, gelirlerini artırmak amacıyla perakende ücretlerini artırma yolunu seçecektir. Egemen işletmeci de, abone sayısının fazla olmasına

güvenerek, yüksek perakende ücretlerinden vazgeçmek için herhangi bir neden aramayacaktır.

Aynı sonuca Laffont ve Tirole de ulaşmakta ve şebeke içi ve şebekeler arası aramalarda fiyat farklılaştırmasına gidilebildiği hallerde, yüksek arabağlantı ücretleri nedeniyle, abonelerin şebekeler arası görüşme yapmaktan kaçınabileceğini, küçük işletmeciler karşısında yerleşik işletmecinin bir anlamda tekelci karı elde etmeye devam edeceğini ve herhangi farklı bir arabağlantı anlaşmasına yönelmeyeceğini belirtmektedirler (Laffont ve Tirole, 2000:207-212). İşletmelerin marjinal maliyet üzerinde belirledikleri ücretler, perakende fiyatların da artması anlamına gelecektir. Laffont ve Tirole buna, “birbirinin fiyatını artırma etkisi” (raise each other’s cost effect) adını vermekte ve firmaların fiyatlarını yükseltme eğilimi içinde olacaklarını belirtmektedir (Laffont ve Tirole, 2000:195-196).

Bunun yanı sıra, bilindiği üzere haberleşme sektöründe, girişimciler açısından yüksek sabit ve batık maliyetler ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, içsel ekonomilerin özelliklerinden dolayı marjinal maliyetler çok düşük veya sifıra yakın seviyelerde oluşmaktadır. Bu nedenle, haberleşme hizmetlerinde abonelere, abonelik için bir sabit ücret, bir de kullanıma bağlı değişken ücret olarak iki tür ücret yansıtılmaktadır. O halde kullanıcılar, genellikle tek bir operatöre bağlı kalmak durumundadırlar¹² (OECD, 2002:26). Bu durum ise, işletmecinin katlanmış olduğu yüksek maliyetli yatırımları karşılamak amacıyla, yatırımın ilk döneminde fiyatların marjinal maliyetlerin çok üzerinde belirlenmesine imkan sağlamaktadır. Ayrıca, piyasa özellikleri gereği ölçeğe göre artan getiri olduğu her durumda, yani ortalama maliyetler düşerken marjinal maliyetlerin ortalama maliyetlerden düşük olduğu hallerde, işletmeci, fiyatları ortalama maliyetler ve üzerinde bir seviyede belirleyerek, yatırım maliyetlerini karşılamak isteyecektir.

Özetle, arabağlantı ücretlerinin ve abonelere sunulan perakende ücretlerin operatörler arasında belirlendiği durumlarda; aralarında bir işbirliği bulunmasa dahi,

¹² Bugün itibarıyla “numara taşıma” sistemi sayesinde şebeke değişikliği daha kolay olarak gerçekleştirilmekteyse de, firmaların abonelerle daha ucuz fiyatlandırma karşılığında veya cihaz alımları nedeniyle imzaladıkları bağlayıcılık sözleşmelerindeki yüksek cezai şartlar, aboneler açısından operatör değişikliğini caydırıcı kılmaktadır.

perakende ücretlerin yükselmesi ve yüksek sabit maliyetlerin karşılanması amacıyla, fiyatlar marjinal maliyetlerin üzerinde bir seviyede belirlenecektir.

2.4.2. Düzenleyici Kurum Tarafından Belirlenen Ücretlerin Etkileri

Ele aldığımız bu ikinci durumda, düzenleyici kurumun arabağlantı ücretlerini belirlediği ve operatörlerin, bu fiyatları baz alarak abonelere sunulan perakende ücretlerini oluşturdukları varsayılmaktadır. Diğer bir deyişle, düzenleyici kurum, perakende ücretlere ve fiyat tarifelerine müdahale etmemektedir.

Arabağlantı ücretlerinin, piyasa kurallarını belirleyen bir düzenleyici kurum tarafından belirlendiği durumlarda; kurumun ilk amacı, en uygun arabağlantı ücretini seçerek, toplumsal etkinliği ve tüketici refahını artırmak olacaktır.

Böyle bir durumda kurum için tüketici refahını artıracak en uygun arabağlantı ücretini tespit etmek oldukça zor ve karmaşık bir yapı sergilemektedir. Çünkü ortaya çıkacak olan arabağlantı ücreti doğrudan işletmecinin bütçesini belirleyici ve kısıtlayıcı niteliktedir. Kurumun öyle bir fiyatlandırma yapması gerekmektedir ki; hem işletmecinin sabit maliyetleri karşılanmalı hem de perakende fiyatlarında marjinal maliyetten çok fazla sapma oluşmamalıdır. O halde düzenleyici kurumun karşısında iki önemli belirsizlik bulunmaktadır: a) Tespit edilen ücret tüketici refahını sağlayabilmekte midir? b) Tespit edilen ücret işletmecinin sabit ve değişken maliyetlerini karşılayabilmekte midir? (Kotakorpi, 2002:27). En uygun fiyatlandırma yönteminin seçilmesine ilişkin iktisat yazınında en çok bilinen modeller aşağıda kısaca açıklanmıştır.¹³

Düzenleyici kurumun, en uygun fiyatı belirlemesine ilişkin en bilinen modellerden ilki “Ramsey Fiyatlandırması”dır. Modelde fiyatların, abonelerin talep yapılarına ve kullandıkları ürünlere göre (mesaj, görüntü, internet vs.) farklı farklı fiyatlandırılması yöntemi benimsenmiştir. Diğer bir deyişle, ürünler bazında talep esnekliği belirlenerek, farklı ürünlere, marjinal maliyetin üzerinde fiyatlandırmalar

¹³ İktisat yazınında işletmecinin maliyet yapısının belirlenmesi ve tüketici refahına ulaşmayı hedefleyen bir çok model bulunmaktadır. Bu modellerin her birinin incelenmesi çalışmanın kapsamını aşacağından, kısaca açıklanmakla yetinilmiştir.

yapılmaktadır. Örneğin, talep esnekliği düşük olan abonelerden talep edilecek ücret (sunulacak tarife), sabit maliyetlerin daha yüksek bir bölümünü içermelidir. Aksine, talep esnekliği yüksek olan abonelere ise, daha az sabit maliyetleri içeren, dolayısıyla daha ucuz tarifeler sunulmalıdır (Laffont ve Tirole, 2000:100-105).

İkinci bir model, “Uzun Dönem Artan Maliyet” modelidir. Birçok iktisatçı tarafından en iyi model olarak kabul edilen bu modele göre, düzenleyici kurum ürün fiyatlarını, hem firmanın üretim maliyetlerini karşılayacak şekilde hem de yatırımcının aktiflerini yenileme veya genişletmesini sağlayacak ve maliyetleri belirlenenin üzerinde bir kar elde etmesine olanak sağlayacak şekilde belirlemektedir (Baldwin ve Cave, 1999:225).

Modelde en belirleyici nokta, işletmecinin yatırımlarının gelişmesini sağlayacak ve mevcut maliyetlerin hesaplanmasında ele alınacak değerlerin, geçmiş dönemlere ilişkin değerleri mi (net defter değeri), yoksa bugünkü/cari değerleri mi olacağı sorusudur. Fiyatlandırmada geçmiş yılların etkileri dikkate alınır, yerleşik operatörün etkinsizliği sonucu oluşan yüksek maliyetlerin, arabağlantı talebinde bulunan yeni operatörlere aktarılması riski doğacaktır. İleriye dönük maliyet belirleme yaklaşımlarının amacı da anılan sakıncayı gidermek olduğundan, fiyatlama modelinde yer alan parametrelerin değeri şu anki pazar koşullarına göre belirlenecektir. Uzun dönem ortalama artan maliyeti, benzer erişim fiyatlandırma modellerinden ayıran en önemli özellik, maliyet belirlemede kullanılan verilerin geçmiş dönemli değil, pazardaki mevcut koşulların göz önüne alınarak elde edilen verilerden oluşmasıdır. Bir diğer deyişle model, “Anılan hizmeti vermek için gerekli olan altyapı, bugünkü koşullarda etkin biçimde kurulmuş olsaydı, verilecek hizmetin maliyeti ne olurdu?” sorusunun yanıtını aramaktadır (Sarı, 2004).

Bu yaklaşımda maliyet, değerlendirmeye konu hizmetlerin en son teknoloji ve en son standartta sunulması esasına dayanan ve üretim artışıyla ilişkilendirilen sabit ve değişken maliyet artışları olarak belirlenmektedir. Artan maliyet uygulamasının, marjinal maliyetten en büyük farkı sabit maliyetleri de içermesi ve hizmet üretimiyle birebir ilişkili olmayan ortak maliyetleri de (yönetimsel maliyetler) barındırmasıdır. Bu ortak maliyetlerin de belirli bir kısmının geri dönüşünü sağlamak için ortalama

uzun dönem artan maliyetin üzerine belirli bir “mark-up” oranı koyma yoluna gidilmektedir. (Intvent ve Tetrault, 2000: B-13).

Son model ise, “Etkin Donanım Fiyatlandırması”dır. Baumol-Willing modeli olarak da bilinen bu modele göre, rakip operatörün abonesine sunulmayan hizmete ait fırsat maliyetinin de marjinal maliyete eklenmesiyle oluşan bir fiyatlandırma yöntemi söz konusudur.

Burada fırsat maliyeti, son kullanıcıya uygulanacak fiyattan, hizmetle doğrudan ilgili olan marjinal maliyetlerin ve son kullanıcıyla ilgili marjinal maliyetlerin çıkarılması sonucu kalan kısmı (diğer bir deyişle operatörün vazgeçmek durumunda kaldığı geliri) ifade etmektedir. Erişim fiyatının fırsat maliyetlerini içermesi durumunda piyasaya girecek oyuncuların kar edebilmeleri, son kullanıcıya ilişkili marjinal maliyetlerinin diğer operatörünkünden daha düşük olması durumunda olabilecektir. Bu nedenle piyasaya sadece etkin çalışan oyuncular girebilecektir. Ramsey Fiyatlandırmasında olduğu gibi talep esnekliği ile ilgili bilgilere ihtiyaç duyulmaması ise modelin uygulamasını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca kullanıcılar arasında herhangi bir ayrıma gidilmediği için modelin belirlediği fiyatın herhangi bir ayrımcı uygulamaya yol açması gibi bir ihtimal de bulunmamaktadır (Loric, 1998: 25’den aktaran, Sarı, 2004).

Ortaya atılan bu modellere ilişkin olarak iktisatçılar, belirli varsayımlar altında yakın sonuçlara ulaşmışlardır. Örneğin, Laffont ve Tirole, şebeke dışsallıkları nedeniyle oluşan yüksek maliyetlerin, arabağlantı ücretlerinin marjinal maliyetlerin üstünde belirlenmesinde bir zorunluluk olduğunu dile getirmektedir (Laffon ve Tirole, 1993:30). Aynı şekilde Dünya Ticaret Örgütünün, “Temel Telekomünikasyon Anlaşmaları” başlıklı bildirgesinde belirttiği gibi, arabağlantı ücretlerinin maliyetler baz alınarak belirlendiği durumlarda etkin rekabet koşulları sağlanabilecektir (Intvent ve Tetrault, 2000:5).

Gans ve King de, tüketici refahını artıracak çözümün her zaman, arabağlantı ücretlerinin düşük tutulmasıyla ortaya çıkmayabileceğini belirtmektedir. Zira böyle bir durum, işletmecilerin önemli bir gelir kaynağını azaltılmış olacak ve böylelikle pazardaki abone kapma rekabeti azalacaktır. Çünkü arabağlantı ücretlerinin, şebeke

içi konuşma ücretlerine yaklaşması, pozitif dışsallığın ortadan kalkmasına neden olacak ve işletmeciler daha az rekabet etme isteği içerisinde olacaklardır. Diğer bir deyişle, abonelerine sunulacak teklif imkanları ve farklı fiyat seçenekleri kısıtlanmış olacaktır (Gans ve King, 2000:11). Dolayısıyla arabağlantı ücretlerinin düşürülmüş olması, rekabetin artacağı anlamına gelmemektedir. Rekabetin olmaması durumunda ise, perakende fiyatlarının ucuzlaması için bir neden ortaya çıkmayacaktır. O halde, kurumun arabağlantı ücretlerini düşük belirlemesi, her zaman tüketici refahını artırarak perakende fiyatların düşmesi sonucunu vermeyebilecektir.

