

## ÇOKULUSLU İŞLETMELERDE TRANSFER FİYATLANDIRMASI

Dr. Metin SAĞMANLI

M.Ü. İ.İ.B.F. Almanca İşletme ve Enformatik Bölümleri, Doçent

**ABSTRACT:** *Transferpreise sind jene Preise, zu denen die unternehmensinternen Lieferungen zwischen Konzernunternehmen in unterschiedlichen Ländern verrechnet werden. Transfer pricing ist eine beliebte Methode der multinationalen Unternehmen, die hauptsächlich beim Transfer der Finanzmitteln der Tochtergesellschaften an die Muttergesellschaft verwendet wird. Konkret funktioniert ist so, daß die Tochtergesellschaften im Regelfall von der Muttergesellschaft oder anderen Tochtergesellschaften Zwischenprodukte beziehen. Diese können dann je nach der Politik der Konzernspitze zu Preisen verrechnet werden, die über oder unter den tatsächlichen Preisen liegen; so können also Mitteln innerhalb eines Konzerns verschoben werden.*

### I. GİRİŞ

Bu makalenin konusu çok uluslu şirketlerde transfer fiyatlamasıdır. Birçok yerde ticaretin ve endüstrinin büyümesi ve ilerlemesi kazancın daha fazla artmasıyla tanımlanır. Bu büyüme süreci içerisinde uluslararası aktivitelerde artış gözlenmiştir ve çok uluslu işletmelerin sayısı da buna paralel olarak artmıştır.

Transfer fiyatlamasının tanımı yapıldıktan sonra, bu fiyatlamanın hangi metodlar doğrultusunda yapıldığı, arm's lenght-prensibi ve transfer fiyatlamasının organizasyon, uluslararası ve ekonomik açılardan ele alınışı açıklanmış ve bunlara sayısal örnekler verilmiştir.

Transfer fiyatlamasını ortaya çıkaran nedenler ana başlıklarıyla incelenmiş ve transfer fiyatlamasının az gelişmiş ekonomilere olan etkisi açıklanmıştır.

### II. TRANSFER FİYATLAMASI

Transfer fiyatı farklı ülkelerdeki ortaklıklar arasında işletme içi sevke dair hesaplanan fiyattır. Transfer fiyatlaması, yavru şirketin finans araçlarının ana şirkete transferinde kullanılan ve çok uluslu işletmelerin tercih ettiği bir metottur. Bu sistem, yavru şirketlerin kurullar dahilinde ana şirketten ya da diğer yavru şirketlerden aramaları satın alması işlemine dayanmaktadır. Çok uluslu işletmelerin, az gelişmiş ekonomilerde kendilerine bağlı şirketlerle giriştikleri ticarete uyguladıkları fiyat politikası son yıllarda bu şirketlere yöneltilen eleştirilerin temel kaynağıdır. Yavru şirketlere yapılan ihracatın yüksek, yavru şirketten ana

şirkete yapılan ihracatın ise düşük fiyatlandırılması çok uluslu şirketlerin kârlarını bir ülkeden ziyade dünya ölçeğinde maksimize etmek amacıyla uyguladıkları bir politikadır[1].

Transfer fiyatlarının şirketlere gerek organizasyon açısından, gerekse uluslararası açıdan ve ekonomik açıdan etkileri vardır. Burada organizasyon açısından kastedilen şudur ki, organizasyonlar büyüdükçe iki büyük problem ile karşılaşılır; bunlardan biri aktivitelerin ve sorumlulukların nasıl bölüneceği, diğeri ise alt birimlerin nasıl koordine edileceğidir. Tamamen merkezi olmayan yönetim, minimum sınırlama ve yöneticilerin karar vermesi için maksimum özgürlük anlamına gelmektedir. Tam aksine merkezi yönetim de maksimum sınırlama ve yöneticilerin karar vermesi için minimum özgürlük anlamına gelmektedir[2].

Muhasebe ve yönetim literatüründe yapılan en büyük hata kâr merkezlerinin, merkezi olmayan alt birimlerle aynı olarak ele alınmasıdır. Örneğin, bir şirketin kar merkezlerinden oluşan bir çok bölümü vardır ama yöneticilerinin karar verme yetkisi sınırlı, ürünleri şirket dışından başka hiç bir yere satamamaktadır, her masraf için bir üstünden devamlı onay alması gerekmektedir ve merkezi kadronun tavsiyelerini kabul etmek zorunda kalmaktadır[2].

Etkilere uluslararası açıdan bakarsak, farklı ülkelerde farklı vergilendirme uygulamaları ve farklı vergi oranları sayesinde vergi oranı az olan ülkeden mal transferinde yüksek fiyat uygulaması ile çok uluslu işletme gelirini maksimize etmeye çalışır, böylece daha az vergi ödemiş olmaktadır.

