

## ALIŞVERİŞ VE SADAKAT KARTLARINDA DAMGA VERGİSİ

Metin EREN\*

### ÖZ

Müşteri sadakati kavramı, mevcut müşteriler ile kişisel iletişim kurulmasını, müşteri sadakati programları ile müşteri sadakati yaratarak uzun dönemde kârlılığın yakalanması için yürütülen her türlü çabayı içermektedir. Bu kavram, ilerleyen teknolojik ve ekonomik gelişmelere bağlı olarak son yıllarda pazarlama literatüründe yer almıştır. Çünkü işletmeler açısından pazarlamada müşteri sadakatının önemi sürekli artış göstermektedir. Şirketler müşterilerinin kendilerini tercih etmeleri, tekrar gelmeleri, daha çok satın almaları kısaca kendilerine sadık kalmalarını sağlamak için çeşitli programlar üzerinde çalışmaktadırlar. İşte bu çalışmanın sonucu olarak alışveriş ve sadakat kartlar uygulaması ortaya çıkmıştır. Bugün özellikle zincir mağazacılığının hemen hemen tümünde yaygın olarak uygulanan bu sadakat kart uygulaması, yerel zincirler ve büyük ölçekli bağımsız firmalar tarafından da uygulandıkları görülmektedir.

Bizde bu çalışmamız da, piyasada hızla gelişen müşteri sadakat kart sisteminin firmalar tarafından müşterilerine kredili satış imkanı tanıyacak ve form şeklinde düzenlenecek bu sözleşmelerin Damga Vergisine tabi olup olmayacağına değinilmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Müşteri, Alışveriş, Sadakat Kart, Sadakat Program, Sadakat Sistem, Damga Vergisi.

### 1- GİRİŞ

Günümüzde, bir çok işletme sektördeki rakiplerinin bir adım önünde olabilmek için farklı yenilikler üzerinde çalışmaktadır. İşletmeler tarafından müşterilerine yönelik yapılan bu yeniliklerde amaç müşterilerinin memnuniyetini üst seviyeye çıkartarak, işletmelerine olan bağlılıklarını arttırmaya çalışmaktır. Bu yeniliklerden biri de hiç kuşkusuz işletmelerin müşterilerine kendilerini özel olduklarını hissettirmek üzere çıkarmış oldukları ve üyelik esasına dayalı olan müşteri kartları uygulamasıdır. Bu tür kartlar, alışveriş ve sadakat kartları olarak nitelendirilmektedir. Müşteri sadakat kartı sistemi, işletme müşterilerinin o işletmeyi tercih etmelerini ve tekrar

\* E. Vergi Müfettişi

ihtiyaçlarını aynı işletmeden karşılamalarını sağlamak üzere kurulmuş bir uygulama türüdür. (**Alışveriş ve Sadakat Kartları, Çevrimiçi: <http://www.kupam.com/sadakatkartı.htm> Erişim Tarihi: 25.11.2019**) Bu uygulama sayesinde, firmalar müşterilerine özel olduklarını hissettirmenin yanı sıra cüzdandan veya çantalarında taşıdıkları bu kartla alışverişte kendilerine bir takım öncelikler tanımak suretiyle sadık bir müşteri kitlesi sağlamaktadırlar.

Firmalar, bu kartlar sayesinde üyelik kartına sahip olan müşterilerinden talep ettikleri kişisel bilgilerden müşterilerini daha yakından tanımaktadırlar. Ayrıca, müşterilerinin işletmelerinden ne sıklıkla alışveriş yaptıklarını, yaptıkları alışveriş tutarlarını, hangi tür ürünleri tercih ettiklerini, indirimlere duyarlılıklarını vb. konularda müşterileri hakkında bilgi sahibi olmaktadır. Bu bilgiler sayesinde, işletmeler yapmış oldukları güncel kampanyalar hakkında müşterilerini SMS ve/veya E-mail yoluyla haberdar etmekte, kendilerine özel indirimler sağlamakta, harcama tutarına göre puan kazandırmakta ve alışverişlerde öncelik hakkı tanınmış olmaktadır. Aynı zamanda müşterilerinin özel günleri (doğum günü, evlilik yıldönümü vs.) kaydederek, bu özel günlerinde müşterilerine SMS ve/veya E-mail yolu ile tebrik mesajları gönderilmek suretiyle kendilerinin özel olduklarını hissettirilmektedir. İşte bu uygulama, günümüzde sadece büyük ölçekli kurumsal firmalar ile sınırlı kalmayıp, küçük ve orta ölçekli işletmeler tarafından tercih edilen bir uygulama haline gelmiştir.

Bizde bu çalışmamızda, ülkemizde de çok yaygın olarak kullanılan ve işletmeler tarafından temelde kendilerine sadık bir müşteri kitlesi oluşturmak için üyelik esasına dayalı, bedelsiz ya da bir bedel karşılığında, internet ortamında veya elle matbu başvuru form doldurulmak suretiyle müşterilerine sunulan sadakat (alışveriş) kart başvurularının, kredi limiti içeren bir satış sözleşmesini de içeren şeklinde kullanılabilir olması durumunda Damga Vergisine tabi tutulup tutulmayacağı hakkında konu hakkında Maliye Bakanlığının verdiği görüş çerçevesinde açıklamalarımıza yer verilmeye çalışılacaktır.

## 2-ALİŞVERİŞ VE SADAKAT KART SİSTEMİ HAKKINDA BİLGİLER

### 2.1- Müşteri Sadakat Programı ve Sadakat Kartlar Nedir?

#### 2.1.1 Müşteri Sadakat Programı:

**Müşteri sadakat programları sayesinde**, firmalar müşterilerin kendilerini tercih etmeleri, tekrar gelmeleri, daha çok satın almaları kısaca kendilerine sadık kalmalarını sağlamak için sadakat program sistemi oluşturmaktadırlar.

**Müşteri sadakati programı**, bir markanın düzenli olarak alışveriş yapan müşterilerini ödüllendirdiği bir program türüdür. Müşteri sadakatının sağlanmasında en çok kullanılan yaklaşım ise, müşterilerini motive etmede parasal menfaatlerin sağlanmasıdır. Sadakat programı müşteriye indirim, hediye ve ön deneme gibi bir takım imkanlar sunabilmek üzerine kuruludur. Hiç kuşku yok ki bu imkanlar içinde en önemlisi müşterilere verilen ödüller başta gelmektedir. Müşteriler, sadakat programının hangi çabalarıyla neler kazandıklarını önemsemektedirler. Ayrıca, bu noktada programdaki hediye kataloglarında beğenecekleri, tercih edecekleri, birçok kategoride farklı ürünler olması müşteriler için önemlidir. Müşteriler, sadakat programına her giriş yaptıklarında farklı içerikler, fırsatlar, yenilikler karşılaşmak istemektedirler. Aksi takdirde bir süre sonra programdan çıkarak takip etmeyi bıraktıkları görülmektedir. (**Didem Şahin, Sadakat Programları Ne Zaman Başarısız Olur? Çevrimiçi: [https://www.360drepazarlama.com/pdf/mt\\_339.pdf](https://www.360drepazarlama.com/pdf/mt_339.pdf) 26.11.2019**)

Günümüzün rekabetçi ortamında firmalar müşterileri ile olan ilişkilerini sürekli tutmak için bu programlara ihtiyaç duymaktadırlar Müşteri sadakat programları, müşterilerin işletmeye ya da işletmenin markalarına bağlılığını güçlendirmek üzere düşünülmüş bir uygulamadır. Bu programlar, müşterilerin tekrar satın alımlarını ödüllendirme yoluyla müşteri sadakati oluşturmayı amaçlamaktadır. Müşteri sadakat programları, müşterinin bağlılığını ölçen, müşterinin devamlılıklarını ve yeni müşteriler edinmesini sağlayan, pazarlama maliyetini düşüren, stoklarını eriten, kârlılığını ve marka itibarını artıran müşteriler ile firma arasındaki ilişkileri düzenleyen, müşterilerine kendisini avantajlı ve seçilmiş hissettiren bir sistemdir. (Müşteri Sadakat Kartlar ve Sadakat Sistemi, Çevrimiçi: <http://www.smarttekas.com.tr/musteri-sadakat-kartlar-sadakat-sistemi/> Erişim Tarihi:26.11.2019.)