Bu durumda, birçok seçeneği de kapsayacak şekilde, arabağlantı ücretlerinin ilk aşamada (pazarın serbestleştirildiği ilk evrede) yüksek tutulması ve kademeli olarak düşürülmesi ve şebeke yatırımlarının makul seviyede geri dönüşünü de içerecek şekilde “maliyet artı makul kâr” prensibiyle belirlenmesi uygun bir fiyatlandırma yöntemi olarak görülebilir. Böylelikle, hem işletmecilerin daha rekabetçi teklifler sunabilmeleri hem de şebeke maliyetlerini karşılayabilmelerini temin edilebilecektir. Piyasada tekel gücüne hakim egemen bir firma bulunması durumunda da, bu operatörün yıkıcı fiyatlandırması zamanla önlenerek, diğer operatörlerin rekabet gücü de artırılabilir (Atiyas, Doğanoğlu ve Koç, 2009:14).

Ancak, telekomünikasyon sektörü gibi bir çok hizmetin (veri, ses, görüntü iletimi vb.) aynı altyapı üzerinden taşındığı bir endüstride hangi sabit maliyetin, hangi kritere göre, ne kadarının verilen hizmete dahil edileceği gibi sorular kolaylıkla cevap verilebilecek nitelikte değildir ve bu sorun tüm düzenleyici kurumların çözüm bulmaları gereken sorunların başında gelmektedir (Sarı, 2004). Talep ve maliyet yapılarının tam olarak bilinmemesi, yapılacak herhangi bir müdahalenin, tüketici refahını beklenen yönün aksi yönünde değiştirebilecektir. Bu nedenle yapılacak fiyatlandırma, bir çok bilginin aynı anda ve doğru edinilmesini zorunlu kılmaktadır (Hoernig, 2007:17).

Sonuç olarak, arabağlantı ücretlerinin düzenleyici bir kurum tarafından belirlendiği durumlarda, kurum, firmaların yüksek sabit maliyetlerinin karşılanması amacıyla ücretleri yüksek tutmak zorunda kalacak, ancak aynı zamanda tüketici

refahını da gözetmek durumunda olacağından, işletmeciler açısından makul bir kar seviyesi elde edilecek şekilde, ücretleri aşağıya doğru indirme eğiliminde olacaktır.

Her iki durum sonucunda da firmaların, marjinal maliyetin üzerinde belirlenecek olan perakende fiyatlarına, kurumlar vergisinin de eklenerek, vergiyi ileriye doğru yansıtılabilmeleri açısından önemli bir olanağa sahip oldukları kanısına varılabilir.

2.5. Kurumlar Vergisinin Yansımasına İlişkin Ampirik Çalışmalar

Daha önce de belirtildiği gibi, kurumlar vergisinin yansıtılmasına ilişkin iktisatçılar arasında bir fikir birliği bulunmamaktadır. Günümüz piyasalarının tam rekabetten uzak bulunması teorik anlamda verginin yansıtılabileceğine ilişkin düşünceleri güçlendirse de, yapılan ampirik çalışmaların sonuçları iktisatçıların konu hakkında farklı düşüncelerine neden olmaktadır.

Bu çalışmalardan ilki ve belki en çok bilineni K-M modeli olarak anılan ve Krzyzaniak ve Musgrave'e ait olan çalışmadır (Krzyzaniak ve Musgrave, 1962). K-M modelinde iktisatçılar, ABD'de kurumlar vergisinin kısa dönemde kar oranları üzerinde yaptığı etkiyi ve verginin ileriye doğru yansımasını inceleyen bir kısmi denge çalışmasıdır. Modelin amacı, vergi öncesi ve sonrası kar oranlarını karşılaştırılarak, verginin yansıyor yansımadığının tespit edilmesidir.

Krzyzaniak ve Musgrave yaptıkları çalışmada, ele alınan tüm yıllar için kurumlar vergisinin %134 oranında yansıtıldığını hesaplamışlardır. Bu sonuç firmaların vergiyi, %100'den fazla yansıtıklarını ve vergi sonrası firma gelirinin aynı kaldığını göstermektedir.

Çalışmanın belirli kısıtlar altında da aynı sonucu verdiğini görmemiz mümkündür. Örneğin, sadece imalat sektöründe faaliyet gösteren firmaların, vergiyi %123 oranında yansıtıkları görülmüştür. Bununla birlikte, yine imalat sektöründe faaliyet gösteren 15 fiyat önderi firma ile 15 fiyat takipçisi firma incelendiğinde, fiyat önderi olan firmaların %111 ile fiyat takipçisi olan firmaların %89 yansımaya oranına göre vergiyi daha fazla yansıtıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Bu da göstermektedir ki, fiyat önderi büyük firmalar vergiyi daha çok yansıtabilmektedirler.

Ancak elbette ki, K-M modeline yöneltlen birtakım eleştiriler bulunmaktadır. Modelin, enflasyon ve dışsallıklar gibi etkenleri hesaba katmadığı belirtilmektedir. Buna ek olarak, sermaye gelirinun vergiye rağmen aynı kalmasının özellikle sermaye verimliliğinin hızlı gelişmesine bağlı olduğu göz önüne alınmamaktadır (Edizdoğın ve Çelikkaya, 2010:171)

Netice itibariyle K-M modeli, tamamen yansıtılabilen kurumlar vergisinin, firmaların yatırım kararlarını olumsuz etkilemeyeceğini ve böylece ekonomik büyümenin yavaşlamayacağı; verginin, gelirin yeniden dağılımı açısından etkisinin, genel bir dolaylı verginin etkisine benzediği; kar paylarının çifte vergilendirilmesinin söz konusu olmadığı sonuçlarını ortaya koymaktadır (Akkaya, 1987:144).

Diğer bir ampirik çalışma ise, Cragg, Harberger ve Meiskowski ait olan CHM modelidir (Cragg, Harberger ve Meiskowski, 1967:811-821). CHM modeli, K-M modelinin aksine fiyat artışlarıyla ileriye yansıma olgusunu değil, verginin üretim etmenleri üzerinden geriye doğru yansımasını incelemiş ve vergi yüküne sermaye sahiplerinin katlandığı sonucuna ulaşmıştır.

CHM modeli, K-M modelinden bambaşka bir model değildir. Yalnızca, K-M modelinde olmayan bazı değişkenler modele dahil edilmiş ve yansımanın, emek faktörü üzerine olan etkileri inceleme konusu yapılmıştır. Zira modele, eklenen en önemli değişkenlerden bir tanesi istihdam oranıdır.

Bunların sonucunda CHM modeli, kurumlar vergisinin tamamının sermaye sahipleri üzerinde kaldığı sonucuna ulaşmaktadır.

Diğer bir çalışma ise Robert Gordon'a aittir (Gordon, 1967:731-758). Gordon, 1925-1962 yılları arasında ABD'deki imalat sektöründe kurumlar vergisinin kısa dönemde ileriye doğru yansımasını incelemiştir. Gordon'a göre yansımayı belirleyen esas unsur fiyatlama politikasıdır. Kar marjı fiyatlaması yapan firmaların

büyük çoğunluğu vergiyi yansıtabilmekte iken, diğer fiyatlama yöntemini kullananlar vergiyi sadece belli oranda yansıtabilmektedir.

Çalışmaya göre, imalat sektöründe faaliyet gösteren firmalar kurumlar vergisini nispeten yansıtabilmektedirler. Sektör bazlı yapılan çalışmada kağıt, petrol, kimya, lastik, toprak ve cam sanayilerinde verginin önemli ölçüde yansıtıldığı ancak, örneğin basım sanayinde yansımanın çok düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Ancak Gordon çalışmasının genelinde, imalat sektöründe kurumlar vergisinin çok düşük oranda yansıtıldığı sonucuna varmıştır. Gordon'a göre firmalar, vergi oranlarındaki herhangi bir artışa, vergi öncesi gelirlerini artırarak cevap vermediği sürece, verginin tüm yüküne katlanacaklarını belirtmektedir. Aynı zamanda, verginin kısa dönemde yansıtılamamasının, uzun dönemde yansıtılamayacağı anlamına gelmeyeceği, firmaların yatırımlarını azaltarak ve sermayeyi diğer üretim etkenleriyle ikame ederek vergiyi uzun dönemde yansıtabilecekleri belirtilmektedir (Akkaya, 1987:162).

Görülmektedir ki, kurumlar vergisinin yansıtılabilmesine ilişkin düşünce ayrılıkları iktisatçılar arasında devam etmektedir. Yansımanın hangi ölçüde yansıtılabileceğine ilişkin kesin bir yargıda bulunmak mümkün olmamakla birlikte, firma karları üzerinden alınan bir verginin yansıtılmasının da tamamen olanaksız olduğundan söz etmek günümüz piyasa koşulları açısından da gerçekçi bulunmamaktadır.

BÖLÜM III – TURKCELL İLETİŞİM HİZMETLERİ AŞ’NİN KURUMLAR VERGİSİ TEŞVİKLERİ YÖNÜNDEN UYGULAMA ÇALIŞMASI

Tezin bu bölümünde, Turkcell İletişim Hizmetleri AŞ’nin 1993-2010 yılları arasında yararlandığı kurumlar vergisi teşvikleri ele alınmıştır. Bu inceleme sırasında Şirket’in, ilgili dönemde gerçekleştirmiş olduğu yatırımların ayrıntısı, kar ve zarar tutarları ile toplam işlem hacmi incelenerek, Şirket’in herhangi bir teşvik unsurunun bulunmaması durumunda ortaya çıkacak vergi maliyeti ile teşvik sayesinde vergi maliyetinin seyri karşılaştırılmıştır. Yine aynı şekilde Şirket’in teşvikli durum ile teşvik olmaması halinde ortaya çıkacak olan vergi yükü kıyaslanarak teşviklerden elde edilen fayda ortaya konmaya çalışılmıştır. Tüm bunların neticesinde, “teşvik olmasaydı da yine aynı yatırımlar gerçekleşir miydi?” sorusunun cevabı aranmıştır.

3.1. Şirket ile İlgili Genel Bilgiler

Turkcell İletişim Hizmetleri AŞ, 5 Ekim 1993 yılında Türk Ticaret Kanunu’nun anonim şirketlerin ani surette kurulmaları hakkındaki hükümlerine göre ve 6224 sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu ile T.C. Başbakanlık Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü’nün 23 Ağustos 1993 tarih ve 1746 sayılı İzin ve Teşvik Belgesi ile Yatırım İndirimi Belgesine müsteniden ilgili mevzuata uygun bir anonim ortaklık şeklinde İstanbul’da kurulmuştur (www.turkcell.com.tr, Erişim: 08.07.2011).

Şirket’in faaliyet konusu, Telekomünikasyon Kurumu¹⁴ ile imzalanmış bulunan GSM-Pan Avrupa Mobil Telefon Sistemi ihalesinde öngörülen iş ve hizmetler (GSM standartlarında bir mobil sistemin kurulması, geliştirilmesi ve işletilmesi) ile 406 sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu’na aykırı olmamak kaydı ile her türlü telefon ve telekomünikasyon ve benzeri faaliyetleri ifa etmek ile hizmet ve altyapılara ilişkin yetkilendirme işlemleri kapsamındaki faaliyetlerdir (www.turkcell.com.tr, Erişim: 08.07.2011). Turkcell’in, sözleşme gereği bu belirtilenler haricinde bir hizmet vermesi ve faaliyet yürütmesi mümkün bulunmamaktadır.

¹⁴ Bugünkü adı ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK)

Bu doğrultuda 1994 yılında Turkcell ile Türk Telekom Haberleşme AŞ arasında, GSM standartlarında bir mobil telefon sistemini kurmak amacıyla, yatırım bedelini karşılamak suretiyle, sorumluluğunun Turkcell'e ait olduğu bir gelir paylaşımı sözleşmesi imzalanmıştır. 15 yıllık bir süreyi kapsayan bu sözleşmeye göre Turkcell, verdiği mobil telefon hizmeti karşılığında tesis ücretleri, aylık sabit ücretler ve konuşma ücretlerinden elde edilen gelirler üzerinden %32,9 oranında pay almıştır. Bu sözleşme uyarınca abonelere yönelik ücretlerin tahakkuk ve tahsilatını ise Türk Telekom üstlenmiştir (www.turkcell.com.tr, Erişim: 08.07.2011).

Daha sonra Turkcell, 27 Nisan 1998 tarihinde TC Ulaştırma Bakanlığı ile GSM-PAN Avrupa Mobil Telefon Sistemi Kurulması ve İşletilmesi ile ilgili lisans verilmesine ilişkin "imtiyaz sözleşmesi" imzalamış ve bu sözleşme uyarınca 500 milyon Amerikan Doları ücret karşılığında 25 yıl süreli bir GSM işletme lisansı almaya hak kazanmıştır. Bu lisans sözleşmesi çerçevesinde, abonelere yönelik ücretlerin tahakkuk ve tahsilatı Turkcell tarafından yapılmakta ve tahsilat riski Turkcell tarafından üstlenilmektedir. Ayrıca Şirket, abonelerinden elde ettiği brüt gelirin %15'ini her ay Türkiye Cumhuriyeti Hazine Müsteşarlığı'na "Hazine Payı" adı altında ödemektedir (www.turkcell.com.tr, Erişim: 08.07.2011).

