

## **Bir Sorunun Cevabı**

Bana, çok katlı pazarlama satışına [Network Marketing] ilişkin olarak “Quest.Net” Ticaret Şirketi’nin muamelesi hakkında Sudan’dan bir soru geldi, Fıkıh Akademisi’nin bunun cevâzına dair bir fetva yayınladığı, bunun da **sonradan öğrendiğim üzere Fıkıh Akademisi’nin, fetvasından dönmelerinden önce olduğu** belirtildi. Ardından da soruyu soran kimse, satış keyfiyetini zikretti.

Bana, bu sorunun bir benzeri Orta Asya ile Güney Doğu Asya’dan da gelmiş ve onlara cevap vermiştim. Bunun içindir ki Sudan’a hem bu muamelenin, hem de bu fetvanın isabetsiz olduğu hakkında kapsamlı bir cevap gönderdim. **“Yukarıda belirttiğim gibi, Fıkıh Akademisi, fetvasından geri döndü.”** Ben, Orta Asya’dan gelen soruyu, ardından Güney Doğu Asya’dan gelen soruyu aşağıda belirttim. Daha sonra da bu muamelenin batılığını açıklamanın yanısıra Fıkıh Akademisi’nin döndüğü bu fetvanın hatasını açıklayarak bu soruya ilişkin cevabı zikrettim.

### **Orta Asya’nın sorusu şudur:**

Quest.Net Şirketi’nin ticari muameleleri hakkındaki sorunuza gelince; demişsiniz ki:

Quest.Net Network Şirketi’nin ürünleri var... ve ürünlerini pazarlamak isteyen bir kimseye, bu ürünlerden bir şey satın alması şartını koyuyor. Bu kimse, şirketin ürünlerinden satın almasıyla üye yaptığı müşteriler üzerinden komisyon ücreti karşılığında yine bu ürünlerden satın almaları için başkalarını da üye yapma hakkına sahip olmaktadır. Şayet bu ürünlerden satın almaları için altı kişi getirirse şirket, ona 250 dolar komisyon ücreti ödüyor. Ardından da çok katlı satış süreci devam ediyor:

Mesela birinci pazarlamacı, şirketin ürünlerini satın almaları için iki müşteri üye getiriyor. Ardından bu iki müşteriden her biri, iki müşteri daha getiriyor. Böylece toplam altı kişi oluyor. İlk pazarlamacı, 250 dolar alırken diğer iki pazarlamacıdan her biri altı müşteri üye yapana kadar hiçbir şey alamıyor. Ne zaman ki altı müşteriyi üye yaparlarsa her biri 250 dolar alırken, bu kişilerin hepsinin ürünlerinin satın alınmasında onun alt kolları olmasından dolayı ilk pazarlamacı 500 dolar almaktadır.

Dolayısıyla müşteri, şirketin ürünlerini pazarlamak istediğinde servet elde edecektir! Zira bu, şirketin ürünlerinin satın alınmasının arkasında yatan bir itici güçtür. Yani ürünlerini satın alma ragbeti değil, servet elde etme beklentisidir. Zira ürünün değeri, şirketin bu ürün için biçtiği bedelin onda birine bile denk değildir.

Ancak müşteri, ürünleri pazarlayamadığı, yani şirketten ürün almak üzere müşteri getiremediği zaman satın aldığı ürün, şirketten herhangi bir miktar almaksızın ödediği yüksek fiyatı ile elinde kalmaktadır. Bu düzenleme de başka bir müşteri getiremeyenlerin veya müşteri zincirinin son halkasında yer alanların mahrum olmasına yol açmaktadır.

“Orta Asya” bölgemizde bazı kimseler, bu işte çalışmaktadır. Hatta bazı Şer’î İlim erbabı, Sudan’daki “İslâmi Fıkıh Akademisi’nin” şirketin faaliyeti hakkındaki fetvasını bunun caizliğine delil göstererek bu işte çalışmaktadır.