Bu sistem sayesinde, şirketler rakip işletmelere karşı pazar payını koruyup, rakip firmalardan yüksek değere sahip müşterileri çekmek, yüksek değerdeki

bu müşterileri elde tutmak ve sayısını arttırmak, bu yüksek değerli müşterileri ödüllendirerek onları daha iyi müşteriler haline getirmek suretiyle rakip işletmelere karşı fırsat maliyeti yaratırlar.

Perakendecilik sektöründe kartlı müşteriler genelde 3 şekilde ödüllendirildiği görülmektedir. Bazı mağaza zincirleri, müşterilerine kartla yaptıkları alışverişler için **puan** verirken (ürün kataloglarındaki hediyeler karşılığında), diğer mağaza zincirleri **nakit para** indirimleri veya üçüncü kişilerden **özel indirimler** (uçuş mili vb.) verirler. Örneğin, Garanti Bankası'nın Shop and Miles uygulaması gibi. Aynı zamanda, kart sahipleri, tüm bunların yanı sıra, üretici firmaların sadece kart sahipleri için hazırladıkları “**iki al-bir öde**” gibi özel kampanyalardan da yararlandırırlar. (**Çabuk, Orel ve Güler. Süpermarket Müşterilerini Mağaza Kartı Tercih Nedenlerine En Fazla Etki Eden Değişkenlerin Ortaya Çıkarılmasına Yönelik Bir Araştırma. Çevrimiçi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/50294> Erişim Tarihi: 25.11.2019.**)

Firmalar, müşterilerini ödüllendirdikçe üyelerin kişisel bilgilerini, nelerden hoşlandıklarını, hangi bilgilere sahip olduklarını, hangi alımları yaptıklarını, hangi hediyeleri daha çok istediklerini, hangi uygulamaları daha çok beğendiklerini, firmalardan ne tip beklentileri olduklarını ve daha buna benzer birçok konuda müşterileri hakkında geniş bilgi sahibi olmaktadırlar.

Sonuç olarak, şirketler açısından müşteri sadakat programları temel olarak iki amaca hizmet etmektedirler. Bunlardan ilki satış gelirlerini arttırmak ki, doğru kurgulanmış bir sadakat programı hemen hemen her zaman firmalara ciddi bir satış artışı getirir. (**Didem Şahin, Hedeflere Ulaşmak İçin Sadakat Pazarlaması Şart, Çevrimiçi: [https://www.360drcpazarlama.com/pdf/mt\\_334.pdf](https://www.360drcpazarlama.com/pdf/mt_334.pdf), 26.11.2019.**) Diğer ise işletmenin markası ya markalarıyla mevcut müşteriler arasında daha yakın bir bağ kurmasıdır. Bu sayede, mevcut müşterilerle ilişkilerini uzun süreli canlı kalmasını sağlamasını ve ekstradan tavsiyeleri sayesinde yeni müşterilerin kazanılmasına da vesile olmaktadır.

### 2.1.2 Müşteri Sadakat Kart:

Sadakat kartlar; Sadakat programlarının önemli bir parçası manyetik kartlar, yani mağaza kartlarıdır. Müşteri alışveriş yaptığı zaman, mağaza kartını kasiyer okuyucudan geçirilir. Böylece, müşterinin yaptığı alışverişin ayrıntıları, anında bilgi merkezine ulaşır. (**Erk, Müşteri İçin Değer Yaratma, Müşteri Sadakati Oluşum Süreci ve Şirket Performansına Etkileri**

**Üzerine Araştırma (Yüksek Lisans Tezi) 2009: 78)** Sadakat kartı, piyasada uygulaması kolay ve etkili bir pazarlama araç haline gelmiştir. Müşteriye verilen sadakat kartlar genellikle ücretsiz olur veya bazı firmalar tarafından da cüzi bir miktar karşılığında verildiği görülmektedir. Sadakat kartlar, bilgi formu doldurma ve sonrasında isimsiz olarak verilen formun doldurulduktan sonra da müşterinin adresine üzeri isim yazılı olarak ta gönderilmektedir.

Firmalar bu sayede, müşterilerine verdikleri bu kartlar ile müşterileri ile ilgili geniş çağlı bir bilgi arşiv datası oluştururlar. Müşteriler tarafından doldurulan bilgi formların da yer alan müşteri bilgileri, firmalar tarafından gizlilik esasına göre tutulur. Bu bilgiler sayesinde, şirketlerin daha sonraki pazarlama araştırmalarına da fayda sağlanmaktadır. (Müşteri Sadakat Kartlar ve Sadakat Sistemi, Çevrimiçi: <http://www.smarttekas.com.tr/musteri-sadakat-kartlar-sadakat-sistemi/> Erişim Tarihi:26.11.2019.) Bugün özellikle zincir mağazacılık şeklinde faaliyet gösteren ve sadakat kart uygulaması olmayan perakendeci firmalar neredeyse yok gibidir. Hatta yerel zincirler ve büyük ölçekli bağımsız firmaların bile bu uygulamayı gerçekleştirdikleri görülmektedir.

## 2.2- Müşteri Sadakat Kartlarının Ortaya Çıkışı ve Ülkemizdeki Uygulanması

Dünyada müşteri sadakat kartlarının ortaya çıkması 1981 yılında ABD de bir hava yolları firmasının “**Avantaj**” programı yapması ile başlamıştır. Çeşitli sektörlerde kullanılan bu kartlar aynı görevi görmekle birlikte farklı şekilde isimlendirildikleri görülmektedir. Sadakat kartlar; Birleşik Krallık'ta (İngiltere, İskoçya, Galler ile İrlanda Adasında yer alan Kuzey İrlanda) sadakat kart olarak, Kanada'da ödül kartı ya da puan kartı olarak, ABD'nde indirim kartı, kulüp kartı veya ödül kartı olarak kullanımı yaygındır. Sadakat kartlar, genellikle **çipli kart** veya Mifare kart (temassız) olarak adlandırılır. Plastik kart olarak adlandırılan kartların üzerinde kolay okunabilen barkod ya da manyetik şerit bulunur. Bu kartların daha kolay taşınabilmesi için küçük anahtarlık şeklinde olanı da vardır. **Günümüzde ise, akıllı telefonların kullanılmasının yaygınlaşması, lokasyon bazlı anlık tekliflerin oluşturulabilmesi ile sanal karta dönüşmesinin kaçınılmaz olduğu görülmektedir. (Özgür Şahin, 2018'de Sadakat Pazarlamasında Bizi Neler Bekliyor? Çevrimiçi: [https://www.360drpcpazarlama.com/pdf/mt\\_335.pdf](https://www.360drpcpazarlama.com/pdf/mt_335.pdf) Erişim Tarihi:26.11.2019.)**

Sadakat kartların ülkemizde ortaya çıkışı ise, yakın bir tarihe dayanmaktadır. Teknoloji'nin yenilikleri ve sonrasında gelişen sektörler, firmalar arasındaki rekabetin kıyasıya geçmesini de beraberinde getirmiştir. Şirketler, rakiplerinden önde olmak için yeni çözüm yolları arayışına girmişlerdir. Şirketler açısından pazarlama süreci, ürün odaklı pazarlama olmaktan çıkmış müşteri odaklı hale gelmiştir. Şirketler, satışlarında müşterinin önemini anlamış, mevcut müşterilerini elde tutmanın yeni müşteri elde etmekten daha az maliyetli olduğu fark etmişlerdir. Müşteri sadakat sistemleri (sadakat kartları) bu sebeple ortaya çıkmıştır.