Ardından söz konusu sözleşme, Telekomünikasyon Kurumu ile 13.02.2002 tarihinde yenilenmiş ve 03.07.2005 tarihinde bazı değişikliklerle bugünkü haline gelmiştir.

Yukarıda yer alan bu bilgiler dahilinde görülmektedir ki Turkcell'in kuruluşu, Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu, İzin ve Teşvik Belgesi ile Yatırım İndirimi belgesine dayanmaktadır. Bu doğrultuda vergi teşviklerini incelediğimiz tezimizde, Şirket'in daha kuruluş aşamasında belli bazı teşvik unsurlarından yararlandığı dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda, konumuzla da doğrudan bağlantılı olan Yatırım İndirimi belgesi kapsamında, Şirket'in yatırım sürecinin incelenmesi yerinde olacaktır.

3.2. Şirket Yatırımları ile Kar ve Zarar Tutarları

Şirket, kurulduğu 1993 yılından, imtiyaz hakkının alındığı 1998 yılına kadar, ihtiyaç duyduğu altyapısal yatırımlara yoğunluk vermiş ve bu yıldan sonra da en önemli yatırım kalemleri arasında telekomünikasyon altyapısının esas unsurunu

oluşturan baz istasyonları ve santral yatırımlarına devam etmiştir. Zira imtiyaz sözleşmesinde, 1998 yılından itibaren 3 yıl içinde Türkiye nüfusunun en az %50'sinin, 5 yıl içinde ise %90'ının kapsama alanı içerisine alınacağı taahhüt edilmiştir. Üstelik bu oranlar sadece yerleşim yerleri için geçerlidir.

Mobil telefon santralleri kurulumu, baz istasyonları ve bunun için gerekli sistemsel altyapı (yazılımlar, bilgisayar programları, devre sistemleri, bağlantı hatları, otomasyon sunucuları vs.) yatırımları, bu alandaki en önemli yatırım kalemlerini oluşturmaktadır. Bu kapsamda, Şirket yatırımları aşağıdaki çizelgede yıllar itibariyle ayrıntılı şekilde görülebilir (Şirket'in esas faaliyetiyle ilgili olarak yapmış olduğu yatırımlar "operasyonel yatırımlar" adı altında, yönetimsel ve diğer bazı yatırım kalemleri ise "operasyonel olmayan yatırımlar" adı altında 2 bölümde gösterilmiştir. Bunun yanı sıra, çalışmada sadece reel yatırımlar inceleme konusu yapılmış olup, mali ve finansal yatırımlar dikkate alınmamıştır):

Çizelge 2. Şirket'in Ayrıntılı Yatırım Tutarları (TL olarak)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998
TOPLAM YATIRIMLAR	318.680	8.877.887	18.130.671	28.865.876	98.579.102	1.556.047.575
Operasyonel Yatırımlar	117.998	3.535.046	6.918.485	22.262.423	74.262.707	1.519.056.140
GSM İşletme Lisansı	-	-	-	-	-	1.099.584.955
Baz İstasyonu, Santral ve Ekipmanları	112.948	1.368.795	4.953.232	17.867.733	68.135.617	406.352.395
Telefon ve Transmisyon Hat ve Devreleri	5.050	13.323	57.760	52.443	1.244.731	4.171.022
Santral Binaları	-	-	-	-	-	-
İşletim ve Sistem Yazılımları	-	2.152.928	1.907.493	3.865.686	4.607.644	8.271.667
Çeşitli Demirbaşlar	-	-	-	476.561	212.556	364.474
Taşıtlar	-	-	-	-	62.159	311.626
Operasyonel Olmayan Yatırımlar	200.682	5.342.841	11.212.186	6.603.452	24.316.395	36.991.435
Çeşitli Demirbaşlar	150.652	4.889.184	10.751.523	5.429.446	17.008.182	20.625.134
Yönetim Binaları	50.030	439.754	434.189	999.993	6.814.526	13.696.796
Bilgisayar Programları	-	13.902	26.474	174.013	493.687	2.613.548
Taşıtlar	-	-	-	-	-	55.957

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
TOPLAM YATIRIMLAR	2.053.727.835	2.398.876.252	863.600.854	201.244.387	164.979.678	415.075.039
Operasyonel Yatırımlar	1.909.901.303	2.205.670.265	811.685.882	174.819.741	145.763.079	401.510.964
Baz İstasyonu, Santral ve Ekipmanları	1.838.184.742	2.044.129.532	766.620.012	149.591.974	110.237.748	366.141.234
Telefon ve Transmisyon Hat ve Devreleri	16.500.565	5.639.520	3.589.007	2.347.786	1.529.255	5.135.518
Santral Binaları	15.069.360	93.347.085	4.839.368	1.763.118	4.178.709	1.078.887
İşletim ve Sistem Yazılımları	30.349.236	60.248.492	36.150.985	18.863.784	22.742.558	21.227.642
Çeşitli Demirbaşlar	7.440.059	2.187.372	185.450	2.046.495	6.800.054	7.914.270
Taşıtlar	2.357.342	118.265	301.061	206.584	274.754	13.413
Operasyonel Olmayan Yatırımlar	143.826.532	193.205.986	51.914.971	26.424.646	19.216.600	13.564.076
Çeşitli Demirbaşlar	62.291.325	100.510.456	31.158.039	21.113.136	14.585.347	5.871.580
Yönetim Binaları	76.500.978	87.469.969	16.141.254	3.132.926	1.190.532	657.322
Bilgisayar Programları	4.993.322	5.165.249	4.290.176	1.538.324	3.126.796	6.790.497
Taşıtlar	19.740	-	29.440	580.116	236.685	177.346
Ticari Marka ve İsimler	21.166	60.312	296.062	60.144	77.241	67.330

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOPLAM YATIRIMLAR	665.985.600	542.257.203	489.623.381	359.718.696	2.285.296.387	738.478.729
Operasyonel Yatırımlar	645.413.701	528.541.325	469.201.578	342.687.689	2.236.751.408	704.282.927
3G İşletim Lisansı	-	-	-	-	759.822.350	-
Baz İstasyonu, Santral ve Ekipmanları	630.054.497	516.499.135	433.366.606	336.343.807	1.472.869.481	701.109.745
Telefon ve Transmisyon Hat ve Devreleri	511.542	2.213.532	2.234.246	1.314.169	2.029.898	548.941
Santral Binaları	3.111.482	6.677.670	33.364.648	3.481.533	862.046	1.410.219
İşletim ve Sistem Yazılımları	8.709.701	2.739.603	17.452	82.103	325.771	-
Çeşitli Demirbaşlar	2.808.749	235.972	184.785	139.902	31.454	120.651
Taşıtlar	217.731	175.413	33.840	1.326.174	810.408	1.093.370
Operasyonel Olmayan Yatırımlar	20.571.899	13.715.878	20.421.803	17.031.007	48.544.979	34.195.802
Çeşitli Demirbaşlar	11.659.092	6.293.098	12.868.257	6.733.300	5.243.665	8.936.881
Yönetim Binaları	1.660.500	44.996	144.843	79.111	3.600.869	4.411.503
Bilgisayar Programları	6.543.332	7.145.542	6.946.755	9.880.346	14.407.920	19.966.057
Taşıtlar	641.323	182.557	372.507	196.577	174.942	370.165
Ticari Marka ve İsimler	67.653	49.685	89.440	141.674	25.117.583	511.196

Toplam Operasyonel Yatırımlar	12.202.382.661
Toplam Operasyonel Olmayan Yatırımlar	687.301.170
YATIRIMLAR GENEL TOPLAMI	12.889.683.831

Kaynak: Bu veriler, Şirket tarafından sunulan bilgilerden ve her yıl açıklanan finansal raporlardan derlenmiştir (Erişim: www.turkcell.com.tr, 2011).

Öncelikle belirtmek gerekir ki, Şirket'in en önemli yatırım kalemi, haberleşme hizmetinin verilebilmesi için mutlak suretle gerekli olan "imtiyaz hakkı"dır. Şirket faaliyeti esas anlamda, bu hakkın 1998 yılında T.C. Ulaştırma Bakanlığı ile imzalanan sözleşme sonrasında elde edilmesi ile başlamaktadır. Daha sonra 2009 yılına geldiğimizde Şirket tarafından 3G işletim hakkının da satın alınarak, bu alanda da hizmet verilmeye başlandığı görülmektedir. Bu 2 imtiyaz hakkı şirketin en önemli yatırım kalemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira Şirket faaliyetlerinin sürdürülebilmesi açısından bu haklar bir zorunluluktur. Bu hakların toplam yatırımlar içerisindeki payı da %14,43 ile küçümsenmeyecek düzeydedir.

Bunun dışındaki en önemli yatırım kalemini ise baz istasyonları, santraller ve bunlara ilişkin çeşitli ekipmanlar oluşturmaktadır. Fiziki yatırım olarak gerçekleşen baz istasyonu ve santral yatırımları, kapsama alanını belirleyen, diğer bir deyişle

hizmetin niteliğini ve kalitesini belirleyen unsurlardandır. Bu yatırımlar, toplam yatırımlar içindeki %76,53 pay ile en yüksek orana sahip yatırım kalemidir. Bu da göstermektedir ki, sürdürülen faaliyet için gerekli hakların elde edilmesinden sonra en önemli yatırım unsurunu baz istasyonu ve buna ilişkin santral yatırımları oluşturmaktadır.

Bunun yanı sıra ise, baz istasyonu ve santral altyapıları ile şebeke sistemlerinin işleyebilmesi için gerekli olan bilgisayar sistemleri ve yazılım altyapılarına ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle, verilen hizmetin niteliği ve bu doğrultuda teknoloji yoğun girdilere olan ihtiyacın fazla olması nedeniyle, sistemin işleyebilmesi için gerekli altyapının sadece kurulması değil, sürekli bir şekilde geliştirilmesi, güçlendirilmesi ve kapasitesinin de artırılması gerekmektedir. Bu ise, yoğun bir şekilde otomasyon ve yazılımlara dayanan sistem altyapısının güncellenmesi ve yenilenmesi anlamına gelmektedir. Fiziki olarak gerçekleştirilen baz istasyonu ve santral yatırımlarının ardından en fazla yatırımın, sistem altyapısının oluşturulması ve geliştirilmesi için gerekli yazılım ve benzeri alanlara yapıldığı görülebilmektedir.

Çizelgede yer alan bu yatırımların seyrine dikkat ettiğimizde ise, özellikle imtiyaz hakkının elde edildiği 1998 yılında baz istasyonu ve santral yatırımlarında önemli bir artış gözlemlenmekte ve izleyen 3 yıl boyunca söz konusu yatırımlar en yüksek seviyede seyretmektedir. Yine aynı şekilde 2009 yılına baktığımızda 3G lisans hakkının alınmasından sonra da, mevcut baz istasyonlarına 3G vericilerinin yerleştirilmesi ve yeni baz istasyonlarının eklenmesi nedeniyle aynı yatırım kaleminde büyük artış görülebilmektedir. Öyle ki, 2002 ve 2009 yılları arasında, baz istasyonları için yapılan yatırımlar durağan şekilde seyrederken, 3G lisansının alınmasıyla, bu alanda gerçekleşen yatırımlarda önemli derecede artış yaşanmıştır. Aynı artış seyrini sistem yazılımları için de gözlemlemek mümkündür.

Bunlar dışında kalan diğer operasyonel ve operasyonel olmayan yatırımların toplamı, toplam yatırımlar içinde %9,05'lik küçük bir paya sahip bulunmaktadır. Yatırımların geneline baktığımızda ise, dalgalı bir seyir izlediğini gözlemlemek mümkündür.

Üzerinde durulması gereken diğer bir konu ise yatırımlar ile kar ve zarar oranları arasındaki ilişkidir. Şirket tarafından yapılan yatırımlar haberleşme sektörünün özelliği gereği, büyük miktarlarda sabit ve batık maliyet içermektedir. Zira gerekli altyapının kurulmasıyla birlikte yüklenilen maliyetler, gelişen faaliyetlerle birlikte daha sonra hizmet üretimi içerisinde cari dönem değişken giderlere bürünmektedir. Tesis ve altyapı kurulumlarının belirleyici olduğu haberleşme sektöründe, Şirket karları da buna göre şekillenmektedir. Öyle ki, ilk yıllarda söz konusu yatırım maliyetlerinin sonucunda önemli sayılacak zararlar oluşmakta, ancak daha sonra altyapının hazır hale gelmesiyle kar oranları hızlı bir şekilde artış göstermeye başlamaktadır.

