Meşru avantaj mı, incelemede çöken kurgu mu? (1)

Bora YARGIÇ

1. GİRİŞ

Küresel rekabet ortamında şirketlerin sürdürülebilir büyüme sağlayabilmeleri, yalnızca mevcut faaliyetlerini sürdürmeleriyle değil; aynı zamanda organizasyonel ve finansal yapılarını belirli dönemlerde yeniden tasarlayabilmeleriyle mümkün olmaktadır. Bu kapsamda şirket bölünmeleri, işletmelerin stratejik yeniden yapılanma araçları arasında giderek daha belirleyici bir yer tutmaktadır.

Şirketler; faaliyet alanlarını ayrıştırmak, riskleri kompartımanlara ayırmak, yatırımcı değerini görünür kılmak, kurumsallaşma sürecini hızlandırmak veya belirli iş kollarını bağımsız yatırım ve finansman kabiliyeti kazanacak şekilde özerkleştirmek amacıyla bölünme yoluna başvurabilmektedir. Ancak bölünme yalnızca ticari bir tercih değildir; hukuki, vergisel ve finansal sonuçları iç içe geçmiş, çok boyutlu bir yeniden yapılanma sürecidir.

İşte bu noktada makalenin başlığındaki soru anlam kazanır: Bölünme, mevzuatın açıkça tanıdığı bir vergisel tarafsızlık imkânı mıdır, yoksa vergiyi ötelemek ya da tamamen bertaraf etmek için kurgulanan bir finansal mühendislik aracı mıdır? Cevap, işlemin gerçek ekonomik amacında ve mevzuatın öngördüğü şekil şartlarına gösterilen sadakatte gizlidir. Aynı işlem, doğru kurgulandığında meşru bir vergi avantajı; özensiz ya da suni kurgulandığında ise vergi incelemesinde çökebilecek bir risktir.

2. ŞİRKET BÖLÜNMESİNİN TANIMI VE KAPSAMI

Şirket bölünmesi, en yalın ifadeyle bir şirketin malvarlığının tamamının veya bir kısmının, mevcut ya da yeni kurulacak bir veya birden fazla şirkete devredilmesi suretiyle gerçekleştirilen yapısal bir yeniden yapılanma işlemidir. Devir karşılığında, kural olarak devralan şirketin ortaklık payları (iştirak hisseleri) alınır; işlemin özü bir satış değil, bir sermaye yerleştirme (ayni sermaye) hareketidir.

Türk mevzuatı kapsamında bölünmenin sınırlarını en baştan çizmek gerekir:

Bölünmeye yalnızca sermaye şirketleri ve kooperatifler konu olabilir.

Şahıs şirketlerinin (kolektif, komandit) bu anlamda bölünmesi mümkün değildir.

Şirket bölünmeleri iki ana başlık altında incelenir: tam bölünme ve kısmi bölünme. Bu iki tür yalnızca teknik bir ayrım değildir; birinde tüzel kişilik sona ererken diğerinde faaliyet aynen sürer. Vergisel ve finansal sonuçlar da bu temel farktan doğar.

3. TAM BÖLÜNME

KVK m.19/3-a uyarınca tam bölünme; bir sermaye şirketinin tasfiyesiz olarak infisah ederek (dağılarak) tüm malvarlığını, alacak ve borçlarını mevcut veya yeni kurulacak iki ya da daha fazla şirkete devretmesi ve karşılığında ortaklarına devralan şirketlerin hisselerinin verilmesidir.

Şirket tasfiyesiz olarak sona erer; klasik tasfiyenin uzun ve maliyetli sürecine girilmez.

Tüm aktif ve pasifler (alacaklar ve borçlar dâhil) devralan şirketlere geçer.

Ortaklık yapısı korunur: ortaklar, artık devralan şirketlerin hissedarı olur.

Denkleştirme amacıyla, verilen hisselerin itibari değerinin %10'una kadar nakit ödeme yapılabilir.

4. KISMİ BÖLÜNME

KVK m.19/3-b uyarınca kısmi bölünme; tam mükellef bir sermaye şirketinin bilançosunda yer alan belirli varlıklarının bir kısmının, kayıtlı değerleri üzerinden ayni sermaye olarak mevcut veya yeni kurulacak tam mükellef bir sermaye şirketine devredilmesidir. Şirket bu işlemle ortadan kalkmaz; yalnızca belirli bir varlık kümesini başka bir yapıya taşır.

