

**ULUSLARARASI VERGİ PLANLAMASI: ÇOK ULUSLU
ŞİRKETLER AÇISINDAN BİR DEĞERLENDİRME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

NAZLİCAN DOĞANLAR

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**MALİYE
ANABİLİM DALI**

**MERSİN
AĞUSTOS - 2020**

**ULUSLARARASI VERGİ PLANLAMASI: ÇOK ULUSLU
ŞİRKETLER AÇISINDAN BİR DEĞERLENDİRME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

NAZLİCAN DOĞANLAR

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**MALİYE
ANABİLİM DALI**

**Danışman
Prof. Dr. Veli KARGI**

**MERSİN
AĞUSTOS - 2020**

ÖZET

Çok uluslu şirketler, faaliyetlerini birden fazla ülkede gerçekleştiren organize olmuş şirketlerdir. Uluslararası ölçekte faaliyette bulundukları için hareket kabiliyetleri neredeyse sınırsızdır. Hareket alanının bu denli geniş olması avantajların yanı sıra dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Çok uluslu şirketlerin uluslararası ölçekte başarılı olabilmesi için içinde bulundukları ülkelerin yasal düzenlemelerine ve kültürel normlarına uyum sağlayabilen stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir. Bu stratejilerden bir tanesi uluslararası vergi planlamasıdır. Vergi planlaması, vergi yükünün yasalara aykırılık teşkil etmeyecek şekilde azaltılmasıdır. Vergi planlamasının ulusal sınırları aşıp uluslararası alana taşınması, uluslararası vergi planlaması kavramını ortaya çıkarmaktadır. Uluslararası vergi planlamasında nihai hedef, efektif vergi yükünü azaltmaktır. Efektif vergi yükü, farklı vergi sistemleri arasındaki farklılıkları dikkate almakta ve bu yönüyle gerçek vergi yükünü yansıtmaktadır. Bu kapsamda çok uluslu şirketler, faaliyette bulundukları ülkelerde karşılaştıkları farklı vergi sistemlerini uluslararası vergi planlama hedefleri ışığında bilinçli bir şekilde kullanmakta ve mevcut şartları avantaja çevirecek stratejiler geliştirmektedirler. Çalışmada uluslararası vergi planlamasının kullanım alanları açıklanmaktadır. Bu kapsamda çok uluslu şirketlerin uluslararası vergi planlama faaliyetlerinde kullandıkları transfer fiyatlandırma vergi cennetleri ve elektronik ticaret ele alınmakta ve bunların birer vergi planlama stratejisi olarak nasıl kullanıldığı açıklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çok uluslu şirketler, Uluslararası vergi planlaması, Transfer fiyatlandırması, Vergi cennetleri, Elektronik ticaret.

Danışman: Prof. Dr. Veli KARGI, Maliye Anabilim Dalı, Mersin Üniversitesi, Mersin.

ABSTRACT

Multinational companies are organized companies that operate in more than one country. Their mobility is almost limitless as they operate on an international scale. This wide range of motion brings along disadvantages as well as advantages. In order for multinational companies to be successful on an international scale, they need to develop strategies that can comply with the legal regulations and cultural norms of the countries in which they operate. One of these strategies is international tax planning. Tax planning is the reduction of the tax burden in a way that is not against the law. Moving the tax planning from the national borders to the international area reveals the concept of international tax planning. The main target in international tax planning is to reduce the effective tax burden. The effective tax burden takes into account the differences between different tax systems and thus reflects the actual tax burden. In this context, multinational companies are developing strategies to turn existing conditions into an advantage by consciously using the tax systems of the countries in which they operate, on the basis of international tax planning targets. The study explains how international tax planning is used. In this context, transfer pricing, tax havens and electronic commerce used by multinational companies in international tax planning activities are investigated and explained how they are used as a tax planning strategy.

Keywords: Multinational companies, International tax planning, Transfer pricing, Tax havens, Electronic commerce

Advisor: Prof. Dr. Veli KARGI, Department of Public Finance, University of Mersin, Mersin.

TEŞEKKÜR

Emek vererek üretilen her şeyde olduğu gibi tez yazmak da zorlu bir sürece göğüs germeyi ve yılmadan çalışmayı gerektirmektedir. Çalışmanın yürütülmesi sırasında bilgi, görüş ve desteğini esirgemeyen danışman hocam Prof. Dr. Veli KARGI'ya ve bu zorlu süreçte maddi ve manevi desteklerini esirgemedi daima yanımda olan anneme ve babama katkılarından dolayı teşekkürlerimi sunuyorum.



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇ KAPAK	i
ONAY	ii
ETİK BEYAN	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
KISALTMALAR VE SİMGELER	xi
1. GİRİŞ	1
2. ÇOK ULUSLU ŞİRKETLER	3
2.1. Çok Uluslu Şirketlerin Özellikleri	4
2.2. Çok Uluslu Şirketlerin Yabancı Ülkeye Giriş Yolları	5
2.2.1. Bağlı Şirket ve Şube Açma	5
2.2.2. Ortak Girişim Anlaşmaları	5
2.2.3. Lisans Anlaşmaları ve Franchising	7
2.3. Çok Uluslu Şirketlerin Tarihsel Gelişimi	8
2.3.1. Ticaret dönemi (1500-1850)	8
2.3.2. Sömürgecilik Dönemi (1850-1914)	9
2.3.3. Ayrıcalıklar Dönemi (1914-1945)	9
2.3.4. Uluslararası Dönem(1945- Günümüz)	10
2.4. Küreselleşme Süreci ve Çok Uluslu Şirketlerin Dönüşümü	11
2.5. Çok Uluslu Şirketlerin Uluslararası Faaliyetlerinin Etkileri	13
2.5.1. Köken Ülkeye Etkileri	13
2.5.2. Ev Sahibi Ülkelere Etkileri	14
2.5.3. İş Gücüne Etkileri	15
2.6. Çok Uluslu Şirketlerin Avantaj ve Dezavantajları	16
2.7. Çok Uluslu Şirketlerin Yatırım Kararlarını Etkileyen Faktörler	17
2.7.1. Maliyet İle İlgili Faktörler	18
2.7.2. Pazarlama İle İlgili Faktörler	18
2.7.3. Vergi İle İlgili Faktörler	19
2.8. Çok Uluslu Şirketler ve Vergi Yükünden Kurtulma Çabaları	20
2.8.1. Vergi Kaçakçılığı	21
2.8.2. Vergiden Kaçınma	21
2.8.3. Vergi Planlaması	22
3. VERGİ PLANLAMASININ KAPSAMI	23
3.1. Devlet Açısından (Makro) Vergi Planlaması	24
3.2. Mikro Vergi Planlaması	25
3.3. Vergi Planlamasının Literatürdeki Yeri	25
3.4. Vergi Planlama Süreci	26
3.5. Uluslararası Vergi Planlaması	28
3.5.1. Uluslararası Vergi Planlamasını Gerektiren Nedenler	30
3.5.1.1. Efektif Vergi Oranını Düşürmek	30
3.5.1.2. Karlılığı ve Likiditeyi Arttırmak	31
3.5.1.3. Rekabet Koşullarını İyileştirmek	32
3.5.2. Uluslararası Vergi Planlamasının Kurumsal Yapıya Etkisi	32
3.5.3. Uluslararası Vergi Planlamasının Ekonomik Etkisi	35
4. ULUSLARARASI VERGİ PLANLAMA STRATEJİLERİ	38
4.1. Transfer Fiyatlandırması	39
4.1.1. Transfer Fiyatlandırmasının Amaçları	39

4.1.1.1. Transfer Fiyatlandırmasının Yönetimle İlgili Amaçları	40
4.1.1.2. Transfer Fiyatlandırmasının Uluslararası Amaçları	40
4.1.1.3. Transfer Fiyatlandırmasının Vergi ile ilgili Amaçları	41
4.1.2. Transfer Fiyatlandırma Yöntemleri	43
4.1.3. Uluslararası Vergi Planlama Stratejisi Olarak Transfer Fiyatlandırması	46
4.2. Vergi Cennetleri	48
4.2.1. Vergi Cennetlerinin Sınıflandırılması ve Tercihli Vergi Rejimleri	51
4.2.2. Vergi Cennetlerinin Ekonomik Etkileri	54
4.2.3. Uluslararası Vergi Planlama Stratejisi Olarak Vergi Cennetleri	55
4.2.4.1. Üretim Şirketlerine Sunulan Ayrıcalıklar	56
4.2.4.2. Denizcilik Şirketlerine Sunulan Ayrıcalıklar	56
4.2.4.3. Hizmet Şirketlerine Sunulan Ayrıcalıklar	56
4.2.4.4. Offshore Finans Şirketlerine Sunulan Ayrıcalıklar	57
4.2.4.5. Offshore Lisans ve Patent Şirketlerine Sunulan Ayrıcalıklar	57
4.3. Elektronik Ticaret	58
4.3.1. Elektronik Ticaretin Önemi	59
4.3.2. Elektronik Ticaretin Sosyal ve Ekonomik Boyutu	60
4.3.3. Elektronik Ticaretin Vergisel Boyutu	61
4.3.4. Uluslararası Vergi Planlama Stratejisi Olarak Elektronik Ticaret	63
4.4. Uluslararası Vergi Planlama Stratejilerine Karşı Alınan Önlemler	64
5. ULUSLARARASI VERGİ PLANLAMASININ KULLANIMINA İLİŞKİN ÖRNEK OLAY	67
5.1. Posta Kutusu Şirket Örneği	67
5.2. Caterpillar Inc. Üzerinde Durum Değerlendirmesi	69
5.2.1. Caterpillar Inc. Genel Görünümü	69
5.2.2. Caterpillar Inc. Uluslararası Vergi Planlama Stratejisi	70
6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	75
KAYNAKLAR	78
ÖZGEÇMİŞ	83

TABLÖLAR DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 4.1. Transfer Fiyatlandırmasının Vergi Planlaması Kapsamında Uygulaması	46
Tablo 4.2. OECD'nin 2000 Raporunda Vergi Cenneti Olarak Nitelendirilen Ülkeler Listesi	50
Tablo 4.3. FATF 2020 Yılı Kara Liste ve Gri Listesinde Yer Alan Ülkeler	51
Tablo 4.4. OECD 2000 Raporunda Açıklanan Tercihli Vergi Rejimleri	53



ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 3.1. Vergi Planlama Sürecinin Aşamaları	27
Şekil 3.2. Vergi Planlama Sürecinde Kurumsal Karar Alma Mekanizmasının Belirleyicileri	28
Şekil 3.3. Geleneksel Kurumsal Yapı Modeli	33
Şekil 3.4. Uluslararası Vergi Planlaması Amacıyla Oluşturulan Kurumsal Yapı Modeli	34
Şekil 4.1. Şirket Grubu İçinde Transfer Edilen Mal/Hizmetlerin Değerlemesi İçin Transfer Fiyatlandırma Yöntemleri	44
Şekil 5.1. Posta Kutusu Şirket Üzerinden Faturalandırma	67
Şekil 5.2. Posta Kutusu Şirket Üzerinden Royalty Sözleşmesi	68
Şekil 5.3. Caterpillar Inc. Yeniden Yapılandırma Öncesinde Kullandığı Tedarik Zinciri	72
Şekil 5.4. CSARL Üzerinden Gerçekleştirilen Uluslararası Vergi Planlama Stratejisi	73

KISALTMALAR VE SİMGELER

Kısaltma/Simge	Tanım
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BEPS	Matrah Aşındırması ve Kar Aktarımı
CAT	Caterpillar Incorporation
DJIA	Dow Jones Borsa Endeksi
GAO	Amerikan Sorumluluk Ofisi
GM	General Motors
FHTP	Zararlı Vergi Uygulamaları Forumu
FATF	Mali Eylem Görev Gücü
KV	Kurumlar Vergisi
SEC	ABD Menkul Kıymetler Ve Borsa Komisyonu

1. GİRİŞ

Vergi planlaması makro ve mikro olmak üzere iki perspektiften incelenebilmektedir. Makro vergi planlaması, vergi planlamasının devlet perspektifinden incelenmesidir ve vergi sisteminin dizaynı hususunda önem kazanmaktadır. Devletler makro vergi planlaması ile vergi potansiyelinden en doğru şekilde yararlanmayı amaçlamaktadırlar. Mikro vergi planlaması, özünde vergi yükünü minimize etme amacını taşımaktadır. Bu amaç düzenleyici vergi hükümleri bağlamında gerçekleştirilmekte ve yapılan işlemler kanuna aykırılık teşkil etmemektedir. Bununla birlikte vergi planlamasını sadece vergi yükünü minimize etmeye yönelik bir takım muhasebe ile ilgili işlemlerle sınırlandırmak da doğru olmamaktadır. Vergi planlaması bunun daha ötesinde bir kavramı ifade etmektedir. Vergi planlaması, yönetim sürecine etki eden diğer planlama türleri gibi kurumsal yönetimin bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Bu yönüyle bir taraftan vergi yükünü hafifletmek amacını taşıırken diğer taraftan gerçekleştirilen ve gerçekleştirilmesi hedeflenen işlemlerin nedenleri ve sonuçları ile değerlendirildiği proaktif bir vergi yönetiminin anahtarı konumundadır.

Vergi planlamasının uluslararası ölçekte uygulanması karşımıza uluslararası vergi planlaması kavramını çıkarmaktadır. Özellikle çok uluslu şirketler, dünya ölçeğinde faaliyette bulunmalarından dolayı farklı yargı bölgeleri arasındaki vergisel uyumsuzlukları avantaja çevirecek uygulamalara yönelmektedirler. Bu noktada önem kazanan uluslararası vergi planlaması, şirketlere hem etkili bir vergi yönetimi sağlamak hem de uluslararası ortamda karşılaşılacak riskleri minimum düzeye indirme imkânı sağlamaktadır.

Çalışmanın birinci bölümü iki esas üzerine kurulmuştur. Öncelikle çok uluslu şirket kavramını sağlam bir zemine oturtmak amacıyla çok uluslu şirketlerin tanımı, özellikleri, dönemler bazında tarihsel gelişimi ve uluslararası alana etkileri değerlendirilmektedir. Ardından çok uluslu şirketlerin yatırım kararlarında etkili olan faktörler açıklanmaktadır. Burada vergi konusunun çok uluslu şirket grubu üzerindeki etkisinin vurgulanması amaçlanmakta ve verginin yatırım kararlarını etkileyen faktörler arasında değerlendirilmesi doğru bulunmaktadır. Ardından çok uluslu şirketlerin vergi yükünden kurtulma çabaları ele alınmakta ve bu kapsamda vergi kaçakçılığı, vergiden kaçınma ve vergi planlaması kavramları değerlendirilmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümü iki konu üzerinde yoğunlaşmaktadır. Vergi planlaması kavramsal olarak makro vergi planlaması, mikro vergi planlaması ve uluslararası vergi planlaması gibi birbirine çok karıştırılan birden çok kavramı kapsamaktadır. Ortaya çıkabilecek kavram kargaşasını önlemek amacıyla öncelikle vergi planlamasının kapsamı genel hatlarıyla açıklanmaktadır. Ardından vergi planlama süreci ve bu sürece etki eden kurumsal karar alma mekanizması açıklanarak vergi planlamasının teknik altyapısı oluşturulmaktadır. Çalışmanın

özünü oluşturan uluslararası vergi planlaması kavramı neden sonuç bağlamında ele alınmaktadır. Bu kapsamda öncelikle uluslararası vergi planlamasını gerektiren nedenler açıklanmakta, ardından uluslararası vergi planlamasının olumlu ve olumsuz etkileri ele alınmakta ve bu etkilerin oluşturabileceği olası sonuçlar değerlendirilmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde uluslararası vergi planlama stratejileri ele alınmaktadır. Çok uluslu şirketlerin uluslararası işlemlerinde kullandıkları vergi planlama stratejilerini çeşitlendirmek mümkündür. Nitekim ticaretin her alanında kendini hissettiren küresel dönüşüm ve buna ek olarak bilişim ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişim, uluslararası vergi planlama stratejilerini de günden güne çeşitlenmektedir. Çalışmanın bu bölümünde bu stratejiler içerisinde yer alan transfer fiyatlandırma, vergi cennetleri ve elektronik ticaret üzerine yoğunlaşacak ve bunların uluslararası vergi planlaması olarak nasıl kullanıldığı değerlendirilmektedir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde uluslararası vergi planlama stratejilerine ilişkin örnek olaya yer verilmekte ve Caterpillar Inc. üzerinden durum analizi yapılmaktadır.

2. ÇOK ULUSLU ŞİRKETLER

Faaliyetlerini aynı anda birden fazla ülkede gerçekleştiren şirketlere çok uluslu şirket denilmektedir (Seyidoğlu, 1980: 382). Terminolojik olarak incelendiğinde çok uluslu şirketlerin merkezinin bulunduğu ülkeye, köken/ana ülke (home country) denildiği, yatırım yapılan bağlı şirketlerinin ya da şubelerinin bulunduğu ülkeye ise ev sahibi ülke (host county) denildiği görülmektedir. Şirketlere çok ulusluluk niteliği kazandıran husus, şirketin, köken ülke sınırları dışındaki varlıklarının değeri ve şirketin uluslararası ölçekte yaygınlık derecesidir. Bu bağlamda bir şirketin çok uluslu olarak nitelendirilmesi için köken ülke dışındaki bağlı şirketlerinin veya şubelerinin %25'inin merkez şirketin mülkiyetinde bulunması gerekmektedir (Şatıroğlu, 1984: 14). Genel bir tanımlamayla çok uluslu şirketlerin gerek kuruluş gerekse takip edilen politika gereği iç ve dış faaliyetleri denk seviyede yürüten ve şirket kaynaklarını, şirketin ortak amaçlarını gerçekleştirmek için ulusal sınırları gözetmeksizin kullanan kuruluşlar oldukları söylenebilmektedir (Çam, 1987: 96). Bu kapsamda General Elektrik, Exxon Mobil, General Motors ve Ford Motor gibi şirketlerin birer çok uluslu şirket oldukları söylenebilmektedir (Bolat ve Seymen, 2005: 112).

Güncel kullanımlara bakıldığında çok uluslu şirketlerin (Multinational Companies), uluslararası şirketler (international companies), ulus ötesi şirketler (transnational companies), ulus üstü şirketler (supranational companies) ve küresel şirketler (global companies), gibi benzer kavramların yerine kullanıldığı görülmektedir. Her ne kadar söz konusu şirketler, çalışma ve örgütlenme biçimlerine bakıldığında birbirlerine benzer yönler barındırıyor olsalar da tanımlama noktasında bazı ince nüanslarla birbirlerinden ayrılmaktadır (Bolat ve Seymen, 2005: 54). Uluslararası şirketler, yabancı ülkelerde faaliyette bulunan fakat buralarda herhangi bir yatırımı bulunmayan şirketler olarak tanımlanmaktadır (Yüksel, 1999: 108). Ulus ötesi şirketler ise mülkiyetinde ve yönetiminde herhangi bir ulusal kimliğin ağırlıklı olmadığı şirketler olarak tanımlanmaktadır (Mutlu, 1999: 10). Uluslar üstü şirketler, hâlihazıra somut bir örneği görülmeyen şirketlerdir. Uluslararası bir anlaşma ile kurulmakta, uluslararası bir otorite tarafından tescil edilmekte ve yine bu otoriteye vergi vermek suretiyle yükümlü bulunmakta olan şirketlerdir. Global şirketler, dünya çapında faaliyette bulunan ve bu faaliyetlerinde köken ülke ayrımı gözetmeksizin kararlarını küresel bir bakış açısıyla veren, personel seçiminde farklı din, milliyet ve kültür farkı gözetmeyen ve üst düzey yöneticilerini dahi farklı uluslardan istihdam eden şirketler olarak tanımlanmaktadır (Bolat ve Seymen, 2003: 57; Mutlu, 1999: 10). Çok uluslu şirketler ise mülkiyet ve üst yönetim bakımından köken ülkeye bağlı olmakla birlikte kaynaklarını tahsis etmesi bakımından ulusal sınırlara bağlı olmayan şirketlerdir (Yüksel, 1999: 108). Bu doğrultudan hareket edilirse bir şirketin çok uluslu olarak tanımlanması için dört temel ögeye sahip olması gerekmektedir. Bunlar,

- i. Birden fazla ülkede yerleşik birimlerinin bulunması,
- ii. Üretim veya hizmet şeklindeki faaliyetlerinin büyük bir kısmını ez az iki ülkede gerçekleştirmesi,
- iii. Üretim, dağıtım, pazarlama ve yatırım faaliyetlerini genel bir strateji kapsamında tek merkezden yönetmesi,
- iv. Hisselerinin farklı ulusal kimliğe sahip kişilere dağılmış olmasıdır (ODTÜ-İFÖD Araştırması, 1976: 17).

2.1. Çok Uluslu Şirketlerin Özellikleri

Çok uluslu şirketlerin en belirgin özelliği yönetim yapısında kendini göstermektedir. Çok uluslu şirketler, merkezileşmiş şirketlerdir. Her ne kadar uluslararası ölçekte faaliyette bulunuyor olsalar da karar mekanizması, şirket merkezinin oluşturduğu genel bir strateji direktifinde işlemektedir (Bolat ve Seymen, 2005: 112). Merkezin yönetim faaliyeti, uluslararası alanda yapılacak yatırımların nereye yapılacağını planlamak ve faaliyette bulunulacak yerlerin özellikleri hakkında bilgi toplayıp alternatifler arasında seçim yapmak şeklinde gerçekleşmektedir. Şubeler ise kendi plan, program ve politikalarını, merkez tarafından hazırlanan genel strateji ve planlara bağlı olarak hazırlamaktadırlar (Özalp, 1998: 122). Bu noktadan hareketle söylenebilir ki çok uluslu bir şirketin uluslararası alanda faaliyette bulunan şubeleri birbirlerine ne kadar uzak olursa olsun adeta bir beynin sinir sistemi gibi bu ana merkeze sıkı bir şekilde bağlı olarak çalışmaktadır (Seyidoğlu, 1980: 384).

Çok uluslu şirketlerin bir diğer özelliği ise merkez sayılarında ortaya çıkmaktadır. Buna göre çok uluslu şirketler; tek merkezli (ethnocentric), çok merkezli (Polycentric) ve dünya merkezli (geocentric) olacak şekilde farklı yönetim biçimlerini tercih edebilmektedirler. Yönetimin tek merkezden gerçekleştiği şirketler, stratejik kararlarında ana şirketin bulunduğu ülke kanunlarına ve diğer özel koşullara bağlı kalmaktadırlar. Ayrıca şubelerde istihdam edilecek üst yönetim kadrosu, köken ülke vatandaşlarından seçilmektedir. Çok merkezli yönetim biçimine sahip şirketlerde bu durum farklılaşmaktadır. Çünkü bu tür şirketler tamamıyla şubelerinin bulunduğu ülke ihtiyaçlarına odaklanmakta ve yerleşmeye özen göstermektedirler. Dolayısıyla şubeler, ana merkezden bağımsız olarak yönetilmekte ve özerk şekilde karar alabilmektedir. Dünya merkezli yönetim biçiminde ise kararlar dünya genelindeki tüm gelişmeler ve problemler değerlendirildikten sonra ana merkez tarafından alınmaktadır. Özellikle istihdam edilecek personel kadrosu milliyet farkı gözetilmeksizin oluşturulmaktadır. Bu noktadan hareketle, yönetim konusunda dünya merkezli yaklaşım biçimini tercih eden şirketlerin yabancı personel sayısının en yüksek olduğu şirketler oldukları söylenebilir. Ayrıca üretimlerinin büyük bir çoğunluğu köken ülke dışındaki şubelerde gerçekleştiği için bu yönetim

biçimine sahip şirketlerin büyümesi, köken ülke sınırları dışındaki faaliyetlerinin yoğunluğuna bağlı olmaktadır (Bolat ve Seymen, 2005: 64-66).

2.2. Çok Uluslu Şirketlerin Yabancı Ülkeye Giriş Yolları

Faaliyetlerini uluslararası alana taşımayı amaçlayan şirketler, bu amacı gerçekleştirmek için bağlı şirket kurmak, şube açmak, ortak girişim anlaşmalarında bulunmak, lisans anlaşmaları ve franchising gibi çeşitli yollarla uluslararası alanda faaliyetlerini gerçekleştirebilmektedirler. Bunların bazıları yatırım yapılacak ülkede yönetim fonksiyonunu gerekli kılmakta bazıları ise herhangi bir yönetim fonksiyonuna gerek olmaksızın uluslararası alanda faaliyette bulunabilmeyi mümkün kılmaktadır. Bu kapsamda şirketlerin yurtdışına açılmak için bu yöntemlerden hangisini tercih edeceği; faaliyette bulunulan sektörün koşullarına, şirket çıkarlarını maksimize edecek uzun dönemli stratejilere ve ev sahibi ülke koşullarına bağlı olarak değişmektedir (Şatıroğlu, 1984: 183).

2.2.1. Bağlı Şirket ve Şube Açma

Çok uluslu şirketler, bağlı şirketleri (subsidiary) veya şubeleri (branch) vasıtasıyla uluslararası alanda faaliyette bulunabilmektedir. Bağlı şirketler, çok uluslu şirket grubunun kendisine bağlı fakat başka bir ülkede bulunan şirketleridir. Şubeler ise şirket grubunun hem bir parçası hem de yabancı ülkedeki uzantısı olarak konumlanmakta, genellikle satış ve servis işlevlerini üstlenmektedirler. Uygulamada en çok kullanılan yöntem, faaliyette bulunmak istenen ülke veya bölgelerde bağlı şirket kurmaktır. Fakat bağlı şirketler vasıtasıyla uluslararası faaliyette bulunmak, kaynakların en üst düzeyde kullanılmasını gerektirmektedir. Bunun nedeni çok uluslu bir şirketin herhangi bir ülkede kendisine bağlı bir şirket kurması durumunda mevcut olan sermaye, teknoloji, personel ve yönetim teknikleri gibi değerlerini bu şirketlere transfer etmek mecburiyetinde kalmalarıdır. Neticede bu durum kayda değer bir maliyet unsuru olarak görülmektedir. Buna benzer şekilde şubeler de nitelikli personel, büro ve depo ihtiyaçlarını gerektirdiğinden maliyetli olmaktadır (Yüksel, 1999: 141; Mutlu, 1999: 116).

2.2.2. Ortak Girişim Anlaşmaları

Çok uluslu şirketler için uluslararası faaliyete bulunmanın bir diğer yolu ortak girişim (joint venture) anlaşmalarıdır. Ortak girişim anlaşmaları, çok uluslu bir şirket ile yerel bir şirket arasında üretim, finans, pazarlama ve yönetim gibi konularda yapılan ortaklık anlaşmalarıdır. Bu anlaşmalar, yabancı bir ülkede bulunan yerel bir şirkete ortak olmak ya da yerel bir şirketin

hisse senetlerini almak şeklinde gerçekleştirilebilmektedir. Ortak girişim anlaşmaları ile yerel finansal kaynaklardan yararlanma imkânı bulunduğu için şirketin finansal yükü nispeten azalmakta, pazarda rekabet üstünlüğü sağlanmakta ve bir takım siyasi avantajlar sağlanmaktadır. Buna karşın bu yöntem yerel bir şirket ile mülkiyeti ve denetimi paylaşmayı gerekli kıldığı için alınan kararlarda esnekliğin azaldığı, hisse senedi ve transfer fiyatlandırma gibi konularda uyuşmazlıkların ortaya çıkabildiği söylenebilmektedir (Yüksel, 1999: 141; Mutlu, 1999: 116).

Ortak girişim anlaşmaları küçük ölçekli şirketlere faaliyetlerini çeşitlendirebilme ve ileri teknolojilere erişebilme imkânı verirken büyük ölçekli şirketlere ise sermaye ve uluslararası ölçekte dağıtım ve hizmet kapasitesine ulaşabilme gücü vermektedir. Ayrıca ortak girişim anlaşmaları, bilindik bir markaya sahip olmak, yerel müşterilerle bağ kurabilmek ve yerel kültürü tanımak noktasında da rekabet avantajı sunmaktadır. Özellikle yerel kültürü tanıma noktasında sağlanan avantajlar Japon pazarları gibi kapalı bir kültür anlayışının egemen olduğu pazarlarda oldukça fayda sağlamaktadır. Bu bağlamda Amerikan şirketlerinin Japon pazarlarına girebilmek için ortak girişim anlaşmalarını kullanmalarının sebeplerinden biri de bağımsız şekilde faaliyette bulunan şirketlerin bu tür pazarlarda “dışardan gelen” olarak görülmeleridir. Bu nedenle dışardan gelen şirketler yerel yöneticileri kendilerine çekmekte zorlanmaktadırlar. Bundan dolayı ortak girişim anlaşmalarını tercih eden şirketler genel olarak faaliyette bulunulacak ülkenin yerel yönetim yapısına hâkim vatandaşlarını istihdam edebilmek ve bu sayede yerel koşullara hâkim olabilmeyi amaçlamaktadırlar (Bradley, 2002: 297). 1960’ların sonlarına doğru Japon otomobil pazarının hızla büyümesi karşısında Ford Motor’un Japon pazarına girmek için Mazda ve Nissan gibi yerli şirketlerle yaptığı ortak girişim anlaşması bu duruma örnek gösterilebilmektedir. Ford, bu dönemde Mazda ve Nissan ile yaptığı ortak girişim anlaşması ile Japonya’da varlığını göstermek, Japon yönetim çalışma ve prosedürlerini tanımak ve normal şartlarda hükümetin sınırlamaları nedeniyle yatırım yapamayacağı bir sektörde yerli şirketlerle sınırlı varlık iştirakinde bulunarak faaliyetlerini yoğunlaştırabilme imkânı elde etmiştir (Yoshino & Rangan, 2000: 35-36). Bu ve benzeri stratejik ortaklıklara Glabia-Leprino ortak girişimini de örnek göstermek mümkündür. Mozzarella peyniri üretiminde öncü olan Leprino Foods Company, hızla büyüyen Avrupa pizza peyniri pazarında payını arttırabilmek için Avrupa’nın pizza peyniri üretiminde lider konumunda olan Glanbia plc ile bir ortak girişim talebinde bulunmuştur. Avrupa’da pizza peynirine yönelik talebin her yıl %8 civarında büyümekte olduğunun farkında olan Leprino, bu pazarda stratejik bir ortak edinmek için Glanbia şirketinin hisselerinin %49’una karşılık 34.92 milyon euro ödeme teklifinde bulunmuştur. Glanbia plc ise bu stratejik ortaklık sayesinde Leprino şirketinin patentine ve mozzarella peynir üretim teknolojisinin kullanım lisansını elde etmektedir. Bu yönüyle

bakıldığında ortak girişim anlaşmalarının çok uluslu şirketlerin faaliyetlerini uluslararası alana yaymaları için önemli fırsatlar sunduğu açıkça görülmektedir (Bradley, 2000: 298).

2.2.3. Lisans Anlaşmaları ve Franchising

Çok uluslu şirketlerin yabancı bir ülkede faaliyete bulunmak için kullandıkları yöntemlerden olan; bağlı şirket kurma, şube açma veya ortak girişim anlaşmaları, yönetim fonksiyonunun üstlenilmesini gerekli kılmaktadır. Bununla birlikte şirketlerin uluslararası alanda faaliyette bulunabilmek için yönetim fonksiyonunu üstlenmeleri şart değildir. Lisans anlaşmaları yaparak patent, üretim yönetimi ve teknik bilgi gibi gayri maddi hakların yabancı bir şirkete kiralanması da uluslararası alanda yönetim fonksiyonunu üstlenmeden faaliyette bulunmayı mümkün kılmaktadır. (Seyidoğlu, 1980: 386). Lisans anlaşmaları, şirketlerin uluslararası yatırımlarda bulunmak için kullandıkları en eski yöntemlerden biridir. Özellikle ekonomik, sosyal ve siyasal risklerin yoğun olduğu ve uluslararası doğrudan yatırımların yasaklandığı koşullarda lisans anlaşmaları ile teknoloji transferinde bulunarak teknolojik üstünlüklerin getirilerinden faydalanmak mümkün olmaktadır (Şatıroğlu, 1984: 183).

Lisans anlaşmaları, bir ürünün, sürecin, teknolojik tasarımın veya pazarlama uzmanlığının bir sözleşme vasıtasıyla satın alınması veya satılması şeklinde gerçekleşmektedir. Bu bakımdan lisans anlaşmalarının konusu sadece ürün teknolojisi ile sınırlanmamaktadır. Aynı zamanda pazarlama ve üretim deneyimleri ile ilgili bilgi ve tecrübeler de lisans anlaşmalarına konu olabilmektedir. Lisans anlaşmalarına genellikle ileri teknoloji sanayiinde faaliyette bulunan fakat AR-GE faaliyetleri için yeterli finansal kaynağa sahip olamayan şirketler yönelmektedir (Bradley, 2002: 287-288)

Lisans anlaşmaları daha az sermaye harcaması ile uluslararası ölçekte yatırım yapabilmeyi olanaklı hale getirmektedir. Faaliyette bulunulmak istenen ülkelerde bağlı şirket veya şube açılması bir dizi risk unsurunu beraberinde gerektirmekte ve uyulması gereken prosedürler zaman kaybına neden olmaktadır. Lisans anlaşmaları, faaliyetlerini geniş bir alana yaymak isteyen şirketler için daha hızlı ve pratik bir yol olarak görülmektedir bu nedenle kullanımı gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır. Özellikle franchising sözleşmelerinin uluslararası alanda en çok kullanılan yöntem olduğu söylenebilmektedir. Franchising, lisans anlaşmalarının farklı bir türü olarak ele alınmaktadır. Fakat franchising ile bir ürün veya teknolojik sürecin lisansı değil daha spesifik olarak bir işletme biçiminin lisansı verilmektedir. Franchising veren şirkete franchisor, franchising alan şirkete ise franchisee denilmektedir. Franchisor şirket, kendine ait veya kendisiyle ilişkili bir ad /unvan adı altında ve yine kendisi tarafından oluşturulan işletme yapısına uygun olunması şartını öne sürerek iş yapma lisansı vermekte ve sözleşme süresi içerisinde franchisee'ye işleri yürütme konusunda yardımcı olmaktadır.

Franchising sözleşmeleri bu yönüyle lisans anlaşmalarından farklılaşmaktadır. Franchising tipi dışa açılma yöntemlerinde lisans veren şirket, sözleşme süresi boyunca bu lisansı alan şirketin işleri nasıl yürüttüğünü denetleme yetkisine sahip olmaktadır (Bradley, 2002: 292-293).

2.3. Çok Uluslu Şirketlerin Tarihsel Gelişimi

Tarihi açıdan bakıldığında kendi ülkelerinde ulusal bütünlüğünü tamamlamış şirketlerin büyük ölçekli sermaye hareketleri ile ülkelerinin coğrafi ve hukuki sınırlarından çıkarak yatırımlarını başka ülkelere yönlendirmeye başlamaları çok uluslu şirketlerin doğuşuna yol açan etmenlerin başında gelmektedir (Şatıroğlu, 1984: 11). Bu kapsamda çok uluslu şirketlerin gelişimine ivme kazandıran faktörler; sermaye birikimi, ucuz hammaddeye ve ucuz iş gücüne ulaşma isteği, teknolojik yeniliklerin büyük ölçekte üretime imkân vermesi ve rekabetin yoğunlaşması şeklinde sıralanabilmektedir (ODTÜ-İFÖD Araştırması, 1976: 14-15).

Şirketlerin çok uluslu hale geliş süreci incelendiği zaman uluslararası yatırımların ilk olarak Amerikan şirketlerinde başladığı ve bu gelişmeleri Batı Avrupa ve Japon şirketlerinin devam ettirdiği görülmektedir (Seyidoğlu, 1980: 384). Bu gelişmeler dönemsel olarak incelenmek istendiğinde ticaret dönemi, sömürgecilik dönemi, ayrıcalıklar dönemi ve uluslararası dönem olmak üzere dört aşamada ele alınmaktadır.

2.3.1. Ticaret dönemi (1500-1850)

Christopher Columbus ve diğer kâşiflerin denizlere açılmasıyla başladığı öne sürülen ticaret dönemi, 1850 yılına tekabül eden endüstri devriminin başlangıcına kadar devam etmektedir. Gerek ekonomik gerek siyasi amaçlar neticesinde coğrafi keşiflere artan ilgi ve destekler, dönemin ticari faaliyetlerini arttıran oldukça önemli gelişmelerdir. Bu durum Avrupa’da işletmecilik kavramının ilk örneklerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Mutlu, 1999: 15).

Uluslararası ticaretin bu ilk dönemleri, tüccarlar aracılığıyla yapılan ticari faaliyetlere sahne olmaktadır. Bu faaliyetler; Fenike, Yunan ve Ceneviz kontuarları kadar geçmişe dayandırılmaktadır (Çam, 1987: 97). Bu dönemde Tüccarlar, uzak kıtalara yaptıkları yolculardan topladıkları kıymetli madenler, egzotik mallar, renkli ipekler, baharatlar ve köleleri kendi ülkelerinde yüksek fiyatlarla satmakta ve bu satışlardan oldukça yüksek oranda kar elde etmekteydiler. Büyük ölçüde denizcilik bilgisine dayanan bu tür ticari faaliyetler sonucunda ortaya çıkan ilk ticari girişimler bugün bildiğimiz anlamıyla var olan çok uluslu şirketlerin de öncüsü sayılmaktadır. Bu dönemde gelişen büyük şirketlerin ilk örneklerini; British India

Company, Hollanda da Duch East India Company ve The Hudson's Bay Company şirketlerinin temsil ettiği söylenebilmektedir (Mutlu, 1999: 16).

