

6502 SAYILI TÜKETİCİNİN KORUNMASI HAKKINDA KANUN M. 80 HÜKMÜNE GÖRE PİRAMİT SATIŞLAR

(Pyramid Selling according to the Consumer Protection
Law No 6502 Art. 80)

Yrd. Doç. Dr. Selin SERT SÜTÇÜ*

ÖZET

Piramit satış, mevzuatımıza 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun m. 80 hükmü ile girmiş yeni bir düzenleme niteliğini taşımaktadır. Daha önce hukuki bir düzenleme konusu yapılmamış olan piramit satışlar uygulamada ortaya çıkan sorunlar ve mağduriyetler sebebiyle 6502 Sayılı TKHK ile açıkça yasaklanmıştır. Çalışmamızın konusu piramit satış kavramı, kavramın hukuksal niteliği ile birlikte hangi satışların piramit satış olarak nitelendirileceğinin değerlendirilmesidir.

Anahtar kelimeler: TKHK, piramit satış, satış sözleşmesinin hukuki niteliği, satış sözleşmesi, tüketicici.

Abstract

Pyramid selling, our legislation on Consumer Protection Law No. 6502 m. 80 provision is of the nature of a new arrangement entered. Previously been the subject of legal regulation, which has become the agenda of the pyramid sales due to emerging problems in practice and is expressly prohibited by Law No. 6502 TKHK. The subject of our study pyramid sales concept, which together with the legal nature of the concept is to evaluate sales would qualify as pyramid selling.

Keywords: TKHK, pyramid selling, the legal nature of the sales contract, sales contract, consumer.

I. Tanımı

Piramit Satış 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m. 80 hükmünde; *“katılımcılarına bir miktar para veya malvarlığı ortaya koymak karşılığında, sisteme aynı şartlar altında başka katılımcılar bulma koşuluyla bir para veya malvarlığı kazancı olanağı ümidi veren ve malvarlığı kazancının elde edilmesini tamamen veya kıs-*

* Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi Medeni Hukuk Anabilim Dalı, selin81hukuk@gmail.com.

men diğer katılımcıların da koşullara uygun davranmasına bağlı kılan, gerçekçi olmayan veya gerçekleşmesi çok güç olan kazanç beklentisi sistemi” olarak tanımlanmıştır.

Piramit satış, pazarlama ağının yasadışı tipi olan düzene katılmak ve komisyon kazanmak için diğer insanları ikna etme, ayrıca düzene katılmak için belirli bir giriş ücreti ödeme sistemi olarak tanımlanmıştır¹.

Piramit satış planları gerçek ürün veya hizmetlerin bir düzenin içine katılarak başkalarına gelecekte ödeme veya hizmet vaadi içeren dolandırıcılık türü² olarak tanımlanmıştır³. Piramit satış genellikle ilerleme için belirli bir sırayla düzene dâhil olma ve kar düzeni içinde bireyler için güvenilir bir iş modeli veya fikri içerir.

Piramit satış dolandırıcılığı minimal risk için yatırımcılara büyük kar sunan bir iş planı ile başlar. Başlangıçta “giriş ücreti”⁴ adı altında bir ücret ödenerek sisteme katılım sağlanmaktadır.

Piramit satış dolandırıcılığı genellikle son derece profesyonel olarak tanımlamak zor olabilecektir. Satış düzeni içinde yer alanlar yüksek kar vaadiyle yeni katılımcıları etkilemek için çalışacaklardır. Genellikle dolandırıcılar bu düzene katılım ve başkalarını ikna etmek için farklı teknikler kullanmaktadır. Piramit satış dünyada çok sayıda ülkede yasaklanmıştır⁵. Örneğin; Danimarka, Avustralya, ABD, Rusya Federasyonu, İngiltere gibi⁶.

¹ <http://www.businessdictionary.com/definition/pyramid-selling.html>.

² Piramit satışların bir çeşit dolandırıcılık olarak değerlendirilmesinin sebebi, bu yolla haksız kazanç elde eden kişilerin sayısının çok olmasından kaynaklanmaktadır. Ülkemizde 1990 yılında ortaya çıkmıştır. Ülkemizde sadece “Titan Saadet Zinciri” adı altında bu sistem oluşturulmuş, ancak bu sistem üyelerinin şikâyetleri üzerine Devlet tarafından tamamen yasaklanmıştır. 1998 yılında Titan Saadet Zincirini kuran kişiler hapis cezasına çarptırılmıştır. https://tr.wikipedia.org/wiki/Saadet_zinciri.

³ <http://www.findlaw.co.uk/law/consumer/scams/22348.html>.

⁴ Ülkemizde faaliyet gösteren titan saadet zincirinin bu kazançtan yararlanmak isteyen üyelerinden 1990 yılında 2400 mark ücret aldığı belirtilmiştir. <http://onedio.com/haber/turkiye-de-ve-dunyada-saadet-zincirleri-kazanmak-mumkun-mu-yoksa-bir-yalan-mi-435127>

⁵ Ülkemizde 1990 lı yıllarda ortaya çıkan Titan saadet zinciri furyasından sonra piramit satışlar 6502 Sayılı TKHK ile yasaklanmıştır. Ancak Aynı Qnet (Quest.net) gibi Hong Kong merkezli olan Mega Holdings'in Ağustos 2011'de kurulmasıyla Türkiye'deki piramit sistemlerin kendini Ağ pazarlama (network marketing) şeklinde göstererek ve kişisel gelişim uzmanlarının da yer aldığı seminerler ve konferanslar ile girişimcilik eğitimleri de yaparak Titan'ın aksine ortaya sanal da olsa somut bir ürün koymasıyla dışarıdan yasal olarak gözükken bir organizasyon hâline getirdiği görülmektedir. Bu sistem de piramit satışlara benzer şekilde Binary sisteme sahip Mega Holdings'te iki yeni üyeyi referansınızla sisteme dahil ettiğinizde, bu kişi 120 dolar kazanmış oluyor . Web sitesi satışı, o site ile yapılabilecekler, web sitenin önemi gibi konular zaten giriş aşamasından sonra yalnızca bir 'kartvizit'e döndüğünden ötürü, esas çalışma ve esas olay piramiti kurmakta bitiyor. Bu sebeple bu sistemin de piramit satış sistemini gizlemek için oluşturulan bir maske olduğu fikri hukukçular tarafından tartışılmıştır. <http://www.hurriyet.com.tr/titan-skan-dalini-hatirlatan-yeni-nesil-saadet-zinciri-25506601>.

⁶ http://en.wikipedia.org/wiki/Pyramid_scheme.

Bir piramit satış şeması tüketicilere hizmet satışından daha çok ödeme yapılmasını sağlayan işleri ifade etmek için kullanılan kavramdır⁷. Piramit satış şeması planlar dâhilinde hazırlanmaktadır. Bu planlar da ‘zincir mektuplar⁸’, ‘kartopu planları⁹’, ‘zincir satış¹⁰’ olarak ifade edilmiştir¹¹.

