



T.C.

**BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL İSLÂM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
İSLÂM HUKUKU BİLİM DALI**

**İSLAM HUKUKU'NA GÖRE YIKICI FİYAT
UYGULAMASI VE İLGİLİ HÜKÜMLER**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Hamit KAMER

BURSA 2020



**T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL İSLÂM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
İSLÂM HUKUKU BİLİM DALI**

**İSLAM HUKUKU'NA GÖRE YIKICI FİYAT
UYGULAMASI VE İLGİLİ HÜKÜMLER**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

**Hamit KAMER
Orcid:0000-0002-2470-0509**

Danışman:

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Salih KUMAŞ

BURSA 2020



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEMEL İSLAM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 22/07/2020

Tez Başlığı / Konusu: İslam Hukukuna Göre Yıkıcı Fiyat Uygulaması ve İlgili Hükümler

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 120 sayfalık kısmına ilişkin, 22/07/2020 tarihinde şahsım tarafından Turnitin. adlı intihal tespit programından (Turnitin)* aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %11 'tür.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar hariç/dahil
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Hamit KAMER

Tarih/İmza

22/07/2020

Adı Soyadı:

Hamit KAMER

Öğrenci No:

701723058

Anabilim Dalı:

TEMEL İSLAM BİLİMLERİ
ANABİLİM DALI

Programı:

YÜKSEK LİSANS

Statüsü:

Y.Lisans

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Salih KUMAŞ

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “İSLAM HUKUKU’NA GÖRE YIKICI FİYAT UYGULAMASI VE İLGİLİ HÜKÜMLER” başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntıların kaynaklarının usûlüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

Tarih ve İmza

22.07.2020



Adı Soyadı : Hamit KAMER
Öğrenci No : 701723058
Anabilim Dalı : Temel İslâm Bilimleri
Programı : İslâm Hukuku
Statüsü : Yüksek Lisans

ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı : Hamit KAMER
Üniversite : Bursa Uludağ Üniversitesi
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı : Temel İslâm Bilimleri
Bilim Dalı : İslâm Hukuku
Tezin Niteliği : Yüksek Lisans
Sayfa Sayısı : xi+121
Mezuniyet Tarihi : .../.../2020
Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Salih KUMAŞ

İSLÂM HUKUKU'NA GÖRE YIKICI FİYAT UYGULAMASI VE İLGİLİ HÜKÜMLER

Piyasalarda serbest rekabet sisteminin varlığı hem ana akım iktisat literatüründe hem de İslam iktisat anlayışında arzu edilen bir olgudur. Bunun nedeni, adil rekabetin tesis edildiği mübadele merkezlerinde tüketicinin daha iyiye ulaşmasını kolaylaştıracak olmasıdır. Ancak insanlardaki rekabet duygusu bazı zamanlar birtakım haksızlıkların ortaya çıkmasına yol açabilir. Rekabet sonucu olarak pazarda hâkim duruma gelen teşebbüs, sahip olduğu konum itibariyle rakiplerini ezebilir. Yıkıcı fiyat uygulaması da bunlardan biridir. Devletler, oluşturdukları norm bütünlüklerinde bu gibi durumlara karşın gerekli yasal düzenlemeleri zaman geçtikçe yapmaya çalışmaktadır. İslam'ın temel kaynakları incelendiğinde genel anlamda haksız kazancın haram kılındığı görülmektedir. Zamanın ilerlemesi ve yeni ekonomik ilişkilerin ortaya çıkmasıyla beraber yeni iktisadi aldatmalar da peyda olmaktadır. İslam Hukuk literatüründe kötü niyete bağlı şekilde fiyat indirimleri olan yıkıcı fiyatlandırma az bahsedilen bir mesele olmaktadır. Bu yüzden İslam Hukuku'nun temel ilkeleri ve birikimlerinden yola çıkarak yıkıcı fiyat uygulamasının fıkhi boyutunu ele alacağız.

Anahtar Kelimeler

Fıkıh, İslâm İktisadı, Yıkıcı Fiyat Uygulaması,

ABSTRACT

Name and Surname : Hamit KAMER
University : Bursa Uludağ University
Institution : Social Science Institution
InstitutionField : Basic Islamic Siences
Branch : Islamic Law
DegreeAwarded : Master
PageNumber : xi+121
DegreeDate : .../.../2020
Supervisor : Dr. Mehmet Salih KUMAŞ

DESTRUCTİVE PRICE PRACTİCES AND RELATED PROVISIONS İN İSLAMİC LAW

The existence of a free competition system in the markets is a desirable phenomenon both in the mainstream economic literature and in the understanding of Islamic economics. The reason for this is that it will make it easier for consumers to get better in exchange centers where fair competition is established. However, the sense of competition in people can sometimes lead to the emergence of certain injustices. The enterprise which might become dominant in the market as a result of competition, might crush its competitors in terms of its status. Destructive price implementation is one of them. Governments try to make the necessary legal arrangements as time goes by, despite such situations in their constitution. When the basic sources of Islam are examined, it can be seen that unfair earnings are prohibited in general. With the progress of time and the emergence of new economic relations, new economic deceptions are also come along. Subversive pricing, which is price reductions due to malicious intent , is a little-mentioned issue in the Islamic Law literature. Therefore, based on the basic principles and accumulations of Islamic Law, the religious dimension of disruptive pricing will be discussed.

Keywords:

Islamic Law, Islamic Economics, Islamic Economics Destructive Price
Application

ÖNSÖZ

İktisadi ilişkiler sürekli bir gelişim ve değişim içerisinde. Buna paralel bir şekilde yeni haksız uygulamalar da ortaya çıkmaktadır. Yıkıcı fiyat uygulaması bu haksız faaliyetlerin son yüzyılda ortaya çıkan örneklerindendir. Rekabeti öldürmek amacıyla fiyat kırmalar piyasa dengelerini alt üst ederek monopol piyasaların oluşmasına zemin hazırlayacaktır. Pazarın tek teşebbüs tarafından ele alındığı ve kontrol edildiği monopol piyasalar, hakkaniyetten uzak bir denge üzerine kurulu olacaktır.

Adil bir piyasa düzeninde haksız rekabet, ekonomik ve sosyal karmaşıklığa sebep olur. Bu yüzden devletler haksız uygulamalara karşı önlemler almışlardır. İslam Hukuku'nda da haksız rekabete dayalı hareketler adalet ilkesi gereğince kesinlikle yasaklanmıştır. Dinamik bir yapıda olan İslam Hukuku'nun ana akım iktisat bilimine etkisi tarih boyunca bilinen bir durum olmuştur. Bu çalışmada da yıkıcı fiyat uygulamasını İslam hukuku perspektifinden inceleyip bu meselede iktisat bilimine yeni bir bakış açısı kazandırmak istedik. Çalışmanın üçüncü bölümünde asıl konumuz olan Yıkıcı Fiyat Uygulamasını hem beşeri iktisat biliminde hem de İslam Hukukunda ele alarak disiplinlerarası bir çalışma ortaya koyduk.

Çalışmanın başlangıcından sonuna kadar bana yol gösteren ve danışmanlık yapan Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Salih KUMAŞ hocama teşekkür etmeyi borç bilirim. Tez savunmamda jüri üyeliğini kabul eden Prof. Dr. Halil İbrahim ACAR ve Dr. Öğr. Üyesi Seyit Mehmet UĞUR hocalarıma da teşekkürlerimi sunuyorum. Eğitim hayatım boyunca beni destekleyen ve bu günlere gelmemde vesile olan değerli annem ve babama da buradan teşekkür etmek isterim. Yüksek Lisans dönemim boyunca maddi manevi desteğini esirgemeyerek bana moral ve güç veren kıymetli eşime şükranlarımı sunarım.

Bu çalışmanın nihayete ermesini nasip eden Yüce Allah'a hamdolsun.

Hamit KAMER

BURSA

11/08/2020

İÇİNDEKİLER

TEZ ONA SAYFASI.....	ii
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU	iii
YEMİN METNİ	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
ÖNSÖZ.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	xi
GİRİŞ	1
1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI	1
2. ARAŞTIRMANIN KAYNAKLARI VE SINIRLILIKLARI	2

BİRİNCİ BÖLÜM

PİYASA VE REKABET

1. PİYASA VE REKABET	6
1.1. Piyasa ve Rekabet Kavramı	6
1.2. Piyasa Çeşitleri	7
1.2.1. Tekel (Monopol) Piyasaları	7
1.2.2. Monopson Piyasalar	8
1.2.3. Tam Rekabet Piyasaları.....	8
1.2.3.1. Tam Rekabetçi Piyasaların Amaç ve Faydaları.....	11
2. REKABET PİYASALARINDA ORTAYA ÇIKAN SORUNLAR: HÂKİM DURUMUN KÖTÜYE KULLANILMASI.....	12
2.1. Hâkim Durumun Unsurları	15
2.2. Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması.....	17
2.2.1. Yıkıcı Fiyat Uygulaması	18
2.2.2. Mal ve Hizmet Vermeyi Reddetme	19
2.2.3. Ayrımcılık	21
2.2.4. Fiyat Sıkıştırması	22

2.2.5. Ek Yükümlülükler Koyma	23
2.3. Kötüye Kullanmada Niyet ve İlliyyet Bağı	25

İKİNCİ BÖLÜM

İSLAM HUKUKUNDA PİYASA ve REKABET

1. İSLAM HUKUKUNDA PİYASA GELENEĞİ	27
1.1. İslam Hukukunda Fiyatlandırma	37
2. İSLAM İKTİSAT ANLAYIŞINDA REKABET VE AMAÇLARI	40
2.1. İslam Hukukunda Haksız Rekabet ve Önleme Şekilleri.....	43
2.1.1. İslam Hukukunda Haksız Rekabet	43
2.1.2. İslam Hukukunda Haksız Rekabeti Önleme Şekilleri.....	45
2.1.2.1. Narh (Fiyat Belirleme) Uygulaması	47
2.1.2.2. İhtikar Yasağı	52
2.1.2.3. Telakkı'r-Rukban (Simsarların Köylüleri Pazara Gelmeden Karşılama) Yasağı	55
2.1.2.4. Neceşin Yasaklanması.....	58
2.1.2.5. Satış Üzerine Satış Yapma Yasağı	59
2.1.2.6. Aldatıcı Reklam Yasağı.....	60

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YIKICI FİYAT UYGULAMASI

1. YIKICI FİYAT UYGULAMASI.....	65
1.1. Yıkıcı Fiyat Uygulaması Kavramı	66
1.2. Yıkıcı Fiyat Uygulamasının Unsurları.....	70
1.2.1. Pazar Gücü	70
1.2.1.1. Pazar Payı	71
1.2.1.2. Finansal Güç	72
1.2.1.3. Aşırı Kapasite	72
1.2.2. Maliyet Altı Satışlar	73
1.2.3. Hasat Döneminin Değerlendirilmesi.....	74
1.2.4. Niyet.....	75
2. YIKICI FİYAT UYGULAMASI TARİHÇESİ VE ÖRNEKLERİ.....	76

2.1. Avrupa Birliği.....	76
2.1.1. AKZO Meselesi	76
2.2. Amerika	78
2.2.1. Brooke Kararı.....	79
2.3. Türkiye.....	80
2.3.1. LPG Kararı	81
3. İSLAM HUKUKUNDA YIKICI FİYAT UYGULAMASI	82
3.1. İslam Hukukunda Yıkıcı Fiyat Uygulamasının Tespiti	101
3.2. İslam Hukukunun Yıkıcı Fiyat Uygulamasına Aldığı Önlemler	104
SONUÇ.....	110
KAYNAKLAR	113

KISALTMALAR

- a.g.e. : Adı Geçen Eser
a.g.m. : Adı Geçen Makale
a.e. : Aynı eser
a. mlf. : Aynı müellif
a.yer. : Aynı yer
b. : Bin, İbn
B. : Baskı
Bkz. : Bakınız
çev. : Çeviren
DİA : Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi
ed. : Editör
İSAM : İslâm Araştırmaları Merkezi
md. : Madde
S. : Sayı
s. : Sayfa
ss. : Sayfadan sayfaya, sayfa aralığı
a.s. : Aleyhisselam
thk. : Tahkik
t.y. : Basım tarihi yok
v. : Vefatı
vb. : Ve benzeri
Yay. : Yayınları
h. : Hicri takvim
m. : Miladi takvim
y.y. : Basım yeri yok

GİRİŞ

1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI

İktisadi hacmin büyümesi ile birlikte rekabetin de artması tüccarların daha az maliyet ile daha kaliteli ürünleri piyasaya sürmeye zorlamaktadır. Tüketici talebinin “daha iyiye yönelme” eğilimi sonucunda arzın şekillenmesi rekabet piyasasının dinamik unsurunu oluşturur. Tam rekabet piyasası denilen bu organizasyon, dışarıdan suni bir müdahale olmaksızın arz ve talebin karşılıklı etkileşimiyle fiyatların olgunlaştığı bir denge üzerine kuruludur. Kuşkusuz bu durum toplumun menfaatine olsa da insan fıtratında bulunan hırsından dolayı birtakım etik dışı durumlar meydana gelebilmektedir. Toplumsal yaşayışın sağlıklı sürdürülebilmesi için ihtiyaç duyulan norm bütünü, çarşı-pazar düzenini korumak için de gereklidir. Hareket sınırları belirlenmemiş her zeminde kötülüğün ortaya çıkması kaçınılmaz olduğu gibi, alım-satımın yapıldığı ortamlarda da belli hukuk kaideleri olmadığında haksız iktisap ve öldürücü rekabet durumları meydana gelebilmektedir. Bu sebeple piyasa düzleminde rekabet şartlarını korumaya ve haksız rekabeti önlemeye yönelik hukuk sisteminin her an insan bilincinde canlı durması ve hukuki cezaların yerine getirilmesi büyük önem arz etmektedir.¹

İslam iktisat felsefesinde piyasa sistemlerinin serbest rekabet düzleminde olması istenir. Karşılıklı rıza esaslı tam rekabet piyasasında alıcı ve satıcı konumunda olan gerçek veya tüzel kişiliklere mülkiyetleri üzerindeki tasarruf yetkilerine kısıtlama anlamına gelebilecek herhangi bir uygulamanın yapılmasına müsaade edilmez. Ancak İslam’ın değişmez ilkelerine binaen, insana tanıdığı bu özgürlük sahasında yine insanın uyması gereken birtakım kurallar vardır. Piyasaları manipüle etme suretiyle haksız rekabet zemini oluşturma eylemleri de İslam dininin genel ilkelerine² aykırı hareketler kapsamına girer. Haksız rekabet, aldatıcı hareket veya iyi niyet ilkesine aykırı şekilde

¹ M. Fatih Turan, “İslam Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması”, Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, S. 43, Erzurum: 2015, s. 79.

² İslam’ın, korunması hususunda taviz vermediği beş temel husus olan “akıl, can, nesil, din ve mal”a yönelik bir saldırı kabul edilmeyen ve vuku bulması durumunda karşılığının misli ile ceza-i müeyyide uygulanması istenen unsurlardır.

iktisadi rekabetin her şekilde suistimal edilmesi, bir diğer deyişle rekabetin rekabeti öldürmesidir.³

Doğal rekabet ortamına yapılan kötü niyetli suni müdahaleler birkaç farklı şekilde olabilmektedir. Bunlardan biri de diğer uygulamalara göre tespiti daha güç olan hâkim durumun kötüye kullanımı türlerinden olan “yıkıcı fiyat uygulaması”dır. Mevcut rakipleri pazar dışına çıkarmak ve potansiyel girişimcilere gözdağı vermek amacıyla ürün veya hizmeti belli bir süre maliyet altına satmak ve bu yolla piyasada tekel haline gelmek şeklinde genel bir tanımla⁴ yapılan yıkıcı fiyat uygulaması, adil ve dürüst ticarete aykırı uygulamalar kapsamına girer.

Özellikle hâkim durumun kötüye kullanılması şeklinde ortaya çıkan haksız uygulamalar beşerî hukukun doğrudan ele aldığı konular olmaktadır. Bu çalışmamızda hukuk tarihinde önemli etkileri olan İslam hukukunun, naslar boyutunda ve genel ilkelerinden hareketle yıkıcı fiyat uygulaması ve benzeri ihlallere bakış açısının değerlendirilmesi gerektiğini düşündük. Son ve gerçek dinin, günümüz iktisat problemlerine ışık tutacağı inancıyla bu tür ihlallere karşı ne gibi çözümler bulabileceğimizi araştırdık.

2. ARAŞTIRMANIN KAYNAKLARI VE SINIRLILIKLARI

İktisat dünyasının son yüzyılda gündemine oturan sorunlardan biri olan yıkıcı fiyat uygulaması hakkında İslam’ın ilk dönem fıkıh kaynaklarında bilgi bulmak pek mümkün olmamaktadır. Bu gerçeklikten hareketle yıkıcı fiyat uygulamasını tam olarak anlamak için beşerî hukukun birikimlerinden faydalandık. İktisadi literatürde piyasa, pazar, rekabet gibi kavramların mahiyetine ilişkin araştırmalarımızı, iktisat alanında eskiden beri muteber eserler arasında sayılan akademik araştırmalara başvurduk. Bu noktada İsmail Yılmaz Aslan’ın *Rekabet Hukuku* adlı eseri bize çok yardımcı oldu. Piyasa manipölasyonları kapsamında rekabet ihlallerinin ana akım iktisat anlayışındaki durumunu anlayabilmek için Rekabet Kurulu’nun birikimleri çalışmamıza ışık tuttu. Ayrıca Rekabet Dergisi’nin geçmişten günümüze değin ortaya koyduğu bilimsel

³ M. Cevat Akşit, *Modern Ticaret Hukuku ve İslam Ticaret Hukukunda Haksız Rekabet*, 2. b. İstanbul: Gümüşev Yayıncılık, 2015, s. 18.

⁴ Barış Ekdi, “Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması”, *Rekabet Dergisi*, S. 10, (2002), s. 4.

araştırmalar, özellikle Barış Ekdi'nin “*Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması*”, ve Sevilay Uzunallı'nın “*Avrupa Birliği Rekabet Hukuku Işığında Yıkıcı Fiyat Uygulamaları le Hakim Durumun Kötüye Kullanılması*” adlı çalışmaları, rekabet ihlalleriyle birlikte asıl konumuz olan yıkıcı fiyat uygulamasını tam olarak kavramamızda birincil kaynak konumunda olmuştur.

Çalışma konusunun İslam Hukuku düzleminde değerlendirilmesi için öncelikle haksız rekabet türlerine dair genel bir bakış açısı sunmak istedik. Bu hususa binaen öncelikle ilk kaynaklardan istifade ettik. Temellendirme bağlamında sağlam deliller sunmak adına her mezhebin öne çıkan eserlerine başvurduk. İmam Serahsî'nin (v. 483) “*el-Mebsut*”, Mevsilî'nin (v. 683) “*el-İhtiyâr*”, Merğînânî'nin (v. 593) “*el-Hidâye*”, Kâsânî'nin (v. 587) “*Bedaius's-sanaî*” ve İbn Abidin'nin (v. Hicri, 1252) “*Reddu'l-Muhtar*” adlı eserleri meselenin Hanefî mezhebi bakış açısıyla değerlendirmemizde başucu kitaplarımız oldu. Mâverî'nin (v. 450) “*el-Hâvî fi'l-Fıkhi's-Şâfiî*”si, Şîrâzî'nin (v. 476) “*el-Mühezzeb*”i ve Şafîi mezhebi kitaplarında “imam” sıfatı kazanmış olan büyük fıkıh alimi Cüveynî'nin, (v. 478) “hayatımın meyvesi” olarak nitelendirdiği “*Nihâyetü'l-Matlab*”ı Şafîi mezhebinin iktisat teorisini delil almada istifade ettiğimiz kaynaklardandı. Yine Hanbelî mezhebinde temel eserler arasında zikredilen İbn Kudâme'nin (v. 620) “*el-Muğnî*”si, İbn Teymiyye'nin (v. 728) “*el-Hisbe*”si ve İbn Kayyım'ın (v. 751) “*et-Turuku'l-Hükmiyye li's-Siyaseti's-Şer'iyye*” adlı eseri çalışmamızda sıkça başvurduğumuz eserlerdendi. Burada önemini zikretmeden geçemeyeceğimiz, çalışmamızda öne sürdüğümüz tezin birinci dereceden dayanağını oluşturan Malikî alim Bâcî'nin (v. 474) “*el-Müntekâ*” adlı eseri, çalışmamızın her safhasında dönüp baktığımız ve her yönüyle istifade ettiğimiz bir kaynak oldu.

İslam Hukuku'nda meseleleri değerlendirmede genel ilke ve usülleri sunan bir eser olma mahiyetinde olan *Mecelle-i Ahkâm-ı Adliyye*, çalışmanın İslam'î yönünü ele almamızda bize çok faydalı oldu. Özellikle Cengiz Kallek'in “Narh Konusuna Yeniden Bakış” adlı makalesi, “*İslamın İlk Devirlerinde Devlet-Piyasa İlişkisi*” adlı doktora tezi ve Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisindeki “pazar, narh, ihtikar, hisbe” gibi maddelerinin İslam iktisadındaki pazar düzenini çalışmamıza iyi yerleştirebilmek adına büyük faydalar sağladı. Bununla beraber tezimizi şekillendirmede ve kaynak arayışımızda bize yol gösteren M. Fatih Turan'ın “*İslam Hukukunda Yıkıcı Fiyat Uygulaması*” adlı makalesinin önemini zikretmeden geçemeyeceğiz.

Çalışmamız üç bölüm ve sonuçtan oluşmaktadır. “Piyasa ve Rekabet” adlı ilk bölümde ana akım iktisat zihninde şekillenmiş olan piyasa ve rekabet kavramlarının mahiyetlerini aktardıktan sonra, farklı piyasaları ele alarak kapital sistemin idealindeki piyasa düzenini inceledik. Devamında modern dönemde yaygın olan haksız rekabet şekillerini sıralayarak, hâkim durumun ihlallerini bütüncül şekilde sunmaya çalıştık.

“İslam Hukukunda Piyasa ve Rekabet” başlıklı ikinci bölümde İslam geleneğinde eskiden beri süregelen piyasa anlayışını aktardık. Devamında rekabetin kardeşlik duygusu içerisinde tatbik edilmesi arzulanan İslam rekabet felsefesini irdeledikten sonra İslam tarihi boyunca vuku bulan haksız uygulamaları inceledik. İslam’ın her türlü haksız rekabet türlerine karşı olduğunu temellendirerek bölümü kapattık.

Tezimizin ana konusunu teşkil eden “Yıkıcı Fiyat Uygulaması” adlı son bölümde, öncelikle meseleyi zihin dünyamızda iyi oturtabilmek için yıkıcı fiyatlandırma uygulamalarının ana akım iktisat literatüründeki durumunu inceledik. Bu bölümün ikinci yarısında konuyu İslam perspektifinden ele alarak Yıkıcı Fiyatlandırma dahil olmak üzere rekabetin rekabeti öldürmesi nevinden her türlü faaliyetin yasak kapsamında olduğu sonucuna vardık.

Tezimizin sonuç bölümünde meseleyi genel mahiyette değerlendirerek çalışmamızı sonlandırdık.

BİRİNCİ BÖLÜM

PİYASA VE REKABET

1. PİYASA VE REKABET

1.1. Piyasa ve Rekabet Kavramı

İnsan var olageldiği andan itibaren bir arada yaşama ve sıkı ilişki kurma eğilimi içinde olmuştur. Günlük ihtiyaçlarını giderme amacıyla takas veya satın alma yoluyla etkileşim içinde olan insanlar zamanla bu faaliyetlerini kolaylaştırma yoluna giderek belirli zaman ve mekanlar tayin etmişlerdir. Bu yönden bakıldığında alıcı ve satıcının tam bir serbestlik içerisinde fiyatların ihtiyaç durumuna göre belirlendiği her türlü alışveriş işlemlerinin yapıldığı ortamlar yani piyasalar oluşmuştur. Piyasa en dar ve en basit anlamıyla “*malların ve hizmetlerin alındığı ve satıldığı yer.*”⁵ demektir. Altın piyasası, tütün piyasası, et piyasası bunlara örnek olarak verilebilir. Piyasa kelimesi genellikle dar anlamıyla kullanılmaktadır.⁶ İktisadi anlamda piyasa daha geniş bir çerçevede ele alınır. Bu minvalden bakıldığında, piyasa bir iktisadi malın alıcı ve satıcılarının bir araya geldiği yer olarak tanımlanabilir.⁷ En geniş tanımda ise, “*piyasa, deyiminden belirli bir malın alıcıları ile satıcılarını sıkı bir şekilde ve derhal temasa geçirebilen herhangi bir organizasyon anlaşılmaktadır.*”⁸ Son tanımdan hareketle ifadenin desteğiyle de anlaşılabilir ki piyasanın oluşumu için herhangi bir fiziksel mekana ihtiyaç şart olarak görülmez. Alıcı ve satıcının iletişim kurabildikleri her alan piyasayı oluşturur.

Piyasalar diğer adıyla pazarlar, günümüzde belirli bir mekan olmaktan çıkmış, teknolojinin de gelişmesi ile alıcı ve satıcının bulunduğu her yer pazar konumuna dönüşmüştür. Diğer bir ifade ile dünya büyük bir pazar haline gelmiştir. Telefon, bilgisayar, internet vb. birçok teknolojik araç ve gereçler, şehirlerarası hatta ülkeler arası toptan veyahut perakende mübadelesini çok kolay ve hızlı bir forma sokmuştur. Bu durum, satıcı ve alıcıyı her an karşı karşıya getirebilen bir mekanizma oluşturmuştur.