Şirket faaliyetlerine kesintisiz devam eder; tüzel kişilik korunur.

Devredilen varlıklar, kanunda sayılan sınırlı kalemlerle çerçevelenmiştir.

Devir, yalnızca devralan şirketin kendi ortaklık payları karşılığında yapılabilir; başka bir varlık ya da nakit karşılığı devir, işlemi satışa dönüştürür.

Üretim veya hizmet işletmesi devrinde işletme bütünlüğü mutlaka korunmalıdır.

5. KAPSAMA GİREN UNSURLAR – 2024 SONRASI GÜNCEL DURUM

Bu bölüm, makalenin en çok dikkat gerektiren ve en sık hatalı bilinen kısmıdır. Kısmi bölünmeye bugün konu olabilecek varlıklar yalnızca ikidir:

En az iki tam yıl süreyle elde tutulan iştirak hisseleri (ortaklık payları),

Üretim veya hizmet işletmeleri (işletme bütünlüğü korunacak şekilde, faaliyetin devamı için gerekli tüm aktif ve pasif kalemleriyle birlikte).

Dikkat: Taşınmazlar 1 Ocak 2024 tarihinden itibaren kısmi bölünmenin kapsamından çıkarılmıştır. 15 Temmuz 2023

tarihli Resmî Gazete'de yayımlanan 7456 sayılı Kanun'un 20. maddesiyle, KVK m.19/3-b metnindeki 'taşınmaz' ibareleri kaldırılmıştır. Bu tarihten önce yürürlükte olan ve bu makalenin ilk sürümünde de yer alan 'aktifteki bir bina veya arsanın kısmi bölünmeyle vergisiz devri' örneği, artık geçerli hukuku yansıtmamaktadır.

5.1. 7456 Sayılı Kanun ve Taşınmazların Kapsam Dışına Çıkarılması

Değişikliğin pratik sonuçları, salt kurumlar vergisiyle sınırlı değildir. KDV, damga vergisi ve tapu harcı istisnaları, işlemin KVK m.19–20 kapsamına girmesine bağlı olduğundan; tek başına bir taşınmazın 1 Ocak 2024'ten sonra kısmi bölünmeye konu edilmesi hâlinde bu istisnaların tamamı birden ortadan kalkar. Yani zincirin bir halkasının kopması, işlemin tüm vergisel avantajını çökertir.

Buna karşılık taşınmazlar için vergisiz devir kanalları tümüyle kapanmış değildir. İki yol açık kalmaktadır: (i) taşınmazın, bir üretim veya hizmet işletmesinin bütünlüğünün parçası olarak — yani o işletmenin faaliyetini sürdürmesi için gerekli aktif kalemler arasında — devredilmesi; (ii) taşınmazın bir tam bölünme projesi çerçevesinde devredilmesi. Her iki halde de vergisel tarafsızlık korunabilir; ancak burada belirleyici olan, taşınmazın 'tek başına' değil, gerçek bir işletme bütünlüğü içinde hareket etmesidir.

Özetle: 2024 öncesinde taşınmaz, kısmi bölünmenin en pratik ve en çok kullanılan konusuydu. 2024 sonrasında ise standalone taşınmaz devri kısmi bölünme çatısı altında vergisiz yapılamamakta; taşınmaz ancak bir işletme bütünlüğünün ya da tam bölünmenin parçası olarak vergisiz hareket edebilmektedir.

(Devamı yarın)

Tüketicileri aldatıcı reklamlara karşı daha etkin koruyacak düzenleme 1 AĞUSTOS'TA YÜRÜRLÜĞE GİRECEK

Ticaret Bakanlığı, tüketicilerin hedefli reklamcılıktan yapay zekayla oluşturulan tanıtımlara kadar aldatıcı uygulamalara karşı daha etkin korunmasını sağlayacak yeni yönetmeliğin 1 Ağustos'ta yürürlüğe gireceğini bildirdi.