Ülkemizde, sadakat kart sisteminin ilk örneği 1998 yılında MİGROS tarafından çıkartılan MİGROS Clup Card ile olmuştur. MİGROS'un başlattığı bu ilk örnekten sonra diğer şirketlerde yavaş yavaş kendi sadakat sistemlerini kurdular. Kozmetik, giyim, gıdaya kadar çok çeşitli alanda sadakat kart sistemleri kullanılmaya başlanmıştır. Ayrıca, çok sayıda markası olan şirketler kendi sadakat kartlarını çıkartarak bu kartları tek bir kart altında topladılar. Örneğin; Altın yıldız grubu "Benkar"ı Cankurtaran grubu da "Cankart"ı kurarak kendi sadakat kartlarını tek bir isimde topladılar.

Müşteri sadakat sisteminin hayatımıza girmesi sonrasında sadakat kartları; günümüzde, otel, havayolları şirketleri, petrol ofisi, giyim mağazası, spor salonu, restoran ve kafe, spor kulübü, AVM, kuaförler, fırsat sitesi, e-ticaret sitesi, kozmetik mağazası gibi çok geniş bir yelpaze içeren sektörler tarafından başarılı bir şekilde bu uygulamayı kullanmaya devam ettikleri görülmektedir. (Müşteri Sadakat Kartlar ve Sadakat Sistemi, Çevrimiçi: <http://www.smarttekas.com.tr/musteri-sadakat-kartlar-sadakat-sistemi/> Erişim Tarihi:26.11.2019.)

### **3- ŞİRKET İLE NİHAİ TÜKETİCİ ARASINDA ALIŞVERİŞ VE/VEYA SADAKAT KART ALIMINDA YAPILAN SÖZLEŞMENİN YASAL DURUMU**

Sadakat karta sahip müşterilerinin; kasada anında indirim, anlaşmalı diğer mağazalardan alışveriş imkânı, puan, hediye ve özendirme, yapılan kampanyalardan önceden haberdar edilme, alışverişlerden öncelikli olarak yararlanma, iade ve değişimlerinde kolaylıklar gibi avantajlara sahip olmasının yanında cari hesap şeklinde uygulanmak üzere düzenledikleri sözleşmelerde cari hesap şeklinde kredili satış imkanı tanımları durumunda bu sözleşme belgesinin damga vergisinin konusuna girip girmeyeceği hususu bu çalışmamızda yasal mevzuat çerçevesinde değerlendirilecektir.

### 3.1- Ticaret Kanunu Açısından Değerlendirme

Alışveriş ve sadakat kartı şeklinde müşterilere verilen kartlara ilişkin düzenlenen sözleşmelerde cari hesap şeklinde kredili satış imkanı tanımaları halinde bu sözleşmeler, kredili satış sözleşmesi şeklinde değerlendirilecektir. Türk Ticaret Kanunundaki kredili satış sözleşmesi cari hesap sözleşmesi kapsamında değerlendirilmektedir. Ticaret Kanununun 6'ncı kısmında yer alan cari hesap maddeleri gereği;

TTK'nın 89'uncu maddesinde Cari Hesap: "İki kişinin herhangi bir hukuki sebep veya ilişkiden doğan alacaklarını teker teker ve ayrı ayrı istemekten karşılıklı olarak vazgeçip bunları kalem **kalem alacak ve borç şekline çevirerek hesabın kesilmesinden sonra çıkacak artan tutarı isteyebileceklerine ilişkin sözleşmedir**" şeklinde tanımlanmıştır. Ayrıca, bu sözleşme yazılı yapılmadıkça geçerli olamayacağı belirtilmiştir. Cari hesap ilişkisi bir sözleşme ilişkisidir. Ve cari hesap sözleşmesi düzenleyecek tarafların tacir olma gibi bir zorunluluğu da bulunmamaktadır.

Aynı Kanununun 90'uncü maddesinde, Türk Borçlar Kanununun 134'üncü maddesiyle 143'üncü maddesinin ikinci fıkrası hükümleri saklı kalmak üzere cari hesap sözleşmesinin hükümleri şunlardır:

a) Aksi kararlaştırılmadıkça, cari hesaba alacak veya borç kaydedilmesi, tarafların, alacağı veya borcu doğuran sözleşme veya işleme ilişkin dava ve savunma haklarını düşürmez. Sözleşme veya işlem iptal edilirse bunlardan kaynaklanan kalemler hesaptan çıkarılır.

b) Cari hesap sözleşmesinin yapılmasından önce doğmuş bulunan bir alacak, tarafların onayıyla cari hesaba kaydedilirse, aksi kararlaştırılmamışsa bu alacak yenilenmiş olmaz.

c) Bir ticari senedin cari hesaba kaydı, bedelinin alınmış olması hâlinde geçerli olmak şartıyla yapılır.

d) Her hesap devresi sonunda alacak ve borcu oluşturan tutarlar birbirinden çıkarıldıktan sonra tanınan veya hükmen belirlenen bakiye, yeni hesap devresine ait bir kalem olmak üzere hesaba geçirilir; sözleşme sona ermiş veya artan tutar haczedilmiş ise onun ödenmesi gerekir.

e) Cari hesabın alacak sütununa yazılan tutarlar için, sözleşme veya ticari teamüller gereğince, kaydolundukları tarihten itibaren faiz işler.

Cari hesap sözleşmelerinde bakiyenin belirlenmesine ise Kanununun 94'üncü maddesine göre; "**Sözleşme veya ticari teamül uyarınca, belirli hesap devreleri sonunda devre hesabı kapatılır ve alacak ile borç kalemleri**

arasındaki fark belirlenir. Hesap devresi hakkında sözleşme veya ticari teamül yoksa, her takvim yılının son günü taraflarca hesabın kapatılması günü olarak kabul edilmiş sayılır. Saptanan artan tutarı gösteren cetveli alan taraf, aldığı tarihten itibaren bir ay içinde, noter aracılığıyla, taahhütlü mektupla, telgrafla veya güvenli elektronik imza içeren bir yazıyla itirazda bulunmamışsa, bakiyeyi kabul etmiş sayılır.” şeklindedir.

Şekil, bir sözleşmenin geçerli olması veya ispatı için iradenin açıklanmasında belirli kalıplara uyulması gerekliliğidir. Bazen bir sözleşmenin oluşması belirli bir şekle uyulmasına bağlıdır. Bu şekle uyulmadıkça sözleşmenin geçerliliğinden bahsedilemez. Bu durumda, şekil geçerlilik şartıdır. Sözleşmenin meydana gelmesi için bir şekil gerekli değilse fakat uyumsuzluk halinde ispat için şekil şartı aranıyorsa burada şekil ispat şartıdır. Türk Ticaret Kanun’unun 89/2’nci maddesine göre ise, cari hesap sözleşmeleri yazılı yapılmadıkça muteber değildir. Buna göre cari hesap sözleşmesinin yazılı yapılması lazımdır. Yazılı yapılmayan sözleşme geçerli olmaz ve taraflar açısından sonuç doğurmayacaktır.

### **Cari Hesap Sözleşmelerinde Süre:**

Cari hesapta süreler, belirli süreli ve belirsiz süreli olmak üzere yapılabilir. Belirli süreli sözleşmelerde kararlaştırılmış sürenin bitmesiyle, belirsiz süreli sözleşmelerde taraflardan birinin feshi karşı tarafa bildirmesi ile ve tüm sözleşmeler için taraflardan birinin iflası ile sözleşme son bulmuş olur.