### **Güney Doğu Asya’nın sorusu şudur:**

Sağlık ürünleri satan bir ticaret şirketi, müşterilerine aşağıdaki şekilde muamele ediyor:

Müşteri, bu şirketten bir sağlık ürünü aldığı anda, şirkete getireceği iki müşteri karşılığında “komisyon ücreti” alma hakkına sahip olmaktadır. Getirdiği bu iki müşteriden her biri de sadece şirketten bir sağlık ürünü satın almaları karşılığında iki müşteri üye yapma ve “bu ikisi üzerinden komisyon ücreti” alma hakkına sahip olmalarının yanısıra ilk müşteri de kendisinin üye yaptığı iki müşterinin getirdiği dört kişi üzerinden “ek komisyon ücreti” alma hakkına sahip olmaktadır.

Süreç bu şekilde devam etmektedir. O halde bu câiz midir?

### **Türkiye’nin sorusu şudur:**

Türkiye’deki bazı şirketlerde ve işletmelerde yaygın bir pazarlama yöntemi bulunmaktadır. Bu yöntemde göre ürünlerini pazarlamaları ve üç kişi getirmeleri amacıyla şirket bazı kişileri istihdam etmektedir. Bu üç kişi -ki bunları ilk pazarlama grubu olarak isimlendirelim-, sattıkları ve pazarladıkları ürünler üzerinden belli bir oran alacakları pazarlama işine başlamalarının yanısıra sattıkları ürünler üzerinden de belli bir oran almaları ve karlarından kendilerini şirkete istihdam eden kimse, yani ilk pazarlama grubu elemanlarından biri için belli bir oran olması karşılığında pazarlama ekibi içinde şirket tarafından istihdam edilecek yeni pazarlamacılar -ki bunları da ikinci pazarlama grubu olarak isimlendirelim- araştırmaktadırlar. Zincirleme bu şekilde devam etmektedir. Şöyle ki ilk grup ile ikinci grup, pazarlama yapmakta ve pazarlama kısmına yeni gruplar katmaktadır.

Meşru olup olmadığından emin olmak istiyoruz ki o da şirketin kendileri ile yaptığı sözleşme uyarınca yeni grupların karlarından daha önceki gruplara vermek zorunda kaldığı belli orandır. Örneğin “birinci pazarlama grubu”, pazarlama departmanına dört yeni grup eklediğinde durum aşağıdaki şekilde olacaktır:

Birinci pazarlama grubu: Bizzat pazarladığı ürünlerden yüzde oranı almasının yanısıra herhangi bir çaba sarf etmeksizin yeni dört grubun kârından da bir oran almaktadır.

İkinci pazarlama grubu: Bizzat pazarladığı ürünlerden yüzde oranı almasının yanısıra yeni üç grubun kârından da bir oran almakta ve bu gruptan, “şirket ile yaptığı sözleşme uyarınca” bir oran alınarak ilk guruba verilmektedir.

Üçüncü pazarlama grubu: Bizzat pazarladığı ürünlerden yüzde oranı almasının yanısıra dördüncü ve beşinci grupların kârından da bir oran almakta ve “şirket ile yaptığı sözleşme uyarınca” bu gruptan bir oran alınarak birinci ve ikinci guruba verilmektedir.

Dördüncü pazarlama grubu: Bizzat pazarladığı ürünlerden yüzde oranı almasının yanısıra yeni beşinci grubun kârından da bir oran almakta ve “şirket ile yaptığı sözleşme uyarınca” bu gruptan zorunlu olarak bir oran alınarak çalışmada kendisinden önce gelen üç guruba verilmektedir.

Beşinci pazarlama grubu: Bizzat pazarladığı ürünlerden yüzde oranı almakta ve “şirket ile yaptığı” sözleşme uyarınca zorunlu olarak bu gruptan bir oran alınarak kendisinden önce işe başlayan dört guruba verilmektedir.