Bakanlıktan yapılan açıklamada, dijitalleşmeyle birlikte daha fazla reklam ve ilana maruz kalan tüketicilerin, aldatıcı reklamlara karşı daha etkin korunması için Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nde değişiklik yapıldığı anımsatıldı.

Yeni yönetmeliğin 1 Ağustos'ta yürürlüğe gireceğine işaret edilen açıklamada, böylece, hedefli reklamcılıktan yapay zekayla oluşturulan reklamlara, sosyal medya etkileyicileri aracılığıyla yapılan tanıtımlardan indirimli satış reklamlarına kadar birçok alanda tüketicilerin korunmasına yönelik yeni kuralların uygulamaya alınacağı bildirildi.

Açıklamada, "Tüketicilerin çevrim içi davranışları ve kişisel verilerinin analiz edilerek belirli kişi veya gruplara özel reklam içeriklerinin sunulduğu hedefli reklamcılık uygulamalarına ilişkin düzenlemeler yapılmıştır. Buna göre reklam verenler, hangi kriterler kullanılarak tüketiciye gösterildiğine ve bu kriterlerin nasıl değiştirilebileceğine ilişkin doğrudan ve kolay ulaşılabilir bilgileri sunmaları şartıyla bu tür reklam uygulamalarını gerçekleştirebilecek." ifadeleri kullanıldı.

Çocuklara yönelik kişisel verilere dayalı profilleme yöntemleri kullanılarak hedefli reklam yapılmasının yasaklandığına dikkat çekilen açıklamada, şöyle denildi:

"Kamuoyunda influencer olarak bilinen sosyal medya etkileyicileri tarafından gerçekleştirilen paylaşımlarda, herhangi bir kazanç, indirimli ürün veya hizmet ya da bir etkinliğe katılım yoluyla menfaat elde edilmesi durumunda, söz konusu paylaşımlarda açıkça reklam niteliğinin anlaşılmasını sağlayacak şekilde 'reklam' veya 'tanıtım' ibarelerinin kullanılması zorunlu hale getirilmiştir. Tüketicilere indirim ya da başka bir fayda sağlanmasını bir şarta bağlayan şartlı satış reklamları da indirimli satış reklamlarına ilişkin kurallara tabi olacak. İndirimli satış reklamlarında, indirimin başlangıç tarihinden önceki son 10 gün içinde uygulanan en düşük fiyat, üzeri çizilerek indirimden önceki fiyat olarak sunulabilecek. Meyve ve sebze gibi çabuk bozulabilen mallar ile hizmetlere ilişkin reklamlarda ise indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınacak. Falcı, medyum, astrolog ve benzerleri tarafından verilen hizmet reklamları ile yasa dışı bahis ve kumar oyunlarına yönelik reklam yasağı genişletilerek, yasa dışı şans oyunları da yasak kapsamına alındı."

Açıklamada, tüketici şikayetlerinin yayımlanmasından önce satıcı veya sağlayıcılara açıklama yapma veya cevap verme hakkını kullanabilmesi için tanınan 72 saatlik sürenin 48 saate düşürüldüğü belirtilerek, bu süre içinde cevap verilmediği takdirde değerlendirmelerin doğrudan yayımlanacağı bildirildi.

ÇEVRESEL BEYANLARDA İSPAT ZORUNLULUĞU

Reklamlarda yapay zeka teknolojileri kullanılarak insandan ayırt edilemeyecek dijital karakterlere yer verilmesi halinde, bu durumun açık, anlaşılır ve ayırt edilebilir şekilde belirtilmesinin zorunlu tutulduğu aktarılan açıklamada, "Gerçek bir kişinin yapay zeka teknolojileri kullanılarak oluşturulmuş dijital kopyasının, bir mal veya hizmeti bizzat deneyimlediği izlenimi verdiği ya da tavsiyede bulunduğu reklamların yapılması yasaklanmıştır." değerlendirmesinde bulunuldu.