2.3.2. Sömürgecilik Dönemi (1850-1914)

Sömürgecilik dönemi, Endüstri devriminden 1. Dünya savaşının başlangıcına kadar olan süreci kapsamaktadır. Ticaret döneminde denizaşırı ticaretin temel nedeni egzotik mallara ulaşmak iken sömürgecilik döneminde denizaşırı faaliyetlere yönelmenin temel nedeni, büyük çiftliklerde üretilen tarım ürünleri ve işlenmiş madenler gibi daha kolay ve ucuza elde edilebilen endüstriyel ürünlere ulaşmaktır (Mutlu, 1999: 16).

Endüstri devrimi ile birlikte başlayan makineleşme süreci ve kar maksimizasyon güdüsü, işletmeleri daha ucuz hammadde arayışına yöneltmiş ve bu arayış, uluslararası ticari faaliyetlerin hızlı bir şekilde artmasını sağlamıştır. Bu dönemde uluslararası faaliyetler, doğal kaynaklara ulaşmak ve bu kaynaklardan faydalanmak, gümrük duvarları ve diğer kısıtlamalardan kurtulmak gayesiyle gerçekleştirilmiştir. Sömürgecilik döneminde yatırımların uluslararası alana taşınmasındaki itici güç, Avrupa ülkelerinin kendilerinde bulunmayan fakat sanayileri için gereken bakır, çinko, boksit ve petrol gibi doğal kaynaklara ulaşma isteğidir. Bu kapsamda ilk modern çok uluslu işletmelerin Avrupa da 19.yy'da ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Almanya'da Bayer (1863), İsviçre'de Nestle (1867), Fransa'da Michelin (1893), İngiltere'de Lever (1890) ilk örnekler arasında gösterilebilmektedir (Çam, 1987: 98-99).

Sömürgecilik 17.yy'dan itibaren birçok ülke ve birçok şirketin zenginleşmesine kaynaklık eden bir ticari akım olarak ele alınabilmektedir. Öyle ki 20.yy'nin başında Hindistan'ın gelirinin %15'i İngiltere'ye, Endonezya'nın gelirinin %10'u ise Hollanda'ya transfer edilmiştir. Günümüzde ise gelişmiş ülkelerde faaliyette bulunan şirketlerin üretim tesislerini az gelişmiş ülkelere kaydırmaları ve bu ülkelerdeki yerli şirketlerle işbirliğine yönelmeleri bu tür faaliyetlerin değişik yöntemlerle de olsa günümüzde bile mevcut olduğunu göstermektedir (Dulupçu, 2001: 55).

2.3.3. Ayrıcalıklar Dönemi (1914-1945)

1914-1945 arasındaki süreci kapsayan ayrıcalıklar dönemi, savaşların uluslararası ticari faaliyetler üzerindeki etkisinin belirgin biçimde görüldüğü bir dönemdir. I. Dünya savaşının ardından uluslararası ticareti dengeleyici politikaların kaldırılması ile birlikte özellikle otomobil endüstrisinde uluslararası yatırımlar oldukça hızlı bir şekilde ivme kazanmıştır (Mutlu, 1999: 17; Kaymakçı, 2013: 227). General Motors ve Ford, ABD piyasalarında monopol konuma geldikten sonra dış ülkelerde montaj tesisleri kurmaya başlayan ilk şirketlerdir. Fakat dünya

otomotiv endüstrisinde çok ulusluluk kavramının ilk örnekleri GM tarafından verilmektedir. GM dış ülkelerdeki montaj tesislerini bir adım daha ileri taşıyarak 1925’de İngiltere’deki “Vauxhall” şirketini, 1927’de Almanya’daki “Adam Opel” şirketi ile Avustralya’daki “Holden” şirketini ele geçirerek çok uluslu üretim modelini uygulamaya başlamıştır (ODTÜ-İFOD Araştırması, 1976: 55). Ayrıca 1929 dünya ekonomik buhranından sonra ellerinde stok bulunan şirketlerin bu stoklarını eritmek için alternatif pazar arayışına yönelmeleri uluslararası yatırımların artmasını sağlayan başka bir durumdur (Kaymakçı, 2013: 227). Fakat her ne kadar uluslararası yatırımlarda belirli oranda hareketlenme görülse de Avrupa’da mevcut olan siyasal ortam ve çeşitli bölgelerin işgal altında bulunması gibi siyasi dinamikler, hem uluslararası yatırımları hem de çok uluslu şirketlerin faaliyetlerini büyük oranda kısıtlamıştır (Özalp, 1998: 29).

2.3.4. Uluslararası Dönem(1945- Günümüz)

Uluslararası dönem, 1945’ten başlayıp günümüze kadar olan süreci kapsamaktadır. Bu süreç 1945-1970 yılları arasını kapsayan dönem ve 1970’den günümüze kadar olan dönem olmak üzere iki aşamada incelenebilmektedir. Global genişleme yılları olarak adlandırılan 1945-1970 yıllarını kapsayan ilk dönem, şirketlerin dünya genelinde yeni pazarlar ve yeni üretici güçler aramaya başladıkları bir süreci yansıtmaktadır (Mutlu, 1999: 18-19). Bu dönemde küçük çok uluslu şirketlerden dev çok uluslu şirketlere değin birçok şirketin ihracat, lisans anlaşmaları ve yerel şirketlerle ortak girişimlerde bulunmak suretiyle dünya pazarına girmek için çeşitli yollara başvurduğu söylenebilmektedir (Özalp, 1998: 30-31).

Özellikle II. Dünya savaşıdan 1960’lı yıllara kadar olan süreçte Bretton Woods anlaşması sonucunda Amerikan şirketleri, doların uluslararası ödeme aracı olarak kabul görmesi, uluslararası ticarete serbestleşmeye gidilmesi ve teknolojik açıdan üstünlüklerinin bulunması gibi faktörler sonucunda özellikle Avrupa ülkeleri ve Kanada olmak üzere uluslararası ölçekte yayılma imkânı elde etmişlerdir (Çam, 1987: 99). Endüstriyel bazda bakılacak olursa II. Dünya savaşı sonrasında Avrupa kökenli çok uluslu şirketlerin özellikle kimyasal maddeler ve ilaç endüstrisinde yayılma gösterdikleri Nestle ve Unilever gibi birkaç şirket dışında gıda endüstrisinde yayılma göstermedikleri söylenebilmektedir. Amerikan şirketlerinin uluslararası yatırımlarının ise daha ziyade işlenmiş gıda endüstrisi ve çiftlik makineleri gibi işgücünden tasarruf sağlayan elektriksiz makineler üzerine yoğunlaştığı söylenebilmektedir (Yüksel, 1999: 114-115).

1970’li yıllara tekabül eden ikinci dönem, Amerikan dolarının devalüe edildiği bir süreci yansıtmaktadır. Bu dönem Amerikan çok uluslu şirketlerinin uluslararası alandaki hızlı yayılımlarından sonra özellikle Avrupa çok uluslu şirketleri ile Japon çok uluslu şirketlerinin de büyüme ve uluslararası ölçekte yayılma alanı bulduğu bir dönemdir (Çam, 1987: 101; Yüksel,

1999: 115). Bu dönemde çok uluslu şirketlerin ev sahibi ülkelerdeki üretimlerinin yıllık yaklaşık olarak %10 civarında artış gösterdiği söylenebilmektedir. Bu artış dünyadaki toplam hâsıla artışından iki kat, ihracattaki toplam artıştan ise %40 daha hızlı bir gelişimi ifade etmektedir. 1971 yılında mevcut tüm çok uluslu şirketler tarafından üretilen 500 milyar değerindeki katma değer, dünya GSMH 'sının yaklaşık olarak 1/5'ine denk düşmektedir. Ayrıca 1972 yılında satış geliri 1 milyar doların üzerinde olan yalnızca 200 şirket var iken 1979 yılına gelindiğinde satış geliri 1 milyar doların üzerinde olan şirket sayısının 565'e ulaşmaktadır. (Alpar, 1980: 33-34). Çok uluslu şirketlerin gelişme hızını ifade edebilmek bakımından oldukça önem arz eden bu durum, uluslararası dönemin özellikle 1970 ve sonrasına tekabül eden sürecinde çok uluslu şirketlerin dünya üzerindeki güçlerinin belirgin bir biçimde arttığını da gözler önüne sermektedir. Özellikle doğrudan yatırımlar söz konusu olduğunda bu fark belirgin bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Öyle ki 1914'de uluslararası yatırımların %90'ı portföy yatırımı şeklinde gerçekleşmekte iken 1970'lere gelindiğinde doğrudan yatırımlar tüm yatırımların %75'ini kapsamaktadır (ODTÜ-İFÖD Araştırması, 1976: 17).

1980'lere gelindiğinde çok uluslu şirketlerin bankacılık, reklam ajansları, danışmanlık, bilgi işlem ve yazılım gibi çeşitli alanlarda faaliyet göstermeye başladıkları görülmektedir. 1980 ve sonraki yıllar, uluslararası faaliyetlerde bir dizi değişimine sahne olmuştur. Bu değişim rekabetin yoğunlaşması ve teknoloji transferlerinin artışı ile açıklanabilmektedir. Ayrıca yönetim biçimlerinde görülmeye başlanan küresel eğilimlerin de etkisiyle gerek üretime gerekse hizmete yönelik faaliyete bulunan büyük ve küçük ölçekli çok uluslu şirketler, kültürel farklılıkları daha çok dikkate almaya özen göstermişlerdir (Mutlu, 1999: 21). 1990 ve sonrasında siyasi ortamdaki yumuşamaların etkisi ile önceki yıllarda hissedilen siyasal gerilimlerin ve sıcak savaşların yerini gelişmiş ülkeler ve köken itibarıyla onlara bağlı şirketleri arasında gerçekleşen ticari savaşlar almaktadır. (Kaymakçı, 2013: 228).

2.4. Küreselleşme Süreci ve Çok Uluslu Şirketlerin Dönüşümü

Küreselleşme mevcut bir durumu değil bunun daha ötesinde bir süreci ifade etmektedir. Bu süreç; ticaretin küreselleşmesi, finansal küreselleşme ve üretimin küreselleşmesi şeklinde birbirleriyle ilişkili üç aşamadan oluşmaktadır. Ticaretin küreselleşmesi, gerek gümrük tarifeleri gerekse diğer ticari kısıtlamalar olmak üzere uluslararası ticaretin önündeki tüm kısıtlamaların kaldırılmasıyla gerçekleşmiştir. Sürecin ikinci aşamasını oluşturan finansal serbestleşmeyi bilgi işlem teknolojisindeki gelişmeler neticesinde açıklamak mümkündür. Çünkü bilgi işlem teknolojisindeki gelişmelerle birlikte bilgi aktarımının kolaylaşması ve ulaştırma maliyetlerinin azalması gibi bir dizi kolaylık, serbest piyasa ekonomisini esas alan liberal politikaların sermaye piyasalarını etkisi altına almasını kolaylaştırmıştır. Üretimin küreselleşmesi ise klasik üretim

biçimlerinin bırakılıp esnek üretim biçimlerine geçilmesiyle açıklanabilmektedir. Post-fordist üretim olarak da adlandırılabilen bu yeni üretim biçimi, üretimin birimlere ayrılması ve bu birimlerin uluslararası alanda maliyet avantajı sağlanacak şekilde dağıtılması anlamına gelmektedir (Tokatlıoğlu, 2005: 60-70).

Küreselleşme, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin ivme kazandığı, ticari ve sınai alanda bütünleşmelerin hızla arttığı bir süreçtir. Küreselleşmenin sağladığı bu imkânlar, sermaye, teknoloji, hammadde ve diğer üretim faktörlerinin küresel pazarlardan kolaylıkla temin edilmesini mümkün kılmaktadır. Artık çok uluslu şirketler açısından büyük pazarlarda faaliyete bulunmak için bu pazarlara yakın olma şartı geçerliliğini yitirmekte, devlet ve onun uyguladığı politikalar, küresel güçler karşısında ekonomik etkinliğini önemli oranda kaybetmektedir. Kısacası uluslararası alanda geleneksel fizibilite çalışmalarına dayalı olarak gerçekleştirilen üretimin hızla önemini kaybettiği söylenebilmektedir (Dulupçu, 2001: 95). Bu durum çok uluslu şirketlerin yapısında bir takım değişiklikler meydana getirmektedir. Şirketler, yoğun rekabet ortamında varlığını devam ettirebilmek için yüksek teknoloji kullanmak ve yeni teknolojiler üretmek zorunda kalmaktadırlar. Tüketici tercih ve beklentileri değişmekte ve değişen bu beklentileri karşılamak için farklı yerel özellikleri dikkate alan, küresel ilke ve normlara bağlı üretim biçimlerinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu durum çok uluslu şirketleri küreselleşmenin atomistik-parkülarist yapısına uyumlu stratejilere yöneltmektedir. Bu kapsamda pazarın hacmi yerine niteliğinin önem kazandığı ve üretimde müşteri odaklı yaklaşımların benimsendiği görülmektedir. (Dulupçu, 2001: 24-30).

Bu bağlamda üretim faaliyetlerinde geçmişte olduğu gibi gelişmiş ülkelerin az gelişmiş ülkelere hammadde ithal etmek ve bunları nihai ürün haline getirdikten sonra dış pazarda satımını gerçekleştirmek şeklinde işleyen sürecin değiştiği ve günümüzde olduğu gibi ülke farkı gözetilmeksizin hemen hemen her ülkeye komplike ürün ve hizmetlerin sunulduğu, tüketici tercih ve beklentilerine kolaylıkla ayak uydurabilen bir sürece geçildiği görülmektedir (Saraç, 2006: 47). Özellikle günümüzün ticari ve sınai gelişmeleri incelendiğinde dördüncü sanayi devriminden bahsetmek mümkün olmaktadır. Endüstri 4.0 şeklinde ifade edilebilen bu kavramın yeni bir döneme geçişin ilk izlerini yansıttığı söylenebilmektedir. Artık müşterilerin talepleri mükemmel üründen ziyade farklılık oluşturabilecek ürünlere doğru kaymakta bu şekilde müşteriler kendi özel isteklerine uygun ürünleri istemektedirler. Bu noktada şirketlerin uluslararası boyutta başarı kazanması, pazarlama stratejilerinde müşteri ilişkilerini kişisel boyuta indirgeyebilecek şekilde bir dönüşümün başlatılmasıyla mümkün olmaktadır (Özsoylu, 2017: 59).

2.5. Çok Uluslu Şirketlerin Uluslararası Faaliyetlerinin Etkileri

Çok uluslu şirketler, sahip oldukları iktisadi güç nedeniyle dünya ekonomisinde alınan kararlarda çoğu zaman etkili olmaktadır. Bu doğrultuda kendi amaçları ile çatışan her türlü kararı etkisiz hale getirmek ve lehlerine sonuçlanacak uygulamaları oluşturmak için uluslararası alanda bir baskı unsuru olarak rol almaktadırlar. Faaliyetlerini uluslararası ortamdan sağlayacakları ekonomik avantajlara göre şekillendirebilen çok uluslu şirketler, faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan sosyal maliyetleri ulusal hükümetlere ve dolayısıyla vergi mükelleflerine yükleyebilmekte ve aleyhlerine sonuçlanacak her türlü uygulama karşısında gitme tehdidini kullanarak ulusal politikaları etkisiz hale getirmektedirler (Saraç 2006: 27). Bu ve benzeri durumlar, uluslararası alanda olumlu ve olumsuz birçok farklı etkiler doğurmaktadır. Bu etkiler, öncelikle çok uluslu şirketlerin bağlı oldukları köken ülkeye etkileri ardından faaliyette bulundukları ev sahibi ülkelerde meydana getirdikleri etkiler daha sonra ise işgücüne etkileri şeklinde açıklanabilmektedir.

2.5.1. Köken Ülkeye Etkileri

Çok uluslu şirketler, bağlı bulundukları köken ülkeye ekonomik, politik, kültürel ve teknolojik olmak üzere birçok fayda sağlamaktadırlar. Öncelikle çok uluslu şirketler, gerçekleştirdikleri uluslararası yatırımlarla kendi ülkelerinde mevcut olan sermaye fazlasının etkin bir şekilde kullanımını sağlayabilmektedirler. Ayrıca faaliyette bulundukları ülkelerde ucuz işgücü ve hammadde gibi üretim faktörlerine kolayca erişerek üretim maliyetlerini düşürebilmekte ve elde ettikleri karı kendi ülkelerine transfer ederek bağlı oldukları köken ülkenin gelirlerini arttırabilmektedirler (Yüksel, 1999: 118).

Çok uluslu şirketler teknolojik yayılma ile sahip oldukları teknolojiyi faaliyette bulundukları ev sahibi ülkelere transfer ederek yüksek oranda teknolojik karlar elde edebilmektedirler. Ayrıca ev sahibi ülkedeki teknolojiyi içselleştirip bağlı oldukları köken ülkeye katkı sağlayabilmektedirler. Bununla birlikte az gelişmiş ülkelere AR-GE, modern teknoloji, üst düzeyde bilgi ve uzmanlık gerektiren sermaye yoğun çıktıları satmaları köken ülkenin politik ve kültürel alandaki etkinliklerinin artmasında çok uluslu şirketleri önemli bir aktör haline getirmektedir. Diğer taraftan bakıldığında çok uluslu şirketler, tekeli veya oligopolistik faaliyetlerine karşı oluşacak kamu baskısından kaçınmak ve köken ülkenin mali ve hukuki denetiminden kurtulmak için gelirlerini serbest bölgelerde ya da vergi cenneti sayılan bölgelerde değerlendirme imkânı bulmaktadırlar. Bu durum, köken ülkede kayda değer miktarda vergi kaybına neden olabilmektedirler (Yüksel, 1999: 118; Kaymakçı, 2013: 229).

2.5.2. Ev Sahibi Ülkelere Etkileri

Çok uluslu şirketler, uluslararası yatırımlarından maksimum kar sağlamayı beklemektedirler. Buna karşın faaliyette bulunulan ev sahibi ülke hükümetleri ise onlardan ekonomik kalkınmaya yardımcı olmalarını beklemektedirler. Bu iki farklı amaç her zaman birbirleriyle uyusmamakta ve genellikle çok uluslu şirketlerin faaliyetleri, ev sahibi ülkelerin amaçlarına ters düşmektedir. Böyle bir durumda çok uluslu şirketler, yatırımlarını farklı ülkelere yönlendirmek, üretimde emek gücünün etkinliğini azaltarak üretimlerini eksik istihdamla devam ettirmek ya da üretimde kullandıkları hammadde ve ara malları faaliyette bulundukları ev sahibi ülkelerden temin etmek yerine kendi ülkelerinden ithal etmek gibi farklı stratejilere yönelebilmektedirler (Seyidoğlu, 1980: 387). Çok uluslu şirketler tarafından uygulanan bu stratejiler, ev sahibi ülkelerin ekonomilerinde olumlu ve olumsuz bir takım etkiler meydana getirmektedir. Çok uluslu şirketler, ancak gittikleri ülkelerde üretimi ve istihdamı arttırdıkları ölçüde o ülkenin kalkınmasına olumlu etki edebilmektedir (Gedikli, 2011: 106). Bu ise çok uluslu şirketlerin getirdiği yabancı sermayenin, planlanan yatırımlarla bu yatırımları finanse edecek iç tasarruflar arasındaki açığı kapatabilmesine bağlı olarak değişmektedir (Alpar, 1980: 85).

Çok uluslu şirketlerin ev sahibi ülkelerde yapmış oldukları yatırımlar kısa dönemde, ödemeler dengesi üzerinde, uzun dönemde ise ihracat, gelir dağılımı, istihdam, teknoloji, sermaye/üretim katsayısı üzerinde ekonominin yapısını değiştirmeye yönelik etkiler meydana getirmektedir. Ödemeler dengesi üzerindeki olumlu etkisi öncelikle bu şirketlerin yapmış oldukları yatırımların ithal ikame etkisi doğurmasına ve getirilen yabancı sermayenin döviz gelirlerini arttırmasına bağlı olmaktadır (Alpar, 1980: 94-95). Eğer yabancı sermaye ithal ikame etkisi doğurmuyor ve üretim için gerekli olan sermaye ve hammadde kaynakları köken ülkeden temin ediliyorsa, ev sahibi ülkede mevcut bulunan dış ticaret açığının artacağı söylenebilmektedir. Bunun yanı sıra çok uluslu şirketler, gerek doğal kaynakların işletilmesi gerekse ucuz işgücü kullanımı ile ev sahibi ülke ekonomisine önemli oranda ihracat geliri sağlayabilmektedir. Fakat ihracat gelirlerinin ödemeler dengesine olumlu etkide bulunması için dışa bağımlılığın mümkün olduğunca az olması gerekmektedir. Dışa bağımlılığın yüksek olması ihracattan sağlanan dövizlerin dolaylı yoldan kaybına neden olmaktadır. Özellikle az gelişmiş ülkelerde emek yoğun sanayi dallarında ihracata yönelik faaliyette bulunan çok uluslu şirketler bir taraftan ev sahibi ülkelerdeki ucuz işgücünü kullanıp üretim maliyetlerini azaltmakta diğer taraftan ürettiklerini satın alma gücü yüksek gelişmiş ülkelere satarak kar maksimizasyonu yoluna gitmektedirler (Alpar, 1980: 94-102).

Çok uluslu şirketler, teknoloji transferi yoluyla da ev sahibi ülke ekonomisine etki etmektedirler. Çok uluslu şirketlerin ev sahibi ülkelere sağladığı teknoloji transferinin bu

ülkelerin ekonomisine etkileri olumlu ve olumsuz görüşler altında açıklanabilmektedir. Olumlu görüşlere göre çok uluslu şirketler, hazır ve denenmiş modern teknolojileri bu ülkelere transfer ederek sanayi sektöründeki yükselişi sağlayabilmektedir (Alpar, 1980: 86). Olumsuz görüşler ise çok uluslu şirketler tarafından bu ülkelere aktarılan teknolojilerin genellikle eski teknoloji olduğu ve çok uluslu şirketlerin kendi ülkelerinde artık kullanılamayacak duruma gelen teknolojinin ömrünü uzatmak amacıyla bunları ev sahibi ülkelere satmak yoluna gittiklerini öne sürmektedir. Ayrıca çok uluslu şirketlerin yeni teknolojileri üretmek için yükledikleri Ar-Ge maliyetlerinin bir kısmını, eski teknolojileri az gelişmiş ülkelere satmak yoluyla azaltmak istediklerini savunan görüşler de bulunmaktadır (Yüksel, 1999: 122).

2.5.3. İş Gücüne Etkileri

Çok uluslu şirketlerin faaliyetlerinde kar maksimizasyon ilkesi uyarınca hareket etmeleri, iş gücü piyasasında bir takım etkiler meydana getirmektedir. Bu etki öncelikle emeğin yoğun olarak kullanıldığı işlerin, gelişmiş ülkelere az gelişmiş ülkelere kaydırılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Nitekim çok uluslu şirketler için az gelişmiş ülkelerdeki düşük ücretli istihdam koşullarının daha elverişli olması ve özellikle bu ülkelerde sendikal faaliyetlerin yaptırım gücünün gelişmiş ülkelere nazaran daha zayıf olması gibi nedenlerle emek yoğun işler, az gelişmiş ülkeler de daha cazip olmaktadır. Ayrıca teknolojik yeniliklerle birlikte üretim koşullarının değişmesi, üretimin her bir birimi için daha az işgücü ihtiyacı doğuracak teknikler kullanılmasını mümkün kılmaktadır. Bu durum nitelikli işgücüne olan talebi arttırırken nitelsiz işgücünün dezavantajlı bir konumda kalmasına neden olmaktadır (Bolat ve Seymen, 2003: 238-239). Bununla birlikte telekomünikasyon ve benzeri yeni sanayilerin büyüme eğilimi göstermesiyle eski sanayi merkezlerinin önemini yitirdiği ve reel üretimin ücretlerin düşük olduğu ülkelere taşındığı görülmektedir. Bunun sonucunda nitelikli emek gücünün büyük bir bölümünün gelişmiş ülkelerde daha çok hizmet sektöründe ve ekonominin diğer maddi olmayan sektörlerinde istihdam edildiği söylenebilmektedir (Chossudovsky, 1999: 114).

Diğer taraftan üretimde işgücünün sermayeden daha yoğun kullanılması çok uluslu şirketler tarafından istenmeyen bir durumdur. Bunun temel nedeni arzın talepteki değişmelere göre daha kolay ayarlanabilmesidir. Amiyane bir tabirle arzı talebe uydurmak için makine saatini değiştirmek elbette ki daha kolay olmaktadır. Aksi halde bu ayarlamaların iş gücünü azaltmak suretiyle yapılması, şirketleri sosyal baskıya maruz bırakacağı ve sendikal faaliyetlerle uğraşmaya neden olacağı söylenebilmektedir (Alpar, 1980: 114-115).

2.6. Çok Uluslu Şirketlerin Avantaj ve Dezavantajları

Çok uluslu şirketler, çok büyük üretim ve satış kapasitelerine sahip şirketlerdir. Bu durum çoğu kez faaliyette bulunulan ülkelerin gayri safi milli hasılatından daha yüksek miktarda gelir elde etmelerine olanak vermektedir. Neticede sahip oldukları ekonomik güç, hükümetlerle olan ilişkilerinde avantajlı bir konum elde etmelerini sağlamaktadır. Bunun yanı sıra faaliyette bulundukları pazarlarda monopol ve oligopol durumda olmaları, fiyatları ve karları piyasanın kaldırabileceği ölçüde yükseltebilme ve diğer şirketlerle tröst oluşturarak pazarı kontrol etmek ve rekabeti sınırlandırmak gibi bir takım avantajlar elde etmelerini sağlamaktadır (Seyidoğlu, 1980: 384).

Çok uluslu şirketlerin hedef pazar olarak gördükleri ülkelerde oligopolistik güç elde etmek ve rekabet koşullarını yönlendirmek amacıyla uyguladıkları stratejilere Nestle ve Mannesman şirketleri örnek gösterilebilmektedir. Nestle, Orta Amerika Ortak Pazarı ülkelerinde süt tozu üretimine başlamadan önce rekabet koşullarının aleyhine bozulmasını önlemek için ilgili devletlerle anlaşma yoluna gitmiş ve kurulacak şirkette hisselerini %26 ve yönetim kurulunda oy hakkını %40 ile sınırlandıracağını taahhüt ederek karşılığında süt tozu ithalatının yasaklanmasını talep etmiştir. Böylece hedef pazar olarak gördüğü orta Amerika'da oligopolistik bir güç sağlamayı başarmıştır. Aynı şekilde çelik boru üreten Mannesman şirketinin Türkiye'de üretime geçmeden önce bir devlet bankası ile anlaşarak çelik boru ithalatının yasaklanmasını talep etmesi buna başka bir örnek olarak gösterilebilmektedir (Alpar, 1980: 45).

Çok uluslu şirketlerin uluslararası ölçekte faaliyette bulunmasının bir diğer avantajlı tarafı, iç pazara yönelik faaliyette bulunan şirketlerle kıyaslandığında pazar hacmini kolaylıkla genişletme imkânına sahip olmalarıdır. Böylelikle ölçek ekonomilerinden faydalanarak üretimlerini kolaylıkla arttırabilmekte ve pazar paylarını genişleterek ortalama maliyetlerini düşürebilmektedirler (Tokathıoğlu, 2005: 70).

Şirketler için ekonomik anlamda büyümek ne kadar kaynak oluşturulabildiğine bağlıdır. Bu bağlamda çok uluslu şirketlerin ulusal sınırlar dâhilinde faaliyette bulunan şirketlere kıyasla kaynak bulması daha kolay olmaktadır. Ülkeden ülkeye farklılaşan fon maliyetleri, çok uluslu şirketlere sermaye piyasalarından kolaylıkla düşük maliyetli fon tedarik edebilme fırsatı vermektedir. Ayrıca ev sahibi ülke faiz oranlarının köken ülkeye göre daha düşük olduğu durumlarda şubeler aracılığıyla düşük faizli fon tedarik ederek sermaye maliyetlerini düşürme imkânı da elde edebilmektedirler (Bolat ve Seymen, 2003: 474-475).

Çok uluslu şirketlerin uluslararası alanda sahip olduğu avantajlardan bir diğeri gümrükler, kotalar ve ambargolar gibi uluslararası ticarete ilişkin belirsizliklere kolaylıkla uyum sağlayabilecek esnek bir yapıya sahip olmalarıdır. Ayrıca çok uluslu şirketin bütünü üzerinde yaptırım gücü olan tek bir kamu otoritesi olmadığından farklı ülkeler arasında hukuk

sistemlerindeki farklardan yararlanabilmek için kendilerine en uygun sistemi seçebilmekte, kanunlardaki boşluklardan yola çıkarak küresel stratejilerini uygulayabilmekte ve böylelikle ulusal mevzuatlardan kolaylıkla kaçabilmektedirler (Işık, 2005: 16).

Uluslararası alanda faaliyette bulunmanın avantajları kadar dezavantajları olduğu da söylenebilmektedir. Uluslararası alanda yapılan yatırımlardan her zaman istenilen sonuçlar elde edilememektedir. Ekonomik ve politik dengesizlikler, her yeni gün değişen küresel ortam ve uluslararası mevzuat farklılıkları, yurtdışında yatırım yapmanın risklerini arttırmaktadır. Ulusal sınırlar dâhilinde bir fabrika kurmak ya da şube açmak şeklinde gerçekleştirilen yatırımlarda hâlihazırda oluşturulmuş pazarlama stratejilerinde ve dağıtım kanallarında fazla değişiklik yapılmasına gerek olmamaktadır. Çünkü iç pazarda karşılaşılan politik ortam nispeten dengelidir ve tüketicilerin zevk ve tercihlerinde kayda değer bir değişim görülmemektedir. Buna karşın uluslararası ölçekte faaliyette bulunan şirketlerin karşılaşılabilecekleri riskler oldukça farklılaşmaktadır. Bu durum bazı olumsuz sonuçları da beraberinde getirebilmektedir. Nitekim uluslararası alanda faaliyette bulunmak değişik kültürler, farklı lisanslar, ekonomik yapılar ve politik baskılar gibi çok sayıda risk unsuruna katlanmayı gerektirmektedir. Ayrıca faaliyetlerin uluslararası alana taşınması, rekabet koşullarını da bütünüyle değiştirmektedir. Mesela faaliyette bulunmak istenen pazar daha önce başka şirketler tarafından ele geçirilmiş olabilmektedir. Böyle bir durumda rakip şirketlerle rekabet edebilmek oldukça zor koşullara katlanmayı gerektirmektedir (Özalp, 1998: 68).

2.7. Çok Uluslu Şirketlerin Yatırım Kararlarını Etkileyen Faktörler

Çok uluslu şirketler her şeyden önce küresel rekabet ortamında avantajlı bir konum elde etme kavgası içerisindeyler. İktisadi kapitalizm şeklinde ifade edilebilen bu durum öteden beri gerek siyasi gerek ticari amaçlarla uzun dönemde yabancı pazarlarda egemenlik kurma yarışından başka bir şey değildir. Küresel kardan en büyük payı alanın kazandığı bu yarış, çok uluslu şirketler için yoğun rekabet ortamında başarılı olmakla kazanılmaktadır. Bu ise uluslararası faaliyetlerde yatay ve dikey entegrasyonu sağlamak ile mümkün olmaktadır. Dikey entegrasyon, hammadde ve anamal tedarikinde yabancı ülkelerden faydalanmaktır. Bu şekilde dağıtım ve hizmet için oluşturulan iletişim ağı daha ileri bir seviyeye taşınabilmektedir. Yatay entegrasyon, üretim kalitesinde daha tutarlı olmayı amaçlamak ve yerel pazarlarda beğeni kazanmak şeklinde gerçekleşmektedir (Zengingönül, 2007: 78-79).

Gerek uluslararası faaliyetlerin organize edilmesi gerekse faaliyette bulunulan pazarda tutunabilmek için belirli stratejik kararların verilmesi mecburidir. Şirketlerin bu kararlarında etkin rol oynayan çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bu kapsamda uluslararası alanda faaliyette

bulunan şirketlerin kararlarını etkileyen temel faktörler; maliyet ile ilgili faktörler, pazarlama ile ilgili faktörler ve vergi ile ilgili faktörler şeklinde açıklanabilmektedir.

2.7.1. Maliyet İle İlgili Faktörler

Çok uluslu bir şirket için bağlı şirketleri veya şubeleri vasıtasıyla yabancı bir ülkede faaliyette bulunmak, çok sayıda maliyet unsuruna katlanmayı gerektirmektedir. Uluslararası alanda yatırım yapmaya karar veren şirketler, satış politikalarının başarısızlık ile sonuçlanması, hammadde tedarikinde sorunlar yaşanması ve üretim koşullarındaki değişikliklerin sebep olabileceği verimsizlikler gibi nedenlerle sermayenin tamamını kaybetme riski ile karşı karşıya kalabilmektedirler. Böyle bir durumda karşılaşılabilecek risklerin olabildiği ölçüde azaltılması için maliyetlerin mümkün olduğunca düşürülmesi istenmektedir. Bununla birlikte genel olarak şirketler, maliyetlerin azaltılması ile karlılığın artacağı saikiyle yola çıkmaktadırlar. Bu kapsamda sermayenin bir kısmını yatırım yapılan ülke kaynaklarından sağlamak hem söz konusu riskleri hem de maliyetleri azalma noktasında önemli olmaktadır (Özalp, 1998: 86).

Maliyet ile ilgili kararlarda etkili olan bir başka faktör ise hammadde tedarik olanaklarıdır. Üretim faaliyetini gerçekleştirmek için gerekli olan hammadde ve gıda maddelerine olan ihtiyacı karşılamak amacıyla yatırımların bu kaynakların bol bulunduğu bölgelere yönlendirilmesi mümkündür. Özellikle tarımsal ürünler, petrol ve diğer madenler gibi kaynakların şirketin kendi ülkesinde bulunmadığı ya da yüksek oranda maliyet gerektirdiği durumlarda yatırımların bu kaynakların bulunduğu bölgelere yönlendirilmesi, uluslararası pazarda maliyet üstünlüğü kazandırmaktadır. Ayrıca işgücü maliyetlerini düşürme eğilimi, yine çok uluslu şirketlerin kararlarını etkileyen faktörler arasında sayılmaktadır. Köken ülkede ücretlerin diğer ülkelere nispeten yüksek olması, üretim tesislerinin kuruluş yeri seçiminde işgücünün ucuz olduğu bölgelerin dikkate alınmasını sağlamaktadır. Hazır giyim, ayakkabı ve gıda endüstrisinde faaliyette bulunan birçok Amerikan şirketinin üretim tesislerini Hong Kong, Güney Kore gibi ülkelerde kurmaları bu şekilde açıklanmaktadır (Seyidoğlu, 1980: 376-377).

2.7.2. Pazarlama İle İlgili Faktörler

Şirketlerin uzun dönemdeki temel hedefi, karlılığı olabildiği ölçüde attırmaktır. Fakat ulusal ölçekte faaliyette bulunan şirketlerin iç pazarın doymuşluğu nedeniyle satışlarını ve karlılıklarını arttırabilme imkânları sınırlanmaktadır. Nitekim şirketler, üretim kapasitelerine bağlı olarak sattıkları malın daha fazlasını üretebilme potansiyeline sahiptirler (Mutlu, 1999: 89). Bu nedenle iç pazarda yeterince büyüyüp finansal açıdan güçlenen şirketler, satışlarını arttırmak için uluslararası pazar fırsatlarını değerlendirmeye yönelmektedirler (Özalp, 1998:

66-67). Pazarlama ile ilgili kararlar bu noktada önem kazanmaktadır. Nitekim uluslararası pazarlarda tutunabilmek öncelikle iyi bir pazarlama stratejisi oluşturulması ile mümkün olmaktadır.

Pazarlama ile ilgili kararların önem kazandığı bir diğer durum ise üretilen hazır malın hedef pazara ulaştırılması için katlanılacak taşıma giderlerinin maliyetli olduğu zamanlardır. Böyle bir durumda ana şirket, gerekli hammadde ve ara malları kendi ülkesinden ithal ederek sadece üretimin son aşamasını yabancı ülkelerde gerçekleştirebilmektedir. Burada bir pazarlama stratejisi olarak hedef pazara yakın olmak, hizmet kalitesini yükseltebilmek ve müşteri memnuniyeti sağlayabilmek esas alınmaktadır. Bu amaçlarla öncelikle dış pazarlarda satış ve servis acenteleri kurulmakta daha sonra yerel pazarın özelliklerine uygun mal üretimine geçiş sağlanmaktadır. Bu şekilde üretimin tüm safhaları yabancı pazarlarda gerçekleştirilebildiği gibi sadece şişeleme, montaj ambalajlama gibi sadece üretimin son safhalarının yabancı pazarlarda gerçekleştirilmesi de mümkün olmaktadır (Seyidoğlu, 1980: 377-378).