⁵ Orhan Oğuz, *İktisada Giriş*, Marmara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Yayın No: 390, İstanbul, 1992, s. 107.

⁶ Oğuz, a.g.e., s. 107.

⁷ Yılmaz Kılıçaslan, *İktisada Giriş*, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir: 2014, s. 4.

⁸ H. Şükrü Baban, *İktisat İlminin Umumi Prensipleri*, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1957, c. 1, s. 65.

1.2. Piyasa Çeşitleri

Piyasalar çeşitli değişkenlere bağlı olarak farklı gruplarda incelenebilir. Mal piyasaları, ürün ve hizmetin alınıp satıldığı piyasalara denirken, üretim faaliyetlerinin birimlerini oluşturan emek ve sermayelerin satın alındığı piyasalara faktör piyasaları denir.⁹ Modern anlamda piyasa çeşitleri üründen şahıslara kadar farklı kategorilerde incelenirken klasik anlayışta piyasa çeşitlerinde değişkenler sadece satıcı ve alıcıların durumlarına göre belirlenmiştir. Alıcı ve satıcının sayısal durumuna göre değişen pazar çeşitleri tekel piyasaları, monopson piyasalar ve tam rekabet piyasaları şeklinde ayrılmaktadır.

1.2.1. Tekel (Monopol) Piyasaları

Monopol, Fransızca kökenli bir kelime olup tek satıcı, tekel anlamlarına gelmektedir.¹⁰ Belirli bir malın tek satıcısının bulunduğu, buna karşın alıcının birden fazla olduğu piyasadır. Bu piyasalarda monopol (tek satıcının) kararları piyasa düzeninde belirleyici olmaktadır.¹¹ Çünkü satıcı piyasada tek başınadır; bundan dolayı fiyatı belirlemede birinci derecede role sahiptir. Alıcılar genelde satıcının koyduğu fiyatı kabul etmek durumundadırlar.

Fakat saf monopol piyasalardan bahsetmek de pratikte pek mümkün görünmez. Sadece sattığı ürünün mislini satan başka satıcılarının olmaması bu piyasaların oluşması için yeterli değildir. Tam olarak monopol bir piyasanın varlığından söz etmek için, ürettiği malın yerine ikame edilebilecek başka bir ürünün olmaması da gerekir. Tercih fazlalığının var olduğu bu dünyada böyle bir piyasanın oluşması zor bir ihtimaldir. Çünkü hemen hemen her ürünün yerine başka bir alternatif getirilebilmektedir.¹²

⁹ Kılıçaslan, a.g.e., s. 4.

¹⁰ Orhan Türkay, "Mikro İktisat Teorisi", Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları: 551, Ankara: 1986, c.1. s. 183.

¹¹ Türkay, a.yer.

¹² Türkay, a.g.e., s. 184

1.2.2. Monopson Piyasalar

Bu piyasa çeşidinde, birden çok satıcının karşısında tek alıcı vardır. Bu tarz piyasalarda fiyat genellikle alıcının istediği meblağlara düşer. Satıcı durumunda olanlar daha edilgen bir durumdadırlar.

1.2.3. Tam Rekabet Piyasaları

Hem alıcının hem de satıcının birden fazla olduğu, pazara giriş ve çıkışların tam bir serbestlikte seyrettiği, piyasadaki ürünlerin, fiyatların, diğer tüm verilerin, tam bir şeffaflık içerisinde olduğu piyasalardır. Bu tür ortamlarda ne alıcı ne de satıcı doğrudan fiyatları etkileyebilecek güçte değildirler.

Genel anlamda rekabet, *“aynı amaca varmak için iki veya daha çok sayıda kimseler veyahut gruplar arasındaki yarışma”*¹³ şeklinde tanımlanabilir. İktisat biliminde rekabet, *“Kâr, satış miktarı ve pazar payı gibi belirli iktisadi hedeflere ulaşmak amacıyla ekonomik birimler arasında ortaya çıkan bir yarış veya karşıtlık şeklinde ilişkiler süreci”*¹⁴ olarak tanımlanmıştır.

Rekabet kavramı, iktisat düşüncesinde her zaman merkezi bir öneme sahip olmuştur. Çünkü insan doğasında var olan bir duygudur. İnsanoğlunun varlığı devam ettiği sürece yarış süreci diye adlandırılan rekabet de devam edecektir. Ekonomik ve teknolojik gelişmelerin temelinde de çoğu zaman rekabet yatmaktadır. Bu bağlamda rekabet, insanlığın ilerlemesini sağlayan en önemli etkenlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.¹⁵

Ekonomik anlamda rekabetin varlığından söz edebilmek için serbest piyasa şartlarının varlığı gerekmektedir. Ancak bu şekilde arz eden tarafın rakiplerini geçme davranışı ortaya çıkabilmekte, mal satma arzusu ve kâr maksimizasyon isteği artış gösterebilmektedir. Adam Smith’den (v. M. 1790) bu yana iktisatçılar, rekabeti ekonomik yaşamın düzenleyicisi olarak görmüşlerdir.¹⁶

¹³ Türk Dil Kurumu, Türkçe Sözlük, c. II, 9. B., Ankara 1998, s. 1853.

¹⁴ BADUR, s. 5; ayrıca bkz. YAKUPOĞLU, Mukadder Mehmet, “Rekabet Kültürü ve Rekabet Hukuku”, Rekabet Kurumu Perşembe Konferansları, Şubat 2001, s.121 vd.

¹⁵ Ozan Can, “Rekabet Yasağı ve Rekabet Sınırlandırmaları Hukuku İlişkisi”, Rekabet Dergisi, S. 32. s., 5.

¹⁶ Suna Özer, *Rekabet Hukuku Açısından Rekabet Yasakları*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009, s. 4.

Klasik iktisatçılar, serbest iktisat nizamı içerisinde iktisadi faaliyetlerin yürüyebileceğini ifade etmişlerdir.¹⁷ Rekabetin adil bir mekanizmada ancak bu şekilde oluşabileceğini öngörmüşlerdir. Pek çoğu alıcı ve satıcı ilişkilerine müdahale etmemenin gerektiğini, devletin sadece güvenlik vb. işlerle ilgilenmesi gerektiğini beyan etmişlerdir.

Serbest piyasa, diğer bir adıyla serbest rekabet ortamı, Adam Smith'in de belirttiği üzere "*görünmez elin*" fiyatları belirlediği, dıştan suni bir müdahalenin olmadığı pazardır. *Görünmez el*'den kasıt tabi ki ihtiyaçlara göre fiyatların belirlendiği bir piyasa dengesi ve sonucunda oluşan fiyat eğrisidir. Fiyatların yükselip alçalması arz ve talep doğrultusunda belirlenir. Diğer bir yandan David Hume, insan aklının kendi çıkarları için hareket ettiğini, en adaletli düzenin kendiliğinden oluşan düzen olduğunu ve resmi makamların buna müdahale etmemesi gerektiği, kişisel çıkarların ve serbestliğin insanın tabiatında olduğunu ileri sürmüştür. Herbert Spencer ise, sosyal ayaklanmanın en iyi olanın yaşamasını sağladığını, "*bırakınız yapsınlar*"¹⁸ fikrini destekleyerek yani rasyonel insanı savunarak liberalizme destek olmuştur.¹⁹

Serbest rekabet piyasasının birtakım özellikleri vardır. İhtiyaçları tatmin edecek malları geniş olarak piyasada arayan insanlar yapacakları talepler karşısında çok sayıda arzın mevcut olmasını isterler. Bu takdirde aynı mala sahip olan muhtelif kimseler bu maldan piyasada muhtelif şahısların ellerinde mevcut olduğunu görecekle. Bu suretle serbest rekabet nizamının birinci şartı kendiliğinden ortaya çıkmış oluyor. Yani piyasada çok sayıda alıcı ve satıcının mevcut olması lazımdır. Buna serbest rekabet piyasasının *atomisite* şartı denir.²⁰ Farklı satıcıların tezgahlarında bulunan malların aynı niteliklere sahip olmasına iktisat ilminde *ürünün homojenliği*²¹ denir. Bu özelliğin aranmasının en önemli sebebi farklı kalitede ürünlerin varlığı durumunda talep daha kaliteli olana

¹⁷ Oğuz, a.g.e., s. 119.

¹⁸ Sosyal yapıda ortaya çıkan önemli değişiklikler ve sorunlara ilaveten, 1870'lerde yaşanan ekonomik kriz ile birlikte, devletin ekonomideki rolünü mümkün olduğunca sınırlandırmayı amaçlayan "bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler" sloganı ve piyasa-devlet ilişkisi neo-klasik iktisatçılar tarafından sorgulanmaya başlamıştır. Neo-klasik iktisatçıları takiben bu kez John M. Keynes, 1929 Büyük Depresyonunun sonuçlarından hareketle, klasik liberalizme eleştiriler yöneltmiştir ve "modern", "çerçilikçi", "sosyal" ya da "refah" liberalizmi gibi farklı isimlerle dile getirilen liberalizm biçiminin ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Ayşegül Tayyar ve Birol Çetin, "Liberal İktisadi Düşüncede Devlet", C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c. 14, S. 1, 2013, s., 111.

¹⁹ Chapra, M. Umer, *İslam ve İktisadi Kalkınma*, çev. Adem Esen, Cantaş Yayınları, İstanbul: 2012.

²⁰ Aynı zamanda bu kimselerin serbestçe anlaşılabilmeleri icab eder. Daha ayrıntılı bilgi için, bkz. Oğuz, a.g.e., s., 119.

²¹ Türkay, a.g.e., s. 157.

eğrileceğinden dolayı ürünler arası fiyat farklılıkları ve birtakım dengesizlikler meydana gelecektir. Bir diğer unsur ise alıcı ve satıcının piyasaya girişlerinin tam bir serbestlik içerisinde olmalarıdır. Piyasa içerisinde bir an alıcı olabilen kişiler istedikleri zaman satıcı konumuna gelebilirken tam tersi de mümkündür. Bu durumu engelleyen bir mekanizmanın varlığı durumunda serbest piyasadan ve serbest rekabet ortamından söz edilemez. Kişilerin malları üretip üretmemeleri, satıp satmamaları, fiyatları istedikleri çıtada tutmaları tamamen kendi kararlarına bağlıdır.²² Ayrıca satıcıların kendi ürünleri için belirledikleri fiyatların piyasayı etkileyemeyecek düzeyde olması beklenir. Piyasa hacminde o kadar küçük bir parçayı ihtiva etmelidirler ki ürünlerin kıymetlerini manipüle edecek güçte bulunmamalıdır. Son olarak da piyasanın tam bir şeffaflık içerisinde olmasıdır. Bilgi kirliliğinden uzak, alıcıların tamamen doğru verilere ulaşabildiği bir pazar ancak tam bir serbest rekabet piyasasının meydana gelmesini sağlar.²³

İktisadın hayat bulduğu noktalarda rekabetin varlığı kaçınılmazdır. Klasik iktisat teorilerine göre rekabetin söz konusu olduğu pazarlarda refah artar. Ülkenin menfaatine olan bu durum tüketicinin daha iyi ürün ve hizmetlere minimum maliyet ile ulaşabilmesinin önünü açar. Devletin güvenliği sağlamak gibi temel görevler haricinde müdahaleden kaçındığı ortamlarda serbest bir rekabet ortamı oluşur.

Ülkemizde rekabet politikaları Anayasa'nın 167. maddesinde, “Devlet, para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemelerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır; piyasalarda fiilî veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önler.” şeklinde düzenlenmiştir. Ayrıca serbest piyasa ekonomisinde rekabetin olumlu yönde işlemesi kişilerin dürüstlük ilkesine sadık kalmaları ile mümkün olmaktadır.

²² Türkay, a.yer.

²³ “Alıcı ve satıcıların her biri piyasa ile ilgili her bilgiye her an sahiptir. Aynı malın bir başka satıcıda daha ucuz olduğunu bilmeyen bir alıcı pahalı malı satın alır, piyasada aynı malın tek fiyattan satılması gerçekleşmez. Kendisine daha yüksek ücret ödeyecek bir iş yerinin varlığını bilmeyen bir işçi düşük ücreti kabul edebilir. Üreticilerin ürünlerinin maliyetini tam olarak bildikleri varsayılır. Tam bilgi varsayımı bu kadarla da kalmaz. Üretici ve tüketicilerin veya alıcı ve satıcıların sadece bugün hakkında değil gelecek hakkında da bilgi sahibi oldukları kabul edilir.” Daha detaylı bilgi için bkz. Türkay, a.g.e., s. 158.

1.2.3.1. Tam Rekabetçi Piyasaların Amaç ve Faydaları

İnsanın var olduğu her alanda rekabetin varlığı da kaçınılmazdır. Daha üstün olma çabası içgüdüsüne sahip olan insan hemcinsleriyle sürekli bir yarış halindedir. Rekabet Kurumu Yayınlarında yapılan tahlil ekseninde rekabet şöyle dile getirilmiştir;

*“Aslında, rekabet; sosyal hayatta kimin daha iyi olduğunun bilinmediği durumlarda, bunu belirleme yoludur. Ekonomik yaşamda olduğu gibi, sosyal yaşamın diğer bölümlerinde de, rekabet bize belirli bir durumda kimin başarılı olduğunu gösterirken, kişiler üzerinde de başarılı olmak için daha çok gayret göstermek gibi bir etki yapar. Bu açıdan rekabet, kişileri, bilgi ve becerilerinin tümünü kullanmaya teşvikte bilinen en etkili yollardan biridir”.*²⁴ Bu sebeple rekabet, hayatın her alanında olduğu gibi iktisat alanında da her zaman önemini koruyan bir olgu olmuştur.

Adam Smith'den şimdiye dek iktisatçılar rekabeti ekonomik yaşantının bir düzenleyicisi olarak kabul etmişlerdir.²⁵ Liberalizmin²⁶ sonucu olan rekabetin en önemli ilkelerinden biri de bireyciliktir. Bu akıma göre birey, hiçbir otorite tarafından sınırlandırılmamalı, kısıtlanmamalıdır. Çünkü akılcı bir anlayış içerisinde olan birey, kendisi için en faydalı olanı seçebilecek kabiliyettedir.

Bu sebeple *“serbest piyasa ekonomisinin temelinde çıkarlarını gözetken özgür ve rasyonel birey anlayışı yatar. Piyasa ekonomisinde fiyat mekanizması aracılığıyla üreticiler hangi malı, ne miktarda üreteceklerine; tüketicilere ise, hangi malı ne miktarda tüketeceklerine kendileri karar verirler. Böylece çıkarlarını maksimize etme amacıyla olan üretici ve tüketici aktörler, farkında olmadan, toplumsal refahın artmasına da hizmet etmiş olmaktadır. Fakat bu durumun söz konusu olabilmesi için piyasaya/ekonomiye devletin müdahale etmemesi gerekir.”*²⁷

Rekabet ekonomik verimliliğin artmasında önemli bir araçtır. Rekabetin var olduğu bir piyasada satıcıların tutunmasının yegane yolu daha kaliteli ürünleri minimal fiyatlarda piyasaya arz etmektir. Aksi durumda birçok seçeneğin var olduğu pazarda arzı sağlayan taraf için hayatiyetini devam ettirmek çok zor olacaktır. Piyasanın bu denli

²⁴ Ateş Akıncı, “Rekabetin Yatay Kısıtlanması”, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, (2001), s., 3.

²⁵ Suna Özer, a.yer.

²⁶ Liberalizm kavramı Fransızca'da “Libre” kelimesinden türetilmiştir. “Libre” boş, serbest anlamına gelmektedir. İngilizce'de ise “Liberty” kelimesi özgürlük, serbestlik anlamlarında kullanılmaktadır. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Coşkun Aktan, *Çağdaş Liberal Düşünce ve Politik İktisat*, Ankara: Takav Matbaacılık, 1994a.

²⁷ Ayşegül Tayyar, Birol Çetin, “Liberal İktisadi Düşünce ve Devlet”, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c. 14, S. 1, (2013), s., 113.

devamında sürekli yenilenen ve kendini geliştiren bir arz şekillenecektir. Dolayısı ile halk daha iyi ürünlere kolaylıkla erişebilecektir.

Rekabetin olduğu bir organizasyonda işçi istediği mesleği yapabilir. Aynı zamanda tüketiciler de istedikleri şeyi istedikleri noktalardan temin edebilirler. Otoritenin de güvenliği ve teşviki tesis ettiği bu organizasyonda herkes birbirine güvenir. Devletin nihai hedefi bireyin marjinal faydasını hesap etmekten öte onun refahı için hizmet faktörlerini oluşturmaktır. Smith ise, *“bunu doğal özgürlük sistemi olarak düşünmüş ve kişilerin kendi çıkarları için eylemde bulunduklarında sanki “görünmez bir elin” toplumun çıkarlarını da en üst seviyeye çıkaracağı”* görüşünü savunmuştur.²⁸

2. REKABET PİYASALARINDA ORTAYA ÇIKAN SORUNLAR: HÂKİM DURUMUN KÖTÜYE KULLANILMASI

Piyasalarda rekabet odaklı organizasyon tahsis etmek verimliliğin artmasına yönelik bir çalışmadır. Bu şekilde artan rekabetin satıcıları daha etkin olmaya zorlayacağı, maliyet ve fiyatları minimal seviyede tutmak için çaba sarf etmek zorunda kalacakları, dolayısıyla tüketicilerin de daha nitelikli ürün ve hizmetlere ulaşacağı varsayılır.²⁹ İşletmeler piyasada rekabet edebilmek adına müşterilerin taleplerine uygun ürün arz ederken, ürün niteliği, iyi dağıtım ağı, düşük fiyat gibi araçlardan faydalanırlar. Böylece mümkün olduğu kadar fazla müşteri elde ederek gelirlerini arttırmaya çalışırlar.³⁰ İşletmeler, rakiplerini pazarın dışına atmak veya potansiyel rakiplerin pazara girişlerini engellemek adına daha iyi verim ve daha iyi fiyatlara yönelik çalışmalar yaparlar. Fakat serbest rekabet ortamında piyasa aktörleri olan işletmeler, her zaman hukuki sınırlar içinde davranış sergilemezler. Sosyal ve iktisadi açıdan maksimum verim alınacağı öngörülen *serbest rekabet ortamında* kişiler, birtakım arzuları sebebiyle rekabet hukuku normlarının dışında hareketler sergileyebilmektedirler. Dolayısıyla firmaların davranışları bazen tüketicilere bazen işletmelere bazen de rekabet ortamına doğrudan veya dolaylı olarak zarar verebilmektedir.³¹

²⁸ Atilla Yayla, *Liberalizm*, Ankara: Turhan Yayınları, 1992, s., 72.

²⁹ Ekdi, a.g.e., s. 3.

³⁰ Sevilay Uzunallı, “Avrupa Birliği Rekabet Hukuku Işığında Yıkıcı Fiyat Uygulamaları İle Hakim Durumun Kötüye Kullanılması”, Ankara, *Rekabet Dergisi*, c. 11, S. 4, (2010), s., 60-61.

³¹ Ozan Can, “Rekabet Yasağı ve Rekabet Sınırlandırmaları Hukuku İlişkisi”, *Rekabet Dergisi*, S. 32, s., 7.

Klasik Okulun³² önemli bir temsilcisi olan Adam Smith'e göre sağlıklı bir piyasanın oluşması için devletin varlığı zorunludur. Monopol hakimiyetin engellenmesi, ürün kalitelerinin takibi vb. işleri devlet yapar. “*Adam Smith'in bakış açısına göre devlet ayrıca, yollar, kanallar, limanlar, eğitim, sağlık gibi işleri de üstlenerek gerekli toplumsal düzeni sağlar ve ekonomik sistemin devamı için çabalar.*”³³ Liberal toplum düzeni düşüncesinin son iki asırdaki yükselişiyle birlikte 19. yüzyıldan sonra devletler artık pazarlara olan müdahale boyutlarını azaltmışlardır. Doğal ortamında seyreden piyasaların sağlıklı işleyeceği düşüncesi yaygınlık kazanmaya başlamış, fiyatları belirlemeye değin giden katı müdahaleler artık son yüzyıllarda ortadan kalkmıştır.

John Locke ile başlayan klasik liberalizmde anlayış tam olarak devletin hiçbir müdahalede bulunmadığı ve sınırsız özgürlüğün sağlandığı bir sistemi desteklemekteydi. Ancak her alanda olduğu gibi iktisadi alanda da sınırsız özgürlük adaletin sağlandığı anlamına gelmeyecekti. Bu sebeple, “*..liberalizm de birtakım değişmelere uğramış ve Pozitif özgürlükçü ve devletçi liberalizm haline gelmiştir.*”³⁴ Devletin liberal ekonomi stratejilerini desteklemesine mukabil her an haksız bir piyasa uygulaması ortaya çıkabilmektedir. Bu yüzden devletin önemli bir vazife olarak piyasa suistimallerine karşı tedbir alması elzemdir. Piyasa dengesini bozan her türlü durumda ilk müdahale hakkı tek otorite olan devletin olacaktır. Sosyal liberalizm (Devletçi liberalizm)'in iktisadi yönü incelendiğinde, piyasa işleyişine dikkat etme, piyasalara gerekli görüldüğü takdirde müdahale etme ve sosyal-ekonomik adaleti sağlama görevleri devlete verilir.

Devletlerin serbest rekabet piyasaları için belirledikleri hukuk normlarının temel amacı, piyasalarda rekabetin sağlanması ve devamlılığını korumasıdır. *Rekabet hukuku*³⁵ diye adlandırılan bu normlar, piyasalarda adil rekabetin zıttı uygulamalar olan ihlallerin

³² Bazı zamanlar “klasik iktisat” olarak da adlandırılan, liberal ekonomik sisteme atfedilen isimdir.

³³ İbrahim Erol, “Ekonomi Açısından Devlet ve Piyasa”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, c. 47, S. 03. s., 146.

³⁴ Pozitif özgürlükçü ve devletçi; “modern”, “eşitlikçi”, “sosyal”, “refah” liberalizmi gibi farklı isimlerle adlandırılan liberalizm türü ise, bazı özgürlüklerin ancak devlet eliyle gerçekleştirilebileceğini ve serbest piyasanın ortaya çıkardığı dengesizliklerin, sosyal önlemlerle giderilmesi için devlete birtakım görevler yüklemekte, devletin ekonomiye müdahalesinin gerekli olduğunu savunmaktadır. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Aytekin Yılmaz, *Çağdaş Siyasal Akımlar*, İstanbul: Vadi Yayınları, 2001, s. 32.

³⁵ “Başarılı bir rekabet hukuku uygulaması iki sütun üzerine oturmaktadır. Bunlardan ilki rekabet otoriteleri eliyle yürütülmekte olup, ihlalde bulunanların tespit edilmesi ve cezalandırılması suretiyle, ihlalde bulunan teşebbüslerin caydırılmasını ve rekabet ihlalinin topluma verdiği zararın bertaraf edilmesini amaçlamaktadır. İkincisi ise, tüketiciler ve rakipler gibi ihlalden zarar görenlerin zararlarının karşılanmasını amaçlayan özel hukuk uygulamalarıdır.” Daha ayrıntılı bilgi için, bkz., Hale Gündüz ve Sinan Bozkuş, “Rekabet İhlallerinden Doğan Zararların Hesaplanması: AB Uygulaması Bağlamında Genel Yaklaşımlar”, *Rekabet Dergisi*, c. 13, S. 1, (2012), s. 52.

asgari seviyede kalması için geliştirilmiş ilkelerdir. Devletin liberal ekonomide bazı durumlarda müdahale etmesi kaçınılmazdır. Burada kullanılan müdahale kavramı, serbest piyasanın işleyişini bozacak anlamına gelen müdahale değildir. Aksine liberal ekonominin temel ayaklarından biri olan serbest rekabet piyasasını bozmaya yönelik eylemlere müdahale anlamına gelmektedir.³⁶ Bu bakımdan devletlerin serbest piyasa ekonomisine yönelik normlar oluşturması bir zorunluluktur. Çünkü rekabet kurallarının olmadığı veya uygulanmadığı durumlarda, piyasada görülen verimlilik zamanla azalacaktır. Rekabet hukukunun³⁷ amacı, “*rekabet kanunlarının korumayı hedeflediği menfaatleri ifade eder.*”³⁸

Rekabetin amacı, ekonomik alanda rakibin müşterilerini çekmek suretiyle iş potansiyelini yükseltmektir.³⁹ Piyasa aktörleri, rekabetin doğası gereği rakiplerin önüne geçme isteği duyarlar. Zira teşebbüslerin bu şekilde hareket etmesi serbest piyasa ekonomisinin bir sonucudur.⁴⁰ Bunun doğal bir sonucu olarak birtakım firmalar piyasa hacimlerini arttıracaklar ve dolayısıyla hâkim durum dediğimiz piyasanın büyük oyuncuları ortaya çıkacaktır.

Esasen piyasadaki hacimlerini arttıran hâkim durumdaki firmalar/satıcılar, bulundukları konuma gelmeleri bir suç teşkil etmez. Bu durum rekabetin gereği ve sonucudur. Asıl sorun teşkil edecek mesele hâkim duruma geldikten sonra piyasadaki güçlü olma vasfını kötüye kullanma durumudur. Bu yüzden hâkim durumda bulunmak suç değil, hâkim durumu kötüye kullanmak suçtur. Hâkim durumu kötüye kullanmanın ön koşuludur da denilebilir. Dolayısıyla bu tür davalarda ilk önce teşebbüsün pazardaki konumu incelenir. Hâkim durumda değil ise zaten yaptığı uygulamalar pazarı etkileyecek seviyede olmadığı için herhangi bir yaptırıma tabi tutulmaz.