Aşağıdaki çizelgede Şirket'in yıllar itibariyle kar ve zarar tutarları, yukarıdaki çizelgede yer alan yatırım tutarları ve Şirket'in işlem hacmi ile birlikte gösterilmiştir:

Çizelge 3. Yıllar İtibariyle Şirket Kar ve Zararları (TL olarak)

Yıllar	Toplam Yatırım Tutarı	Toplam İşlem Hacmi	Ticari Kar/Zarar (-)
1993	318.680	v.y (*)	v.y
1994	8.877.887	v.y	v.y
1995	18.130.671	1.743.626	-678.960
1996	28.865.876	8.325.757	-3.676.992
1997	98.579.102	27.982.266	-15.319.227
1998	1.556.047.575	213.652.582	1.671.742
1999	2.053.727.835	722.994.694	-73.927.617
2000	2.398.876.252	1.519.615.423	-168.255.342
2001	863.600.854	2.625.538.264	646.788.933
2002	201.244.387	3.703.982.880	144.631.087
2003	164.979.678	4.895.635.629	199.461.652
2004	415.075.039	7.673.866.412	2.012.125.767
2005	665.985.600	6.568.127.392	609.111.676
2006	542.257.203	7.183.560.954	2.281.797.806
2007	489.623.381	8.216.187.625	2.404.357.503
2008	359.718.696	9.601.801.163	3.721.273.636
2009	2.285.296.387	9.532.366.625	2.905.002.343
2010	738.478.729	9.509.631.581	2.540.278.988
TOPLAM	12.889.683.831	72.005.012.873	17.204.642.995

Kaynak: Bu veriler, Şirket tarafından sunulan bilgilerden ve her yıl açıklanan finansal raporlardan derlenmiştir (Erişim: www.turkcell.com.tr, 2011).

(*) Veri yok

Çizelgeden de görülebildiği üzere Şirket, kuruluşunun ilk 5 yılını zarar ile sonlandırmıştır (1993 ve 1994 yıllarına ilişkin veri elde edilememesine rağmen, bu yılların da zarar ile geçildiği yüksek olasılıktır). Daha sonra 1 yıl ticari kar elde edip,

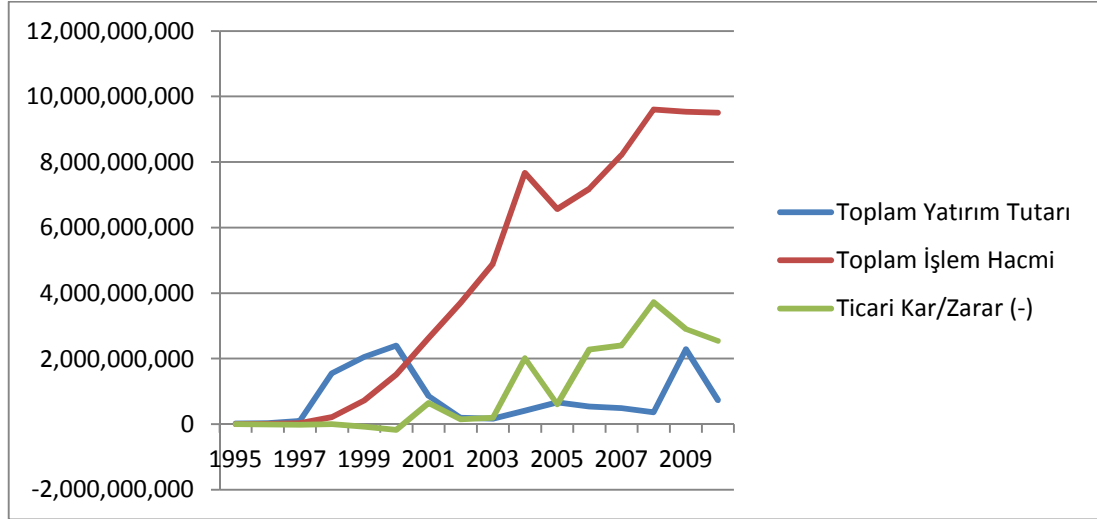
bu yılda gerçekleştirmiş olduğu yüksek yatırımlar nedeniyle 2001 yılında en fazla zarar tutarına ulaşmıştır. 2001 yılından sonra ise, Türkiye genelinde hizmet kullanıcılarının (abone) artmasıyla birlikte¹⁵ Şirket karları da sürekli artış seyrine girmektedir.

1995 yılından itibaren artış gösteren işlem hacmi, Şirket'in sürekli olarak satışlarını artırdığının bir göstergesidir. Zira abone artışıyla da kıyaslandığında, işlem hacmindeki bu artış doğal görünmektedir. Bu durum ayrıca, yatırımlardan doğan zararların kısa sürede karşılanarak, Şirket karlılığına önemli ölçüde katkı yaptığı yadsınamaz bir şekilde karşımıza çıkmaktadır. Diğer bir deyişle Şirket'in gerçekleştirmiş olduğu abone artışı, yüksek tutarlı yatırımlarından sonra, hızlı ve sürekli bir şekilde kar elde etmeye başlamasının nedeni olarak görülebilir.

Daha önce de belirttiğimiz gibi, Şirket yatırımlarının daha çok sabit ve batık maliyetli yatırımlardan oluşması, kuruluş yıllarında Şirket'in zarar etmesine neden olmuş, daha sonra satış hacmindeki yükselişle paralel olarak kar oranlarında da artış yaşanmaya başlamıştır. 2001 yılından sonra, Şirket yatırımları durağan bir seviyede seyretmesine rağmen, Şirket karları önemli bir yükselişe geçmiş ve 2008 yılında Şirket, en fazla ticari kar tutarına ulaşmıştır. Sabit maliyetlerin sonlanması ardından, genellikle tevsi ve geliştirici yatırımların yapıldığı bu yıllarda, satış hacminin artışı doğrudan kar oranlarına yansımış görünmektedir. Bu durumu bir grafik yardımı ile görmek de mümkündür:

¹⁵ Şirket'in, 2003 yılında 19,0 milyon, 2004 yılında 23,4 milyon, 2005 yılında 27,9 milyon, 2006 yılında 31,8 milyon, 2007 yılında 35,4 milyon, 2008 yılında 37 milyon, 2009 yılında 35,4 milyon, 2010 yılında 33,5 milyon abonesi bulunmaktadır. (Turkcell Faaliyet Raporları www.turkcell.com.tr, Erişim: 01.08.2011)

Şekil 11. 1995-2010 Yılları Arası Şirket Yatırımları, Ticari Kar ve İşlem Hacmi



Kaynak: Çizelge 2 ve Çizelge 3'teki veriler kullanılarak oluşturulmuştur.

Grafikten de görülebildiği üzere, Şirket'in işlem hacmi 2005 yılındaki keskin düşüş ve son yıllardaki durağanlaşma haricinde sürekli artış halindedir. 1998, 1999 ve 2000 yıllarında yapılan yüksek yatırımlar sonrasında, 2003 yılında Şirket karlarında önemli bir artış yaşanmış; 2005 yılında azalan ticari kar tutarı, daha sonraki yıllarda sürekli bir yükselişe başlamış ve son yıllarda tekrardan yavaş bir azalış sürecine girilmiştir.¹⁶

2005 yılında satış hacmindeki azalış ile kar seviyesindeki aynı yönlü azalış, Şirket'in satışları ile ticari karı arasında yüksek bir ilişki olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde, 2008 yılından itibaren durağanlaşan satış hacmi, karların da düşmesine neden olmuştur (bu durumun tek istisnası 2002 yılında gerçekleşmiştir. Önceki yıla kıyasla, 2002 yılında satış hacminde artış olmasına rağmen, ticari kar tutarında azalış meydana gelmiştir). Diğer taraftan, Şirket karlarının yatırımlarla bağlantılı olmadığını söylemek de mümkündür.

¹⁶ Son yıllarda gözlenen bu azalışta, Nisan 2009'da başlayan "numara taşıma" uygulamasının büyük payı vardır. Zira abone sayılarına dikkat ettiğimizde Şirket'in, 2008 yılı sonu itibarıyla 37,0 milyon abonesi var iken, bu sayı 2010 yılı sonunda 33,5 milyon aboneye gerilemiştir. Bu azalışın, kar oranlarına da yansdığı düşünülebilir.

Sonuç itibariyle Şirket, çok yüksek tutarlı ve sabit maliyetli yatırımlar gerçekleştirmesine rağmen, abone sayısı ile satışlarının sürekli artması nedeniyle, bu sabit maliyeti karşılayarak kar elde etmeye başlamıştır. Şirket'in her ne kadar ticari zararlarla sonuçlanan yıl sayısı (7 yıl) az olmasa da, bu yıllarda ortaya çıkan zararların, toplam kar tutarı içerisindeki oranı oldukça düşüktür.

3.3. Şirket'in Yararlandığı Vergi Teşvikleri ve Karşılaştırmalar

Yukarıda Çizelge 3'ten ve Grafik 1'den görüldüğü üzere Şirket, 2001 yılından itibaren düzenli olarak her yıl ticari kar elde etmiştir. Ancak her ne kadar bu tarihten itibaren kar oranları artmaya başlamış olsa da, Şirket tarafından beyan edilen kurumlar vergisi tutarları aynı artış seyrini izlememektedir. Bunun nedeni tezimizin de konusunu oluşturan kurumlar vergisi teşviklerinin varlığıdır.

Şirketin yararlandığı başlıca kurumlar vergisi teşvikleri şu şekildedir¹⁷:

- Yatırım indirimi
- Zarar mahsubu
- İstisnalar
- Bağış ve Yardımlar
- Ar-ge İndirimi

Bu teşvik unsurlarından Şirket açısından en önemlileri yatırım indirimi ve zarar mahsubudur. Zira daha önce de belirttiğimiz gibi, şirket ana sözleşmesinde yatırım teşvik belgesinden söz edilmekte ve Şirket'in Hazine Müsteşarlığı'ndan alınan bu teşvik belgesi ile faaliyete başladığı belirtilmektedir.

Bu doğrultuda, Şirket'in yıllar itibariyle yararlanmış olduğu teşvikler ve ayrıntılı bilgileri Çizelge 4'te gösterilmiştir. Buna göre Şirket, 6.234.336.900 TL yatırım indirimi istisnasından, 1.036.557.919 TL geçmiş yıl zararlarının mahsubundan, 912.143.321 TL Kurumlar Vergisi Kanunu'ndaki çeşitli istisna hükümleri ile

¹⁷Sözü geçen bu teşvik unsurları belli dönemler itibariyle vergi mevzuatı çerçevesinde uygulanmış ve bir kısmı yürürlükten kaldırılmıştır. Ayrıca teşviklerin uygulama esas ve usulleri hakkında çok fazla değişiklik yapılmıştır. Bu nedenle, söz konusu vergi teşviklerinin mevzuat hükümlerine değinilmemiş, ancak gerekli yerlerde açıklayıcı bilgiler vermekle yetinilmiştir.

34.971.247 TL bağış ve yardım indirimi ve son olarak 1.683.576 TL Ar-Ge indirimi teşvikinden yararlanmıştır:

Çizelge 4. Yıllar İtibariyle Yararlanılan Teşvik Tutarları (TL olarak)

Yıllar	Mali Kar/Zarar (-) (*)	Yararlanılan Teşvikler				Kurumlar Vergisi (**)	
		Yatırım İndirimi	Zarar Mahsubu	İstisnalar	Bağış ve Yardımlar		Ar-ge İndirimi
1993	-278					0	
1994	-2.049					0	
1995	-666.359					0	
1996	-3.623.335					0	
1997	-12.508.385					0	
1998	3.948.237		3.948.237			0	
1999	23.740.766	10.888.874	12.851.892			0	
2000	-50.604.626					0	
2001	-1.016.284.515					0	
2002	592.140.375		592.140.375			0	
2003	967.629.418	540.012.003	427.617.415			0	
2004	825.826.882	823.873.859			1.953.023	0	
2005	525.710.633	523.344.952			2.365.681	0	
2006	2.390.628.897	2.351.245.953		36.421.255	2.961.689	0	
2007(***)	2.525.978.053	1.984.971.259		57.275.524	4.424.654	143.791.985	
2008	3.620.099.271			233.703.980	6.473.361	1.017.781	677.075.502
2009	2.901.134.990			287.534.297	7.907.158	665.795	522.586.980
2010	2.728.387.398			297.208.265	8.885.681		486.235.827
TOPLAM	16.021.535.373	6.234.336.900	1.036.557.919	912.143.321	34.971.247	1.683.576	1.829.690.293

Toplam Yararlanılan Teşvik Tutarı **8.219.692.963**

Beyan Edilen Toplam Kurumlar Vergisi **1.829.690.293**

Kaynak: Bu veriler, Şirket tarafından sunulan bilgilerden ve her yıl açıklanan finansal raporlardan derlenmiştir (Erişim: www.turkcell.com.tr, 2011).

(*) Kanunen kabul edilmeyen giderler eklendikten, diğer indirim ve istisnalar çıkarıldıktan sonraki tutarlardır. Çizelgedeki teşvik tutarları çıkarılmak suretiyle kurumlar vergisi matrahına ulaşılmaktadır.