Çok uluslu şirketlerin yurtdışına açılma kararlarında pazarlama ile ilgili faktörlerin payı büyüktür. Özellikle yurtiçinde belirli bir marka değerine ulaştıktan sonra uluslararası alana açılmak, şirketlere büyük avantajlar sağlamaktadır. Nitekim çok uluslu şirketler için sürdürülebilir rekabeti sağlamak oldukça önemlidir. Bunun yolu ise bir marka değeri oluşturmak ve bunu oluşturduktan sonra uluslararası ölçekte bir dağıtım ağı ile desteklemekten geçmektedir. Morgan Stanley, uluslararası alanda başarılı olmuş markalarla ilgili bir çalışmada, sürdürülebilir rekabet avantajına sahip birkaç tanınmış markanın ortak özelliklerini sıralamaktadır. Buna göre Kuzey Amerika'da Coca-Cola, Procter&Gamble, McDonalds, Philip Morris ve Kellogg; Avrupa'da Nestle, L'Oreal, Heineken gibi çok uluslu şirketlerin ortak özellikleri, hepsinin satışlarının en az %30'unu uluslararası alanda gerçekleştirmeleri ve hepsinin satışı 1 milyar doları geçen ve alanında lider durumda olan bir tane uluslararası markaya sahip olmaları şeklinde sıralanmaktadır (Bradley, 2002: 197-198). Bu bakımdan marka değeri, pazarlama faaliyetlerinin başarısını gösteren önemli bir faktördür. Şirketin uluslararası alandaki finansal gücünü ve pazarlama stratejilerinin başarısını ortaya koyan marka değeri, günümüzde şirket ele geçirmeleri, şirket birleşmeleri, lisans ve franchise anlaşmalarında kullanılmaktadır. Bu durum aynı zamanda şirketlerin yatırım kararlarında pazarlama ile ilgili faktörlerin ne kadar önemli olduğuna da dikkat çekmektedir (Gerekan ve Koçan, 2018: 212).

2.7.3. Vergi İle İlgili Faktörler

Tüm şirketlerin stratejik kararlar alırken vergilerin etkilerini gözettikleri varsayılmaktadır. "Homo Economicus" kavramına dayanan bu varsayım gereği şirketler, vergi yüklerini azaltmak için vergi mevzuatının sunduğu fırsatları en akılcı şekilde değerlendirmeye

çalışmaktadırlar (Oktar, 2003: 8). Konuya çok uluslu şirketler açısından bakıldığında pazar olarak hedeflenen ülkede uygulanan vergi sistemleri, alınacak kararları büyük oranda etkilemektedir (Mutlu, 1999: 393).

Bir diğer yönüyle bakıldığında vergileme ile ilgili kararlar, kuruluş yeri seçimini etkileyen önemli bir unsur olarak görülmektedir. Nitekim faaliyette bulunulacak ülkelerin vergi mevzuatları, Avrupa birliği gibi uluslararası birlikler ve uluslararası vergi anlaşmaları kapsamında tanınan vergi avantajları, vergi cenneti ülkeler tarafından verilen ayrıcalıklar ve bazı devletlerce uygulanan vergi rekabeti politikaları gibi vergi avantajı sağlanabilecek bölgeler, kuruluş yeri seçiminde dikkate alınmaktadır (Oktar, 2003: 11).

Daha önce de ifade edildiği gibi ana şirketin vergisel açıdan daha elverişli yerlerde kurulması ve gerekli işlemlerin bu şirket aracılığıyla yürütülmesi, vergi ile ilgili kararlarda belirleyici olmaktadır. Bunun yanı sıra şirketin finansmanında öz sermaye ve yabancı sermaye arasında yapılacak bir seçimin de yine vergileme ile ilgili kararlarda etkili olduğu söylenebilmektedir. Örneğin bir vergi sisteminde borçlar için ödenen faizlerin vergiye tabi kazançtan düşülmesine imkân veren düzenlemelerin bulunması, yabancı sermaye ile finansmanı daha cazip hale getirmektedir (Schmölders, 1965/1976: 162).

2.8. Çok Uluslu Şirketler ve Vergi Yükünden Kurtulma Çabaları

Vergi, devletin tek taraflı otoritesine dayanarak kayıtsız şartsız alınan ve bireylerin ödeme güçleri nispetinde tayin edilen ödemeler olarak tanımlanmaktadır (Turhan, 1980: 22). Bu bakımdan verginin hiç kuşkusuz bir yük olduğu görülmektedir. Çünkü tahsil edildiği takdirde yükümlüsünün ödeme gücünde azalmaya neden olmaktadır (Nadaroğlu, 2000: 262). Bununla birlikte karşılıksız ve zorunlu olma özelliği vergi ödevinin gönül rızasıyla yerine getirilmesini engellemektedir. Bu nedenle vergi, devlet açısından kamu hizmetlerinin finansmanında kullanılan bir gelir kaynağı iken mükellef açısından külfet olarak görülmektedir. Neticede bireyler ve şirketler yeni bir vergi getirilmesi, mevcut olan bir verginin benzer nitelikli başka bir vergi ile değiştirilmesi yahut vergi oranlarında meydana gelen artışlar veya indirimler karşısında davranışlarını bu külfetten kurtulma yönünde değiştirmektedirler (Oktar, 2003: 3). Bu bağlamda devlet, vergi oranlarını kâğıt üzerinde istediği şekilde ayarlasa bile mükellefleri vergiyi doğuran olayı gerçekleştirmeye zorlayamamaktadır (Schmölders, 1965/1976: 111-112). Çünkü vergi yükünün aşırı şekilde zorlanması mükellefleri vergi yükünden kurtulmak için çeşitli arayışlara yöneltmektedir. Bu amaçla mükellefler, vergi kaçakçılığı, vergiden kaçınma ve vergi planlaması gibi alternatif yollara başvurarak üzerlerine düşen vergi yükünden kısmen veya tamamen kurtulmaya çalışmaktadırlar.

2.8.1. Vergi Kaçakçılığı

Vergi kaçakçılığı, vergi borcu doğmuş olmasına rağmen vergi kanunlarına aykırılık teşkil eden uygulamalarla verginin hiç ödenmemesi ya da kısmen ödenmesidir (Akdoğan, 2007: 167). Bu uygulamalar; gelirin kaynağının veya ayrıntılarının yasadışı yollarla gizlenmesi veya birtakım muhasebe yöntemleriyle hesapların manipüle edilerek harcamaların suni olarak arttırılması şeklinde gerçekleştirilebilmektedir. Dolayısıyla vergi kaçakçılığında aldatma, gizleme, hile ve yanlış beyan verme gibi ortak unsurlar bulunmaktadır. Yasa dışı bir uygulama olan vergi kaçakçılığı her hâlükârda suç teşkil etmektedir (Bala, 2003:5).

Vergi kaçakçılığı bir ülkenin ekonomik yapısı ile büyük oranda bağlantılı olmaktadır. Üretimin büyük bir kısmının büyük şirketler tarafından gerçekleştirildiği bir ekonomik yapıda vergi kaçırma ihtimali daha düşük olmaktadır. Bununla birlikte ekonomik faaliyetlerin çoğunun küçük dükkânlar, küçük çiftlikler veya tek tek bireyler tarafından gerçekleştirildiği daha atomistik bir ekonomik yapıya sahip ülkelerde vergi kaçakçılığı girişimlerinin artma olasılığı daha yüksektir (Tanzi & Shome, 1993: 809).

Vergi türleri açısından incelendiğinde dolaylı vergilerde vergi kaçırma olanağının daha kısıtlı olduğu, beyana dayanan doğrudan vergilerde ise vergi kaçırma olanağının daha fazla olduğu görülmektedir. Bunun başlıca nedeni, beyanın doğruluğunun kontrol edilmesinin zor oluşudur. Bu kapsamda vergi kaçakçılığının önlenmesinde vergi idaresine düşen görev, etkin bir vergi denetimi yapılmasıdır (Nadaroğlu, 2000: 282-283).

2.8.2. Vergiden Kaçınma

Vergiden kaçınma, vergiyi doğuran olaya sebebiyet vermemek suretiyle vergi yükünün dışında kalma çabasıdır. Mükelleflerin vergi dışı kaynaklardan kazanç elde etmeye çalışmaları yahut vergi dışı servet unsurlarına yönelmeleri, vergiden kaçınma davranışlarını ifade etmektedir (Akdoğan, 2007: 166). Bunun yanı sıra vergiden kaçınma davranışı her ne kadar mükellefin vergi ödememe ya da daha az vergi ödeme şeklindeki eylemlerini içerse de yasalara aykırı bir davranış söz konusu olmadığı için herhangi bir yaptırımı da yoktur. Bu yönüyle vergiden kaçınma, hedefe ulaşmanın yasal yollarını kapsamakta ve ortaya çıkacak vergi yükünün önlenmesi ya da azaltılması için hukuki yollarla yapılan her türlü teşebbüsü içermektedir. Başka bir ifadeyle vergiden kaçınma yasaları ihlal etmeden vergi kaçırma sanatı şeklinde ifade edilebilmektedir (Bala, 2007: 5).

Vergiden kaçınma imkânları esasen elde edilen gelirin tüketim ve tasarruf safhasında ortaya çıkmaktadır. Tüketim safhasında yüksek oranda vergilendirilmiş mallar yerine daha az vergilendirilmiş veya hiç vergilendirilmemiş malları tüketmek bir kaçınma yöntemi olabilirken

tasarruf safhasında tüketime ayıracakları miktarın tasarruflara tahsis edilmesi ile vergiden kaçınma mümkün olmaktadır (Schmölders, 1965/1976: 148).

2.8.3. Vergi Planlaması

Planlama, genel olarak şirketlerin hedef ve amaçlarına ulaşmak için izlemeleri gereken program, strateji, politika, prosedür ve kuralların belirlendiği faaliyetler bütünüdür. Bu yönüyle planlama, işletme için bir yön haritası mahiyetindedir (Özgen ve Yalçın, 2011: 117). Şirketler, Modern ve çağdaş yönetim anlayışı gereği planlama yaparak ilerde karşılaşmaları muhtemel riskli durumlar için tutarlı bir karar alma mekanizması geliştirmektedirler (Kılıçer, 2017: 902). Nitekim günümüzün rekabetçi piyasa ortamında faaliyette bulunan şirketler, maliyetlerini minimize edebilecekleri ve karlılıklarını mümkün olduğu ölçüde arttırabilecekleri her alanda kendi amaç ve stratejilerine göre planlar gerçekleştirmek zorundadırlar (Kahriman, Özcan ve Tepekule, 2015: 164).

Vergi planlaması, bireysel veya kurumsal ölçekte proaktif bir vergi yönetiminin anahtarıdır. Bu açıdan diğer planlama türleri gibi bir sonuca yönelik yapılmaktadır. Bu sonuç, mevcut vergi dönemi içerisinde düzenleyici vergi hükümleri ışığında vergi avantajlarını maksimum olacak şekilde güvence altına almak ve ödenecek vergiyi minimum düzeye indirmektir (Amadasun & Igbinosa, 2011: 53). Aynı zamanda vergi planlaması, hem mevcut hem de gelecek yıllara ait vergi borcunu en aza indirmeyi amaçlayan kapsamlı bir çabadır. Bu çabalar, kavramsal olarak vergilendirilebilir geliri ve efektif vergi oranını azaltmak şeklinde gerçekleştirilmektedir (Jackson, 2010: 52). Daha geniş bir ifadeyle vergi planlaması, doğrudan vergi makamlarına ödenen vergilerin maliyetlerini ve yatırımların vergi sonrası getiri oranlarını dikkate almakla beraber yatırımların vergi öncesi getiri oranlarını da dikkate almaktadır (Garbarino, 2008: 5).

3. VERGİ PLANLAMASININ KAPSAMI

Akılcı bir vergi planlamasının ilk şartı ilgili kanunları iyi bilmek, iyi araştırma yapmış olmak ve ilgili kanunların sunmuş olduğu tüm hakları, kanunların izin verdiği sınırlar ölçüsünde kullanarak vergi yükünü minimize etmektir (Şişman, 2003: 33). Bununla birlikte vergi planlaması denildiğinde sadece verginin minimize edilmesi anlaşılmamalıdır. Vergi minimizasyonu tek başına vergi planlamasından istenen faydayı sağlayabilmek için yeterli olmamaktadır. Nitekim verginin minimize edilmesi için yapılan uygulamalar aynı zamanda şirkete kayda değer oranda maliyet yüklemektedir. Bu nedenle vergi minimizasyonunun yanı sıra varlıkların vergi sonrası getiri oranlarını maksimize etmek de vergi planlaması kapsamındadır (Bala, 2007: 5-6). Bununla birlikte vergi planlaması ile yapılan işlemler, karlılığı arttırmak, faaliyetlerin devamlılığını sağlamak veya faaliyet alanını genişletmek gibi şirketin genel hedef ve politikalarından ayrı düşünülememektedir (Schafer & Spengel, 2004: 7-8). Bu kapsamda şirketin ilgili birimlerdeki tesis genişletme ve değiştirme kararları, yeni ürünlerin tanıtılması, faaliyetlerin yeni pazarlara yayılması ya da tesis ve makinelerin verimliliğinin azaltılması gibi hâlihazırda planlanmış tüm projelerin vergi planlamasına dâhil edilmesi gerekmektedir (Amadasun & Igbinosa, 2011: 55). Bu durum aynı zamanda vergi planlamasının sınırlarını da çizmektedir. Öyle ki vergi planlama hedefleri ile şirketin öncelikli hedeflerinin çatışması halinde öncelikli hedefler tercih edilmekte vergi planlamasının kapsamı buna göre şekillenmektedir (Schafer & Spengel, 2004: 7-8).

Vergi planlaması işlemi kimin üstlendiği, işlemin ne zaman gerçekleştiği, işlemin hangi ülke/bölge de gerçekleştiği ve gelirin kaynağının ne olduğuna göre dört farklı değişkenden etkilenmektedir. Bu değişkenler aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmaktadır (Bala, 2007: 7):

- *İşlemi kimin üstlendiği:* İşlemi yapanın gerçek veya tüzel kişi olmasına göre farklı vergi oranları uygulanmaktadır. Çünkü gerçek kişi kuruluşlarda gelir, sahibinde kalmakta ve belirli bir seviyede vergilenmektedir. Tüzel kişi kuruluşlarda ise gelir, bir kez tüzel kişilik üzerinden daha sonra da hissedar üzerinden olmak üzere iki kez vergilenmektedir.
- *İşlemin hangi dönemde gerçekleştiği:* Vergi planlaması işlemin yapıldığı tarihten etkilenmektedir. Bu durumda paranın zaman değeri göz önünde tutularak vergi erteleme veya gelir erteleme yapılabilmekte yahut vergi kesintilerini hızlandırmak gibi benzer teknikler uygulanabilmektedir. Bu nedenle vergi planlaması için verginin gerçekte ne zaman ödendiği önem arz etmektedir.
- *İşlemin hangi ülke/bölgede yapıldığı:* Vergi planlamasının etkilendiği üçüncü faktör, işlemin gerçekleştiği yargı bölgesidir. Vergi yükümlülüğü, gelirin yabancı bir ülkede tahakkuk edip etmeyeceğine ve oradaki muafiyet veya istisnalardan ne kadar faydalanıldığına bağlı olarak değişmektedir.

- *Gelirin kaynağının ne olduğu:* Vergi planlamasını etkileyen son faktör, gelirin kaynağıdır. Çünkü belirli vergi türleri kaynağına göre tamamen veya kısmen vergiden muaf tutulmakta belirli vergi türleri ise tercihli oranlarda vergilendirilmektedir.

3.1. Devlet Açısından (Makro) Vergi Planlaması

Makro vergi planlaması, vergi planlamasının devlet perspektifinden incelenmesidir. Buna göre devletin, vergi potansiyelinden en etkin şekilde faydalanmak için aldığı tüm tedbirler ve yapılan düzenlemeler makro vergi planlaması kapsamında değerlendirilmektedir (Şen ve Sağbaş, 2017: 480). Makro vergi planlanmasında önemli olan husus, vergilendirme ile istenilen amaçlara ulaşabilmek için en uygun alternatiflerin seçilmesi ve seçilen alternatiflerin en etkin şekilde uygulanmasıdır (Akdoğan, 2009: 190).

Vergiler, devletin egemenlik gücüne dayanarak himayesindeki bireylerden çeşitli kurallar dâhilinde ve karşılıksız olarak aldığı iktisadi değerler olarak tanımlanmakta ve kamu maliyesinin asli gelir kaynağını oluşturmaktadır. (Bahçe ve Gümüş, 2017: 2). Nitekim vergiler, kamu harcamalarının finanse edilmesinde önemli bir yere sahiptir. Dolayısıyla vergi sisteminden doğru şekilde faydalanmak, kamu maliyesinin ilgilendiği konular arasındadır. Bunu sağlamak için vergilemede uyulması gereken kuralları içeren vergileme ilkeleri oluşturulmuştur (Peker ve Kılıçer, 2017: 902). Bu ilkeler; adalet, etkinlik, tarafsızlık, açıklık, istikrar ve kanunilik şeklinde ifade edilebilmektedir. Buna göre makro vergi planlamasından istenen faydanın sağlanması için öncelikle vergi sisteminin, söz konusu ilkelere göre tasarlanması gerekmektedir.

Ekonomide oluşan konjonktürel dalgalanmalar, vergi gelirlerinde dönemsel iniş ve çıkışlar meydana getirmektedir. Vergi gelirlerindeki bu düzensizliği önlemek için vergilerin konjonktüre uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir. Ayrıca hükümetler, durgunluğu azaltmak, fiyat istikrarı sağlamak, yatırımları canlandırmak, ekonomik büyümeyi arttırmak ve yerel faaliyetleri geliştirmek gibi birçok amaç dâhilinde vergi planlaması yapmaktadırlar. Kamu maliyesinde vergi planlamasının çeşitli araçları bulunmaktadır. Bu araçlardan en bilindik olanı vergi teşvikleridir. Vergi teşvikleri; istisna, muafiyet ve indirim gibi teşvik mekanizmalarının vergi sistemine dâhil edilmesidir. Bu kapsamda uygulanan bir diğer teşvik mekanizması da vergi tatili uygulamalarıdır (Nar, 2015: 927). Yabancı sermayeyi ülkeye çekmek dolayısıyla yatırımları arttırmak amacıyla uygulanan vergi tatili uygulamaları, potansiyel yatırım gelirlerinin belirli bir süre için vergi dışında tutulmasını öngören bir gelir ve kurumlar vergisi istisnasıdır. Vergi tatili uygulamaları daha ziyade yabancı yatırımlara uygulanmakla birlikte ulusal sermayenin yurtdışına kaçışını önlemek amacıyla yerli yatırımlara da uygulanabilmektedir (Şen ve Sağbaş, 2017: 401-402). Makro vergi planlamasının bir başka mekanizması ise vergi iadesi (tax refund) uygulamasıdır. Vergi iadesi daha önceden alınmış olan verginin mükellefe kısmen veya tamamen

geri ödenmesi şeklinde tanımlanabilmektedir. Vergi iadesi uygulamasında öncelikle sosyo-ekonomik yapıda canlanmayı sağlamak esas alınmaktadır (Nar, 2015: 927).

3.2. Mikro Vergi Planlaması

Mikro vergi planlaması, vergi yükümlülerinin ödeyecekleri vergiyi yasalara aykırı olmayacak girişim ve uygulamalar ile en aza indirme çabaları şeklinde ifade edilebilmektedir (Edizdoğan, Çetinkaya ve Gümüş, 2017: 227). Mikro vergi planlaması, hem bireyler hem de şirketler (kurumlar) tarafından uygulanmaktadır. Vergi planlamasının bireylere sağladığı en temel fayda kullanılabilir gelirde artış sağlamasıdır. Buna göre serbest meslek mensupları, gayrimenkul sahipleri ve ücretli kesimler vergi mükellefiyetinden doğan yükümlülüklerini, vergi sistemi içerisinde yer alan muafiyet, istisna ve indirimler gibi vergisel düzenlemelerden faydalanarak azaltabilmekte ve kullanılabilir gelirlerinde artış sağlayabilmektedirler (Kahriman, Özcan ve Tepekule, 2015: 169).

Şirketler ise henüz kuruluş aşamasında bile belirli şirket türlerinden kendilerine en uygun olanını seçerek vergi mevzuatında kendilerine en yüksek faydayı getirecek düzenlemelerden faydalanabilmektedirler (Akdoğan, 20019: 189). Kurumlar vergisinde, şirketlerin vergi yüklerini azaltabilmeleri için çeşitli vergi planlama yöntemleri bulunmaktadır. Bu yöntemler; şirketin sermaye yapısının belirlenmesi, ortaklara dağıtılacak kar paylarındaki aşınmanın önlenmesi, kanunen kabul edilen gider ve indirimlerin vergi yükünü en aza indirecek şekilde düzenlenmesi ve şirket satın alma, devralma, birleşme ve bölünme gibi işlemlerde ortaya çıkabilecek vergi ile ilgili maliyetlerin azaltılması şeklinde örneklendirilebilmektedir (Nar, 2015: 930). Şirketler yurtiçi faaliyetlerinde kurumlar vergisinde yer alan düzenlemelerden faydalanarak vergi planlaması yoluna gitmektedirler. Uluslararası faaliyetler söz konusu olduğunda ise vergi planlama işlemlerini koşullara göre şekillendirmekte ve uluslararası alanda uygulanabilir hale getirmektedirler.

3.3. Vergi Planlamasının Literatürdeki Yeri

Vergi planlaması Almanya’da 1920’li yılların sonlarına doğru doğmuş bir bilim dalıdır. Almanca karşılığı üç sözcükten oluşan “Betriebswirtschaftliche”dir. Bu kavramın Türkçeye bire bir çevirisi “işletme iktisadında vergicilik” şeklindedir. Kavramın Almancada ifade ettiği anlam, diğer dillerde herhangi bir karşılık bulamamıştır. Bu nedenle “işletme iktisadında vergicilik” çevirisi kavramın özünü tam olarak karşılayamamaktadır. Bunun üzerine hesap uzmanı Ziya Şenveli, söz konusu kavramı işletme vergiciliği şeklinde çevirmiş ve kavram Türk Mali Literatüründe bu şekilde anılmaya başlanmıştır (Tuncer, 2008: 9).

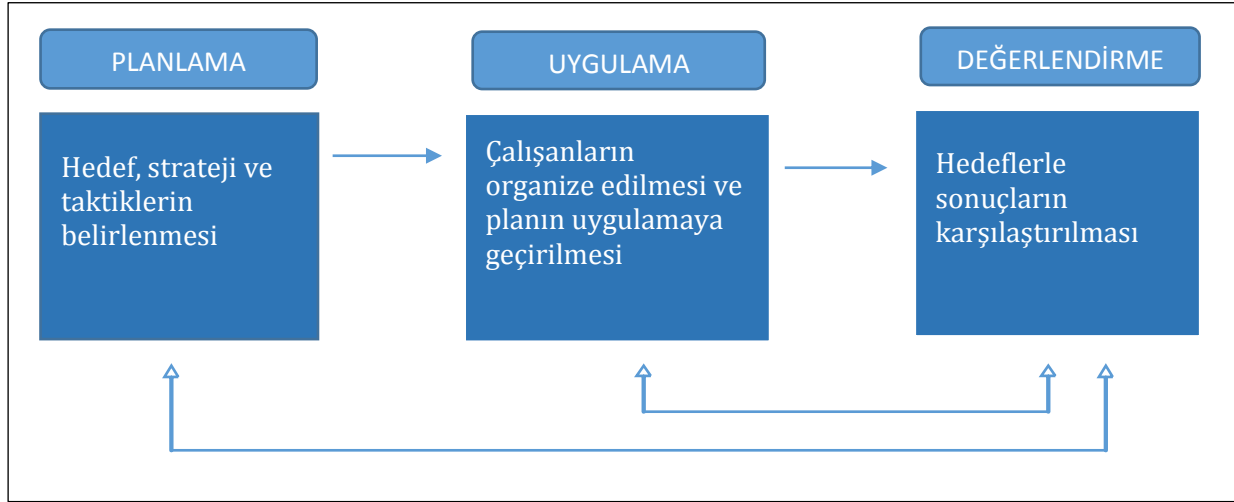
İşletme vergiciliği, yarısı işletme iktisadını diğer yarısı ise vergiciliği kapsayan karma nitelikli bir kavramdır (Tuncer, 2008: 10). İşletme vergiciliği esas anlamıyla vergilerin etkisindeki işletme davranışlarını ele almakta ve geçerli olan vergi sisteminde, işletme davranışlarının vergi tasarrufu sağlayacak şekilde gerçekleştirildiğini varsaymaktadır. Aslında bu varsayım firma teorisindeki kar maksimizasyonu prensibinin vergi konusuna uyarlanmasıdır (Şanver, 2012: 64). Bu anlamda işletme vergiciliği, vergilerin mali, iktisadi, sosyal amaçları ya da vergilerin meşruiyeti ile ilgilenmemektedir. Çünkü ödenmesi gereken her vergi, işletme için ya bir masraf ya da kazançtan ayrılan bir paydır ve her ne şekilde olursa olsun öz sermayeyi azaltan bir sonuç doğurmaktadır. Bu haliyle işletme vergiciliğinin amacı, vergi oranlarında ve vergi teşviklerindeki her değişikliğe uyum sağlamak ve işletmelerde verginin varlığı nedeniyle oluşan sorunları en akılcı şekilde çözümlenmektedir (Şanver, 2012: 69).

Almanya’da, “işletme iktisadında vergicilik”, Türkiye’de “işletme vergiciliği” olarak tanınan bu kavram Amerikan literatüründe “vergi planlamasına” dönüşmüş ve gelişerek yeni bir bilgi ve uzmanlık dalı haline gelmiştir. Ülkemizde ise 2000’li yıllardan sonra vergi planlaması olarak tekrar gündeme gelmiş ve çalışmalar bu isimle yürütülmüştür (Tuncer, 2008: 10).

3.4. Vergi Planlama Süreci

Vergi planlaması, şirket faaliyetlerinin efektif vergi oranını en aza indirebilecek şekilde planlandığı sistematik bir süreçtir (Schafer & Spengel, 2004: 9). Bu süreçte yönetim kurulu ve vergi yükümlüsü tarafından kısa, orta ve uzun dönemli vergi hedefleri belirlenmekte ve bu hedefler ile ilgili stratejik planlar hazırlanmaktadır (Amadasun & Igbinosa, 2011: 54). Hazırlanan bu planlarda vergileme ile ilgili tüm değişkenler şirketin ekonomik gelişimini engellemeyecek şekilde karar alma süreçlerine ve şirketin genel planlarına dâhil edilmektedir (Schafer & Spengel, 2004: 9).

Vergi planlama süreci, planlama, uygulama ve değerlendirme olmak üzere birbirleriyle ilişkili üç aşamadan oluşmaktadır. Vergi planlamasının istenilen sonuca ulaşmasının yolu bu aşamaları doğru bir şekilde uygulamaktan geçmektedir. Bu aşamalar aşağıda şekil 3.1’de ayrıntılı olarak gösterilmektedir.

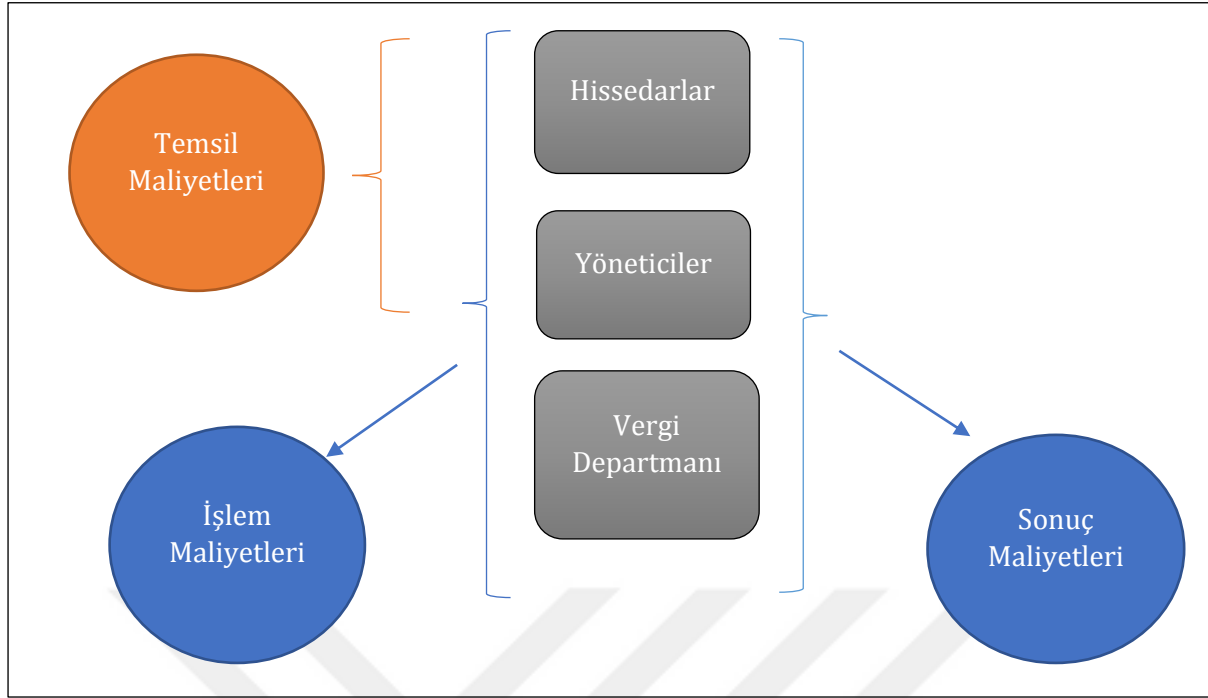


Şekil 3.1. Vergi Planlama Sürecinin Aşamaları

Kaynak: Amadasun & Igbinsosa, 2011: 54).

Planlama aşaması, vergi ile ilgili hedeflerin belirlendiği ve belirlenen bu hedeflerle ilgili strateji ve taktiklerin planlandığı aşamadır. Uygulama aşaması, vergi departmanında çalışan personelin organize edildiği aşamadır. Değerlendirme aşaması ise tüm yönetim süreçlerinin birbiriyle ilişkili ve devam eden niteliğini oluşturmaktadır. Bu yönüyle değerlendirme aşaması, hem geriye hem de ileriye yönelik olarak gerçekleştirilmektedir. Geriye yönelik değerlendirme, planlanan vergi hedefleri ışığında geçmiş verileri kullanarak performans değerlendirmesinin yapılmasıdır. İleriye yönelik değerlendirme ise geçmiş performans verilerinin kullanılması ile gelecek döneme yönelik vergi hedeflerinin planlanmasıdır (Amadasun & Igbinsosa, 2011: 54).

Optimal bir vergi planlama stratejisi sadece mevcut dönemde gerçekleşecek vergi maliyetlerini değil aynı zamanda gelecek dönemleri ilgilendiren tüm vergi maliyetlerini azaltmayı amaçlamaktadır. Bilgi edinmenin maliyetli olması, asimetrik bilgi, gizli eylem ve ters seçim sorunsalı gibi belirsizlikler sonucunda tüm mükelleflerin aynı bilgiye sahip olması mümkün olmamaktadır. Bu belirsizlikleri azaltmak için, taraflar, vergi yükümlülüğü sözleşmeleri gibi karmaşık anlaşmalar hazırlamakta ve bunların tümü ek işlem maliyetleri içermektedir. Bu durum vergi planlama stratejilerinde vergi ile doğrudan ilgili olan maliyetlerin yanında vergi uyum maliyetleri, işlem maliyetleri, risk maliyetleri ve temsil maliyetleri gibi vergi dışındaki örtük maliyetlerin de göz önünde bulundurulmasını gerektirmektedir (Garbarino, 2008: 5-8). Bu kapsamda vergi planlama sürecinde kurumsal karar alma mekanizması; işlem maliyetleri, temsil maliyetleri ve sonuç maliyetleri olmak üzere üç maliyetin etkisinde yürütülmektedir. Bu maliyetlerin birbirleriyle ilişkisi şekil 3.2’de gösterilmektedir (Wilde & Wilson, 2018: 64).



Şekil 3.2. Vergi Planlama Sürecinde Kurumsal Karar Alma Mekanizmasının Belirleyicileri

Kaynak. (Wilde & Wilson, 2018: 64).

Halka açık şirketlerde vergi planlama stratejilerinin tasarlanması ve uygulanmasıyla maliyetlerdeki artış arasında belirgin bir bağ bulunmaktadır. Bu durumda hem şirketin maliyetlerinin izlenmesi hem de yaptırım riskine maruz kalınması gibi bir takım sorunlar ortaya çıkmaktadır. Temsil maliyetleri, vergi planlama stratejilerinin uygulanma aşamasında hissedarlar ve yöneticiler arasında ortaya çıkan bu sorunları içermektedir. Bunun yanı sıra yöneticilerin agresif vergi planlamasına yönelmeleri durumunda vergi denetimleri ve vergi cezalarına maruz kalma riski çarpıcı biçimde artmaktadır. Bu durumda yöneticiler bu risk maliyetlerini azaltmak için bilgileri yanlış değerlendirmekte ya da gizleyebilmektedir. Böyle bir davranış, yöneticiler ile hissedarlar arasında bilgi asimetrisine neden olmaktadır. Bu durum hissedarlara yöneticileri izlemek konusunda daha fazla kaynak ayırmak zorunda bıraktığı için temsil maliyetlerini arttırmaktadır (Garbarino, 2008: 7). Vergi planlama kararını etkileyen diğer bir maliyet türü olan işlem maliyetleri, vergi planlama stratejilerinin uygulanmasına ilişkin kısıtlamalarla ilgili maliyetlerdir. Sonuç maliyetleri ise uygulanan vergi planlama stratejilerinden beklenen sonuçların getireceği ek maliyetlerdir (Wilde & Wilson, 2018: 64).

3.5. Uluslararası Vergi Planlaması

Küreselleşmeyle birlikte artan ticari bütünleşmenin iletişim ve bilişim teknolojilerinde meydana getirdiği gelişmeler, şirketlerin faaliyetlerini salt yurtiçinde değil yurtdışında da

kolaylıkla gerçekleştirmelerini sağlamaktadır. Ticari ve sınai faaliyetlerin bu şekilde uluslararası bir nitelik kazanmaya başlaması klasik vergi planlama kavramının özünde bir takım değişiklikler meydana getirmektedir. Çok uluslu şirketlerin yatırımlarını kolaylıkla vergi avantajı sağlayabilecekleri bölgelere yönlendirebilmeleri onlara farklı vergileme seçenekleri sunan bölgeler arasında seçim yapabilme imkânı tanımaktadır. Sermayenin bu şekilde kolaylıkla yer değiştirebilmesi çok uluslu şirketlere uluslararası alanda karşılaşılabilecekleri riskli durumları azaltmak için vergi planlama araçlarını uluslararası ölçeğe taşıma gereği doğurmaktadır (Özalp, 1998: 313).

Uluslararası vergilendirme, farklı vergi bölgelerinde yapılan sınır ötesi işlemlerde uygulanan kuralları ele almaktadır. Uluslararası vergi planlaması ise bu işlemleri, uluslararası vergilendirme kuralları çerçevesinde ve yasalar dâhilinde olmak üzere en verimli olacak biçimde birleştirmektedir (Rohatgi, 2005: 6). Uluslararası vergi planlaması, çok uluslu şirketlerin uluslararası alanda faaliyette bulundukları ülkelerin vergi sistemleri arasındaki farklılıkları, şirketin mali amaçları doğrultusunda kullanılmasıdır. Bu sayede ödenecek verginin minimize edilmesinin yanı sıra uyum maliyetleri ve bilgi maliyetleri gibi vergileme ile ilgili diğer maliyetler de minimuma indirilmektedir (Schafer & Spengel, 2004: 8).

Uluslararası vergi planlamasının temel amacı, uluslararası faaliyetler sonucunda yüklenilen vergileri yasal olarak en aza indirmek veya ertelemektir. Bu anlamda uluslararası vergi planlaması, koruyucu vergi planlaması ve agresif vergi planlaması şeklinde iki 'ye ayrılmaktadır. Koruyucu vergi planlaması, öncelikle çifte vergilendirme riskini en aza indirmeye yöneliktir. Burada aynı gelir konusu için birden fazla vergi ödemekten kaçınmak amaçlanmaktadır. Agresif vergi planlaması ise ikamet devletinden yurtdışı kaynak devlete kadar uzanan sermaye akışının kontrol edilmesi ve vergi sonrası getirinin vergi planlama stratejileri ile yasalara uygun biçimde optimize edilmesidir. Bunun yanı sıra agresif vergi planlaması, işlem maliyetlerini, şirketin yönetim yapısını ve faaliyette bulunulan alandaki iş risklerini de dikkate almaktadır (Rohatgi, 2005: 6).