II. Piramit Satış Sisteminin İşleyişi

Pazarlama sisteminde üretilen bir malın müşteriye ulaşması nakliye, dağıtıcı, nakliye bayi, şube, dağıtıcı, toptancı gibi birçok aracından geçmesi suretiyle gerçekleşmektedir. Her bir dağıtıcının ürüne kendi karını koyması ürünün müşteriye ulaşmasını maliyetli hale getirmektedir. Piramit satış sisteminde ise ürünün müşteriye doğrudan ulaşması hedeflenmektedir. Üretici firma ile müşteri arasındaki araçlar ortadan kaldırılmaktadır. Sistemin en önemli yönü, müşterilere diğer müşteriler yoluyla ulaşılmasıdır. Aracılık, ürünü şirketten satıl alan müşterinin bu ürünü yine bir müşteriye satması şeklinde cereyan etmektedir. Bu şekilde şirketin imkânları yerine bireyin imkânları kullanılmaktadır. Ürün en son tüketiciye sunulmaktadır. Tüketici ise TKHK anlamında tüketici olmaktadır¹².

⁷ M. Brooks Douglas, Robert Fitzpatrick, Bruce Craig: ‘THE PYRAMID SCHEME INDUSTRY: Examining Some Legal and Economic Aspects of Multi-Level Marketing’ (2014), s. 2.

⁸ “Tipik bir **mektup zinciri** ya da **zincirleme mektup** alıcılarını gönderilen mektubun (mesajın) kopyalarını yaptırtıp mümkün olduğunca en fazla alıcıya göndertmeye çalışan bir mektuptan (mesajdan) oluşur. Mektup zincirlerinde kullanılan en yaygın mesajlar, duygu sömürüsüne dayalı hikâyeler; titan zinciri benzeri kısa yoldan köşeyi dönme vaatleri veya zincirin kırılması (mektubun gönderilmemesi halinde) batıl ya da dini inançların sömürüsü vasıtasıyla kötü şans, kötü bir olay, bela, ölüm vs. gibi şeylerin başa geleceğidir. Amerika Birleşik Devletlerinde, büyük getiriler vaadiyle para ve benzeri mal talep eden mektup zincirleri kumarın bir tipi olarak kabul edilmiş ve yasaklanmıştır. Diğer içerikli mektup zincirleri ise sıklıkla gönderilen posta miktarını katladıklarından (posta trafiğini arttırdıklarından), bireysel alıcıya da hitap etmediklerinden, genellikle sınır bozucu ve zaman kaybettirici bir oyun olarak görülür. Kimi kurum ve kuruluşlar (başta eğitim kurumları ve askeri kurumlar) e-posta sistemlerinde mektup zincirlerine izin vermezler. Bu tür zincirleme mektuplar -kişiye özel gönderilmiş mektuplardan ayırt edilebildikleri ölçüde (ki bu hiç de sıradan bir iş değildir)- sistemden ayıklanır”. http://tr.wikipedia.org/wiki/Mektup_zinciri

⁹ “Kartopu planlarında sisteme dâhil olan üye başka bir üyeyi sisteme dâhil ederek sisteme katılan üye sayısını adeta kartopu gibi arttırmaktadır. Sisteme üye sayısının kartopu gibi artması sistemden elde edilen gelirin de artmasını sağlamaktadır”.

¹⁰ “Zincir satış, satış tekniklerinden bir satıcının zincirin halkaları gibi ürünü diğer satıcıya satması ürünü satın alan üyenin de o ürünü bir başkasına satması şeklinde gerçekleşen sistemi ifade etmektedir”.

¹¹ http://www.acnintegrity.eu/acn/ie/integrity/our_commitment/legal_counsels_reports/report4.jsp.

¹² Tüketici TKHK m. 3 hükmünde “ticari veya mesleki olmayan amaçlarla hareket eden gerçek veya tüzel kişiyi ifade etmektedir”. Şeklinde tanımlanmıştır. Bu kavramın değerlendirilmesi ile ilgili bkz. Mustafa Alper Gümüş: 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi, İstanbul 2014, s. 30-31; Murat Aydoğdu: Tüketici Hukuku Dersleri, Ankara 2015, s. 59-62; Yılmaz Aslan: Tüketici Hukuku Dersleri, Bursa 2014, s. 1-5; Çağlar Özel: Tüketicinin Korunması Hukuku, Ankara 2014, s. 39-51; Tamer İnal: Tüketici Hukuku, Ankara 2014, s. 64.

Dünyada ilk piramit satış olarak nitelendirilebilecek olan organizasyon, 1920 yılında A.B.D.'de Charles Ponzi tarafından oluşturulmuştur¹³. Bu nedenle piramit satış, literatürde “Ponzi şeması” olarak da adlandırılmaktadır. Ponzi, kendisi ile birlikte on arkadaşının 150 \$ katılım ücreti yatırmasını sağlayarak işe başlamış ve arkadaşlarına yatırımlarının %50'sinin 90 gün içinde kendilerine geri döneceğini vaat etmiştir. Daha sonra aynı şekilde bir arkadaş grubuna daha aynı miktarda katılım ücreti yatırtmış ve sözde yatırımcılardan oluşan orijinal grubun da onlara yatırımlarını aynı süre zarfında döndüreceğini anlatarak zinciri başlatmıştır. Piramidin başında yer alan öncü katılımcılar, vaat edilen geri dönüşün 90 günden çok daha kısa sürede gerçekleşmesinden hoşnut kalmış, diğer katılımcıları da bu coşkuyla piramit şemaya dahil edebilmişlerdir. Ponzi, 9 ayda 9 milyon dolardan fazla kazanmış olup, piramide sonradan katılanlara da bu rakamın yaklaşık on katı borçlanmış ve sahtekarlıktan tutuklanmıştır. Önceleri zincir mektuplarda olduğu gibi herhangi bir ürün ya da hizmet içermeyen piramit şemalar, günümüzde daha kompleks yapıda dizayn edilerek üyelere ve organizasyon dışındaki kişilere satmak üzere ürün ve hizmetler sunmaktadır¹⁴. Piramit şemaya katılanlar, önce büyük miktarda para kazanmakta, fakat piramite sonradan katılanlar, ya daha küçük miktarlarda para kazanmakta ya da tüm paralarını kaybetmektedirler¹⁵. Sonuç olarak; sisteme para kazanma umudu ile giren üyeler üye edinmeyi bıraktıklarından dolayı katılan insanların çoğu da paralarını kaybetmekte ve piramit çökmektedir¹⁶.