Ekonomik açıdan transfer fiyatlaması pratikte iç ve dış nedenler olmak üzere iki tip zorlukla karşılaşır. Transfer fiyatlamasının sonuçlarının analizini oluşturan iç nedenler o girişimin yapısında bulunur. Her girişim, üretim birimleri ile pazarlama birimlerinin kombinasyonundan oluşur ve karşılıklı ilişkilerle birbirine bağlanmıştır. Bundan dolayı her bireysel girişim için transfer fiyatlama sistemi spesifik olacaktır. [3]

Transfer fiyatlaması için resmi kurulların olmaması dış nedenleri oluşturur. Bir problem

oluştığında anlaşmazlıklar mali otoriteler ile girişimciler tarafından mahkemeye gerek kalmadan çözülmeye çalışılır.

### III. TRANSFER FİYATLAMA MODELLERİ VE ARM'S LENGTH-PRENSİP

Mal ve hizmetler, merkezi olmayan organizasyonların değişik bölümleri arasında değiştirilir. Bu durumda sorulacak olan soru şudur: Bu mal değişimleri parasal olarak nasıl değerlendirilir? Pazar fiyatı mı? Maliyet fiyatı mı? Yoksa başka bir fiyat şekli mi? Bu gibi durumlarda herkesi memnun edecek tek bir transfer fiyatı yoktur[4].

Transfer fiyatlama politikası seçimi, normalde üst yönetim tarafından gerçekleştirilir. Karar aşağıdaki noktaları içerir[4].

- Hedef benzeşmesi: Transfer fiyatı, şirketin bir bütün olarak hedeflerini destekleyecek midir? Bölümün hedefleri ile organizasyonun hedefleri birbirleri ile uyum içinde olacak mıdır?

- Performansın değerlendirilmesi: Satan bölüm satın alan bölümden malların veya hizmetlerin transferi için gerekli olan krediyi alabilecek midir? Transfer fiyatı satan bölümün performansını etkileyecek midir?

- Otonomi: Transfer fiyatı satan ve satın alan bölüm yöneticilerine kendi bölümlerini merkezi olmayan bir bölüm şeklinde yönetmelerine olanak veren gerekli özerklik ve özgürlüğü sağlayacak mıdır?

- Diğer faktörler örneğin fiyat listesinin minimizasyonu, gelir vergileri ve kanuni kısıtlamalar gibi.

Uluslararası vergi literatürü, Amerikan Vergi Kanununa dayanarak, transfer fiyatını "arm's length-Prensip" olarak nitelendirmiştir. Yani bu fiyat bağımsız üçüncü kişiler arasında meydana gelen fiyattır.[5]

Kullanılan bir çok transfer fiyatlaması metodu vardır. Genel kabul görmüş transfer fiyatlamalarının bazıları şöyledir:

1. Pazar Fiyatı,
2. Tam Maliyet ya da Marjinal Maliyet Temeline Göre Kurulan Transfer Fiyatı,
3. Anlaşmalı Transfer Fiyatı,
4. Çifte Transfer Fiyatları.

Bunlardan ilk üç tanesi arm's length-fiyatını belirlemek için kullanılır.

#### III.1. Pazar Fiyatı

Pazar fiyatının saptanmasında gerçekten büyük zorluklar ortaya çıkabilmektedir. Bir kere pazar fiyatından bahsediliyorsa bu, malın, talep eden işletmenin sahasında bir pazar değerinin olduğunu gösterir. Böyle bir durum sözkonusu ise uygun pazar fiyatının belirlenmesi oldukça zordur. Çünkü liste fiyatı ile pazar fiyatı arasında pek kesin olmayan bir ilişki mevcuttur. Malın satışı aynı şirket içinde olunca satıcının, yani ihracatçının giderleri aynı malı firma dışına satması durumdakine oranla düşük olabilmektedir. Bu durum ancak ithalatçı (alıcı) durumundaki bölümün başka seçeneği yoksa gerçekleşir. Böyle durumda, eğer pazar fiyatı aşağıya doğru indirilmezse ihracatçı ihracat giderlerinde gerçekleştirilen tasarrufların tamamını kazanacaktır.

Pazar fiyatının saptanmasında karşılaşılan bütün bu güçlükler rağmen, eğer rakip pazar fiyatı mevcutsa ve bölümler birbirinden bağımsızsa pazar fiyatı bir bütün olarak şirketin kârlarını maksimize eder. Koşullardan biri bile sağlanmadığı takdirde şirket için alınacak olan bu karar optimal olmayacaktır[4].