Uluslararası işlemlerde kabul edilebilir uygun bir vergi oranı belirlenmesi şirketin politika ve stratejilerine bağlıdır. Bu stratejiler farklılaşmış vergi stratejileri ve farklılaşmamış vergi stratejileri olmak üzere iki 'ye ayrılmaktadır. Farklılaşmamış vergi stratejileri, vergi mükellefinin bireysel ve kurumsal bağlamda tüm uluslararası işlemlerini vergi teşviklerinden en yüksek faydayı sağlayacak şekilde planlamasıdır. Farklılaşmış vergi stratejisi ise vergi planlama stratejilerinin dünyanın çeşitli bölgelerinde faaliyet gösterilen ülke ve bölgelere göre düzenlenmesi, uluslararası işlemlerin bölgelere ayrılması ve her bir bölge için özelleştirilmiş veya yerel vergi araçlarının benimsenmesidir. Bu yönüyle farklılaşmış vergi stratejisi dünya çapında standart bir vergi karması anlamına gelmektedir. Özellikle uluslararası vergi sisteminin

karmaşıklığı dünya çapında standart bir vergi karmasına yönelmeyi çok uluslu şirketler için zorunlu bir hale getirmektedir (Amadasun & Igbinsosa, 2011: 62).

3.5.1. Uluslararası Vergi Planlamasını Gerektiren Nedenler

Uluslararası alanda yapılan yatırımlar büyüdükçe katlanılan risklerde büyümektedir. Özellikle politik, sosyal ve ekonomik baskıların fazla olduğu ülkelerde yatırım yapmak çok sayıda riske katlanmayı gerektirmektedir (Özalp, 1998: 313). Çok uluslu şirketler hem bu riskli durumları azaltmak hem de vergi sonrası karlarını maksimize etmek amacıyla uluslararası vergi planlamasına yönelmektedirler. Çok uluslu şirketleri uluslararası vergi planlamasına yönelten nedenlerin başında efektif vergi oranlarını düşürmek, karlılığı ve likiditeyi arttırmak ve rekabet koşullarını iyileştirmek gelmektedir.

3.5.1.1. Efektif Vergi Oranını Düşürmek

Literatürde kanuni (nominal) vergi oran dışında bir de efektif vergi oranı kavramı bulunmaktadır. Efektif vergi oranı ile kanuni vergi oranı arasında belirgin farklar bulunmaktadır. Kanuni vergi oranı, kanunlarda yer alan vergi oranı olmakla beraber vergi türlerine göre düz oranlı veya artan oranlı olacak şekilde değişebilmektedir. Ayrıca kanuni vergi oranı, vergi matrahını oluşturan unsurlar arasındaki farklılıkları dikkate almamakta ve farklı vergi rejimleri ile ilgili net bir şekilde bilgi verememektedir. Dolayısıyla kanuni vergi oranları, farklı yargı bölgeleri arasında faaliyette bulunan çok uluslu şirketler için sınırlı bilgi sağlamaktadır. Nitekim aynı vergi oranının geçerli olduğu iki ülke, kanuni vergi oranlarına göre kıyaslandığı zaman bu iki ülkenin vergi yüklerinin aynı gibi görüneceği söylenebilmektedir. Fakat gerçekte bu böyle değildir. Gerçek vergi yüküne ulaşmak için vergiye tabi gelirin belirlenme aşamasında indirim, istisna ve muafiyet gibi unsurların da dikkate alınması gerekmektedir (Giray, 2010: 13-14). Efektif vergi oranı ise bu unsurlar dikkate alınarak hesaplanmaktadır.

Efektif vergi oranı, geçmiş verilere dayanan vergi yükü için bir ölçüt olmaktadır. Özel bir şirketin veya şirketler grubunun vergi yükünü göstermektedir. Bu nedenle belirli bir yargı alanında geçerli olan vergi yükünün ölçümü değildir. Bu yönüyle özellikle çok uluslu şirketlerin uluslararası faaliyetlerini gerçekleştirirken dikkate aldıkları ve minimize etmeye çalıştıkları vergi oranıdır. Aşağıda formülü gösterilen efektif vergi oranı, fiili vergi giderleri ve ertelenmiş vergiler toplamının şirketin vergi öncesi kazançlarına bölünmesiyle hesaplanmaktadır (Schafer & Spengel, 2004: 9).

Fiili Vergi Giderleri + Ertelenmiş Vergiler

$$\text{Etkatif Vergi Oranı} = \frac{\text{Fiili Vergi Giderleri + Ertelenmiş Vergiler}}{\text{Vergi Öncesi Gelir}} \times 100$$

Formülde yer alan fiili vergi giderleri, gelir vergisindeki vergi oranları göz önünde tutularak hesaplanmaktadır. Ertelenmiş vergi giderleri ise vergilendirilebilir gelir ile vergi öncesi gelir arasındaki geçici farklara eşittir. Bu geçici farklar, ertelenmiş vergilerin telafi edici etkisini yansıtmaktadır (Schafer & Spengel, 2004: 10). Etkatif vergi oranları, kanuni vergi oranlarının miktarına, vergi matrahının tanımlanmasına ve vergilendirilmeyen kazançların miktarına göre değişmekte ve genellikle kanuni vergi oranlarından daha düşük bir düzeyde kalmaktadır (Giray, 2010: 14).

Literatürde vergilerin firmaların yatırım kararlarını nasıl etkilediğine dair ölçümler efektif vergi oranları ile yapılmaktadır. Bu kapsamda efektif vergi oranları, marjinal efektif vergi oranı ve ortalama efektif vergi oranı şeklinde ayrılmaktadır. Marjinal efektif vergi oranı ilave bir yatırımdan elde edilecek getirinin vergi öncesi ve vergi sonrası değerleri arasındaki farkın bulunması ile hesaplanmaktadır. Ortalama efektif vergi oranı ise bir ülkede gerçekleştirilen yatırım projesinin verginin olduğu durumdaki değeri ile verginin olmadığı durumdaki değeri arasındaki farka göre hesaplanmaktadır (Öz, 2003: 226).

Etkatif vergi oranı, şirketin genel politikası hakkında bilgi vermektedir. Ayrıca bu oran hisse başına kazançları doğrudan etkilediği için finansal analistler, hissedarlar ve vergi daireleri açısından özel bir öneme sahiptir. Ayrıca uluslararası muhasebe standartlarında efektif vergi oranını gösterme zorunluluğu bulunması, bu oranın önemini daha çok artırmaktadır. Bu nedenle uluslararası alanda faaliyette bulunan çok uluslu şirketler için efektif vergi oranını en aza indirmek oldukça önem arz etmektedir (Schafer & Spengel, 2004: 9).

3.5.1.2. Karlılığı ve Likiditeyi Arttırmak

Şirketler karlılıklarını ve ellerindeki likidite miktarını mümkün olduğunca arttırmaya çalışmaktadırlar. Bu şekilde avantajlı koşullarda mal ve hizmet satın alabilmekte ve mal ve hizmet satışlarında esnek politikalar izleyebilmektedirler. Vergi ise şirketin faaliyetlerini yürütebilmesi için katlandığı tüm diğer maliyetler gibi bir gider unsurudur ve nakit çıkışını gerektirmektedir. Dolayısıyla şirketin bünyesindeki fonların bir kısmının vergi ödemek suretiyle azalması likiditeyi ve karlılığı azaltmaktadır. Bu durum ise şirketin ortaya çıkabilecek krizler karşısında hareket kabiliyetini zayıflatmaktadır (Şişman, 2003: 34-35). Şirketler, vergi planlaması yaparak kurumsal bir vergi politikası oluşturmaktadırlar. Bu sayede vergi ile ilgili işlemlerini yılsonunda sadece kar/kazanç ve vergi hesaplamaları gibi muhasebe işlemleri ile

sınırlandırmak yerine gelecek yılların faaliyetlerini ve katlanacakları vergi yükünü önceden hesaplama imkânı elde ederek kurumsal düzeyde vergi politikası geliştirebilme imkânı elde etmektedirler. Böylece vergiden tasarruf ettikleri miktarda karlılıklarını ve likidite miktarını arttırmış olmaktadır (Eroğlu, 2014: 9).

3.5.1.3. Rekabet Koşullarını İyileştirmek

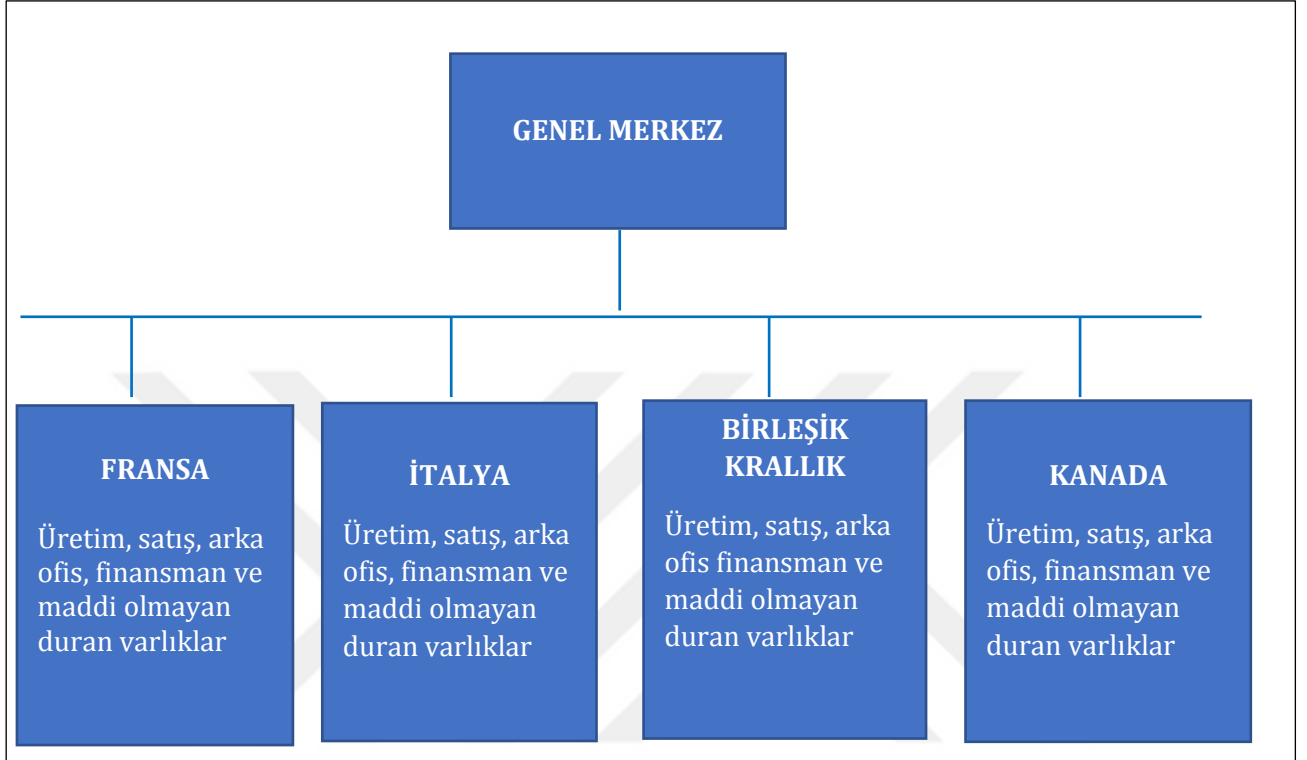
Uluslararası ölçekte faaliyette bulunan şirketlerin içinde bulunduğu koşullar, ulusal ölçekte faaliyette bulunan şirketlere göre daha değişken bir boyut kazanmaktadır. Uluslararası alanda faaliyette bulunan şirketlerin faaliyet alanı büyüdükçe karşılaştıkları risklerde büyümektedir. Çünkü uluslararası alanda faaliyette bulunmak getirdiği karlılığın yanı sıra bir takım risk ve belirsizlikleri de beraberinde taşımaktadır. Farklı ülkeler, farklı kültürleri getirmekte, farklı kültürler ise o kültürün egemen olduğu ülke şartlarına uymak için yeni maliyetlere katlanmayı gerektirmektedir. Buna, doğal koşullar ve yasal farklılıklar da eklendiğinde risk ve belirsizliklerin düzeyi artmaktadır. Bu durum elbette ki rekabet koşullarını da değiştirmekte ve özellikle aynı sektörde faaliyette bulunan şirketler arasında hem söz konusu riskleri hem de katlanılan maliyetleri minimize etme yolunda bir çeşit yarışa neden olmaktadır.

Diğer yandan yasaların kendilerine vermiş olduğu hakları bilinçli bir şekilde kullanıp vergi planlaması yaparak daha az vergi ödeyen şirketler, bilinçsizliği sebebiyle fazla vergi ödeyen şirketler karşısında rekabet üstünlüğü kazanmaktadır (Şişman, 2003: 35). Sonuç olarak vergi planlaması yapan şirketler, vergiden tasarruf ettikleri fonları etkin ve verimli biçimde kullanıp faaliyette bulundukları sektörde olumlu bir imaj çizebilmektedirler. Bu durum ise şirketin geleceğine pozitif yönde etki etmektedir (Kılıçer, 2018: 113).

3.5.2. Uluslararası Vergi Planlamasının Kurumsal Yapıya Etkisi

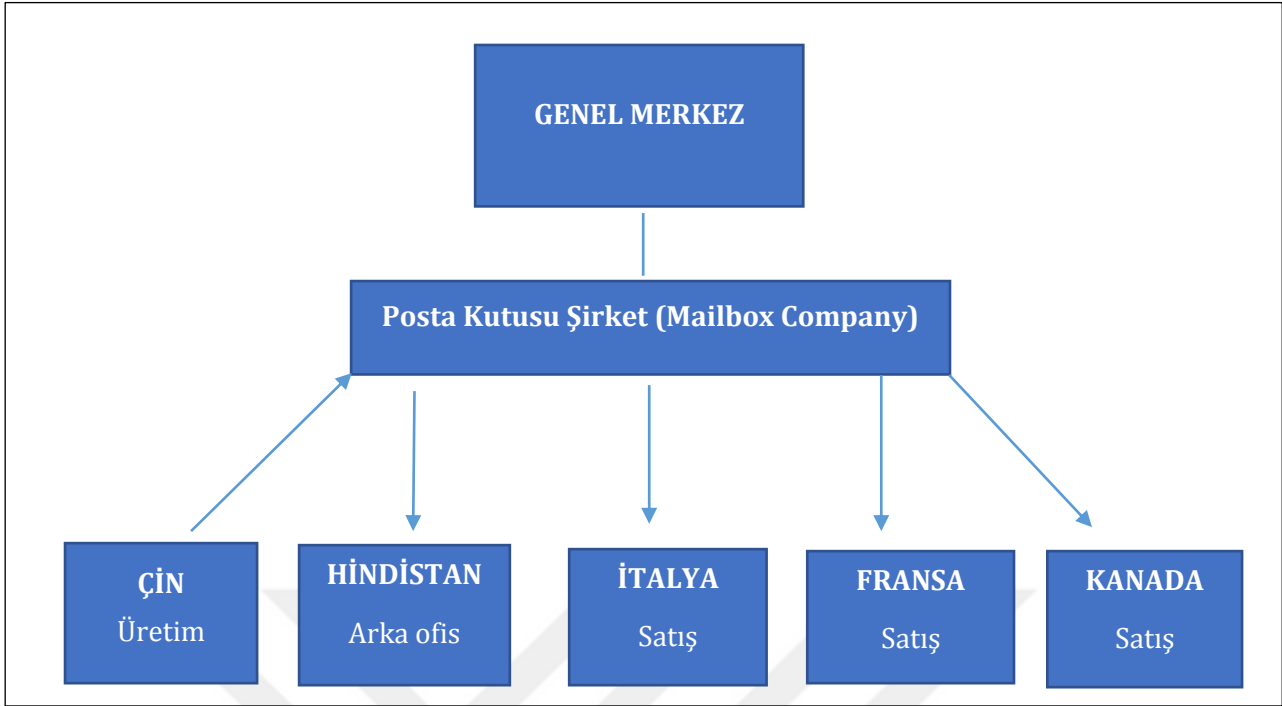
Günümüzde sosyal ve ekonomik hayatın her kademesinde küreselleşmenin izleri görülmektedir. Teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak, ekonomi giderek dijitalleşmektedir. Bu durum, ticari ilişkilerde koşulları bütünüyle değiştirmektedir. Ayrıca ulus devletler, sundukları ayrıcalıklı vergi uygulamaları ile çok uluslu şirketlerin vergi planlama stratejilerini destekleyecek yönde teşvikler sunmaktadır. Nihayetinde hızla artan küreselleşme kurumsal yapılanma biçimlerini de çarpıcı bir şekilde değiştirmektedir. Kurumlar hem ekonomik değişikliklere uyum sağlamak hem de kurumlar vergisi kotalarını olabildiği ölçüde düşürmek için kurumsal yapılanma biçimlerinde değişikliğe gitmektedirler. Bu durum aynı zamanda geleneksel şirket yapılarının mevcut koşullardan en yüksek getiriye sağlayacak şekilde yeniden organize edilmesine neden olmaktadır. Şekil 3.3 ve 3.4'te kurumsal yapıların uluslararası vergi

planlama amaçları doğrultusunda nasıl değiştiği basitleştirilmiş bir formda gösterilmektedir. Şekil 3.3'te geleneksel kurumsal yapının basit bir modeli gösterilmekte şekil 3.4'te ise uluslararası vergi planlaması amacıyla oluşturulan kurumsal yapı modellenmektedir.



Şekil 3.3. Geleneksel Kurumsal Yapı Modeli

Kaynak: (Otto, Michael, Philip, Gertraud, Martha & Martin, 2015: 25).



Şekil 3.4. Uluslararası Vergi Planlaması Amacıyla Oluşturulan Kurumsal Yapı Modeli

Kaynak: (Otto, et al., 2015: 26).

Şekil 3.3'te modellenen yapıda görüldüğü üzere geleneksel kurumsal yapılar genellikle bir ana şirket (holding şirket) ve onun yönettiği farklı ülkelerde bulunan bağlı şirketlerden oluşmaktadır. Geleneksel organizasyon biçimlerinde hammadde alımından, üretilen ürünün satışına kadar olan tüm ekonomik faaliyetler bağlı şirketlerde gerçekleştirilmektedir. Bağlı şirketler, bireysel şirketler şeklinde faaliyette bulunmakta ve genellikle birbirlerinden bağımsız hareket etmektedir. Bu nedenle geleneksel şirket yapısında grup içi ticari işlemler nispeten sınırlı kalmaktadır. Şekil 3.4'te uluslararası vergi planlama faaliyetleri direktifinde şekillenen organizasyon yapısı gösterilmektedir. Bu organizasyonel yapılarda ana şirkete bağlı çok sayıda şirket bulunmaktadır. Bağlı şirketler sadece bulundukları ülkelerde ikincil görevler üstlenmektedirler. Şekilde görüldüğü üzere Çin'de bulunan bağlı şirket sadece üretimden sorumlu olmakta Hindistan'da bulunan bağlı şirket yönetimden sorumlu olmakta ve diğerleri bulundukları ülkelerde pazarlama ve satış faaliyetlerinden sorumlu bulunmaktadır. Bu organizasyonel modelin geleneksel modele göre temel farkı, çok uluslu şirket grubuna dâhil edilen posta kutusu şirketlerdir. Ara şirket veya kabuk şirket şeklinde de adlandırılabilen posta kutusu şirketler, düşük vergi oranlarına sahip ülkelerde ya da vergi cennetlerinde bulunmakta ve tamamen vergi planlama stratejileri doğrultusunda hareket etmektedirler. Posta kutusu şirketler, genellikle çok uluslu şirket grubunun finansmandan sorumlu olan birimleridir. Ayrıca şirketin patent hakları, telif hakları veya pazarlama hakları gibi maddi olmayan duran varlıkları da posta kutusu şirketlerin bünyesinde bulundurulmaktadır. Böylece bu haklara ödenen

bedellerde şişirilmiş transfer fiyatları kullanılarak grup içerisindeki diğer şirketlerin vergiye tabi kazançlarını azaltmak mümkün olmaktadır. Bu durumda vergi yükünün yüksek olduğu ülkelerde bulunan şirketler, söz konusu haklar için ödedikleri bedelleri gider olarak vergiden mahsup edebilmektedirler. Ayrıca posta kutusu şirketlerin hammadde alımından nihai ürün satışına kadar sorumlu tutulması mümkündür. Vergi planlama hedefleri doğrultusunda organize edilen bu yapılar, yönetim esaslarına dayanmakla birlikte esasen uluslararası ortamdan elde edilecek fırsatlara göre şekillenmektedir. Bu nedenle kurumsal kar, şirket grubu içindeki hizmetlerin nasıl organize edildiğine ve grup içi ticarete hangi fiyatların uygulandığına bağlı olarak artmaktadır. OECD tahminlerine göre uluslararası ticaretin %60'ı grup içi ticari işlemlerden oluşmaktadır. Bu durum, çok uluslu şirketlerin kurumsal yapılarını grup içi ticari faaliyetler sonucunda oluşacak kara göre şekillendirdiklerini göstermektedir. OECD, her ne kadar yayımladığı transfer fiyatlandırma rehberiyle grup içi ticarete kullanılacak transfer fiyatın belirlenme hususlarına bir takım kurallar getirmiş olsa da karın transfer fiyatlandırma işlemleri ile düşük vergi oranlı ülkelere veya vergi cennetlerine aktarılmasını engellemek konusunda yetersiz kalmaktadır (Otto, et al., 2015: 24-27).

3.5.3. Uluslararası Vergi Planlamasının Ekonomik Etkisi

Vergi planlaması ister ulusal ölçekte isterse uluslararası ölçekte uygulansın devletlerin vergi gelirlerini azaltmaktadır. Diğer taraftan mükelleflerin vergi planlaması yaparak vergiden tasarruf ettikleri fonları, yeni yatırımlarda kullandıkları takdirde vergi planlamasının ekonomik faaliyetleri teşvik etmek suretiyle ülke ekonomisine olumlu etki edebileceğini söylemek mümkündür. Ayrıca akılcı bir vergi planlaması, yasa dışı bir yöntem olan vergi kaçakçılığına giden yolları da kapatmaktadır. Nitekim gerek vergi kaçakçılığında gerekse vergi planlamasında nihai amaç vergi yükünden kurtulmaktır. Vergi planlamasına yönelen mükellef ise bu amaca ulaşmak için yasal yolları kullanmaktadır. Böylelikle yapılan işlemler hem suç teşkil etmemekte hem de istenilen vergi tasarrufu sağlanmaktadır. Bununla birlikte vergi planlamasının defter ve belge kullanımı teşvik ettiği de söylenebilmektedir. Mükellefler vergi planlaması ile faaliyette bulunduğu sektörde vergi yükünü azaltacak işlemlere yönelirken ilerde vergi idaresi ile anlaşmazlığa düşmemek için yapılan tüm işlemleri belgelendirme yoluna gitmektedirler. Vergi dairesi açısından bakıldığında bu durum mükelleflerin takibini kolaylaştırmakta ve vergi sistemindeki açıkların daha iyi görülmesini sağlamaktadır (Eroğlu, 2014: 9-12).

Uluslararası ölçekte uygulanan vergi planlamasının ise bunun aksine hem devletlerin vergi gelirlerini azalttığı hem de sermayenin, vergilendirmenin yüksek olduğu ülkelere vergilendirmenin düşük olduğu ülkelere kaçışına neden olduğu söylenebilmektedir. Bu durum özellikle yüksek vergilemenin olduğu ülkelerdeki ekonomik faaliyetleri olumsuz etkilemektedir

(Eroğlu, 2014: 100). Vergi rekabetinin bir sonucu olarak karşımıza çıkan bu durum, üretim faktörlerini ve özellikle hareketli sermayeyi bünyesine çekmek isteyen ülkelerin giriştiği bir tür yarış halini almaktadır. Bu nedenle uluslararası vergi planlamasının olumsuz etkilerinin vergi rekabeti ile açıklanabilmesi mümkün olmaktadır. Vergi rekabeti, ekonomik bütünleşme sonucunda devletlerin, düşük efektif vergi oranları veya vergi yükünü düşürmek için uyguladıkları vergisel teşvikler ile yabancı sermayeyi ülkelerine çekme çabaları olarak ifade edilebilmektedir. Küreselleşme sürecinin hızlanması ile birlikte finansal sermaye başta olmak üzere sermayenin ülkeler arasındaki hareketliliği kayda değer ölçüde artış göstermektedir. Bu durum, küresel sermayeyi ülkelere çekebilen devletlere fayda sağlarken bu rekabete karşı koyamayan veya karşı koymakta geç kalan devletleri zarara uğratmaktadır (Kargı ve Yaygır, 2016: 4).

Vergi rekabetinin zararları mali dışsallık kavramı altında açıklanmaktadır. Nitekim vergi otoriteleri, giriştikleri bu rekabet ortamında aldıkları kararların diğer ülkelerin vergi matrahlarında ne gibi değişiklikler oluşturacağını dikkate almamaktadır (Öz, 2005: 60). Bununla birlikte doğrudan yabancı yatırımları çekmek isteyen devletler, vergi mevzuatlarını hazırlarken rakip ülkelerin vergi politikalarını da gözetmektedirler. Bu durum, aynı amaca yönelik devletlerin vergi politikalarını hazırlama hususunda bağımsız olmadıklarını göstermektedir. Dünya ekonomisinin giderek daha da entegre bir hal aldığı düşünüldüğünde, devletlerin vergi sistemleri ve uyguladıkları vergi politikaları üretim faktörlerinin nerede ve hangi mal ve hizmetlerin üretimde kullanılacağını etkilemeyeceği düşünülememektedir (Akkaya, 2011: 78-79). Bu durum çok uluslu şirketlerin karlarını düşük vergi oranları uygulayan ülkelere kaydirmaları karşısında yüksek vergi oranlarına sahip ülkelere vergi tabanını korumakta zorluk yaşatmaktadır (Eroğlu, 2014: 100). Özellikle uluslararası vergi planlaması kapsamında değerlendirilen agresif vergi planlaması, oluşturduğu koşullar neticesinde hem ülkelerin kendi vergi matrahlarını aşındırmakta hem de diğer ülkelerin vergi matrahlarında aşınmaya sebep olmaktadır (Kılıçer, 2018: 78).

Literatürde aşırı yararlanma, saldırgan vergi planlaması, aşırı vergiden kaçınma ve vergiden kaçınmanın kötüye kullanılması gibi farklı şekillerde adlandırılabilen agresif vergi planlaması, vergi avantajı elde etmek amacıyla ülkelerin vergi yapılarının birbiriyle olan uyumsuzluğunun kullanılması şeklinde ifade edilebilmektedir (Kılıçer, 2018: 77). Agresif vergi planlama girişimlerinin zarar verici nitelikte olması, ekonomik özden yoksun olmasıyla açıklanmaktadır. Söz konusu girişimlerin ekonomik özden yoksun oluşundan kastedilen, bu girişimlerin görünüşte hukuka uygun eylemleri içermekle birlikte nihai amacının sahte ve suni düzenlemeler ile yasa koyucunun öngörmediği biçimde mevzuat uyumsuzluklarından faydalanmak olduğu söylenebilmektedir. Uluslararası vergi planlamasının saldırgan biçimde uygulandığı agresif vergi planlamasının bir diğer olumsuz etkisi, ortaya çıkardığı haksız rekabet

ortamıyla açıklanabilmektedir. Agresif vergi planlaması ile ödenecek vergiyi azalma çabaları, şirketlere rakipler karşısında rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Fakat bu çabalar, yasa koyucunun öngörmediği eylemleri içerdiğinden kazanılan rekabet üstünlüğü haksız rekabet kapsamında değerlendirilmektedir (Gülgün, 2015: 355). Ayrıca vergi cennetleri veya benzer şekilde vergi avantajları sunan ülkelerin vergi planlama faaliyetlerinde kullanılması, uluslararası vergi planlamasını kayıt dışı ekonomiyi güçlendiren faktörlerden biri haline getirmektedir.

OECD, agresif vergi planlaması ile mücadele kapsamında Temmuz 2013'te "Kar Aktarımı Yoluyla Matrahın Aşındırılması" (BEPS) hakkında bir rapor yayımlamıştır. Çok uluslu şirketlerin kar değişimini ele almak ve kurumlar vergisinde uluslararası tutarlılığa doğru ilerlemek için 15 adımlık bir eylem planını içeren bu rapor, agresif vergi planlaması konusunda bir çalışma grubu oluşturarak zararlı vergi uygulamalarının önüne geçmeyi hedeflemektedir (Kaye, 2014: 188). Agresif vergi planlaması ile mücadele konusunda vergiye gönüllü uyumun sağlanması da önemli bir konu olarak görülmektedir. Fakat çok uluslu şirketlerin genel yapısı dikkate alındığında milli bilinç, devlete duyulan bağlılık ve ahlaki değerler gibi vergiye gönüllü uyumu arttıran şahsi ve soyut değerler önemini kaybetmekte ve vergiye gönüllü uyumu sağlama yönelik çabalar etkili olamamaktadır (Gülgün, 2015: 357).

4. ULUSLARARASI VERGİ PLANLAMA STRATEJİLERİ

Çok uluslu şirketler, faaliyetlerini farklı yargı bölgeleri arasında gerçekleştirdikleri için birden çok vergi sistemine uymak zorundadırlar. Bu nedenle uluslararası faaliyetlerinde uyguladıkları vergi planlama stratejileri, ülkeden ülkeye değişmekle beraber aynı ülke içerisinde farklı yargı bölgeleri arasında bile değişiklik göstermektedir. Nitekim her ülkenin vergi mevzuatı bir diğerinden farklı hükümler içermektedir. Örneğin Meksika kanunları uyarınca yöneticiler ve genel müdürler hariç olmak üzere bir şirket için çalışan tüm personelin şirketin yıllık kazancının %10'unu kar paylaşımı olarak alma hakkı bulunmaktadır. Bu oran, personellerin maaşlarına yıl içerisinde çalıştıkları gün sayısı ile orantılı olarak dağıtmakta ve dağıtılan kar payı vergiden düşülebilecek giderler arasında sayılmaktadır. Bu ve benzeri şekillerde her ülkenin kanunen kabul ettiği vergiden düşülebilecek gider türleri farklılaşmaktadır. Bu bağlamda bazı ülkeler vergiden düşülebilecek giderleri sadece sermaye giderleri gibi şirketin esas faaliyet konusuna giren giderlerle sınırlı tutarken bazı ülkeler ise eğlence, yemek masrafları, iş hediyeleri ve motorlu taşıtların özel kullanımı gibi kişisel giderleri de vergiden düşülebilecek giderler olarak kabul etmektedir (Rohatgi, 2005: 243). Buna benzer şekilde belirli finansal araçlar bazı ülkelerde öz sermaye olarak değerlendirilirken diğer ülkelerde yabancı kaynak, yani borçlanılan fon olarak değerlendirilebilmektedir. Bu nedenle bir ülkedeki ödemeler vergiye tabi karın azalmasına neden olurken aynı ödemeler başka bir ülkede vergiye tabi karı değiştirmemektedir (Otto, et al., 2015: 27). Bu durum ise çok uluslu şirketleri, faaliyette bulunacakları ülkelerin vergi mevzuatlarındaki farklılıkları iyi bilip akılcı yöntemlerle bu farklılıkları avantaja dönüştürecek biçimde kullanmaya yöneltmektedir.

Çok uluslu şirketler, faaliyette bulundukları küresel zeminde, iş süreçlerinin birçoğunu farklı yargı bölgeleri arasında gerçekleştirmektedirler. Bu nedenle buralardaki gerek hukuksal gerekse kültürel tüm kural ve kaideleri iyi bilip bunlara göre stratejiler geliştirmektedirler. Bu stratejilerden biri de, uluslararası vergi planlamasıdır. Uluslararası vergi planlaması, ülkeler arasındaki vergisel farklılıkları göz önünde tutmakta ve bu farklılıklara göre en uygun işlemi gerçekleştirerek vergi sonrası karın maksimize edilmesini amaçlamaktadır. Bu kapsamda uluslararası vergi planlaması; transfer fiyatlandırması, vergi cennetleri, elektronik ticaret gibi farklı stratejilerin bazen birinin bazen ise bir kaçının birlikte kullanılması ile gerçekleştirilmektedir. Çünkü uluslararası vergi planlama stratejilerini tek başına düşünmek yeterli olmayacaktır. Bu stratejiler özellikle birbiri içine geçmiş karmaşık işlemleri kapsamaktadır.

4.1. Transfer Fiyatlandırması

Transfer fiyatlandırma, dar kapsamı ile bir şirketin kendi birimleri veya diğer kısımları arasındaki mal tesliminde söz konusu olan fiyatlandırma şeklinde tanımlanabilmektedir. Bu tanımda transfer fiyatlandırmasının konusunu oluşturan unsur, şirketin bir bölümünde üretilen bir malın yine söz konusu şirketin başka bir bölümünde girdi olarak kullanılması durumudur. Bununla birlikte ticari faaliyetlerin yoğun olarak uluslararası ölçeğe taşınması ile birlikte transfer fiyatlandırmasının tanımı da uluslararası bir nitelik kazanmaktadır. Bu yönüyle transfer fiyatlandırması yalnızca aynı şirketin kendi birimleri arasında gerçekleştirdiği işlemlerle sınırlı kalmamakta aynı zamanda uluslararası işlemleri de kapsamaktadır. Bu nedenle günümüzde transfer fiyatlandırması denildiğinde öncelikle çok uluslu şirketler akla gelmektedir. Bu kapsamda transfer fiyatlandırması, çok uluslu bir şirketin, gelir-gider ve kar paylaşımı noktasında bağlı olduğu ve kar paylaşımı açısından ortak çıkar birliği içinde bulunduğu ana şirket, bağlı şirketler ya da yönetim ve denetiminde hâkim olduğu ortaklıklar, iştirakler ve şubelerinin mal ve hizmet akımında eş güdümlü olarak uyguladıkları fiyatlandırma olarak tanımlanabilmektedir (Öncel, 2014: 4-5).

Transfer fiyatlandırması esasen bir fiyat manipülasyonudur. Şirketler grup içi ticari faaliyetlerinde kullandıkları fiyatları, faaliyette bulundukları farklı vergilendirme yetkisine sahip bölgelerin vergi oranlarına göre manipüle etmektedirler. Böylelikle uluslararası alanda katlanacakları vergi yükü minimum düzeye çekilmektedir. (Çak, 2008: 37). Grup içi işlemlerle manipüle edilen bu transfer fiyat, şirketin aynı organizasyon grubuna dâhil olan başka bir şirketine verdiği hammadde, ara mal veya hizmetler üzerine konulan iç değer olarak ifade edilebilmektedir (Öz, 2005: 271). Çok uluslu şirketlerin söz konusu fiyatlandırma mekanizmasını kullanarak giriştikleri bu yöntem, yoğun olarak otomobil, ilaç ve bilgisayar gibi endüstrilerde kullanılmaktadır. Çünkü bu sektörlerde üretimde çok parçalı ürünler kullanılmakta ve üretim süreci uzun bir dönemi kapsamaktadır. Bu durum faaliyette bulunulan sektörde maliyetlerin ve fiyatların kontrol edilmesini nispeten zorlaştırmakta ve transfer fiyatlandırma işlemleri ile yapılan fiyat manipülasyonunu kolaylaştırmaktadır (Eroğlu, 2014: 104).

4.1.1. Transfer Fiyatlandırmasının Amaçları

Transfer fiyatlandırma birçok amaç dâhilinde yapılmaktadır. Bu amaçlar; yönetimle ilgili amaçlar, uluslararası amaçlar ve vergi ile ilgili amaçlar olarak sınıflandırılabilir. Elbette ki şirketler, uluslararası vergi planlaması yaparken doğrudan transfer fiyatlandırmasının vergi ile ilgili amaçlarını dikkate almaktadırlar. Bununla birlikte transfer fiyatlandırmasından istenen

faaydayı sağlayabilmek için yönetimle ilgili amaçlar ile uluslararası amaçların da göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

4.1.1.1. Transfer Fiyatlandırmasının Yönetimle İlgili Amaçları

Çok uluslu Şirketlerde, gelir merkezi, maliyet merkezi, yatırım merkezi ve kar merkezi olmak üzere dört farklı sorumluluk merkezi bulunmakta ve her biri ayrı bir sorumluluk merkezi olan bu birimler tarafından üretilen ürünlerin diğer birimlere transferi gerekli olmaktadır. Bu durum, mal ve hizmet transferi ile ilgili konularda bir takım kararların alınmasını gerekli kılmaktadır. Bu kararlardan en önemlisi, transfer fiyatının ne olacağıdır. Bilhassa söz konusu birimlerin kar merkezi olarak belirlenmesi durumunda mal ve hizmetlerin transfer edilmesi hususunda satıcı birim için kar oluşturulması, alıcı birim için ise belirli bir maliyet unsurunun ortaya çıkması gerekmektedir. Bu Şekilde belirlenen transfer fiyatı, iki birimin de performansını etkilemektedir. Bir bütün olarak değerlendirildiğinde çok uluslu Şirket grubu bünyesinde gerçekleştirilen transfer fiyatlandırma işlemleri sadece muhasebe ile ilgili işlemleri kapsayan bir araç olarak değerlendirilmemekte aynı zamanda yöneticilerin doğru kararlar verebilmelerini sağlayan ve Şirket bünyesinde alınan kararların doğruluğunu etkileyen yönetimsel bir araç olarak değerlendirilmektedir (z, 2005: 276-277).