RKHK⁴¹’nın 3. Maddesinde hâkim durumun tanımı yapılmıştır. Buna göre hâkim durum, “*Belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve*

³⁶ Pelin Doğa Konukman, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanuna Göre Hakim Durumun Kötüye Kullanılması*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2000, s., 1.

³⁷ Ülkemizde de 11. Yargıtay Hukuk Dairesinin Rekabeti Koruma ile ilgili çıkardığı yasada. “Haksız rekabet hükümlerinin sadece rakiplerin ekonomik çıkarlarını değil, rekabete dayalı ekonomik düzenin de korunmasını amaçladığı” şeklinde ifade edilmiştir. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Kazancı Mevzuat ve İhtihat Bilgi Bankası.

³⁸ Zekeriyya Arı, “Rekabet Hukukunda Amaç Sorunu”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, c. 8, S. 3, (2003), s. 27.

³⁹ Rıza Ayhan, *Ticari İşletme Hukuku*, 2. b., Ankara: Yetkin Yayınları, 2007, s. 477.

⁴⁰ Metin Topçuoğlu, “Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İşbirliği Davranışları ve Hukuki Sonuçları”, Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi No:7, Ankara 2001, s. 6.

⁴¹ Ülkemizde yürürlükte olan “Rekabetin Korunması Hakkında Kanun” normlarıdır.

müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü” anlamına gelmektedir. Buradaki tanımdan hareketle hâkim durum kavramını, rakiplerinden ve tüketicilerden bağımsız bir şekilde hareket edebilen, piyasa parametrelerini⁴² tek başına etkileyebilen güç şeklinde anlayabiliriz. Oysaki fiyat ve arz gibi ekonomik parametreler rekabetçi bir piyasada arz ve talebin durumuna göre serbestçe oluşur.⁴³

Ayrıca hâkim durum, şekil itibariyle tekelden farklıdır. Çünkü tekel, piyasayı ele geçirmiş, arzı tek başına icra eden tek bir teşebbüsten ibarettir. Eğer hâkim durumda olan teşebbüs tek bir firma/satıcı ise hem tekel hem de hakim durumda olan taraf denilebilir. Fakat söz konusu teşebbüsler birden fazla da olabilir. Bu durumda birden fazla hâkim durum görülebilir ancak tekel durumundan söz edilemez. Bu yüzden hâkim durum tekeli de kapsayan geniş bir çerçeve formundadır.⁴⁴ Hâkim durumun başka bir tanımı da şöyledir: “ *Hâkim durum bir teşebbüs veya bir araya gelmiş birden fazla teşebbüsün herhangi bir pazarda diğer teşebbüslerden bağımsız olarak fiyatı rekabetçi düzeyden daha farklı konumlara getirebilme kudretidir.*”⁴⁵ Buradaki iki ayrı tanımdan hareketle hâkim durumun birkaç unsurları ortaya çıkmaktadır. Bunlar ekonomik güç, bağımsızlık ve devamlılıktır.⁴⁶

2.1. Hâkim Durumun Unsurları

Hâkim durumun ekonomik güç, bağımsızlık ve bu gücün devamlılığı olmak üzere üç temel unsuru bulunmaktadır.⁴⁷ Ekonomik güç, teşebbüsün veya ortak teşebbüslerin belli bir piyasada pazar paylarının rakiplerine göre daha fazla olması anlamına gelir. Bunun belli bir oranı olmamakla birlikte genel kaniya göre %40 civarı pazar payına sahip olan teşebbüsün hâkim durumda olamayacağıdır. Bu orandan daha büyük bir piyasa gücüne sahip olduğunda ancak hâkim durumda olabilecektir. Bir teşebbüsün hâkim durumda olup olmadığı anlaşılmaya çalışılırken sadece pazar payına bakılmaz. Aynı

⁴² Fiyat, arz, üretim ve dağıtım.

⁴³ Cem Çağatay Orak, *Kamu Hizmetleri ve Kamu Teşebbüslerine Rekabet Hukuku Kurallarının Uygulanması*, 1. b., Ankara: Çakmak Yayınevi, 2011, s. 300.

⁴⁴ Orak, a.g.e., s. 300.

⁴⁵ Su K.T., “Rekabet Hukukunda Teşebbüslerin Hakim Durumunun Belirlenmesinde Pazar Gücünün Ölçülmesi”, Ankara, Rekabet Kurumu, Yayın No:94, (2003), s. 8.

⁴⁶ Can Kurdak, *Rekabet Hukukunda Yıkıcı Fiyat Uygulaması Yapmak Suretiyle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı, 2018, s. 9.

⁴⁷ Rekabet Kurulu Kararı, Dosya Sayısı: D2/1/M.B.-00/1, Karar Sayısı:00-33/356-200, Karar Tarihi:05.09.2000.

zamanda rakiplerinin de pazar gücü dikkate alınır. Çünkü bir pazarda ekonomik güç anlamında lider olan firma için her zaman hâkim durumdadır demek doğru olmaz. Lider duruma gelmek rekabetin bir sonucudur. Hâkim durumda olan firma pozisyonunu koruyabilmek adına sürekli kendini yeniler. Bu yüzden rakiplerinden bağımsız hareket edemeyen bir satıcı firma olarak görünür ki bu da hâkim duruma uygun olmayan bir niteliktir. Hâkim durumda olan teşebbüs hiçbir şekilde rakiplerine bağımlı değildir. Ancak lider konumda olan firma bu konumunu uzun müddet devam ettirir ve sonucunda piyasa parametrelerinde keyfi hareket etmeye başlarsa o zaman bu lider konumda olan teşebbüs için hâkim durumda olduğu söylenebilir.⁴⁸

Piyasada belli bir pazar gücüne sahip olan teşebbüsün aynı zamanda bağımsız hareket edebilmesi de gereklidir. Lider konumda olan firmanın piyasada rekabet baskısından uzak bir şekilde keyfi olarak fiyat ve diğer pazar politikalarını belirlemesi bağımsızlık özelliğine sahip olduğu anlamına gelir. Halbuki otorite ve kamu tarafından arzu edilen her zaman rekabetin devamlılığı ve halka daha iyi ürün/hizmet arzının sağlanmasıdır. Bu unsurun önemli bir tamamlayıcısı olan dikey bütünlük çerçevesinde piyasaya sürülen ürünün tedarik edilme sürecidir. Bir teşebbüs piyasaya sürdüğü ürünün üretim aşamasından başlayarak, ürünün ambalajlanması, dağıtımı ve alıcıya ulaştırılmasına kadar tüm işlemleri tek başına yapabiliyor ise pazarda büyük bir güce sahip olup büyük ölçüde bağımsız konumdadır. Ürünün pazardaki fiyatını belirlemede veya arz miktarını ayarlama tamamen kendi kararları etkili olacaktır. Malı üreten başka bir firmaya bağlı olmaması, malı dağıtan başka bir firmayla uzlaşmak durumunda kalmaması, onu tamamen bağımsız ve hâkim durumda olan bir teşebbüse dönüştürür. Bu durumda hem rakiplerinden hem de müşterilerinden bağımsız olarak, üretim, arz, dağıtım ve fiyat gibi parametreleri belirleyebilme gücüne sahip olur.⁴⁹

Çok kısa süreli bir liderlik durumu, piyasaya hâkim olunduğu anlamına gelmez. Bu yüzden hâkim durumun son unsuru devamlılıktır. Teşebbüsün hâkim duruma geldikten sonra bunu devam ettirmesi gerekir. Sürekli bir güç devamı ve artışı bu konuda devamlılık sahibi yapar. Kısa süreli iniş çıkışlar rekabet piyasasının doğal bir halidir.

⁴⁸ Ahmet Sait Büyükçapar, *Türk Rekabet Hukukunda Hakim Durumun Kötüye Kullanılması*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sermaye Piyasası ve Ticaret Hukuku, 2019, s. 45.

⁴⁹ Konukman, a.g.e., s. 34.

Ancak beklenen devamlılık unsurunun belli bir süresi de yoktur.⁵⁰ Teşebbüsün kendi pazar payını sabitleştirmesi için yeterli bir zamanın olması devamlılık için gerekli bir süre olarak belirlenmiştir.⁵¹

2.2. Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması

Hâkim durumda olmak tek başına bir suç teşkil etmez. Fakat piyasada hâkim durumda olmanın bazı özel sorumlulukları vardır. Hâkim durumdaki işletmenin bulunduğu konumun imkanlarını kullanarak rekabeti bozucu ve sınırlayıcı davranışları sonucu, müşterileri, tedarikçileri, potansiyel ve fiili rakipleri aleyhine gerçekleştirdiği yararlanmalar, kötüye kullanma şeklinde değerlendirilir.⁵² RKHK'nın 6. Maddesinde kötüye kullanma şöyle tanımlanmıştır: *“Bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması hukuka aykırı ve yasaktır.”*

Hâkim durumdaki teşebbüsler *hâkim durumun kötüye kullanılması* olarak değerlendirilebilecek fiil ve işlemlerden kaçınmakla yükümlüdürler.⁵³ Rekabet hukuku çerçevesince hâkim durumda olan teşebbüslerin, konum ve güçlerini kötüye kullanma olarak kabul edilecek davranışları temel olarak dışlayıcı (*exclusionary*) ve sömürücü (*exploitative*) olarak iki kısma ayrılır.⁵⁴ Fiilin kötüye kullanma olarak tanımlanması için,⁵⁵

⁵⁰ “Hâkim durum tespiti bakımından söz konusu süre incelenen ürünün ve pazarın özelliklerine göre değişebilmekle beraber genellikle iki yıllık sürenin yeterli olacağı kabul edilmektedir.” Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Kötüye Kullanma Niteliğindeki Davranışlarının Değerlendirilmesine İlişkin Kılavuz, Rekabet Kurulu, Ankara, s. 2.

⁵¹ Konukman, a.g.e., s. 35.

⁵² Konukman, a.g.e., s. 56-57.

⁵³ Emine Ulaş, *Rekabet Hukukunda Hakim Durum ve Hakim Durumdaki Teşebbüsler*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi, 2007, s. 69.

⁵⁴ Hale Gündüz, Sinan Bozkuş, “Rekabet İhlallerinden Doğan Zararın Hesaplanması: AB Uygulaması Bağlamında Genel Yaklaşımlar”, Ankara, Rekabet Dergisi, c. 13, S. 1. (2012), s. 69.

⁵⁵ Konukman, a.g.e., s. 57.

1. Fiilin hâkim durumdaki teşebbüs tarafından yapılması gerekir.
2. Elde edilen kârın normal rekabet ortamında sağlanamayacak miktarda olması gerekir.
3. Rekabetin, müşteri ve diğer teşebbüsler arasında bozulması gerekir.

Bu kısımda, hâkim durumda olan teşebbüsün, elinde bulundurduğu güç ve avantaj ile piyasayı ne şekilde etkileyebileceği incelenecektir.

2.2.1. Yıkıcı Fiyat Uygulaması⁵⁶

Fiyatların düşmesi, rekabet hukukunun asıl amacı olmamakla birlikte önemli bir sonucudur ve müspet bir şekilde karşılanır. Fiyatların düşüşü, ilk başta tüketiciler için olumlu bir gelişme gibi görünse de devamında birtakım problemler getirebilir. Özellikle iyi niyet olgusundan uzak bir fiyat kırma politikası rekabet ortamını zedelemektedir. İlk başta fiyatların düşürülmesi durumu iyi gibi görünse de bu tür olaylarda otorite fiyat düşüren şirkete birtakım yaptırım uygulamak zorunda kalmaktadır. Bunun sebebi de fiyat kırma yoluyla rakiplerini saf dışı bırakmak dolayısıyla da rekabet ortamını bozmaktır. Hâkim durumun kötüye kullanılmasının öne çıkan türevlerinden biri olan yıkıcı fiyat uygulaması bu yönde bir harekettir.

Yıkıcı fiyat uygulaması, hâkim durumdaki bir teşebbüsün, piyasa hacmine de güvenerek, rakiplerinin mücadele edemeyecekleri bir şekilde fiyatları düşürerek, hem mevcut rakiplerini saf dışı bırakmak hem de pazara girme niyeti olan potansiyel rakiplerine göz dağı vermek amacıyla belli bir süre sonra piyasada tekelleşmek ve yaptığı zararı da kapatacak şekilde fiyatları fahiş derecelere çıkarmak şeklinde genel bir tanıma sahiptir. Hâkim durumdaki firma/firmalar, fiyatları maliyet altına çekince hem kendi müşterilerini kendine bağlayacak hem de rakiplerin müşterilerini elde etmiş olurlar. Buna karşı rakip firmalar müşterilerini kaybetmemek adına fiyatlarını düşürme veya sabit tutma seçenekleri arasında kalırlar. Fiyatlarını düşürdüklerinde kâr zarar dengesi bozulur ve iflas ederlerken, fiyatlarında bir değişime gitmediklerinde ise müşteri kaybı yaşayarak kâr marjları düşer ve iflasa gidebilirler.

⁵⁶ Daha ayrıntılı bir şekilde 3. Bölümde ele alacağımız tezimizin asıl konusu olan bu bölümü, konu bütünlüğü açısından bu kısımda kısaca zikretme gereği duyduk.

Bir fiyatlama hareketinin yıkıcı olarak isimlendirilebilmesi için çeşitli kriterlere uygun olması gerekir.⁵⁷ Çünkü her fiyat düşürme yıkıcı olarak vasıflandırılmaz. Rekabetin doğal gereği olarak firmalar daha fazla müşteri kazanabilmek adına promosyon indirimleri yapabilirler. Bu sebeple otoritenin bu konuda derin bir inceleme yapması elzem bir durumdur.

Bir fiyat kırma eyleminin yıkıcı olarak tespit edilebilmesi için, maliyetinin altında bir fiyata satış yapması gerekir. Ayrıca yıkıcı fiyat döneminde edilen zararın sonraki dönemde telafi edilebilecek kâr hadleri uygulanabilir olmalıdır.

2.2.2. Mal ve Hizmet Vermeyi Reddetme

Liberal iktisat politikasında hem satıcı hem alıcı istediği davranışı başkalarına zarar vermeksizin gerçekleştirebilir. Buna, fiyatları ayarlamak, arzı sağlamak, talep etmek vs. dahildir. Mal arzının sağlanması da sözleşme özgürlüğü ilkesi gereğince tarafların serbest iradelerine kalmış bir karardır. Piyasada bulunan her satıcı istediği zaman malını pazara sürebilir ve çekebilir.⁵⁸ Serbest piyasa kuralları gereği her teşebbüs istediği alıcıya mal satabilir.

Genel anlamda, bir firmanın sözleşme özgürlüğü ilkesi sonucu olarak istediği tarafla akit ilişkisine girmesi, istediği kişilerle de sözleşme yapmayı reddetmesi mümkündür. Ancak hâkim durumda olan teşebbüs bu türlü bir davranışta bulunduğu rekabet normlarını ihlal etmiş olur. Hâkim durumda olan firmalar, uzun dönem boyunca mal veya hizmet verdikleri müşterilerine herhangi makul bir sebebe dayanmaksızın bir anda mal arzını keserlerse bulundukları konumu kötüye kullanmış olacaklardır. Bu durum bir rekabet ihlalidir.⁵⁹

⁵⁷ Mehmet Yanık, “Rekabet Hukukunun Hakim Durum ve Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Uygulamalarında Piyasaya Giriş Engelleri”, Ankara, Rekabet Kurumu, (2003), s. 44.

⁵⁸ Anayasanın 48. Maddesinde herkesin dilediği sahada çalışma ve sözleşme yapma özgürlüğüne sahip olduğu açıkça belirtilmiştir.

⁵⁹ “*Rekabet Kurulu yukarıda da değinilen 2003 tarihli Turkcell/Telsim kararında; Turkcell ve Telsimin GSM altyapı hizmetleri pazarındaki birlikte hakim durumlarını, Ana’nın GSM hizmetleri pazarına girerek, etkin bir şekilde rekabet edebilmesi için zorunlu bir unsur olan ulusal dolaşım (roaming) hizmetini vermeyi reddetmek suretiyle, kötüye kullandıkları sonucuna varmıştır.*” Daha ayrıntılı bilgi için bkz. 02.10.2006 tarihli 02-06-/755-305 sayılı Rekabet Kurulu Kararı 3-4054 sayılı kanun’un 6’ncı maddesi bakımından, Ulaş, a.g.e., s. 78-79.

Hâkim durumdaki teşebbüsün rakiplerine mal vermeyi reddetmesi müşterilerin alternatif satıcılara yönelme hürriyetlerini ellerinden alıp onların kararlarını sınırlandırabilir. Hâkim durumun gerçekleşme şekilleri şu şekilde sıralanmıştır:

“Hâkim durumun bu yolla kötüye kullanılmasını oluşturan eylemler, tüketici (tahdidi) olmamak kaydıyla, malların ya da hizmetlerin sağlanmasını reddetmek, sağlanmakta olan mal ya da hizmeti kesmek, bilgi vermeyi reddetmek fikri mülkiyet hakları ile ilgili olarak lisans vermeyi reddetmek, olmazsa olmaz araçlara cevap vermeyi reddetmek, mal ya da hizmetin sağlanmasını, o mal ya da hizmetle ilgili olmayan başka mal ya da hizmetlerin alınması şartına tabi kılmak malların tedarikini, bu malların satılacağı nihai coğrafi yerin ve nihai alıcıların kim olduklarının belirtilmesi şartlarına bağlamak aşırı yüksek fiyatlandırma yapmak şekillerinde gerçekleşebilir.”⁶⁰

Bu ihlalin hedefindeki firma, mevcut rakip olabileceği gibi pazara giriş yapmak isteyen potansiyel firma da olabilir. Hâkim durumdaki teşebbüsün potansiyel rakipleriyle sözleşme yapmayı reddetmesi piyasada suni giriş engeli oluşturacaktır. Özetle, hâkim durumdaki teşebbüsün sözleşme yapmaktan (mal ve hizmet arz etmekten) kaçınması, rakiplerini pazarın dışına itmek suretiyle pazar gücünü arttırmak⁶¹ veya pazara girmek isteyen yeni rakiplerine karşı engel oluşturmak amacına yönelik olamaz.

Burada dikkat edilmesi gereken nokta, arz edilmeyen malın piyasada alternatifi olmayan bir ürün olması gerektiğidir. Ancak bu durumda kötüye kullanma tespiti yapılabilir. Pazarda tutunabilmek veya piyasaya adım atabilmek için başka bir ürün de yeterli görevi görüyorsa sözleşme yapmayı reddetmiş olan firmaya herhangi bir yaptırım uygulanamaz.

Mal veya hizmet arzının çekilmesi ile ilgili bir örnek olarak, Commercial Solvents adlı sağlık şirketinin bir verem hastalığı için ürettikleri ilacın hammaddesini rakibi olan Zoja adlı firmaya satmayı reddetmesi gösterilebilir. Daha öncesinde bu ilacı üretmeyen Zoja adlı teşebbüsün, bu ilacı üretme politikasına gitmesi sebebiyle C.S. adlı şirket hammadde arzını kesmesi hâkim durumu kötüye kullanma olarak tespit edilmiştir. Çünkü bu yolla C.S. adlı hâkim durumdaki teşebbüs, sözleşme yapmayı reddetmesiyle pazara girmek isteyen yeni bir firmayı engellemiş ve suni bir giriş engeli oluşturmuştur.⁶²

⁶⁰ Ulaş, a.g.e., s. 87.

⁶¹ Orak, a.g.e., s. 332.

⁶² Gülgün Anık, “AT Rekabet Hukukunda Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması”, TBB Dergisi, S. 65, 2006, s. 194.

Hâkim durumdaki teşebbüsün, uzun zamandır müşterisi olan teşebbüslere mal veya hizmet arzını sunarken⁶³, rastgele çıkan müşterilerine karşı sözleşme yapmayı reddetmesi kötüye kullanma şeklinde düşünülmeyebilir. Bu durumda haklı bir gerekçeye dayanması gerekir.

2.2.3. Ayrımcılık

Yine hâkim teşebbüsün eşit⁶⁴ alıcılara farklı kriterler sunarak mal arzını sağlaması da kötüye kullanma olarak addedilmiştir. Sıklıkla uygulanan bu ihlal türü ayrımcılıktır. RKHK m. 6/b da ayrımcılık uygulaması şöyle tanımlanmıştır: “*Eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek, doğrudan veya dolaylı olarak ayrımcılık yapılması...*”.

Ayrımcı davranışların öne çıkan bir şekli de boykottur.⁶⁵ Pazar gücünü elinde bulunduran teşebbüsler, aynı seviyede bulunan alıcılara ürün arzını kısıtlamaya ya da tamamen onlardan mahrum bırakma yoluyla rakiplerini sindirirler. Bu şekilde rekabeti yok eden şartları kabule zorlarlar.

Boykot özellikle oligopolistik piyasalarda daha rahat uygulanmaktadır. Türkiye’de gazete ve dergileri dağıtan iki şirket vardır. Bu iki dağıtım şirketinin birlikte hareket etmesi sonucu herhangi bir gazete firmasının ürünlerini dağıtmama kararı almaları hedef alınan gazete firması için kötü sonuçlar doğuracaktır. Dağıtım faaliyeti boykota uğrayan gazetenin, kendi dağıtım ağı gücü bulunmuyorsa veya böyle bir mali güce de sahip değilse basın piyasasından silinecektir. Yakın zamanda böyle bir ihlal durumu Türkiye’de yaşanmıştır.⁶⁶

Ayrımcı edimler, başta her alıcı için farklı fiyat verme olmak üzere, değişken satış şartları, özel iskontolar, satış sonrası garanti kapsamındaki hizmetlerde eşit davranmama, bir alıcıya mal verirken başka birine vermeme gibi haklı ekonomik sebeplere dayanmayan birtakım uygulamalardır. Bu nevi ihlallerden olan fiyat ayrımcılığının tanımı şöyle yapılmıştır:

⁶³ Mal vermeyi reddetmenin bir ihlal olarak sayılabilmesi için en büyük kriter, eskiden beri mal ve hizmet sağlanan müşteriye ticari bir sebep yokken bir anda mal arzının kesilmesidir.

⁶⁴ Eşit olmasıyla kastedilen, birbirlerinin yerini ikame edebilir olmalarıdır.

⁶⁵ Metin Topçuoğlu, “Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İşbirliği Davranışları ve Hukuki Sonuçları”, Ankara, Rekabet Kurumu, Lisansüstü Tez Serisi No:7, (2001), s. 237.

⁶⁶ Daha ayrıntılı bilgi için bkz., Emel Badur, “Türk Rekabet Hukukunda Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşmalar”, Lisansüstü Tez Serisi No: 6, Ankara, Rekabet Kurumu, (2001), s. 100.

“Fiyat ayrımcılığı, hakim durum konumunda bulunan bir teşebbüs tarafından varmış olduğu bu durumun devamlılığını uzatma maksadı ile bir ürünü eşit konumdaki alıcılara satarken veyahut hizmet sağlarken farklılıklar yaparak satması durumudur.”⁶⁷

Dikkat edilmesi gereken husus, hâkim durumdaki teşebbüslerin alıcılarına farklı şartlarla arz sunmalarının bir ihlal olarak addedilmesi için, talepte bulunan alıcıların mutlak suretle aynı seviyede olmaları gerektiğidir. Bu sebeple farklı seviyede bulunan alıcıların farklı arz ile karşılaşması bir ayrımcılık ihlali sayılmayacaktır.

Fiyat ayrımcılığından söz edebilmek için, farklı fiyat ile karşılaşmış olan firmanın rakiplerine karşı dezavantajlı duruma gelmesi gerekir. Teşebbüsün alıcıları farklı mekanlarda veya talep eylemleri farklı zamanlarda oluyorsa buna karşılık aynı ürün ve hizmetin fiyatı farklılık arz edebilir. Burada bir ihlalden bahsedilemez. Çünkü birtakım ekonomik sebepler zaman zaman arz edilen ürünün fiyatını etkileyebilir. Pazarlama koşulları da aynı şekilde mevsimden mevsime göre maliyeti yükseltip indirebilir. Bu durumda alıcılara verilen iskontolarda da farklılıklar meydana gelecektir. Yine mevsimden mevsime üretim masrafları da farklılıklar gösterebilir. Tüm bu değişkenler dikkate alınmadığında rekabeti koruma amacıyla yapılan yaptırımlar başka hukuksuzluklar doğuracaktır. Bu sebeple alıcıların karşısında bulunan teşebbüsün, herhangi bir ihlal yapıp yapmadığı kontrol edilirken iki taraflı menfaati gözeterek inceleme yapılmalıdır.

2.2.4. Fiyat Sıkıştırması

Bir teşebbüsün hâkim durumda olduğu pazardaki gücünü kullanarak başka bir pazarda rekabeti bozmaya yeltenmesi kötüye kullanma uygulamalarındandır. Rekabeti bozmak istediği asıl pazarda rakiplerinin üretim yapabilmeleri için gerekli olan hammaddeyi alt pazarda normal fiyatından yüksek meblağlara satmaya başlaması ile üst pazarda rekabeti bozmaya yeltenir. Rakiplerin yükselen maliyetlere karşı fiyatları arttırmak zorunda kalmaları ile birlikte piyasada haksız rekabet durumu ortaya çıkacaktır.