Hesap devreleri hakkında ilk bakılacak yer sözleşmedir. Bu açıdan sözleşmenin yapılış aşamasında sözleşme hükümleri önem arz etmektedir. Sözleşme ve ticari hayatında herhangi bir süre yoksa bu durumda muhasebe hesap devreleri sonunda yani dönemsel olarak yılın son günü hesap devresinin sonu kabul edilir. Hesap devresi sonunda borç-alacak bakiyeleri karşılaştırılır. Bakiye cetvelini alan taraf aldığı tarihten itibaren bir ay içerisinde noter marifetiyle veya taahhütlü bir mektupla veya telgrafla itirazda bulunmazsa bakiyeyi kabul etmiş sayılacaktır.

Cari hesap sözleşmelerinde hesabın kapatılması, o hesap devresi için kapatılıp bakiyenin bir sonraki döneme devretmesi ve yeni dönem için açılış kaydının yapılması demektir. Hesabın kesilmesi ise; bakiyenin muaccel hale gelmesi, yani hesap devresinin değil cari hesap işlemlerinin son bulması demektir. Yargıtay’ın 1’inci Hukuk Dairesinin 1989/2386 sayılı kararı da bu yönde bir emsal içermektedir. (Atioğlu, Cari Hesap İşlemleri, <http://www.dunya.com/cari-hesap-islemleri-95349h.htm> Erişim Tarihi:26.11.2019.)



### **Cari Hesap Sözleşmelerinin Muhasebeleştirilmesi:**

Tek Düzen Hesap Planında “**cari hesap**” adı altında bir hesap yoktur. Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği çerçevesinde “**cari hesap**” kavramından, üçüncü kişiler (**Alıcılar, Satıcılar, Ortaklar Hesapları gibi**) ile olan ilişkilere ait hesaplar anlaşılacaktır. Bir kişi veya kurumun hem alıcı, hem de satıcı olması durumunda, her ne kadar satışlardan doğan alacaklar ile, alışlardan doğan borçlar ayrı hesaplarda izlense bile genellikle bu hesaplar ödeme veya tahsilat ile kapanmayacaktır. Çünkü pratikte böyle bir durumda tarafların tahsilat ve ödeme yapmaları söz konusu olmayacak, taraflar aralarında mutabakat sağladıktan sonra hesap kalanları aynı ise birbirleriyle karşılaştırılarak kapatılacak veya bakiye varsa borçlu tarafından ödenecek veya bakiye tek bir hesaba aktarılacak ve bilançoaya yansıtılacaktır. Bu anlamı ile iki kişi arasındaki bütün işlemler ayrı hesaba kaydedilse bile, sonunda yine bir hesapta toplanacak ve taraflar bakiye üzerinden hesaplaşacaklardır. Dolayısıyla muhasebede cari hesap bir kişiye olan borç ile o kişiden olan alacağın ister aynı hesapta, ister ayrı hesapta izlensin matematiksel olarak belirlendiği bir çizelgedir.

Cari hesap işlemlerinin muhasebeleştirilmesinde cari hesap için hesaplanan dönem bakiyeleri ve bunlara uygulanan faizin muhasebe kayıtları esastır. (**Kocameşe, Cari Hesap Sözleşmesi ve Muhasebe Uygulaması, Çevrimiçi: <http://www.eps.com.tr/cari-hesap-sozlesmesi-ve-muhasebe-uygulamasi.html> Erişim Tarihi:26.11.2019.**)

“...Ticari işlemlerinizi sürdürdüğünüz alıcı veya satıcı firmalarla cari hesap mahsuplaşması olması durumunda finansal bir hareketten bahsedilemeyeceğinden mahsup yoluyla kapatılan tutarlar içinde banka veya özel finans kurumları ile posta idaresince düzenlenen belgelerle tevsiki de mümkün bulunmamaktadır. Ancak, Cari hesap işlemleri sonucunda mahsuplaşma sonucu oluşacak artı veya eksi bakiyenin, belirlenen haddi aşması halinde bunun banka veya özel finans kurumlarınca düzenlenen belgelerle tevsiki mecburidir. Ancak, cari hesap mahsup işlemlerinde vergilendirme döneminin geçirilmemesi gerekmektedir. (İzmir Vergi **Dairesi Başkanlığı, 15.03.2007 Tarih ve 1401 Sayılı Özelge Çevrimiçi: <http://www.alomaliye.com/2008/08/19/cari-hesap-mahsup-islemleri-tevsik-zorunlulugu-kapsaminda-midir-h-hakan-kivanc-smmm-mali-hukuk-uzmani-ytu-ogr-gor/> Erişim Tarihi: 26.11.2019.**) Ayrıca, iki firma arasındaki emtia alış ve satışların karşılığında nakit ödeme ve tahsilat olmadan cari hesapların

karşılıklı olarak mahsup yoluyla kapatıldığı durumda nakit bir hareket söz konusu olmayacağından mahsup yoluyla kapatılan tutarların da banka ve posta idarelerince düzenlenen belgelerle tevsihi mümkün bulunmamaktadır. (İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı, 12.06.2007 Tarih ve 4610 Sayılı Çevrimiçi: <http://www.alomaliye.com/2008/08/19/cari-hesap-mahsup-islemleri-tevsik-zorunlulugu-kapsaminda-midir-h-hakan-kivanc-smmm-mali-hukuk-uzmani-ytu-ogr-gor/> Erişim Tarihi: 26.11.2019.)

### 3.2- Damga Vergisi Kanunu Açısından Değerlendirme

Damga vergisi, bir tür işlem vergisi olup konusu kağıtlardır. Damga Vergisi Kanununun 1'inci maddesine göre, Kanuna ekli (1) sayılı tabloda yazılı kağıtlar Damga Vergisine tabidir. Kanundaki kağıtlar teriminin, yazılıp imzalamak veya imza yerine geçen bir işaret konmak suretiyle düzenlenen ve herhangi bir hususu ispat veya belli etmek için ibraz edilebilecek olan belgeler ile elektronik imza kullanılmak suretiyle manyetik ortamda ve elektronik veri şeklinde oluşturulan belgeleri ifade ettiği belirtilmiştir.

Damga vergisinin doğması için kağıdın imzalanması tek başına yeterli değildir. Kanunda yazmamakla birlikte işin doğası gereği, imzalanan bu kağıdın hukuki olarak bir sonuç doğurması da gerekmektedir. Örneğin 18 yaşında küçük bir çocuğun yapmış olduğu bir satış sözleşmesi ehliyet itibariyle hukuki bir sonuç doğurmaz. Bu sözleşme imzalanmış olsa bile damga vergisi doğmaz. (Cebeci, *Sözleşmelerde Damga Vergisi*, Çevrimiçi: [http://www.roedl.com/tr/tr/yayinlar/yazilar/soezlesmelerde\\_damga\\_vergisi.html](http://www.roedl.com/tr/tr/yayinlar/yazilar/soezlesmelerde_damga_vergisi.html) Erişim Tarihi: 26.11.2019)

Kanunda “**Damga vergisi mükellefleri kağıdı imza edenlerdir.**” hükmü yer almaktadır. Resmi dairelerle (genel ve katma bütçeli daire, il özel idareleri, belediye ve köyler) kişiler arasındaki işlemlere ait kağıtların damga vergisini kişiler; yurt dışında veya Türkiye'deki yabancı elçilik ve konsolosluklarda düzenlenen kağıtların vergisini de bu kağıtları ibraz eden, devir veya ciro yapan ya da hükmünden yararlananlar ödemektedir.