(**) Gelir Vergisi Kanunu'nun geçici 61. maddesi doğrultusunda yatırım indiriminden yararlanan mükellefler, bu madde kapsamında yararlanılan yatırım indirimi üzerinden %19,8 kesinti (stopaj) yapmakla yükümlü tutulmuştur. Adı geçen madde gereği yapılan kesinti tutarlarının, ertesi yılın Mayıs ayında muhtasar beyanname ile beyan edilip ödenmesi gerekmektedir. Söz konusu kesinti tutarları bu çizelgede dikkate alınmamıştır.

(***) 2006 ve 2007 yıllarında 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu ile değişen vergi oranı %20 olmasına rağmen, 6009 sayılı kanunla değişik 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun geçici 69. maddesinde, yatırım indiriminden yararlanması durumunda mükelleflerin %30 oranında kurumlar vergisine tabi olacağı belirtilmiştir. Diğer bir deyişle yatırım indiriminden yararlanmayan mükellefler %20, yararlanan mükellefler ise %30 oranında kurumlar vergisi ödemiştir.

Yukarıda yer alan çizelgeden de görüldüğü üzere Şirket, 1993 yılından 2011 yılına kadar toplam 1.829.690.293 TL kurumlar vergisi beyan edip ödemiştir.¹⁸ Bununla birlikte, matrah üzerinden yararlanılan toplam teşvik tutarı 8.219.692.963 TL olarak gerçekleşmiştir. Bu tutar, toplam yatırımların %63,77'sine, ticari karın ise neredeyse yarısına denk gelmektedir. Diğer bir deyişle, elde edilen ticari karın yarısı kadar bir matrah indiriminden faydalanılmıştır.

Çizelgeye baktığımızda Şirket'in, düzenli bir şekilde mali kar elde etmeye başladığı 2002 yılından sonra ilk kez 2007 yılında kurumlar vergisi beyan ettiğini görmekteyiz. Bu 5 yıllık dönem içerisinde özellikle yatırım indirimi ve geçmiş yıl zararlarının mahsubu nedeniyle kurumlar vergisi matrahı oluşmamıştır. Bu durum, başta finansman yapısının güçlenmesinde, yatırım maliyetlerinin azalmasında ve kar dağıtımına konu edilecek tutarın belirlenmesinde önemli paya sahiptir. Bununla birlikte, teşvikler sayesinde vergi sonrası getiri oranında herhangi bir değişiklik yaşanmadığından, Şirket'in karlılık oranı yükselmektedir. Bu sayede Şirket'in önemli ölçüde vergi avantajı elde ettiği açık bir şekilde görülebilmektedir.

Bu durum, kurumlar vergisi matrahından sağlanan faydayı göstermesi ve karların hızlı artışını açıklamak bakımından anlamlı olsa da vergisel olarak Şirket'in teşvikler sayesinde elde etmiş olduğu faydayı görebilmek için, teşvikli gerçek durum ile teşvik olmaması durumunda ödenecek vergilerin karşılaştırması gerekmektedir.

Aşağıdaki Çizelge 5'te görüldüğü üzere Şirket, kurumlar vergisi teşviklerinden yararlanması ölçüsünde 1.198.914.718 TL'lik kurumlar vergisi avantajı elde etmiştir. Bu tutar, Şirket'in ödemiş olduğu toplam kurumlar vergisinin, ortalama olarak 2 yıllık tutarına denk gelmektedir. Diğer bir deyişle, teşvikler sayesinde elde edilen vergi avantajı, neredeyse ortalama 2 yıl vergi ödenmemesi anlamına gelmektedir. Anlaşılan odur ki, hem tutarsal olarak kayda değer bir vergi avantajı elde edilmiş, hem de 2 yıllık bir süre zarfına denk düşen kurumlar vergisinin, Şirket üzerinde yük olma durumu giderilebilmiştir.

¹⁸ Gelir İdaresi Başkanlığı'nın her yıl açıkladığı veriler doğrultusunda Şirket, 2008 yılında Türkiye'de en çok kurumlar vergisi ödeyen şirket, 2009 yılında 8'inci ve 2010 yılında 9'uncu olarak, son üç yılda en çok vergi beyan edip ödeyen kurumlar vergisi mükellefleri listesinde ilk 10'a girmektedir (www.gib.gov.tr, Erişim: 30.07.2011)

Çizelge 5. Teşvikli ve Teşviksiz Durumların Karşılaştırılması (TL olarak)

Yıllar	Mali Kar/Zarar (-)	Teşvikli Durumda Ödenen Kurumlar Vergisi	Teşvik Olmaması Durumunda Ödenmesi Gereken Kurumlar Vergisi	Fark
1993	v.y	v.y	v.y	v.y
1994	v.y	v.y	v.y	v.y
1995	-666.359	0	0	0
1996	-3.623.335	0	0	0
1997	-12.508.385	0	0	0
1998	3.948.237	0	987.059 (**)	987.059
1999	23.740.766	0	7.122.230	7.122.230
2000	-50.604.626	0	0	0
2001	-1.016.284.515	0	0	0
2002	592.140.375	0	177.642.113	177.642.113
2003	967.629.418	71.637.992 (*)	290.288.825	218.650.833
2004	825.826.882	114.188.917 (*)	272.522.871 (**)	158.333.954
2005	525.710.633	72.535.610 (*)	157.713.190	85.177.580
2006	2.390.628.897	325.882.689 (*)	478.125.779	152.243.090
2007	2.525.978.053	275.117.016 (*)	505.195.611	230.078.595
2008	3.620.099.271	675.780.830	724.019.854	48.239.024
2009	2.901.134.990	521.005.548	580.226.998	59.221.450
2010	2.728.387.398	484.458.690	545.677.480	61.218.790
TOPLAM		2.540.607.292	3.739.522.009	1.198.914.718

Kaynak: Bu veriler, Şirket tarafından sunulan bilgilerden ve her yıl açıklanan finansal raporlardan derlenmiştir (Erişim: www.turkcell.com.tr, 2011).

(*) Çizelge 4'te yer almayan bu tutarlar daha önce de belirtildiği üzere Gelir Vergisi Kanunu'nun geçici 61. maddesi gereğince yapılan kesinti (stopaj) tutarlarıdır. Söz konusu tutarlar, gerçek anlamda kurumlar vergisi olmamasına rağmen, Şirket üzerinde bir finansman kaybı ve vergi yükü yaratması nedeniyle, iki durumun karşılaştırılmasında dikkate alınmasının doğru olacağı kanısındayız. Bu tutarlar, vergi dönemini izleyen yılda gider olarak dikkate alındığından, kurumlar vergisi etkileri düşüldükten sonra çizelgeye yansıtılmıştır.

(**) 5422 sayılı Kanun'unun 25.maddesinde, 01.01.1999 tarihinde 4369 sayılı kanun ile yapılan değişiklik sonrasında kurumlar vergisi oranı %30 olarak uygulanmaya başlamıştır. Bu doğrultuda, 1998 hesap yılında kurumlar vergisi oranı %25'tir. Yine aynı kanunun geçici 32.maddesi gereğince sadece 2004 hesap yılında kurumlar vergisi %33 oranında uygulanmıştır.

Daha önceki tablolarda belirtildiği üzere, Şirket'in yararlanmış olduğu toplam matraha ilişkin teşvik tutarı 8.219.692.963 TL, toplam yatırım tutarı ise 12.889.683.831 TL'dir. Böylelikle Şirket, toplam yatırımlarının % 63,77'si oranında vergi teşvikini matrahından indirebilmiştir. Bu yatırımlarla doğrudan bağlantılı olan yatırım indirimi teşviki ise 6.234.336.900 TL ile toplam yatırımların neredeyse yarısına denk gelmektedir. Bu durum, Şirket'in toplam yatırımlarının yarısı kadar yatırım indirimi teşvikinden yararlandığını ortaya koymaktadır.

Ödenen kurumlar vergisi açısından baktığımızda ise, elde edilen net faydanın 1.198.914.718 TL olduğunu görmekteyiz. Diğer bir deyişle, Şirket 2.540.607.292 TL (yatırım indirimleri üzerinden ödenen %19.8 kesinti tutarı dahil) kurumlar vergisi ödemişken, teşviklerin olmaması durumunda 3.739.522.009 TL vergi beyan etmek durumunda kalacaktı. Teşvikler sayesinde Şirket, ödemesi gereken kurumlar vergisinden %32 oranında daha az kurumlar vergisi ödemiştir. Böylelikle, kurumlar vergisi teşvikleri sayesinde %32 oranında bir vergi avantajı elde edilmiştir.

Şirket'in toplam yatırım tutarı olan 12.889.683.831 TL, net faydalanılan kurumlar vergisi teşvik tutarı ile kıyaslandığında, toplam yatırım tutarının, kurumlar vergisinden sağlanan 1.198.914.718 TL'lik tutarın yaklaşık 11 katına denk geldiğini görmekteyiz. Diğer bir deyişle, gerçekleştirilen toplam yatırımların %9,3'ü oranında kurumlar vergisi teşvikinden net fayda sağlanmıştır.

Görüldüğü üzere tüm bu teşvikler, Şirket'e önemli birtakım avantajlar sağlamaktadır. Öncelikle, ödenmeyen kurumlar vergisi tutarı kadar Şirket açısından bir finansman kazancı söz konusudur. Şirket ihtiyaç duyduğu fonlar için, banka ve benzeri kredi kurumlarından borçlanmak yerine, herhangi bir nakit çıkışı yaratmayan kurumlar vergisini, ihtiyaçları ve yeni yatırımları için kullanma fırsatı yakalamaktadır.

Bir diğer nokta ise Şirket ortaklarının elde ettikleri kar payı ile ilgilidir. Ödenmeyen kurumlar vergisinin de kar payı dağıtımına konu edilmesi halinde, Şirket hissedarlarının payına düşen kar payında artış olması beklenecektir. Bu durumda, dağıtılan kar payının görece daha fazla olması, Şirket hisse senetlerine olan talebi artıracak ve bu durum Şirket'in piyasa değerinin artmasına neden olacaktır. Böylelikle nominal bedelinin çok üzerinde hisse senedi ihracı yapılabilecek, bu da Şirket'e ek finansman kaynağı sağlayacaktır.

Karın dağıtılmaması durumunda dahi, kurumlar vergisinin ödenmemesi nedeniyle, Şirket'in mali tablolarına yansıyan vergi sonrası karı görece daha yüksek oluşacak ve Şirket'in yüksek karlılığı piyasa değerinin artmasını sağlayacaktır. Yüksek karlılık sayesinde kredi olanakları da artacak ve bu durumda yeni yatırımların önü açılacaktır.

Yatırımlar açısından da bir maliyet unsuru olarak görülen kurumlar vergisi, teşvikler sayesinde Şirket için her hangi bir mali yük teşkil etmemektedir. Bu sayede Şirket'in sermaye maliyetlerinin azaldığını söylememiz mümkündür.

Daha önce de belirtildiği gibi teşviklerin asıl amacı, şirketlerin finansman yapısını güçlendirerek veya maliyetlerini azaltarak, sermaye birikiminin artmasını sağlamak ve bu sayede yatırımlarda artış gerçekleştirmektir. Şirket tarafından yararlanılan teşviklerin, yatırım artışı sağladığının tespiti ise tam ve kesin olarak kanıtlanabilir değildir. Bu durum kuşkusuz, “teşvikler hiç olmasaydı yine bu miktarda yatırım yapılırdı mıydı?” sorusuna verilecek ve yanıtlanması zor olan cevaba bağlı olacaktır.

Her ne kadar kesin hesaplamalara ihtiyaç duyulsa da, bu konuda bazı çıkarımlar yapmak da mümkün olabilir. Örneğin Şirket, yeni oluşmaya başlayan elektronik haberleşme sektöründe öncü ve GSM mobil iletişim alanında faaliyete geçen ilk şirkettir. Dolayısıyla, sektörün gelişme aşamasında bu alanda faaliyette bulunan başka girişimcilerin bulunmaması nedeniyle; pazar payının fazla, diğer bir deyişle talebin ilk etapta yüksek olması, bu yüksek talebin karşılanması için gerekli yatırımların yapılmasını teşvik edecektir. Başka bir deyişle, piyasada ilk olmanın avantajından yararlanmak isteyen bir şirket, diğer girişimciler piyasaya girmeden önce pazar payını artırmak için çalışacaktır. Bu da söz konusu piyasada, geniş çaplı hizmet için gerekli altyapının kurulmasını gerektirecektir.

Diğer bir durum ise, imtiyaz sözleşmesinde belirtilen ve daha önce sözü edilen, kapsama alanının yıllar itibariyle belirlenmesidir. Hatırlanacak olursa imtiyaz sözleşmesinde 1998 yılından itibaren 3 yıl içinde Türkiye nüfusunun en az %50'sinin, 5 yıl içinde ise %90'ının kapsama alanı içerisine alınacağı taahhüt edilmiştir. Bu taahhüt, Şirket'in faaliyetini sürdürebilmesi açısından belli bir zaman aralığında yapması gereken en az yatırım miktarını göstermesi açısından önemlidir.