III. Unsurları

A. Bir Miktar Para veya Malvarlığı Ortaya Koyma

Piramit satış sözleşmesine taraf olabilmek için öncelikle bir miktar para veya malvarlığının ortaya konması gerekmektedir. Bu bir miktar para veya malvarlığı aynı zamanda piramit satış adı verilen bu sisteme giriş için bir “giriş ücreti” niteliği de taşımaktadır¹⁷.

Piramit sözleşmesine taraf olabilmek için giriş ücreti olarak ödenecek bedelin

¹³ Peter Clothier, Peter: Multi Level Marketing, A Practical Guide to Successful Network Selling London: Kogan Page 1997, s.29.

¹⁴ Peter Jay Vander Nat William W. Keep, Marketing Fraud An Approach for Differentiating Multi-level Marketing from Pyramid Schemes. Journal of Public Policy & Marketing. 2002 Vol.21 (1) s.140.

¹⁵ Daryl Koehn, Ethical Issues Connected with Multi-level Marketing Schemes, Journal of Business Ethics, 2001, 29,1/2, s.156.

¹⁶ Nihal Paşalı Taşoğlu: “Çok Katlı Pazarlama Şirketleri İle Piramit Şema Organizasyonlarının Yapısal Farklılıkları Üzerine Bir İnceleme”, Sosyal Bilimler Dergisi / Journal of Social Sciences 2(1),2008, 25-39.

¹⁷ Paşalı Taşoğlu: s.25-39.

TL olması zorunlu değildir¹⁸. Sözleşmeye katılım için ödenecek olan bedelin yabancı para cinsinden belirlenmesi de mümkündür¹⁹. Giriş ücreti sisteme dâhil olmak için sadece sözleşmenin imzalanması yani taraf olunması aşamasında alınan bir bedel olarak karşımıza çıkmaktadır.

Piramit sözleşmesine taraf olabilmek için ödenecek olan giriş bedelinin²⁰ malvarlığı olarak da ödenmesi mümkündür. Giriş ücretinin malvarlığı olarak belirlenmesi durumunda ise malvarlığına ilişkin olarak tescil işleminin yapılmasının zorunlu olup olmadığı tartışılabilir bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Tescil işleminin yapılması ve malvarlığının sözleşmenin tarafı olunabilmek için devredilmesi yani tescil işleminin yapılması kanımızca zorunludur. Malvarlığı ile ifade edilen taşınır mal ise taşınırın devri için teslim işlemi yeterli olduğundan malın teslim edilmesi giriş ücretinin ödenmesi ve piramit satış sistemine girmek için yeterlidir.

B. Başka Katılımcı Bulma

Piramit satışların diğer özelliği sisteme dahil edilecek olan başka katılımcı bulunmasıdır²¹. Katılımcı sayısının artması piramit satış sisteminden para kazanılması imkânlarını da arttırmaktadır. Katılımcı sayısının artması sisteme katılanların satış sistemi içerisinde daha çok kazanmasına yardımcı olmaktadır.

Yeni katılacak olan katılımcıların da sisteme dâhil olabilmek için giriş ücreti adı verilen ücreti ödemesi zorunludur²². Giriş ücreti aynı şekilde bir miktar para şeklinde

¹⁸ 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu m.99 hükmüne göre “konusu para olan borç ülke parası ile ödenir. Ülke parası dışında başka bir para birimi ile ödeme yapılması kararlaştırılmışsa sözleşmede aynen ödeme veya bu anlama gelen bir ifade bulunmadıkça borç ödeme günündeki rayiç ülke parası ile ödenir”. Bu sebeple piramit satışlarda da tarafların bu sisteme dahil olabilmeleri için ödemesi gereken tutar TL olabileceği gibi yabancı para cinsinden de belirlenebilir. Borçlar Kanunu tarafından benimsenen bu sistem sözleşme özgürlüğü ilkesine de paralel bir düzenleme niteliği taşımaktadır.

¹⁹ Ülkemizde piramit satış uygulamasının örneklerinden biri kabul edilen Titan Saadet Zinciri de üyelerinden katılım bedeli olarak mark tahsil etmiştir.

²⁰ Clarence L. Jr. Pozza / Thomas R. Cox/ Robert J. Morad: “A Review of Recent Investor Issues in the Madoff, Stanford and Forte Ponzi Scheme Cases”, *Journal of Business & Securities Law*, Spring 2010, Vol.10, Issue 2, s.113-131, s.119; Volkan Maviş: “Dolandırıcılık Suçunun Hile Unsuruna İlişkin Sorunlar”, *İNÜHFD*, C.6, Özel Sayı, 2015, <https://www.inonu.edu.tr/uploads/contentfile/173/files/Volkan%20MAV%4%B0%C5%9E.pdf>.

²¹ “Ponzi dolandırıcılığı” ile oldukça benzer olan “Piramit dolandırıcılığı”nın da devamı sürekli bir şekilde sisteme katılımcı dâhil edilmesi esasına dayanır. Gerald Kovacich: *Fighting Fraud: How to Establish and Manage an Anti-Fraud Program*, New York: Elsevier, 2008:123-124. İki dolandırıcılık arasındaki temel fark ise “Ponzi”de getirinin yasal olarak bilinen bir yatırıma dayandığı ifade edilirken, “Piramit”te kazanç için temel şart sisteme katılımcı dâhil edilmesidir. James Walsh: *You Can't Cheat an Honest Man: How Ponzi Schemes and Pyramid Fraud Work and Why They're More Common Than Ever*, Los Angeles: Silver Lake Publishing, 1998:8.

²² Abdurrahman Yılmaz: *Türkiye deki Dolandırıcılık Tipolojileri: Dolandırıcılık Olaylarının Kate-*

olabileceği gibi malvarlığı olarak da kararlaştırılabilecektir. Başka katılımcı bulunması yeni katılımcılara öncelikle sistemin anlatılması ve bu sistemden nasıl gelir elde edileceğinin bildirilmesi şeklinde gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla yeni katılımcılara para veya malvarlığı kazanma ümidi verilmesi gerekmektedir. Yeni katılımcılara sisteme dâhil olmaları ile birlikte para veya malvarlığı kazanacaklarına ilişkin vaatte bulunmaktadır. Katılımcılar sisteme bir miktar para koyarak dâhil olmaları halinde dahi tarafların aralarındaki anlaşma gereğince sistemden kazanç olarak malvarlığı elde etmeleri mümkündür.