Damga vergisinin mükellefi imza eden taraflar olmakla birlikte rücu etme hakkı saklı kalmak koşulu ile kağıdı ibraz eden tarafından ödenmesi de yine Damga Vergisi Kanunu'nun 24'üncü maddesinde düzenlenmiştir. Kanunda ayrıca, damga vergisinin ödenmemesi veya eksik ödenmesi halinde kişilerle birlikte kurumlar da müteselsil sorumlu kılınmıştır.

Bir kağıtta bir birinden tamamen ayrı birden fazla akit ve işlem bulunması halinde işlemlerin her birinden ayrı ayrı vergi alınmaktadır. Bir kağıtta toplanan akit ve işlemlerin birbirine bağlı ve bir asıldan doğma olmaları halinde ise damga vergisi, en yüksek vergi alınmasını gerektiren akit veya işlem üzerinden alınır. Kağıtlara konulan imzanın birden fazla olması verginin tekerrürünü gerektirmez. Kağıtların nüsha, suret veya fotokopilerinin damga vergisine tabi olup olmadığı konusunda açıklama yapmak için öncelikle bu ifadelerin tanımlarına bakmak gerekir.

Nüsha, aynı kuvveti haiz olmak üzere birden fazla düzenlenmiş olan kağıtlardan her biridir. Nüşalarda, kağıdın vergiye tabi olmasını gerektiren imza veya imzalar ayrı ayrı yer almaktadır. Suret ise aslında bulunan ibarelerin aynısını taşıyan, fakat aslında bulunan imzaları taşımayıp aslına uygun olduğuna ilişkin onaylayanın imzasını veya kaşesini ihtiva eden kâğıtları ifade etmektedir. Kâğıtların fotokopi ile çoğaltılmış örneklerinin de “**Aslına uygundur**” ya da “**Aslı gibidir**” şerhi ile onaylayanın imzası veya kaşesini ihtiva etmesi halinde mahiyeti itibarıyla suret; kâğıdın taraflarınca ayrıca imzalanması halinde ise nüsha olarak değerlendirilir. Bu itibarla, mükelleflerce düzenlenen;

- Kağıt nüshalarının birden fazla olması durumunda her bir nüsha ayrı ayrı aynı miktar veya nispette,
- Kanuna ekli (I) sayılı tabloda yazılı şartları haiz kağıtların resmi dairelere ibraz edilecek suretleri maktu damga vergisine tabi olacaktır.

Yukarıda belirttiğimiz üzere damga vergisi nispi ve maktu olarak ödenir. Maktu vergi, mal veya hizmetin değerini dikkate almadan konan parasal, sabit vergi; nispi (oransal) vergi ise değer belli bir yüzde oranı esas alınarak konan, yani değişken bir vergidir. Nispi vergide, kağıtların nevi ve mahiyetlerine göre, bu kağıtlarda yazılı belli para, maktu vergide kağıtların mahiyetleri esastır.

Damga Vergisi Kanununun 11’inci maddesinde “**Belli Para Gösterme Mecburiyeti**” başlıklı kısmında “*Cari hesap şeklinde açılan kredilerle her türlü ikrazata ait taahhütname ve mukavelenameler (iskonto ve iştirah senetler taahhütnamesi- Dispans dahil) ve bunların temlik, yenileme, devir ve değiştirilmesine müteallik bütün kağıtlarda ve keza matlupların devir ve temlikine ilişkin mukavelename ve temliknamelerde ikraz ve temlik edilen para miktarının veya azami haddinin gösterilmesi mecburidir. Gösterilmediği takdirde bu kağıtların her birinden alınması gereken Damga Vergisi ile cezası olayın meydana çıktığı tarihte, ilgili bulunduğu cari hesapta kayıtlı*

*kredi ve ikrazat miktarına göre hesaplanır ve alınır.”* Kanun maddesinde belirtilen kağıtlar için belli para göstermesi zorunlu olup bunlar dışında kalan diğer sözleşmelerin belli bir para ihtiva etmesi gerekmektedir.

Ancak, Damga Vergisi Kanunu'nun 10'uncu maddesindeki belli para terimi ile Kanun'un 11'inci maddesindeki belli para gösterme mecburiyetine ilişkin esasların yer aldığı kanuni düzenlemeleri birlikte ele alınmasına rağmen, uygulamada bazen tanzim edilen sözleşmelerde belli para tutarına yer verilmediği de görülmektedir. Karşılaşılan bu tarz bir durumda, vergi mükellefleri damga vergisinin doğmayacağı düşüncesini taşıırken, mali idare ise tam tersine her ne kadar belli tutar verilmemiş olmasına rağmen belli bir tutarın tespit edilebilir olması halinde damga vergisinin hesaplanması gerektiği görüşünde olduğu unutulmamalıdır. **(Başoğlu, “Belli Para” Tutarı İçermeyen Sözleşmeler İçin Damga Vergisi Uygulanabilirliği Sorunu E-Yaklaşım Dergisi. Çevrimiçi: <https://uye.yaklasim.com/MagazineContent.aspx?ID=30656&arananKey=damga%20vergisi%20belli> Erişim Tarihi:26.11.2019)**

### **3.2.1- İnternet Sitelerinde Onaylanmak Suretiyle Düzenlenmesi Halinde**

İnternet üzerinden sunulan hizmetlerde genellikle verilecek hizmete ilişkin olarak müşteri bilgilerini, sözleşme konusunu, hizmetin açıklamasını, satış fiyatı ve ödeme şeklini, ücret iade hakkını, cayma hakkını ve olası bir anlaşmazlık halinde yetkili kılınan mahkemeleri belirten sözleşme elektronik ortamda oluşturulmakta ve sözleşmenin alt kısmında yer alan onay kutucuğu işaretlenmek suretiyle müşteri tarafından sözleşmenin okunduğu ve şartların kabul edildiği beyan edilmekte, onay sonucunda sözleşmenin tamamlandığı belirtilmektedir. Çoğu zaman bu sözleşmeler ayrıca kağıda dökülmemektedir. İnternet üzerinde gerçekleştirilen bu ve benzeri işlemler damga vergisi yükümlülüğü açısından özellik arz eder.

Damga Vergisi Kanunu'nun 1'inci maddesi uyarınca; kanuna ekli (1) sayılı tabloda yazılı kağıtlar damga vergisine tabidir. Kağıt terimi, yazılıp imzalanmak veya imza yerine geçen bir işaret konmak suretiyle düzenlenen ve herhangi bir hususu ispat veya belli etmek için ibraz edilebilecek olan belgeler ile elektronik imza kullanılmak suretiyle manyetik ortamda ve elektronik veri şeklinde oluşturulan belgeleri ifade etmektedir.

Dikkat edileceği üzere, kanunda damga vergisinin konusu belirlenirken, herhangi bir hususu ispat veya belli etmek için ibraz edilebilme niteliği ön şart olarak belirtilmiş; elektronik imza kullanılmak suretiyle manyetik ortamda ve elektronik veri şeklinde oluşturulan bu niteliğe haiz belgeler de kapsam dahiline alındığı görülmektedir. **(Elele, İnternet Sitelerinde Onaylanan Sözleşmelerde Damga Vergisi, Çevrimiçi: <http://www.ey.com/tr/tr/services/tax/dijital-vergi-internette-onaylanan-sozlesmelerde-damga-vergisi> , Erişim Tarihi: 25.11.2019.)**

Hukuk sistemimizde elektronik imza güvenli elektronik imza olarak 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununda düzenlenmiştir. Söz konusu Kanunun 3/b maddesinde elektronik imzanın, **“başka bir elektronik veriye eklenen veya elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan ve kimlik doğrulama amacıyla kullanılan elektronik veriyi ifade ettiği”**; Kanunun 4’üncü maddesinde güvenli elektronik imzanın, **“Münhasıran imza sahibine bağlı olan, sadece imza sahibinin tasarrufunda bulunan güvenli elektronik imza oluşturma aracı ile oluşturulan, nitelikli elektronik sertifikaya dayanarak imza sahibinin kimliğinin tespitini sağlayan, imzalanmış elektronik veride sonradan herhangi bir değişiklik yapıp yapılmadığının tespitini sağlayan, elektronik imza olduğu”**; aynı Kanunun 5’inci maddesinde ise, **“güvenli elektronik imzanın elle atılan imza ile aynı hukuki sonucu doğurduğu”** va’z olunmuştur.