Fiyat sıkıştırması: *“..bir teşebbüsün kendi maliyetlerini yükseltmeksizin ya da görece daha az yükselterek mevcut ya da potansiyel rakiplerinin maliyetini artırma*

⁶⁷ Büyükçapar, a.g.e., s. 96.

stratejisi olarak tanımlanabilmektedir.”⁶⁸ şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanıma paralel bir şekilde RKHK’nın 6/d maddesinde de fiyat sıkıştırması şöyle tanımlanmıştır: *“belirli bir piyasadaki hakimiyetin yaratmış olduğu finansal ve ticari avantajlardan yararlanarak başka bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan eylemler.”* Yukarıdaki tanımlardan da anlaşılacağı gibi bir pazardaki hakim durumun başka bir pazarda kötüye kullanılması olarak ifade edilebilir.⁶⁹

Fiyat sıkıştırmasını bir ihlal olarak değerlendirmek için birkaç unsura bakılır.⁷⁰ İlk olarak fiyat sıkıştırması ihlalini uyguladığı iddia edilen teşebbüs dikey bütünleşik bir güce sahip olmalıdır.⁷¹ Yani hem üst pazarda hem de alt pazarda pazar gücü yüksek olmalıdır. Bir diğer şart ise, üst pazardaki rekabetin ürünü olan emtianın zorunlu bir parçası veya hammadde alt pazarda bahsedilen ürün olmalıdır. Ancak bu şekilde alt pazarda yapılan fiyat dengesizlikleri üst pazarda etkisini hissettirebilecektir. Üst pazarda rekabete konu olan ürünün zorunlu parçası alternatif teşebbüslerden tedarik edilebiliyorsa alt pazarda yapılan fiyat spekülasyonları yine üst pazara etki edemeyeceği için herhangi bir haksız rekabet durumundan söz edilemez. Tüm bu şartların gerçekleştiği varsayıldığında bile alt pazarda satılan parçanın/hammaddenin, haklı bir sebebe dayanarak rakiplere yüksek fiyattan verildiği durumlar da gerçekleşebilmektedir. Böyle zamanlarda yine hâkim durumun kötüye kullanıldığından bahsedilemez.

2.2.5. Ek Yükümlülükler Koyma

Hâkim teşebbüsün, piyasaya sürdüğü bir malın veya vermekte olduğu bir hizmetin alıcılar tarafından alınabilmesini, başka bir malı veya hizmeti alma şartına bağlaması

⁶⁸ Mehmet Tokgöz, Münhasır Dikey Anlaşmaların 4054 Sayılı Kanunun 4. Veya 6. Maddesi Kapsamında Değerlendirilmesi Sorunu, Rekabet Kurumu, Uzmanlık Tezleri Serisi No: 148, Ankara, 2017, s. 7.

⁶⁹ Konukman, a.g.e., s. 71.

⁷⁰ Büyükçapar, a.g.e., s. 118.

⁷¹ “Doğal olarak, hâkim durumdaki bir teşebbüsün, fiyat sıkıştırması uygulayacağı koşullar faaliyet gösterdiği pazara hem hammadde sağlayıp hem de o pazarda perakende şekilde çalışması sonucu gerçekleşecektir. Burada hâkim durumdaki teşebbüs, pazardaki diğer rakiplerini pazar dışına itme amacı taşıyarak kendi teşebbüsüne sağladığı hammaddenin fiyatı dışındaki rakiplerine sağladığı hammadde fiyatlarını normalin üstünde yükseltip ya da diğer teşebbüsler için hammadde fiyatlarını sabit tutarken kendi teşebbüsü için hammadde fiyatlarını düşürerek diğer teşebbüslerin kâr marjı aralığını daraltması çabası içerisinde olacaktır.” Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Halil Çeçen, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Hukukunda Hâkim Durumun Fiyat Uygulamaları İle Kötüye Kullanılması*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Avrupa Birliği Anabilim Dalı, 2011, s. 70.

olarak tanımlanabilir.⁷² RKHK'nın 6. maddesinin c bendinde bu durum şöyle açıklanmıştır:

*“Bir mal veya hizmetle birlikte diğer mal veya hizmetin satın alınmasını veya aracı teşebbüsler durumundaki alıcıların talep ettiği bir malın veya hizmetin diğer bir mal veya hizmetin de alıcı tarafından teşhiri şartına bağlanması ya da satın alınan bir malın belirli bir fiyatın altında satılmaması gibi tekrar satış halinde alım satım şartlarına ilişkin sınırlamalar getirilmesi.”*dir.

Bir teşebbüsün belirli bir malın satışını, alıcı firma tarafından başka bir mal veya hizmetin de alınması şartına bağlaması (tying) veya bir çeşidi olan malın satışını aynı ürünün diğer tüm çeşitlerini alma şartına bağlaması (full line forcing) durumu kötüye kullanma olarak nitelendirilmiştir.⁷³

Hâkim durumda olan teşebbüsün sattığı ürün ile nitelik bakımından hiç ilgisi olmayan bir başka ürünü birlikte alınmasını gerektiren bir durum olmamasına rağmen ek ürün veya hizmeti almayı şarta bağlaması yasaklanmış bir davranıştır.⁷⁴ Çünkü teşebbüsün alıcının almak istediği ürün için piyasada hâkim durumda olması sebebiyle alıcının her iki ürün veya hizmeti almaktan başka bir seçeneği yoktur.⁷⁵ Şartlı satış, diğer adıyla ek yükümlülükler getiren satışlar ikinci pazarda iş yapan firmaların aleyhinde sonuçlar doğurduğu gibi hâkim firmaya da avantajlar sağlamaktadır. Böyle uygulamalarda esas amaç pazar payının güçlü olduğu ürünlerin yanında alınmasını şart koştuğu ek ürün veya hizmetin pazarında da hâkim duruma gelmek istemesidir. Ek yükümlülük olarak sunulan ürünün rekabetinde de tüketiciye başka firmalara yönelme şansı bırakmayan bu uygulama, her iki ürün sahasında rakiplerine karşı haksız rekabet etmiş olur. Bu ihlal türü rakibi tamamen piyasadan silmese bile onun rekabet gücünü zayıflatabilir.

Bir ihlal olarak ek yükümlülük eyleminin olup olmadığını anlayabilmek adına Rekabet Kurulu birtakım değerlendirmeler yapmıştır. Öncelikle iki farklı ürünün olması gerekir. Alıcı kişi veya firmaların iki ürünü birlikte alma noktasında zorlanmış olmaları

⁷² Konukman, a.g.e., s. 68.

⁷³ Dilek İmroğlu, *Telekomünikasyon Alanında Rekabet Hukuku Açısından Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı, 2007, s. 123.

⁷⁴ Yanık, a.yer.

⁷⁵ Gülgün Anık, “AT Rekabet Hukukunda Hakim durumun Kötüye Kullanılması”, TBB Dergisi, S. 65, (2006), s. 192.

bir diğerk önemli husustur. Satıcının piyasada yeterli pazar gücüne sahip olması ve bunu iki ürünü birbirine bağlarken kullanmış olması gerekmektedir. Son olarak da bağılı satışın doğal rekabet ortamına zarar verdiğini gösteren deliller olmalıdır.⁷⁶

Bu tür ihlal eylemlerine örnek olarak Turkcell'in kontrolü telefon distribütörlerinin, düşük düzeyde olan teşebbüslere 100'lük kontör paketini verirken yanında 1,5 paket 250'lik kontör almak zorunda bırakmaları gösterilebilir. Bu şartlı satışın giderek katlanacağını belirtmesi, yani bir adet 100'lük kontör paketini almak için 3 paket 250'lik kontörün alınması gerektiğini söylemesi ile perakende satış yapan firmaları zor duruma sokmuş, 100'lük paket alma noktasında zorlandıklarına yönelik iddialar haksız rekabete konu olmuştur.⁷⁷

2.3. Kötüye Kullanmada Niyet ve İlliyet Bağı

Haksız fiillerden doğan borç yükümlülüklerinde aranan şartlar Türk Borçlar Kanunu'nun 49. Maddesinde ortaya konulmuştur. Bu yönde bir borç ilişkisinden bahsedebilmek için bir eylem olması gerekir. Bu eylemin bir haksız rekabet çatısında belirlenmiş bir hareket olması gözlenir. Gerekli başka bir şart ise bu hareketin kişi ya da kişilere karşı zarara sebebiyet vermesidir. Zarara sebep olmamış hiçbir fiil için borç sorumluluğu yüklenemez. Fiil ile ortada olan zarar arasında uygun bir illiyet bağının olması gerekir. Yani fiilin varlığı zararı ortaya çıkarmalıdır.⁷⁸

Bir teşebbüsün rekabeti ortadan kaldırdığı iddia edilen eylemlerinin, hâkim durumu kötüye kullanma olarak belirlenebilmesi için birtakım şartların yerinde olması gerekir. Öncelikle bir teşebbüsün olması gerekir. Kötüye kullanma pozisyonunda olan firmanın bulunduğu alanda hâkim durumda olması dolayısıyla belirli oranda bir pazar gücünün bulunması aranan diğerk bir şarttır. Bu teşebbüsün gerçekleştirdiği bir fiilin olması gerekir. Yine bu fiil hâkim durumu kötüye kullanma eylemlerinden biri olması gerekir. Hâkim durumda olan teşebbüsün haksız fiil olarak değerlendirilen eyleminde kusurlu olup olmaması teşebbüse yaptırım uygulanırken dikkate alınmaz. Ancak kusurun varlığı yaptırımın derecesini belirlemede etkin bir unsurdur.

⁷⁶ İsmail Yılmaz Aslan, *Rekabet Hukuku*, 4. b., Bursa: Ekin Basım Yayın, 2007, s. 496.

⁷⁷ İmiroğlu, a.g.e., s. 125.

⁷⁸ Büyükçapar, a.g.e., s. 123.

İKİNCİ BÖLÜM
İSLAM HUKUKUNDA PİYASA ve REKABET

1. İSLAM HUKUKUNDA PİYASA GELENEĞİ

İslam dini, evrenin insan için yaratıldığını ve insanın tüm ihtiyaçlarını karşılayacak yeterlilikte olduğunu savunur. Adaletin ve üretkenliğin esas kabul edildiği bir iktisadi nizamda dünya nimetleri insan için yeterli gelecektir. İsrâf etmeksizin⁷⁹, dengeli dağıtım tutumuyla birlikte sınırlı olan beşerî ihtiyaçlar karşılanabilir. Bu yüzden İslami iktisat anlayışında üretim önemli bir faktördür. İnsanın dünya nimetlerine erişebilmesi için üretim faaliyetlerinin kesintisiz devam etmesi gerekir. Nimet külfet paylaşımında denge unsuru üretimin devamlılığı yanında paralel menfaat olgusuna bağlıdır. Çünkü İslam’da denge önemli bir ilkedir.

Arapça kökenli bir kelime olan mülkiyet, güç, kuvvet, hakimiyet gibi anlamları ifade etmektedir.⁸⁰ Diğer bir ifadeyle bir şeyleri elde bulundurmaktır. İktisadi faaliyetlerin nihai hedefi insanların ihtiyaçlarının elde edilmesi ve tüketilmesidir.⁸¹ Üretim ve tüketim faaliyetleri bireylerin inisiyatiflerine bırakıldığında daha doğal bir halde seyredecektir. Buradan anlaşıldığına göre mülkiyet anlayışı olmaksızın toplumun ihtiyaçlarının temin edilmesi bir süre sonra sekteye uğrayacaktır. Bu sebeple piyasa ekonomisi dediğimiz mekanizme son yüzyıllarda popülerliğini arttırmıştır. Özel mülkiyetin var olduğu pazarlarda bireyler istedikleri gibi mallarını satabilecekler ve istedikleri ürünlerin arayışında özgürce hareket edebileceklerdir.

Kapitalizmde hiçbir sınırlamanın olmadığı mutlak mülkiyet anlayışı vardır. Bu anlayış sonucunda gelir dağılımında dengesizlikler oluşmaktadır. Daha fazla kazanma adına her yolun mubah görüldüğü bir ortamın getirdiği kartelleşmeler ve tekelleşmeler piyasa nizamını bozmaktadır.⁸² İslam her alanda olduğu gibi iktisadi alanda da bir denge siyasetine sahiptir. İslam kapital sistemdeki gibi bireyi ve menfaatlerini esas almaz. Birey ve toplum dengesini gözetir. Birey üretir ve mülkiyet sahibi olur. Ancak bireyin çıkarı

⁷⁹ Âraf suresi, 7/31.

⁸⁰ Sözcüğün kökeni Arapçada “m-l-k” den gelmektedir. Bu kök kelimedenden mülk, malik, temlik gibi farklı kelimeler de türetilmektedir. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Hasan HACAK, “İslam Hukuk Düşüncesinde Özel Mülkiyet Anlayışı” *Marmara Üniversitesi Fakülte Dergisi*, S. 2, (2005), s. 100.

⁸¹ Özelmas, a.g.e., s. 63.

⁸² Maurice Dobb, *Kapitalizm Sosyalizm Az Gelişmiş Ülkeler ve İktisadi Kalkınma*, çev. Mehmet Selik, Doğan Yayinevi, 1973, s. 18.

kadar toplumun menfaati de önemlidir. Mülkün asıl sahibi Allah'tır. Yeryüzündeki her şeyin yaratıcısı Allah olduğuna göre her şeyin asıl sahibi de O'dur.⁸³

Allah'ın insana halife vasfını vermesi, insanın bu bilinçle hareket etmesi hayatın her alanında önemli bir faktör olduğu gibi iktisadi alanda da önemlidir. İslam anlayışında özel mülkiyet vardır. Kur'an-ı Kerim'de, "*O, mal sevgisine aşırı derecede kapılmıştır.*"⁸⁴ ayeti ile insanın mala olan düşkünlüğünü bir ihtiyaç ve fitri bir durum olarak ortaya koymuştur. Eğer insanların mülkiyet hakları kabul edilmeseydi onlardaki çalışma, teşebbüste bulunma, üretme azimleri yok olurdu.⁸⁵ Nitekim Peygamberin hadislerinde özel mülkiyet şu şekilde zikredilmiştir: "*Bir kişinin malı ancak kendi rızası ile alınabilir.*", "*Bir kimsenin rızası bulunmadan değneğini dahi almak helal değildir.*"⁸⁶ Yine mecelle kaidelerinden birinde şöyle özel mülkiyetle ilgili şöyle madde geçer: "*Bir kimsenin mülkünde anın izni olmaksızın âhar bir kimsenin tasarruf etmesi caiz değildir.*"⁸⁷

İslam'daki özel mülkiyet anlayışıyla kapitalizmdeki mülkiyet anlayışı temelden farklılık gösterir. İslam ekonomi doktrininde karma mülkiyet anlayışı vardır.⁸⁸ Ne kapital sistemdeki gibi bireyin sonsuz servet sahibi olmasına izin verir⁸⁹ ne de sosyalistler gibi istisnalar dışında tamamen toplumsal mülkiyeti esas alır. İslami iktisat anlayışı hem bireysel mülkiyeti hem toplumsal mülkiyeti hem de devlet mülkiyetini kabul eder. Müslüman birey şahsi mal edinebilir ve bunun için çalışır çabalar. Ancak Müslüman birey mülkiyetin asıl sahibinin Allah olduğunu hiçbir zaman unutmaz.⁹⁰ Emanetçi olarak malın asıl sahibinin hoşuna gidecek şekilde iktisadi davranış sergileyecektir. Bu sayede piyasanın üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerinde ilkesel davranıp menfaatlerden uzak kalacaktır. Allah'ın halifesi olma bilinci insanı doğru olanı yapmaya itecektir. İbn Teymiyye'nin *el-Hisbe* adlı eserinin takdim bölümünde Hurşid Ahmed İslam ekonomisinin özelliklerinden bahsederken şunları dile getirmiştir:

⁸³ Sabahattin Zaim, *İslam İnsan Ekonomi*, Yeni Asya Yayınları, 1992, s. 25.

⁸⁴ el-Âdiyât, 100/8.

⁸⁵ Yüksel Çayiroğlu, "İslam İktisadının Karakteristik Özellikleri", *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, S. 24, (2014), s. 178.

⁸⁶ Beyhakî, es-Sünenü'l-kübrâ, c. 6, ss. 166-165.

⁸⁷ Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, md. 96.

⁸⁸ Muhammed b. Essadr, *İslam Ekonomi Doktrini*, çev. Mehmet Keskin, (y.y.), Hicret Yayınları, 1978, s. 291.

⁸⁹ Bu durum bir takım sosyal, ekonomik, siyasal problemlere yol açabilir.

⁹⁰ Mülk, 67/1; Yâsin, 36/83.

“..İslam ekonomisi, ne mutlak özel mülkiyet ve teşebbüs hakkı fikrine, ne de bütün üretim ve tüketim vasıtalarının tamamen devletleştirilmesine dayanır. O, bir taraftan özel teşebbüs hürriyeti tanırken, diğer taraftan mülkiyette emanet-hilafet anlayışı getirir. Kişi özgürlüğünü sosyal ayarlama ve kontrole tabi tutar. Bu sebeple İslam ekonomisi, ne bir "bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler" ekonomisidir, ne de merkezden kontrollü bir emir-komuta ekonomisidir. O, sosyal idare ve rehberlikle birlikte yürüyen bir özel teşebbüs ekonomisidir.”⁹¹

İslam dini üretimin serbest bir ortamda devam etmesi gerektiğini ilke edinmiştir. Ancak bunun yanında birtakım kuralları da önceden belirlemiştir. Verimli üretim faaliyetlerinin yanında israfın minimum düzeyde görüldüğü ve emek-karşılık dengesinin bozulmadığı bir iktisat ve piyasa anlayışını savunur.⁹² Kur'an-ı Kerim'de, “Ey iman edenler! Mallarınızı aranızda batıl yollarla yemeyin. Ancak karşılıklı rıza ile yapılan ticaretle olursa başka”⁹³ ayetinde Allah, akitlerin oluşumunda hukukiliğin⁹⁴ olmasını emrederken aynı zamanda karşılıklı rızanın olmasını da şart koşmuştur. tarafeynin rızasının olmasının emri aslında serbest mübadele ve serbest piyasa ekonomisinin öngörülmüş halidir.⁹⁵ Hz. Peygamber'in Medine'ye hicret ettikten hemen sonra hayata geçirdiği ilk uygulamalardan biri Medine pazarını kurmak olmuştur.⁹⁶ Hicret sonrası haksızlıkların ve doğal rekabet ortamının bozuk olduğunu gördüğü mevcut pazarı tasvip etmemiş, alternatif bir pazar kurma yoluna giderek, adil ve doğal rekabet piyasasına uygun bir pazar inşa edilmesi yönünde emir vermiştir.⁹⁷

İslam'ın iktisadi hedefi ekonominin sağlıklı büyümesiyle birlikte adil bir sistemin devamlılığıdır. Bugün gelinen noktada iktisadın temel görüşü hem bireyin hem toplumun hem de devletin ortak menfaatini gözetken serbest piyasa mekanizmasının en ideal sistem olduğudur.⁹⁸ Kimilerine göre iktisadi liberalizmin öncülerinden kabul edilen İbn Haldun, (v. 808) *Mukaddime* adlı eserinde, devletin piyasaya giriş yapmaksızın insanların eşit ve

⁹¹ İbn Teymiyye, *Bir İslam Kurumu Olarak Hisbe*, çev. Vecdi Akyüz, İstanbul: İnsan Yayınları, 1989, s. 9.

⁹² Arif Ersoy, “İslam İktisadı ve İktisadi Yapısı: İnsan Merkezli Fıtri İktisat ve İktisadi Yapısı”, *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi*, S. 1, (2015), s. 51.

⁹³ Nisâ, 4/29.

⁹⁴ Batıl yollarla elde edilmiş mallar gayr-ı hukuki iktisap olacağından, ekonomik ilişkiler hukuki düzlemde olmalıdır emri buradan anlaşılmaktadır.

⁹⁵ Alpaslan Akış, “İslam Hukuku Açısından Tüketicinin Korunması”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, c. 16, S. 1, (2019), s. 89.

⁹⁶ Cengiz Kallek, “Pazar”, *DİA*, İstanbul: (İSAM), 2007, c. 34, ss. 194-195

⁹⁷ İbn Mâce, “Ticaret”, 40.

⁹⁸ Ekrem Erdem, “Müslüman Bireyin İktisadi Davranış Hususiyetleri ve İslam Piyasa Geleneği”, *İslam İktisadı ve Piyasa*, İstanbul: İktisat Yayınları, 2017, s. 1.

adil bir ortamda alım satım yapımları gerektiğini belirtir.⁹⁹ İktisat ilminde İbn Haldun'u etkileyen Gazzali'nin de bu yönde düşünceleri eserlerinde görülmektedir. Gazzali, piyasa fiyatlarının arz-talep dengesi ile belirlenen bir yapı olarak bırakılması gerektiğini ifade etmiştir.¹⁰⁰ Sınırlı olan kaynaklardan sınırsız olan ihtiyaçlara yeteri kadar ürün elde etmenin yolu ancak rekabetin tesis edildiği, üretimin teşvik edildiği, fırsat eşitliğinin olduğu bir ortamın sağlanmasından geçer. Bu noktada rekabeti koruyan bir idareye ihtiyaç vardır ki bu da devlettir.

İslam'ın birey ve topluma iktisat ve piyasa alanında tanıdığı serbestlik insanın varoluş gayesi ile açıklanır. Esasında İslam'ın bireye tanıdığı serbestlik sadece iktisat alanıyla sınırlı değildir. Aksine her alanda kendi hür iradesini kullanma imkânına sahip olan insan ancak bu düzende kendini yüce yaratıcıya beğendirebilir. İnsan iradesini kullanmaktan aciz şekilde hareket etseydi içinde bulunduğu imtihandan geçip geçmediğini anlayamazdı.¹⁰¹ İslami anlayış gereği insan imtihan olan bir varlıktır.¹⁰² Bu yüzden hayatının her alanında doğruyu bulma ve uygulamakla mükelleftir. Mükellefiyetlik durumu iktisadi alanda da geçerlidir. Müslüman birey sadece dünyayı ve maddi menfaatini düşünemez. Aynı zamanda ahiret yaşamına da hazırlık yapar. Kur'ân-ı Kerîmde, *"Allah'ın sana verdiği şeylerle ahiret yurduunu gözet; dünyadaki nasibini de unutma."*¹⁰³ ayetinde Müslüman bireyin hem dünya hayatını hem de ahiret hayatını gözetmesi gerektiği emredilmiştir. Bu sebeple hayatın her alanında olduğu gibi ticari faaliyetlerinde de hep bir denge unsuru vardır. Başka bir ayet-i kerimede ise, *"Ey iman edenler! Size elem verici bir azaptan kurtaracak bir ticareti göstereyim mi? Allah ve resulüne iman edersiniz, Allah yolunda mallarınızla ve canlarınızla cihad edersiniz bilerseniz bu sizin için çok hayırlıdır."*¹⁰⁴ Bu dünya bir imtihan yeridir. İnsan da tercih özgürlüğüne sahip olmalıdır ki imtihanı geçip geçmediği anlaşılabilsin. Tercih

⁹⁹ "(...) Tebaa (ticaret ve ziraat bakımından) birbirinin dengidir, sermaye itibariyle yekdiğerine yakın bir durumdadır. Birbirleriyle olan rekabetleri, ellerinde mevcut malın son noktasında veya ona yakın bir yerde nihayet bulur. Onlardan çok daha fazla mala sahip olan sultan bu hususta onlarla rekabete girdi mi, hemen hemen onlardan hiçbirini, ihtiyaçlarıyla ilgili hiçbir maksadına ulaşamaz. Bu durumda, insan ruhuna gam ve karamsarlık arız olur. Ayrıca sultan, satın almaya giriştiği malları, değerinden aza veya en ucuz bir fiyata elde edebilir. Çünkü mal satın alırken kimse ona karşı rekabete girişemez. O yüzden de, satıcıdan malı değerinden aşağı bir fiyatla alır." daha ayrıntılı bilgi için bkz: Haldun, İbn, *Mukaddime*, çev. Süleyman Uludağ, İstanbul: Dergah Yayınları, C. III, 2007, s. 542.

¹⁰⁰ Ali Gökhan Gölçek, Mustafa Alpin Gülşen, "İbn Haldun ve Serbest Piyasa Fikri, İbn Teymiyye ve Gazzali'den Kanıtlar" Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, S. 57, (2017), s. 586.

¹⁰¹ En'âm, 6/132.

¹⁰² İnsân, 76/2.

¹⁰³ Kasas, 28/77.