#### III.2. Tam Maliyet veya Marjinal Maliyet Temeline Göre Kurulan Transfer Fiyatı

Maliyet transfer fiyatı metodunda, tam maliyet temeline dayanarak bulunan değişken maliyetlerden transfer fiyatı belirlenmektedir. Bu metod sadece yerli imalat işletmelerinde kullanılmaktadır.[5] Bu transfer fiyatı şekli, gerçi anlaşılır ve kullanılması uygun bir metoddur, ancak bir takım dezavantajları vardır. Bir kere faaliyet değerlendirmesinde gerek tam gerekse değişken maliyet esasına dayanılarak saptanmış transfer fiyatı uygun değildir. Değişken maliyet temeline dayalı transfer fiyatı karar işlemlerinde yararlıdır. Fakat faaliyet değerlemesi için bu tür bir fiyatlama, satıcıya bir yarar sağlayamaz, hatta kayıplara neden olabilir. Böyle bir durumda satıcının mal ve hizmet üretimini devam ettirme ve geliştirme konusunda motivasyonu olumsuz yönde etkilenir[6]. Bu fiyatlama şekli ancak aracı pazarın olmadığı ya da pazarın çalışmasında aksaklık olduğunda ve fazla fiyatlama seçeneğinin olmadığı durumlarda ancak kullanılmaktadır. Fiyatlamada tam maliyetin ya da tam maliyet artı belirli bir kar oranının (Standard Full-Cost and Full-Cost Plus Markup) kullanılması önerilebilir[7]. Ancak bu, uygulamada bir takım sorunlara yol açabilir. Mesela bu seçenektan kullanılan fiyat dışardaki fiyatlardan daha yüksek ise, alıcı bu durumda dışarıdan satın almaya teşvik edilmiş olmaktadır. Yani satıcının talep ettiği fiyat dışardaki satıcının istediği fiyattan daha yüksek olabilmektedir.

Bu yöntemdeki diğer sorun genel maliyet unsurlarının nasıl tahsis edileceğidir. Bu uygulamanın da aslında olumlu yanları mevcuttur. Mesela bu yöntem satıcıyı alıcının siparişlerini karşılama konusunda motive

edebilir. Ancak bunun için satıcının kapasite fazlalığı olması ve tam maliyetin değişken maliyetin üzerinde olması gerekir. Yani tam maliyetle değişken maliyet arasındaki fark, bazı sabit maliyetleri karşılamayı sağlayacak katkı payını oluşturmaktadır.

Şimdi hem maliyet hem de pazar fiyatını bir örnekle anlaşılır hale getirelim.

Örnek[2]: Horizon Petrol'ün kâr merkezi olarak çalışan 3 Bölümü vardır.

1- Üretim Bölümü: Oklahoma yakınlarından çıkarılan petrolü ham petrole çevirme işlemleri gerçekleştiriliyor.

2- Transport Bölümü: Ham petrolün Oklahoma'dan alınıp Texas'a transport edilmesini sağlayan petrol hattının işlemlerini yönetir.

3- Rafineri Bölümü: Texas'ta da ham petrol, benzine dönüştürülür.

#### Üretim Bölümü

Değişken maliyetler	\$2
Sabit maliyetler	6
bir varil ham petrol toplam maliyeti =	\$8
Dış pazara satış fiyatı \$18 (bir varil)	

#### Transport Bölümü

Değişken maliyetler	\$1
Sabit maliyetler	3
bir varil ham petrol toplam maliyeti =	\$4

#### Rafine Bölümü

Değişken maliyetler	\$8
Sabit maliyetler	6
bir varil ham petrol toplam maliyeti =	\$14

Bir varil hampetrolün dış pazardan satın alma fiyatı \$18  
Bir varil benzinin dış pazara satış fiyatı \$54

Yukarıda her bölümün sabit ve değişken maliyetleri verilmiştir. Üretim Bölümü ürettiği ham petrolü varili \$8 maliyet ile \$12' a dış pazarda satabilir. Transport Bölümü ise üretim bölümünden ham petrol satın alır ve Texas' a transport eder ve rafineri bölümüne satar. Rafineri Bölümü ise hampetrolün varilini \$18' a dışarıdan satın alabilmektedir ve ürettiği benzini \$54' a satmaktadır.

Bölmeler arası transferler ise aşağıdaki metodlar aracılığı ile gerçekleşmektedir:

A Metodu: 150% değişken maliyet, transfer edilen ürünün değişken maliyetleri ile bölümün kendi değişken maliyetlerinin toplamından oluşur.

B Metodu: 125% toplam maliyet, transfer edilen ürünün toplam maliyetleri ile bölümün kendi toplam maliyetlerinin toplamından oluşur.

C Metodu: Pazar fiyatı.

Her metotta da bir varil hampetrol transfer fiyatları aşağıdaki gibi hesaplanır.