Bilindiği üzere, sözleşmelerde imzanın borç altına girenlerin el yazısıyla atılması zorunludur. Bu husus yazılı sözleşmelerde şekil şartıdır. Ancak yasal mevzuat uyarınca güvenli elektronik imza da, el yazısıyla atılmış imzanın bütün hukuki sonuçlarını doğurmaktadır. Ayrıca usulüne göre güvenli elektronik imza ile oluşturulan belgeler hukukumuzda senet hükmünde sayılmıştır. (Koyuncu, İnternette Yapılan Sözleşmelerde Damga Vergisi, Çevrimiçi: <https://www.dunya.com/gundem/internette-yapilan-sozlesmelerde-damga-vergisi-haberi-212969> Erişim Tarihi: 25.11.2019.)

Bu konu ile ilgili olarak daha önce Büyük Mükellefler Vergi Dairesi Başkanlığı’na verilen bir özalgede; **“internet üzerinden satış işlemi ile akdedilen mesafeli satış sözleşmelerine ilişkin damga vergilerinin günlük internet satış raporlarına göre gün sonu toplamı şeklinde tek satırda damga vergisi defterine kaydedilmesinin mümkün olmayıp düzenlenen her kağıdın ayrı ayrı damga vergisi defterinde gösterilmesi ve bir ay içinde düzenlenen kağıtlara ait damga vergisinin, ertesi ayın yirmi üçüncü günü**

**akşamına kadar vergi dairesine beyan edilip ödenmesi gerektiği”** şeklinde görüş bildirilerek, elektronik ortamda yapılan mesafeli satış sözleşmelerinin damga vergisine tabi tutulacağı kabul edilmiştir. **(Cebeci, Sözleşmelerde Damga Vergisi, Çevrimiçi: [http://www.roedl.com/tr/tr/yayinlar/yazilar/soezlesmelerde\\_damga\\_vergisi.html](http://www.roedl.com/tr/tr/yayinlar/yazilar/soezlesmelerde_damga_vergisi.html) Erişim Tarihi: 25.11.2019.)**

Ancak, İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı'nca elektronik ortamda düzenlenen üyelik sözleşmesinin damga vergisine tabi olup olmadığı hakkında verilen bir özelve de ise; ***“insan kaynakları konusunda ticari faaliyet göstererek yayın, veri tabanı oluşturmak, geliştirmek, müşterilere servis olarak sağlamak, reklam ve ilan almak, reklam ve ilan vermek, müşteri hizmetleri vermek, yurtiçi ve yurtdışı firmalarla ortaklıklar kurarak veri tabanı alışverişi yapmak gibi elektronik ticari faaliyetler ile iştiğal etmekte olduğu ve sunulan bu hizmetlere ilişkin müşterilerle elektronik ortamda oluşturulan “üyelik sözleşmesi”nde sayfanın alt kısmında yer alan onay kutucuğu işaretlenmek suretiyle müşteri tarafından sözleşmenin okunduğu ve şartların kabul edildiğinin beyan edildiği, tüm bu işlemler sonucunda üyelik anlaşmasının tamamlandığı belirtilerek, bu kapsamda internet sitesinde mevcut hizmet sözleşmesinin hükümlerinin okunduğunu teyit etmek ve hizmet alımını neticelendirmek için onay kutucuğunun işaretlenmesi suretiyle oluşturulan ve elektronik ortamda saklanan sözleşmelerin damga vergisine tabi olup olmadığı hakkındaki bilgi talebine;***

***....., Damga Vergisi Kanununun konusunu teşkil eden Kanuna ekli (1) sayılı tabloda yer alan kağıtlardan manyetik ortamda ve elektronik veri şeklinde oluşturulanlarda, belgenin elektronik imza kullanılmak suretiyle düzenlendiği anda vergiyi doğuran olay meydana geldiği, ancak elektronik ortamda oluşturulan üyelik sözleşmeleri; taraflarca 5070 sayılı Kanunda tanımlanan elektronik imza ile imzalanmış belli parayı içerenler damga vergisine tabi olacağı, 5070 sayılı Kanun kapsamında tanımlanan elektronik imza ile imzalanmamış olanları ile bu imza ile imzalanmış olmakla birlikte belli parayı içermeyenlerin ise damga vergisine tabi olmayacağı”*** belirtilmiştir. (İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı Mükellef Hizmetleri Diğer Vergiler Grup Müdürlüğü, 23.05.2013 Tarih ve 97895701-002.01-765 Sayılı Elektronik Ortamda Düzenlenen Üyelik Sözleşmesinin Damga Vergisine Tabi Olup Olmadığı Hk. Özelve. Çevrimiçi: <http://www.gib.gov.tr/node/100585> Erişim Tarihi: 25.11.2019.)

İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı tarafından verilen bu özelge ile güvenli elektronik imza kullanılmaksızın internet üzerinde kurulan sözleşmelerin belli parayı ihtiva etse dahi damga vergisine tabi tutulmayacağı belirtilerek uygulamadaki tereddütü gidermiştir.

### 3.2.2- Matbu Form Halinde Düzenlenmesi Halinde

Borçlar Kanunu'ndaki temel ilke olan **“Sözleşmelerin geçerliliği, kanunda aksi öngörülmedikçe, hiçbir şekle bağlı değildir.”** (BK. Md.12) hükmü de dikkate alınarak sözleşmeler de değişime uğradı.

Dijitalleşme, doğal olarak sözleşme alanına da girdi. Geçmişte kağıt olarak düzenlenen sözleşmeler günümüzde internet üzerinde kimi zaman bir kutucuğu tıklayarak ya da elektronik imza ile imzalanarak düzenlenmeye yasal deyimiyile akdedilmeye başlandı.

Kanun gereği sözleşmenin yazılı olarak düzenlenmesi gerekiyorsa ya da taraflar sözleşmenin yazılı olarak düzenlenmesi konusunda anlaşmışlarsa sözleşmede bulunması gereken unsurlardan biri; tarafların imzasıdır. Esas olarak imzanın el yazısıyla atılması zorunludur. Keza Kanunda aksi öngörülmedikçe, imzalı bir mektup, teyit edilmiş olmak kaydıyla faks ve buna benzer elektronik iletişim araçları ile gönderilip saklanılabilen metinler de yazılı şekil yerine geçmektedir. Bir sözleşmenin yazılı olarak kağıt ortamında düzenlenmiş olmasının hukuki sonuçlarının yanı sıra mali sonuçları da bulunduğu unutulmamalıdır.