¹⁰⁴ Saf, 61/10.

durumunda olan insan, kısıtlandığında İslam'ın dünya hayatına verdiği anlam boşa gitmiş olur.¹⁰⁵

Piyasa aktörlerinden en önemli olanı insandır. İnsan üretici, tüketici, karar vericidir. İktisat ve piyasa mekanizmasının en önemli faktörüdür. Piyasa içindeki insan faktörüne verilen önem sadece İslam anlayışıyla sınırlı değildir. Beşerî iktisat anlayışında da insan piyasa mekanizmasının en önemli birimdir. İslam düşünce sisteminde insan yapıp etmelerinden sorumlu bir varlıktır. Yüce yaratıcı onu özgür irade sahibi olarak yaratmıştır. Bu noktada Müslüman birey yeryüzünde halife konumundadır. Enam suresi 165. ayette Allah şöyle buyuruyor: *“O, sizi yeryüzünde halifeler (oraya hakim kimseler) yapan, size verdiği nimetler konusunda sizi sınamak için bazınızı bazınıza derece derece üstün kılandır. Şüphesiz Rabbin, cezası çabuk olandır. Şüphe yok ki O, çok bağışlayandır, çok merhamet edendir.”* Tefsir âlimlerinin halife kelimesinden çıkardıkları mana, yeryüzünde Allah'ın temsilcisi olma ve onun adına kararlar verme şeklindedir.¹⁰⁶

Kur'an-ı Kerim'de *“Allah rızık hususunda kiminizi kiminizden üstün kıldı.”*¹⁰⁷ buyurulmaktadır. Bu ayetten de anlaşılacağı gibi yüce yaratıcı herkese eşit miktarda rızık vermemiştir. Cenab-ı Hak, rızık bir bütün halinde yeryüzüne indirir ancak kimin ne oranda pay alacağı bireyin çalışma azmine bağlıdır. Eğer Allah istese idi insanları piyasaya itmeden de rızıklandırabilirdi. İnsanların piyasa mekanizmasında var olmalarını ve rızıklarının talep etmek suretiyle çabalamalarını istemiştir.¹⁰⁸ Piyasanın varlığını ve devamlılığını isteyen Allah'tır. Onu koruyan ve kurallarını tayin eden de yine yüce yaratıcıdır.¹⁰⁹ İslami anlayışın hiçbir boyutunda insanın dünyadan yüz çevirerek tamamen ahirete yönelen bir tavır beklentisi yoktur. Allah'ın kullarından beklentisi hem dünyada salahı hem ahirette felahı amaç edinmiş olmalarıdır.¹¹⁰ İslam iktisat nizamında faiz (riba) haram kılınmıştır.¹¹¹ Faizin yasak olmasına hüccet olarak da insanları üretimden

¹⁰⁵ “Zira İslam'ın ekonomik alanla ilgili esas amacı, sağlıklı, dinamik ve büyüme-yönelimli bir ekonomik modelin tesis edilmesidir. Bu modelin, dinin sınırları içerisinde kalması ve hemen her alanda iktisadi adaletin tesisini ve hakkın sahibine teslimini sağlayacak bir sistemin kurulmasını garanti etmesi beklenir. Başka bir ifadeyle, İslamiyet kendi ilkeleri çerçevesinde hak ve hukukun korunduğu, ekonomik adaletin sağlandığı zengin, müreffeh bir toplum hedeflemektedir.” Daha detaylı bilgi için bkz.; Erdem, a.g.e., s. 2.

¹⁰⁶ Taberî, Ebu Ca'fer İbn Cerir Muhammed b. Cerir b. Yezid, *Câmiu'l-beyân*, Tefsir Lid'dirasetü'l-Kur'aniyye, c. I, s. 199.

¹⁰⁷ Nahl 16/71, Ankebut 29/17, Rûm 30/37, Zümer 39/52.

¹⁰⁸ Buhârî, “Büyü”, 15; İbn Mâce, “Ticârât”, 1.

¹⁰⁹ Mehmet Kasım Özgen, “Kollektivist ve Bireyci İslâm Yorumları Üstüne”, *İslam Sivil Toplum ve Piyasa Ekonomisi*, Ankara, Liberte Yayınları, 1999, s. 109.

¹¹⁰ Âraf, 7/31.

¹¹¹ “Faiz yiyenler ancak şeytanın çarptığı kimsenin kalktığı gibi kalkarlar. Bu, onların, “alış veriş de faiz gibidir” demelerinden dolayıdır. Oysa Allah, alış verişi helal faizi haram kılmıştır.” Bakara, 2/275.

alı koyduğu, haksız kazançlara sevk ettiği, iktisat dengesini bozduğunu ileri sürülmüştür. Şüphesiz ki faiz insanlar arasındaki doğal mübadeleye balta vurmakta, yeryüzündeki kaynakların yeterince kullanılmamasına yol açmaktadır. Fakat yüce yaratıcının buyruğu bunun tam aksi yönündedir. Allah insanın mallarını piyasaya sürmesini, ticaret yapmasını¹¹² ve helal yoldan geçimini sağlamasını istemektedir. İslam iktisat geleneğinde mülk kazanma yolları belirlenmiştir. Sermaye yatırımı veya emek ortaya koyma meşru kazanç yolları iken; faiz, aldatma (tağrir), ve spekülasyon gibi yollar haram kılınmıştır. Bu anlayışa göre para bir ölçüm ve mübadele aracı olmaktan öteye gitmez.¹¹³

İslam'ın piyasa geleneğinde pazara dair şeffaf bilgi önemli bir konudur. İslam aldatma/spekülasyon faaliyetlerini her dönem yasaklamıştır. “*Bizi aldatan bizden değildir.*”¹¹⁴ hadisinde Hz. Peygamber her alanda olduğu gibi çarşı pazarlarda da dürüstlüğüne ehemmiyetine vurgu yapmıştır. Günümüzde olduğu gibi asr-ı saadet döneminde de simsarlar var idi. Köylerden gelen satıcıları pazara sokmadan, piyasa fiyatlarından haberleri olmadan evvel onlardan mallarını alırlar ve şehrin içine getirip yüksek kârlar ekleyerek satarlardı. Bu uygulama şehrin serbest piyasasını olumsuz etkilerdi. Hz. Peygamber hem şehrin içinde yaşayan halk için hem de mallarını satmak üzere köylerinden gelen satıcılar için bu durumu yasakladı. Buna telakkı'r-rukban yasağı denir. Kırsal bölgelerden gelen satıcıların piyasadan haberdar olmadan, pazara giriş yapmadan karşılanması Hz. Peygamber tarafından nehyedilmişti.¹¹⁵ Simsarlığın serbest piyasaya verdiği zararı en az noktaya indirebilmek adına köylülerin karşılanacağı noktayı dahi tayin etmişti.¹¹⁶ Yine şehirlinin köylü adına satış yapmasını hoş karşılamamıştır. Hz. Peygamber, “*Şehirli köylü adına satış yapmasın. Halkı kendi haline bırakın. Allah halkın bir kısmıyla diğer kısmını rızıklandırır.*”¹¹⁷ Çünkü bu gibi durumlar hem tüketiciyi hem de üreticiyi sömürme, piyasada bilgi kirliliği oluşmasına ve tekelciliğe yol açmaktadır. Şehirli köylü adına aldığı malları kontrollü olarak piyasaya sürer haksız rekabete sebep olup, suni fiyat artışlarının oluşmasına zemin hazırlayabilir.¹¹⁸

¹¹² “*Namaz kılınca artık yeryüzüne dağılın ve Allah'ın lütfundan nasibinizi arayın.*” Cuma, 62/10.

¹¹³ Valentino Cattelan, “Piyasa İktisat Teorisinde Adalet, Kimlik ve Çoğulculuk”, *İslam İktisadı ve Piyasa*, çev. Hilal Kıma, İktisat Yayınları, İstanbul, 2017, s. 39.

¹¹⁴ Müslim, “İman”, 164.

¹¹⁵ Buhari, “Buyu”, 71.

¹¹⁶ Buhari, “Büyü”, 72.

¹¹⁷ Müslim, “Büyü”, 21.

¹¹⁸ Hamdi Döndüren, *Delilleriyle Ticaret ve İktisat İlmihali*, İstanbul: Erkam Yayınları, 2016, s. 620.

İslam'ın oluşturmak istediği piyasa modelinde suni şekilde fiyatın arttırılması veya düşürülmesi kabul edilmeyen şeylerdir. Esas olan piyasa fiyatlarının kendiliğinden oluşmasıdır. Adam Smith'in piyasaları düzenleyen *görülmez bir el* olduğu iddiası İslami anlayışta piyasaların Allah'ın istediği şekilde dalgalanması ile açıklanır. Bazı yıllarda doğa olaylarının farklı seyretmesi (ki bunların hepsi Allah'ın iradesine bağlıdır) ürün hacminin daralması veya çoğalmasıyla piyasa fiyatları değişkenlik gösterebilmektedir. Sanayi devriminden önce bu durum fazlaca hissedilirken bugün halen doğa olayları piyasaları etkilemektedir. Fiyatlara müdahale etmenin uygun görülmediği hususunda birtakım rivayetler vardır. Sahabeden bazıları pazarda fiyatların artması üzerine Hz. Peygamber'den narh koymasını isteyince bu teklifi reddederek şu şekilde cevap vermiştir, *"Fiyatı ayarlayan, bolluk, darlık ve rızık veren Allah'tır"*¹¹⁹ Buradan da anlaşılacağı gibi Hz. Peygamber fiyat ve ücretlerin arz talep dengesine bırakılması konusunda ümmetine yol göstermiş, ancak olağanüstü durumlarda piyasaya müdahale etmenin caiz olacağını belirtmiştir. Satıcıların tüketicilere zulmetmediği, zora sokmadığı piyasalara müdahale etmek, bir tarafın lehine karar verirken diğer tarafın aleyhinde bir uygulamaya sebebiyet vereceği için mağduriyet ortaya çıkaracaktır.¹²⁰

Piyasa hacminin geniş tutulması halkın nitelikli ürünlere uygun fiyattan ulaşmasını sağlar. Bu yüzden Peygamber efendimiz ve Hz. Ömer döneminde de pazar vergileri düşük seviyede tutulmuş, çoğu zaman alınmamıştır. Hz. Peygamber, başka şehirlerden gelenlerin ek bir ücret ödemelerine gerek kalmaksızın Müslüman pazarlarında rahatça mallarını satabilmeleri için ortam hazırlamıştır. *"İşte sizin pazarınız burasıdır. Burası sizin elinizde kalmaya devam edecek ve burada ticaret yapanlardan vergi alınmayacaktır."*¹²¹ Hz. Peygamber, iç gümrük (meks denilen bir vergi türü) denilen bu vergilerin toplanmasını yasaklamış, toplayanlara da lanet okumuştur.¹²² Medineli veya Müslüman olmayıp başka şehirlerden gelen tacirlerin rahat bir şekilde serbest rekabet ortamında ürünlerinin satışı teşvik edilmiştir. Buna yönelik gerekli güvenlik önlemleri alınmıştır.

İslam ilkeleri doğrultusunda kurulan piyasalarda serbest rekabet ortamı sadece Müslüman bireylerle kısıtlı değildir. Adil rekabet sistemi gereğince Müslüman

¹¹⁹ Tirmizi, "Büyu", 73.

¹²⁰ Cengiz Kallek, *Hız. Peygamber Döneminde Devlet ve Piyasa*, İstanbul: Bilim Sanat Vakfı Yayınları, 1992, s. 87.

¹²¹ İbn Mâce, "Ticârât", 40.

¹²² Erdem, a.g.e., s.17.

olmayanlar da serbest bir şekilde çarşı-pazarlarda arz ve talep davranışlarını sergileyebilmektedirler. Rekabetin maksimum düzeyde olduğu piyasalarda halk refahı ve iktisadi gelişim de doğru orantılı bir şekilde yükselecektir. İslam'ın temsilciliğini uzun dönem yapmış olan Osmanlı'da esnaf örgütleri incelendiğinde farklı dinlerden insanların esnaf örgütlerine dahil oldukları görülmektedir. Müslümanlar, Yahudi, Hristiyan, Ermeni, Rum, Bulgar topluluklarla aynı esnaf örgütlerine dahil olabilmişlerdir. Gerçekten de Osmanlı'nın bu karma sistemi iktisat tarihinde en başarılı sistem olmuştur.¹²³

İslam iktisat politikasının bir gereği olarak piyasada enflasyon oluşmaması adına tedbirler almak devletin asli görevidir. Çünkü piyasa çarklarının düzgün çalışması için devletin suni müdahaleler yapması elzem bir konudur. Piyasa denetimini ilk yürüten Hz. Peygamber olmuştur. Daha sonra hisbe teşkilatını kurarak denetim işlerinin daha sistemsal yürütmesini sağlamıştır.¹²⁴ Çarşı pazar denetimi noktasında birçok görevi olan muhtesiblerin önemli bir vazifesi de simsarlara karşı tetikte olmaktı. Genelde pazarlarda ya da şehrin girişlerinde bekler çiftçi ve üreticilerin akıllarını çelmek için uğraşan araçların haksız kazanç uygulamalarını önlemek için uğraşırlardı.¹²⁵ Hz. Ömer kendi döneminde pazar fiyatlarının halkın gücünü zorlayacak duruma gelmemesi adına gerekli tedbirleri almıştı. Hz. Ömer çarşı-pazar denetimini çok sıkı tutmasının yanında kıtlık zamanlarında yaptığı uygulamalar bugün bile örnek teşkil etmektedir. Halkına olan düşkünlüğünden ötürü her gün ekmek pişirtir, insanların yiyecek sıkıntısı çekmemesi adına her gün yirmi deve kestirirdi.¹²⁶ Fakat bu dönemde en çok öne çıkan hamlesi kıtlık zamanında Mısır valisi olan Amr b. el-Âs'a verdiği emir ile yiyecek göndermesini istemesidir. Mısır valisi yiyeceklerin kendilerine ulaşmasının ancak kanal yolu ile olacağını belirtmesi üzerine Hz. Ömer bu yönde çalışmaları yapmış ve gıda yardımları bölge halkına ulaşmıştır.¹²⁷ Tüm bunlardan yola çıkarak anlaşılmaktadır ki İslami esaslara göre oluşturulmuş bir piyasada devletin, halkın refahı için uygun zeminler oluşturması esas görevlerindendir.

¹²³ Mehmet Genç, *Osmanlı İmparatorluğunda Devlet ve Ekonomi*, Ötüken Yayınları, 13. b., İstanbul, 2016, s. 296.

¹²⁴ Kallek, Hz. Peygamber Döneminde Devlet ve Piyasa, s. 126.

¹²⁵ Aliakbar Jafari, Özlem Sandıkçı Tekdoğan, "Sosyal Adalet, Tüketici Refahı ve Sürdürülebilir Piyasa Geliştirimi", *İslam İktisadı ve Piyasa*, İstanbul, İktisat Yayınları, 2017, s. 57.

¹²⁶ İbn Sad, Ebu Abdillâh Muhammed, (230), *et-Tabakatü'l-Kübrâ*, Beyrut, c. III, s. 305.

¹²⁷ İbn Sâd, a.g.e., c. III, ss. 310-315.

İslam, kadını hiçbir alanda ikinci plana atmadığı gibi iktisadi alanda da ona yine erkeklerle eşit haklar tanımıştır. İslami ilkelerin doğrultusunda inşa edilmiş bir piyasada kadın hür bir şekilde pazara hem arz hem talep faaliyetleriyle bulunabilir. Hz. Peygamberin ilk eşi Hz. Hatice zengin bir tüccar idi. Yine Zeynep b. Cahş'ın deri işleriyle uğraştığı bilinen bir durumdu.¹²⁸ Hz. Ömer okuma yazma bilen Şifa Binti Abdillâh ile zaman zaman istişarelerde bulunurdu. Ondan fikir alır ve onu Pazar işlerinde görevlendirirdi.¹²⁹ İmam Buhari, el-Camiu's-Sahih adlı eserinde kadınlarla alışverişin cevazı konusunu irdelleyip, kadınların da erkekler gibi her türlü akid yapma haklarının olduğunu dolayısıyla piyasalarda aktif rol üstlenebileceklerini açıklamıştır.¹³⁰ Osmanlı döneminde de kadınlar ticaret yapabilirlerdi. Mülkiyet haklarına sahip olan kadınların bu mal varlıklarına kocaları ömürleri boyunca karışamazdı. Yine Osmanlı zamanında vakıfların %41'i kadınların kurdukları vakıflar idi. Bununla birlikte kadınlar tüccarlık faaliyetlerinin haricinde zanaatkarlık çiftçilik ve emlakçılık gibi meslekleri de icra ediyorlardı.¹³¹

Bugün bakıldığında İslam dünyasının, uluslararası piyasalardan uzak, rekabet halinde olmayan, kapalı bir zihniyet halinde olduğu görülmektedir. Halbuki İslam iktisat anlayışı, Müslümanların her piyasada rekabet halinde olması yönünde teşvik etmiştir. İslam iktisat tarihi boyunca birçok İslam alimi devletler arası piyasa işleyişini desteklediklerini beyan etmişlerdir.¹³² Ömer Nasuhi Bilmen (v. M. 1971), *Hukuku İslamiyye* adlı eserinde bu durumla ilgili şunları zikretmiştir:

“Müslümanların ticaret maksadıyla dar-ı harbe gidip gelmeleri de münker bir hareket görülmemiştir. Hatta deniliyor ki, bazı emtia, edviye vesaire gibi şeyler, dar-ı harpte bulunmaktadır, bunlara Müslümanların ihtiyacı vardır. Hâlbuki müslümanlar, kendi ülkelerindeki şeyleri dar-ı harp ahalisinden men ettikleri takdirde onlar da mukabele-i bil misilde bulunacaklardır. Böyle bir hal ise amme maslahatına muhaliftir. Binaenaleyh bazı şeylerin dar-ı harbe götürülüp satılması, ruhsat-ı şer'iyeye iktiran

¹²⁸ Erdem, a.g.e., s. 20.

¹²⁹ Rıza Savaş, *Raşid Halifeler Devrinde Kadın*, İstanbul: Ravza Yayınları, 1996, s. 191.

¹³⁰ Buhari, “Büyü”, 67.

¹³¹ M. Umer Chapra, *İktisadın Geleceği*, çev. Melih Turan, İstanbul: İktisat Yayınları, 2019, ss. 230-231.

¹³² Erdem, a.g.e., s. 26.

etmiştir. Muaheze kati bir lüzum görülmedikçe dar-ı harbe gidilmemesi, izzet-i nefsi ve dini muhafaza nokta-i nazarından, afdal görülmektedir."¹³³

Nihayetinde bilindiği üzere, İslam'ın emir ve yasaklarına göre dizayn edilmiş bir piyasada ilkeler Allah'ın buyruklarına göre belirlenmektedir. İslam'ın emir ve yasakları, kapitalizmin ruhunu yansıtan ferdiyetçiliğin ve benmerkezciliğin öne sürüldüğü bir iktisadi ortamın oluşmasına engeldir. İslam ekonomisi, iktisadi düzlemde birey, toplum ve devlet menfaatlerinin ortak paydada bütünleştiği bir yapı idealize eder. Serbest piyasanın getirdiği rekabet hem dünya menfaatleri için geçerli iken hem de ahiret yurdunun kazanımı için çalışma motivasyonu oluşturur. Müslümanlar maddi gelir elde etme noktasında kendilerini geliştirirken aynı zamanda sevap kazandıracak işlerde de yarışır.

İslamî piyasaların unsurları dikkate alındığında, şartların eşit olduğu, piyasaya dair bilgilerin şeffaflık içerisinde döndüğü, ve imkanların herkese sunulduğu bir ortam beklenir. Zekat ve sadaka vermek yine İslami piyasalarda önemli bir fonksiyondur. Müslümanların serbest piyasa geleneklerinde faize yer yoktur. Bu piyasada paranın görevi ancak değer biçme ve mübadele aracı olmaktan öteye gidemez. Diğer bir ifadeyle para parayı doğuramaz. Çünkü faiz, insanlarda katı kalpliliği, bencilliği arttırır, sosyal dayanışmayı bitirir ve üretken olmayı azaltır. Tüm bunların sonucunda piyasaların gelişimi yavaşlar ve para belli kesimin elinde kalmaya devam eder. Tüm bu sebepler yoksulluğu arttırır. Toplumda kin ve nefret yayılır. İslam'ın öngördüğü piyasa geleneğinde, piyasaların temel fonksiyonu, Allah'ın kullarını birbirleri vasıtası ile rızıklandırmasıdır.¹³⁴ İslam'ın, serbest piyasayı savunuyor olması herkesin başıboş halde istediğini yaptığı bir düzeni kastetmemektedir. Aksine doğal rekabet ortamının ve adil düzenin kurulumu ve devamı için devlete üst düzey görevler belirlenmiştir. Devlet ticaret kanallarının yapımı, yol güvenliğinin sağlanması ve halkın refahı adına her türlü tedbirin alınması için birçok işi üstlenir. İslam piyasasında manipülatif uygulamalar kesinlikle yasaktır. İslam piyasa anlayışında devletin piyasaya müdahale etmesi kaçınılan bir durum iken, ihtikarcılık, simsarlık, aracı olma veya neceş gibi piyasa dengesini bozacak şeyler karşısında çeşitli yaptırımlar uygulaması caiz görülmüştür. Şu halde, devletin haksız

¹³³ Ömer Nasuhi Bilmen, *Hukuk-ı İslâmiyye ve Istılâhâtü Fıkhiyye Kâmusu*, İstanbul: Bilmen Yayınevi, 1976, c. III, s. 371.

¹³⁴ Erdem, a.g.e., s. 20.

rekabete mahal vermeden tedbirler alması, devam ediyor ise onları kaldırması ve piyasada adil düzenin normal seyrini sağlaması gerekir.

1.1. İslam Hukukunda Fiyatlandırma

Fiyat, sözlük manası itibariyle, bir ürün veya hizmetin kıymetinin para ile ifade edilmesidir.¹³⁵ İslam iktisat literatüründe *tes'ir* olarak adlandırılan fiyat/fiyatlama, kelime manası olarak ateşi tutuşturmak, ateşi yakmaktır. İslam hukukunda fiyat tahtidi olarak açıklanmıştır.¹³⁶ Ünlü Arap dilcilerinden İbn Manzur (v. 711) da, *tes'ir* kelimesini fiyat belirlemek, kıymeti ortaya koymak gibi manalara geldiğini söylemiştir.¹³⁷

Serbest rekabet piyasa mekanizmasını savunan İslam, emtia ve emek üzerinde muayyen bir kâr payı tespit etmemiştir. İslam iktisat anlayışının bir gereği olarak ekonomi ahlaktan bağımsız olmamakta ve kişiler fiyatları belirlerken ahlakilikten ayrılamamaktadırlar. Müslüman bireyler birbirlerine zarar verebilecek faaliyetlerden uzak dururlar. İslam kardeşliğinin bir gereği olarak rekabet halinde olunduğunda bile sadece kendi kârlarını düşünemezler. Müşterilerinin memnuniyetlerini ve konforlarını da yukarı çekmek için uğraşırlar.¹³⁸ Yüce yaratıcı, nasıl ki eşyanın fiyatı belirlenirken haksızlıkların olmasını yasaklamışsa, ölçü ve tartıda da dürüstlüğü ve adil olmayı kullarına emretmiştir.¹³⁹ Nitekim Kur'an-ı Kerim'de bu hususta şöyle buyurulmuştur: “Artık ölçüyü ve tartıyı adaletle tam yapın.”¹⁴⁰ Konvansiyonel iktisattaki rasyonel hareket (diğer ismi marjinal fayda), İslami anlayışa uzak bir tutumdur.¹⁴¹ İslam'ın emir ve buyrukları incelendiğinde Müslüman şahsiyetin kendi ile birlikte toplum karşısında da iktisadi sorumluluk altında olduğu görülür. Serbest rekabet ve bireysel özgürlük

¹³⁵ Halil Seyidoğlu, *Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük*, İstanbul: Güzem Can Yayınları, 1992, s. 267.

¹³⁶ Mehmet Köroğlu, *İslam Hukukunda Fiyat Tahdidi*, (Yüksek Lisans Tezi), Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İslam Bilimleri Bölümü, 1995, s. 7.

¹³⁷ İbn Manzur, *Lisânu'l-Arab*, Dar'ul-Maarif, c. 4, s. 565-567.

¹³⁸ Bilal Ahmed Qazi, “Fiyat Müdahalesinin Şer'i Kuralları ve Günümüzdeki Uygulamaları”, *İslam İktisadı ve Piyasa*, İstanbul: İktisat Yayınları, 2017, s. 104.

¹³⁹ M. Umer Chapra, *Adil Bir Para Sistemine Doğru*, çev. Ömer Faruk Tekdoğan, İstanbul: İktisat Yayınları, 2019, s. 19.

¹⁴⁰ En'am, 6/152.

¹⁴¹ “İslam iktisadının temel meselelerinden bir tanesi de dağıtıcı adaleti tesis etmektir. Dolayısıyla ekonominin dengesizliğe (zulüm) dayanan her durumu, dengenin (adalet ve ihsan) gerekliliklerini sağlayan durumlar ile değiştirilmelidir. Diğer bir deyişle İslami bir ekonomi, gelirin yeniden dağılımını, ve mülkiyet haklarının başlangıçtaki yapısının yeniden tasarlanmasını önererek sadece marjinal faydayı değil, esasen toplam refahı maksimize etmeye çalışır..” daha ayrıntılı bilgi için bkz. Syed Nawab Haider Naqvi, *İslam Ekonomi ve Toplum*, çev. Ozan Maraşlı, İstanbul: İktisat Yayınları, 2018, s. 61.

olgularıyla iç içe olan toplumsal sorumluluk iktisadın her alanında kendini gösterdiği gibi fiyatlama uygulamalarında da belirleyici bir ilkedir.