C. Bir Miktar Para Veya Malvarlığı Kazanma Ümidi Verme

Piramit satış sistemlerinde sisteme dâhil olan yeni üyelere bir miktar para veya malvarlığı kazanma ümidi verilmektedir. Sistemin işleyişi gereğince iki tür malvarlığı veya bir miktar para kazanma fırsatı sunulmaktadır²³. Sistem içerisinde bulunan satıcı ilk olarak kendi satmış olduğu üründen kazanç elde etmektedir. İkinci olarak ise sisteme dâhil ettiği diğer katılımcıların kazandıkları miktar üzerinden pay almaktadır. Bu aynı zamanda sisteme dâhil olanların kendi elde ettikleri kazançtan sistemde bulunan diğer katılımcılara da pay vermesi şeklinde gerçekleşmektedir. Yani piramidin altında bulunanlar piramidin üstünde bulunanlara gelirlerinden pay vermektedir. Ancak piramidin altında bulunanların piramidin üstünde bulunan tüm katılımcılara pay vermesi gibi bir durum söz konusu değildir. Uygulamada farklı modeller belirlenmiş ve gelir paylaşımı ona göre sistem içerisinde yapılandırılmıştır.

gorik Tasnifi ve Yapılış Şekilleri, http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/DOLANDIRICILIK_TIPOLOJILERI_12_2015.pdf.

²³ Yargıtay 13. HD, 1999/ 5959 E., 1999/6672 K. Sayılı kararında; “Davacılar, davalı tarafından düzenlenen bazı toplantılara katılarak kazanç yolu ile para kazanacakları vaadi ile kandırılıp her birinden 2450 DM alınmasına karşın herhangi bir kazançları olmadığını, dolandırıldıklarını ileri sürerek vermiş oldukları 4900 DM’nin tahsilini istemişlerdir. Davalı, davacıların T... Uluslararası Matematiksel Kazanç Sistemine girip gayelerinin kendilerinden önceki şahıslar gibi sisteme yeni üyeler kazandırarak para kazanmak olduğunu, sisteme girerken ödenen paranın da hile olduğunu savunarak haksız ve mesnetsiz açılan davanın reddin dilemiştir. Davacılar, Uluslararası Matematiksel Kazanç Sistemi Başvurusu ile dava konusu ettikleri bedeli geri talep etmemek koşuluna bağlı olarak sisteme hibe etmişler, ne kadar çok kişiyi kandırıp sisteme dahil edersek o kadar çok para kazanınız gayesi ile de T... International’a katılmışlardır. Uluslararası Matematiksel Kazanç Sisteminin gayesi de sisteme katılanların, bu sisteme ne kadar çok kişi dahil ederlerse o nispette kazanç sağlayacakları esasına dayalı olmasıdır. Başlangıçta bu sisteme Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü tarafından 4.12.1996 tarihinde izin verilmişken sonradan 1.9.1997 tarihinde birden çok kişiden usulsüz ve yetkisiz para toplanmış olması nedeniyle verilen iznin iptal edildiği görülmüştür. Böylece güttüğü gayenin ahlaka ve adaba aykırı, kanunun suç sayıp yasakladığı faaliyetlerden olduğu kumar mahiyetinde bulunduğu anlaşılmıştır. Davacılarında böyle bir sisteme dahil olmaları başkalarını yanıltıp daha çok kazanç sağlama amacına yönelik olması nedeniyle kumar niteliğinde olduğu gibi ahlaka ve adaba da aykırıdır. Davacıların bu işlemleri sosyal hayatta güven ve devamlılık sağlamayacağı gibi kamuoyu tarafından benimseneceği de düşünülemez....” www.kazanci.com.tr

Uygulamada bu konuda en çok uygulanan modeller 5x8, 3x9, 2x12 dir. Bu durum şu şekilde yorumlanmaktadır: Örneğin; 5x8 modeli için; bir üye en fazla kendisinden beş alt kademeye kadar komisyon alabilecek ve ayrıca bu kademelerde yer alan gruplardaki üye sayısı kaç olursa olsun en fazla sekiz üyeye kadar komisyon alabilecektir²⁴.

Katılımcıların piramit satış sistemine dâhil olurken bir miktar para veya malvarlığı ortaya koymuş olmaları kazancın da bir miktar para ortaya koyana para, bir miktar malvarlığı ortaya koyana malvarlığı verme şeklinde mi olmak zorundadır? Kanımızca katılımcılar ile yapılan sözleşmeye bu konuda öncelik verilmesi gerekmektedir. Sözleşme ile bir miktar para ortaya konması karşılığında kazanç olarak sadece bir miktar para verilebileceği gibi bir miktar malvarlığı da verilebilecektir.

D. Diğer Katılımcıların Koşullara Uygun Davranması

Kanunun piramit satışlar ile ilgili düzenlediği diğer bir husus; yeni katılımcıların veya katılımcıların koşullara uygun davranmasıdır. Sisteme katılacak olan katılımcılara sistemin ne şekilde işlediği, nasıl kazanç elde edildiği anlatıldıktan sonra sistemin kazanç paylaşımına dayalı bir sistem olduğu konusunda da bilgilendirme yapılacaktır. Dolayısıyla kazanç paylaşma amacı olmayan ya da elde ettiği kazancı paylaşmayacağını beyan eden bir katılımcının sisteme dâhil olması mümkün değildir²⁵.

Katılımcıların koşullara uygun davranması ile aynı zamanda sisteme dâhil olmak için giriş ücreti ödenmesi yani bir miktar para veya malvarlığının ödenmesi gerekmektedir. Katılımcıların giriş ücretini ödemesi de piramit satış sisteminde koşullara uygun davranmanın bir parçasıdır.

IV. Hukuki Niteliği

Piramit satışlar TKHK m.80 hükmünde düzenlenmiştir. Satış sözleşmesi ise genel olarak TBK m.207 vd. maddeleri hükümlerinde incelenmiştir. Satış sözleşmesi TBK da düzenlenirken aynı zamanda satış türlerine de yer verilmiştir. TBK örnek üzerine satış, beğenme koşuluyla satış, ön ödemeli taksitle satış, açık arttırma yolu ile satış, taksitle satış sözleşmelerini düzenlemiştir. Kapıdan satış sözleşmesi veya piramit satış sözleşmesi gibi bazı satış türleri ise TBK da düzenlenmemiş onun yerine TKHK da düzenlenmiştir.

Piramit satış sistemi, kişilerin firmalar tarafından oluşturulmuş bir sisteme dâhil olmalarıyla başlamaktadır. Firmanın asıl çabası, ürünlerin satışını yapmaktan çok kişileri sisteme üye yapmaktır. Sistemde esas pazarlanan husus, sistemin kendisidir;

²⁴ <http://www.networkmarketingokulu.com/network-marketing-kazanc-metodlari.html>.

²⁵ Sergio Pareja, 'Sales Gone Wild: Will the FTC's Business Opportunity Rule Put An End to Pyramid Marketing Schemes?', 39 McGeorge Law Review 83, 91-92 (2008).

ürünler ikinci planda pazarlanmaktadır²⁶. Bunda da amaç, çok geniş bir tüketici kitlesini hem müşteri yapmak hem de onları birer dağıtıcı olarak sisteme sokmaktır.