Transfer fiyatının belirlenmesi, Şirketlerin yönetim ile ilgili amaçlarına göre Şekillenmektedir. Şirketlerin transfer fiyatını belirlerken yönetim ile ilgili konularda göz önünde bulundurdıkları hususlar; yöneticiler ile Şirket hedefleri arasındaki koordinasyonu arttırmak, Şirket bünyesindeki her bir birimin performansını adaletli bir biçimde değerlendirerek diğer birimler ile kıyaslamak ve her bir birimin karlılığını arttırabilmek amacıyla yöneticileri motive etmek Şeklinde sıralanabilmektedir. Ancak bu Şekilde doğru bir performans değerlendirmesi yapılabilmekte ve birimlerin hedefleri arasındaki uyum teşvik edilebilmektedir (Olca ve Acar, 2013: 52-53).

4.1.1.2. Transfer Fiyatlandırmasının Uluslararası Amaçları

Uluslararası ticari faaliyetlerin ulusal para birimi yerine döviz ile gerçekleştirilmesi özellikle kurların devamlı deęiŐkenlik gösterdiği durumlarda çok uluslu Şirketlere bazen kayıp bazen ise kazanç olarak geri dönmektedir. Bu açıdan bakıldığında transfer fiyatlandırmasının uluslararası amaçlarla kullanılması, döviz kurlarındaki dalgalanmalardan kaynaklanan kayıpların minimize edilmesi noktasında önem kazanmaktadır. Bu amaçla yapılan transfer fiyatlandırma işlemleri, kur deęiŐikliklerinin neden olduğu zararların Şirketin başka ülkelerdeki bağlı Şirketlerine transfer edilmesi ya da uluslararası alanda elde edilen karın kur riskine maruz

kalan paradan kurtarılabilmesi amaçlarıyla uygulanmaktadır. Bunun için merkez şirket ile bağlı şirketler arasında belirlenen ödemelerin para birimlerine, ödeme dönemlerine ve ürünlerin teslim zamanlarının olası kur değişikliklerine göre ayarlanması gerekmektedir (Çak, 2008: 36).

Ayrıca uluslararası amaçlar gözetilerek uygulanan transfer fiyatlandırması, gümrük vergileri, ambargolar, kotalar gibi uluslararası ticari faaliyetlerin önündeki bir takım engellerin aşılması amacıyla da kullanılmaktadır. Transfer fiyatlandırmasının bu amaçla kullanılması özellikle kar transferi konusundaki kısıtlamaların aşılması ve elde edilen gelirin başka ülkelere aktarılmasının yanı sıra karşılaşılabilecek muhtemel riskleri minimize etme noktasında da önemli olmaktadır (Olcay ve Acar, 2013: 53-54).

Transfer fiyatlandırmasının uluslararası amaçlarından bir diğeri de pazarlama ve tutundurma faaliyetleri hususunda önem kazanmaktadır. Bu kapsamda çok uluslu şirketler, transfer fiyatlandırma işlemlerini, faaliyete bulunmak istenen pazara hâkim olmak ve orada tutunabilmek gibi stratejik pazarlama hedefleri ışığında gerçekleştirmektedirler. Bu amaçla yeni faaliyette bulunulan ülkelerdeki ortak şirketlerine transfer edecekleri mal ve hizmetler için düşük fiyat belirleyerek ilgili ülkede rekabet avantajı sağlayabilmektedirler (Çak, 2008: 37). Ayrıca çok uluslu şirketler, daha iyi şartlarda finansman imkânı elde etmek için kredi değerliliklerini arttırmak ve finansal açıdan olduğundan daha iyi bir tablo çizmek istemektedirler. Bu amaçla transfer fiyatlarını kullanarak bilanço ve gelir tablolarında karlılıklarını ve gayrisafi hasılatlarını fazla göstermek suretiyle daha uygun şekilde finansal kaynak sağlayabilmektedirler (Öz, 2005: 275).

4.1.1.3. Transfer Fiyatlandırmasının Vergi ile ilgili Amaçları

Transfer fiyatlandırmasının esas amacı vergi yükünün olabildiği ölçüde minimize edilmesidir. Bu amacın gerçekleştirilmesi, uluslararası faaliyetlerden elde edilen karın, yüksek vergi oranlarının geçerli olduğu ülkelerde daha az, düşük vergi oranlarının geçerli olduğu ülkelerde ise daha fazla olacak şekilde ayarlanmasıdır. Farklı yargı bölgeleri arasında faaliyette bulunan şirketlerin, söz konusu ayarlamalarla vergi oranlarının yüksek olduğu ülkelerdeki bağlı şirketlerine, piyasa fiyatının üzerinde mal transferinde bulunarak normal koşullarda ödemeleri gereken vergiyi azaltabilme imkânı elde etmeleri, transfer fiyatlandırmasının bir vergi planlama stratejisi olarak uygulanmasına örnek oluşturmaktadır (Oktar, 2003: 166). Bu kapsamda çok uluslu şirketlerin transfer fiyatlandırma işlemlerini uluslararası vergi planlama stratejisi olarak kullanmaları aşağıda belirtilen vergisel amaçların gerçekleştirilmesi ile mümkün olmaktadır.

- I. **Vergi sonrası küresel karı arttırmak:** Çok uluslu bir şirketin yüksek vergi oranlarına tabi olan ülkelerdeki bağlı şirketlerine piyasa fiyatının üzerinde belirlediği bir fiyatla mal ve hizmet satışı yapması veya yine yüksek vergi oranlarına tabi olan bağlı şirketlerinden

piyasa fiyatına göre düşük bir fiyatla mal alışı yapması mümkün olmaktadır. Bu şekilde çok uluslu şirket grubu bünyesinde faaliyette bulunan bağlı şirketlerin vergi matrahı ve dolayısıyla ödemekle yükümlü olduğu verginin azaltılabilmesi mümkün olmaktadır (Öncel, 2002: 7).

II. Gayri maddi hak bedeli ödemelerinde vergi kesintilerini azaltmak: Şirketlerin yurtdışına yaptığı kar payı, patent, know-how, lisans, marka, işletme ve imtiyaz hakları gibi gayri maddi haklara ilişkin ödemelerinin stopaja tabi olması durumunda söz konusu gayri maddi haklara ilişkin kesintiler transfer fiyatlandırması yoluyla iki şekilde azaltılabilmektedir. Birincisinde alınan gayri maddi haklara ilişkin ödemeler için belirlenen fiyat düşük gösterilmekte, stopaj tutarı bu şekilde azaltılmaktadır. İkincisinde ise söz konusu ödemeler için ayrı bir fiyat belirlemeden bu ödemeler, ödemenin yapılacağı bağlı şirketten alınan diğer malların fiyatına dâhil edilmektedir. Bunların yanı sıra söz konusu gayri maddi haklar, vergi cennetlerinde yerleşik bulunan bağlı şirketin aktifinde gösterilerek de vergi yükünün azaltılması mümkün olmaktadır. Böyle bir durumda çok uluslu şirket grubunun yüksek vergi mükellefiyetine sahip olan şirketinden vergi cennetinde bulunan bağlı şirketine, bu haklar için ödeme yapılarak yüksek vergi yükümlülüğü altında olan şirketin maliyetleri arttırılmakta ve vergi yükü azaltılabilmektedir (Öz, 2005: 282-283).

III. Gümrük vergileri ve kotalardan sakınmak: Transfer fiyatlandırma, kazanç üzerinden alınan vergileri azaltmanın yanı sıra ithalat ve ihracatta işlem üzerinden alınan vergileri azaltmak ve kotalardan sakınmak için de kullanılmaktadır. Özellikle dış ticarete vergilerin değer esasına göre alınması durumunda çok uluslu şirket grubu içerisinde yapılan fiyat ayarlamalarıyla şirketin bir biriminden başka bir birimine transfer edilen malların birim fiyatları düşük gösterilebilmektedir. Bu şekilde ödenecek verginin manipüle edilmesi mümkün olmaktadır. Ayrıca transfer fiyatlandırma işlemleri ile ithalat yapılacak ülkenin belirlemiş olduğu kotalardan sakınmak da mümkün olmaktadır. Bu durumda düşük fiyatlandırma işlemleri ile ithalat kapasitesi arttırılabilmektedir (Öz, 2005: 283).

IV. Maliyetlerin bağlı şirketlere paylaştırılması yoluyla vergi yükünü azaltmak: Çok uluslu bir şirket gurubu, şirket merkezinden bağlı şirketlere sağlanan hizmetlere ilişkin bedellerin bağlı şirketlerine paylaştırılması noktasında değişikliğe gidebilmektedir. Bu paylaşım genellikle vergi oranlarının yüksek olduğu ülkelerde bulunan bağlı şirketlerin maliyetlerini normalden daha fazla göstermek amacıyla yapılmaktadır. Bu uygulamaya teknik yardımlar, uzmanlık gerektiren hizmetler ve şirket faaliyetlerinin devamlılığını sağlamak için zorunlu olan araştırma geliştirme (AR-GE) faaliyetlerinin şirket bünyesindeki birimlerce kullanıldığı durumlarda başvurulmaktadır. Söz konusu

faaliyetler, vergi oranlarının yüksek olduğu ülkelerde yerleşik olan şirket birimleri tarafından yürütülmekte ve karşılığında diğer birimlerden ya çok az bir bedel alınmakta ya da hiç alınmamaktadır (Olçay ve Acar, 2013: 52).

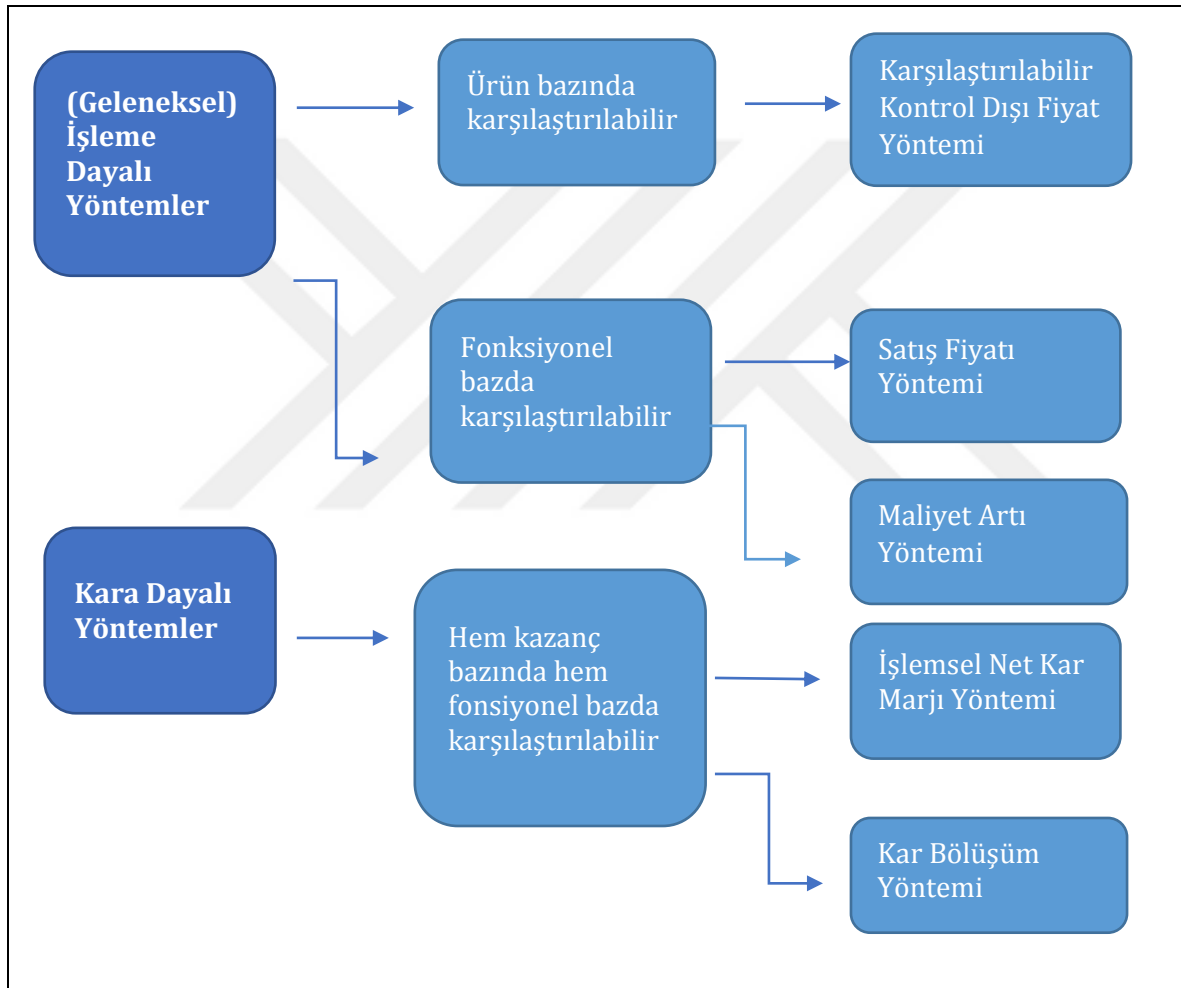
4.1.2. Transfer Fiyatlandırma Yöntemleri

Transfer fiyatlandırması, özellikle gelir paylaşımı ve kaynak tahsisi konularında yasal ve uluslararası anlaşmalar çerçevesinde korumasız konumda olan az gelişmiş ülkeler üzerinde olumsuz etkiler doğurabilmektedir (Öncel, 2002: 2). OECD, hem bu olumsuz etkilerin önüne geçebilmek hem de şirketlerin transfer fiyatlandırma işlemlerini belirli sınırlar çerçevesinde tutabilmek amacıyla 1995 yılında “çok uluslu şirketler ve vergi idareleri için transfer fiyatlandırması rehberi” adlı uluslararası transfer fiyatlandırma standartlarını içeren bir rehber yayınlanmıştır. Bu rehberde yer alan transfer fiyatlandırma standartları, vergi tabanını korumak isteyen ülkelere yardımcı olmak ve çok uluslu şirketlere grup içinde gerçekleştirdikleri ticaretleri faaliyetlerinde transfer fiyatlandırmasına konu olan malların değerlerinin nasıl hesaplanması gerektiği konusunda rehberlik sağlamayı amaçlamaktadır. Böylece transfer fiyatın belirlenmesi hususunda uluslararası alanda kabul görecektir ortak bir payda oluşturulmak istenmektedir (Öz, 2003: 292-293). Bu paydanın oluşturulması için grup içi ticarete kullanılan transfer fiyatının, emsallere uygunluk standardı (arm’s length standart) temel alınarak belirlenmesi kabul edilmektedir. Uluslararası alanda genel kabul gören emsallere uygunluk standardı, Türk Vergi Sisteminde Kurumlar Vergisi Kanununun 7. Maddesinde “emsal fiyat” şeklinde yer almaktadır.

Emsallere uygunluk standardı, birbirlerinden bağımsız aynı veya benzer koşullarda faaliyette bulunan şirketlerin aynı veya benzer mal ve hizmetlere uyguladıkları piyasa fiyatı olarak tanımlanabilmektedir. Bu kapsamda emsallere uygunluk standardına göre aralarında doğrudan veya dolaylı bir şekilde ortaklık ya da herhangi bir kontrol bağı bulunmayan tarafların tamamıyla kendi çıkarlarını gözeterek gerçekleştirdikleri ticari faaliyetlerinde uyguladıkları fiyatlar, diğer bir ifadeyle piyasa koşullarına göre belirlenen fiyatlar emsal olarak alınmaktadır (Öncel, 2002: 12).

Emsallere uygunluk standardının belirlenmesi için öncelikle karşılaştırılabilir bir değer bulunması zorunlu olmaktadır. Bu karşılaştırmaya konu edilebilecek değer, çok uluslu bir şirketin içinde ve dışında ticareti yapılan bir ürün olabileceği gibi aynı ürünün ticaretini yapan ve iki tarafla da ilgisi bulunmayan üçüncü bir tarafın işlemleri de karşılaştırmaya konu olabilmektedir. Karşılaştırılabilir bir değer bulunamazsa emsallere uygunluk standardının gerçek anlamda uygulanması mümkün olmamaktadır (Boos, 2003: 5).

Mal ve hizmetlerin alım satımında ya da borç para verilmesi gibi işlemlerde karşılaştırılabilir bir değer bulmak kolay olmaktadır. Fakat ilaç, otomotiv, finansal hizmetler ve elektronik gibi uzmanlaşma gerektiren sektörlerde maddi olmayan duran varlıklar yoğun olarak kullanıldığı için emsal fiyata ulaşmak zorlaşmaktadır (Ufuk ve Olcay, 2013: 62). Bu bağlamda çeşitli düzenleyici politikalar kapsamında çok uluslu şirketlerin emsal değer hesaplamalarında uymak zorunda oldukları bir dizi değerlendirme yöntemi bulunmaktadır. Şekil 4.1.'de gösterildiği üzere bu değerlendirme yöntemleri; (geleneksel) işleme dayalı yöntemler ve kara dayalı yöntemler olmak üzere iki grup halinde kategorize edilmektedir.



Şekil 4.1. Şirket Grubu İçinde Transfer Edilen Mal/Hizmetlerin Değerlemesi İçin Transfer Fiyatlandırma Yöntemleri

Kaynak: (Boos, 2003: 3)

Şeklin ilk kısmında yer alan işleme dayalı yöntemler; karşılaştırılabilir kontrol dışı fiyatlandırma yöntemi, yeniden satış fiyatı yöntemi ve maliyet artı yöntemi olarak üçe ayrılmaktadır. Bu yöntemler içerisinde yalnızca karşılaştırılabilir kontrol dışı fiyatlandırma yöntemi, emsallere uygunluk standardının en düzgün biçimde uygulanabildiği yöntem olarak

değerlendirilmektedir. Çünkü bu yöntemde emsallere uygunluk kıyaslaması olarak karşılaştırılabilir ürün kullanılmaktadır (Boos, 2003: 59). Karşılaştırılabilir kontrol dışı fiyat yöntemi, kontrol altındaki işlemlerde belirlenen transfer fiyatın kontrol dışı işlemlerde belirlenen fiyatla karşılaştırılmasını esas almaktadır. Bu durum bir bakıma bağımsız şirketlerin birbirleri ile yaptıkları ticari faaliyetlerde uyguladıkları fiyatın, bağlı ortaklıklar arasında gerçekleşen benzer işlemlerde oluşturulan fiyatla kıyaslanmasıdır (Çak, 2008: 44).

Maliyet artı yönteminde emsallere uygun fiyat tespiti, mal ve hizmet maliyetlerinin makul bir ölçüde brüt kar oranı kadar arttırması ile elde edilmektedir. Yeniden satış yönteminde ise emsal fiyat, mal ve hizmetlerin aralarında herhangi bir ilişki bulunmayan taraflara yeniden satılması ile ulaşılacak fiyattan makul bir brüt satış karının düşülmesi ile tespit edilmektedir (<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5520.pdf>). Satış fiyatı yöntemi ve maliyet artı yönteminde karşılaştırılabilir kontrol dışı fiyat yönteminin aksine emsallere uygunluk standardını belirlemek için fonksiyonel karşılaştırma kullanılmaktadır. Fonksiyonel karşılaştırmada işlemler, dağıtıcıya ya da işlemin üretici tarafına odaklanmaktadır. Bu nedenle fonksiyonel karşılaştırmaya göre çok uluslu bir şirketin grup içi işlemlerinde uygulayabileceği transfer fiyatın belirlenmesi, söz konusu şirketin işlevlerinin aynı işlevleri üstlenen rakiplerle karşılaştırılmasını gerektirmektedir. Bu sebeple yeniden satış yöntemi ile maliyet artı yöntemi, şirketlerin grup içi ticaretlerine konu olan, gayri maddi varlık transferlerinin değerlendirilmesinde kullanılamamaktadır (Boos, 2003: 5-6).

Şeklin ikinci kısmını oluşturan kara dayalı yöntemler grubunda; işlemsel net kar marjı yöntemi ve kar bölüşüm yöntemi yer almaktadır. Bu grupta emsallere uygunluk fiyatı, kontrol edilebilen ve kontrol edilemeyen tarafların karlarının karşılaştırılması ile belirlenmektedir. Bu nedenle işlemsel net kar marjı yöntemi ve kar bölüşüm yöntemi teorik olarak hem maddi duran varlıkların hem de maddi olmayan duran varlıkların değerlemesinde kullanılabilir (Boos, 2003: 122-123).

İşlemsel net kar marjı yönteminde yapılan karşılaştırma, maliyet artı ve yeniden satış yöntemlerine benzer şekilde yapılmaktadır. Burada özellikle bir vergi mükellefinin kontrol edilebilen işlemlerden elde ettiği net kar marjı, kontrol edilemeyen işlemlerden elde ettiği kar marjı ile karşılaştırılmaktadır. Bu karşılaştırmaların yapılamadığı durumlarda bağımsız bir tarafın karşılaştırılabilir işlemlerden elde edeceği net kar marjı dikkate alınmaktadır (Çak, 2008: 51).

Kar bölüşüm yöntemi, işlemlerin birbirleriyle çok ilişkili olduğu durumlarda, bağımsız taraflara karın yeniden bölüşümü noktasında rehberlik etmektedir. Kar bölüşüm yöntemi, bağlı şirketler arasındaki işlemler sonucunda elde edilen karın mevcut piyasa verileri dikkate alınarak değerlendirilmesi ve emsallere uygun fiyatı yansıtacak şekilde paylaştırılmasını amaçlamaktadır. Ayrıca bu yöntemin ayırt edici özelliği, bağımsız taraflar arasında karşılaştırılabilir bir işlem olmadığı durumlarda da kullanılabilir olmasıdır (Çak, 2008: 50).

4.1.3. Uluslararası Vergi Planlama Stratejisi Olarak Transfer Fiyatlandırması

Çok uluslu bir şirket grubunun herhangi bir biriminde üretilen malların, hizmetlerin ve know-how gibi soyut değerlerin aynı şirket grubunun başka bir birimine satılması sonucunda bu mal ve hizmetler için ödenen ücretlere transfer fiyatı denilmektedir. Transfer fiyatı, şirketin kendi birimleri arasında yapılan anlaşmalara bağlı olarak arttırılıp azaltılabilmektedir. Dolayısıyla transfer fiyatının ne olacağı, söz konusu şirketin vergi ile ilgili amaçlarına göre belirlenmektedir. Neticede çok uluslu bir şirketin transfer fiyatlandırma işlemleri sonucunda ödemesi gereken vergi borcundan kısmen veya tamamen kurtulması mümkün olmaktadır.

Aşağıda Mansfed Davidmann tarafından oluşturulup tarafımızca düzenlenen tablo 4.1'de çok uluslu bir şirketin transfer fiyatlandırma işlemlerini vergi planlaması kapsamında nasıl uyguladığına ilişkin bir örnek olay gösterilmektedir.

Tablo 4.1. Transfer Fiyatlandırmasının Vergi Planlaması Kapsamında Uygulaması

	Ev sahibi ülke ¹		Köken ülke ²	
	Alış fiyatı (€)	Transfer fiyatı (€)	Satış fiyatı (€)	Toplam Kar (€)
1.DURUM	100	200	300	
Vergi öncesi kar (€)	100		100	200
Vergi oranı (%)	20		60	-
Ödenen vergi (€)	20		60	80
Vergi sonrası kar (€)	80		40	120
2.DURUM	100	300	300	
Vergi öncesi kar (€)	200		0	200
Vergi oranı (%)	20		60	-
Ödenen vergi (€)	40		0	40
Vergi sonrası kar (€)	160		0	160
3.DURUM	100	400	300	
Vergi öncesi kar (€)	300		-100	200
Vergi oranı (%)	20		60	-
Ödenen vergi (€)	60		-60	0
Vergi sonrası kar (€)	240		-40	200

Kaynak: Mansfed Davidmann, "Transfer Pricing and Taxation", Community Economics: Multinational Operations, <https://www.solhaam.org/articles/clm503.html> (10.03.2020).

Buna göre tablo 'da ele alınan örnek olay, transfer fiyatlandırmasının belirlenmesine ilişkin 3 farklı durumun yorumunu içermektedir. İlk durum, ödenecek vergiyi minimize etmek amacıyla yapılan transfer fiyatlandırma işlemini göstermekte, 2. durum, hiç vergi ödemeyecek

¹Bağlı şirket, ev sahibi ülkede bulunmakta ve bütünüyle ana şirket tarafından kontrol edildiği varsayılmaktadır.

²Ana şirket, köken ülkede bulunmakta ve çok uluslu şirket grubunun merkezi varsayılmaktadır.

şekilde uygulanan transfer fiyatlandırmasını göstermekte, 3. durumda ise transfer fiyatlandırma işleminin vergi geri ödemesi sağlayacak şekilde belirlenmesi gösterilmektedir. Ayrıca sözü edilen grup içi ticaret, çok uluslu şirket grubunun ana şirketi ile başka bir ülkedeki bağlı şirketi arasındaki ticareti konu almaktadır. Burada söz edilen ana şirketin köken ülkede bulunduğu ve %60 oranında vergilendirildiği, bağlı şirketin ise ev sahibi ülkede bulunduğu ve %20 oranında vergilendirildiği varsayılmaktadır.

1. Durumda bağlı şirketin her birini 100 Euro'dan aldığı malları paketleyip her biri için 200 € olacak şekilde belirlediği bir fiyattan ana şirkete sattığı varsayılmaktadır. Ana şirket ise ithal ettiği bu malları her biri 300€ olarak belirlediği bir fiyattan satmaktadır. Bu durumda bağlı şirket tarafından elde edilen kar, $200€ - 100€ = 100€$ olurken ana şirket tarafından elde edilen karın ise $300€ - 200€ = 100€$ olduğu görülmektedir. Böylece yapılan transfer fiyatlandırma işlemleri ile bağlı şirketin bulunduğu ev sahibi ülkede elde edilen toplam kar 100€, ana şirketin bulunduğu ülkede elde edilen kar ise yine 100€ olacak şekilde ayarlanmış olmaktadır. Bununla birlikte iki ülkede de vergi oranları farklılık gösterdiği için iki şirketin de karları üzerinden ödeyecekleri vergi miktarı değişmektedir. Bağlı şirket, oluşan karın % 20'sini 20 €, ana şirket ise 60€'sunu vergi olarak ödemektedir. Bu durumda genel olarak 80€ vergi ödendiği görülmektedir. Buna göre başlangıçta vergi öncesi karın 200€ olduğu göz önünde bulundurulduğunda vergi sonrası karın 120 €'ya düştüğü görülmektedir. Neticede bağlı şirket bu toplam kara 80€ katkıda bulunurken, ana şirket ise 40€ katkıda bulunmakta ayrıca vergi sonrası toplam kar, satış fiyatının %40'ı olduğundan yapılan transfer fiyatlandırma işleminin vergi minimizasyonu amacına hizmet ettiği söylenebilmektedir.

2. durum ise transfer fiyatlandırmasının hiç vergi ödenmeyecek şekilde belirlenmesini konu edinmektedir. Burada transfer fiyatı birim başına 300€ olarak belirlenmekte ve ana şirketin ithal ettiği bu malları yine aynı fiyattan yani 300€'dan sattığı varsayılmaktadır. Bu durumda ödenen toplam verginin 40€ olduğu, vergi sonrası toplam karın ise 160 € olduğu görülmektedir. Bağlı şirket bu kara 160€ katkıda bulunurken ana şirket için herhangi bir kar söz konusu olmamaktadır. Özü itibarıyla burada yapılan işlem, tüm karın vergi mükellefiyetinin daha düşük olduğu bağlı şirkete aktarılması yoluyla vergi mükellefiyetinin yüksek olduğu ülkedeki vergi yükümlülüğünden kurtulmaktır. Bununla birlikte ana şirketin karının daha da fazlasını bağlı şirkete aktarabilmesi mümkün olmaktadır.

3. durumda transfer fiyatın vergi geri ödemesi amacıyla belirlenmesi konu edilmektedir. Burada transfer fiyatı 400 € olarak belirlendiği varsayılmakta ve bağlı şirket, 300€ kar elde etmiş gibi görülürken ana şirket, bu satış sonrasında birim başına 100 € zarar etmiş gibi görülmektedir. Bu zarar, şirketin finansman politikası çerçevesinde ana şirket tarafından gerçekleştirilen diğer karlı faaliyetler üzerinden ödenecek vergi miktarını azaltmak için kullanılabilir. Sonuçta ana şirket 60 € indirim ederek vergi ödemelerini 60 € azaltırken

bağlı şirketin 60 € kurumlar vergisi ödediği görülmektedir. Dolayısıyla transfer fiyatlandırma işlemi sonucunda ana şirket hiçbir vergi yükümlülüğü altına girmemekte ve vergi sonrası karı 200€ olarak kalmaktadır.

4.2. Vergi Cennetleri

Vergi cennetlerinin ortaya çıkışı, verginin ortaya çıkışı kadar eskiye dayanmaktadır. Vergi cennetlerine ilişkin ilk örnekler Antik Yunan'da rastlanmaktadır. Antik Yunanda ithal edilen mallar üzerinden %2'lik bir oranda vergi alınmaktaydı. Tüccarlar ise bu vergiden kaçınmak için mallarını Atina açıklarındaki adalarda depolamaktalardı (Aktan ve Vural, 2004: 9). Modern anlamda vergi cenneti uygulamalarının ilk örneği İsviçre'de görülmektedir. 2. dünya Savaşı'nın başladığı dönemde Rusya, Almanya, İspanya, Güney Amerika ve Balkan ülkelerindeki sermayedarlar, savaşın neden olduğu politik ve sosyal karmaşanın etkilerinden korunmak için paralarını İsviçre'de açtırdıkları banka hesaplarına yatırmışlardır. Savaş sona erdiğinde ise Kuzey Amerika ve bütün Avrupa'da savaşın neden olduğu yıkımları telafi edebilmek ve kamusal ihtiyaçları karşılayabilmek için kaçınılmaz olarak vergi artışına gidilmiştir. Vergi artışı karşısında diğer ülkelerdeki sermaye sahiplerinin de paralarını İsviçre bankalarına aktarma yoluna gitmesi, bugünkü şekli ile vergi cenneti olarak adlandırdığımız yeni bir finans merkezi oluşumunu başlatmıştır (Hoşyumruk, 2003: 8).

Literatürde vergi cenneti (Tax haven) kavramına ilişkin çok sayıda farklı tanım bulunmaktadır. Barron's vergi sözlüğü vergi cennetlerini, vergi mükelleflerinin vergiden kaçınmasını kolaylaştıran ve işlemlerin gizli şartlar altında yapılabilmesini sağlayan yasal düzenlemeler olarak tanımlamaktadır (Yetkiner, 2001: 79). ABD Senatosu ise kurumlar, iş, banka ve vergi ile ilgili konularda gizlilik politikalarına izin veren ayrıca Amerikan idaresinin bu alanlardaki bilgilere erişimini engelleyen veya zorluk çıkaran oluşumları vergi cenneti olarak değerlendirmektedir (Karakurt, 2016: 322).

Kavramsal olarak bakıldığında vergi cenneti oluşumlarının ülkelerin vergilendirme yetkisi gereği, kendi vergi sistemlerini koşullara ve fırsatlara uyacak şekilde tasarımları sonucunda ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Her ülkenin kendi vergi sisteminde istediği şekilde değişiklik yapabilme yetkisi, vergi sistemlerinin ülkeden ülkeye değişiklik göstermesine neden olmaktadır. Bu yönüyle bakıldığında vergi cennetleri, gerek düşük vergi oranları gerekse ayrıcalıklı vergi rejimleri ile yabancı yatırımcıların ilgisini çekmeyi amaçlayan ülkeler ya da bölgeler şeklinde ifade de edilebilmektedir (Hines, 2004: 1). Ayrıca vergi cennetleri, gelişmiş iletişim olanakları sunmaları ve mevzuatlarında iş ve banka gizliliğini teşvik eden düzenlemelerin bulunması gibi nedenlerle kıyı kesimi finans merkezleri ya da offshore finansal merkezler olarak da ifade edilebilmektedir (Hines, 2004: 15).

Vergi cennetlerini zararlı oluşumlar olarak değerlendiren ve engellemeye yönelik girişimlerde bulunan uluslararası bir kuruluş olan OECD, 1998 yılı vergi komite raporunda vergi cenneti ülkelerin ayırt edici özelliklerine ilişkin dört temel kriter belirlemiş ve bu kriterleri taşıyan ülkelerin vergi cenneti olarak değerlendirileceğini deklare etmiştir. Bu kriterler şu şekilde karakterize edilebilmektedir:

- i. ***Vergilendirmenin bulunmaması veya vergilerin nominal düzeyde olması:*** Buna göre bir ülkenin vergi cenneti olarak adlandırılması için hiçbir şekilde vergilendirme yapmaması ya da yasal düzenlemelerle nominal vergi oranları belirlenmiş olmasına rağmen uygulamada efektif vergi oranlarının geçerli olmaması gerekmektedir (Saraç, 2006: 199). Buna göre Bermuda ve Cayman adalarında gelir vergisi, kurumlar vergisi, veraset ve intikal vergisi ve stopaj dâhil olmak üzere hiçbir vergi yükümlülüğü bulunmamakta, Panama ve Bermuda da yabancı kaynaklı gelirlerden kurumlar vergisi ve gelir vergisi alınmamakta, Cebelitarık da ise KDV uygulaması bulunmamaktadır (Bilici, 2003: 604).
- ii. ***Bilgi değişiminin olmaması:*** Vergi cenneti ülkelerde gizlilik konusunda sıkı idari düzenlemeler uygulanmaktadır. Bu tür ülkelerde üçüncü kişilerin, yatırımcıya ait bilgilere ve ticari sırlara erişmesi imkânsız hale getirilmiştir. Gizlilik konusundaki bu tutum bu ülkelere yatırılan paranın kaynağının araştırılmasını önlemekte ve dolayısıyla kara para aklamaya uygun bir ortam oluşturmaktadır. Nihayetinde bu tür ülkelere yatırılan paranın bir Rus mafyasından mı yoksa uyuşturucu kaçakçısı tarafından mı geldiği bilinmemektedir.
- iii. ***Vergi yasalarının şeffaf olmaması:*** Bu tür ülkelerde vergi mükellefleri ve idare arasında vergi oranları ve vergi matrahının belirlenmesi hususunda özel anlaşmaların yapılabilmesine olanak veren yasal düzenlemeler mevcut olmaktadır.
- iv. ***Belirli bir faaliyette bulunma zorunluluğunun olmaması:*** Kişi ve kurumlar asıl faaliyetlerini vergi cenneti ülkelerde gerçekleştirmemekte, buralarda yalnızca gerçekte olmayan işlemler kâğıt üzerinde olmuş gibi gösterilmektedir. Şirketler elde ettikleri karları kendi ülkelerinde vergilendirmemek için vergi cennetinde bulunan ve çoğu zaman ana şirketin kontrolünde çalışan bir bankaya aktarmaktadır. Banka ise bu kar üzerinden aracılık ücretini aldıktan sonra kalanını ana şirketin mükellefiyetinin bulunduğu ülkeye vergiye tabi olmayacak biçimde geri göndermektedir (Bilici, 2004: 607).

OECD, 16 Haziran 2000'de yayımladığı Komite raporunda yukarıda sayılan dört temel kriteri göz önünde bulundurarak vergi cenneti ülkelerin listesini oluşturmuştur. Çoğu küçük ada ülkelerinden oluşan 35 ülkenin yer aldığı bu liste aşağıda tablo 4.2'de gösterilmektedir.

Tablo 4.2. OECD'nin 2000 Raporunda Vergi Cenneti Olarak Nitelendirilen Ülkeler Listesi

Andorra	Lihtenştayn Prenslığı
Anguilla	Maldivler Cumhuriyeti
Antigua ve Barbuda	Marshall Adaları
Aruba	Monaco Prenslığı
Bahamalar	Montserrat
Bahreyn	Nauru
Barbados	Hollanda Antilleri
Belize	Niue
İngiliz Virjin Adaları	Panama
Cook adaları	Samoa
Dominika	Seyşeller Cumhuriyeti
Cebelitarık	St Lucia
Grenada	St Kitts & Nevis
Guernsey/Sark/Alderney	St Vincent ve Grenadines
Man Adası (Isle of Man)	Tonga
Jersey	Turks and Caicos
Liberya	ABD Virjin Adaları
	Vanuatu Cumhuriyeti

Kaynak: OECD, Towards Global Tax Co-operation: Progress in Identifying and Eliminating Harmfull tax Practices, 2000, s.17.

Bermuda, Cayman Adaları, Kıbrıs, Malta ve San Marino vergi cenneti özelliği taşımalarına rağmen bilgi paylaşım için önceden taahhütte bulundukları için listeye dâhil edilmemiştir (Gravelle, 2010: 4). Liste tamamen komitenin yürüttüğü çalışmanın teknik sonuçlarını yansıtmaktadır. Bununla birlikte listenin oluşturulmasındaki temel amaç, vergi cenneti ülkelerin sebep olduğu zararlı vergi uygulamalarının zarar verici etkilerini ortadan kaldırmak ve bu alanda savunma tedbirleri oluşturmaktadır (OECD, 2000). Listenin açıklanmasının ardından Barbados Maldivler ve Tonga bilgi paylaşımı konusunda taahhütte bulundukları için listeden çıkarılmış ve bu durum listede son olarak Andorra, Lihtenştayn Prenslığı ve Monoco Prenslığı kalana kadar devam etmiştir (Gravelle, 2010: 4). OECD Mayıs 2009'da işbirlikçi olmayan ülkeler listesinde yer alan bu üç yargı bölgesini şeffaflık ve bilgi alışverişi standartlarını uygulama taahhütleri doğrultusunda vergi cennetleri listesinden çıkarmaya karar vermiştir. Sonuç olarak OECD Mali İşler Komitesi tarafından hiçbir yargı yetkisi şu anda işbirlikçi olmayan bir vergi cenneti olarak listelenmemektedir (OECD, 2020).