O halde bu çalışma yöntemi, şer’an câiz midir?

### **Cevap:**

Açıktır ki kendilerine komisyon ücreti kazandıran pazarlama hakkına sahip olan müşterilerin sayısı farklı olmasına rağmen mesele aynıdır. Dolayısıyla bu mesele, Güney Doğu Asya ve Orta Asya’da aynı olduğu gibi belirtilen vakıasına göre Türkiye’de de aynıdır.

Özellikle şirketin, Sudan’daki Fıkıh Akademisi’nin, vakıaya intibak etmediğini göremeyerek yayınladığı sonra da döndüğü hatalı bir fetvaya istinat ederek satış yöntemini pazarlamasından dolayı Orta Asya’nın mevzusu daha kapsamlıdır. Derim ki hakkında fetva olmasından dolayı bu mesele, sizlerin sorusundan daha kapsamlıdır. Binaenaleyh ben, sizlere mevzuya ilişkin olarak Sudan’a gönderdiğim cevabı göndermekle yetineceğim.

İster Türkiye’de, ister Orta Asya’da, ister Güney Doğu Asya’da, isterse Sudan’da olsun tüm şekilleriyle bu muamelenin batıllığını açıklayan cevap aşağıdaki şekildedir:

Muameledeki yöntemlerinin farklı olmasına rağmen “Quest.Net” Şirketi’nin vakıasının incelenmesiyle felsefenin aynı olduğu görülür ki o, şirket kendisine “müşteri” getiren pazarlamacılarla ilişkiye girmekte ve belli şartlar uyarınca onlara komisyon ücreti vermektedir. Yani onlar, müşteri getiren ve onların üzerinden komisyon ücreti alan şirketin komisyoncularıdır.

H. 1427/ 2d/6 sayılı rakam altında, M. 23.09.2006’da imzalanan Sudan’daki Fıkıh Akademisi’nin fetvasının incelenmesi ile aşağıdaki hususları belirtiriz:

Birincisi: Bu tip şirketler, çeşitli ürünlerini pazarlamada bu ağ ile çalışmakta ve ürünlerini pazarlamak isteyenlere bu ürünlerden bir şey satın almaları şartını koşmaktadırlar. Daha sonra onlara, müşteri üye yapma hakkı ve üye yaptıkları müşteri karşılığında komisyon ücreti vermektedirler. “Yani, şirkete müşteri getiren ve onların üzerinden komisyon ücreti alan şirketin pazarlama elemanı olmaktadır.” Sizlerin sorusuna göre şirkete altı müşteri getirene, başka bir bölgenin sorusuna göre iki müşteri getirene... yani şirketin bu maksada dönük olarak belirlediği programa göre müşteri getirene kadar onlara herhangi bir komisyon ücreti vermemektedirler.

Diğer bir ifade ile ilk müşteri, getirdiği iki veya “altı” müşteriden komisyon ücreti almasının yanı sıra ilk iki müşterinin getirdiği dört müşteriden veya altı müşteriden de komisyon ücreti almaktadır.

“Komisyoncunun” pazarlama çalışmaları bu şekilde, yani komisyon zincirlemesi veya pazarlama ağı şeklinde devam etmektedir.

İkincisi: Bu tür ticari faaliyetler, şeriata aykırıdır ve bunun beyanı şöyledir:

1. Şirket, ister altı müşteri getirmesinden isterse iki müşteri getirmesinden sonra olsun komisyon ücreti karşılığında pazarlamacı olarak yanında çalışabilmesi, yani kendisine müşteri getirebilmesi ve onlar üzerinden komisyon ücreti alabilmesi için “pazarlamacının” kendi ürünlerinden satın alması zorunluluğunu şart koşmaktadır.