Şirket ile üye arasındaki sözleşme “üyelik sözleşmesi” niteliği taşımaktadır. Ara- larındaki üyelik sözleşmesi uyarınca şirket, üyeye ürünleri katalog fiyatının belirli oranda altındaki bir fiyattan satma yükümlülüğü altındadır. Üyeler ucuza aldıkları bu ürünleri katalog fiyatları üzerinden satarak kazanç elde etmektedir²⁷. Piramit satış sisteminin ilk aşaması kişilerin sisteme giriş ücreti ödeyerek dâhil olmasıdır. Bu aşamada herhangi bir satış işlemi gerçekleşmemektedir²⁸. Yapılan tek işlem katılımcı- ların hazırlanan çerçeve sözleşmeyi imzalayarak sisteme dâhil olmalarını sağlamaktır. Taraflar arasında imzalanan bu sözleşme daha önceden hazırlanmış çerçeve bir sözleş- me niteliği taşımaktadır. Taraflar bu çerçeve sözleşmeye örneğin; sisteme üye olmak için bir miktar para mı yoksa malvarlığı mı konması gerektiğini ya da katılımcının sisteme üye olduktan sonra piramit içerisinde sattığı ürünler üzerinden ne kadar gelir elde edeceği veya elde ettiklerinin ne kadarını aynı piramit içerisinde yer alan gruba ne şekilde vereceği paylaşımın ne şekilde yapılacağı hususlarının yazılması gerekmektedir. Bu çerçeve sözleşme aynı zamanda kanımızca TBK da düzenlenen genel işlem şartları²⁹ niteliği de taşımaktadır. Piramit satış sözleşmeleri çok sayıda katılımcının bir araya gelmesi ile oluşturulan sözleşmeler olması sebebiyle sisteme dâhil olunmak için hazırlanan sözleşmenin içeriğinin genel işlem şartları şeklinde belirlenmesi daha kolay bir yol olarak karşımıza çıkacaktır.

Piramit satış sözleşmesinin ilk aşaması olan üyelik sözleşmesinin niteliği itibari ile vekâlet sözleşmesi³⁰ olup olmadığı tartışılabilir. Vekâlet sözleşmesi, TBK m.502 vd. hükümlerinde düzenlenmiştir. TBK m. 502 hükmüne göre vekâlet sözleş- mesi; “vekilin vekâlet verenin bir işini görmeyi veya işlemini yapmayı üstlendiği” söz-

²⁶ Serbay Moray: “6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Yer Alan Cezai Sorum- luluk Hükümleri ve Yaptırımları”, Mali Çözüm, Kasım-Aralık 2013, s. 151.

²⁷ Metin Argan: Çok Katlı Pazarlama ve Türkiye de Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir 1997, s. 84.

²⁸ Kovacich: s.123-124.

²⁹ TBK m.20 hükmünde genel işlem şartları “bir sözleşme yapılırken düzenleyenin, ileride çok sayıdaki benzer sözleşmede kullanmak amacıyla, önceden, tek başına hazırlayarak karşı tarafa sunduğu sözleşme hükümleri” olarak tanımlanmaktadır. Genel işlem şartları ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Yeşim Atamer: Sözleşme Özgürlüğünün Sınırlandırılması Sorunu Çerçevesinde Genel İşlem Şartlarının Denetlenmesi, İstanbul 2001; Adem Yelmen: Türk Borçlar Kanununa Göre Genel İşlem Şartları, Ankara 2014.

³⁰ Aydın Zevkliler- Şeref Ertaş- Ayşe Havutçu- Murat Aydoğdu- Emre Cumalıoğlu: Borçlar Hu- kuku, İzmir 2013, s. 619-630; Fahrettin Aral- Hasan Ayrancı: Borçlar Hukuku Özel Borç İliş- kileri, Ankara 2014, s.407-435; Fikret Eren: Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Ankara 2014, s. 698-737; Murat Aydoğdu- Nalan Kahveci: Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Ankara 2014, s. 776-791; Cevdet Yavuz: Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler, İstanbul 2014, s. 1119- 1333; Aydın Zevkliler- Emre Gökyayla: Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, Ankara 2013, s.590-628; Mustafa Alper Gümüş: Borçlar Hukuku Özel Hükümler, İstanbul 2012, s. 115-194.

leşme olarak tanımlanmıştır. Kanımızca piramit satış sözleşmesinin ilk sözleşmesini oluşturan üyelik sözleşmesi, vekâlet sözleşmesi değildir. Çünkü vekâlet sözleşmesinde yer alan bir işlemi yapma veya işlemin yapılmasını üstlenme unsuru piramit satış sözleşmesinin bir unsuru değildir. Piramit satış sözleşmesinde ürünün satılmasında daha önceden o sisteme katılan kişi sisteme yeni katılan kişiye bir işlemi yapma veya işlemin yapılmasını üstlenme borcu yüklemektedir. Sisteme yeni katılan kişi kendi isteği ile üyelik katılım ücreti ödeyerek sisteme dâhil olmaktadır ve sisteme katılarak satışını gerçekleştirdiği firmadan ücret temin etmekte veya o ürünleri kendisi almak istediğinde indirim hakkı kazanmaktadır. Ayrıca sisteme katılmak isteyen yeni üye o ürünün satışını yapmak zorunda değildir. Sadece ürün satarak belirli bazı ayrıcalıklardan (ürün indirimi-kazanç elde etme vb.) yararlanma imkânına kavuşmuş olmaktadır.

Piramit satış sözleşmesinin ilk basamağı olan üyelik sözleşmesinin eksik üçüncü kişi yararına sözleşme³¹ (TBK m. 129/1)³² olup olmadığı da tartışılacak bir diğer husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Eksik üçüncü kişi yararına sözleşme ile vaat eden, vaat ettirene, sadece üçüncü kişiye ifada bulunacağını taahhüt eder. Bu durumda üçüncü kişi yararına bir hak doğmaz; üçüncü kişi sadece yapılan ifayı kabule yetkilidir. Borçlunun, borcundan kurtulabilmesi için, üçüncü kişiye ifada bulunması gerekir. Eksik üçüncü kişi yararına sözleşmenin³³ geçerli olması için, vaat ettiren kimsenin bir çıkarının bulunması gerekli değildir. Piramit satış sözleşmesi kanımızca eksik üçüncü kişi yararına sözleşme niteliğinde de değildir. Çünkü eksik üçüncü kişi yararına sözleşmenin unsuru olan sadece üçüncü kişiye ifada bulunma yükümlülüğü piramit satış sözleşmesinde öngörülen bir unsur değildir. Sisteme katılan üye üyelik sözleşmesi ile kazancının bir kısmını piramitte kendisinden üstte olan ya da yatay olarak kendisi ile aynı durumda bulunan kişi ile paylaşmak durumundadır.

Piramit satış sözleşmesinde görülen ikinci sözleşme ise sisteme katılan üye ile tüketicisi arasında yapılan satış sözleşmesidir. Satış sözleşmesi TBK da en temel sözleşme

³¹ Ayrıntılı bilgi için bkz. Şener Akyol: Tam Üçüncü Şahıs Yararına Sözleşme, İstanbul 2008.