Başka bir durum ise, faaliyet gösterilen sektör ile verilen hizmetin, sermaye ve teknoloji yoğun olmasıdır. Sektörün teknoloji yoğun yatırımlar gerektirmesinin yanı sıra, verilen hizmetin asli unsuru olan teknolojik gelişmeler, çok yakından takip edilmeyi ve bu gelişmeleri sürekli olarak uygulamayı bilhassa zorunlu kılmaktadır (3G örneğinde olduğu gibi). Bundan dolayıdır ki, yapılması planlanan yatırımlar

genelde yüksek maliyetli olmakta, ancak teknolojinin çok hızlı gelişmesi nedeniyle uzun vadeli olamamaktadır. Bu durum da, yatırımların sürekli olarak yenilenmesine neden olmaktadır.

Bu çıkarsamaları toplu olarak dikkate aldığımızda, Şirket'in pazar payını koruması ve faaliyetini genişleterek sürdürmesi amacıyla yatırımlarını sürekli olarak artırması ve teknolojik ilerlemeler nedeniyle yenilemesi zorunlu görünmektedir. Öyleyse, Şirket tarafından yararlanılan kurumlar vergisi teşvikleri olmasa dahi aynı miktar yatırımın Şirket tarafından gerçekleştirilebileceği düşünülebilir. Zira yukarıda yer alan çizelgeleri incelediğimizde, yatırım indirimi teşvikinin sonlanmış olmasına rağmen, Şirket'in yüksek tutarlarda yatırımlarına devam ettiğini görebilmekteyiz.

Konuyla ilgili olarak değerlendirilebilecek bir diğer nokta ise, elde edilen bu karların nasıl değerlendirildiği konusudur. Kuşkusuz firmalar, gelecekle ilgili beklentilerini karşılamak amacıyla yatırım kararı verdiklerinde, geçmiş yıllarda elde etmiş oldukları karları yeni yatırımlar için bir sermaye unsuru olarak kullanma eğilimi içinde olabilirler. Bu eğilim, şirketlerin kar dağıtım politikalarını doğrudan etkilemektedir. Öyle ki, gelecek dönemde artırılması planlanan yatırımlar, elde edilen karların hissedarlara dağıtılması yerine, şirket içinde tutularak yatırımlara dönüştürülmesi yönündeki kararlara neden olabilir. Sermaye artırımını olarak da adlandırılan bu durum; kurumlar vergisi teşvikinden yararlanan bir şirketin, elde ettiği teşvik tutarını gelecek yatırımları için mi kullanacağını, yoksa ortaklarına mı dağıtacağını göstereceğinden, yararlanılan teşvikin nasıl kullanıldığı açısından fikir verir niteliktedir.

Bu kapsamda, Şirket'in dağıtılabılır kurum kazancının olduğu 2003 yılından itibaren elde ettiği karlar ve kar dağıtım tutarları Çizelge 6'da gösterilmiştir:

Çizelge 6. 2003-2010 Yılları Arasında Şirket Karları ve Kar Dağıtımı (TL olarak)

Yıllar	Ticari Kar	Dağıtım Esas Kazanç (*)	Nakit Dağıtılan Kar Payı	Bedelsiz Hisse Senedi Şeklinde Dağıtılan Kar Payı	Toplam Dağıtılan Kar Payı
2003 (**)	199.461.652	236.317.210	118.158.605	118.158.605	236.317.210
2004	2.012.125.767	500.255.129	250.127.565	380.247.980	630.375.545
2005 (**)	609.111.676	1.045.446.567	509.075.181	345.112.659	854.187.840
2006	2.281.797.806	965.226.790	567.039.784	0	567.039.784
2007	2.404.357.503	1.392.521.095	648.713.951	0	648.713.951
2008	3.721.273.636	2.312.800.788	1.098.193.226	0	1.098.193.226
2009	2.905.002.343	1.716.713.549	859.259.101	0	859.259.101
2010	2.540.278.988	1.771.595.963	1.328.696.972	0	1.328.696.972
TOPLAM	16.673.409.371	9.940.877.091	5.379.264.385	843.519.244	6.222.783.629

Kaynak: Bu veriler, Şirket tarafından sunulan bilgilerden ve her yıl açıklanan finansal raporlardan derlenmiştir (Erişim: www.turkcell.com.tr, 2011).

(*) Dağıtım esas kazanç, Sermaye Piyasası Kanunu'na (SPK) göre hazırlanmış mali tablolar neticesinde tespit edilen karı ve bu kar üzerinden SPK mevzuatına göre belirlenen dağıtılabilir kar tutarını göstermektedir (Türk Ticaret Kanunu'na göre ayrılması zorunlu olan yedekler bu tutara dahildir). Dolayısıyla, Vergi Usul Kanunu hükümlerine göre tespit edilen kar/zarar ile dağıtılabilir kazanç arasında farklılık bulunmaktadır. Fiili durumda SPK mevzuatı uyarınca kar dağıtımı yapıldığından, çizelgede de fiili tutarlar dikkate alınmıştır.

(**) 2003 ve 2005 yıllarında dağıtılan toplam karın, Şirket'in ticari karından fazla olmasının nedeni; önceki dönemlerde olağanüstü yedek olarak Şirket bünyesinde bırakılan tutarların da dağıtılmış olmasıdır.

Çizelgeden de görüldüğü üzere, Şirket'in dağıtılabilir kazanç tutarı olan 9.940.877.091 TL'nin, 5.379.264.385 TL'si nakit, 843.519.244 TL'sinin ise bedelsiz hisse senedi şeklinde toplamda 6.222.783.629 TL kar payı ortaklara dağıtılmıştır. Şirket'in hissedarlarına dağıtmış olduğu toplam kar payı, dağıtılabilir kazancın %62'sine denk gelmektedir. Diğer bir deyişle Şirket, dağıtım esas kazancın sadece %38'ini (yasal yedekler dikkate alınmazsa) olağanüstü yedek olarak veya yatırımlarda kullanmak üzere sermayeye ilave ederek Şirket bünyesinde bırakmıştır. Bu oran, esas itibariyle karını hissedarlarına dağıtmayı hedefleyen Şirket'in kar dağıtım politikasına da uygun düşmektedir. Öyle ki; Şirket'in 2010 yılı faaliyet raporunda (Turkcell Faaliyet Raporları, Erişim: 26.07.2011),

“Turkcell, hissedarlarına kâr payı ödenmesine ilişkin olarak genel politikasını Şirket'in operasyonel performansı, mali durumu ve diğer faktörlerdeki gelişmeleri gözetmek suretiyle benimsemiştir. 2004 mali yılı kazançlarından başlamak üzere ve Şirket'in nakit akışı

gerekliliklerine, Yönetim kurulu ile Hissedarlar Genel Kurulu'nun onayı ve bunlarca yapılabilecek değişikliklere ve Türkiye'de uygulanmakta olan mevzuata tabi olarak, nakit kâr payı ödemelerinin oranı Şirket'in her hesap yılı için belirlenmiş dağıtılabilir net kârının %50'sinden az olamaz.”

ifadesi yer almaktadır. Bu karar, teşviklerin de kazanımıyla elde edilen karın en az yarısının hissedarlara dağıtıldığını, kalan diğer kısmın ise yatırımlarında kullanmak amacıyla öz kaynaklarda bırakıldığını göstermektedir.

Burada önemli olan husus, Şirket'in elde ettiği bu karın ne kadarlık kısmının, teşvikler sayesinde elde edildiğinin tespit edilmesidir. Daha önceki çizelgelerde de gösterildiği üzere, Şirket'in yararlandığı yatırım indirimi tutarı 6.234.336.900 TL'dir. Bu tutar, kurumlar vergisi matrahının tespitinde indirim olarak dikkate alınmaktadır. Diğer bir deyişle bu tutar, dağıtılabilir kurum kazancının içerisinde yer almakta, ancak kurumlar vergisi matrahına dahil edilmemektedir. Bu durum, Şirket'in yatırım indiriminden sağladığı teşviki hissedarlarına dağıtmasına olanak sağlamaktadır. Zira, Şirket uygulaması da bu yönde gelişmiş ve yatırım indirimi istisna tutarı doğrudan ortaklara dağıtılmıştır. Konuya ilişkin 2007, 2008 ve 2009 yılı kar dağıtımına ilişkin genel kurul kararı bu durumu kanıtlamaktadır (www.kap.gov.tr, Erişim: 15.08.2011):

“...toplam nakit olarak dağıtılacak ... TL'nin tamamı 24.04.2003 öncesi dönemde yapılan yatırımlar kapsamında kullanılan yatırım teşviki ile elde edilmiş ve üzerinden yatırım indirimi stopajı hesaplanmış olmasından ötürü, aynı tutar üzerinden stopaj kesintisi yapılmasına gerek bulunmadığına...”

Söz konusu genel kurulu kararlarında da açıkça belirtildiği üzere, dağıtılan kar paylarının tamamı, yatırım indirimi teşvikinden yararlanan tutarlardır. Zira şirketin nakit olarak dağıttığı kar payı tutarı 5.379.264.385 TL'dir ve bu tutar yatırım indirimi teşvikinden yararlanan tutardan azdır.¹⁹

¹⁹ Şirket, üzerinden %19,8 kesinti yapılmış olan yatırım indirimi istisna tutarını dağıtarak, Gelir Vergisi Kanunu geçici 62. maddesinden yararlanmakta ve aynı kanunun 94. maddesinde belirtilen kar payları üzerinden kesinti yapma zorunluluğuna girmemektedir. Bu sayede, Şirket üzerinde kalacak olan vergi maliyeti azaltılmak istenmektedir.

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere, kurumlar vergisi teşvikleri sayesinde elde edilen yatırım kazançları, kar payı dağıtımı yoluyla ortaklara aktarılmaktadır.

3.4. Şirket'in Vergi Yükü

Vergi teşviklerinin bir diğer amacı da, firmalar üzerindeki vergi yükünün azaltılarak, vergi maliyetlerinin azaltılmasıdır. Bu doğrultuda maliyetleri azalan firma, daha fazla fon elde edebilecek ve karını artırabilecektir. Şirket'in yıllar itibariyle teşvikli ve teşvik olmadığı durumlardaki vergi yükü hesaplaması Çizelge 7'de gösterilmiştir.

Çizelge 7. Teşvikli ve Teşviksiz Durumlarda Vergi Yükü Karşılaştırması

Yıllar	Ticari Kar (*)	Teşvikli Durumda Ödenen Kurumlar Vergisi	Teşvik Olmaması Durumunda Ödenmesi Gereken Kurumlar Vergisi	Teşvikli Durumda Vergi Yükü	Teşvik Olmaması Durumunda Vergi Yükü
1998	1.671.742	0	987.059	0,00%	59,04%
2002	144.631.087	0	177.642.113	0,00%	122,82%
2003	199.461.652	71.637.992 (**)	290.288.825	33,67%	145,54%
2004	2.012.125.767	114.188.917 (**)	272.522.871	4,67%	13,54%
2005	609.111.676	72.535.610 (**)	157.713.190	6,17%	25,89%
2006	2.281.797.806	325.882.689 (**)	478.125.779	13,03%	20,95%
2007	2.404.357.503	275.117.016 (**)	505.195.611	17,92%	21,01%
2008	3.721.273.636	675.780.830	724.019.854	18,16%	19,46%
2009	2.905.002.343	521.005.548	580.226.998	17,93%	19,97%
2010	2.540.278.988	484.458.690	545.677.480	19,07%	21,48%
TOPLAM	16.819.712.200	2.540.607.292	3.732.399.780	15,51%	22,19%

Kaynak: Çizelge 3 ve Çizelge 5'teki veriler kullanılarak oluşturulmuştur.

(*) Vergi yükü hesaplamasında sadece ticari kar tutarları dikkate alındığından, mali kar çıkan veya mali zarar ile sonuçlanan hesap dönemleri çizelgeye dahil edilmemiştir.

(**) Daha önce de belirtildiği gibi, bu tutarlar yatırım indirimi üzerinden yapılan %19,8'lik kesinti tutarından, kurumlar vergisi etkisinin düşülmüş halidir.

Görüldüğü üzere, 1998 ve 2002 yıllarında zarar mahsubu sayesinde hiç kurumlar vergisi ödenmemiş ve böylece %0,00 oranında kurumlar vergisi yükü ortaya çıkmıştır. Teşviklerin olmaması durumunda bu yıllarda ödenmesi gereken vergi ise, mali karın ticari kardan daha fazla olması nedeniyle, elde edilen ticari kardan bile

fazla olacak ve vergi %100'e yakın bir oranda gerçekleşecekti. Özellikle kuruluş yıllarında ortaya çıkan bu vergi yükündeki azalış, Şirket'in finansman yükünü ve maliyetlerini hafifletmesi konusunda önemli olmuştur.