Diğer taraftan OECD bünyesinde faaliyette bulunan FATF, kara para aklama, terörizmin finansmanı ve nükleer silahların yayılması ile mücadele kapsamında işbirlikçi olan ve olmayan ülkelere dair listeler yayımlamaktadır. Buna göre yüksek riskli yargı bölgeleri olarak anılan ülkeler kara listede gösterilmektedir. İşbirlikçi olan ve eylem planı doğrultusunda hareket etmeyi taahhüt eden ülkeler gri listeye alınmakta ve arttırılmış izleme kapsamındaki yargı alanları şeklinde adlandırılmaktadır. FATF listeleri periyodik olarak güncellenmektedir. Tablo 4.3'te 2020 yılı için kara liste ve gri listede yer alan yargı alanları gösterilmektedir.

Tablo 4.3. FATF 2020 Yılı Kara Liste ve Gri Listesinde Yer Alan Ülkeler

Kara liste	Gri liste	
Kore demokratik Halk Cumhuriyeti İran	Arnavutluk Bahamalar Barbados Botsvana Kamboçya Gana İzlanda Jamaika Mauritus	Moğolistan Myanmar Nikaragua Pakistan Panama Suriye Uganda Yemen Zimbabve

Kaynak: <https://www.fatf-gafi.org/publications/high-risk-and-other-monitored-jurisdictions/documents/call-for-action-february-2020.html>

Vergi cenneti ülkelerin ortak özellikleri diğer ülkelere göre nüfus, yüz ölçümü ve GSYH açısından küçük olmalarıdır. Buna rağmen kendi ekonomilerinin çok üstünde offshore finansal varlık barındırabilmektedirler. Sadece Amerikan şirketlerinin toplam offshore varlıkları Bermuda GSYH 'sının 16 katına, İngiliz Virgin Adaları GSYH 'sının 18 katına Cayman Adaları GSYH 'sının ise 20 katına ulaşmaktadır (Şahin ve Yılmaz, 2018: 106). Vergi cenneti ülkeler bu özelliklerinden dolayı vergi yükünden kurtulmak isteyen şirketlerin ilk durağı konumuna gelmektedir. Öyle ki bazı Amerikan çok uluslu şirketlerinin Hong Kong, İrlanda, Panama, Singapur ve İsviçre gibi vergi cenneti özelliklerinden birini ya da bir kaçını taşıyan ülkelerde istihdam ettikleri kişi sayısı 401.900 civarına ulaşmaktadır. Söz konusu Amerikan şirketleri, maddi duran varlıklarını bu beş lokasyona ek olarak Bermuda'da göstermekte ve vergiye tabi kazançlarını sayılan 6 ülkeye ek olarak Lüksemburg'da bildirmektedir (Hines, 2004: 17-18).

4.2.1. Vergi Cennetlerinin Sınıflandırılması ve Tercihli Vergi Rejimleri

Vergi cennetleri, üretici vergi cennetleri ve geleneksel vergi cennetleri olarak iki grupta sınıflandırılmaktadır. Üretici vergi cennetleri reel yatırımların arttırılmasını ve üretim tesislerinin kurulmasını teşvik etmek amacıyla ülkelere yatırım yapacak çok uluslu şirketlerin üretim faaliyetlerinden elde ettikleri gelirleri çok düşük oranda vergilendirmektedir. Söz konusu ülkeler, üretim faaliyetinde bulunan şirketleri çeşitli vergisel ayrıcalıklar ile vergi sisteminden soyutlarken kendi ülkelerinde yerleşik durumda olan kişi ve kurumları vergilendirme yoluna gitmektedirler (Öz, 2005: 128).

Geleneksel vergi cennetleri ise vergiden kaçınmak ya da vergi kaçırmak isteyen kişi ve kurumlara belirli bir ücret karşılığında bankacılık ve finansman hizmetleri sunmaktadırlar. Üretici vergi cennetleri ve geleneksel vergi cennetleri arasındaki en büyük fark, geleneksel vergi cennetlerinin uyguladığı vergi avantajlarının portföy yatırımlarına ve likit değerlere yönelik olmasıdır (Yılmaz, 2018: 201). Daha geniş bir ifadeyle, geleneksel vergi cennetleri, nüfusu bir

milyonun altında olan ve doğal kaynaklarının yetersizliği nedeniyle sanayileşmeye uygun ortamı bulamayan ülke ya da bölgeler için kullanılan bir kavramdır. Reel yatırımları teşvik edecek ortama sahip olmadıkları için çeşitli bankacılık hizmetleri sağlayarak portföy yatırımları açısından cazip bir alan oluşturmaya çalışmaktadırlar. Bu amaçla bankacılık, muhasebe ve hukuk hizmetlerinde kolaylıklar sağlamak veya iletişim, ulaşım, otel, ofis araç ve gereçleri gibi hizmetler sunarak gerek şahısların gerekse şirketlerin vergi yüklerini azaltacak şekilde uygulamalara yönelmektedirler (Öz, 2005: 128). Söz konusu ülkeler, yatırımcılara taahhüt ettikleri bu avantajları sunmak için çeşitli yollara başvurmaktadırlar. Gizlilik ilkeleri de bunlardan birisidir. Nitekim vergi cennetlerinde gizlilik ilkeleri oldukça önemli yer tutmaktadır. Öyle ki bu ilkeler yasalara, örf ve adetlere dayandırılmaktadır. Örneğin bir vergi cenneti ülkesi olan Bahamaların yasalarına göre memurlar, avukatlar ve muhasebeciler de dâhil bir banka için çalışan tüm elemanlar, yatırımcıların bilgilerini açık etmeleri durumunda para cezaları, meslekten men edilme ve hatta hapis cezası gibi ağır yaptırımlara maruz kalmaktadırlar (Hoşyumruk, 2003:12).

Üretici vergi cennetleri ve geleneksel vergi cennetlerinin yansira tercihli vergi rejimlerinin de vergi cennetlerine benzer şekilde yabancı yatırımları çekmek için teşvik mekanizmasını kullandıkları görülmektedir. Genellikle küçük ada ülkelerinden oluşan vergi cennetlerinin aksine tercihli vergi rejimleri, gelişmiş ekonomilere sahip büyük kara ülkelerinden oluşmaktadır. Nitekim tercihli vergi rejimlerinde de yerleşik olmayanlar için gerek vergisel konularda gerekse çeşitli ticari hususlarda avantajlar bulunmaktadır. Bu avantajlar ev sahibi ülkelerle yapılan uygun vergi anlaşmaları, sermaye kazançları, temettü ve faiz gelirlerine sıfır stopaj uygulamaları ayrıca döviz kuru kontrollerinden kurtulmak isteyen yatırımcılara uygun koşullar sağlamak şeklinde olabilmektedir (Rohatgi, 2005: 4-5).

Genel olarak tercihli vergi rejimleri, vergi cenneti olan ve olmayan birçok ülkenin uyguladığı vergisel düzenlemeler şeklinde ifade edilebilmektedir. Avrupa'da tercihli vergi rejimi uygulamalarına yönelen ilk ülkenin Belçika olduğu bilinmektedir. Bununla birlikte Lüksemburg, çok uluslu finansal şirketler için oldukça avantajlı vergi uygulamaları sunmaktadır. Öyle ki Lüksemburg'da yatırım yapacak dev çok uluslu şirketlerin yurt dışına transfer ettikleri iştirak ve temettü gelirleri üzerinden vergi kesintisi yapılmamaktadır. İrlanda ve Portekiz gibi ülkelerde ayrıcalıklı vergi uygulamaları ile yabancı yatırımcılar için cazip bir ortam oluşturmaya çalışmaktadırlar (Bakkal, 2002: 103). Yatırımcılara bu ve benzeri şekillerde avantajlı bir ortam oluşturmayı amaçlayan tercihli vergi rejimleri, OECD'nin 2000 raporunda detaylı biçimde listelenmektedir. Aşağıda tablo 4.4'de gösterilen bu liste, zararlı vergi uygulamalarında bulunan yargı bölgeleri ya da zararlı vergi uygulamalarında bulunma potansiyeline sahip yargı bölgelerini kapsamaktadır.

Tablo 4.4. OECD 2000 Raporunda Açıklanan Tercihli Vergi Rejimleri

ÜLKE	REJİM	ÜLKE	REJİM
SİĞORTACILIK		BANKACILIK	
Avustralya	Off-Shore Bankacılık Birimi	Avustralya	Offshore Bankacılık Birimleri
Belçika	Koordinasyon Merkezi	Kanada	Uluslararası Bankacılık Merkezi
Finlandiya	Aland Captive Sigortacılık Birimi	İrlanda	Uluslararası Finansal Hiz.Mrkz.
İtalya	Trieste Fin.Hiz. ve Sig.Mrk.	İtalya	Trieste Finansal Hizmetler ve Sigortacılık Merkezi
İrlanda	Uluslararası Finansal Hizmet Merkezi	Kore	Yabancı Döviz Bankacılık Offshore Faaliyetleri
Portekiz	Madeira Uluslararası İş Merkezi	Portekiz	Madeira Uluslararası İş Merkezi
Lüksemburg	Reasünans Şirketleri		Dış Şubeleri
İsviçre	Yabancı Sigorta Şirketleri	Türkiye	İstanbul Offshore Bankacılık Rejimi
	Haricindeki sigorta şirketleri		
FİNANS VE LEASİNG		GEMİCİLİK	
Belçika	Koordinasyon Merkezi	Kanada	Uluslararası Gemicilik
Macaristan	Riskli Sermaye Şirketleri	Almanya	Uluslararası Gemicilik
Macaristan	Yurtdışında Faal.Göst.Şirketlere Yönelik Tercihli Rejimler	Yunanistan	Gemicilik ofisleri
İrlanda	Uluslararası Ticaret Şirketleri	Yunanistan	Gemicilik Rejimleri
İrlanda	Uluslararası Finansal Hiz.Mrkz.	İtalya	Uluslararası Gemicilik
İrlanda	Shannon Hava Bölgesi	Hollanda	Uluslararası Gemicilik
İtalya	Trieste Finansal Hiz ve Sig. Mrkz.	Norveç	Uluslararası Gemicilik
Lüksemburg	Finans Şubesi	Portekiz	Madeira Uluslararası Şubesi
Hollanda	Uluslararası Grup Finansmanına Yönelik Risk Koruma	DAĞITIM MERKEZLİ JEJİMLER	
Hollanda	Grup içi Finans Faaliyetleri	Belçika	Dağıtım Merkezleri
Hollanda	Finans Şubesi	Fransa	Lojistik Merkezleri
İspanya	Basque ve Navarra Koord. Mrkz.	Hollanda	Maliyet Artı ve Yeniden Satış Kuralları
İsviçre	İdari Şirketler	Türkiye	Türk Serbest Bölgeleri
MERKEZ REJİMLER		FON YÖNETİMİ	
Belçika	Koordinasyon Merkezi	Yunanistan	Portföy Yatırım Şirketleri
Fransa	İdari Merkezler	İrlanda	Uluslararası Finansal Hizmetler ve Sigortacılık Merkezi
Almanya	İzleme ve Koordinasyon Merkezleri	Lüksemburg	Yönetim Şirketleri
Yunanistan	Yabancı Şirket Ofisleri	Portekiz	Madeira Uluslararası İş Merkezi
Hollanda	Maliyet Artı Kuralları	DİĞER FAALİYETLER	
Portekiz	Madeira Uluslararası İş Merkezi	Belçika	Enformel Sermaye Kuralları
İspanya	Basque ve Navarra Koord. Merkezi	Belçika	Yabancı Satış Kurumlarının Faaliyetlerine İlişkin Kurallar
İsviçre	İdari Merkezler	Kanada	Yerleşik Olmayan Yatırım Kurumları
İsviçre	Hizmet Merkezi	Hollanda	Enformel Sermaye Kuralları
HİZMET MERKEZLİ REJİMLER		Hollanda	Yabancı Satış Kurumlarının Faaliyetlerine İlişkin Kurallar
Belçika	Hizmet Merkezleri	ABD	Yabancı Satış Kurumları
Hollanda	Maliyet Artı Kuralları		

Kaynak: OECD, Towards Global Tax Co-operation: Progress in Identifying and Eliminating Harmful Tax Practices, s.12-14.

Tabloda içlerinde Türkiye'nin de bulunduğu 41 ülkenin yer aldığı görülmektedir. Listede yer alan tercihli vergi rejimleri, sigortacılık, bankacılık, finans ve leasing, gemicilik, merkez rejimler, dağıtım merkezli rejimler, hizmet merkezli rejimler, fon yönetimi ve diğer faaliyetler olmak üzere 9 farklı kategoriye göre listelenmektedir. Ayrıca burada sıralanan bazı rejimlerin yatırımcılara birden fazla kategoride faaliyette bulunarak avantajı sağladığı görülmektedir. Bu kapsamda Türkiye'nin dağıtım merkezli rejimler hem de bankacılık olmak üzere 2 farklı kategoride yer alması dikkat çekmektedir.

4.2.2. Vergi Cennetlerinin Ekonomik Etkileri

Vergi cenneti ülkelerde uygulanan zayıf vergisel düzenlemeler ve sıkı gizlilik kurallarıyla yürütülen banka işlemleri, riskli finansal varlıkların tüm dünyada yaygın biçimde kullanılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu durum iktisadi alanda güvensiz bir ortama zemin hazırlamakta ve özellikle uluslararası alanda faaliyette bulunan şirketler arasında bilgi asimetrisine neden olmaktadır. Ayrıca şeffaflıktan uzak biçimde tasarlanmış bankacılık işlemleri, vergi cenneti ülkelere para akışını hızlandırmakta ve kara para aklama sürecini kolaylaştırmaktadır. (Karakurt, 2016: 324). Amerikan hükümetinin tahminlerine göre gerek çok uluslu şirketler gerekse varlıklı kişiler tarafından vergi cennetlerine aktarılan paralarla yılda yaklaşık olarak 100 milyar dolar vergi kaçırılmaktadır. Amerikan Mali Sorumluluk Ofisi (GAO)'nun bir çalışmasında, içlerinde AT&T, Chevron, IBM, American Express, GE Boeing, Dow ve AIG gibi çok uluslu şirketlerin de bulunduğu halka açık en büyük 100 Amerikan şirketinden 83'ünün vergi cennetlerinde bağlı şirketleri olduğu raporlanmaktadır. GAO'nun başka bir çalışması, 1800'den fazla şirketin Cayman Adalarında tek bir adreste kayıtlı olduğunu göstermektedir. Amerika'nın tanınmış gazetelerinden biri olan The Boston Globe'de çalışan Farah Stockman'ın bir haberinde Kellog Brown & Root şirketinin işçi alımlarını vergi cennetlerinde bulunan bağlı şirketleri aracılığıyla gerçekleştirerek yüz milyon dolar sağlık sigortası ve sosyal güvenlik vergisinden kaçındığı bildirilmektedir. Yine Stockman'ın belirttiği üzere Karayiplerde bir bilgisayar dosyasında kayıtlı bulunan iki şirkette resmi olarak 10.500 kişinin istihdam edildiği bildirilmektedir (Huffington, 2011).

Bu yönüyle değerlendirildiğinde vergi cennetleri, sıfır veya çok düşük oranlı vergi uygulamaları ile yüksek vergi oranlarının geçerli olduğu ülkelerdeki vergi kaybının en önemli nedenlerinden biri olarak görülmektedir. Çünkü vergi cennetleri, yatırımcılara sunduğu cazip fırsatlarla yüksek vergilendirilen ülkelere vergi cennetlerine doğru sermaye aktarımına neden olmakta ve vergiden kaçınma faaliyetlerine elverişli bir ortam oluşturmaktadır. Nitekim bu durum, devletlerin asli gelir kaynaklarından biri olan vergi gelirlerinde aşınmaya neden olmaktadır (Hines, 2004: 2).

Diğer taraftan vergi cennetlerinin varlığının olumlu etkiler oluşturacağı yönünde ampirik çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan elde edilen bulgular, çok uluslu bir şirketin vergi cenneti bir ülkede bağlı şirketinin kurulma olasılığının %1 daha fazla olmasıyla bu ülkeye yakın konumda olan ve yüksek vergilendirilen ülkelerdeki yatırımların ve satışların vergi cennetlerine uzak konumda bulunan ülkelere göre yüzde üçten daha fazla bir oranda arttığı belirtilmektedir. Çalışmalar, söz konusu artışın nedeninin vergi cennetinde yürütülen faaliyetlerin bu ülkelere yakın konumda olan ülke ya da bölgelerin yatırımlarında tamamlayıcılık arz etmesiyle açıklamaktadır. Bu tamamlayıcılığın kaynağı, vergi cennetlerinin vergiden kaçınma girişimlerini kolaylaştırmasıdır. Dolayısıyla söz konusu vergiden kaçınma girişimleri vergi cennetlerine yakın konumda olup yüksek vergilendirilen ülkelerin üretim faaliyetlerinin girdisini oluşturan mal ve hizmetlerin maliyetlerine azaltıcı yönde etki etmektedir. Fakat nihayetinde bu bulgular, vergi cennetlerinin yüksek vergilendirilen ülkelerin refahı üzerindeki etkisini kesin biçimde çözememektedir (Hines, 2004: 3).

4.2.3. Uluslararası Vergi Planlama Stratejisi Olarak Vergi Cennetleri

Çok uluslu şirketlerin vergi cennetlerini vergi planlama stratejisi olarak kullanmaları iki şekilde olmaktadır. Bunlardan ilki vergi planlama stratejilerinin yasal çerçevede yürütüldüğü faaliyetleri kapsamaktadır. Bunlar; vergi yükünün minimize edilmesi, kazancın vergilemenin çok düşük olduğu ya da hiç olmadığı yerlerde oluşturulması ve belirli faaliyet türlerinden elde edilen kazancın vergi cenneti ülkelerin sunduğu avantajları kullanmak suretiyle minimuma indirilmesidir. İkincisi ise içeriği itibarıyla şüpheli faaliyetler olarak değerlendirilmektedir. Bu faaliyetlerin yasal olup olmadığı hususu net bir biçimde belirlenmemektedir. Nitekim uluslararası hukuka göre hiçbir ülke gerek doğudan gerekse dolaylı olarak diğer bir ülkenin vergi sistemini ve vergi yargılama usullerini uygulamak mecburiyetinde değildir. Her ülke kendi vergi sistemini istediği biçimde tasarlama yetkisine sahiptir. Bu durum aynı zamanda kanunun lafzına uygun fakat ekonomik özden yoksun faaliyetlerin kullanımını elverişli hale getirmekte, dolayısıyla vergi cennetlerinde sürdürülen faaliyetlerin yasal çerçevede herhangi bir yaptırıma konu edilmesini zorlaştırmaktadır. Buna göre vergi cennetlerinde kurulan bağlı şirketler veya paravan şirketler vasıtasıyla gerçekleştirilen transfer fiyatlandırma işlemlerinin bu tür faaliyetler kapsamına girdiği söylenebilmektedir (Karsan, 1984: 59).

Vergi cennetlerinde belirli şirket türlerine çeşitli avantajlar sunulmaktadır. Vergi planlama stratejilerinin yasal çerçevede yürütüldüğü faaliyetler ise bu avantajların akılcı bir biçimde kullanımı ile gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda vergi cennetleri üzerinden gerçekleştirilen vergi planlama stratejileri, şirketlerin faaliyete bulunduğu sektörlerin özelliklerine göre değişmektedir. Buna göre aşağıda ayrıntılı biçimde açıklanacak olan üretim

faaliyetinde bulunan şirketler, yatırım holding ve finans şirketleri, hizmet sunan şirketler ve gemicilik faaliyetinde bulunan şirketler vergi cennetlerinin kendilerine sunduğu ayrıcalıkları kullanarak vergi yükünü minimize etme yoluna gitmektedirler.

4.2.4.1. Üretim Şirketlerine Sunulan Ayrıcalıklar

Üretici vergi cennetleri olarak bilinen ülkeler, çok uluslu şirketlere üretimlerini buralarda yapmaları ve üretim için gerekli olan fabrika, tesis ve makine ve ekipmanların kurulumunu buralarda gerçekleştirdikleri takdirde çeşitli teşvikler sunmaktadırlar. Ayrıca üretim faaliyetinden elde edilen gelirleri sıfır veya çok düşük oranda vergilendirmektedirler. Özellikle Hong Kong ve Bahamalardaki serbest liman ve gümrüksüz bölgeler, üretimlerini buralarda yapıp uluslararası pazarda ihraç etmek isteyen çok uluslu şirketlerin tercih ettikleri yerler olarak bilinmektedir. Ayrıca üretim faaliyetinde bulunan şirketler, vergi cennetlerinde üretmiş oldukları ürünleri bağlı şirketlerine yüksek fiyatla transfer ederek karın vergi cenneti ülkede kalmasını sağlamakta böylelikle bir yandan üretim maliyetlerini düşürürken bir yandan da buralardaki düşük oranlı vergi imkânlarından faydalanmaktadırlar (Yetkiner, 2001).

4.2.4.2. Denizcilik Şirketlerine Sunulan Ayrıcalıklar

Vergi cenneti ülkelerde denizcilik faaliyetinde bulunan çok uluslu şirketler için çeşitli vergisel ayrıcalıklar sağlanmaktadır. Özellikle Panama, Liberya, Bermuda ve Hong Kong'da denizcilik şirketleri için çok sayıda teşvik bulunmaktadır. Özellikle "bayrak ticareti" adı verilen bir uygulama ile gemilerini vergi cenneti ülkelerin siciline kaydetmekte ve faaliyetlerini bu ülkelerin bayrakları altında yürütmektedirler. Böylece kendi ülkelerinde yürürlükte olan yasal düzenlemelerden kurtulmakta ve vergi cenneti ülkede uygulanan çok düşük vergi oranlarına göre vergilendirilmektedirler (Öz, 2003: 147).

4.2.4.3. Hizmet Şirketlerine Sunulan Ayrıcalıklar

Hizmetler, doğası gereği üretildiği yerde tüketilen faydalar olarak tanımlanmaktadır. Fakat teknolojiye gelişmeler ile birlikte bu durumun değiştiği görülmektedir. Günümüzde hizmetlerin üretildiği yerlerin dışında tüketilmeleri olanaklı hale gelmektedir. Özellikle bilgisayar, havacılık, mühendislik, inşaat, film ve eğlence gibi sektörlerde hizmet sunan şirketler, genel merkezlerini vergi cenneti ülkelere taşıyarak elde edilen karın bu ülkelerde toplanmasını sağlamakta ve bu şekilde vergi yükümlülüğünden kurtulmaktadırlar (Öz, 2003: 148).

Vergi cenneti ülkelerde turizm şirketleri için ayrıcalıklı vergi sistemleri uygulanmaktadır. Bu kapsamda Bermuda ve bazı vergi cenneti ülkelerde otel inşası ve işletilmesinden elde edilen gelirler belirli bir süre vergilendirilmemektedir. Puerto Rico’da ise turizm faaliyetinde bulunmak isteyen şirketler 30 yıl süreyle vergi dışında tutulmaktadır (Yetkiner, 2001).

4.2.4.4. Offshore Finans Şirketlerine Sunulan Ayrıcalıklar

Çok uluslu şirketlerin vergi cennetlerini tercih etme nedenlerinden biri de finansman ihtiyacını karşılamaktır. Şirketler öncelikle varlıklarının bir bölümünü vergi cenneti ülkelerdeki offshore finans merkezlerinde kayıtlı bağlı şirketlerine devretmektedirler. Bağlı şirketler ise devredilen bu varlıklara dayanarak hisse senedi ve tahvil gibi kıymetli evrak ihraç etmeye yönelmektedir. Bu şekilde özellikle finansal holding şirketleri kendi ülkelerindeki düzenleyici ve denetleyici kurumların baskısından kurtulmakta, finansal kuruluş olmayan şirketler ise sermaye artırım maliyetlerini azaltmaktadır (Öz, 2005: 144).

Finans şirketlerinin vergi cennetleri tarafından sunulan ayrıcalıkları kullanma nedenlerinden bir diğeri ise borç alacak ilişkisinde ön plana çıkmaktadır. Söz konusu borç alacak ilişkisi, daha çok merkezi vergi cenneti dışında bir ülkede bulunan bir şirketin, vergi cennetinde kayıtlı bulunan bağlı şirketlerinden borç (kredi) alması şeklinde gerçekleşmektedir. Bu durumda borç alan şirkete faiz yükümlülüğü doğmaktadır. Şirket bu şekilde ödediği faizi "finansman gideri" şeklinde göstererek indirim konusu yapmakta ve vergi matrahını daraltmaktadır. Vergi cennetindeki şirket ise zaten bu işlemler nedeniyle herhangi bir yükümlülük altına girmemektedir. Bu işlem aynı zamanda şirket grubu içerisinde herhangi bir maliyete katlanmadan kar transferi yapılmasına imkân vermektedir (Hoşyumruk, 2003: 36).

4.2.4.5. Offshore Lisans ve Patent Şirketlerine Sunulan Ayrıcalıklar

Lisans, marka hakkı, kopya hakkı bilgisayar yazılımı, know-how ve patent gibi gayri maddi haklar, çok uluslu şirketlerin faaliyetlerinde oldukça önemli yer tutmaktadır. Şirketler, söz konusu gayri maddi hakların başka şirketlere satılması veya devredilmesi hususunda lüzumsuz prosedürlerden kurtulmak ve bu faaliyetten elde edilecek karı vergilendirilmeksizin bünyelerinde tutmak istemektedirler (Hoşyumruk, 2003: 37).

Uygulamada gayri maddi hakların vergilendirilmeksizin satışı şu şekilde yapılmaktadır. Öncelikle sözü edilen gayri maddi hakların mülkiyeti, vergi cennetinde kurulan offshore şirket tarafından devralınmaktadır. Devralınan gayri maddi haklar, offshore şirketin mülkiyetine geçtikten sonra şirket, lisans ya da isim hakkı anlaşmaları yapmakta ve bu anlaşmalardan doğan gelirler offshore şirketin bulunduğu vergi cennetlerinde toplanmaktadır. Ayrıca offshore şirkete

devredilen gayri maddi haklar için yapılan ödemeler, ana şirket tarafından gider olarak gösterilmekte ve vergi matrahı daraltılmaktadır. Böylelikle şirket, hem kendi ülkesindeki vergi mükellefiyetinden doğan hukuki ve yasal yükümlülüklerinden kurtulmuş olmakta hem de elde ettiği karın vergilendirilmeksizin vergi cenneti ülkede toplanmasını sağlamaktadır (Öz, 2003: 146).

4.3. Elektronik Ticaret

Elektronik ticaret, gerek kişilerin gerekse kurumların internet gibi açık ağ ortamında ya da intranet gibi sadece sınırlı sayıda kullanıcının ulaşabildiği kapalı ağ ortamında yazı, ses ve görüntü şeklindeki sayısal verilerin işlenmesi, aktarılması ve saklanması sürecini kapsayan ve bir değer oluşturmayı amaçlayan ticari işlemlerinin bütünüdür (Cox, 2002: 8). Başka bir ifadeyle elektronik ticaret, geleneksel ticari işlemlerin gerektirdiği biçimde doğrudan fiziksel bağlantı kurmaya ya da fiziki ortamda yapılan değiş tokuş işlemine gerek olmaksızın tarafların elektronik ortamda iletişim kurabilmelerini sağlayan her türlü ticari faaliyeti kapsamaktadır (İyiler, 2007: 191). Elektronik ticaret denildiğinde öncelikle internet üzerinden yapılan ticari işlemler akla gelmektedir. İnternet hiç kuşkusuz elektronik ticaretin kullanımını arttıran bir araç olarak ele alınmaktadır fakat internetin yanı sıra telefon, faks, kredi kartları, elektronik veri alışverişi ve televizyon da elektronik ticaretin yayılabilmesini sağlayan araçlar arasında sayılmaktadır. Elektronik veri alışverişi ile kâğıt belge kullanılmadan her çeşit bilgi elektronik ortamdan iletelebilmektedir. Ayrıca televizyon, mal ve hizmetlerin gerek reklamının gerekse pazarlamasının yapılabilirdiği etkili bir araç olmaktadır. Tüketiciler televizyondan gördüğü ürünü telefonda sipariş edebilmekte ve ödeme işlemini kredi kartı ile gerçekleştirebilmektedir (Pehlivan ve Öz, 2015: 147).

OECD, elektronik ticareti; i) satıcıların ticaret öncesi süreçte elektronik ortamdan bilgi edinmesi, ii) satıcıların elektronik ortamda buluşması iii) ödeme yükümlülüğünün gerçekleştirilmesi, iv) taahhüdün yerine getirilmesi ve mal/hizmetin alıcıya teslimi, v) satış sonrası bakım ve destek gibi hizmetlerin sağlanması şeklinde ifade edilebilen beş eylemi kapsayan bir süreç olarak tanımlamaktadır (Özbay ve Akyazı, 2004: 2).

Elektronik ticaretin açık ağ (internet) ortamında yoğun bir biçimde kullanılmaya başlanması 1996 yılına denk düşmektedir. Bundan önceki yıllarda elektronik ticarete konu olan faaliyetler ya intranet gibi yalnızca şirket içerisinde kullanılabilen ağlar ya da ekstra net gibi şirketlerin kendi aralarındaki ticari işlemlerde kullandıkları ve üçüncü şahıslara kapalı uygulamalar vasıtasıyla gerçekleştirilmekteydi (Cox, 2002: 20). Günümüzde ise elektronik ticaret; pazarlama, satış, bankacılık, online kamu hizmetleri, gümrük ve dış ticaret gibi pek çok alanda kullanılan bir platform haline gelmiştir (İyiler, 2007: 191).

Avrupa Komisyonu, elektronik ticaretin dört modelden oluştuğunu öne sürmektedir. Buna göre dünya çapında uygulanan elektronik ticaret modelleri şu şekilde kategorize edilmektedir (Haşiloğlu, 1999: 96; Özbay ve Akyazı, 2004: 29-31):

- *İşletmeden Tüketicie (B2C, Business to Consumer) Ticaret Modeli:* Elektronik ticaretin en çok kullanılan alanıdır. Tüketicilere internet vasıtasıyla evden veya işyerinden kolaylıkla alış veriş yapma imkânı vermektedir. Bu yönüyle potansiyel müşteri kapasitesinin devamlılığını sağlamak ve yeni pazarlar bulmak isteyen firmalar için ideal bir satış modeli olmaktadır. Türkiye’de elektronik ticaret işlemlerinin büyük bir bölümü işletmeden tüketiciye (B2C) satış modeli ile gerçekleştirilmektedir. Dünya da ise bu durum farklılık göstermekte işletmeden işletmeye (B2B) satış modeli elektronik ticaret hacminin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır.
- *İşletmeden İşletmeye (B2B, Business to Business) ticaret Modeli:* İşletmelerin kendi aralarında gerçekleştirdikleri ticaret modelidir. Bu ticaret modelinde de diğer modellerde olduğu gibi alım satım işlemlerinin faturalandırılması, sipariş takibi ve benzeri işlemlerin tümü elektronik ortamda gerçekleştirilmektedir. Grainger.com’un dağıtım sistemi, B2B modelinin iyi bir örneğini yansıtmaktadır. Endüstriyel ürünler ve güvenlik malzemeleri alanında küçük ve büyük pek çok işletmenin tedarik ihtiyacını karşılayan granger.com, dünya ölçeğinde geniş bir alana hizmet verebilen bir elektronik pazar yeri olarak nitelendirilebilmektedir.
- *İşletmeden Devlete (B2G, Business to Government) Ticaret Modeli:* Genellikle kamu ihalelerinin duyurulması, vergi ve sosyal güvenlik gibi alanlardaki ödeme işlemlerinin elektronik ortamdan gerçekleştirilmesine imkân sağlayan ticaret modeli olarak nitelendirilmektedir.
- *Tüketiciden Tüketicie (C2C, Consumer to Consumer) Ticaret Modeli:* Tüketicilerin kendi aralarında gerçekleştirdikleri bir ticaret modelidir. Tüketiciden tüketiciye ticaret, genellikle kullanılmış ürünlerin ticaretinin elektronik pazar yerlerinde gerçekleştirilmesidir. Daha önce kullanılmış ve çeşitli nedenlerle satılmak istenen giyim eşyaları, kitaplar, bilgisayar parçaları, arabalar, antika eşyalar ve cep telefonları, gibi ürünlerin E-Bay ve Gittigidiyor.com gibi çok sayıda kullanıcı portföyüne sahip elektronik pazar yerleri vasıtasıyla uygun fiyatlarla alım satımının yapıldığı ticaret modelidir.

4.3.1. Elektronik Ticaretin Önemi

Elektronik ticareti geleneksel ticaretten ayıran en temel özellik, tedarik zincirinde önemi bir yere sahip olan toptancı ve perakendeci gibi aracılara ortadan kaldırmasıdır (Pehlivan ve Öz, 2015: 148). Ayrıca elektronik ticaretin sağladığı imkânlar, bazı ürünlerin fiziki dağıtım gereğini

ortadan kaldırmaktadır. Bu durum reklam ve dağıtım maliyetlerini kayda değer oranda azaltmakta ve şirketlere yeni pazarlara girmek konusunda kolaylık sağlamaktadır (Taş ve Karaca, 2004: 450). Elektronik ticaret sayesinde şirketler, kendi web siteleri üzerinden ürünlerinin tanıtımını çok az bir maliyetle gerçekleştirebilmekte ve dünyanın her yerinden tüketici gruplarına çok hızlı bir şekilde ulaşabilmektedirler (Cox, 2002: 19). Bu yönüyle elektronik ticaret, geleneksel pazarlama anlayışını modern pazarlama anlayışına dönüştüren itici bir güç olmakta ve uluslararası ölçekte faaliyette bulunan veya faaliyetlerini uluslararası ölçeğe yaymak isteyen şirketlere daha geniş pazarlama olanakları sunmaktadır (Altınışik, Usta ve Çakmak, 2007: 48). Ayrıca geleneksel ticaret biçimlerinde rekabetin bir belirleyicisi olan ölçek ekonomisi, elektronik ticaret söz konusu olduğunda etkisini yitirmektedir (Cox, 2002: 19). Bugün özellikle çok küçük ölçekte faaliyette bulunan şirketler bile yeni müşterilere ulaşmak, tedarikçilerle temas kurmak, müşterilere daha iyi hizmet sunmak ve maliyetleri düşürmek gibi amaçlarla internetten faydalanmaktadırlar. Dijital ekonominin sunduğu bu fırsatlar sayesinde küçük firmalar bile büyük firmalarla eşit koşullarda küresel pazarlara ulaşma imkânı elde etmektedir (Clinton & Gore, 2000: 92).

Diğer taraftan elektronik ticaret, kamu yönetiminin modernizasyonu, otomasyonu ve bütünleşmesi konularında da önemli bir noktada durmaktadır. Günümüzde hükümetler, düzenli olarak gerçekleştirdikleri yazışma ve haberleşme işlemlerinin kolaylaştırılması, ticari işlemlerine ilişkin formalitelerin azaltılması ve söz konusu işlemlerin basitleştirilmesi için elektronik veri değişimini (EDI) kullanmaktadırlar. Bu kapsamda elektronik ticaret, vergi tahakkuk, tahsilat süreçleri ve kamu mal ve hizmet alımlarına ilişkin birçok alanda etkinlik ve verimliliği arttıran bir platform olarak önem kazanmaktadır (Tezcan, 2007: 18-19).

4.3.2. Elektronik Ticaretin Sosyal ve Ekonomik Boyutu

İnternet ve bilişim teknolojileri kullanımının yaygınlaşması, şirket yapılanmaları, organizasyon biçimleri, istihdam şekilleri, müşteri ilişkileri ve pazarlama stratejilerinde köklü bir değişim başlatmaktadır (Tezcan, 2007: 16). Öyle ki elektronik ticaret, faaliyetlerin gerçekleştirildiği alanı nesnel bir düzlemde sanal bir düzleme taşıyarak geleneksel piyasa anlayışını ve dolayısıyla zaman kavramının göreceli önemini değiştirmekte, ticari işlem sürelerini kısaltarak alım-satım işlemlerini hızlandırıp, yaygınlaştırmaktadır (Saraç, 2006: 91). Bu yönüyle elektronik ticaret, satıcı firmalara büyük müşteri kitlelerine ulaşma imkânı verirken müşterilere ise kişiselleşmiş mal ve hizmetlere ulaşma imkânı vermektedir (Cox, 2002: 12).