İslam'da bir eşyanın veya işin fiyatını belirlemek için, bahse konu olan şeyin o günkü piyasasında aynı cins olan şeylerin rayiç fiyatlarına bakılır.¹⁴² Bu şekilde eşyanın değeri ve kıymeti de belirlenmiş olacaktır. Hz. Peygamberin Medine pazarına narh koyma teklifini reddetmesi, fiyatlara dıştan suni müdahaleleri tasvip etmediğini, piyasanın kendi kendine fiyatlama yapmasını uygun gördüğünü gösterir. İslam alimlerinden İbn Teymiyye'ye göre adil fiyat, yozlaşmış hareketlerin olmadığı piyasaların belirlediği fiyattır.¹⁴³ Sonraki yüzyıllarda denge fiyatı, âdil fiyat olarak isimlendirilecek olan cari fiyat kavramı Gazzâlî tarafından ortaya konmuştur. Gazzâlî ihyâ adlı eserinde bu terimiyle fiyatların arz ve talep doğrultusunda belirlenmesi gerektiği hususunda açıklamalar yapmıştır. “Bir çiftçi eğer ürünü için alıcı bulamazsa ürününü düşük fiyattan satacaktır.” ve ayrıca, “Fiyatları indirmek suretiyle kâr marjlarında sağlanacak bir düşüş, satışları ve dolayısıyla kârı arttıracaktır.” diyen Gazzâlî, daha kendi döneminde bile piyasa güçlerini ortaya koyuş ve Müslüman tüccarlara yol göstermiştir.¹⁴⁴

İslam alimleri klasik fıkıh literatüründe Müslüman tüccarın, elindeki mal için fiyat belirlerken lojistik, depolama, yem ve yolculuk, bakım ve tamir, gibi masrafların maliyete eklenebileceğini belirtmişlerdir.¹⁴⁵ İmam Gazzâlî, üreticilerin ürünlerine kâr koyarken %5 veya %10'dan daha fazlasını geçmemeleri gerektiğini belirtmiştir.¹⁴⁶ Gazzâlî'ye göre Müslüman şahsiyetler sadece dünya kazancına odaklanmamalı, insanlara ucuz mal satma sevabını elde etme yoluyla ahiret yurduna yatırım yapmalıdır.¹⁴⁷ Osmanlı devletinde fiyatlama ve narh koyma yetkisi kadiya aitti. Davalardan kalan boş vakitlerinde çarşı pazar kontrollerini yapan kadı bölgenin durumuna göre piyasa dengesini sağlardı.¹⁴⁸ Osmanlı topraklarında maliyete eklenen masraflar haricinde kâr payı olarak %10'nu aşmayacak bir oran belirlenmişti. Özellikle gıda ve temel tüketim maddelerinde bu oranın

¹⁴² Döndüren, a.g.e., s. 272.

¹⁴³ Muhammad Nejatullah Siddiqi, “Müslüman Ekonomi Düşüncesi: Çağdaş Literatür Üzerine Bir İnceleme”, *İslam İktisadî Çalışmaları*, İstanbul: İktisat Yayınları, çev. Fazıl Yozgat, 2019, s. 378.

¹⁴⁴ Hüccet'l-İslam İmam Gazalî, *İhyâü Ulumi'd-Dîn*, Darü'n-Nedve, Beyrut, c. 2, s. 505-509. Shaikh M. Ghazanfar, *Ortaçağ İslam İktisat Düşüncesi*, çev. M. Sabri Akgönül, İstanbul: Klasik Yayınları, 2015, ss. 58-59.

¹⁴⁵ Bekir Ali Bilgiç, *İslam'da Kazanç Sistemi ve Çalışma Hayatı*, İstanbul: Fatih Gençlik Vakfı, 1990, s. 153.

¹⁴⁶ Siddikî, a.g.yer.

¹⁴⁷ Gazzâlî, (v.1058-1111), *İhyau Ulumi'd-dîn*, Darü'n-Nedve, Beyrut, c. 2, ss. 75-76.

¹⁴⁸ Genç, a.g.e., s. 294.

aşılması durumunda bazı cezalar uygulanırdı. Esnaf teşkilatları, ağır cezalar verilmeden evvel piyasa fiyatlarının çok üstünde satan tüccarları uyarırlardı. Nasihat verme, uyarma şeklinde başlayan cezalar, fahiş fiyat faaliyetlerinde tekerrür eden esnafın para cezası veya hapis cezasına kadar giden yaptırımlar uygulanabilmekteydi.¹⁴⁹ İslam tarihindeki uygulamalarda incelendiğinde Allah'ın, arz ve talep unsurlarını birer araç olarak belirlediğini görürüz. Bu araçlar sayesinde fiyatlar belirlenmektedir. Allah'ın kullarından beklentisi bu yöndedir.

Eşyaların fiyatlarının belirlenmesi hususu piyasanın arz talep dengesine bırakıldığı gibi emeğin ücretlendirmesi de yine serbest piyasa seçimlerine bağlı olarak gerçekleşir. Ortaya konulan iş, emek harcayan kişinin işvereninden mükâfat alması için yegâne gerekçedir.¹⁵⁰ İşçilerin emeklerinin karşılığında aldıkları ücretler iki tarafın hür iradesine göre belirlenir. Eğer iki taraftan biri karşıdakini zorlayıcı birtakım şartlar ileri sürerse idarenin (devletin) müdahale etmesi gerekmektedir. Ülkemizde olduğu gibi birçok ülkede çalışma şartları, saatleri ve ücretleri asgari biçimde belirlenmiştir. Serbest piyasada iki tarafın da menfaatini korumak adına bu tür uygulamalar dinen de elzem görülmektedir.

Piyasada fiyatların teşekkülü meselesinde devlete önemli görevler düşmektedir. Haksız rekabetin oluşmaması, serbest piyasanın suiistimal edilmemesi için devletin çarşı pazarı sürekli denetlemesi gerekmektedir. Kaçakçılık, karaborsacılık gibi piyasa fiyatlarında enflasyonu yukarı tırmandıran hareketler yasaklanmıştır. Elindeki ürünü kıymetinden yüksek fiyatlarda alıcısını bulmak için stoklama yapmak suretiyle fiyatları yükseltmek İslam'ın haram kıldığı uygulamalardandır.¹⁵¹ Bu hususla ilgili Umer Chapra şu yorumu yapmaktadır:

“..İslam devletinin, paranın gerçek değerindeki aşınmayı asgariye indirgemek için, sağlıklı para, maliye ve gelir politikalarına başvurmasının ve gerektiğinde, asgari ücret kontrolü dahil doğrudan kontroller benimsemesinin lüzumlu olduğu düşünülebilir. Bu şekilde toplumun bir kesiminin diğerine bilerek veya bilmeyerek eksik ödeme yapması ve ölçüde dürüstlük ve adalet gibi İslami normların ihlal edilmesi önlenmiş olur.”¹⁵²

¹⁴⁹ Genç, a.g.e., s. 295.

¹⁵⁰ Essadr, a.g.e., s. 591.

¹⁵¹ Bilgiç, a.g.e., s. 153.

¹⁵² Chapra, *Adil Bir Para Sistemine Doğru*, s. 21.

İfadelerden anlaşıldığı gibi meşru idarenin, halkın refahı adına piyasa düzeninin sağlıklı işleyişi için tedbirler almak vazifelerinden biridir.

Klasik fıkıh kitaplarında devletin fiyatlara müdahalesi uygulamasına *tes'ir* diye adlandırılmıştır.¹⁵³ İslam iktisat hukukuna göre fiyatlara müdahale ancak devlet tarafından yapılabilmektedir. Ayrıca bu müdahalede yalnızca piyasaların dengesini normal seviyeye ulaştırmak esas hedeftir.¹⁵⁴ İslam devletinde piyasaların bu denli sıkı denetimi akıllara adil rekabet düzeninin aksi bir durumu gibi gelebilir. Fakat İslam'ın öngördüğü piyasa geleneğinde bireysel özgürlüklere saygı duyulur. İnsanın varoluş gayesi olarak bir imtihandadır. Bu sebeple seçimlerinde de hürdür.¹⁵⁵ Lakin toplumun menfaati fertlerin menfaatlerine tercih edilir. Genele gelecek zarar her zaman daha ehemmiyetli bir konu olmuştur. Tüm bu bilgilerin ışığında bakıldığında, İslam dini, muayyen bir kâr miktarı belirlememekle birlikte, fiyatların oluşumunu serbest piyasa ekonomisinde arz-talep dengesine bırakmıştır.¹⁵⁶ Arz talep ilişkisi içerisinde teşekkül eden fiyatları, piyasa fiyatı olarak isimlendirmiştir. Piyasa fiyatlarını da adeta devlet tarafından tayin edilmiş birer fiyat olarak görülmüş ve genele yayılan fiyatların aksine hareket edenlere izin verilmemiştir.¹⁵⁷

2. İSLAM İKTİSAT ANLAYIŞINDA REKABET VE AMAÇLARI

Konvansiyonel iktisat biliminde, “..*kar, satış miktarı ve pazar payı gibi belirli iktisadi hedeflere ulaşmak amacıyla ekonomik birimler arasında ortaya çıkan bir yarış veya karşılıklı ilişkiler süreci*”¹⁵⁸olarak tanımlanan rekabet sözcüğü, İslam ekonomisinde, *münâfese* olarak adlandırılmıştır. Münâfese, “*Başkasının sahip olduğu bir nimetin benzerini elde etmek için çaba gösterme ve olumlu bir rekabet içine girme anlamında ahlâki bir terimdir.*”¹⁵⁹ Beşerî iktisat anlayışında görülen yarış ve karşılıklı durumu İslami anlayışta yer almamaktadır. Diğerinin âkibetinin düşünülmediği bir düzen içerisinde, acımasız ve bireyselci tutum ile geçen konvansiyonel anlamda rekabete karşın,

¹⁵³ Bilal Ahmed Qazi, “Fiyat Müdahalesinin Şer’i Kuralları ve Günümüzdeki Uygulamaları”, *İslam İktisadı ve Piyasa*, İstanbul: İktisat Yayınları, 2017, s. 99.

¹⁵⁴ Qazi, a.g.e., s. 100.

¹⁵⁵ Qazi, a.g.e., s. 106.

¹⁵⁶ Döndüren, a.g.e., s. 272.

¹⁵⁷ Alkış, a.g.m., s. 98.

¹⁵⁸ Bkz: Piyasa ve rekabet başlığı.

¹⁵⁹ <https://islamansiklopedisi.org.tr/munafese>

İslam daha ılımlı ve bireysel rasyonelliğin yanında toplumsal rasyonelliği de esas alan bir rekabet düzenini önceler. Bu sebeple İslam iktisadında her türlü faaliyet gibi rekabet hali de ahlaki norm çerçevesinde devam ettirilir. İslami anlayışın içini birlikte yükselmek ilkesiyle doldurduğu rekabet Osmanlı esnaf örgütlerinde de görülmekteydi. *Karşı tarafı yok etme* anlayışına dayanan rekabet bu esnaf örgütlerinde görülmez, çatışma duygusu yerine dayanışma ve iş birliği değerleri esas alınırdı. Osmanlıda esnaflar arasında rekabet (haksız rekabet anlamında) kötü bir ahlak olarak sayılır, bu tür davranışlarda bulunanlara da birtakım yaptırımlar uygulanırdı.¹⁶⁰

İslam, bireyin ve toplumun rekabet içerisinde olmasını ister. Allah'ın verdiği nimetlere ulaşmak için sürekli bir arayış içerisinde olmasını ve üretmesini emreder. Nitekim Allah yüce kitabında şöyle buyurur, “*O halde işini bitirdiğin zaman başka bir işe yönel!*”¹⁶¹ Allah buradaki emri ile Müslümanlara devamlı çalışmaları ve rekabet içerisinde olmaları gerektiğini vurgular. Hz. Peygamber (s.a.v.) bu konuyla ilgili bir hadisinde, “*Allah nimetinin eserini kulunun üzerinde görmekten hoşlanır.*”¹⁶² diyerek, meşru yolda kazanılan paranın yine meşru çerçevede harcanmasını tavsiye etmiştir.¹⁶³ İslam'ın emrettiği çalışma ve rekabet disiplini, şüphesiz Allah'ın, kullarının kainatından maksimum düzeyde istifade etmek istemesinin tezahürüdür. Cenâb-ı Hak, evreni insan için yaratmıştır ve onun hizmetine adanmıştır.¹⁶⁴ Bunun karşılığında insanlardan beklenen her işinde olduğu gibi rekabet hallerinde de adil olmaları ve dürüst davranmalarındır. Rekabet ile ahlak birlikte düşünülmediğinde birçok problemin doğmasına sebep olur. İslam iktisat sistemi rekabet ederken ahlakiliği dikkate almamızı emreder. *İslam, Ekonomi ve Toplum* kitabında Naqvi bu konuyla ilgili şöyle söylemiştir,

“..*bireysel çıkar maksimizasyonunun rasyonalitenin tek göstergesi olarak ele alınmasıyla ilgili temel bir problem söz konusudur. Ahlaki kaygılar hesaba katıldığında rasyonalitenin bu dar anlamı savunulamaz bir hâl alacaktır. Her insanın hem bir bireysel insan hem de toplumsal insan olduğunu kabul edersek, insan için rasyonel olarak hareket etmek ve kendini belirli hedef ve ideallere özellikle de yoksulların refahını arttırmaya yönelik olan hedef ve ideallere bağlanmak doğal bir hâl alacaktır. Dolayısıyla diğerlerine (yoksul ve muhtaçlara) yardım etmek rasyonel bir eylem olacaktır çünkü: “Sevdiğimiz*

¹⁶⁰ Genç, a.g.e., s. 68.

¹⁶¹ İnşirâh, 94/7.

¹⁶² Tirmizi, “Edeb”, 54.

¹⁶³ Mustafa Kisbet, *İslam Hukukunda Tüketicinin Korunması*, İstanbul: Nizamiye Akademi, 2015, s. 24.

¹⁶⁴ Âli İmrân, 3/148.

şeylerden Allah yolunda harcamadıkça iyiliğe asla erişemezsiniz. Her ne harcarsanız Allah onu bilir.” (Âl-i İmrân, 3/92).’’¹⁶⁵ görüldüğü üzere İslam yarışı tavsiye ederken hırslara yenik düşülmemesi gerektiğini ve kişisel menfaatle birlikte toplumsal menfaate de dikkat edilmesinin önemli olduğunu hatırlatır.

Rekabetin teşvik edilmesi birey ve toplumun refah düzeyinin artması yönünde bir katkı sağlar. Çünkü bir ürünün üretimi ve dağıtımında rekabet oluşması, bahsi geçen ürünün kalitesini yükseltir. Ayrıca birçok satıcının aynı üründe piyasada rekabet halinde olması fiyatları düşürecek gibi aynı zamanda halkın büyük bir kesiminin ürüne kolayca ulaşmasını da sağlayacaktır. Bu da İslam’ın toplumsal yükseliş amacına uygun bir durumdur. Rekabetin olmadığı ortamlarda monopson piyasalar meydana gelecektir. Rakibi olmayan firmalar, ürünün kalitesini istediği şekilde belirleyebilecek, fiyatları istediği kadar yukarı çıkarabilecektir. Hatta tüketicinin almak istediği rakipsiz ürünü satın almak için ek edimler bile getirebilecektir. Bu da toplumun içinde huzursuzluk çıkaracak ve sosyal dengenin bozulmasına yol açacaktır.

İslam iktisadı rekabetin her an canlı bir ritimle devam etmesini ister ki iktisadi büyümeyi beraberinde getirsin. Çünkü derin bir medeniyet inşa etmenin yegane yolu toplum standartlarını yükseltmekten geçer. Zekat bu çerçevede önemli bir ibadettir. Bilindiği gibi zekat, düşük gelirli kimselerin, zenginlerin malındaki hakkıdır.¹⁶⁶ Her yıl muayyen miktarda bu mala hak kazanırlar. Özgün fikirlere sahip olup sermaye konusunda eksiklik yaşayan topluluklar zekat sayesinde serbest rekabet ortamında özgürce atılım yapabilirler. Hem ibadet yönü hem de ekonomik yönü olan zekat rekabeti güçlendirici bir işlev gösterir.

İslam’ın zenginliğe karşı olduğu düşüncesi yaygın bir yanılgıdır. Zenginliğe kötü bir nitelik olarak bakmak ve fakirleştikçe Allah’a yakınlaştığını düşünmek hiç şüphesiz tembellik etme ve rekabet etmekten kaçınma içgüdüsüdür. İktisadi rekabetin olmadığı beldelerde iktisadi gelişim de olmayacak dolayısıyla adaleti tesis etmek huzuru sağlamak bir o kadar zor olacaktır. Bireylerin özgürce rekabet edemediği bir ülkede yine iktisadi gelecekte söz edilemez. Böyle toplumlarda ileriye bakılamaz ve toplum hiçbir alanda gelişim gösteremez.¹⁶⁷

¹⁶⁵ Naqvi, a.g.e., s. 58.

¹⁶⁶ Meâric, 70/24; Zâriyât, 51/19.

¹⁶⁷ Erdem, a.g.e., s. 8.

2.1. İslam Hukukunda Haksız Rekabet ve Önleme Şekilleri

2.1.1. İslam Hukukunda Haksız Rekabet

İhtiyacın bitmek tükenmek bilmeyen modern çağda insan gelire her zamankinden daha çok ihtiyaç duyar. Bu sebeple insan sürekli daha fazla kazanmak ve ilerlemek zorundadır. Gelişime ve ilerlemeye iten bu durum iyi sonuçlarıyla birlikte bazen kötü durumlara da sebep olmaktadır. Kur'an'da da belirtildiği üzere insan hırslı ve mala düşkün bir tabiata sahiptir. Mal sevgisi üzerine maddi zorluklarla mücadele etme durumu da eklenince rekabet piyasasında gayr-ı meşru faaliyetlerle karşılaşılacaktır. İktisat ilminde haksız rekabet olarak adlandırılan bu tür faaliyetler Türk Ticaret Kanunu'nda şöyle tarif edilmiştir: “*Haksız rekabet, aldatıcı hareket veya hüsnüniyet kaidelerine aykırı sair suretlerle iktisadi rekabetin her türlü suiistimalidir.*” Tariften yola çıkılarak anlaşılacağı üzere yetkili mercilerin insanlara tahsis etmiş olduğu özgür piyasa ortamını, rakiplerin kötü niyetle giriştikleri faaliyetler sonucunda piyasadan silme adına yapılan her türlü uygulama haksız rekabet kapsamına girmektedir. Rakibin mal ve hizmetini kötülemek, gerçeğe aykırı düşen bilgileri piyasaya sızdırmak, aldatıcı reklam yapmak, hâkim durumu kötüye kullanarak pazara giriş engelleri oluşturmak başlıca haksız rekabet halleri sayılmaktadır.

Haksız rekabet tanımı yakın çağda ortaya çıkmış bir kavramdır. İslam hukukuna baktığımızda uzak tarihinde böyle bir kavramı göremeyiz. Ancak İslam iktisat uzmanlarının yaptığı araştırmalar, bu tür faaliyetin mahiyetini ve doğurduğu sonuçları ele alarak bir bakış açısı kazandırmıştır. Cevat Akşit'in haksız rekabet tanımı şöyledir,

“*Haksız rekabet; “İslam'da kimseye zarar verilmeyeceği ve her durumda iyi niyetle davranılacağı” ilkelerine aykırı olarak, zarar verici davranışlarla iktisadi faaliyet serbestisinin, rekabet hakkının kötüye kullanılmasıdır.*”¹⁶⁸

Modern iktisat anlayışıyla paralel bir tanım ortaya koymuş olan Akşit, tanımın mahiyetine İslam iktisat normlarını esas değer olarak eklemiştir. İslam hukukunca haksız rekabet sayılan bazı uygulamalar şunlardır; kötüleme, hakikate aykırı bilgi verme, aldatıcı reklam yapma, karışıklığa meydan verme, sırrı ifşa etme, satıcıları pazara girmeden

¹⁶⁸ M. Cevat Akşit, *İslamda Ticaret Prensipleri*, İstanbul: Gümüşev Yayıncılık, 2011, s. 68.

karşılama, müşteri kızııştırma, pazarlık üstüne pazarlık yapma, şehirlinin köylü adına satması, gerçeğe aykırı belge verme, iş hayatı şartlarına uymama vb.¹⁶⁹

İslam dini, her teşebbüsün kendi mülkiyetini oluşturabilmesi ve geliştirmesi için onu özgürce mübadele etmesi için teşvik etmiştir.¹⁷⁰ Çalışmak, çabalamak adeta bir ibadet sayılmış, kendisi ve ailesi için rızık peşinde koşan kişi övülmüştür.¹⁷¹ Hz. Peygamber bu hususla ilgili şöyle demiştir, “*Hiçbir kimse elinin emeğiyle kazandığından daha hayırlı bir yiyecek yememiştir. Şüphesiz Allah’ın Peygamberi Davud da elinin emeğinden yerdi.*”¹⁷² Yine bazı alimler çalışmanın ibadetten daha üstün bir görev olduğunu söylerken, ibadetin sadece kendini kurtarmaya yönelik olduğunu, çalışıp insanlara faydalı olmanın hem kendine hem de başkalarına fayda sağladığını açıklamışlardır.¹⁷³ Nahl suresinin 71. ayetinde, Allah’ın rızık konusunda insanları farklı seviyede rızıklandığı bu yüzden İslam ekonomisinde zenginlerin olabileceği gibi fakirlerin de olması normal karşılanmıştır. İslam piyasasında insanlar arasındaki kazanç farklılıkları normaldir çünkü İslami anlayış emek-değer üzerine inşa edilmiştir.¹⁷⁴ Ekonomi hayatında da ahlaki normlardan kopuk olamayan Müslümanlar, farklı kazançlara sahip olsalar da başkasının malına göz dikemezler. Ekonomik faaliyetlerin meşru yolları muayyen olup beyan edilmiştir. Bu yol dışında kalan gayr-ı meşru uygulamalar dinen haram kabul edilmiştir. Yüce yaratıcı, “*Ey iman edenler, mallarınızı aranızda haksızlıkla değil, karşılıklı rıza ile yapılan bir ticaretle yiyin*”¹⁷⁵ diye buyurarak rekabette haksızlıkları yasakladığını beyan etmiştir.

Tabii şekilde devam eden rekabet ortamına zarar veren haksız rekabet faaliyetleri dolayısıyla tüketicilere zarar verdiği için İslam dinince yasaklanmıştır. Ekonomik özgürlük kapsamında rakibin ticari varlığına zarar vermenin yasaklığıyla birlikte, zararlar sonuçlanmış bir duruma zararlar karşılık vermek de yasaktır.¹⁷⁶ “*Zarara zararlar karşılık vermek yoktur.*”¹⁷⁷ hadisinde zarar vermenin yasaklığıyla birlikte haksız fiil karşısında müeyyidelerin hukuki olması gerektiği ortaya konmaktadır. Haksız rekabet hallerinin,

¹⁶⁹ Akşit, *Modern Ticaret Hukuku ve İslam Ticaret Hukukunda Haksız Rekabet*, ss. 42-50.

¹⁷⁰ Cum’a, 62/10.

¹⁷¹ Bakara, 1/198.

¹⁷² Buhari, “Büyük”, 9.

¹⁷³ İmam Serahsi, *el-Mebsut*, III, ss. 250-260; Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Akşit, *Haksız Rekabet*, s. 31.

¹⁷⁴ Mehmet Yüce, Muhammed Çelik, *Ahlaki Temellere Dayanan İslam Ekonomisi Sisteminde Devletin Rolü*, Akademik Bakış Dergisi, S. 69, (2018), s. 124.

¹⁷⁵ Nisâ, 4/29.

¹⁷⁶ Alkış, a.g.m., s. 89.

¹⁷⁷ İbn Mace, c. II, 745.

etik dışı kabul edildiği ancak her çağda yaşanan bir durum olduğu düşünüldüğünde devletin bu tür faaliyetlere karşı hukuki tedbirler alması ekonomik düzenin devamı için gerekli görevlerindendir.

2.1.2. İslam Hukukunda Haksız Rekabeti Önleme Şekilleri

Haksız rekabet, mahiyetini ele aldığımızda haksız fiil kapsamına giren, rekabet halinin suiistimal edildiği bir kötülüktür. Allah kullarının daima iyi işlerde koşturmasını, kötülükten ise sakınmasını emreder.¹⁷⁸ Haksız rekabet başkasına zarar verilmesi sonucunu doğurur. Bu netice sadece iktisadi alanda değil her durumda yasak olan bir davranıştır. “Zarar vermek ve zararlar mukabelede bulunmak yoktur.” hadisinde Peygamberimiz, açık bir şekilde zarar vermenin yasak olduğunu ortaya koymuş ve zararlı bir fiile karşılık zararlar karşılık vermenin de hukuka aykırı olduğunu açıklamıştır. Bu sebeple gerekli yaptırımlar hukuki çerçevede yapılmalıdır. Devletin haksız rekabete yol açan her türlü faaliyete karşı tedbir alması ve serbest rekabet ortamını koruması asli vazifesidir. Haksız rekabetin haram olmasıyla ilgili bir diğer sebep, iyi niyete aykırı bir davranış olmasıdır. İslam’ın toplumda oluşturmak istediği ekonomik sistemde iktisadi davranışların hepsi iyi niyet çerçevesinde olmalıdır.¹⁷⁹ Karşılıklı rıza olmadan yapılan kötü niyetli davranışlar İslam hukukunca batıl olan geçersiz akitlerdir.¹⁸⁰

İslam iktisat tarihi incelendiğinde çarşı pazarların düzeninin devamı ve adil rekabet ortamının işleyişi için birçok önlemin alındığı görülmektedir. İslam dini her zaman üretimi teşvik etmiş¹⁸¹ iddihâr faaliyetlerini yasaklamıştır.¹⁸² İddihâr, malın biriktirilip saklanması, piyasaya sürülmemesi demektir.¹⁸³ Malın piyasaya sürülmemesi İslam anlayışına aykırı bir davranıştır ve ibadet yönü olan zekat adeta piyasadan saklanan malın cezalandırılması fonksiyonunu görür. Kur’an-ı Kerim’de Allah, malları saklayıp piyasaya sürmeyenleri sert bir şekilde uyarmıştır; “*Altını ve gümüşü yığıp Allah yolunda harcamayanlar var ya, işte onları acı bir azabın beklediğini müjdele! Bunlar cehennem ateşinde kızdırılarak, bunlarla onların alınları, yanları ve sırtları dağlanacağı gün*

¹⁷⁸ Lokman, 31/17; Âl-i İmran, 3/104.