#### A Metodu:

Üretim Bölümünden Transport Bölümüne =  $1.5 * (\$2) = \$3$

Transport Bölümünden Rafine Bölümüne =  $1.5 * (\$3 + \$1) = \$6$

#### B Metodu:

Üretim Bölümünden Transport Bölümüne =  $1.25 * (\$8) = \$10$

Transport Bölümünden Rafine Bölümüne =  $1.25 * (\$10 + \$4) = \$17.50$

#### C Metodu:

Üretim Bölümünden Transport Bölümüne = \$12

Transport Bölümünden Rafine Bölümüne = \$18

	Metodlar:	<u>A</u>	<u>B</u>	<u>C</u>
I. Üretim Bölümü				
Gelir:				
\$3, \$10, \$12 x100 varil hampetrol		\$300	\$1000	\$1200
Bölüm değişken maliyetleri:				
\$2 x 100 varil hampetrol		200	200	200
Bölüm sabit maliyetleri:				
\$6 x 100 varil hampetrol		600	600	600
Bölüm geliri:		<u>\$(500)</u>	<u>\$200</u>	<u>\$400</u>

## 2. Transport Bölümü

Gelir:

\$6, \$17.50, \$18 x100 varil hampetrol \$600 \$1750 \$1800

Transfer Maliyetleri:

\$3, \$10, \$12 x100 varil hampetrol \$300 \$1000 \$1200

Bölüm değişken maliyetleri:

\$1 x 100 varil hampetrol 100 100 100

Bölüm sabit maliyetleri:

\$3 x 100 varil hampetrol 300 300 300

Bölüm geliri: \$(100) \$ 350 \$ 200

## 3. Rafine Bölümü

Gelir:

\$54x50 varil benzin \$2700 \$2700 \$2700

Transfer Maliyetleri:

\$6, \$17.50, \$18 x100 varil hampetrol \$ 600 \$1750 \$1800

Bölüm değişken maliyetleri:

\$1 x 100 varil hampetrol 400 400 400

Bölüm sabit maliyetleri:

\$3 x 100 varil hampetrol 300 300 300

Bölüm geliri: \$1400 \$ 250 \$ 200

100 varil hampetrolün işlenip bölümler arası işlemlerden sonra farklı üç metotta dönem gelirleri aşağıda özetlenmiştir.

Üretim	\$(500)	\$200	\$400
Transport	(100)	350	200
Rafine	1400	250	200
Toplam Şirket	<u>\$800</u>	<u>\$800</u>	<u>\$800</u>

100 varil hampetrolün üretim, transport ve rafine işlemlerinden geçmesi Horizon Petrol' e her üç metotta da \$800'lık gelir sağlamaktadır. Bölüm bazında düşündüğümüzde ise durum tamamen farklılaşmaktadır.

## III.3. Anlaşmalı Transfer Fiyatı

Anlaşma üzerine belirlenen fiyat, pazarda belirsizlik olduğu zaman kullanılır. Satan ve satın alan bölüm arasında fiyat karşılaştırılır.[4] Anlaşmalı fiyat, alıcı ile satıcı arasında karşılıklı belli bir fiyat üzerinde anlaşmaya varılmasıdır[8]. Bu metod daha çok transfer edilen ürün için uygun bir pazar fiyatı olmadığında ve satan bölüm normal kârı kabul ettiğinde kullanılır[4]. Üçüncü kişilerle gerçekleşen alış-veriş faaliyetlerinde tam yetkili olan iki bölüm yöneticilerine karşılıklı pazarlıkla transfer fiyatını saptama olanağının verilmesi gerçekten büyük yararlar sağlayabilir. Aşağıda sıralanan koşullar gerçekleştiği oranda firma amaçları doğrultusunda yararlar sağlanacaktır.

1. Tüm transfer fiyatları satıcı ve alıcı rolündeki yöneticiler tarafından pazarlık edilerek belirlenir,

2. Pazarlığa oturan taraflar alternatif kaynaklar, pazarlar ve pazar fiyatları konusunda gerekli tüm verilere sahiptirler,

3. Gerek alıcı gerek satıcı rolündeki yöneticiler üçüncü kişilere alış-verişte serbesttirler.

Örnek[4]: X Şirketi masco adlı ürünün üretiminde uzmanlaşmış olan küçük bir şirketi satın almıştır. X şirketi merkezi olmayan bir organizasyona sahiptir ve yeni aldığı küçük şirketi bölüm B olarak adlandırarak kar sorumluluğu ile bağımsız bırakmıştır. Bölüm B' nin aylık sabit maliyeti \$30.000 ve birim başına değişken maliyeti \$18' dir. Aylık üretim adedi ise 5.000' dir. Parça satış fiyatı \$30' dir. X Şirketinin A Bölümü ise masco adlı ürünü \$ 29' dan ayda 2.500 adet rakip firmadan temin etmektedir. Üst yönetim transfer fiyatını belirlemeye çalışmaktadır.