### 3.3- Konu İle İlgili Örnek Özelge:

İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı Mükellef Hizmetleri Diğer Vergiler Grup Müdürlüğü tarafından Bedel İçermeyen Üyelik Kartı Başvuru Formunun Damga Vergisine Tabi Olup Olmayacağı Hakkında 2015 tarihinde verilen bir Özelge de;

“..şirketinizin çok katlı mağazacılık sisteminde perakende tekstil ürünleri ticareti ile uğraştığı, hem mağaza bilinirliğinin arttırılması, hem de mağazaya gelen müşterilerinizin hesap işlerinin kolay takip edebilmek amacıyla her müşterinin isminin yazılı olduğu (... Kart) adıyla kart verildiği, bu kartın müşterilerin elektronik imza olmadan internet ortamında başvuru formuna istinaden çıkarılabildiği gibi, elle doldurulup imzalanan matbu formuna istinaden de çıkarılabildiği, **basılı formlarda sadece başvuru sahibinin imzasını taşıyacak şekilde düzenlendiği, gerek internet gerekse basılı form**



*kullanılmak suretiyle yapılan kart başvurularında herhangi bir hesap edilebilir tutarın bulunmadığı, bu kapsamda internet üzerinden veya matbu olarak düzenlenen başvuru formlarının damga vergisine tabi olup olmadığı hakkında bilgi talep edildiği,*

➤ *488 Sayılı Damga Vergisi Kanununun 1'inci maddesinde, bu Kanuna ekli (1) Sayılı tabloda yazılı kağıtların damga vergisine tabi olduğu, bu Kanundaki kağıtlar teriminin, yazılıp imzalanmak veya imza yerine geçen bir işaret konmak suretiyle düzenlenen ve herhangi bir hususu ispat veya belli etmek için ibraz edilebilecek olan belgeler ile elektronik imza kullanılmak suretiyle manyetik ortamda ve elektronik veri şeklinde oluşturulan belgeleri ifade ettiği; 3'üncü maddesinde, damga vergisinin mükellefinin kağıtları imza edenler olduğu; 4'üncü maddesinde, bir kağıdın tabi olacağı verginin tayini için o kağıdın mahiyetine bakılacağı ve buna göre tabloda yazılı vergisi bulunacağı, kağıtların mahiyetinin tayininde, şekli yazının tazammun ettiği hüküm ve manaya bakılacağı, mahiyeti tayin edilmek istenen kağıt üzerinde başka bir kağıda atf yapılmışsa, atf yapılan kağıdın hükümlerine nazaran iktisap ettiği mahiyete göre vergi alınacağı hükme bağlanmıştır. Kanuna ekli (1) sayılı tabloda da belli parayı ihtiva eden sözleşmelerin nispi damga vergisine tabi olduğu hususu,*

➤ *5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 1'inci maddesinde, kanunun amacının, elektronik imzanın hukukî ve teknik yönleri ile kullanımına ilişkin esasları düzenlemek olduğu; 2'nci maddesinde, bu kanunun elektronik imzanın hukukî yapısını, elektronik sertifika hizmet sağlayıcılarının faaliyetlerini ve her alanda elektronik imzanın kullanımına ilişkin işlemleri kapsadığı; 3/b maddesinde, elektronik imzanın, başka bir elektronik veriye eklenen veya elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan ve kimlik doğrulama amacıyla kullanılan elektronik veriyi ifade ettiği; 5'inci maddesinde de güvenli elektronik imzanın elle atılan imza ile aynı hukuki sonucu doğurduğu,*

➤ *6098 sayılı Türk Borçlar Kanununun 17'nci maddesinde, kanunda şekle bağlanmamış bir sözleşmenin taraflarca belirli bir şekilde yapılması kararlaştırılmışsa, belirlenen şekilde yapılmayan sözleşmenin tarafları bağlamayacağı, herhangi bir belirleme olmaksızın yazılı şekil kararlaştırılmışsa, yasal yazılı şekle ilişkin hükümlerin uygulanacağı; 14'üncü maddesinde, yazılı şekilde yapılması öngörülen sözleşmelerde borç altına girenlerin imzalarının bulunmasının zorunlu olduğu, kanunda*



*aksi öngörülmedikçe, imzalı bir mektup, asılları borç altına girenlerce imzalanmış telgraf, teyit edilmiş olmaları kaydıyla faks veya buna benzer iletişim araçları ya da güvenli elektronik imza ile gönderilip saklanabilen metinlerin de yazılı şekil yerine geçeceği; 15'inci maddesinde, imzanın, borç altına girenin el yazısıyla atılmasının zorunlu olduğu, güvenli elektronik imzanın da, el yazısıyla atılmış imzanın bütün hukuki sonuçlarını doğuracağı,*

*Şeklinde hususları belirtildikten sonra, Damga Vergisi Kanununun konusunu teşkil eden Kanuna ekli (1) sayılı tabloda yer alan kağıtlardan manyetik ortamda ve elektronik veri şeklinde oluşturulanlarda, belgenin elektronik imza kullanılmak suretiyle düzenlendiği anda vergiyi doğuran olay meydana geldiği, ancak elektronik ortamda oluşturulan üyelik sözleşmeleri; taraflarca 5070 sayılı Kanunda tanımlanan elektronik imza ile imzalanan belli parayı içerenler damga vergisine tabi olacağı, 5070 sayılı Kanun kapsamında tanımlanan elektronik imza ile imzalanmamış olanları ile bu imza ile imzalanmış olmakla birlikte belli parayı içermeyenlerin ise damga vergisine tabi olmayacaktır.*

*Diğer yandan 31.12.2004 tarih ve 25687 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 5281 sayılı Kanunun 7'nci maddesiyle yapılan değişiklikle belli parayı ihtiva etmeyen kağıtlar 01.01.2005 tarihinden geçerli olmak üzere damga vergisine tabi kağıtlar kapsamından çıkartılmıştır. Bu kapsamda 04.02.2005 tarih ve 25717 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 43 Seri No'lu Damga Vergisi Kanunu Genel Tebliğinin 6.1.1 bölümünün ikinci paragrafında; [Yapılan düzenleme ile (1) sayılı tablonun 1/A fıkrasında sayılan kağıtlardan belli parayı ihtiva etmeyenler damga vergisinin konusu dışına çıkarıldığından, belli parayı ihtiva etmeyen mukavelenameler, taahhütnameler ve temliknameler, kira mukavelenameleri, kefalet, teminat ve rehin senetleri, fesihnameler damga vergisine tabi tutulmayacaktır.] denildikten sonra sonuç olarak içerdiği çeşitli hükümler itibariyle sözleşme olarak kabul edilmesi gereken ve gerek internet ortamında, gerekse elle matbu olarak doldurulan (..... Kart Başvuru Formu) başlıklı kağıdın herhangi bir bedel içermemesi nedeniyle damga vergisine tabi olmadığı, ancak düzenlendiği anda belli parayı ihtiva etmediğinden damga vergisine konu teşkil etmeyen söz konusu sözleşmeye ilişkin daha sonraki bir tarihte bedelin belirlenerek sözleşmeye ŞERH konulması veya kağıda ait belli parayı gösteren ve ilk kağıda atıf yapan yeni bir kağıt düzenlenmesi*

***halinde, sözleşme değişikliğine ilişkin bu kağıdın/şerhin damga vergisine tabi tutulması gerektiği” belirtilmiştir. (İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı Mükellef Hizmetleri Diğer Vergiler Grup Müdürlüğü tarafından Bedel İçermeyen Üyelik Kartı Başvuru Formunun Damga Vergisine Tabi Olup Olmayacağı Hakkında 2015 Tarihli Özelge.)***

#### 4- SONUÇ

Damga vergisinin amacı, mukavelede yer alan akdi yani sözleşme konusu olan ve üzerinde taraflarca uzlaşılan ve karşılıklı olarak tarafları bağlayan işlemi vergilendirmektir.