Elektronik ticaret, borsa, alım-satım ve banka işlemleri gibi her türlü parasal işlemi kapsayan tüm finansal işlemlerde yoğun olarak kullanılmaktadır. Elektronik ticaretin finansal işlemlerde kullanılması ile oluşan yeni finans mekanizması, ekonomideki tüm birimler için

fiyatları daha şeffaf hale getirmektedir. Fiyatların daha şeffaf hale gelmesi ise herhangi bir üreticiye, dünyanın bir ucundaki bir tedarikçiden aynı malı, aynı maliyete katlanarak daha ucuza tedarik edebilme imkânı sunmaktadır (Tezcan, 2007: 16). Ayrıca e-ticaret, ticari ilişkilerin sınırlayıcısı olan yakın çevre koşulunu ortadan kaldırmakta ve ticaretin dünya üzerinde internetin ulaşabildiği her yere taşınmasını sağlamaktadır. Bu durum geleneksel mesai kavramını da değiştirmektedir. Öyle ki dijital ortamda satış yapan şirketler için mesai kavramı 7 gün 24 saati kapsayacak şekilde genişlemektedir (Cox, 2002: 12).

E-ticaret ile birlikte hayatlarımıza tesir eden bu yeni ticaret biçimi, bilişim teknolojilerindeki gelişmeler ile birlikte gerek devlet ile vatandaş arasındaki ilişkiden gerekse firmaların iş yapma biçimi ve müşterilerin tercih ve beklentilerine kadar sosyal ve ekonomik hayatın bütününe etki eden bir araç haline gelmiştir. Bu kapsamda internet ve internetin getirdiği dijitalleşme, ekonomik gelişmişliğin artması, demokrasi anlayışının yaygınlık kazanması, iletişimin hızlanması ve bilgiye ulaşmanın kolaylaşması gibi sosyo-ekonomik gelişmeyi destekleyen bir güç olmaktadır. Bununla birlikte özellikle az gelişmiş ülkelerde siyasi reformların, bazı temel kamu yatırımlarının ve özel kesim yatırımlarının eksikliği nedeniyle internetin getirdiği bu faydaların bireylere aktarılması zorlaşmaktadır (Clinton & Gore, 2000: 89).

4.3.3. Elektronik Ticaretin Vergisel Boyutu

Elektronik ticaret, ticarete konu olan malın özelliğine göre dolaylı ve doğrudan olmak üzere olmak üzere iki tür ticari faaliyeti kapsamaktadır. Dolaylı elektronik ticaret, fiziki varlığa sahip malların ticaretinin elektronik ortamdan gerçekleştirilmesidir. Bu tür ticari faaliyetlerde sözleşme, elektronik ortamdan yapılırken sözleşmeye konu olan malın teslimi geleneksel yollardan yapılmaktadır (Tezcan, 2007: 10). Bu nedenle fiziki varlığa sahip ürünlerin alım-satımı elektronik ortamda gerçekleşse bile vergilendirilmesinde herhangi bir sorun oluşmamaktadır. Çünkü bu tür mallarda sipariş işlemi elektronik ortamda gerçekleşse bile teslim işlemi geleneksel yöntemlerle yapıldığı için malların uluslararası ticaretinde gümrük kontrolleri yapılabilmektedir (Pehlivan ve Öz, 2011: 149). Doğrudan elektronik ticarete ise hem ticarete konu olan sözleşme hem de teslim işlemi elektronik ortamda gerçekleştirilmektedir. Buna göre bilgisayar yazılım programları, film ve oyun programları gibi fiziki bir yapıya sahip olmayan sayısal (dijital) malların ticareti doğrudan elektronik ticaret kapsamında değerlendirilmektedir (Tezcan, 2007: 10). Vergilendirme açısından asıl sorun, doğrudan elektronik ticarete yani teslim işleminin elektronik araçlarla gerçekleştirildiği fiziksel varlığa sahip olmayan (dijital) mallarda ortaya çıkmaktadır. Bu tür mallarda alıcının bilgisayarı aracılığıyla sipariş ettiği mala anında ulaşabiliyor olması herhangi bir gümrük denetimini olanaksız hale getirmektedir.

Dolayısıyla vergi otoritesinin ticarete konu olan malı takip edip vergiye konu etmesi zorlaşmaktadır (Taş, ve Karaca, 2004: 451).

Elektronik ticarete vergilendirmeye ilişkin sorunlardan bir diğeri ise vergilendirme yetkisinin paylaşımında ortaya çıkmaktadır. Elektronik ticaretin coğrafi sınırlar ile sınırlı tutulamadığı göz önüne alındığında, gelirin tanımlanabilmesi ve matrahın tespit edilebilmesi zorlaşmaktadır. Buna bir de tarafların kimliğinin belirlenmesi ve gelirin elde edildiği yerin tespiti konusunda yaşanan zorluklar eklendiğinde elektronik ticarete vergilendirme işlemi içinden çıkılmaz bir hal almaktadır (Tezcan, 2007: 127). Ayrıca e-ticaret şirketlerinin örgütlenme biçimleri geleneksel örgütlenme biçimlerinden farklılaşmaktadır. Bu durum ortak giderlerin şubeler arasında dağıtılmasını zorlaştırmaktadır. Geleneksel örgütlenme biçimlerinde matrah, ana merkez tarafından yapılan giderler ile işyeri için yapılan giderlerin indirim konusu edilmesi ile belirlenmektedir. E-ticaret şirketlerinde ise giderlerin şirketin bağlı birimleri arasında doğru bir şekilde paylaştırılmasında güçlükler ortaya çıkmaktadır (Organ ve Çavdar, 2012: 78).

Gelirin elde edildiği yerin tespit edilebilmesi için öncelikle sabit bir iş yeri tanımının yapılması gerekmektedir. Bunun yanı sıra elektronik ticaret, şirketlere elektronik araçları kullanarak yönetim merkezleri ile üretim merkezlerini farklı ülkelerde gösterebilme imkânı vermektedir. Bu durum kurumlar vergisinde tam mükellefiyetin tespit edilmesini sağlayan “işyeri merkezi ya da işlerin fiilen idare edildiği merkez” şartının uygulanmasını engellemektedir (Pehlivan ve Öz, 2011: 152). Bu sorunun çözümü için OECD model vergi anlaşmasının 5. Maddesinde geleneksel ticaret için geçerli olan daimi iş yeri kavramının elektronik ticaret için de uygulanabileceği belirtilmektedir. Buna göre satıcının ticari faaliyetlerine ilişkin bilgileri depolayan ve faaliyetlerin gerçekleştirilmesini sağlayan sunucular (serverlar) sabit bir iş yeri olarak değerlendirilmektedir. (Çak, 2008: 63-64).

Vergisel boyutuyla düşünüldüğünde bir web sunucusu, milyonlarca web sitesini barındırabilme özelliğine sahip olmaktadır. Bununla birlikte sunucuların dünyanın herhangi bir yerine kolaylıkla yerleştirilebilmesi, bu web sitelerini host eden sunucuların vergi cenneti ülkelerde konumlanmasını mümkün hale getirmektedir (Karadağ, 2008: 380; Çak, 2008: 63). Bu durumda vergilendirilebilir gelirin tespiti de oldukça zorlaşmaktadır. Ayrıca elektronik işlemlerde vergiyi doğuran faaliyetlerin birden fazla ülkede gerçekleşmesi durumunda hangi vergi otoritesinin yetkili kılınacağı büyük bir sorun teşkil etmekte, yetkili kılınacak vergi otoritesi belirlense bile verginin ne zaman ve nasıl tahsil edileceği uluslararası vergi hukuku açısından da sorun oluşturmaktadır. Elektronik ticaretin vergilendirilmesinin önündeki bu sorunlar, devletler açısından ciddi oranlarda vergi kayıplarına neden olmaktadır (Saraç, 2006: 93).

4.3.4. Uluslararası Vergi Planlama Stratejisi Olarak Elektronik Ticaret

Çok uluslu şirketler, elektronik ticareti; potansiyel müşteri kitlesine ulaşmak, sanal marketler açmak, maliyetleri azaltmak, AR-GE faaliyetlerini internet üzerinden gerçekleştirmek, reklamların tüketici üzerindeki etkisini arttırmak, marka imajı oluşturmak ve sipariş işlemlerini hızlandırmak gibi şirket faaliyetlerini daha verimli hale getirecek bir dizi amaç çerçevesinde kullanmaktadırlar (Haşiloğlu, 1999: 113). Ayrıca elektronik ticaretin kullanımının yaygınlaşması, rekabet şekillerini de değiştirmektedir. Günümüzde rekabet, sadece bitişikteki mağaza ya da işyeri ile sınırlı kalmamakta, dünyanın çok az bilinen veya hiç bilinmeyen bir yeri de rekabete açık bir ortam oluşturabilmektedir. Dolayısıyla şirketler, uluslararası ölçekte rekabet edebilmek ya da rekabet üstünlüğü sağlayabilmek amacıyla elektronik ticareti kullanmaktadırlar (Arıcı, 2000: 12-13).

Çok uluslu şirketlerin elektronik ticareti kullanım amaçlarından bir diğeri de uluslararası vergi planlaması ile ilgilidir. Önceki bölümde de değinildiği gibi uluslararası vergi planlaması, farklı yargı bölgeleri arasında yapılan sınır ötesi işlemlerin uluslararası vergilendirme kurallarına aykırı olmayacak şekilde ve şirketin mali amaçları doğrultusunda dizayn edilmesidir. Elektronik ticaret ise şirketlere faaliyetlerini vergisel açıdan en avantajlı yerlerde gösterme imkânı vermektedir. Bu doğrultuda değerlendirildiğinde elektronik ticaret, şirketler açısından farklı yargı bölgeleri arasındaki vergisel farklılıklardan faydalanmayı kolaylaştıran bir araç olarak görülmektedir. E-ticaret, sabit bir sunucu ve gerekli olan donanım yazılım araçlarının vergi cenneti bir ülkede konumlandırılması ile oldukça kolay bir şekilde yapılmaktadır. Uluslararası vergi hukukunda tam mükellefiyet şartının sabit bir sunucuya bağlı olmasından dolayı söz konusu sunucunun vergi cenneti bir ülkede gösterilmesi ile ticari kazancın bu vergi cenneti ülkenin vergi oranlarına göre vergilendirilmesi mümkün olmaktadır. Ayrıca vergi mükellefiyetinin vergi cenneti bir ülkede oluşturulması, şirketlere, transfer fiyatlandırma işlemleri ile gelirlerini rahatlıkla bu ülkelere aktarabilme imkânı sağlamaktadır (Pehlivan ve Öz, 2011: 149). Özellikle hizmet ticareti söz konusu olduğunda e-ticaretin vergi planlaması açısından önemi daha da artmaktadır. Çünkü e-ticaret, transfer fiyatlandırması ile kar aktarımı yapabilmek için kolaylık sağlayan bir araç olarak görülmektedir (Saraç, 2006: 94).

Bunun yanı sıra gayri maddi varlıklar söz konusu olduğunda transfer fiyatın belirlenmesi için koşul olan emsal fiyatın tespiti, mevcut düzenlemeler altında bile oldukça karmaşık bir hal almaktadır. Bir de söz konusu işlemlerin elektronik ticaret üzerinden gerçekleştirilmesi ile emsallere uygun fiyatın belirlenmesi iyice zorlaşmakta, transfer fiyatlandırmasına konu olan işlemin türü tespit edilememekte, tespit edilse dahi karşılaştırılacak benzer bir işlem bulunamamaktadır (Çak, 2008: 63). Dolayısıyla elektronik ticaret, işlemlerin takip ve denetimini güçleştirmekte ve farklı yargı bölgeleri arasında faaliyette bulunan şirketlere, vergi planlama

stratejilerini uygulamak için uluslararası düzenlemelerden ve herhangi bir cebirden uzak bir platform sunmaktadır.

4.4. Uluslararası Vergi Planlama Stratejilerine Karşı Alınan Önlemler

Ekonomi küreselleştikçe şirketlerde buna entegre olmaktadır. Öyle ki günümüzde çok uluslu şirketler, küresel GSYH'nin büyük bir bölümünü temsil etmektedir. Bununla birlikte şirketlerin kendi aralarında gerçekleştirdikleri grup içi ticaret, toplam ticaretin çok daha büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Ayrıca hizmet sektörünün ekonomik faaliyetler üzerindeki artan önemi ve dijital ürünlerin internet üzerinden kolaylıkla temin edilebilmesi uluslararası alanda faaliyette bulunan şirketlere, müşterilerinin fiziki konumlarından daha uzak coğrafi alanlarda da faaliyette bulunma imkân vermektedir. Bu gelişmeler, vergi planlamacılarının vergi arbitraj fırsatlarını çeşitlendirmekte ve vergi planlamacılarının vergi planlama stratejilerini kabul edilebilir ölçüler dışında çıkararak kötüye kullanmalarını teşvik etmektedir. Bu durum, devletleri vergi adaleti konusunda daha duyarlı olma mecburiyetinde bırakmakta ve nihayetinde vergi planlamasını; devletler, bireyler ve şirketler olmak üzere tüm taraflar için tehlikeli bir boyuta getirmektedir. Vergi planlamasının devletler açısından tehlikeli boyutu vergi adaleti konusunda ortaya çıkmaktadır. Birçok devlet vergi gelirlerindeki aşınma ve uyum maliyetlerindeki artış ile başa çıkmak zorunda kalmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde vergi gelirlerinin yetersizliği ekonomik büyümeyi destekleyecek kamu yatırımlarının finanse edilmesini zorlaştırmakta, kaynak dağılımını olumsuz etkilemekte ve vergi motivasyonunu azaltmaktadır. Aynı zamanda vergi planlaması, vergi arbitraj fırsatlarını yakalamak isteyen şirketlere, gelirlerini gelir getirici faaliyetlerin yürütüldüğü bölgelerden uzaklaştırarak vergi yükünü düşürme imkânı da vermektedir. Bu durum nihayetinde vergi yükünü, gelirlerini düşük vergi mükellefiyetinin olduğu bölgelere taşıyamayan vergi mükelleflerinin ve özellikle ücretli kesimlerin üzerine aktarmaktadır. Son olarak uluslararası vergi planlama stratejilerinden şirketlerin de zarar gördükleri söylenebilmektedir. Vergi planlamasının değişmez koşulu, karların efektif vergi oranlarının düşük olduğu bölgelere taşınmasıdır. Diğer taraftan efektif vergi oranlarının çok düşük olması şirketleri kayda değer şekilde itibar riskine maruz bırakabilmektedir. Aynı zamanda uluslararası vergi planlaması, iç pazarda faaliyette bulunan şirketleri, farklı yargı bölgeleri arasında işlem yapabilen çok uluslu şirketler karşısında dezavantajlı konuma getirmekte ve rekabet dengelerini adil olmayacak şekilde değiştirmektedir (OECD, 2013). Tüm bu gelişmeler, devletleri uluslararası vergi planlamasının zararlı etkilerini hafifletmek için uluslararası platformda çözüm arayışlarına yöneltmektedir. OECD, bu konuda öncü konumundadır. OECD'nin uluslararası vergi planlamasının kötüye kullanılmasına karşı

getirdiği çözüm arayışları bir dizi önlemi de beraberinde getirmektedir. Bu önlemler, transfer fiyatlandırma, vergi cennetleri ve dijital ekonomi ile ilgili konuları düzenlemeye yöneliktir.

OECD, Şubat 2013'te kar aktarımı yoluyla matrah aşındırması (BEPS) hakkında bir rapor yayınlamıştır. Çeşitli ticari verilerin ve bir dizi çalışmanın gözden geçirilmesi ile oluşturulan bu rapor, ticari faaliyetlerin fiili yerleri ile vergilendirilecek karların raporlanması arasındaki farklılığı ele almaktadır. Bu çalışmayı, çok uluslu şirketlerin kar değişiminin ele alınması ve kurumlar vergisinde uluslararası tutarlılığın sağlanması amacıyla hazırlanan 15 adımlık bir eylem planı takip etmiştir. 26 Temmuz 2013'de Moskova'daki G20 zirvesinde oy birliği ile onaylanan BEPS eylem planında transfer fiyatlandırması, dijital ekonomi ve tercihli vergi rejimleri gibi uluslararası işlemlerde vergilendirmeyi ilgilendiren pek çok konu ele alınmaktadır. Özellikle 8-10 arası eylemler, uluslararası işlemlerde vergilendirmeyi yeniden düzenlemek ve vergilendirilebilir kârların yapay olarak değiştirilmesinin önüne geçmeyi amaçlamaktadır (Kaye, 2014: 188-189). Transfer fiyatlandırma konusunda belki de en muallakta kalınan sorun, gayri maddi hak transferleridir. Çünkü gayri maddi haklar söz konusu olduğunda ilişkili kişi tespiti bir hayli zorlaşmaktadır. Bu durum BEPS eylem planının 8. Maddesinde ele alınmaktadır. İlgili maddede transfer fiyatlandırma kurallarının geliştirilmesi, gayri maddi hak transferlerine ilişkin özel önlemler getirilmesi ve gayri maddi hak transferi ile ilgili karların değer oluşturmaya uygun olarak dağıtılması amaçlanmaktadır (OECD, 2013).

Uluslararası işlemlerin elektronik ortamda gerçekleştirilmesinin getirdiği karmaşa ve dijitalleşmenin oluşturduğu vergi sorunları, BEPS eylem planının 1. Maddesinde ele alınmaktadır. OECD'nin G20 toplantılarında öncelikle üzerinde durulan ve BEPS'in odak noktasını oluşturan dijital ekonomi; dijitalleşmeden kaynaklanan vergi sorunlarının çözümünde vergilendirme yetkisinin bölüşümü ve matrah erozyonunu önleme mekanizması olmak üzere iki sorun üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu maddede elektronik işlemlerin vergilendirilmesinin önündeki sorunların temelini oluşturan; işyeri tanımı ve işyerinin fiziki varlığı olmayan faaliyetler için nasıl tanımlanacağı, verginin nereye ve neye göre ödeneceği, müşterilerin veya kullanıcıların bulunduğu yargı bölgesinde karın ne kadarlık bir kısmının vergilendirileceği üzerinde uluslararası uyumun sağlanması amaçlanmaktadır (OECD, 2019).

Vergi cennetlerinin oluşturduğu haksız rekabet ortamına ilişkin düzenlemeler, OECD'nin 1998 yılından bu yana ele aldığı konular arasında yer almaktadır. OECD, bu kapsamda vergi cennetleri ve tercihli vergi rejimlerinin oluşturduğu haksız rekabetle mücadeleyle ilişkin birçok rapor yayınlamıştır. Birbirini takip eden bu çalışmaların içeriği, vergi cenneti oluşumlarının temel özellikleri, bu özellikleri taşıyan ülkelerin deklare edilmesi ve tercihli vergi rejimlerinin değerlendirilmesi şeklinde yürütülen bir dizi çalışmayı içermektedir. OECD, bu konuda son olarak tercihli vergi rejimleri ve zararlı vergi uygulamaları başlıklı 2018 ilerleme raporunu yayınlamış ve bu rapor, Ocak 2019'da G20 ülkeleri tarafından da kabul edilmiştir. OECD 2018

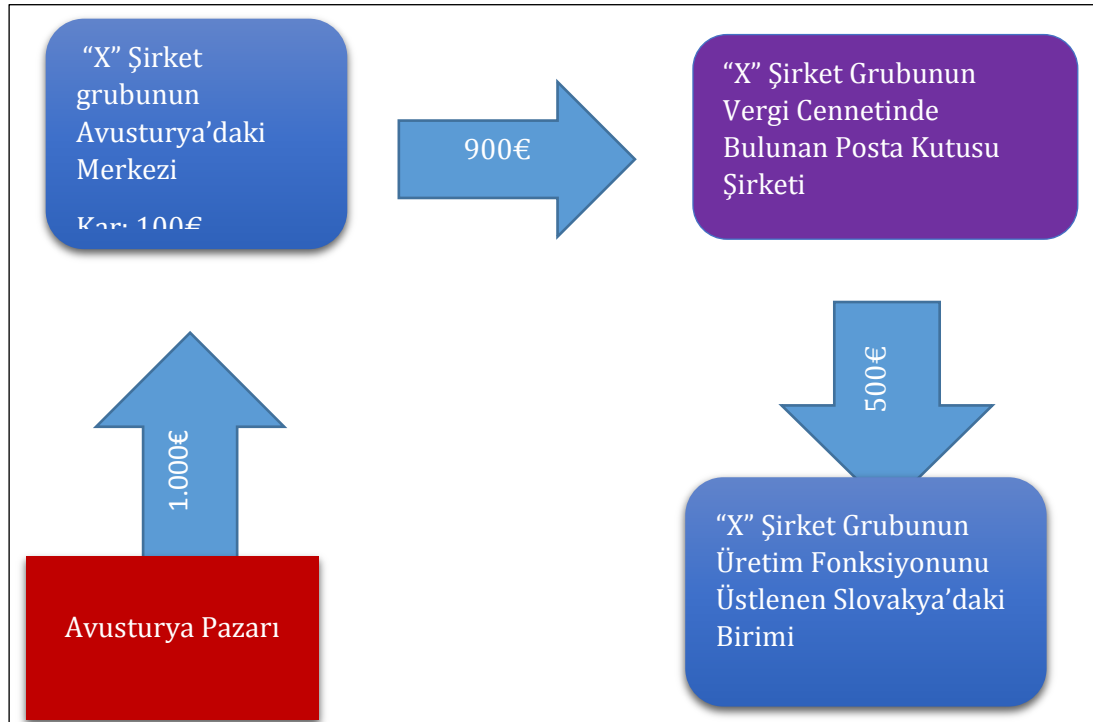
raporu, BEPS projesinin başından bu yana tercihli vergi rejimlerine yönelik çalışmalar yürüten zararlı vergi uygulamaları forumu (FHTP) tarafından BEPS eylem planının 5. Maddesine göre yeniden değerlendirilmesidir. Forumun bu kapsamdaki değerlendirmeleri üç temel başlık altında toplanmaktadır. Birincisi bu tür rejimlerin kar aktarımını kolaylaştırabilecek ve matrah erozyonuna neden olabilecek sonuçlarını elimine etmek ve potansiyel olarak zararlı vergi rejimi olmaya uygun oluşumları tespit etmektir. İkincisi, zararlı vergi uygulamalarının şeffaflık çerçevesinde ele alınması konusuna odaklanmakta ve bilgi değişiminin yokluğunda otomatik bilgi alışverişinin zorunlu hale getirilmesinin gerekliliği üzerinde durmaktadır. Üçüncüsü ise faaliyet alanını tüm taraflar için eşit koşullara getirmek amacıyla vergilemenin nominal düzeyde olduğu ya da hiç vergilemenin olmadığı bölgelerindeki gerçek faaliyetlerin yeniden gözden geçirilmesini sağlamaktır (OECD, 2019).



5. ULUSLARARASI VERGİ PLANLAMASININ KULLANIMINA İLİŞKİN ÖRNEK OLAY

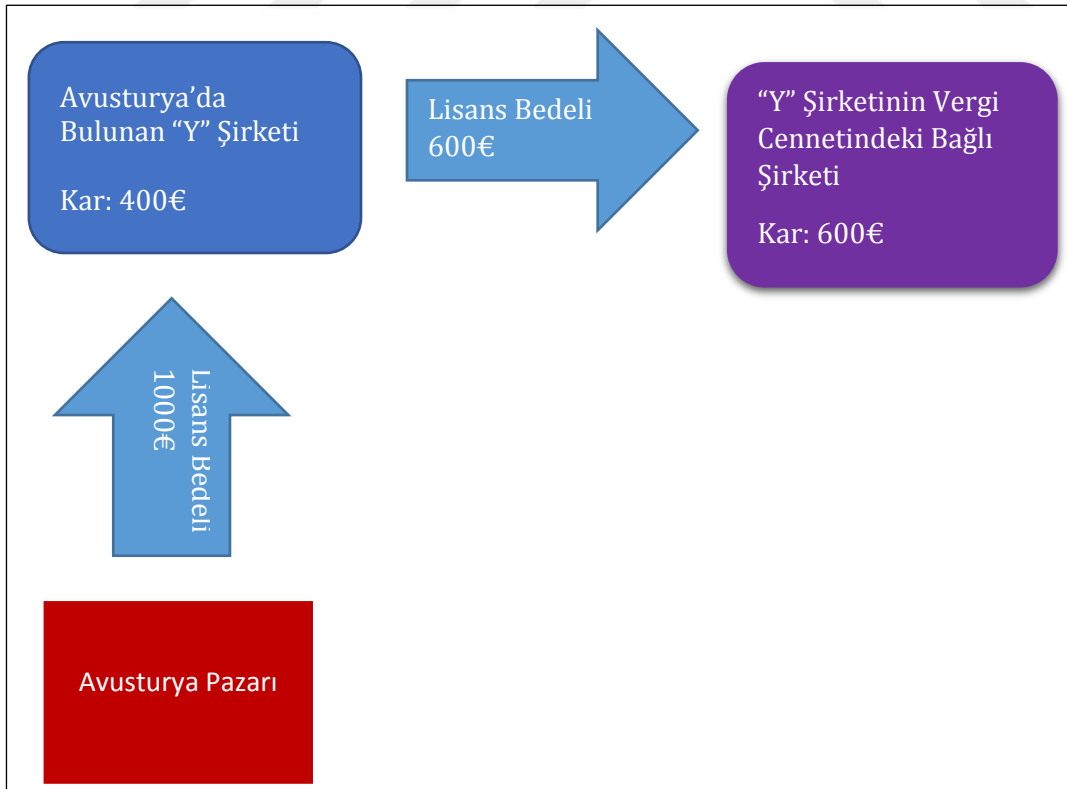
5.1. Posta Kutusu Şirket Örneği

Çok uluslu şirketler elde ettikleri karları vergi yükünün çok düşük olduğu veya vergilendirmenin hiç olmadığı ülkelere taşımak için bir takım işlemler gerçekleştirmektedirler. Bunu gerçekleştirmek için vergi cenneti bir ülkede posta kutusu şirket (Mailbox company) kurmak ve gerekli işlemleri bu şirket üzerinden yürütmek en temel yöntemlerden biri olmaktadır. Bu yöntemde hem vergi cennetleri hem de transfer fiyatlandırma işlemleri aynı anda kullanılmaktadır. Posta kutusu şirket, istenilen işlemleri gerçekleştirmek için vergi cenneti bir ülkede kurulan bağlı şirketi simgelemektedir. Posta kutusu şirketler, çok uluslu şirket grubunun faaliyette bulunduğu sektörün şartlarına göre ve öngörülen vergi planlama hedeflerine bağlı olarak değişik şekillerde kullanılabilir. Şekil 5.1 ve 5.2’de vergi cennetinde kurulu bir posta kutusu şirket aracılığıyla uygulanan iki uluslararası vergi planlama stratejisi örneklendirilmektedir. Şekil 5.1’de mobilya sektöründe faaliyette bulunan çok uluslu “X” şirketinin posta kutusu şirket üzerinden gerçekleştirdiği faturalandırma işlemi gösterilmektedir. Şekil 5.2’de ise bilgisayar programlama alanında faaliyette bulunan çok uluslu “Y” şirketinin royalty (lisans) sözleşmesi ile posta kutusu şirket üzerinden gerçekleştirdiği kar aktarımı gösterilmektedir. Her iki şirketin de Avusturya merkezli olduğu ve ürettikleri ürünleri Avusturya pazarında satışa sunduğu varsayılmaktadır.



Şekil 5.1. Posta Kutusu Şirket Üzerinden Faturalandırma
Kaynak: (Otto, Michael, Philip, Gertraud, Martha & Martin, 2015: 28).

Şekil 5.1’de “X” şirketi mobilya üretimini Slovakya’da gerçekleştiren ve ürettiği mobilyaları Avusturya pazarına arz eden Avusturya merkezli çok uluslu bir şirketi temsil etmektedir. Şirket, Slovakya’da ürettiği mobilyaları doğrudan Avusturya’da satmak yerine vergi cenneti bir ülkede kurmuş olduğu posta kutusu şirket tarafından Slovakya’daki birimden satın alıp Avusturya’daki merkeze oradan ise nihai pazara satmaktadır. Şekilde “X” şirketinin Slovakya’da ürettiği mobilyaları 500€ fiyatla posta kutusu şirkete sattığı varsayılmaktadır. Posta kutusu şirket, aldığı mobilyaları bu fiyatın üzerine bir miktar fark ekleyerek 900€ fiyatla Avusturya’daki şirkete satmaktadır. Avusturya’daki şirket ise fiyatları belirli bir miktar arttırarak 1000€ fiyatla satışa sunmaktadır. Bu durumda Avusturya’daki şirketin karı 500€ yerine 100€ olmakta ve karın büyük bir kısmı vergi cennetinde bulunan posta kutusu şirket üzerinde kalmaktadır. Burada posta kutusu şirketin kurumsal yapıdaki rolü, Avusturya’da ödenecek vergiyi minimum düzeye çekmektir. Bu şekilde karın büyük bir kısmı vergi cennetine aktarılmakta ve elde edilen kar, Avusturya’ya göre daha düşük oranda vergilendirilmektedir. Ancak bu işlemlerin vergi kaçakçılığı hükmü altına girmemesi için posta kutusu şirketin mahiyeti ve faaliyetlerin gerçekleştirildiği ülke yasaları oldukça önemli olmaktadır. Örneğin Avusturya vergi yasalarına göre posta kutusu şirket, örnekte olduğu gibi fiili olarak hiçbir işin yapılmadığı işlemlerin yalnızca faturalandırma yoluyla yürütüldüğü bir şirket ise buradaki kar Avusturya’daki şirketin karı gibi değerlendirilmekte ve vergilendirme buna göre yapılmaktadır.



Şekil 5.2. Posta Kutusu Şirket Üzerinden Royalty Sözleşmesi
Kaynak: (Otto, et al., 2015: 29).

Şekil 5.2’de Avusturya merkezli “Y” şirketinin vergi cennetinde bulunan posta kutusu şirket üzerinden gerçekleştirdiği royalty sözleşmesi örneklenmektedir. Royalty, patent hakları, telif hakları veya pazarlama hakları gibi hakları kullanmak için yapılan ödemelerdir. Bu haklar şirketin bünyesinde maddi olmayan duran varlıklar şeklinde yer almakta ve ancak belirli miktar telif ücreti (royalty) ödemek suretiyle üçüncü taraflara kullandırılmaktadır. Aynı şekilde bir bilgisayar programı satın almak isteyen müşteri programın sahipliğini alamamakta yalnızca belirli bir telif ücreti karşılığında kullanım hakkını elde etmektedir. Bununla birlikte royalty ödemelerinin vergi yükünü azaltmak amacıyla kullanılması da mümkün olmaktadır. Şekilde gösterilen “Y” şirketi bilgisayar programı üretmektedir. Şirket, telif haklarından kaynaklanan karının büyük bir bölümünü vergi cennetinde bulunan bağlı şirketine aktarmak istemektedir. Bunun için program hakları, vergi cennetindeki şirkete devredilmelidir. Bu durumda vergi cennetindeki şirket yalnızca Avusturyalı programcıların ücretlerini üstlenmek gibi çok düşük bir maliyet karşılığında “Y” şirketine bir program geliştirme sözleşmesi vermektedir. İki taraf arasında yapılan bu sözleşme ile Avusturya’da bulunan şirket, programı kullanmak için vergi cennetinde bulunan posta kutusu şirkete telif hakkı ödemektedir. Ödenen telif hakkı nedeniyle “Y” şirketinin karı 1.000 € yerine 400 € olmaktadır. Karın 600 € gibi büyük bir kısmı posta kutusu şirket üzerinde kalmakta ve Avusturya’dan daha düşük bir oranda vergilendirilmektedir. Sonuç olarak Avusturyalı şirketin ürettiği program aracılığıyla elde ettiği karın büyük bir kısmı vergi cennetine aktarılmış olmaktadır (Otto, et al., 2015: 27-30).

5.2. Caterpillar Inc. Üzerinde Durum Değerlendirmesi

Amerikan Senatosunun raporuna göre Caterpillar Inc. aşağıda açıklanan uluslararası vergi planlama stratejisi ile 2000 yılından 2012 yılına kadar geçen 13 yıl boyunca ABD dışındaki yedek parça satışlarından 8 milyar dolardan fazla gelirini İsviçre'deki şirketi CSARL'a aktarmış ve ödemesi gereken yaklaşık 2.4 milyon dolar vergiyi deferral düzenlemesinden faydalanarak erteleme imkanı elde etmiş ve vergi yükünü büyük ölçüde azaltmıştır.

5.2.1. Caterpillar Inc. Genel Görünümü

Caterpillar Inc. (Caterpillar), 1925 yılında ABD’de kurulan halka açık çok uluslu bir şirkettir. Genel merkezi ABD’nin Illinois eyaletinde bulunan şirketin dünya genelinde 125 üretim tesisi bulunmakta ve üretim tesislerinin 54’ü ABD’de kalan 71 tesis denizaşırı ülkelerde bulunmaktadır. Tüm birimlerinde yaklaşık olarak 104.000 çalışanı bulunmakta ve üst yönetim kadrosunun büyük bir kısmı Amerikan vatandaşlarından oluşmaktadır. ABD Menkul Kıymetler ve Borsa Komisyonuna (SEC) kayıtlı olan Caterpillar, Dow Jones Borsa Endeksinde (DJIA)

listelenen 30 şirketten biridir. Güçlü ekonomik varlığı Caterpillar'ı Amerika'nın simgesel şirketlerinden biri haline getirmektedir. 2012 yılında elde ettiği 65.9 milyar rekor gelir ile Amerika'nın en büyük şirketlerinin listelendiği Fortune Global 500 listesinde 46. sıraya ulaşan şirket, 2019 yılında 54.7 milyar dolar geliri ile listenin 190. sırasında yer almaktadır (<https://fortune.com/global500/2019/search/>).

Caterpillar beş temel iş segmentinde faaliyette bulunmaktadır. Bu iş segmentleri, inşaat endüstrileri, enerji ve güç sistemleri, kaynak endüstrileri, finansal ürünler ve müşteri ve bayi desteği şeklinde farklı faaliyet alanlarını kapsamaktadır. İnşaat endüstrileri; demiryolları, yollar, okullar ve hastaneler gibi altyapı hizmetleri ve inşaat için gerekli olan ekipmanları üretmeye yöneliktir. Bu ekipmanlar, kazıcı yükleyiciler, küçük traktörler ve mini ekskavatörlerden oluşmaktadır. Enerji ve güç sistemlerinin faaliyet alanı, enerji ile ilgili motorlar, türbinler ve bunları kapsayan ekipmanları içermektedir. Burada üretilen ürünler, elektrik santral jeneratörleri, türbinler, elektrik enerjisi, petrol ve demiryolu gibi sektörlerle lokomotif hizmeti veren ekipmanları kapsamaktadır. Kaynak endüstrileri segmentinin faaliyet alanı kömür, mineraller ve kereste gibi doğal kaynakları toplayan ekipmanları üretmeye yöneliktir. Bu bölümde üretilen makineler, büyük madencilik kamyonları, yer altı madencilik ekipmanları ve tünel delme ekipmanlarından oluşmaktadır. Buraya kadar sayılan 3 temel segment; inşaat endüstrileri, enerji ve güç sistemleri ve kaynak endüstrileri kendi birimlerinde ürettikleri ürünlerin tasarım, üretim, pazarlama ve satışından sorumlu bulunmaktadır. Finansal ürünler bölümünün sorumluluğu ise Caterpillar ekipmanlarının üretim, satın alma ve kiralama faaliyetlerinin doğru biçimde yürütülmesi için bayilerin, tedarikçilerin ve müşterilerin finansmanını kapsamaktadır. Beşinci ve son faaliyet alanı müşteri ve bayi desteğidir. Caterpillar'ın faaliyet alanının önemli bir bölümünü oluşturan yedek parça tedarik işlemleri bu bölümde gerçekleştirilmektedir. Burada hem üçüncü taraf yedek parça tedarik işlemleri hem de inşaat, kaynak ve enerji bölümleri tarafından üretilip satılan ekipmanlar için yedek parça satış işlemleri yürütülmektedir. Müşteri ve Bayi Desteği bölümü, yedek parça işinde kilit önem taşımakta ve Asya-Pasifik, Avrupa, Afrika, Orta Doğu Bölgeleri ve Amerika'yı kapsayan bir dağıtım ağını yönetmektedir (Caterpillar's Offshore Tax Strategy, 2014: 19-21).