Düşünülen alternatif fiyatlar şunlardır:

a- \$30 pazar fiyatı

b- \$29 bölüm A' nın rakip firmaya ödediği fiyat

c- \$23.50 kararlaştırılan fiyat, \$18 değişken maliyet ve iç transfer karının yarısı [  $(\$29-\$18) \cdot 1/2$  ]

d- \$24 tam maliyet, \$18 değişken maliyet artı \$6 ( $\$30.000 / 5000$  adet) olan parça başına sabit maliyet

e- \$18 değişken maliyet

### Alternatif fiyatların değerlendirilmesi:

a- \$30 uygun bir fiyat olmaz, çünkü bölüm B, bölüm A' nın şu anda satın aldığı fiyattan daha fazlasını isteyemez.

b- Üst yönetim, bölümleri bağımsız yatırım merkezleri olarak gördüğü takdirde \$29 uygun bir fiyat olur. Bu durumda da iç transferden kaynaklanan tüm faydalardan satan bölüm kazanacak, satın alan bölüm için durum değişmeyecektir.

c- Üst yönetim, bölümleri bağımsız yatırım merkezleri olarak gördüğü takdirde ve iç transferden kaynaklanan faydaları iki bölüm arasında eşit olarak dağıtmak istediğinde \$23.50 uygun bir fiyat olur. \$23.50 anlaşma üzerine belirlenen fiyat için sadece bir örnektir, kesin fiyat faydaları nasıl böleceklerine bağlıdır.

d- Üst yönetim bu bölümleri kar sorumluluğu olmayan maliyet merkezleri gibi görürse \$24 uygun bir fiyat olur.

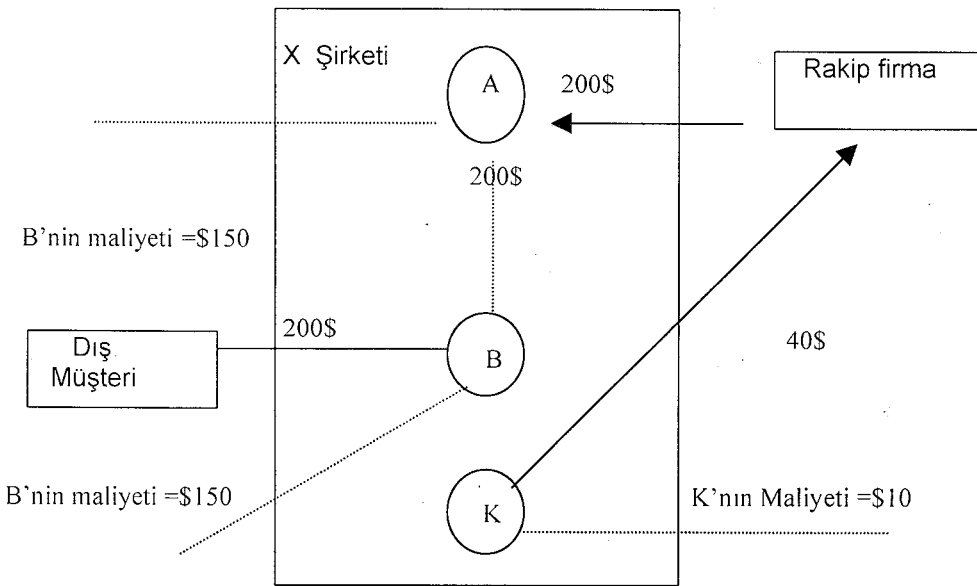
e- İki bölüm arasında transfer yapma konusunda karar verme aşamasına gelindiğinde \$18 yol gösterecek uygun bir fiyat olacaktır. \$18 rakip firmaların verdiği fiyattan daha az olduğu için ve satan bölümün kapasite fazlasının olduğu durumlarda transfer fiyatı olarak kabul edilebilir, çünkü bu şirketin bir bütün olarak karını maksimize edecektir. Ama maalesef bu durumda da transfer fiyatının tüm avantajlarından satın alan bölüm faydalanacak, satan bölümün performansı da zarar görecektir.

Hedef benzeşmesi, performans değerlendirmesi, özerklik gibi bu üç problemi bir arada düşündüğümüzde transfer fiyatlama sorununa tam bir çözüm bulmak o kadar da kolay değildir[4]. Genelde transfer fiyatlama problemine en iyi yaklaşım rekabetin olduğu pazar fiyatı olarak karar verilir. Bu durumda da aşağıdaki formül işimize yarar[4]:

Transfer fiyatı = parça başına değişken maliyet + parça başına fırsat maliyeti

Fırsat maliyetleri, mal ve hizmetlerin iç transferle değiş tokuş edildiğinde şirketin kaçırılan gelirleri olarak tanımlanır. Bu formülün arkasındaki neden ise, satan bölümün hem değişken maliyetleri hem de fırsat maliyetlerini transferde tahsil edebilmesidir yani şirket içindeki alışverişten zarar görmesini engellemektir.