Bu da hem satın alma hem de komisyon sözleşmesinin yapıldığı iki sözleşmenin tek bir sözleşme içerisinde olması veya tek bir anlaşmada iki anlaşmanın olması demektir. Çünkü bu ikisi, birbirine şartlıdır ve bu da haramdır. Zira Rasul [Sallallahu Aleyhi ve Sellem], tek bir anlaşma içerisinde iki anlaşmanın yapılmasını nehyetmiştir. Yani sana şöyle demem gibi: “Beni bayi yaparsan senin adına çalışırım veya senin adına pazarlama yaparım veya senden satın alırım ve benzeri.” Açıktır ki bu vakia, “soruya göre” burada mevcuttur. Zira satış ve komisyon, tek bir sözleşme içerisinde. Yani şirketten bir ürün satın alma zorunluluğu, komisyon işi, yani şirkete getirilen müşterilerden komisyon ücreti karşılığında pazarlama için şarttır.

2. Komisyonculuk, bayi ile kendisine müşteri getiren kimse arasındaki bir sözleşmedir. Bu sözleşmedeki komisyon ücreti ise, kişinin şirkete getirdiği müşterilere düşer, başkasının getirdiği müşterilere değil. Söz konusu şirketin muamelesindeki komisyon ücretini ise, “pazarlama yapan” komisyoncu, şirketten satın almaları için getirdikleri müşterilerden aldığı gibi başkasının getirdiklerinden de almaktadır. Dolayısıyla bu, komisyonculuk sözleşmesine aykırıdır.

3. Şirket satış fiyatı, gabn-ı fâhişi de beraberinde getirmektedir. Müşteri bunu bilmesine rağmen durum, şirketin faaliyetlerine teşvikte kullandığı “dolambaçlı” yöntemler sonucunda bir aldatma söz konusudur. Zira bu, müşterinin gerçek fiyatın bir kısmına dahi denk gelmeyen şirketin ürünü için yüksek bir fiyat ödemesine öncülük etmektedir... Tüm bunlar da şirketin bu müşteriye “parlak” bir geleceği teşvik etmesi yüzündendir. Çünkü bu, şirkete getireceği “iki müşterinin” yanı sıra ilk getirdiği müşterilerin getirdiği müşteriler üzerinden de komisyon ücreti karşılığında şirketin ürününü pazarlama fırsatı verecektir!

Müşteri, söz konusu şirkete iki müşteri getiremediği, özellikle de müşteriler zincirinin son halkasında olanlardan ise, aldatmanın içine düşmüş ve ödediğinin onda birine dahi denk gelmeyen ürün karşılığında ödediği yüksek fiyat elinde kalacaktır! Aldatmak ise, İslâm’da haramdır. Nitekim Rasulullah [Sallallahu Aleyhi ve Sellem] şöyle buyurmuştur:

“Aldatan ateştedir.”

Yine Rasulullah [Sallallahu Aleyhi ve Sellem], satışta aldatan bir adama şöyle demiştir:

“Sattığın zaman hılâbe yok de.”

Hılâbe ise, aldatmadır. İşte hadisin mantuku ve mefhumu, aldatmanın haram olduğuna delâlet etmektedir.

Hakeza bu muamele, şer’an câiz değildir.

Üçüncüsü: H.1427/d2/6 sayılı rakam altında, M.23.09.2006’da imzalanan Sudan’daki Fıkıh Akademisi’nin fetvasına gelince: Bu fetva, yayınlayanların hüsn-i zannına rağmen efrâdını câmi ve

eğyârını mâni olmaması bakımından fikhî olmayan bir düzenleme ile düzenlenmiştir. Bunun içindir ki fetva gerekçesiyle çalışmasına devam etmenin cevâzında, şirketin bunu istismar etmesine imkan vermiştir.

Bunun açıklaması ise; fetva, satın almayı ve “komisyoncunun” pazarlamacılığının yanısıra komisyon ücretini de ele alırken bu ikisini, şirketin yaptığı gibi kendisinden kurtulmanın “sıyrılmanın” kolay olduğu bir metin altında düzenlemiştir.