¹⁷⁹ Bakara, 1/237; Hud, 11/112; Şura, 42/15.

¹⁸⁰ Akşit, *Modern Ticaret Hukuku ve İslam Ticaret Hukukunda Haksız Rekabet*, ss. 38-41.

¹⁸¹ Tirmizî, “Edeb”, 54.

¹⁸² Tevbe, 9/34; Hümeze, 104/2-3.

¹⁸³ Kisbet, a.g.e., s. 24.

(onlara denilir ki), “İşte sizin nefisleriniz için yığıp hazineye tıktıklarınız! Haydi, tadın bakalım o tıktığınız şeyleri!”¹⁸⁴ Mal ne kadar piyasadan saklanırsa, üretime o kadar zarar verir ki bu da ammenin menfaatiyle çatışır. “Zarar izale olunur”¹⁸⁵ mecelle kaidesi gereğinde ammenin zararına olan her türlü fiil yaptırımla sonuçlandırılır. İslam dini, nasıl ki malın faydasız yere harcanmasını yasaklıyorsa, atıl durumda bırakılıp piyasadan mahrum edilmesini de hoş karşılamaz.¹⁸⁶ Buradan hareketle İslam, paraya bir amaç olarak bakmamış vasıta olarak görmüştür. Asıl amaç parayı piyasaya sürmektir. Birikim yapmak İslam iktisat anlayışına uyuşmaz. Her an yeni atılımlar yapıp üretimi canlı tutmak İslam’ın iktisadi hedefidir.¹⁸⁷

Sağlıklı rekabet düzeninin korunması amacıyla Medine Pazarı’nın kuruluşundan itibaren çarşı pazar denetimleri yapılmıştır. Kuşkusuz piyasa denetimlerinin yapılmadığı, ahlaki norm ve ilkelerin yerleştirilmediği mübadele ortamlarında sayısız mağduriyetler yaşanılacağından, İslam peygamberi en baştan denetim görevini kendisi üstlenmişti. “Bir gün Medine pazarında bir buğday satıcısının yanına gelip ellerini buğdayın içine daldırdı. Üstte kuru buğdayların olduğunu altta da ıslakların kaldığını gördüğünde satıcıya bunun sebebini sordu. Daha sonra da “bizi aldatan bizden değildir.” sözüyle satıcıyı ikaz etti.”¹⁸⁸ Halkın refahını korumak adına yapılan piyasa denetimleri zamanla sistemleşti. Hulefa-i Raşidin döneminden itibaren denetim özel memurlar tarafından yapılmaya devam etti.¹⁸⁹

İbn Teymiyye hisbe teşkilatı ile ilgili yazdığı risalede, bu kurumun mahiyetinden ve görevlerinden bahsetmiştir. Hem alıcı hem de satıcının çıkarlarını dengelemekle görevli olan bu kurumun görevlerinin sadece iktisadi alanla sınırlı olmadığını aynı zamanda toplumun ahlaki yapısından da sorumlu olduğunu açıklamıştır.¹⁹⁰ Muhtesibler suçlu kişilerin yargı önüne getirilmesi, içki içenlerin veya gayr-ı meşru ilişkide bulunanların celde ile cezalandırılması ve hırsızlık yapanların yakalanıp ellerinin kesilmesi gibi görevleri de yerine getiriyorlardı¹⁹¹. Osmanlı zamanında da bu görevleri

¹⁸⁴ Tevbe, 9/34-35.

¹⁸⁵ Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, md. 22.

¹⁸⁶ Celal Yeniçeri, *İslam İktisadının Esasları*, İstanbul: Şamil Yayınevi, 1980, s. 278.

¹⁸⁷ Ahmet Tabakoğlu, *İslam İktisadına Giriş*, Dergah Yayınları, 2008, s. 251.

¹⁸⁸ Ebu Davud, “Büyu”, 50; İbn Mace, “Ticaret”, 36; Müslim, “İman”, 164.

¹⁸⁹ Kallek, a.g.e., s. 163-167, (1994).

¹⁹⁰ S. M. Ghazanfar, a.g.e., s. 319.

¹⁹¹ Oğuz Bal, “İslam İktisadının Kilometre Taşlarından Ebu Yusuf’un İktisadi Düşüncesi”, *Türkiye İslam Dergisi*, c. 1, S. 2, (2014), s. 8.

âhi teşkilatları yerine getirirlerdi.¹⁹² Daha sonra bu görevi üstlenenlere *lonca teşkilatı* denildi. Hisbe teşkilatındaki sorumlu memurlara muhtesib denirdi. Muhtesibler devlet idaresinin uzak kaldığı ve müdahale edemediği noktalarda görevlerini icra ederlerdi. Bir nevi genel müfettişlik icra eden bu memurların İbn Teymiyye nazarında görevleri şöyle sıralanmıştır; Piyasada yaşanan arz eksikliği durumlarında piyasaya arz sunmak, ürünlerin standartizasyonu ve asgari ücret gibi konularda piyasayı ortak paydada buluşturmak, mesleki hizmetlerin sağlandığından emin olmak, ölçü-tartıda adaletliliği ve ürün kalitesinde güvenilirliği sağlamak ve kamu güvenini tahsis etmek vb.¹⁹³

İslam iktisat tarihinde piyasa düzenini ve rekabet serbestisini sağlamak için birçok tedbirler alınmış, yasaklar oluşturulmuştur. Bunlar; narh yasağı, ihtikar (stokçuluk) yasağı, neceşin yasaklanması, arz artışının sağlanması, şehirlinin köylüyü pazara girmeden karşılama yasağı, satış üzerine satış yasağı, aldatıcı reklam yasağı.. başlıcalarıdır.

2.1.2.1. Narh (Fiyat Belirleme) Uygulaması

Aslı Farsça nirh (kıymet,değer) olan narh, Arapçada piyasadaki rayiç bedeli anlamına gelen *si'r*, bu bedelin takdir edilmesine de tes'ir denir. Ammenin menfaati gereği özellikle de temel ihtiyaç emtialarında piyasa fiyatlarının azamî miktarını belirleme uygulamasına narh denir. Fıkıh ilminde narh konusu genelde bu çerçevede işlenmiştir.¹⁹⁴ Devlet eliyle narh üç şekilde yapılabilmektedir; birincisi narh koymak, ikincisi kâr hadlerini belirlemek, üçüncüsü de satışları vesika usulü şartına bağlı kılmak şeklindedir.¹⁹⁵ Geniş manada narh fiyatların hem azami miktarını hem de asgari miktarını tayin etme manasına gelirken, klasik fıkıh literatüründe, fiyatların sadece en yüksek ölçüsünü belirleme olarak ele alınmıştır.

Kur'an-ı Kerim'de narh tayin etme ile ilgili açık bir emir görülmemektedir. Ancak bazı alimler "*Ey iman edenler! Mallarını aranızda batıl yolla yemeyin! Ancak karşılıklı*

¹⁹² M. Salih Kumaş ve Elman Abdullayev, "Bir Finansman Modeli Olarak Mudârabe'nin Faizsiz Bankacılıkta Etkin Şekilde Kullanılması Sürecinde Sivil Toplum Örgütlerinin Aktif Rol Üstlenmesi", Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi, (2015), ss. 76-77; Genç, a.g.e., ss. 298-299.

¹⁹³ S. M. Ghazanfar, a.g.e., ss. 319-320.

¹⁹⁴ Cengiz Kallek, "Narh", (DİA), İstanbul: (İSAM), 2006, c. 32, s. 390.

¹⁹⁵ Döndüren, a.g.e., s. 290.

rıza ile yapılan ticaretle olursa başka.”¹⁹⁶ ayetinin narh konusunu kapsadığını ve belli esaslar getirdiğini söylemişlerdir.¹⁹⁷ Buna göre devletin narh tayin etme bahsiyle ilgili alimler iki ayrı görüş ileri sürmüşlerdir.

Narh koymanın caiz olmadığını düşünen Ebû Hanife ve İmam Şafii’ye göre, İslam’daki mülkiyet hakkı esasınca başka kimseye zarar vermeme şartıyla herkes malında istediği gibi tasarruf edebilme özgürlüğüne sahiptir. Serbest irade ve sorumluluğu gereğince istediği fiyattan satabilir. Ahlak dışı uygulamaların olmadığı piyasada fiyatlara müdahale etmenin hukuka aykırı olduğunu beyan etmişlerdir.¹⁹⁸ Muhtekire¹⁹⁹ hapis cezası başta olmak üzere devlet yetkilisinin çeşitli ta’zir cezası verebileceğini söyleyen İmam Azam, özgür ve akli başında olan kişiye zorla mallarını sattırmanın onu hacr altında bırakmak olduğunu söyleyerek bu yaptırımı caiz bulmaz.²⁰⁰ Doğal seyrinde işleyen piyasa fiyatları arz-talep dengesine göre oluşur. Böyle piyasalarda narh tayin etmek bir tarafın yararına olurken diğer taraftan satıcıların aleyhine bir durum oluşturacaktır.²⁰¹ Hanefi alimlerden el-Merginani *el-Hidaye* isimli eserinde narh koymanın caiz olmadığını söylemiş, fiyatı tayin etmenin tarafeynin (alıcı ile satıcının) özgür iradesine bırakıldığını, fiyatı belirlemenin onların hakkı olduğunu ve zorunlu olmadıkça devletin narh koymasının caiz olmadığını beyan etmiştir. Bu açıklamalarına delil olarak Hz. Peygamber’in “..*Narh koymayın narhı koyan Allah’tır*” hadisini göstermektedir.²⁰²

Devletin narh koymasının caiz olmadığını iddia eden alimlerin dayandığı deliller öncelikle Nisa suresinin 29. ayetinde geçen alışverişte karşılıklı rızanın önemine vurgu yapılmasıdır.²⁰³ Fiyatların dıştan müdahale yoluyla belirlendiği bir sistemde karşılıklı rıza ilkesinin çiğnenmesi durumu ortaya çıkacaktır. Bir diğer delil ise Hz. Peygamber’in, Medine’de fiyatların artması üzerine narh koymasını talep eden sahabenin isteğini reddetmesidir. Peygamber efendimiz bu taleple gelenlere şu cevabı vermiştir, “*Şüpheli yok ki fiyat tayin eden, darlık ve bolluk veren, rızıklandıran ancak Allah’tır. Ben sizden hiç kimsenin mal ve canına yapmış olduğum bir haksızlık yüzünden hakkını benden ister*

¹⁹⁶ Nisa, 4/29.

¹⁹⁷ Kallek, “Narh” md., (DİA).

¹⁹⁸ Döndüren, a.g.e., s. 291.

¹⁹⁹ İhtikâr yapan kişiye denir. Detaylı bilgi “İhtikâr” başlığı altında verilecektir.

²⁰⁰ Mevsilî, Abdullâh b. Mahmûd, *el-İhtiyar li ta’lîl-i’l-Muhtar*, İstanbul: Çağrı Yayınları, 1996, c. 4, s. 161.

²⁰¹ Kallek, *Hz. Peygamber Döneminde Devlet ve Piyasa*, s. 87.

²⁰² el-Merginani, Ali b. Ebu Bekir, *el-Hidaye*, IV, s. 69. Beyrut.

²⁰³ Döndüren, a.yer.

olduğu halde Rabbime kavuşmak istemem.”²⁰⁴ Hz. Ömer, kuru üzüm satan Hâtıb b. Ebî Beltea’yı görünce, “*Kaça satıyorsun ey Hâtıb?*” der. Hâtıb, “*İki müddü bir dirheme.*” diye cevap verir. Bu cevap karşısında Hz. Ömer kızar ve, “*Bizim kapılarımızda, avlularımızda ve pazarlarımızda satın alıyorsunuz. Bizim arazimizden devşiriyorsunuz ve dilediğiniz fiyattan satıyorsunuz.*” diyerek onu pazardan kovmuştur. Fakat bir süre sonra Hâtıb’ın evine gider ve ona söylediklerinin bir emir olmadığını istediği fiyattan satış yapabileceğini artık serbest olduğunu söyler.²⁰⁵ Bu rivayeti de delil olarak getiren alimler narh koymanın kişilerin özgür iradelerini hacr altına almaya gideceğini, fiyatları aşırı derecede düşürmenin tüketiciye yarar sağlayalım derken üretici ve satıcıların haklarını gasp etmiş olacaklarını bu yüzden caiz olmadığını ileri sürmüşlerdir.²⁰⁶ Fiyat artışları ve enflasyon her zaman satıcıların ticaret ahlakına ters düşen uygulamaları sonucu oluşmaz. Doğa olayları kimi zaman ekinlerin yetişmemesine, o yılın tarımsal ürünlerinin azalmasına dolayısıyla arzın düşüp rayiç bedelinin yükselmesine sebep olabilir. Bu olaylar Allah’ın birer takdiridir. Böyle durumlar sebebiyle artan fiyatlara narh uygulamak üreticilerin veya satıcıların iflas etmesine sebep olabilir. Diğer bir yandan uygulanan narh, kaosa sebebiyet verip ihtikârcılığın yaygınlaşmasına yol açabilir. Tüm bunlar sosyal ve ekonomik düzeni alt üst eder.

Diğer taraftan narh uygulamasını caiz gören alimler, narhın haramlığıyla ilgili delillerin illetinden yola çıkarak, bu delillerin narh’ın caiz olmadığını beyan etmediğini ileri sürerler. Hz. Peygamber, “*Narh koymayın!*” dememiş, “*Narh’ı koyan (fiyatları belirleyen) Allah’tır.*” demiştir. Buradan hareketle Allah’ın bir takım piyasa spekülasyonlarıyla insanların mallarını batıl yolla haksızlıkla yemeğe razı gelmeyeceğini, bu yüzden fiyatları sebepsiz yere aşırı yükselten satıcılara narh uygulamanın Allah’ın dolaylı bir emri olduğunu beyan etmişlerdir.²⁰⁷ Maliki alimlerle, müteahhir Hanefi alimler ve bir takım Şafii alimler bu görüştedir. Ayrıca Said b. Ebi Müseyyeb, Rebiâ b. Ebû Abdurrahman ve Yahyâ b. Said el-Kattân devletin adaletli olma gereğince mecbur kaldığı durumlarda piyasada fiyatlara narh koyabileceğini söylemişlerdir.²⁰⁸ Yine Hanefi ulema, zorunlu gıda maddelerinde fahiş fiyat artışı olduğu durumlarda ammenin zararını

²⁰⁴ Tirmizi, “Büyu”, 73; İbn Mace, “Ticaret”, 27.

²⁰⁵ Malik, “Büyu”, 57.

²⁰⁶ Döndüren, a.g.e., s. 292.

²⁰⁷ Döndüren, a.yer.

²⁰⁸ Bâcî, ebu’l-Velid Süleyman b. Halef, *el-Müntekâ*, Kahire, 1332, c. V, s. 18.

önlemek maksadıyla narh uygulamasını caiz görmüşlerdir.²⁰⁹ Fakat devletin her işleminde uyguladığı gibi narh koyarken de adalet esasına göre hareket etmesini vurgulamışlardır. Fiyat tayinleri o anki durumun gerektirdiği miktara çekilmelidir.²¹⁰ “*Zaruretler kendi miktarınca takdir olunur.*”²¹¹ kaidesinde de belirtildiği gibi narh uygulanırken sadece tüketiciler düşünülerek fiyatlar aşırı derecede aşağıya çekilmemeli iki tarafın da menfaatini koruyacak ölçüde tutulmalıdır. Hz. Ömer’in narh konusundaki uygulaması meselesinde, o gün ki şartların narh koymak için yeterli seviyede gerektiği seviyede olmadığını bu yüzden Hz. Ömer’in Hâtıb’a giderek tekrar malını istediği fiyattan satabileceğini ve bu rivayetin narh koymanın haram olduğunu göstermediğini söylemişlerdir.²¹² İbn Kayyim el-Cevziyye ve İbn Teymiyye gibi alimlerin yanı sıra bir takım Şafii alimler de halkın eziyet göreceği boyutlarda artan fiyatlara müdahale edilebileceğini, ihtikarcılık ve malı belli zümrelere satma gibi durumlarda piyasada emsal fiyat oluşturulabileceğini ileri sürmüşlerdir.²¹³

İki görüş değerlendirildiğinde Hz. Peygamber’in narh koymayı reddettiği rivayetin zahirine göre hareket edip, dönemin şartlarını incelemeyen bu rivayeti ele alıp delil olarak kullanmak ve “narh tayin etmek caiz değildir” demek hatalı bir yorum olacaktır. Rivayetler incelendiğinde hicretin 8. yılında gerçekleşen bu olayın ilk izlenimi, sahabenin Hz. Peygamber’e kadar bu meseleyi taşımaları ve böyle bir talepte bulunmalarından yola çıkılınca gerçekten de fiyatların normalin üstüne çıktığı anlaşılmaktadır. Ancak bu yılda olan şeyler derinlemesine incelendiğinde Mûte savaşı, Mekke’nin fethi, Taif muhasarası gibi büyük ve zorlu on beş tane savaş geçirilmiştir. Savaşların olduğu zamanlar ekonomik istikrarın sağlanması zordur. Elde bulunan kaynaklar savaşa aktarılınca tabii olarak enflasyonun oluşması normal karşılanmaktadır. Ayrıca talebin yükselmesinin bir sebebi de nüfusun artması ihtimali ele alınabilir. Rasulullah’ın Medine’ye hicret ettiği esnada toplam nüfusun on bin kadar olduğu tahmin edilmektedir. Hz. Peygamberin vefatı esnasında rivayetlere göre Müslüman topluluğu altmış bin civarına yaklaşmıştır. Hiç şüphesiz insan sayısının artmasıyla talep artacak ve

²⁰⁹ Eş-Şeyh Nizâm, *el-Fetava’l-Hindiyye*, c. III, s. 214.

²¹⁰ Cengiz Kallek, “Narh Konusuna Yeniden Bakış”, *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, S. 7, (2006), s. 261.

²¹¹ Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, md. 22.

²¹² Döndüren, a.yer.

²¹³ İbn Kayyim el-Cevziyye, *et-Turuku’l-hükmiyye ji’s siyaseti’s-şer’iyye*, Beyrut, s. 241; İbn Teymiyye, *Bir İslam Kurumu Olarak Hisbe*, s. 38.

beraberinde enflasyonu getirecektir. İşte tüm bunların ışığında bakıldığında anlaşılıyor ki fiyatların artması herhangi bir karaborsacılık ya da suni müdahaleler sonucu olmamış, piyasanın doğal seyri içerisinde zaman zaman yaşanan savaşların veya doğal afetlerin etkileriyle arz-talep dengesi çerçevesinde yükselmiştir. Böyle bir durumda Hz. Peygamber haksızlık olur endişesiyle narh uygulamamıştır.²¹⁴

Fiyat sınırlama/belirlemenin fayda ve zararları nelerdir diye bakıldığında şu şekilde maddelendirilebilir:

a. Fiyatlara belirli bir sınır getirmek enflasyon oluşmasını engeller. Ancak piyasada bir istikrarsızlık meydana gelecek ve karaborsacılık oluşabilecektir.

b. Büyük firmalarla rekabet hususunda küçük işletmelerin elleri rahatlayacaktır. Çünkü belirli bir fiyatın piyasada sabit olması ve büyük küçük her teşebbüs için geçerli olması ufak çaplı satıcıların rakiplerine karşı ezilmesini önleyecektir. Diğer yandan fiyatlara bu kadar müdahale edildiği ortamda yatırımcılar tedirgin olacaklar ve yatırımın azalmasına sebebiyet verecektir.

c. Fiyat belirlemek hem işverenin hem de işçinin hakkını garantiye aldığı gibi sermaye sahiplerine de güvence vermiş olacaktır. Bunun yanında fiyat kontrolünün sağlanması için büyük bir alt yapı gerekmektedir. Tüm ülkede yapılan satışların adil bir çerçevede olduğunu bilmek için büyük masrafların yapılacağı bir sistem oluşturmalıdır ki bu da bir başka maliyet kalemi oluşturacaktır.

d. Yine ürünlerin standartizasyonunu arttırıp belli fiyatlar tahdid etmek tüketicilerin bilgi kirliliğinden uzak şekilde, hangi ürüne ne kadar para verilmesi gerektiğinin farkında olduğu bir zemin yaratacaktır.²¹⁵

İslam'da sosyal refah mutlak bir öneme sahiptir. İslam iktisadının bireysel özgürlüğe yaptığı vurgu, konvansiyonel iktisat anlayışının “*bırakınız yapsınlar*” mantığıyla uyuşmaz. Çünkü sınırsız özgürlük sahibi insan, elbet kötü duyguların peşinden gidecektir. Mübadelenin hukuksal boyutunu aşan uygulamalar ortaya çıkacaktır. İnsanın bireysel özgürlüğü, toplumun menfaatiyle kesiştiği yere kadardır. “*Zarar-ı âmmi defî için zarar-ı hâs ihtiyar olunur.*”²¹⁶ ilkesi gereğince toplumun hem maddi hem de manevi

²¹⁴ Cengiz Kallek, “İslamın İlk Devirlerinde Devlet-Piyasa İlişkisi”, (Doktora Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, 1994, ss. 144-150.

²¹⁵ Qazi, a.g.e., ss. 114-115.

²¹⁶ Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, md. 26.

menfaatiyle çatışan bireysel özgürlük alanı devlet tarafından kısıtlanma durumundadır.²¹⁷ Bu sebeple özellikle yaşamın devamı için zaruri ihtiyaç maddelerinde piyasa spekülasyonları dinen yasaktır. Çünkü canın korunması İslam'ın temel esaslarından biridir. Toplumun içinde bulunduğu ekonomik problemleri rayına oturtmak ve fahiş fiyat artışlarına karşı toplumu ezdirmemek devletin görevidir.²¹⁸ Tüketicilerin temel gıda ürünlerini alamadıkları ve dolayısıyla yaşamlarını devam ettirme noktasında tehlikeye düştükleri durumda devletin devreye girip belirli yaptırımlar uygulaması kaçınılmazdır.

2.1.2.2. İhtikar Yasağı

Günümüz iktisat biliminde karaborsacılık olarak adlandırılan ihtikâr Arapça bir kelime olup toplamak, biriktirmek, elinde tutmak, saklamak manalarına gelmektedir.²¹⁹ Hakr kökünden gelen ihtihar sözcüğü ticaret ürününü enflasyon oluşmasını beklemek ve daha yüksek meblağlardan satışa sunmak amacıyla piyasaya sürmekten imtina etmek manasına gelir. İhtikarcı kimseye muhtekir denir.²²⁰ Bu satıcılar fiyatların suni şekilde yukarıya çıkmasını beklemek suretiyle mallarını depolarda saklarlar.²²¹

Fıkıh litaretürde ihtikâr'ın tanımı sözlük manasına yakındır. Muteahhir fıkıh alimleri ihtikarın tanımını, “*Gıda ve benzeri ürünlerin satın alınıp pahalılaştırma zamanına kadar bekletmek, daha sonra kıtlık zamanlarında bedelinden çok fazlasına fahiş fiyatlara satmak.*” şeklinde yapmışlardır.²²² Klasik dönem fıkıh alimleri ihtikârın tanımını yaparken gıda maddeleriyle sınırlandırmışlardır.²²³ Bunun meydana gelişinde rivayetlerin de etkisi vardır.

Kur'an-ı Kerim'de ihtikar ile ilgili açık bir emir olmamakla birlikte²²⁴ Hz. Peygamber'in ihtikâr yapan kimseyi kötülediğine dair hadisleri mevcuttur:

²¹⁷ Ömer Çapra, “İslami Refah Devleti ve Devletin Ekonomideki Rolü”, İslam İktisadı Araştırmaları I, İstanbul: Dergah Yayınları, 1988, s. 173.

²¹⁸ Döndüren, a.g.e, s. 290.

²¹⁹ İbnu'l-Manzûr, *Lisânu'l Arab*, “hkr” md.

²²⁰ Kallek, “İhtikar” md., (DİA), c. 21, 2000, s. 560.

²²¹ Kallek, “İslamın İlk Devirlerinde Devlet-Piyasa İlişkisi”, s. 142.

²²² Hasib Arkawî, *İslam Fıkıhında Fiyatlandırma*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Fatih Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temel İslam Bilimleri Anabilim Dalı, 2014, ss. 86-87.

²²³ Alkış, a.g.m., s. 95.

²²⁴ Haksız kazanç yoluyla başkalarının mallarının gasp edilmesi yönündeki ayetler bu konuda genel bir kanaat oluşturur. Bkz. Nisâ, 4/29; Arâf, 7/85.