Örnek[4]: X Şirketinin A, B ve K ' ı da içeren 50' den fazla bölümü vardır. Bölüm A ürettiği bir mamulün parçalarından birini bölüm B' den ya da \$200' a rakip firmadan satın alabilir. Eğer A rakip firmadan satın alırsa, bölüm K bu firmaya \$40' a hammadde satmaktadır. Değişken maliyetler \$10 tuttuğundan, şirketin karını parça başına \$10 arttırır. Aynı zamanda bölüm B' de ürünü bölüm A' a ya da rakip firmaya aynı fiyata satabilmektedir. Tam kapasite çalışan bölüm B' nin değişken maliyetleri \$150' dir. Transfer fiyatının \$150 olarak belirlenmesi şirketin tamamı için optimal bir karar mıdır?



—— Ürün akışını gösterir  
 —— Maliyetleri gösterir

	Bölüm B	Rakip firma
Şirketin çıkışları	\$150	\$200
Nakit girişler		B: \$50 (\$200-\$150)
		K: \$30 (\$40-\$10)
Net Çıkış	<b>\$150</b>	<b>\$120</b>

X Şirketinin karını maksimize etmek için bölüm A rakip firmadan satın almalıdır. A' ı dışardan satın almaya iten transfer fiyatı değişken ve fırsat maliyetlerinin toplamından oluşur, o da parça başına

$$\$150 + \$50 + \$30 = \$230 \text{ dir.}$$

Başka bir deyişle eğer bölüm B bölüm A' a \$230'lık masraf yüklüyorsa, bölüm A' da \$200' a rakip firmadan satın alır.

#### III.4. Çifte Transfer Fiyatı

Çifte transfer fiyatlaması, her iki tarafa da optimum yararı sağlayan transfer fiyatı kullanılmasına izin vermektedir[8]. Çifte transfer fiyatları, kar yaratılması sorununa bir çözüm yolu olarak öne sürülmektedir. Zira bu yöntemle bir taraftan ithalatçı bölüme mal ve hizmet transferleri değişken maliyetleme yöntemine göre yapılırken, diğer taraftan ihracatçı bölüm karın saptanması nedeniyle olumlu yönde motive ediliyor. Eğer transfer fiyatı değişken maliyetten yüksek olursa, firma içi saptanan fiyat pazar fiyatından yüksek olabileceği için, ithalatçının malı malı dışarıdan alma (yani firma dışı) olasılığı her zaman ihracatçı açısından bir risk olacaktır. Eğer, halen ihracatçıda bir aşırı kapasite varsa değişken maliyet pazar fiyatından düşük olduğu sürece ithalatçının alışlarını ihracatçı durumundaki yan ya da ana kuruluştan yapması gerekmektedir.

Değişken birim maliyetin tek başına transfer fiyatı olarak kullanılması, satıcı bölümün yöneticisini satış için motive edemeyebilir. Zira böyle bir fiyat bölümün karlarını yükseltmiyor olabilir. İşte bir taraftan mal ve hizmetler alıcı bölüme değişken birim maliyetle devredilirken, diğer taraftan ise birim değişken maliyet artı kar payı veya birim tam maliyet artı kar payı biçiminde satıcı bölüm satışa motive edilmiş olur. Dolayısıyla, bu satış, karı yükselteceği için, satıcı satışa motive edilmiş olacaktır. Alıcı da, firmanın değişken birim maliyetlerinden de aşağıda olmadığı sürece dışarıdan satın alma yoluna gitmeyecektir. Eğer pazar fiyatları değişken maliyetin de altına inmişse, alıcının dışarıdan satın alması gerekebilir. Gerek satıcının gerek alıcının bir bütün olarak firma yararına karar almalarını sağlamak çifte fiyatlamının ana amacıdır.

Bununla beraber, bu sistem önemli yahut önemsiz denebilecek sorunlar ortaya çıkarabilir. Böyle bir çifte sistem kullanılırsa, bölümlerin karlarını birbirine ekleyerek firma karına ulaşma olanağı ortadan kalkar. Yani bu fiyatlamayla, hem alıcı hem satıcı aynı karın bir

parçasını ayrı ayrı kendi hesaplarında gösterme durumunda kalacaktır (aynı kar rakamı iki kez hesaplara geçmiş olacaktır). Bu nedenle firmanın toplam karı saptanmadan önce kar rakamlarında bazı ayıklamalar yapmak gerekecektir.