³² TBK m.129/1: “Kendi adına sözleşme yapan kişi, sözleşmeye üçüncü kişi yararına bir edim yükümlülüğü koydurmuşsa edimin üçüncü kişiye ifasını isteyebilir”.

³³ “Eksik üçüncü kişi yararına sözleşme de borç ilişkisinin nisbi niteliğine istisna oluşturan bir durum yoktur. Lehdarın taraflar arasındaki hukuki ilişkiye dayanarak bir hak ileri sürmesi söz konusu değildir. Bununla birlikte burada da ifanın sözleşme ilişkisine taraf olmayan bir kişiye yapılması üzerine borcun sona ermesi hali vardır”. Kemal Oğuzman- Turgut Öz: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, C. II, İstanbul 2014, s. 430-431; Fikret Eren: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Ankara 2014, s. 144-1145; Hüseyin Hatemi- Emre Gökyayla: Borçlar Hukuku Genel Bölüm, İstanbul 2012, s. 282-283; Herdem Belen: 6098 Sayılı Borçlar Kanunu Genel Hükümler, İstanbul 2014, s.318-328; Mehmet Ayan: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Konya 2013, s.61; Haluk Nami Nomer: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, İstanbul 2013, s. 343-346; Ali Naim İnan- Özge Yücel: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Ankara 2014, s.517; Ahmet Kılıçoğlu: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Ankara 2014, s. 582.

türü olarak kabul edilmektedir. TBK m. 207 hükmünde satış sözleşmesi, “satıcının satılanın zilyetlik ve mülkiyetini alıcıya devretme, alıcının ise buna karşılık bir bedel ödeme borcunu üstlendiği sözleşme” olarak tanımlanmıştır. Piramit satış sözleşmesinde de sistemde yer alan üye ile tüketici arasında yapılan sözleşme satış sözleşmesidir. Satış sözleşmesi ile ilgili olarak TBK hükümleri uygulama alanı bulacaktır³⁴.

Kanımızca piramit satış sözleşmesi hem üyelik sözleşmesi hem de satış sözleşmesinin unsurlarını içermesi sebebiyle isimsiz sözleşme niteliği taşımaktadır. İsimsiz sözleşmelerden ise, kendine özgü sözleşme (sui generis) sözleşme olarak nitelendirilmelidir. Sui generis sözleşme, yastada düzenlenmiş bulunan sözleşmelere ilişkin öğeleri tümüyle ya da bir bölümüyle içermeyen ve kendilerine özgü öğelerden oluşurlar. Bu gibi sözleşmelerle ilgili olarak taraflar arasında bir sorun doğarsa, bu sorunun nasıl çözümleneceği sorusunu yanıtlamak güç olacaktır. Bu sözleşmeler yastada düzenlenmedikleri gibi, içerdikleri öğelere ilişkin de kanunda herhangi bir düzenleme olmaması sorunların çözümünde güçlük arz etmektedir³⁵.

V. Piramit Satış Sözleşmesinin Tarafları

A. Distribütör

Müşteri ile firma arasında köprü görevi gören ve piramit satışlarda adı en fazla geçen kişiler distribütörlerdir. Bu yöntemde, aracı olarak sadece kendisi de müşteri durumunda olan ve adına distribütör (dağıtıcı) denilen satış elemanları görev yapar. Her distribütör, kendinden sonra gelecek potansiyel müşteri için bir iş olanağı, üretici firma için de hem bir satış elemanı hem de tanıtım ajanı görevi görmektedir. Her distribütör, kendi işini yürüten bağımsız bir iş sahibidir³⁶.

B. Sponsor/Üst Hat

Sponsorluk, piramit satışları doğrudan satıştan ayıran bir başka farktır. Doğrudan satışta ve hatta bazı çok katlı pazarlama şirketlerinde dahi kullanılan “distribütör edinme” işlevinden daha kapsamlı bir şekilde, sponsorluk yapmakla bir distribütöre, işini nasıl yapacağı, kendi işini nasıl kuracağı öğretilmektedir³⁷.

³⁴ Konu ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Aral- Ayrancı, s.67 vd.; Eren: s. 55 vd.

³⁵ Zevkliler- Gökyayla: s. 11; Yavuz: s. 25; Aral- Ayrancı: s. 58; Aydoğdu- Kahveci: s. 24-25; Eren: s.17; Gümü: s.10-11.

³⁶ Ömer Baybars Tek: Pazarlama İlkeleri, İstanbul 1997, s. 57.

³⁷ Don Failla: How to Build a Large Successful Multi- Level- Marketing Organization. USA, MLM Int., 1995, s. 10-11; İngilizce kökenli “sponsor” (destekleyici) kelimesinden türetilen sponsorship (destekleyicilik) kelimesi Türkçe içinde kendine “sponsorluk” olarak yer bulmuştur. Zaman içinde farklı kaynaklar sponsorluk için çeşitli tanımlama ve açıklamalarda bulunmuştur. Bu tanımlardan birine göre sponsorluk; belirli pazarlama amaçları için bir etkinlik, takım, grup vb. ile olan birlikteliği satın almak ve kendi çıkarları doğrultusunda kullanmaktır”, Fikret Soyer-Yusuf

C. Alt Hat

Alt hat, distribütörün satış organizasyonu ya da satış grubu olarak da adlandırılmaktadır. Bir distribütörün alt hat oluşturması, yeni distribütörler edinip onlara rehberlik yapması ve onların da yeni distribütörler edinip o distribütörlere rehberlik yapmasına yardımcı olması ile gerçekleşir³⁸.

D. İlk Hat

İlk hat terimi, çok katlı pazarlamada iki amaçla kullanılmaktadır. Birincisi, başlangıç evresinde şirketlerin, çoğunlukla başka çok katlı pazarlama firmalarında aktif olarak çalışmış ve başarılı olmuş distribütör diye adlandırılan deneyimli kişileri bünyesine almasıyla başlar. Bu kişiler, şirketin ilk hattı olmakta ve şirket içinde liderler olarak tanınmaktadırlar. İkincisi, benzer bir şekilde, bir distribütörün ilk hat kavramı ile, distribütörün alt hattındakilerin ilk seviyesinde bulunanlar kastedilmektedir³⁹.

E. İş / Fırsat Toplantısı

Yeni distribütörler edinmek amacıyla bir distribütör ya da distribütör grubu tarafından yapılan toplantılardır. Tipik bir fırsat toplantısı, yaklaşık yarım saat sürmektedir. Toplantı sırasında, bir veya daha fazla sayıda deneyimli distribütör tarafından, şirket, ürünler/hizmetler ve iş fırsatı hakkında bilgiler verilir ve ürün sonuçları paylaşılır⁴⁰.