Cari hesap ise; muhasebe açısından, borçlu veya alacaklı olan kişilerin izlendiği şahıs hesaplarıdır. Bu hesaplarda bakiyeler birlikte veya ayrı ayrı izlenerek sonuçta bakiye tespit edilir. Ticaret hukukunda ise, sözleşmeyle oluşturulmuş bir kurumdur. Bu cari hesapta taraflar hem alacaklı hem de borçlu durumundadırlar. Alacaklarını karşılıklı olarak istemekten vazgeçip sonuçta çıkan bakiyeyi isteyebilirler. Ticaret Kanunu’nda düzenlenen bu anlamdaki cari hesap için yazılı bir sözleşmenin varlığı şarttır. Ancak, günümüzün teknoloji çağı olduğu dikkate alındığında, dijital dünyada meydana gelen hızlı gelişmelerin doğal bir sonucu olarak sözleşmelerinde dijital ortama girmesine neden olmuştur. Bu nedenle, geçmişte kağıt olarak düzenlenen sözleşmeler günümüzde internet üzerinde kimi zaman bir kutucuğu tıklayarak ya da elektronik imza ile imzalanarak düzenlenmeye yasal deyimiyile akdedilmeye başlanmıştır.

Sadakat kart sisteminin temel çıkış noktası ise;

Müşteri için: kasada anında indirim, anlaşmalı diğer mağazalardan alışveriş imkânı, puan, hediye ve özendirme, yapılan kampanyalardan önceden haberdar edilme, alışverişlerden öncelikli olarak yararlanma, iade ve değişimlerinde kolaylıklar gibi avantajlar sağlamak,

Şirketler içinse: firmalarının bilinirliklerinin arttırılmasını sağlamak, firmalarına müşterilerinin bağlılığını arttırmak, müşterilerinin devamlılıklarını ve yeni müşteriler edinmesini sağlamak, pazarlama maliyetini düşürerek, stoklarını eritmesini sağlayan, kârlılığını ve marka itibarını arttırmak iken, bazı firmaların bu amaçlar dışında kart sahibi yaptıkları müşterilerine düzenledikleri sözleşmelerde cari hesap şeklinde kredi imkanı tanıdıkları da görülmektedir. Bu durum ise, işletmeler açısından bu alışveriş ve sadakat

kart başvuru formlarının imzalandığı sırada Damga Vergisine tabi olup olmayacağını sorununu ortaya çıkarmıştır.

Firmalar, tarafından müşterilerine verilen alışveriş ve sadakat kartlarına yönelik düzenledikleri formların cari hesap şeklinde kredili satış sözleşmelerine imkan sağlaması durumunda her ne kadar belli bir limit gösterilmese de Bakanlığın görüşü doğrultusunda belli edilebilir olması durumunda Damga Vergisinin doğacağı kesindir. Firmalar tarafından, tutar belirtilmeyerek Damga Vergisinin olmayacağı yönündeki düşüncesi de bu yönde beyhude bir çabanın ötesine geçemeyecektir.

### KAYNAKÇA

Alışveriş ve Sadakat Kartları, Erişim Adresi: <http://www.kupam.com/sadakat karti.htm> Erişim Tarihi:25.11.2019.

Atioğlu, İ.H.(2019) Cari Hesap İşlemleri, Erişim Adresi: <http://www.dunya.com/cari-hesap-islemleri-95349h.htm> Erişim Tarihi: 26.11.2019.

Başoğlu Y. Belli Para Tutarı İçermeyen Sözleşmeler İçin Damga Vergisi Uygulanabilirliği Sorunu *E-Yaklaşım Dergisi*. Erişim Adresi: <https://uye.yaklasim.com/MagazineContent.aspx?ID=30656&arananKey=damga%20vergisi%20belli> Erişim Tarihi:26.11.2019

Cebeci, Ö.Ç. *Sözleşmelerde Damga Vergisi*, Erişim Adresi: [http://www.roedl.com/tr/tr/yayinlar/yazilar/soezlesmelerde\\_damga\\_vergisi.html](http://www.roedl.com/tr/tr/yayinlar/yazilar/soezlesmelerde_damga_vergisi.html) Erişim Tarihi: 26.11.2019.

Çabuk S.; Orel, F. ve Güler, E. *Süpermarket Müşterilerini Mağaza Kartı Tercih Nedenlerine En Fazla Etki Eden Değişkenlerin Ortaya Çıkarılmasına Yönelik Bir Araştırma*. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/50294> Erişim Tarihi: 25.11.2019.

Elele O. İnternet Sitelerinde Onaylanan Sözleşmelerde Damga Vergisi, Erişim Adresi: <http://www.ey.com/tr/tr/services/tax/dijital-vergi-internette-onaylanan-sozlesmelerde-damga-vergisi> , Erişim Tarihi: 25.11.2019.

Erk, Ç. *Müşteri İçin Değer Yaratma, Müşteri Sadakati Oluşum Süreci ve Şirket Performansına Etkileri Üzerine Araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Trakya Üniversitesi, Edirne

**İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı Mükellef Hizmetleri Diğer Vergiler Grup Müdürlüğü, (23.05.2013) 97895701-002.01-765 Sayılı Elektronik Ortamda Düzenlenen Üyelik Sözleşmesinin Damga Vergisine Tabi Olup**

Olmadığı Hk. **Özelge**. Erişim Adresi: <http://www.gib.gov.tr/node/100585>  
Erişim Tarihi: 25.11.2019.

**İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı Mükellef Hizmetleri Diğer Vergiler Grup Müdürlüğü tarafından Bedel İçermeyen Üyelik Kartı Başvuru Formunun Damga Vergisine Tabi Olup Olmayacağı Hakkında 2015 Tarihli Özelge.**

**İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı**,(12.06.2007). 4610 Sayılı Erişim Adresi: <http://www.alomaliye.com/2008/08/19/cari-hesap-mahsup-islemleritevsik-zorunlulugu-kapsaminda-midir-h-hakan-kivanc-smmm-mali-hukukuzmani-ytu-ogr-gor/>Erişim Tarihi:26.11.2019

**İzmir Vergi Dairesi Başkanlığı** (15.03.2007) 1401 Sayılı **Özelge** Erişim Adresi: <http://www.alomaliye.com/2008/08/19/cari-hesap-mahsup-islemleritevsik-zorunlulugu-kapsaminda-midir-h-hakan-kivanc-smmm-mali-hukukuzmani-ytu-ogr-gor/> Erişim Tarihi: 26.11.2019

Kocameşe, M. *Cari Hesap Sözleşmesi ve Muhasebe Uygulaması*, Erişim Adresi: <http://www.eps.com.tr/cari-hesap-sozlesmesi-ve-muhasebeuygulamasi.html> Erişim Tarihi:26.11.2019

**Koyuncu, E.. İnternette Yapılan Sözleşmelerde Damga Vergisi**, Erişim Adresi: <https://www.dunya.com/gundem/internette-yapilan-sozlesmelerdedamga-vergisi-haberi-212969> Erişim Tarihi: 25.11.2019.

Müşteri Sadakat Kartlar ve Sadakat Sistemi, Erişim Adresi: <http://www.smarttekas.com.tr/musteri-sadakat-kartlar-sadakat-sistemi/> Erişim Tarihi:26.11.2019.

Şahin, D. *Hedeflere Ulaşmak İçin Sadakat Pazarlaması Şart*, Erişim Adresi: [https://www.360drcpazarlama.com/pdf/mt\\_334.pdf](https://www.360drcpazarlama.com/pdf/mt_334.pdf), 26.11.2019.

Şahin, D. *Sadakat Programları Ne Zaman Başarısız Olur?* Erişim Adresi: [https://www.360drcpazarlama.com/pdf/mt\\_339.pdf](https://www.360drcpazarlama.com/pdf/mt_339.pdf) Erişim Tarihi: 26.11.2019.

Şahin, Ö. *2018'de Sadakat Pazarlamasında Bizi Neler Bekliyor?* Erişim Adresi: [https://www.360drcpazarlama.com/pdf/mt\\_335.pdf](https://www.360drcpazarlama.com/pdf/mt_335.pdf) Erişim Tarihi:26.11.2019.