#### IV. TRANSFER FİYATLAMASINI ORTAYA ÇIKARTAN NEDENLER

Çok uluslu işletmelerle bunlara bağlı yavru şirketlerin anlaşmalı fiyatlardan ithalat ve ihracat yapmalarının çeşitli nedenleri olabilir[1]:

1. Herşeyden önce vergi sisteminin ve yükünün ülkeler arasında farklılık göstermesi önemli bir neden olarak ileri sürülmektedir. Çok uluslu işletmeler vergi oranlarının yüksek olduğu ülkelerde kârlarını düşük gösterip, yıl içindeki kazançlarını çeşitli yollardan vergi oranlarının düşük olduğu ülkeye transfer etmeye çalışacaklardır. Buna örnek olarak, petrol çıkarma faaliyetinde bulunan şirketler gösterilebilir. Genellikle çıkarma işinin gerçekleştirildiği ülkede gelir ve kurumlar vergisi petrolün işlendiği ve dağıtıldığı gelişmiş ülkelere nazaran daha düşük olduğundan, ihrac fiyatı yüksek tutularak kârın önemli kısmı vergilerin düşük olduğu az gelişmiş ekonomide ilan edilmektedir. Açıkta ki, bu durum daha çok şirketin bağlı olduğu gelişmiş ülke için olumsuz etki yaratacaktır. Ancak birbirleriyle dış ticaret ilişkisi içinde bulunan iki az gelişmiş ülkedeki aynı çok uluslu işletmelere bağlı yavru şirketler, vergi nedeniyle kârlarını bir ülkeden diğerine transfer ettiklerinde, kârların düşük gösterildiği ülke hükümeti, daha az vergi geliri elde edeceğinden zarara uğramış olacaktır.

2. Yatırım yapılan az gelişmiş ülkede yabancı ortağın kar transferlerine sınırlamalar getirilmesi, çok uluslu işletmeleri yavru şirket ile anlaşmalı fiyatlardan dış ticarete yöneltebilir. Burada uygulanan yöntem yavru firmaya satılan kapital malları ve girdilerin fiyatlarını dünya fiyatları üzerinden değerlendirerek, kârların dolaylı yollardan transferini sağlamaktır.

İhracatın aşırı fiyatlandırılması çok uluslu işletmelerin yalnız az gelişmişlere karşı değil, yatırım yaptıkları diğer gelişmiş ülkelere bile uyguladıkları bir politikadır. Ancak aradaki fark gelişmiş ülkelerin bu gibi uygulamaları zaman zaman denetleyecek ekonomik ve siyasal güce sahip olmaları, az gelişmişlerin ise bundan yoksun olmalarıdır.

3. Yavru şirkete yapılan ihracatın yüksek fiyatlandırılmasının diğer bir nedeni, sermayenin tümünün ana şirket tarafından kontrol edilmemesi, başka bir deyişle şirkette yerli ortakların da bulunmasıdır. Ana şirketin amacı, yurt dışına dolaylı yollardan transfer ettiği gelirleri artırarak, yerli ortakların kâr paylarını azaltmaktır. Bunun yanında, yerli ortaklarla anlaşma yapıp bu yolla transfer edilen gelirlerin yurt dışına yerli ortaklar adına bloke edilmesi de mümkündür.

4. Az gelişmiş ekonomide devalüasyon yapılması olasılığı, çok uluslu işletmeleri normal kârlarından daha fazlasını yurt dışına transfer etmeye yöneltebilir. Devalüasyon ile yerli paranın yabancı para karşısında değeri düşeceğinden, yavru firma, devalüasyon sonrası aynı miktar karı yurt dışına transfer edebilmek için, daha fazla yerli parayı Merkez Bankası'na yatırmak durumunda kalacaktır. Devalüasyon olasılığını sezen veya hükümet çevrelerine yakınlıkları nedeniyle bu konuda gerekli bilgiyi elde eden çok uluslu işletmeler yavru şirketten ana şirkete yapılan transferleri hızlandıracaktır.

5. Çok uluslu işletmeleri, az gelişmiş ülkelerde gerçek kârlarını gizleyip, daha çok dolaylı yollardan kâr transferine yönelen diğer bir neden siyasaldır. Bir çok gelişmiş ülkede halen yabancı sermayeye karşı tam güvenirlilik duyulmaması ve yabancı sermayenin yeni sömürgecilik hareketi olarak gösterilmesi, yüksek ilan edilen kârların bu duyarlılığı daha da arttırması olasılığı, yabancı şirketi normal kârlarını düşük göstermeye, fakat anlaşmalı yollardan yapılan ticaret veya lisans satışlarıyla kârlarını dolaylı yollardan maksimize etmeye yönelmektedir.

6. Yabancı şirket karlarının yüksekliği, hükümetleri, mevcut ekonomi ve maliyet politikalarını, yabancı şirketlerin bu kârlarını olumsuz yönde etkileyecek şekilde değiştirmeye yöneltebilir. Örneğin, yüksek kârlar karşısında hükümet, bu şirketlerin artık koruma tedbirlerine ihtiyaçları kalmadığı gerekçesiyle, gümrük vergilerini indirip miktar kısıtlamalarını kaldırabilir. Açık ki bu durum o güne dek yüksek koruma duvarları arkasında üretim yapmaya alışmış ve tekeli bir güç kazanmış yabancı şirketin çıkarlarına uygun düşmeyecektir.