F. Pazarlama Planı

Bir ağ geliştirmek, çok katlı pazarlamada büyük miktarda kazanç elde etmenin yoludur. Şirket, ürünlerinin pazarlanması için bir organizasyon inşa edilmesini, indirimler, teşvikler, ikramiyeler ve telif hakları ödemeleri ile ödüllendirilmesini ve organizasyonun gelişmesi için distribütörlerine yardım ve tavsiyelerde bulunmasını sağlar. Hemen hemen tüm çok katlı pazarlama şirketlerinin pazarlama planı aylık takvim üzerinde oluşturulur. Aylık satış miktarının artışı üzerinden indirimler hesaplanır⁴¹.

Can: "Sporda Sponsorluğun Hukuki Temelleri ve Türkiye deki Mevcut Durum Üzerine Bir Değerlendirme", Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, C.7, S.1, Y.2010, s. 1205; Ton Otker: "Exploitation: The Key To Sponsorship Success", European Research, Vol:26, 1988, s.77.

³⁸ Zig Ziglar, & John P. Hayes: Network Marketing For Dummies. New York: Hungry Minds Inc., 2001, s.354.

³⁹ Ziglar-Hayes: s. 355.

⁴⁰ Ziglar-Hayes: s. 356.

⁴¹ Clothier, s. 54.

IV. Piramit Satış Sözleşmesinin Sona Ermesi

Piramit satış sözleşmesi üyelik sözleşmesi ile satış sözleşmesinden oluşan sui generis bir sözleşme niteliği taşımaktadır. Sözleşme bu niteliği itibari sözleşmelerin genel sona erme sebepleri olan ölüm veya fiil ehliyetinin kaybedilmesi durumlarında sona erecektir. Sözleşmenin tarafları bakımından ölüm ve fiil ehliyetinin kaybı sadece piramit satış sözleşmesinin o üye bakımından sona ermesine sebep olacaktır. Yoksa piramit satış sözleşmesinin tamamının sona ermesi gibi bir durum söz konusu değildir. Aynı şekilde fiil ehliyetinin kaybedilmesi de sadece piramit satış sözleşmesine üye olarak fiil ehliyetini kaybeden kişi bakımından sözleşmenin sona ermesi sonucunu doğuracaktır.

Sözleşmenin olağan sona erme hali sözleşme ile yerine getirilmesi taahhüt edilen edimlerin ifa edilmesidir. İfa ile ifade edilmek istenen sistemde yer alan üyenin ürün satışını gerçekleştirmesi ve bu satış sonrasında elde ettiği kazancı sistemde yer alan üyelerle paylaşması ile sona erecektir.

Piramit satış sözleşmesinde üye üyelikten çıkmadıkça, çekilmedikçe ya da üyelikten çıkarılmadıkça üyelik sözleşmesi varlığını devam ettirecektir. Ancak satış sözleşmesi pazarlanan ürünün satışının yapılması ve bunun karşılığında ürünün satış bedelinin alınması ile sona erecektir. Piramit satış sözleşmesinin temelinde yatan üyelik sözleşmesinde üyeliğe kabul veya üyelikten çıkarılma şartları açıkça belirtilmiş olabilir. Bu durumda üye sözleşmede belirtilen durumların gerçekleşmesi halinde üyelikten çıkarılabilecektir. Üyelikten çıkarılma sözleşmenin sona erme sebebi olarak karşımıza çıkacaktır.

Üst grupların gelirini finanse eden, alt kademenin bir ivmeye sahip 'sisteme nakit girişi' sona erdiğinde, en azından yavaşladığında bu sistemin sonunun geldiğini sinyalidir⁴².

Piramit satış sözleşmesine göre ayıplı mal teslim edilmesi halinde TKHK ayıplı mallara ilişkin m.8 hükmü uygulama alanı bulacaktır. Ayıplı mal teslim edilmesi halinde başvurulabilecek hukuki imkânlar olarak sözleşmeden dönme, semenin indirilmesi, ücretsiz onarım ve malın yenisi ile değiştirilmesi yollarına başvurulabilecektir. Sözleşmeden dönme hukuki imkânının kullanılması halinde sözleşmeden dönme sadece satış sözleşmesinden dönmedir. Yoksa üyelik sözleşmesi geçerli olmaya devam edecektir.

TKHK m.80 hükmünde ayrıca "Piramit satış sisteminin kurulması, yayılması veya tavsiye edilmesi yasaktır. Bakanlık, piramit satış sistemleri ile ilgili gerekli incelemeleri yapmaya ve varsa elektronik sistemin ülkemizde durdurulması dâhil ilgili

⁴² <http://onedio.com/haber/turkiye-de-ve-dunyada-saadet-zincirleri-kazanmak-mumkun-mu-yoksa-bir-yalan-mi--435127>.

kamu kurum veya kuruluşlarıyla iş birliği içinde gerekli önlemleri almaya yetkilidir” hükmüne yer verilmiştir. Dolayısıyla TKHK piramit satış sistemlerini açıkça yasaklamıştır⁴³. Ayrıca Gümrük ve Ticaret Bakanlığına bu konularda gereki incelemeleri yapma, kamu kurum ve kuruluşları ile iş birliği içinde gerekli önlemleri alma yetkisi vermiştir.

SONUÇ

Piramit satış sözleşmesi uzun süre ülkemiz gündemini meşgul etmiş bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Halk arasında saadet zinciri olarak adlandırılan piramit satış sistemlerinden dolayı ülkemizde yaklaşık bir milyon kişi mağdur olmuştur. Özellikle bu tür işlemleri başlatanların merkezlerinin yurt dışında olan şirketler olması nedeniyle herhangi bir yasaklama ya da yaptırım uygulanması halinde herhangi bir cezai yaptırımla karşılaşmadıkları farkında olmadan sisteme girenlerin ise yasaklama ve cezalarla karşılaştıkları da bilinen bir gerçektir. Mağduriyetlerin başında ise yüksek ücretli üyelik katılım ücretinin bulunması sistemin bir diğer sakıncası olarak karşımıza çıkmaktadır.

Piramit satış sistemlerinin tanımının yapıldığı ve açıkça yasaklandığı ilk düzenleme ise 6502 Sayılı TKHK olarak karşımıza çıkmaktadır. TKHK m.80 hükmü ile piramit satışları açıkça yasaklamıştır. Ayrıca Bakanlığa, piramit satış sistemleri ile ilgili gerekli incelemeleri yapmaya ve varsa elektronik sistemin ülkemizde durdurulması dâhil ilgili kamu kurum veya kuruluşlarıyla iş birliği içinde gerekli önlemleri alma konusunda yetki vermiştir.

KAYNAKÇA

AKYOL, Şener: Tam Üçüncü Şahıs Yararına Sözleşme, İstanbul 2008.

ARAL, Fahrettin – AYRANCI, Hasan: Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, Ankara 2014.

ARGAN, Metin: Çok Katlı Pazarlama ve Türkiye de Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir 1997.