Açıklamada, çevresel beyan içeren reklamlarda "çevre dostu" gibi genel içerikli kavram ve ibarelerin açıklama yapılmadan kullanılmasının yasaklandığı bildirilerek, "Çevresel beyanların, mal veya hizmetlerin yaşam döngüsünün hangi aşamasına ilişkin olduğunun belirtilmesi zorunlu hale getirilmiştir. Ayrıca çevresel beyan içeren reklamlarda belirtilen sertifika ve onayların yetkili kurum ve kuruluşlardan, üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite ya da bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınan belgeler ile ispatlanması zorunlu tutulmuştur." ifadeleri kullanıldı.

Takviye edici gıdaların, normal beslenme kapsamında tüketilen gıdaların yerine geçtiği izlenimi uyandıracak şekilde reklamının yapılmasının yasaklandığı belirtilen açıklamada, şunlar kaydedildi:

"Bu ürünlerin, sağlık beyanı kapsamına giren hususlar hariç olmak üzere karşılaştırmalı reklamı yapılabilecektir. Ticari reklam ve ilanlarda, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliğinin istismar edilmesinin önlenmesi amacıyla akademik ünvanların yanıltıcı ve aldatıcı şekilde kullanılamayacağına ilişkin hüküm yönetmeliğe eklenmiştir. Satın alım sürecine ilişkin doğrulama yapılmasının mümkün olmadığı mecralardan alınan tüketici değerlendirmeleri yayınlanamayacaktır. Ayrıca değerlendirmelerin mal, hizmet, teslimat, satıcı veya sağlayıcı gibi farklı başlıklar altında ayrı ayrı yayınlanması durumunda, bu değerlendirmelerin tümüne aynı alanda açık, anlaşılır, ayırt edilebilir ve kolaylıkla erişilebilir şekilde yer verilmesi zorunlu hale getirilmiştir. Bu yeni düzenlemelerle, tüketici haklarının korunması, piyasa şeffaflığının artırılması ve aldatıcı ticari uygulamalarla mücadelesini aynı kararlılıkla sürdürülecektir."

HorecaDepot'tan küresel pazar hamlesi

Küresel boyutta 70 milyar doları aşan ticari mobilya pazarında, proje bazlı büyümesini sürdüren Belçika merkezli HorecaDepot, Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın "Victory of Democracy" organizasyonunun sahne mobilyaları tedarikçisi oldu.

Dünyada otel, restoran, kafe ve kurumsal konsept alanlarına yönelik projelerin ivme kazanmasıyla birlikte, ticari mobilya segmentinde özel tasarım ve proje bazlı tedarik ihtiyacı öne çıkıyor. Avrupa pazarında HoReCa ve kurumsal projelere sunduğu mimari çözümlerle öne çıkan HorecaDepot, uluslararası referans portföyüne kamu kanadından prestijli bir organizasyonu daha dahil etti. Şirket, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ev sahipliğindeki etkinlik için konsept odaklı sahne koltukları ve sehpaların tedariğini üstlendi. Sektör analizlerine göre; konaklama, yeme-içme ve kurumsal etkinlik alanlarındaki dönüşümle birlikte küresel ticari mobilya pazarının yıllık ortalama %3-5 bandında büyümesi bekleniyor. B2B ve proje bazlı mobilya tedariği ise sektörel büyümenin ana itici güçlerinden biri konumunda yer alıyor. Uluslararası ölçekteki bu dinamikleri değerlendiren HorecaDepot Yönetim Kurulu Başkanı Abdurrahman Tanrıkulu, konuya ilişkin şu ifadeleri kullandı: "Uluslararası standartlarda kaliteli ve profesyonel mobilya çözümleri sunmaya devam ediyoruz. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından düzenlenen bu anlamlı organizasyonda tercih edilmek, şirketimiz adına önemli bir gurur ve sorumluluktur." Tanrıkulu, organizasyona öncülük eden Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a, İletişim Başkanlığı'na ve emeği geçen tüm kurum ve kişilere teşekkürlerini sundu. Merkezi Belçika'da bulunan HorecaDepot; Avrupa pazarının yanı sıra farklı coğrafyalardaki otel, restoran, kafe, kamu kurumları, spor kulüpleri ve kurumsal yapılara profesyonel mobilya tedariği sağlıyor. Kalite, güven ve sürdürülebilir hizmet prensibiyle hareket eden şirket, proje odaklı çözümleriyle uluslararası pazardaki payını artırmayı hedefliyor.