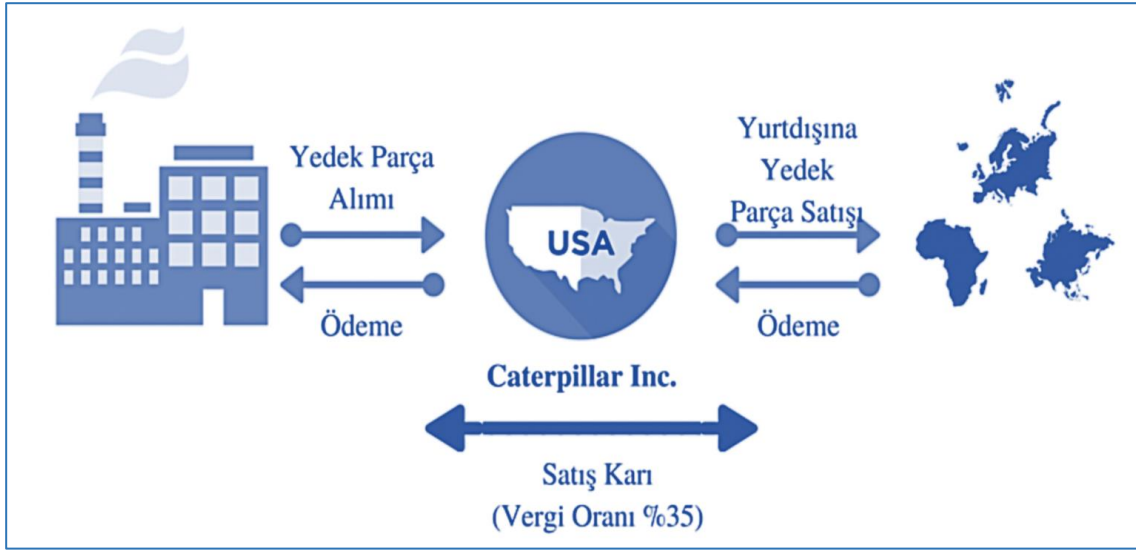
5.2.2. Caterpillar Inc. Uluslararası Vergi Planlama Stratejisi

Caterpillar'ın genel iş politikası (*Seed, grow, harvest*) "Ek, Yetiştir, Hasat et" şeklinde ifade edilebilen üç aşamalı bir iş modeline dayanmaktadır. Bu iş modeli, satılan tüm makine ve ekipmanların kullanım ömürlerini dikkate almaktadır. Caterpillar makinelerinin ortalama yaşam süresi yaklaşık 20 yıllık bir süreyi kapsamakta ve bu süre sonunda yedek parçalar için sürekli bir talep oluşmaktadır (Caterpillar's Offshore Tax Strategy 2014: 25). Bu noktada "Ek, Yetiştir, Hasat

et” modeli için izlenen genel strateji, öncelikle üretilen ekipmanların fiyatlarını düşük tutarak gelecek dönemlerdeki karın tohumlarını ekmektir. Sonrasında ise yedek parça satışlarında bu durum telafi edilmekte, bazı parçaları %30’u aşan oranlarda kar marjı ile satarak ekilen tohumlar hasat edilmektedir. İlk aşamada üretilen ekipmanların düşük fiyatla satışa sunulması ile müşteri tabanını güçlendirmek amaçlanmakta, satış sonrasında sunulan yüksek kar marjlı yedek parça hizmeti ile gelir akışını düzenlemek amaçlanmaktadır (Batun, 2016: 22). Bu nedenle satış sonrası hizmetlerin doğru biçimde yürütülmesi modelin her üç aşamasında da hayati önem taşımaktadır. Caterpillar’ın buradaki kilit gücü, yedek parça ve bunların bileşenlerini üretme, yeniden üretim çözümleri sunma ve dünyanın her yerindeki bayilerinin ve müşterilerinin ihtiyaç duydukları parçalara kolaylıkla ulaşabilmesini sağlama yeteneğidir (<https://www.caterpillar.com/en/company/strategy-purpose.html>). Bununla birlikte yedek parçaların çoğu Caterpillar’ın kendisi tarafından değil üçüncü taraf yedek parça tedarikçileri tarafından üretilmekte ve parçalar genellikle Caterpillar markasını taşımaktadır (Caterpillar’s Offshore Tax Strategy, 2014: 25).

Caterpillar, yedek parça işini sürekli bir kar makinesi olarak görmektedir. Bu nedenle yedek parça işi Caterpillar’ın vergi planlama stratejisinin temelini oluşturmaktadır. Caterpillar’ın uluslararası vergi planlaması amacıyla izlediği yol Amerikan vergi sistemindeki Deferral ve Subpart F düzenlemeleri ile açıklanabilmektedir. Deferral, Amerika’daki çok uluslu şirketlerin yurtdışında bulunan uzantıları tarafından elde ettikleri gelirlerin Amerika’ya getirilmediği sürece vergi dışı tutulmasıdır. Gelirlerin yurtiçine gelene kadar ertelenmesi anlamına gelen deferral düzenlemesi 1962 yılına kadar devam etmiştir. Deferral, bütçe açıklarına ve ekonomik büyümede görece bir yavaşlamaya neden olduğu için sonlandırılmış yerine Subpart F uygulaması getirilmiştir. Subpart F, kontrol edilen yabancı kurum kazancına yönelik yenilikler içermektedir. Buna göre kontrol edilen yabancı kurumların royalty ödemelerinden elde ettikleri kazançları, kar payı ve faiz gibi gelirleri yurtiçine gelişi beklenmeksizin vergilendirilmektedir. Üretim faaliyetlerinden elde edilen gelirler ise deferral düzenlemesine göre vergilendirilmeye devam etmektedir. Bu durumda yurtiçine getirilmediği sürece üretim faaliyetleri sonucunda elde edilen gelirler için vergi erteleme mümkün olmaktadır (Batun, 2016: 23).

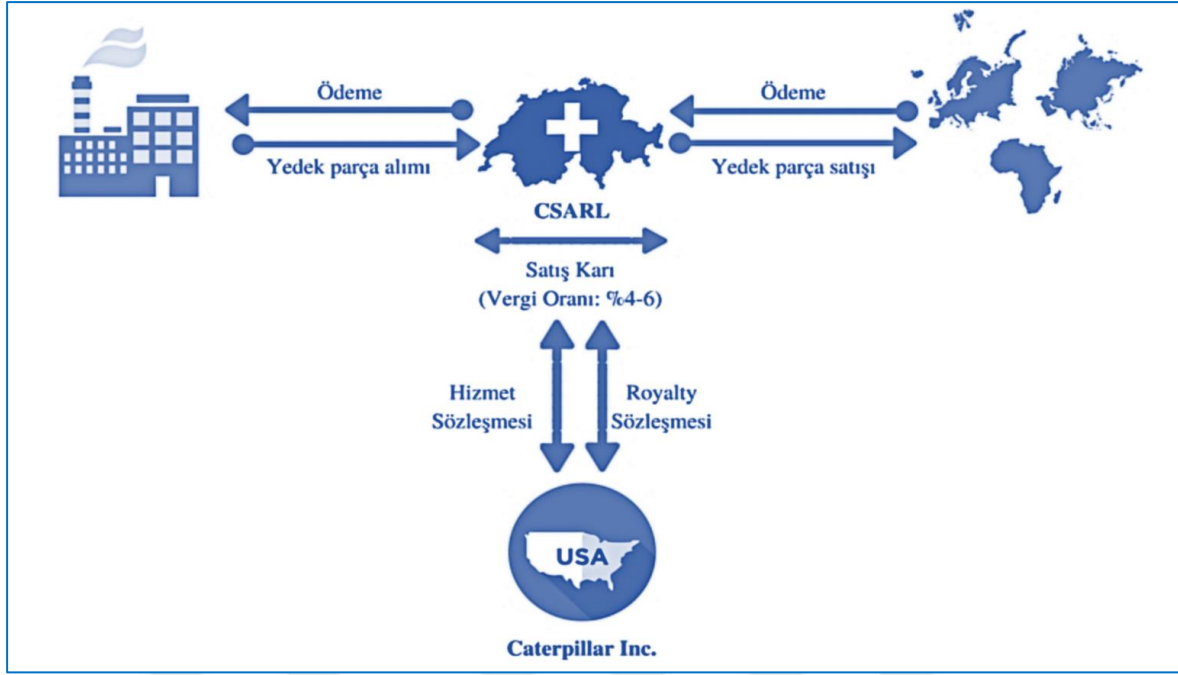
Caterpillar, söz konusu vergisel düzenlemeler kapsamında efektif vergi yükünü düşürebilmek için 1999 yılında kurumsal yapısında değişikliğe gitmiştir. Bu yıla kadar yedek parçaların uluslararası alana satışları çok sade bir şekilde organize edilmekteydi. Şekil 5.3’te modellenen bu yapıda, Caterpillar, tedarikçi firmalara sipariş üzerine ürettirdiği yedek parçaları dağıtıcı firmalar kanalıyla yurtdışındaki müşterilere ulaştırmaktadır.



Şekil 5.3. Caterpillar Inc. Yeniden Yapılandırma Öncesinde Kullandığı Tedarik Zinciri

Kaynak: (Batun, 2016: 24).

Tedarik zincirinin bu şekilde yapılanması, Caterpillar'ın satışlarından elde ettiği gelirlerin Amerika'da %35 oranındaki kurumlar vergisi üzerinden vergilendirilmesine neden olmaktadır. 1999 yılında tedarik zincirinde oluşturulan yeni düzenleme ile Caterpillar Inc. zincirin halkasından çıkarılmış ve yerine Caterpillar'ın İsviçre'deki bir uzantısı olan CSARL konumlandırılmıştır (Batun, 2016: 24). Aslında Caterpillar, 1960 yılından beri Caterpillar Overseas, A.S. (COSA) olarak İsviçre'de varlığını sürdürmekteydi. Fakat COSA'nın temel görevi, Avrupa, Afrika ve Ortadoğu bölgeleri için pazarlama faaliyetlerini yürütmektir. Pazarlama faaliyetlerinin haricinde İsviçre'deki sorumluluğu çok sınırlı tutulmaktaydı. Gerek dağıtım merkezlerinin gerekse üretim tesislerinin hiçbirisi İsviçre'de bulunmamaktaydı. 1999'daki değişiklikle birlikte COSA ve İsviçre'deki diğer bağlı kuruluşların ticari faaliyetleri yeniden yapılandırılmış ve CSARL adı altında birleştirilmiştir (Caterpillar's Offshore Tax Strategy, 2014: 37). Şekil 5.4'te CSARL'in tedarik zincirindeki konumu gösterilmektedir. Şekil aynı zamanda Caterpillar'ın CSARL üzerinden geliştirdiği vergi planlama stratejisini de açıklamaktadır.



Şekil 5.4. CSARL Üzerinden Gerçekleştirilen Uluslararası Vergi Planlama Stratejisi

Kaynak: (Batun, 2016: 25).

Şekil 5.4.'e bakıldığında önceden Caterpillar'ın üstlendiği rolü CSARL'ın devraldığı görülmektedir. Başka bir ifadeyle Şirketin 1999 yılında yeniden yapılanmaya gitmesiyle birlikte CSARL, üçüncü taraf tedarikçiler tarafından üretilen yedek parçaların küresel alıcısı olarak konumlanmıştır. Bu durumda CSARL'ın elde ettiği gelir üretimden elde edilen gelir niteliğinde değerlendirilmekte ve Subpart F kapsamında çıkıp deferral düzenlemesine göre vergilenmektedir. Bu durumda CSARL tarafından elde edilen gelir Amerika'ya getirilmediği sürece vergilendirilmeyecektir. Ayrıca Caterpillar, CSARL'ın efektif vergi yükünün %4-6 arasında olması hususunda İsviçre ile anlaşarak üzerindeki vergi yükünü, İsviçre vergi sisteminde yer alan %8.5'lik kanuni kurumlar vergisi oranının da altında belirlenen bir seviyeye düşürmüştür (Batun, 2016: 24).

Tedarik zincirinde bu şekilde bir değişikliğin yapılması iki taraf arasında imzalanan hizmet anlaşması, lisans ve royalty anlaşmaları sonucunda olmaktadır. CSARL, yedek parça işini yönetmek konusunda yeterli altyapı, personel ve uzmanlığa sahip olmadığı için iki taraf arasında hizmet anlaşması yapılması gerekmektedir. Hizmet anlaşmasına göre CSARL, Caterpillar'a yedek parçaların yönetimi ve satışı, servis kılavuzlarının hazırlanması, depolama hizmetleri, stratejik parça yönetimi, dünya çapında stok yönetimi, yedek parçaların fiyatlandırılması, muhasebe, nakliye ve gümrük işlemleri gibi bir dizi hizmetleri sağlaması karşılığında bu hizmetlerin maliyeti artı %5 kar şeklinde ücret ödemektedir. Lisans ve royalty anlaşmaları, bitmiş yedek parçaların üçüncü taraf tedarikçilerden satın alınıp Amerika dışındaki müşterilere, Avrupa, Afrika ve Ortadoğu bölgelerine satma hakkı verilmesini kapsamaktaydı. Daha sonra

yapılan anlaşmalar ile bu bölgeler Latin Amerika, Kanada, Meksika, Hindistan, Asya, Avustralya ve Güney Pasifik dâhil olmak üzere Caterpillar'ın kıyı bölgelerindeki pazarlarının neredeyse hepsini kapsayacak şekilde genişletilmiştir. CSARL devraldığı lisans hakkı karşılığında satılan parça ve makinelerin toplam net satışlarının %4 ile %6 arasında değişen oranlarda royalty ödemesi yapmaktaydı. Buna göre toplam net satışlar ne kadar yüksek olursa royalty ödemesi de o oranda artış göstermekteydi. Nihayetinde CSARL aracılığıyla geliştirilen bu vergi stratejisi sonucunda Caterpillar Inc. bitmiş yedek parçalar için %15'ten daha az royalty karşılığında %85 oranında karını CSARL'a devretme yolu bulmaktadır (Caterpillar's Offshore Tax Strategy, 2014: 52-54).



6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Devlet açısından vergi, kamu hizmetlerinin finansmanında kullanılan bir gelir unsuru iken şirketler açısından vergi, karlılığı azaltan bir maliyet unsurudur. Devletler vergi planlaması yaparken vergi potansiyelinden en üst düzeyde faydalanmayı gözetmekte ve vergi sistemini buna göre tasarlamaktadırlar. Şirketler ise vergi planlaması yaparak vergi sisteminde mevcut olan yasal düzenlemeleri kendilerine en yüksek faydayı getirecek şekilde birleştirerek yasal ölçüler içinde kalmak koşuluyla ödeyecekleri vergiden tasarruf etmeyi amaçlamaktadırlar. Konuya kuramsal açıdan bakıldığında vergi planlaması, Homo Economicus varsayımına dayanan rasyonel yaklaşım çerçevesinde açıklanabilmektedir. Rasyonel yaklaşım, tüm ekonomik birimlerin davranışını fayda maksimizasyonu çerçevesinde açıklamanın mümkün olduğunu savunmaktadır. Buna göre gerek bireyler gerekse şirketler ekonomik koşullar çerçevesinde faydalarını maksimum düzeye çıkaracak tercih setinden kendilerine en uygun olanını seçmektedirler. Bu yaklaşıma göre kar güdüsüyle hareket eden şirketlerin ekonomik karar alırken vergilerin etkilerini hesaba katarak hareket etmeleri ve gerektiğinde vergiyi en aza indirecek yollara başvurmaları gayet doğal karşılanmaktadır. Bu hususa bağlı kalarak vergi planlamasına, vergi etkilerinin kurumsal planlama ve karar verme süreçlerine dâhil edildiği sistematik bir süreç olarak bakılması mümkündür. Konuya teknik açıdan bakıldığında ise vergi planlamasının diğer planlama süreçleri gibi bir sonuca yönelik yapıldığı görülmektedir. Bu sonuç, hem içinde bulunulan dönemin vergi borcunu hem de gelecek yıllarda yüklenilmesi öngörülen vergi borcunu en aza indirmektir.

Küreselleşme, sosyal ve ekonomik hayatın hemen her kademesinde kendini hissettirmektedir. Küreselleşme ile birlikte değişen koşullar özellikle uluslararası ölçekte faaliyete bulunan çok uluslu şirketlerin bu yeni koşullara uyumunu gerekli kılmaktadır. Bir başka deyişle çok uluslu şirketler, küreselleşmenin gerektirdiği vasıflara erişmek amacıyla bir nevi dönüşüm geçirmektedirler. Gerek üretim biçimlerinde gerek pazarlama anlayışında gerekse işgücünün kullanımında kendini gösteren bu dönüşüm, elbette vergi konusunda da kendine yer bulmayı başarmaktadır. Faaliyetlerini ulusal sınırlar gözetmeksizin sürdüren ve yapısı gereği birden fazla ülkede konumlanan çok uluslu şirketler, farklı yargısal düzenlemelerle karşı karşıya kalmaktadırlar. Farklı ülkeler, farklı kültürleri beraberinde getirmekte farklı kültürler ise o kültürün egemen olduğu ülke şartlarına uymak için yeni maliyetlere katlanmayı gerektirmektedir. Bunun yanı sıra uluslararası ölçekte gerçekleştirilen yatırımlar, ağır maliyetlere katlanmayı gerektirmektedir. Dolayısıyla ticari açıdan istenilen büyümeye ulaşmak, uzun zaman almaktadır. Ayrıca uluslararası ortamda koşullar devamlı olarak değişmekte ve değişen koşullar, rekabet dengelerini de kırılgan bir zemine taşımaktadır. Bu durum özellikle uluslararası alanda faaliyete bulunmanın maliyetlerini artırmaktadır. Bu noktada istenen durum,

stratejik bir vergi yönetimi ile değişen koşulları avantaja çevirmektir. Uluslararası vergi planlaması ise bu noktada devreye girmektedir. Çok uluslu şirketler, uluslararası vergi planlaması ile farklı yargı bölgeleri arasındaki yasal düzenlemeleri iyi bilip bunlara göre stratejiler geliştirmektedirler. Uluslararası vergi planlaması yaparak vergi yönetimi konusunda uzmanlaşan şirketler, vergi yükünün asgari düzeye çekilmesi, uluslararası faaliyetlerin neden olduğu riskli durumların minimize edilmesi ve rekabet koşullarının iyileştirilebilmesi gibi iş süreçlerini ilgilendiren birçok alanda üstünlük kazanabilmektedirler.

Uluslararası vergi planlama stratejileri kapsamında değerlendirilen vergi cennetleri transfer fiyatlandırması ve elektronik ticaret, birbiri içine geçmiş karmaşık işlemleri içermektedir. Transfer fiyatlandırma işlemleri genellikle vergi cenneti ülkeler vasıtasıyla kullanılmakta ve bu sayede işlemler gizlilikle yürütülmektedir. Elektronik ticaret ise yine vergi cenneti ülkeler vasıtasıyla kullanılarak hem dijital ekonominin verdiği avantajlardan hem de vergi cennetlerinin sağladığı gizlilik imkânlarından aynı anda faydalanmak mümkün olmaktadır. Böylelikle yapılan işlemlerin gerçek mahiyetinin tespit edilmesi zorlaştırılmaktadır. Nitekim uluslararası vergi planlamasının zararları, yapılan işlemlerin vergi avantajı elde etmek için ekonomik özden uzaklaştırılması noktasında ortaya çıkmaktadır.

Uluslararası vergi planlama stratejileri, sonuçları bakımından değerlendirildiğinde devletlerin vergi gelirlerini aşındırdığı, kayıt dışı ekonomiyi güçlendirdiği, vergilendirme yetkisinin kullanımını zayıflattığı ve verginin bir maliye politikası aracı olarak kullanımına engel teşkil ettiği söylenebilmektedir. Bunun yanı sıra uluslararası vergi planlama stratejilerinin agresif bir biçimde kullanılması, aynı sektörde faaliyette bulunan şirketler arasında bilgi asimetrisine neden olmaktadır. Nihayetinde bu stratejileri iyi bilip kullanan şirketler, rakipleri karşısında rekabet üstünlüğü kazanmaktadır. Fakat bu üstünlük, haksız rekabet ortamına zemin oluşturmakta, ulusal sınırlar dâhilinde faaliyette bulunan şirketleri dezavantajlı konuma getirmektedir. Ayrıca uluslararası vergi planlaması çok uluslu şirketlere gelirlerini düşük vergi yükümlülüğün olduğu bölgelere taşıyarak vergi yüklerini önemli ölçüde düşürme imkânı vermektedir. Bu durum vergi yükünün, gelirlerini düşük vergi mükellefiyetinin olduğu ülkelere taşıyamayan vergi mükelleflerinin ve ücretli kesimlerin üzerinde kalmasına neden olmaktadır.

Çok uluslu şirketler açısından kar maksimizasyonun bir aracı olarak görülen uluslararası vergi planlaması, neden olduğu sonuçlar çerçevesinde ele alındığında devletler açısından mücadele etmeyi gerektiren bir dizi sorunu gündeme getirmektedir. OECD 1998 yılından beri bu yönde çalışmalar yürütmektedir. Agresif vergi planlaması kapsamında ele alınan bu çalışmaların temel amacı, transfer fiyatlandırması, vergi cennetleri ve elektronik ticaretin neden olduğu zararların hafifletilmesi ve uluslararası işlemlerin vergilendirilmesi hususunda ortaya çıkan kaosun çözüme ulaştırılmasıdır. Açıkçası uluslararası işlemlerin takip ve denetimi üzerindeki kısıtlamalar bu konuda başarılı olmayı zorlaştırmaktadır. Vergilendirme yetkisi gereğince her

ülkenin kendi vergi sistemini dilediği gibi tasarlama yetkisi vardır. Özellikle az gelişmiş ve sermaye konusunda kıtlık yaşayan ülkeler, bu yetkiyi çıkarları doğrultusunda kullanmakta ve ortaya şeffaflıktan uzak düzenlemelerin bulunduğu, düşük vergi oranlarına sahip ya da vergilendirmenin sadece nominal düzeyde kaldığı yargı bölgeleri çıkmaktadır. Bunun önüne geçilebilmesi, vergilendirmede uluslararası bir uyumun yakalanmasına bağlıdır. Nitekim uluslararası anlaşmalarla bu uyum yakalanmaya çalışılsa da bu, yalnızca anlaşmaya taraf olan ülkeleri bağlamakta, mevcut durum diğer ülkeler açısından adaletsizliğini korumaktadır. Uluslararası vergi planlaması ile mücadele konusunda vergiye gönüllü uyumun sağlanması da önemli bir konu olarak görülmektedir. Fakat çok uluslu şirketlerin genel yapısı dikkate alındığında milli bilinç, devlete duyulan bağlılık ve ahlaki değerler gibi vergiye gönüllü uyumu arttıran şahsi ve soyut değerler önemini kaybetmekte ve vergiye gönüllü uyumu sağlama yönelik çabalar etkili olamamaktadır.

KAYNAKLAR

- [1]. 5520 sayılı kurumlar vergisi kanunu. (2006). 26205, 45. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5520.pdf> Erişim 06.05.2020.
- [2]. Akdoğan, A. (2009). *Kamu maliyesi*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- [3]. Akkaya, Ş. (2011). *Küreselleşen ekonomik sorunlar ve vergilemenin küreselleşmesi*. İstanbul: Filiz Kitabevi
- [4]. Aktan, C., ve Vural, İ. (2004). Vergi rekabeti. *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 22, 1-14.
- [5]. Alpar, C. (1980). *Çok uluslu şirketler ve ekonomik kalkınma*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- [6]. Altınışık, İ. Usta, S. ve Çakmak, Y. (2007). Elektronik ticaretin yerel ekonomiler üzerindeki etkisi ve karaman örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 10, 1-2.
- [7]. Amadasun, A. B., & Igbinsosa, S. O. (2011). Strategies for effective tax planning. *Franklin Business & Law Journal*, 2, 51-64.
- [8]. Arıcı, E. (2000). *Elektronik ticaret*. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği. Rapor No: 18.
- [9]. Aytemiz, S. O., ve Bolat, T. (Eds.). (2005). *Küreselleşme ve çok uluslu işletmecilik*. Ankara: Nobel yayın dağıtım.
- [10]. Bahçe, A. B., ve Gümüş, Ö. (2017). Vergi planlaması temelinde kamu yararı: kurumlar vergisi üzerine teorik bir yaklaşım. *Yönetim ve Ekonomi* 24,1 1-20.
- [11]. Bakkal, U. (2002). Küreselleşen dünyadaki temel ekonomik ve mali sorunlar ve Türkiye'ye yansımaları. *İ.Ü İktisat Fakültesi Maliye Araştırmaları Konferansları*. 41, 89-113.
- [12]. Bala, S., K. (2007). Tax planning in bangladesh perspective. *Social Science Research Networking Working Paper Series*, 1-21.
- [13]. Batun, Ç., Ö. (2016). Caterpillar Inc. örneği üzerinde uluslararası vergi planlaması. *Vergi Dünyası Dergisi*. 36, 424, Aralık.
- [14]. Bilici, N. (2004). Vergi cenneti ülkeler, Türkiye'de vergi kaçakçılığına etkisi ve soruna çözüm arayışları, *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 19. Maliye Sempozyumu*, 10-14 Mayıs.
- [15]. Boos, M. (2003). *International transfer pricing: the valuation of intangible assets*. The Netherlands: Kluwer Law International.
- [16]. Bradley, F. (2002). *Uluslararası pazarlama stratejisi*. (Çev. Er. İ.). İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- [17]. Caterpillar's Offshore Tax Strategy. (2014). Majority Staff Report. Permanent Subcommittee on Investigations United States, April. <http://www.hsgac.senate.gov/subcommittees/investigations> Erişim 15.02.2020.
- [18]. Chossudovsky, M. (1999). Yoksulluğun küreselleşmesi. (Çev. Domaniç, N). İstanbul: Çiviyazıları (Özgün çalışma 1998).
- [19]. Clinton, W. J., & Gore, A. (2000). *Global elektronik ticaret*. (Çev. Bozkurt, V.). İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- [20]. Cox, Ö. B. (2002). *Avrupa birliği hukukunda elektronik ticaret ve Türkiye'deki gelişmeler*. İstanbul: Pusula Yayıncılık.
- [21]. Çak, M. (2008). *Uluslararası vergi rekabeti transfer fiyatlaması ve vergilendirme*. Ankara: T.C. Maliye Bakanlığı strateji Geliştirme Başkanlığı, Yayın No: 385.

- [22]. Çam, E. (1987). Çok uluslu şirketler ve gelişen ülkeler. *İstanbul üniversitesi iktisat fakültesi mecmuası*. 45, 1-4.
- [23]. Çamurcu, Z. N. (2017). Vergi cennetleri ile mücadele aracı olarak şeffaflık: "oecd- beps 5 numaralı eylem planı (2015 nihai raporu) temelinde bir çalışma. *International Journal of Public Finance*. 2, 226-244.
- [24]. Dulupçu, A. M. (2001). *Küresel rekabet gücü Türkiye üzerinde bir değerlendirme*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- [25]. Edizdoğan, E., Çetinkaya, Ö., ve Gümüş, E. (2017). *Kamu maliyesi*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- [26]. Eroğlu, O. (2014). *Kurumlar vergisinde vergi planlaması*. Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- [27]. Garbarino, C. (2008). Agressive tax strategies and corporate tax governance: an institutional approach. *SDA Bocconi Research Paper*. 8, 3-18.
- [28]. Gedikli, A. (2011). Çok uluslu şirketler ve doğrudan yabancı yatırımların gelişmekte olan ülkelerin kalkınması üzerine etkileri. *Girişimcilik ve kalkınma dergisi*. 6, 97-146.
- [29]. Gerekan, B. ve Koçan, M. (2018). Marka değerindeki değişimin incelenmesi üzerine bir araştırma. *İşletme araştırmaları dergisi*. 10, 4, 210-228.
- [30]. Giray, F. (2010). *Avrupa birliği ve Türkiye’de efektif vergi oranları*. İstanbul: Ezgi Kitabevi.
- [31]. Gravelle, J. G. (2015). Tax havens: international tax avoidance and evasion. Cornell University ILR School. Federal Publications. https://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2387&context=key_workplace
- [32]. Gülgün, S. (2015). *Vergiye karşı direnme biçimlerinden agresif vergi planlaması*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale.
- [33]. Harmfull tax Practices. <https://www.oecd.org/tax/transparency/about-the-global-forum/publications/towards-global-tax-cooperation-progress.pdf> Erişim 26.02.2020.
- [34]. Haşiloğlu, B. (1999). *Enformasyon toplumunda elektronik ticaret ve stratejileri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- [35]. Hines, Jr. R., J. (2004). Do tax havens flourish?. National Bureau of Economic Resaarch. NBER Working Paper No: 10935.
- [36]. Hoşyumruk, Ş. (2003). *Vergi cennetleri, tercihli vergi rejimleri ve zarar verici vergi rekabetinin OECD ülkeleri ve Türkiye açısından değerlendirilmesi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.
- [37]. <https://fortune.com/global500/2019/search/> Erişim 12.06.2020.
- [38]. <https://www.caterpillar.com/en/company/strategy-purpose.html> Erişim 12.06.2020.
- [39]. <https://www.fatf-gafi.org/publications/high-risk-andother-monitored-jurisdictions/documents/increased-monitoring-february-2020.html>.
- [40]. Huffington, A. (2011), Offshore Corporate Tax Havens: Why Are They Still Allowed?. *Huffington Post*, https://www.huffpost.com/entry/offshore-corporate-tax-ha_b_596753 Erişim26.02.2020.
- [41]. Işık, H. (2005). *Çok uluslu şirketlerde örtülü kazanç ve örtülü sermaye*. Ankara: Araştırma, planlama ve koordinasyon kurulu başkanlığı.
- [42]. İyiler, Z. (2007). *Elektronik ticaret ve pazarlama*. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ekim.
- [43]. Jackson, G. S. (2010). Lessons for tax planners. *The CPA Journal*.

- [44]. Kahriman, H., Özcan, M., P. ve Tepekule, U. (2015). İşletmelerde uluslararası vergi planlaması. *Uluslararası Ekonomi Ve İşletme Kongresi*, 1, 163-175.
- [45]. Karadağ, C. N. (2008). Türk vergi sisteminin küresel bağlamda değerlendirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi. 23.Maliye Sempozyumu*, 7-11 Mayıs.
- [46]. Karakurt, B. (2016). Vergi cennetleri ve posta kutusu şirketlerin kamu maliyesine etkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 2, 319-341.
- [47]. Kargı, V., ve Yaygır, T. (2016). Küreselleşme, vergi rekabeti ve Türkiye’de vergi yükü. *International Journal of Public Finance*. 1, 1-22.
- [48]. Karsan, E. M. (1984). *Vergi kaçırma ve vergiden kaçınma ile mücadelede uluslararası işbirliği*. Ankara: Maliye ve Gümrük Bakanlığı Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Yayını No: 280.
- [49]. Kaye, T. A. (2014). The offshore Shell game: U.S. corporate tax avoidance through profit shifting. https://www.chapman.edu/law/_files/publications/CLR-18-tracy-kaye.pdf
- [50]. Kaymakçı, O. (2013). Küresel ekonomide çok uluslu şirketler ve Türkiye’deki yansımaları. *Celal bayar üniversitesi sosyal bilimler dergisi*. 1, 224-249.
- [51]. Kılıçer, P. İ. (2018). *İşletmelerde bir vergiden kaçınma yöntemi olarak vergi planlaması: muhasebe meslek mensuplarının vergi planlaması ile ilgili algılarına yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- [52]. Mansfed Davidmann, “Transfer Pricing and Taxation”, Community Economics: Multinational Operations, <https://www.solhaam.org/articles/clm503.html> Erişim 26.02.2020.
- [53]. Mutlu, E. (1999). *Uluslararası işletmecilik*. İstanbul: Beta Basım Dağıtım.
- [54]. Nadaroğlu, H. (2000). *Kamu maliyesi teorisi*. İstanbul: Beta Basın Yayın Dağıtım.
- [55]. Nar, M. (2015). Vergi planlaması aracı olarak ar-ge harcamaları. *Uluslararası Araştırmalar Dergisi*. 8, 925-939.
- [56]. ODTÜ-İFÖD Araştırması. (1976). *Çok uluslu şirketler ve Türkiye*. Ankara: ODTÜ-İFÖD Yayınları. No:1.
- [57]. OECD, (2000). Towards Global Tax Co-operation: Progress in Identifying and Eliminating
- [58]. OECD, (2013). Action plan on base erosion and profit shifting, *OECD Publishing*. <https://www.oecd.org/ctp/BEPSActionPlan.pdf> Erişim 25.05.2020.
- [59]. OECD, (2019). BEPS Inclusive Framework On Base Erosion and Profit Shifting. <http://www.oecd.org/tax/beps/beps-actions/action5/> Erişim 25.05.2020.
- [60]. OECD, (2020). List of unco-operative tax havens. <https://www.oecd.org/countries/andorra/list-of-unco-operative-tax-havens.htm>.
- [61]. Oktar, N., C. (2003). *İşletmelerde vergi planlaması ve Türkiye örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi: İstanbul.
- [62]. Olcay, U., ve Acar, T. (2013). *Transfer Fiyatlandırması*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [63]. Organ, İ. ve Çavdar, F. (2012). Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde uluslararası alanda yaşanan sorunlar. 3,1, 64-84. http://www.journalagent.com/iuyd/pdfs/IUYD_3_1_63_84.pdf
- [64]. Otto, F., Michael, F., Philipp, G., Gerthaud, L., Martha, N. & Martin, S. (2015). Tax avoidance, tax evasion and tax havens. https://www.arbeiterkammer.at/infopool/wien/Studie_tax_avoidance.pdf Erişim 15.02.2020.
- [65]. Öncel, Y. (2002). Transfer Fiyatlaması, örtülü kazanç dağıtım ve vergilendirme. *İ.Ü. İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, 41.

- [66]. Öz, S. (2005). *Uluslararası vergi rekabeti ve vergi cennetleri*. Ankara: Maliye ve Hukuk yayınları.
- [67]. Özalp, İ. (1998). *Çok uluslu işletmeler: uluslararası yaklaşım*. Anadolu Üniversitesi. Eskişehir: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi yayınları.
- [68]. Özbay, S., ve Akyazı, S. (2004). *Elektronik Ticaret*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [69]. Özgen, H., ve Yalçın, A. (2011). *Temel işletmecilik bilgisi*. Adana: Nobel Kitapevi.
- [70]. Özsoylu, F., A. (2017). Endüstri 4.0. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*. 1(21). 41-64.
- [71]. Pehlivan, O., ve Öz, E. (2011). *Uluslararası vergilendirme*. Trabzon: Derya Kitapevi.
- [72]. Peker, İ. ve Kılıçer, E. (2017). Vergi planlaması ve işletmeleri vergi planlaması yapmaya yöneltebilecek uygulamalar. *Akademik Bakış Dergisi*, 61, 900-911.
- [73]. Rohatgi, R. (2005). *Basic international taxation*. Unted Kingdom: Richmond Law & Tax Ltd.
- [74]. Saraç, Ö. (2005). *Uluslararası vergi rekabeti ve vergi cennetleri*. Ankara: Maliye ve Hukuk Yayınları.
- [75]. Schafer, A. & Spengel, C. (2004). International tax planning in the age of ICT. *ZEW- Centre for European Economic Research Discussion Paper*. 1-48.
- [76]. Schmolders, G. (1976). *Genel vergi teorisi*. (Çev. Turhan, S.). İstanbul: Fakülteler Matbaası (Özgün çalışma 1965).
- [77]. Seyidoğlu, H. (1980). *Uluslararası iktisat teori-politika ve uygulama*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- [78]. Şahin, M., ve Yılmaz, C. (2018). Eski fakat güncel bir sorun: Panama belgeleri ve vergi cennetleri. *Finans, Politik Ve Ekonomik Yorumlar*, 640.
- [79]. Şanver, S. (2012). İşletme Vergiciliği. *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, <http://dergipark.gov.tr/iumamk/issue/770/8352>
- [80]. Şatıroğlu, D. K. (1984). *Çokuluslu şirketler*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler.
- [81]. Şen, H. ve Şağbaş, İ. (2016). *Vergi teorisi ve politikası*. Ankara: Kalkan Matbaacılık.
- [82]. Şişman, B. (2003). *İşletmelerde vergi planlama yöntemleri*. Ankara: Yaklaşım yayınları.
- [83]. Tanzi, V., & Shome, P. (1993). A primer on tax evasion. *International Monetary Fund*. 40, 807-828.
- [84]. Taş, B., ve Karaca, Y. (2004). Türkiye’de vergi kaçakçılığına etkisi ve soruna çözüm arayışları, Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi. 19. *Maliye Sempozyumu*, 10-14 Mayıs.
- [85]. Tezcan, K. (2007). *Yeni ekonomi elektronik ticaretin hukuki altyapısı ve vergilendirilmesi*. Adana: Nobel Kitabevi.
- [86]. Tokathoğlu, M. Y. (2005). *Küreselleşme ve kamu hizmetleri*. İstanbul: Alfa Akademi.
- [87]. Tuncer, S. (2008). İşletme vergiciliğinden vergi planlamasına. *Yaklaşım Dergisi*, 181, 9-15.
- [88]. Turhan, S. (1976). *Vergi teorisi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi yayınları.
- [89]. Wilde, J. H., & Wilson, R. S. (2018). Perspectives on corporate tax planning: observations from the past decade. *The Journal of the American Taxation Association*. 40, 63-81.
- [90]. Yetkiner, E. (2001). Vergi cennetlerinin sunduğu bazı vergi ve yatırım avantajları. *Vergi Dünyası*. Mayıs, 237.
- [91]. Yılmaz, M. (2018). Vergi cennetleri ve ülke uygulamaları. *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*. 4, 16, 198-222.

- [92]. Yoshino, M. Y., & Rangan, S. U. (Eds.). (2000). *Stratejik ittifaklar*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- [93]. Yüksel, Ö. (1999). *Uluslararası işletme yönetimi ve Türkiye uygulamaları*. Ankara: Gazi Büro Kitabevi.
- [94]. Zengingönül, O. (2007). *Küreselleşme yoksulluk gelişmişlik ve işgücü piyasaları ekseninde*. İzmir: Fakülteler Kitabevi.