ASLAN, Yılmaz: Tüketici Hukuku Dersleri, Bursa 2014.

ATAMER, Yeşim: Sözleşme Özgürlüğünün Sınırlandırılması Sorunu Çerçevesinde Genel İşlem Şartlarının Denetlenmesi, İstanbul 2001.

AYAN, Mehmet: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Konya 2013.

⁴³ Piramit satışın yasaklanmasının hukuka uygun olduğu yönünde bkz. Murat Aydoğdu: “6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanununun Getirdiği Yeniliklere Genel Bakış, Sözleşmeye Aykırılık, Ayıplı İfa Kavramlarına Getirdiği Farklı Yaklaşım ve Bu Konudaki Önerilerimiz”, DEÜHFD, C. 15, S.2, 2013, s. 19; Aydoğdu: s. 326.

AYDOĞDU, Murat- KAHVECİ, Nalân: Türk Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, Ankara 2014.

AYDOĞDU, Murat: “6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun Getirdiği Yeniliklere Genel Bakış, Sözleşmeye Aykırılık, Ayıplı İfa Kavramlarına Getirdiği Farklı Yaklaşım ve Bu Konudaki Önerilerimiz”, DEÜHFD, C. 15, S.2, 2013, s. 19.

AYDOĞDU, Murat: Tüketici Hukuku Dersleri, Ankara 2015.

BELEN, Herdem: 6098 Sayılı Borçlar Kanunu Genel Hükümler, İstanbul 2014.

CLOTHIER, Peter: Multi-Level Marketing, a Practical Guide To Successful Network Selling. London: Kogon Page, 1997.

DOUGLAS, M. Brooks, FITZPATRICK, Robert, CRAIG, Bruce ‘THE PYRAMID SCHEME INDUSTRY: Examining Some Legal and Economic Aspects of Multi-Level Marketing’ (2014), sf 2.

EREN, Fikret: Borçlar Hukuku Özel Hükümler, Ankara 2014.

EREN, Fikret: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Ankara 2014.

FAILLA, Don: How to Build a Large Successful Multi- Level- Marketing Organization. USA, MLM Int., 1995.

GÜMÜŞ, Mustafa Alper: 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi, İstanbul 2014.

GÜMÜŞ, Mustafa Alper: Borçlar Hukuku Özel Hükümler, İstanbul 2012.

HATEMİ, Hüseyin – GÖKYAYLA, Emre: Borçlar Hukuku Genel Bölüm, İstanbul 2012.

İNAL, Tamer: Tüketici Hukuku, Ankara 2014.

İNAN, Ali Naim – YÜCEL, Özge: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Ankara 2014.

KILIÇOĞLU, Ahmet: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, Ankara 2014.

KOEHN, Daryl Ethical Issues Connected with Multi-level Marketing Schemes, Journal of Business Ethics, 2001, 29,1/2.

KOVAVICH, Gerald: Fighting Fraud: How to Establish and Manage an Anti-Fraud Program, New York: Elsevier, 2008:123-124.

PAREJA, Sergio: ‘Sales Gone Wild: Will the FTC’s Business Opportunity Rule Put An End to Pyramid Marketing Schemes?’, 39 Mc George Law Review 83, 91-92 (2008).

POZZA, Clarence L. Jr. /COX, Thomas R / MORAD, Robert J. : “A Review of Recent Investor Issues in the Madoff, Stanford and Forte Ponzi Scheme Cases”, Journal of Business & Securities Law, Spring 2010, Vol.10, Issue 2, s.113-131.

MAVİŞ, Volkan: “Dolandırıcılık Suçunun Hile Unsuruna İlişkin Sorunlar”, İnÜHFD, C.6, Özel Sayı, 2015, <https://www.inonu.edu.tr/uploads/contentfile/173/files/Volkan%20MAV%C4%B0%C5%9E.pdf>.

MORAY, Serbay: “6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunda Yer Alan Ceza Sorumluluk Hükümleri ve Yaptırımları”, Mali Çözüm, Kasım-Aralık 2013, s. 133-158.

NOMER, Haluk Nami: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, İstanbul 2013.

OĞUZMAN, Kemal – ÖZ, Turgut: Borçlar Hukuku Genel Hükümler, C. II, İstanbul 2014.

OTKER, Ton: “Exploitation: The Key To Sponsorship Success”, European Research, Vol:26, 1988.

ÖZEL, Çağlar: Tüketicinin Korunması Hukuku, Ankara 2014.

SOYER, Fikret – CAN, Yusuf: “Sporda Sponsorluğun Hukuki Temelleri ve Türkiye deki Mevcut Durum Üzerine Bir Değerlendirme”, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, C.7, S.1, Y.2010, s. 1201-1218.

TAŞOĞLU, Nihal Paşalı, “Çok Katlı Pazarlama Şirketleri İle Piramit Şema Organizasyonlarının Yapısal Farklılıkları Üzerine Bir İnceleme”, Sosyal Bilimler Dergisi / Journal of Social Sciences 2(1),2008, 25-39.

TEK, Ömer Baybars: Pazarlama İlkeleri, İstanbul 1997.

WALSH, James, You Can't Cheat an Honest Man: How Ponzi Schemes and Pyramid Fraud Work and Why They're More Common Than Ever, Los Angeles: Silver Lake Publishing, 1998:8.

VANDER, Peter Jay Nat William W. Keep, Marketing Fraud An Approach for Differentiating Multilevel Marketing from Pyramid Schemes. Journal of Public Policy & Marketing. 2002 Vol.21 (1).

YAVUZ, Cevdet: Türk Borçlar Hukuku Özel Hükümler, İstanbul 2014.

YELMEN, Adem: Türk Borçlar Kanununa Göre Genel İşlem Şartları, Ankara 2014.

YILMAZ, Abdurrahman: Türkiye deki Dolandırıcılık Tipolojileri: Dolandırıcılık Olaylarının Kategorik Tasnifi ve Yapılış Şekilleri, http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/DOLANDIRICILIK_TIPOLOJILERI_12_2015.pdf

ZEVKLİLER, Aydın – GÖKYAYLA, Emre: Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, Ankara 2014.

ZEVKLİLER, Aydın – ERTAŞ, Şeref – HAVUTÇU, Ayşe – AYDOĞDU, Murat – CUMALIOĞLU, Emre: Borçlar Hukuku, İzmir 2013.

ZIGLAR Zig & HAYES, John, P: Network Marketing For Dummies. New York: Hungry Minds Inc., 2001.

<http://www.businessdictionary.com/definition/pyramid-selling.html>.

<http://www.findlaw.co.uk/law/consumer/scams/22348.html>.

http://www.acnintegrity.eu/acn/ie/integrity/our_commitment/legal_counsels_reports-report4.jsp.

<http://www.networkmarketingokulu.com/network-marketing-kazanc-metodlari.html>.