2007 ve öncesi yıllar Şirket'in 2 önemli teşvik unsurundan (yatırım indirimi ve zarar mahsubu) faydalandığı yıllardır. Söz konusu yıllarda, vergi mevzuatınca uygulanan kurumlar vergisi oranının %30 olarak uygulandığı düşünüldüğünde (2006 ve 2007'de yatırım indirimi olduğu için %30), vergi yükünde çok önemli bir fayda sağlandığı gözlemlenmektedir. Zira söz konusu yıllarda (1998-2007) Şirket'in vergi yükü sadece %12,11 olarak gerçekleşmiştir. Oysa teşviklerden yararlanılmaması durumunda %24,28 oranında vergi yüküne katlanılmak durumunda kalınacaktı. Bu da göstermektedir ki, teşvikler sayesinde Şirket'in vergi yükü yarı yarıya azalmıştır. Bu durum, Şirket'in kurumlar vergisi maliyetinin azaldığının somut bir göstergesidir.

Genel sonuca baktığımızda ise, Şirket'in kar elde ettiği tüm bu yıllarda vergi yükünün teşvikli durumda %15,51, teşvik olmaması durumunda %22,19 olduğu görülmektedir. Şirket toplamda %6,7 oranında vergi yükü avantajı elde etmiştir.

Bir diğer önemli konu ise, yatırım indirimi teşviki üzerinden yapılan %19,8'lik kesinti tutarıdır. Bu tutarlar (2003 ve 2007 yılları arası) Şirket'in vergi yükünü önemli derecede artırmaktadır. Söz konusu kesintinin olmadığını varsaydığımız durumda Şirket'in vergi yükü %10'a kadar düşmektedir ki bu oran, teşvikten yararlanıldığı durumdaki vergi yükü olan %15,51'in 2/3'üne denk gelmektedir. Yani mevcut vergi yükünün büyük bir kısmı, %19,8'lik vergi kesintisinden kaynaklanmaktadır.

Şirket'in en önemli teşvik unsuru olan yatırım indirimi uygulaması 2008 yılında vergi kanunlarından çıkarılmış ve uygulama sona ermiştir. Bu durum çizelgedeki vergi yükü farkının söz konusu yıllarda azalmasıyla sonuçlanmıştır. 2008 ve sonrası yıllarda gerçekleşen vergi yüklerine baktığımızda sadece %2 oranında bir fark görmek mümkündür. Bu da demek oluyor ki, 2008 yılından sonra yararlanılan istisna, ar-ge indirimi ve bağış ve yardım teşvikleri, Şirket'in vergi yükünü çok küçük bir oranda azaltmaktadır. Diğer bir ifade ile vergi yükünün azalmasını sağlayan başlıca teşvik unsuru yatırım indirimi ve zarar mahsubudur.

SONUÇ

Günümüzde birçok ülkede uygulanan kurumlar vergisi teşviklerinin kuramsal dayanağı, ekonomik daralma dönemlerinde yatırımları canlandırmak veya gelişmesi hedeflenen bazı alan ve sektörlerin gelişimini hızlandırmak amacıyla, kurumlar vergisinin tasarruf ve yatırımlar üzerindeki olumsuz etkisinin kurumlar açısından giderilmesi görüşüne dayanmaktadır.

Sermaye geliri üzerinden alınan kurumlar vergisi, kurum kazancını net olarak azalttığı ölçüde, şirket bünyesinde kalan kullanılabilir fonlar ve dolayısıyla tasarruf miktarı azalmaktadır. Tasarruflardaki bu azalış hiç kuşkusuz aynı ölçüde yatırımları ve yatırımlardan elde edilen net geliri de azaltmaktadır. Kurumlar vergisi mutlak olarak yatırımın getirisini ve kullanılabilir geliri azalttıkça, şirketler açısından bir sermaye maliyeti ortaya çıkmaktadır. Bu durum ise, girişimler açısından riskli ve uzun vadeli yatırımların cazip olmaması, genel ekonomi açısından ise üretimin azalması sonucunu doğurmaktadır.

Bu yüzden ki, kurumlar vergisinin, tasarrufları ve yatırımları azaltıcı bu etkisinin, vergi teşvikleri ile giderilmesi hedeflenmektedir. Sağlanan teşvik unsuru sayesinde, şirket bünyesinde bulunan sermaye stokunun artırılarak, yatırım ve üretim miktarının genişletilmesi ve bu sayede ekonomik büyümenin hızlandırılması amaçlanmaktadır. Aynı şekilde kurumlar vergisi teşvikleri, yüksek maliyetlerin olduğu veya riskli yatırımların bulunduğu bazı alan ve sektörlerde girişimcilerin risklerini ve başlangıç maliyetlerini azaltabilecektir. Bu sayede özel sektör yatırımlarının belirlenen alanlarda daha fazla faaliyet göstermesi sağlanabilecektir.

Kısacası, kurumlar vergisi teşvikleri temelde, şirketlerin sermaye maliyetini azaltıp, yatırımların net getirisini artırarak sermaye birikimine olumlu katkıda bulunması amacıyla kullanılan bir maliye politikası aracıdır. Bu sayede artan sermaye stoku yeni yatırım alanlarında kullanılarak ekonomik büyüme gerçekleştirilebilecektir.

Ancak artan sermaye stokunun, her zaman istenen yatırım miktarına veya doğru yatırımlara yöneleceğini ileri sürmek de pek mümkün değildir. Bir kurumlar vergisi teşviki, sermayenin getiri oranını artırdığında, üretim sermaye oranını düşürmektedir.

Daha fazla sermayeyle aynı üretim miktarında bulunması ise, sermayenin verimliliğinin azalması anlamına gelmektedir. Vergi teşvikleri sermayenin maliyetini azalttığı ölçüde, verimlilik azalmaktadır ve bu nedenle yatırımlar verimsiz alanlara yönelebilmektedir. Bununla birlikte teşvikler, yatırımın getirisini artırdığı ölçüde, şirketlerin karları artmakta ve daha yüksek kazançlı yatırımlar açısından herhangi bir teşvik ortaya çıkmamaktadır. Zira teşvikler sayesinde, normalde elde edilebilecek kar oranlarının üzerinde bir kar elde edilebilmektedir. Bu da, yatırımların yüksek katma değerli alanlara yönelmemesi sonucuna yol açmaktadır.

Bunların yanı sıra, kurumlar vergisinin şirket karlarını azaltıcı yönde olumsuz etkisinin bulunduğu argümanı, verginin yansıtılmadığı durumda geçerlilik kazanmaktadır. Diğer türlü, kurumlar vergisinin yansıtılması durumunda, firmalar zaten kurumlar vergisini ileriye veya geriye doğru yansıtarak, verginin bu olumsuz yönünü bertaraf edebilmektedirler.

Verginin yansımaları ise, uzun ve kısa dönem ile piyasa çeşitlerine göre farklılık göstermektedir. Kısa dönemde tam rekabet ve tekel piyasalarında verginin yansımalarının imkansız olduğu iktisat yazınında genel kabul görmektedir. Zira, marjinal maliyetin marjinal gelire eşit olduğu noktada karını en çoklaştıran bir firma açısından kar üzerine uygulanan bir kurumlar vergisi, üretim ve fiyat seviyesini karı en çoklaştıran noktadan uzaklaştırmayacaktır. Şirket açısından en yüksek kar, yine marjinal maliyetin marjinal gelire eşit olduğu noktada oluşacaktır. Böyle bir durumda sermaye geliri üzerine uygulanan kurumlar vergisi, doğrudan firmanın kazancı üzerinden ödenmiş olacaktır.

Ancak günümüz ekonomilerinde tam rekabet ve birçok alanda tekel piyasalarından söz etmemiz neredeyse imkansızdır. Daha yaygın olarak gözlemlenen ve az sayıda firmanın yer aldığı oligopol piyasalarda faaliyet gösteren firmalar açısından ise, piyasa verilerinin yetersizliği ve karşılıklı oyun teorileri nedeniyle marjinal maliyet fiyatlandırması yapmak pek mümkün bulunmamaktadır. Bu anlamda, şirketlerin marjinal maliyetlerinin üzerinde bir noktada fiyatlandırma yapması durumunda, verginin yansımalarından söz etmemiz gerekmektedir.

Bunun yanı sıra, genellikle oligopol piyasa özellikleri taşıyan serbestleşme ve düzenleme kapsamındaki haberleşme sektörlerinde 2 türlü fiyatlandırmadan söz edilebilir. İlk olarak, firmaların kendi ortak çıkarlarını gözeterek arabağlantı ücretlerini ve abonelere sunulan perakende ücretlerini belirlemeleri durumu söz konusudur. Böyle bir durumda firmalar, karlarını artırmak amacıyla perakende fiyatlarını yüksek tutma gayesi içerisinde olacaklarından, arabağlantı ücretlerini bir işbirliği içerisinde marjinal maliyetlerin üzerinde tutmak üzere anlayabileceklerdir. İkinci bir durum ise, düzenleyici bir kurum tarafından arabağlantı ücretlerinin belirlenmesidir. Bu durumda kurum, fiyatları tüketici refahını sağlayacak şekilde belirleme çabası içerisinde olacaktır. Ancak böyle bir durumda, işletmecilerin yüksek sabit ve batık maliyetlerinin karşılanması için ortalama maliyetlerin dahi üzerinde bir fiyatlandırma yapılması gereği ortaya çıkmaktadır.

Her iki durumda da, fiyatların marjinal maliyetlerin üzerinde belirlendiği ve bu sayede fiyatlar yoluyla kurumlar vergisinin ileriye doğru yansıtılabileceğinden söz etmek gerçekçi olmaktan uzak değildir.

Kurumlar vergisi teşviklerinin genel etkileri ve kurumlar vergisinin yansımaları kapsamında ele alınan bu tezin uygulama alanında, faaliyete başladığı 1993 yılından itibaren, mobil elektronik haberleşme sektörünün %80 ile %50 oranında pazar payına sahip olan “Turkcell İletişim Hizmetleri AŞ” seçilmiştir.

Turkcell’in seçilmesinin nedeni, kısa bir sürede yüksek maliyetli yatırımların gerçekleştirildiği bir sektörde faaliyette bulunması ve buna karşılık yüksek kar oranları elde etmesidir. Bu doğrultuda elde edilen karların yeniden yatırımlara dönüşme sürecinde, yararlanılan kurumlar vergisi teşviklerinin (yatırım indirimi, zarar mahsubu, istisnalar, ar-ge indirimleri, bağış ve yardımlar) analiz edilmesine daha fazla imkan bulunmaktadır.

İktisat yazınında vergi teşviklerinin sermaye maliyetleri üzerindeki etkisine ilişkin en çok kullanılan model, Jorgenson modelidir. Jorgenson modelinde, firmanın sabit kıymetlerine ilişkin amortisman oranları, yatırım tutarları, finansman ve fırsat maliyetleri ile ikame oranları gibi değişkenlerin sermaye maliyeti üzerindeki etkileri yatırım teşviki kapsamında ele alınmaktadır. Ancak ikame oranı, fırsat maliyeti ve

finansman maliyeti gibi verilerin değişken olması ve bu konulardaki Şirket verilerine ulaşılamaması nedeniyle, Jorgenson modeli kapsamında sermaye maliyetinin analizine yer verilememiştir. Çalışmanın diğer bulguları ise kısaca şu şekilde özetlenebilir:

Şirket'in 1993-2010 yılları arasında toplam vergi matrahı üzerinden indirmiş olduğu teşvik tutarı 8.219.692.963 TL'dir. Bu tutar şirketin ticari karının %47'si gibi önemli bir orana denk gelmektedir. Şirket, matrahından indirdiği bu teşvikler sayesinde toplamda 2.540.607.292 TL kurumlar vergisi ödemiştir. Şirket'in herhangi bir teşvik unsurundan yararlanmaması durumunda ise ödeyeceği kurumlar vergisi 3.739.522.009 TL olacaktır. Bu teşvikler sayesinde Şirket, 1.198.914.718 TL daha az vergi ödemiştir ve bu tutar teşvik olmaması durumunda ödenmesi gereken verginin %32'sine denk gelmektedir. Diğer bir anlatımla Şirket, teşvikler sayesinde %32 oranında net kurumlar vergisi avantajı elde etmiştir. Elde edilen bu net faydanın Şirket karına oranı ise, %7'dir. Şirket, teşvikler sayesinde toplam ticari karının %7'si oranına isabet eden bir tutarda daha az kurumlar vergisi ödemiş olmaktadır.

Şirket'in vergi yüküne baktığımızda ise, teşvikli durumda Şirket'in vergi yükü %15,51 oranında gerçekleşirken, teşvik olmaması halinde %22,19 oranında bir vergi yüküne katlanılmış olacaktır. Bu durum göstermektedir ki Şirket, yine %7'ye yakın bir oranda vergi maliyetlerini azaltarak kullanılabilir fonlarını artırma imkanı yakalamıştır.