7. Belli sektörlerde fiyat kontrolünün uygulandığı ekonomilerde bu sektörlerde faaliyet gösteren yabancı şirketler yüksek fiyatlar yoluyla aşırı kârlar elde edemeyeceklerinden, dolaylı yoldan kârlarını maksimize etmeye çalışacaklardır. Örneğin, özellikle fiyat kontrolünün uygulandığı ilaç sektöründe çok uluslu ilaç şirketleri, kârlarını yüksek satış fiyatlarıyla değil, fakat yavru şirkete sattıkları hammaddelerin fiyatlarını dünya fiyatları üzerinde tutarak arttırmaktadırlar.

8. Kârların dolaylı yollarla transfer edilmesinin diğer bir nedeni yabancı şirket açısından stratejik bir

uygulama olarak değerlendirilebilir. Kârların yüksek ilan edilmesi diğer rakip yabancı şirketleri de o ülkede yatırım yapmaya yöneltebileceğinden, muhtemel rekabetten kaçınmak için, yüksek kârlar düşük ilan edilmekte, aradaki fark ise farklı yollardan (satılan hammaddelerin, lisans ücretlerinin fiyatlarının yüksek gösterilmesi gibi) ana şirkete transfer edilmektedir.

## V. TRANSFER FİYATLARININ AZ GELİŞMİŞ EKONOMİLERİN ÜZERİNDEKİ OLUMSUZ ETKİLERİ

Çok uluslu işletmelerin az gelişmiş ülkedeki yavru şirketle, anlaşmalı fiyatlardan giriştikleri ticaretin az gelişmiş ekonomilerin ödemeler dengesi üzerindeki olumsuz etkisi açıktır. Yavru şirketin ana şirketten yaptığı ithalat miktarı arttıkça, bu olumsuz etki de büyüyecektir. Bunun da ötesinde, anlaşmalı fiyatlardan yapılan ithalat ve ihracat gerçekten ticaret konusu olan mallarla bunların kaydedilen değerleri arasında sapma meydana getireceğinden, az gelişmiş ülkenin gerçek ithal ve ihracat kapasitesini saptamak da güçleşecektir.

Transfer fiyatlamasını önlemek için az gelişmiş ülkelerin çok uluslu işletmelerin faaliyetini denetleyecek kapasite ve güçte idari ve teknik organizasyona sahip olmaları gerekir. Bunun yanında, gümrük vergilerinin yükseltilecek yavru şirketlerin yüksek fiyattan yaptıkları ithalatın önlenebileceği ileri sürülmüştür. Artık bu yüzeysel bir çözüm olarak görülmemektedir. Çünkü gümrük vergilerinin artırılmasıyla iç maliyetler de yükselecek ve transfer fiyatlamasını önlenmek istenirken tüketici gruplarının çıkarlarına ters düşecek bir sonuç yaratılmış olacaktır.

Bu açıklamalardan sonra şu sonuca gelinmektedir ki, bir üçüncü kişi için bir ortaklık içinde transfer fiyatının uygunluğunu kontrol etmek olanaksızdır.

## VI. SONUÇ

Transfer fiyatlaması, uluslararası iş hacminin genişlemesiyle önem kazanmıştır ve uluslararası şirketlerin, karlarını maksimize etmek amacıyla kullandıkları bir araç olmuştur. Bu aracı kullanarak çok uluslu işletmeler vergi yüklerini azaltmaya çalışmakta ve işletme kârını vergi oranları düşük olan ülkelere kaydırma yoluna gitmektedirler. Hesaplanan transfer fiyatının çok karmaşık olmaması oldukça önemlidir, zira transfer fiyatını hesaplamak hem çok fazla zaman alır, hem de üretim yapan bölümlerin gerçek performanslarının değerlendirilmesini zorlaştırır.

### KAYNAKÇA

- [1]-ALPAR. Cem: Çokuluslu İşletmeler ve Ekonomik Kalkınma. Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını No:106. Ankara. 1977. s. 87.
- [2]-HORNGREN. C.: Foster. G.: Cost Accounting. s.833
- [3]-VERLAGE. H.C.: Transfer Pricing for multinational enterprises. s.193
- [4]-SHIM. J: Siegel. J.: Theory and Problems of Managerial Accounting. s.165
- [5]-SCHNEIDER.V.:Die Gewinnverwendung der Tochtergesellschaften von multinationalen Unternehmen.Frankfurt/Main.1980. s.68.
- [6]-MORKE.CAĞI L.: Yönetim Muhasebesi, (çev: Prof.Dr. Alparslan PEKER) . İstanbul Üniversitesi Yayını No: 3486. 1988. s. 641.
- [7]-RAYBURN.L. Gayle: Cost Accounting: Using a Cost Managment Approach. Times Mirror Higher Education Group. 1996. s. 618.