Zira fetvanın ilk bendi şöyledir:

“Pazarlamacının şirketin ürünlerine bağlı kalması amacıyla ürünün satın alınması şart koşulmamalıdır.”

Bu metin, şirketin kendisinden ürün satın alan kimseyi kendisi ile birlikte “pazarlamacı” olarak çalışmaya zorlanmaması şeklinde anlaşılmasına neden olmuştur. Ancak şirket, kendisi ile birlikte pazarlama yapmak isteyen kimseyi ürünlerinden satın almaya zorlamıştır!

Dolayısıyla o, pahalı fiyatla ürünü satın alan bir kimsenin, şirket zorlamasa bile kendisini onun pazarlamacısı olarak çalışmaya zorlayacağından emindir. Çünkü fâhiş fiyatla şirketin ürününü satın alması ancak ek komisyon ücreti teşviki nedeni ile mümkündür.

Bunun içindir ki şirket, müşteriye ürünlerini pazarlamaya zorlamadığı halde pazarlamacıyı kendisinden ürün satın almaya zorlamaya devam etmiştir ve kendisinin fetvayı yerine getirdiğini ifade etmiştir. Zira şirket, kendisi ile birlikte pazarlamacı olarak çalışıp çalışmaması noktasında ürünlerini satın alan kimseyi serbest bırakırken, “ürünlerini pazarlayan” bir komisyoncu olarak kendisi ile çalışmak isteyen kimseyi ürünlerini satın alıp almama noktasında serbest bırakmamıştır. Bilakis ürünlerini satın almaya zorlamıştır!

Hakeza şirket, bu bentten kurtularak kendisini bunu uygulamış olarak itibar etmiştir.

Komisyon ücretine ilişkin diğer bende gelince; aynı şekilde eğyârına mâni ve efrâdına câmi değildir. Zira ikinci bendin metni şöyledir:

“Her pazarlamacı, kendi aracılığı ile yapılan her satıştan doğrudan komisyon ücreti alma hakkına sahiptir.”

Bu metnin şu iki şekilde uygulanması mümkündür:

Birincisi: Şirkete müşteri getiren herkes, komisyon ücreti almalıdır. Dolayısıyla pazarlamacı, ancak bizzat kendisinin getirdiği müşterilerden komisyon ücreti alır ki bu da sahihtir.

İkincisi: Pazarlamacının bizzat kendisinin getirdiği müşterilerden komisyon ücreti almasının yanısıra zincirlemeye katılan müşterilerden de almasıdır ki bu da câiz değildir. Zira komisyonculuk, komisyoncunun başkasının getirdiği müşterilerden değil, bizzat kendisinin getirdiği müşteriler üzerinden alacağı komisyon ücreti karşılığında şirket ile komisyoncu arasında yapılmış bir sözleşmedir.

Bunun içindir ki bizler, her ne kadar bu fetvayı yayınlayanlar hakkında hüsn-i zann beslesek de bunu eğyârına mâni ve efrâdına câmi şekilde düzenlememeleri, şirketin hem çalışmasında pazarlamacıyı ürünlerinden satın almaya zorlamasına, hem de servet sahibi olacakları zannıyla sadece komisyoncunun getirdiği müşteriler üzerinden değil, bilakis başkasının getirdiği müşteriler üzerinden vereceği komisyon ücreti teşvikini sürdürmesine imkân vermiştir. İşte tüm bunlar, pahalı fiyatlarla şirketin ürünlerini almaları için müşterileri aldatma bâbındandır.

Bundan dolayı bu fetvaya istinâden bu muameleye cevâz verenler hak üzere değillerdir.

Velhâsıl: Quest.Net Şirketi’nin, sorularda açıklandığı şekil üzere muamelesi şeriata aykırı bir muameledir.

H. 14 Rabi-ul Evvel 1430

M. 08 Mart 2009