Elde edilen karların ne şekilde değerlendirileceğine ilişkin Şirket'in aldığı kar dağıtım kararlarına bakıldığında ise, karların yatırım indirimleri sayesinde elde edilen gelirlerden dağıtılmasına karar verildiği görülmüştür. Bu durum aslında, teşvikler sayesinde elde edilen gelirlerin bir kısmının yeni yatırımlarda kullanılmasından ziyade, ortaklara kar payı olarak dağıtıldığını göstermektedir.

Elbette ki teşvikler sayesinde elde edilen karın nasıl değerlendirildiğine ilişkin kesin bir yargıya sadece kar dağıtım sonucunda varmak mümkün değildir. Zira Şirket, 17 yıllık süre içerisinde 12.889.683.831 TL'lik reel yatırım gerçekleştirmiştir. Bu yatırımların birçoğu da dış kaynaklarla finanse edilmiş olabilir. Yine de yukarıdaki sonuçlar neticesinde, vergi teşviklerinin amacına uygun olarak Şirket'in

sermaye stokuna olumlu etkide bulunduğu sonucuna varmak mümkündür. Ancak bu tutarların yatırıma dönüştürüldüğünün tespitine ilişkin daha fazla bilgi ve veriye ihtiyaç duyulmaktadır. Buna karşılık, bu konuda bazı çıkarsamalar yapılabilir.

İlk olarak, Şirket'in imzalamış olduğu imtiyaz sözleşmesinde de belirtildiği üzere Şirket, 1998 yılından itibaren 5 yıl içinde Türkiye'nin yerleşim yerlerinin %90'ını kapsama alanına almakla yükümlüdür. İkinci olarak, Şirket'in pazarda egemen firma ve öncü firma olması nedeniyle sahip olduğu aboneleri kaybetmemesi için hizmet kalitesini sürekli olarak korumalı ve geliştirmelidir. Son olarak, haberleşme sektörünün sermaye ve teknoloji yoğun bir sektör olması ve söz konusu teknolojik gelişmelerin çok hızlı bir şekilde gelişmesi nedeniyle, yatırımların yenilikler karşısında sürekli kendini yenilemesi gerekmektedir. Tüm bu nedenlerden ötürü, Şirket'in reel yatırımlarına sürekli olarak devam edeceğini varsaymak çok güç değildir. Zira son yıllarda herhangi bir yatırım indirimi teşviki bulunmamasına karşılık, artan yatırım tutarları da bu sonucu kanıtlar niteliktedir.

Ancak bunun yanı sıra, pazarda egemen firma olmanın verdiği avantajı kullanarak arabağlantı ve perakende ücretlerinin marjinal maliyetlerin üzerinde belirlenmesi durumu oldukça yüksek bir ihtimaldir. Bu sayede Şirket, şebeke dışsallığından da faydalanarak kurumlar vergisini bir maliyet unsuru olarak ele alıp, fiyatlar yoluyla ileriye doğru yansıtabilme imkanına sahiptir. Yansıma olgusunun gerçekleşmesi ise, kurumlar vergisi yükünün zaten Şirket tarafından karşılanmadığı anlamına geleceğinden, teşvikler sayesinde elde edilen faydalar, kamu eliyle sağlanan birer yardım niteliğine dönüşmüş olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akkaya, Şahin: “Kurumlar Vergisinin Yansıması”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1987
- Ankara Ticaret Odası: **Türkiye’de Uygulanan Teşvik Politikaları**, Ankara, ATO Yayınları, Yayın No 14, 2000
- Atiyas, İzak. Doğanoğlu, Toker ve Koç, Mustafa: “Mobil Elektronik Haberleşme Pazarında Geçiş Maliyetlerinin İşletmecilerin Fiyatlandırma Stratejileri Üzerine Etkileri ve Etkin Rekabetin Tesis Edilmesine Yönelik Regülasyon Politikaları”, **2. Rekabet Ekonomisi Sempozyumu**, Pamukkale Üniversitesi, Denizli, 2009
- Auerbach, J. Alan ve James, M. Poterba: “Tax Loss Carryforwards and Corporate Tax Incentives”, **National Bureau of Economic Research Working Paper Series**, Cambridge, No:1863, Mart 1986
- Auerbach, J. Alan: “Taxation and Corporate Financial Policy”, **Handbook of Public Economics**, Ed: Alan J. Auerbach ve Martin Feldstein, Elsevier Science, Volume 3, 2002, ss 1251-1289
- Bach, George Leland: **Economics: An Introduction to Analysis and Policy**, New Jersey, Prentice Hall Inc., 1966
- Baldwin, Robert ve Cave, Martin: **Understanding Regulation Theory, Strategy And Practice**, Oxford, Oxford University Press, 1999
- Bernheim, Douglas: “Taxation and Saving”, **Handbook of Public Economics**, Ed: Alan J. Auerbach ve Martin Feldstein, Elsevier Science, Volume 3, 2002, ss. 1173-1240

- Bolnick, Bruce: **Effectiveness and Economic Impact of Tax Incentives in the SADC Region**, SADC Tax Subcommitte, Nathan-MSI Group, 2004
- Buchanan, James. M.: **The Public Finance**, Illinois, Richard D. Irwin Inc., Homewood, 1960
- Bulutoğlu, Kenan: **Vergi Politikası**, İstanbul, Sermet Matbaası, 1962
- Carter, Michael ve Wright, Julian: “Asymmetric Network Interconnection”, **Review of Industrial Organization**, Netherlands, Cilt 22, 2003, ss. 27-46
- Chirinko, Robert. S: “Business Fixed Investment Spending: Modeling Strategies, Empirical Results and Policy Implications”, **Journal of Economic Literature**, Volume XXXI, Aralık 1993, ss. 1875-1911
- Coen, M. Robert: “The Effect of Cash Flow on the Speed of Adjustment”, **Tax Incentives and Capital Spending**, Ed: Gary Fromm, Washington D.C, The Brookings Institution, 1971, 131-196
- Cragg, G. John. Harberger, C. Arnold, ve Mieszkowski, Peter: “Emperical Evidence on the Incidence of the Corporation Income Tax”, **Journal of Political Economy**, No:LXXV, 1967, ss. 811-821
- Due, John. F.: **Maliye**, Çev: Sevim Görgün ve İzzettin Önder, İstanbul, Fakülteler Matbaası, 3. Baskı, 1963
- Edizdoğan, Nihat ve Çelikkaya, Ali: **Vergilerin Ekonomik Analizi**, Bursa, Dora Basım Yayın, 1. Baskı, 2010
- Feldstein, Martin: **Capital Taxation**, Massachusetts ve London, Harvard University Press, 1983

- Fletcher, Kevin: **Tax Incentives in Cambodia, Lao PDR and Vietnam**, Opportunities and Challenges for Cambodia, International Monetary Found, 2002
- Gans, S. Joshua ve King, P. Stephen: “Using ‘Bill and Keep’ Interconnect Arrangements to Soften Network Competition”, **Melbourne Business School Working Paper**, No. 99-12, November 1999, s.y
- Gordon, J. Robert: “The Incidence of the Corporation Income Tax in U.S. Manufacturing, 1925-62”, **The American Economic Review**, Vol: LVII, No: 4, September 1967, ss. 731-758
- Hall, E. Robert ve Jorgenson, W. Dale: “Tax Policy and Investment Behavior”, **American Economic Review**, No: 57, June 1967, ss 391-414
- Hall, E. Robert ve Jorgenson, W. Dale: “Application of the Theory of Optimum Capital Accumulation”, **Tax Incentives and Capital Spending**, Ed: Gary Fromm, Washington D.C, The Brookings Institution, , 1971, ss 9-60
- Hasset, Kevin. A ve Hubbard, Glenn. R.: “Tax Policy and Business Investment”, **Handbook of Public Economics**, Ed: Alan J. Auerbach ve Martin Feldstein, Elsevier Science, Volume 3, 2002, ss. 1293-1331
- Hoernig, Steffen: “Tarrif-Mediated Network Externalities: Is Regulatory Intervention Any Good?”, **Nova School of Business and Economics, Centre for Economic Policy Research**, No:6866, June 2008, ss 1-20
- Intvent, Hank ve Tetrault, McCarthy: **Telecommunications Regulation Handbook**, Washington DC., The World Bank, 2000

- İncekara, Ahmet: **Türkiye’de Teşvik Sistemi (Genel Değerlendirme)**, İstanbul, İTO Yayınları, 1995
- Jorgenson, W. Dale: “Capital Theory and Investment Behavior”, **American Economic Review**, No: 53, May 1963, ss 247-259
- Kotakorpi, Kaisa: **Access Pricing And Competition in Telecommunications**, Helsinki, Government Institute For Economic Research, 2002
- Koutsoyiannis, Anna: **Modern Mikro İktisat**, Çev: Muzaffer Sarımeşeli, Ankara, Gazi Kitapevi, 1987
- Krzyzaniak, Marian: “Effects of Profits Taxes: Deduced from Neoclassical Growth Models”, **Effects of Corporation Income Tax**, Ed: Marian Krzyzaniak, Detroit, Wayne State University Press, 1966, ss 17-106
- Krzyzaniak, Marian ve Musgrave A, Ricard: **The Shifting of The Corporation Income Tax**, Baltimore, The Johns Hopkins Press, 1963
- Laffont, Jean-Jacques ve Tirole, Jean: **Competition in Telecommunications**, Cambridge, MIT Press, 2000
- Laffont, Jean-Jacques ve Tirole, Jean: **A Theory Of Incentives In Regulation And Procurement**, Cambridge, MIT Press, 1993
- Loric, F.: “Access and Interconnection Issues in EC Telecommunications”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, College of Europa, Bruges, 1998
- Mankiw, Gregory, N.: **Principles of Macroeconomics**, Fourt Edition, Thomson-South Western, 2007
- Marlow, Michael L.: **Public Finance Theory and Practice**, Orlando, Horcourt Barace Company, 1995

- Mintz, Jack “Corporation Tax: A Survey”, **Fiscal Studies**, Volume 16, No:4, 1996, ss. 23-68
- Musgrave, Richard: **The Theory of Public Finance**, York, McGraw-Hill, 1959
- Musgrave, Richard ve Musgrave, Peggy **Public Finance in Theory and Practice**, New York, McGraw-Hill, Second Edition, 1976
- Nemli, Arif: **Kamu Maliyesine Giriş**, İstanbul, Güryay Matbaası, 1979
- Pechman, Joseph A.: **Federal Tax Policy**, Washington D.C, The Brookings Institution, 1967
- Sarı, Arif Ogün: **Rekabet Kuralları Işığında Erişim Arabağlantı Anlaşmaları ve Sanal Mobil Ağ Operatörlüğü**, Ankara, Rekabet Kurumu, 1. Baskı, 2004
- Schmölders, Günter: **Genel Vergi Teorisi**, Çev: Prof. Dr. Salih Turhan, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayınları Fakülteler Matbaası, 1976
- Shoup, Carl: “Incidence of Corporation Income Tax:Capital Structure and Turnover Rates”, **Readings in the Economics of Taxation**, Illinois, Richard D. Irwin Inc.,Vol: IX, 1959, ss 322-329
- Stiglitz, Joseph, E.: **Kamu Kesimi Ekonomisi**, Çev: Ömer Faruk Batirel, 2. Baskı, İstanbul, Marmara Üniversitesi Yayın No: 549, 1994
- Turhan, Salih: **Vergi Teorisi ve Politikası**, 6. Baskı, İstanbul, Filiz Kitapevi, 1998
- Uluatam, Özhan: **Yatırımları Teşvik Edici Vergi Politikaları**, Ankara Üni., SBF Yayınları No:311, Sevinç Matbaası, 1971

UNCTAD: **World Investment Report**, New York, 1994

İnternet Kaynakları

Gelir İdaresi Başkanlığı: <http://www.gib.gov.tr/index.php?id=271>
(Çevrimiçi 30.07.2011)

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu: **Faaliyet Raporu 2010**, (Çevrimiçi 19.11.2011)
http://www.tk.gov.tr/kutuphane_ve_veribankasi/raporlar/index.php

Kamuyu Aydınlatma Platformu: <http://www.kap.gov.tr/yay/Sorgu/SorguBildirimSonuc.aspx?kaynak=slink&sirketID=1103&paketTipi=-2>
(Çevrimiçi 15.08.2011)

OECD: **Competition And Regulation Issues In Telecommunications**, 2002, (Çevrimiçi 20.11.2011)
<http://www.oecd.org/daf/clp>

Türk Dil Kurumu: <http://tdkterim.gov.tr/bts/> (Çevrimiçi 30.10.2010)

Turkcell: <http://www.turkcell.com.tr/Sayfalar/anasayfa.aspx>
(Çevrimiçi 08.07.2011)