“Kim bir yiyecek maddesini kırk gün ihtikâr ederse (saklarsa), o, Allah’tan uzaktır, Allah da ondan uzaktır.”²²⁵, “Tedarikçi (malı piyasaya süren) rızıklanır, ihtikarcı (saklayıp istif eden) lanetlenir.”²²⁶, “Karaborsacı ne kötüdür! Fiyatlar düşünce üzülür, yükselince sevinir.”, “Bir gıda maddesini 40 gece depolayıp saklayan Allah’tan uzaklaşmış, Allah da onu kendisinden uzaklaştırmıştır.”²²⁷ Hz. Peygamber’in sözlerinden anlaşılacağı üzere malı gizlemek suretiyle insanlara eziyet etmek haramdır. Rivayetler incelendiğinde muhtekiri cehennem azabı ve Allah’ın lanetiyle karşı karşıya kalma hususunda uyarmaktadır.²²⁸ Hadislerde geçen gıda maddeleri dönem için ehemmiyetli olduğundan özellikle vurgulanmıştır. Buradan hareketle ihtikarcılık sadece gıda ürünlerinde geçerlidir denilemez. Bugün birçok ürün gıda olmamakla birlikte hayati öneme sahip olduğundan onlarda da istifçilik yapmak caiz olmamaktadır.²²⁹ Malın depolanma süresinin kırk gün şartına bağlı görmeyen Kasanî (v. 587) gibi âlimler başlı başına bir zulüm teşkil eden stokçuluğun daha az bir süre içinde yapılsa bile “ihtikarcılık tespiti” yapılabilir şeklinde yorumlamışlardır.²³⁰

Fıkıh âlimlerinin birçoğu ihtikâr yapma yasağının sadece gıda maddelerinde geçerli olduğunu söylemişlerdir.²³¹ Ancak İmam Malik (v.179/795) ve Ebu Yusuf ihtikârın tüm ürünlerde yasak olduğunu ve haram bir iş olduğunu beyan etmişlerdir.²³² Yine ihtikârcılığın tefecilikle aynı iş olduğunu söyleyen bazı âlimler, bunu iddialarını ihtikâr yapanın haksız kazanç elde ederek halkın malını tefeci gibi gasp etmesine benzetmişlerdir.²³³ Malın stoklanıp bekletilme faaliyeti cumhurun görüşüne göre haramdır.²³⁴ Çünkü Allah elçisi açık bir şekilde muhtekiri lanetlenen kişi olarak tarif etmiştir. Hanefilerden Kasani de bu görüştedir. Ancak diğer Hanefi âlimler ihtikârcılığın tahrimen mekruh olduğunu söylemişlerdir.²³⁵ Sünnete dair açık deliller varken tahrir hükümünü vermelerinin sebebi mezhebin fıkıh usul sistemiyle açıklanır. Hanefi fıkıh usulüne göre bir şeyin haram olabilmesi için kesin delil ile sabit olan kaynağa ihtiyaç

²²⁵ Ahmed b. Hanbel, *Müsned*, c. 3, 113.

²²⁶ İbn Mace, “Ticarat”, 6; Dârimî, “Büyu”, 12.

²²⁷ Ahmed b. Hanbel, *Müsned*, c. 2, 33.

²²⁸ Arkawî, a.g.e., s. 88.

²²⁹ Bilgiç, a.g.e., s. 116.

²³⁰ Kısbat, a.g.e., s. 33.

²³¹ Qazi, a.g.e., s. 113.

²³² Bâcî, *el-Müntekâ*, c., 5, s. 15; Alkış, a.g.e., s. 96.

²³³ Bal, a.g.e., s. 16.

²³⁴ Arkawî, a.g.e., s. 88.

²³⁵ Merginani, a.g.e., c. 7, s. 222.

vardır. Ancak hadislerin bir taraftan zan ifade ettikleri için haram kabul edilmesi için yeterli kuvvette değildirler.²³⁶

Herhangi bir depolama faaliyetine ihtikâr tespiti yapılabilmesi için birkaç unsurun birlikte var olması gerekir. Bunlardan birincisi, stoklanan ürünlerin satın alınmış ve tam bir mülkiyet hakkıyla elde tutulması gerekir. Ayrıca saklanan ürünlerin gıdaya yönelik ihtiyaç maddesi olması gerekir ki bu konuda İmam Malik ve Ebu Yusuf'un yine toplumun hayati ihtiyaç maddesi olması şartı ile bu çerçeveyi daha genişlettiklerini söylemiştik.²³⁷ Bir diğer unsur ise depolanan malın piyasada tedarik edilmesi imkansız olması ile birlikte halkın bu durumdan eziyet çekmesi ve zarar görmesidir. Halkın acil bir ihtiyaç maddesi olmaksızın depolanan ürünler ihtikâr faaliyeti olarak adlandırılmaz.²³⁸

Hiz. Peygamber ihtikâr durumlarına karşın muayyen bir cezadan öte uyarma şeklinde bir yöntem takip etmiştir.²³⁹ Raşit Halifeler döneminde uygulanan bu haksız kazanç yöntemlerine karşı daha sert şekilde yaptırımlarla karşılık verilmiştir. Hiz. Ali'nin stoklamaya meyleden bir adamın mallarını yaktırdığı rivayeti bizlere bu uygulamaların ne kadar sakıncalı olduğunu göstermektedir.²⁴⁰ Hanefi alimlere göre muhtekire ürünlerini satması yönünde emir verilir. Eğer bu emri yerine getirmezse cebren malları satılır.²⁴¹ İbn Teymiyye'ye göre de halk bu mallara ihtiyaç duyarsa stoklanan mallar "eş değer" fiyattan zorla piyasada satılır. Malların cebren satışı için olağanüstü durumda olma şartını getirmiştir. Eş değer fiyat, emtianın piyasada normal şartlarda rayiç bedeli anlamında İbn Teymiyye'nin geliştirdiği bir kavramdır. Günümüzde âdil fiyat olarak adlandırılır.²⁴²

Malı stoklayan kişi elinde ürünlerin piyasa bedellerinden çok yüksek seviyede satabilme imkanını elde etmiş olacak ve bu da bir nevi haksız kazancı doğuracaktır. Stoklamayı yapanlar ekstra bir emek sarf etmeden fazladan ücret elde edeceklerdir.

²³⁶ Celal Yeniçeri, "Ebu Hanife'nin Hayatı, Mali ve İktisadî Görüşleri", Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, S. 4, (1986), s. 264,265; Arkawı, a.g.e., s. 89; "İhtikâr" md, DİA.

²³⁷ Kallek, "İhtikâr", (DİA), ss. 560-565; Alkış, a.g.e., s. 95.

²³⁸ Döndüren, a.g.e., s. 615.

²³⁹ Kallek, a.g.e., s. 137.

²⁴⁰ "...Hubeyş veya Kays elindeki yüz bin dirhemi Kûfe'de kıtlığı çekilen bazı yiyecek maddelerine yatırarak karaborsacılık yapmaya başlamış ancak durumdan haberdar olan Hiz. Ali bu malların tümünü yaktırmıştır. Söz konusu karaborsacının "Eğer mallarımı yakmasaydı Kûfe atâsının tümüne eşdeğer miktarda kazanç elde edecektim" dediği rivayet edilmektedir." daha ayrıntılı bilgi için bkz, Kallek, "İslamın İlk Devirlerinde Devlet-Piyasa İlişkisi", s. 139.

²⁴¹ Kâsânî, Alâüddîn Ebû Bekr b. Mes'ûd b. Ahmed, *Bedâiu's-Sanaî*, Beyrut, 1974, V, 129; Kallek, "İhtikâr", (DİA), ss. 560-565; Kisbet, a.g.e., s. 34; Yeniçeri, a.g.yer.

²⁴² S. M. Ghazanfar ve A. Azim İslahi, "İbn Teymiyye'nin İktisat Düşüncesinin Bazı Yönleri", *Ortaçağ İslam İktisat Düşüncesi*, İstanbul: Klasik Yayınları, 2015, ss. 100-101.

Modern iktisat literatüründe buna kâr değil ekstra kâr ya da yarı rant denilmektedir.²⁴³ Toplumun sosyo-ekonomik anlamda hezimete uğramasına sebebiyet verecektir. İhtiyaç maddelerinin piyasada temin edilememesi halk içinde kaosun oluşmasına kadar götürebilecektir. Stoklama işini yapan satıcılar piyasanın arz dengesini istedikleri şekilde kontrol edebildiklerinden tekelleşme faaliyetlerine girişebileceklerdir. Tüm bu sebeplere dayanılarak bakıldığında İslam hukukuna göre ihtikâr (karaborsa) haramdır denilebilir. Muayyen incelemeler yapıldıktan sonra stokçuluk faaliyeti tespit edilince devletin orada bir yaptırım uygulaması adil piyasa düzenini koruma gereği önemli bir sorumluluktur.

2.1.2.3. Telakki'r-Rukban (Simsarların Köylüleri Pazara Gelmeden Karşılama) Yasağı

İslam iktisadı ilkelerince pazar fiyatını dengede tutmak önemli bir konudur. Yine mübadelelerde tağrir, piyasalarda şeffaflık ilkesine ters düşmektedir. Buna istinaden şehirden uzak yerlerden gelen üreticilerin henüz pazar fiyatlarından haberdar değil iken simsarlar (aracı) tarafından karşılanıp mallarının satın alınması dinen yasaklanmış bir uygulamadır. Dini ıstılahta bu uygulamaya *telakki'r-rukban* denir.²⁴⁴

Kırsal bölgelerden ürettiği malları şehir pazarında satmak üzere gelmiş iken kervanın yolda karşılanması cahiliyye döneminden kalan bir adet idi. Hz. Peygamber, bu konuda insanları uyarmış bu faaliyetleri yasaklamıştı.²⁴⁵ “*Satılmak için pazara getirilen malları yolda karşılamayın.*”²⁴⁶ hadisinden de anlaşılacağı üzere dinen uygun görülmeyen uygulamalardı. Bir başka rivayette Abdullah İbn Ömer, “*Biz eskiden binitlileri²⁴⁷ henüz pazara gelmeden şehir dışında karşılayıp onlardan gıda maddelerini satın alıyorduk. Hz. Peygamber, bu yaptığımız şeyi yasakladı.*”²⁴⁸ diyerek yasaklandığını ifade etmiştir. Bir başka rivayette Hz. Peygamber, “*Celeb malı yolda karşılamayın, kim karşılayıp onlardan bir şey satın alırsa ilk sahibi pazara indiğinde muhayyer olur.*”²⁴⁹

²⁴³ Kallek, “İslamın İlk Devirlerinde Devlet-Piyasa İlişkisi”, s. 140; Ayrıca daha ayrıntılı bilgi için bkz, Demir Demirel, *Ekonomi Ansiklopedisi*, c. III, İstanbul; 1984, s. 1116.

²⁴⁴ İbn Âbidîn Muhammed Emir b. Ömer b. Abdülaziz’el-Hüseyni, *Reddu'l-Muhtar*, Beyrut: Dâru'l-fikr, 1412/1992, c. 6, s. 399.

²⁴⁵ Hakan Kalkavan, “Medine Pazarı Perspektifinde Muhtesib ve Agoranomos Karşılaştırması”, *Ekonomi, İşletme ve Maliye Karşılaştırması Dergisi*, c. 1, S. 1, 2018, s. 60.

²⁴⁶ Buhari, “Büyu”, 64, 68, 71; Müslim, “Büyu”, 11,19; Tirmizi, “Büyu”, 12.

²⁴⁷ “Dışarıdan mal getirenlere o dönemde verilen isim.”, Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Döndüren, a.g.e., s. 234.

²⁴⁸ Buhari, “Büyu”, 72.

²⁴⁹ Müslim, “Büyu”, 17; Ebu Davud, “Büyu”, 43; Tirmizi, “Büyu”, 12.

buyurarak, böyle satış akitlerinin mevkuf olduğunu ve yolda karşılanıp malı satın alınan köylünün muhayyerlik sebebiyle akdi feshetme hakkına sahip olduğunu açıklamıştır.

Hız. Peygamber'in telakki'r-rukban olarak adlandırılan bu faaliyetleri yasaklama nedeni araştırıldığında iki sebebe odaklı şekilde hem mal sahibini hem şehrin içindeki pazarcıları hem de bölge halkını etkilediği görülmektedir.²⁵⁰

Şehirden uzak beldelerden gelen malın ilk sahibi henüz pazara ulaşmadığı için piyasa fiyatlarının bilgisine de sahip değildir. Böyle bir durumda yolda sattığı malları rayiç bedelinin çok altında bir fiyattan satmış olabilir. Kırsal kesimden gelen bu üretici şehre ulaşım taşıma sebebiyle ürünlerini çok ucuza sattığını öğrenirse muhayyerlik hakkı ile yoldaki satım akdini feshedebilir.²⁵¹ Celeb malları yolda karşılayacak kadar güçlü olamayan esnaf da bu ürünleri simsarlardan alacakları için ürünlere ekstra bedel ödemek zorunda kalacaklardır. Dolayısıyla ederinden fazla meblağ ile bu ürünleri alacak ve zarara uğrayacaklar.²⁵² Bir diğer yönden incelendiğinde malı yolda karşılayan aracılar, halkın beklediği ürünlerin hepsini alıp stoklama yoluna gidebilmektedirler. Daha sonra piyasaya fahiş fiyatlarla sürülmek üzere depolanan bu ürünler halkın almaya gücü yetmeyecek seviyede pahalılaşabilir. Bu da bölge halkı için bir eziyet teşkil ettiği gibi tekelleşmeye sebebiyet vererek haksız rekabetin oluşmasına zemin hazırlar.²⁵³ Hanefi âlimler bu şekil işlemlerin mekruh olduğunu söylemişlerdir. Bu satışın mekruh olabilmesi için ise malın ilk sahibinin aldatılmış olması ya da pazar esnafına zarara yol açacak bir mübadele olması şartını getirmişlerdir.²⁵⁴ Çünkü onlara göre üreticinin yolda karşılanması ile satım akdinin kuruluş şartları veya sıhhat şartlarıyla bir ilgisi olmadığı gibi satım akdi için gereken şeyler yerindedir. Tarafeyn ve icab-kabulün tam olduğu bu satışlar eğer taşıma barındırmıyor ve haksız rekabete yol açmıyorsa caizdir.²⁵⁵ Dolayısıyla calib kişi Pazar fiyatlarının farkındaysa ve karşılayan kişiler de malların halka ulaşmasında engel bir durum yaratmayacaklarsa yapılan akid sahihtir.²⁵⁶ Şafii fıkıh âlimleri bu tarz uygulamaları uygun görmemekle birlikte akdin sahih olduğunu

²⁵⁰ Osman Eskicioğlu, *İslam ve Ekonomi*, İzmir: Çağlayan Matbaası, 1999, s. 106.

²⁵¹ Döndüren, a.g.e., s. 234.

²⁵² Eskicioğlu, a.g.e., s. 106.

²⁵³ Kisbet, a.g.e., s. 34.

²⁵⁴ Merginâni, *el-Hidâye*, c. 3, s. 54.

²⁵⁵ Cemil Liv, "İslam'ın İlk Dönemlerinde Piyasa İstikrarını Temin İçin Alınan Tedbirler", Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 2019, s. 372.

²⁵⁶ Qazi, a.g.e., s. 111.

söylemişlerdir.²⁵⁷ Şafii fıkıhçılara göre aldanma söz konusuysa malın ilk sahibi muhayyerdir. Hanbeli âlimlerin de görüşü bu yöndedir.²⁵⁸ Aldatılan kişi pazara gidip sattığı ürünlerin rayiç bedellerinin çok aşağısına sattığını öğrenirse yaptığı satış akdini tek taraflı olarak feshetme hakkına sahiptir.²⁵⁹ Şafii ve Hanbeli fıkıhçılar bu meselede dikkat ettikleri nokta pazara mal getiren binitlilerin aldanmasının önüne geçmektir. Maliki fıkıh ulemasının bu konudaki yaygın görüşü ise bu satışın caiz olmayıp fasit bir satım olduğu yönündedir. İbn Rüşd, *Bidayetü'l-Müctehid* adlı eserinde dışarı beldelerden gelen caliblerin mallarının belli kişiler tarafından satın alınıp haksız rekabet durumu oluşursa pazar esnafının veya yöre halkının konu olan ürünleri adil değer ölçüsünde satın alabileceklerini söylemiştir.²⁶⁰

Eskiden köylünün pazara girmeden karşılanması olarak görülen bu uygulama, günümüzde tarım sektöründe üretici vasfı taşıyan kimselerin ürünlerini hasat ettiği an bir takım simsarlar tarafından düşük bedellerle satın alınması şeklinde gerçekleşmektedir.²⁶¹ Henüz gerçek piyasa fiyatı oluşmadan alınan bu ürünler bazı kuruluşlarca satın alındıktan sonra spekülatif bir şekilde piyasaya normal ederinden daha yüksek fiyatla arz edilmektedir.²⁶² Hiçbir emek sarf etmeksizin simsarlık faaliyetiyle hem üreticinin daha az kazanmasına hem de tüketiciye rayiç bedelinden fazlasına almasına sebebiyet vermekte olan bu kuruluşlar bu yöntemle kârın fazlasını elde etmektedirler. Bunu da piyasaya kontrollü arz yaparak fiyatları suni şekilde hep yüksekte tutma yoluyla başarmaktadırlar. Üreticiyle halk arasına giren simsarların yasak olmasının sebebi aracı zincirinden birini eksiltmek ve bu yolla malların arz talep dengesi ile fiyatların teşekkül etmesini sağlamaktır.²⁶³ Aracıların olmadığı bir sistemde hem üretici mallarını gerçek piyasa fiyatından satma imkânına sahip olarak daha fazla kazanacak hem de tüketici daha ucuz fiyattan ürünlere ulaşacaktır.

²⁵⁷ Şîrâzî, Ebû İshâk Cemâlüddîn İbrâhîm b. Alî. *el-Mühezzebe*. 3 cilt, Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l İlmiyye, C. 2, s. 63.

²⁵⁸ Döndüren, a.g.e., s. 234.

²⁵⁹ Qazi, a.g.e., s. 111.

²⁶⁰ İbn Rüşd, Ebû'l-Velid Muhammed b. Ahmed. *Bidâyetü'l-Müctehid ve'n-Nihâyetü'l-Muktesid*. 4 cilt, Kahire: Daru'l-hadis, 2004, c. 3, s. 185; Ayrıca daha ayrıntılı bilgi için bkz. Qazi, a.g.e., s. 373.

²⁶¹ Döndüren, a.yer.

²⁶² Kisbet, a.g.e., s. 34.

²⁶³ Yeniçeri, *İslâm İktisadının Esasları*, s. 388.

2.1.2.4. Neceşin Yasaklanması

Ticaret hayatında birçok farklı alışveriş şekli vardır. Müzayede satışları da bunlardan biridir. *Bey'u'l-müzayede*, *bey'u men yezid* şeklinde de telaffuz edilen bu satım şeklinin terim manası “fiyat arttırmada rekabet etmek” anlamına gelir. İslam hukuku literatüründe açık arttırma yöntemi ile satış yapma manasına gelir.²⁶⁴ Açık arttırma şeklinde yapılan satışları İslam Hukuku uleması caiz görmüştür. Hz. Peygamber’in bu minvalde uygulamaları olduğu rivayetlerle sabittir.²⁶⁵ Bu çeşit satım akdinde alıcılar her zaman iyi niyet taşımamaktadır. Neceş olarak tabir edilen fiyat kızııştırma, bu tarz satışlarda görülebildiği gibi iki kişinin aralarındaki alışveriş esnasında da meydana gelebilmektedir. Terim manası, dehlemek, izlemek, gözlemek²⁶⁶ olan neceş fıkıh literatüründe literatürde, “*Alma niyeti olmadığı halde malın fiyatını arttıran bir teklifte bulunma anlamında fıkıh terimi.*”²⁶⁷dir.

Neceş, ticaret ahlakından uzak haksız uygulamadır. İçinde yaşadığımız çağda genellikle mubah bir satış şekli olan müzayedelerde görülür. Gerçek alıcı olmadığı halde sanki alacakmış gibi fiyatı suni şekilde yukarıya çeker. Bunu yapan kişi alma niyetinde değildir ve genellikle satıcı ile anlaşmalı olarak bu işi yapar. Fiyatın suni tırmanışına sebep olan şahıs bazen satıcıyla bahsi geçen malın ortağı olabildiği gibi bazen de belli bir komisyon üzerinde anlaşmıştır.²⁶⁸

Neceş ile ilgili Hz. Peygamber’den gelen rivayetlere bakıldığında, “*Müşteri kızııştırmayınız. Bir kimse kardeşinin satışı üzerine satış yapmasın.*” hadisi, bu faaliyeti ve bu yolla elde edilen haksız kazancı yasaklamıştır. İslam uleması, manipüle etme amacıyla yanıltıcı yüksek fiyat teklifleri, göstermelik adaylıklar ve benzeri hareketleri tümünü neceş olarak saymışlardır. Alıcıların haklarının gasp edilmemesi adına bu uygulamaları ittifaken caiz görmemişlerdir.²⁶⁹ İmam Âzam Ebu Hanife’nin neceşi mekruh olarak değerlendirmesi usuli bir mesele olan delillerin sübutunun zan ifade etmesi sebebiyledir.²⁷⁰ Ancak bu uygulamanın harama yakın bir yasak olduğunu ifade eder.²⁷¹ İslam alimleri, bu tür satışları caiz görmemekle birlikte hukuken geçerli olduğu

²⁶⁴ Cengiz Kallek, “Müzayede”, (DİA), c. 32, 2006, ss. 236-238.

²⁶⁵ Döndüren, a.g.e., s. 235.

²⁶⁶ Alkış, a.g.m., s. 106.

²⁶⁷ Kallek, “Müzayede” md., (DİA), s. 236.

²⁶⁸ Döndüren, a.g.e., s. 235.

²⁶⁹ Kâsânî, *Bedâiu's-Sanaî*, Beyrut, 1974, V, s. 223; Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Alkış, a.g.m., s. 107.

²⁷⁰ Merginânî, a.g.e., III, s. 53.

²⁷¹ Sarahsî, *el-Mebsut*, c. XXX, Beyrut, s. 278.

görüştüğüdürler.²⁷² Sürecinde neceş tespit edilen malın üzerinde eğer hala mevcutsa alıcı için iade hakkı vardır.²⁷³

2.1.2.5. Satış Üzerine Satış Yapma Yasağı

Dinin ilkesel emirlerinden biri olan bir sebebe dayanmayarak zarar vermeme sorumluluğu ticari hayatta da önemli bir normdur. Müslümanların adeta tek anadan doğduklarını simgeleyen kardeşlik sözü²⁷⁴, onların birbirlerine karşı emin olmalarını sağlar. Serbest piyasa ekonomisi gereği isteyen istediği kişiyle alış veriş yapabilir. Müslümanların da içinde bulundukları bu serbestlik durumuyla beraber altında oldukları sorumluluk gereği akitlerinde tek taraflı fayda sağlamama ve birbirine zarar vermeme esası gereğince hareket ederler.²⁷⁵ Buna binaen, iki Müslümanın mübadele sürecinde anlaştıkları bir zamanda bir başkasının ortaya çıkarak daha fazla teklif verme yoluyla iki bireyin anlaşmasını bozması Müslüman kardeşine zarar verecektir.

Bu tür haksız uygulama iki şekilde olabilmektedir. Bir satım akdinde muhayyerlik hakkına sahip olunan kişiye gidip, “mübadele anlaşmanı feshet, sana daha iyi bir teklifim var.” şeklinde olabilir. Hukuki açıdan yapılan işlemler geçerli ise de toplumda huzursuzluk meydana getirebilmesi sebebiyle *sedd-i zera'i* ilkesince uygun bir davranış değildir. Bir diğeri ise pazarlık aşamasında henüz ortak bir noktada buluşmayan kişilerin arasına girerek daha cazip bir teklif ile anlaşmalarını bozmak şeklinde de olmaktadır. “Sizden hiçbir kimse kardeşinin satışı üzerine satış yapmasın.”²⁷⁶ emri Hz. Peygamber’in bu davranışları hoş karşılamadığını göstermektedir. İslam bilginlerinin de ittifakla üzere satış üzere teklif verme haram kılınmış bir eylemdir ve bunda ısrarcı olanlar asi olarak nitelendirilir.

²⁷² Mevsilî, a.g.e., II, s. 27.

²⁷³ Kisbet, a.g.e., s. 29.

²⁷⁴ “Müminler ancak kardeşirler.” Hucurât, 49/10.

²⁷⁵ Döndüren, a.g.e., s. 237.

²⁷⁶ Buhârî, “Büyu”, 58,70,71; Muslîm, “Büyu”, 7-8; Ebu Davud, “Nikah”, 17.

2.1.2.6. Aldatıcı Reklam Yasağı

Reklam sözlük anlamı, “Bir şeyi halka tanıtmak, beğendirmek ve böylelikle sürümünü sağlamak için denenen her türlü yol.”²⁷⁷ anlamına gelmektedir. Ekonomi bilimindeki anlamı ise biraz daha ayrıntılıdır. Ticari reklam esaslarına dair yönetmelikte,

“Ticaret, iş, zanaat veya bir meslekle bağlantılı olarak, bir mal veya hizmetin satışını ya da kiralanmasını sağlamak, hedef kitleyi oluşturanları bilgilendirmek veya ikna etmek amacıyla reklam verenler tarafından herhangi bir mecrada yazılı, görsel, işitsel ve benzeri yollarla gerçekleştirilen pazarlama iletişimi niteliğindeki duyurular.” şeklinde tanımlanmıştır.²⁷⁸ Eski zamanlara nazaran önemi artan ve daha karmaşık bir hale gelen reklam faaliyetleri modern dünyada televizyon, internet, billboard gibi iletişim araçlarıyla ürünlerin tanıtımı yapılır hale geldi.²⁷⁹ Reklamın uygulanma esnasında özel teknikler kullanılmaya başlanılarak insanların bilinçlerini manipüle etmeye kadar etik dışı uygulamalar ortaya çıktı.

Salt ürün tanıtımı kapsamından dışarı çıkarak insan iradesini yönlendirme metotlarıyla insanın ihtiyacı olmayan şeylere sanki ihtiyacı varmış gibi lanse etmek reklamların birincil amacı haline geldi. Reklam içerikleri incelendiğinde tanıtımla kalmayıp insanlara o ürüne aşırı derecede ihtiyacı varmışçasına psikolojik baskı uygular oldu.²⁸⁰ Birtakım reklam teknikleri sayesinde taksitli veya vadeli ödeme opsiyonları ile birlikte insanları uzun vadede ödeme yükü altına koyarak henüz elde etmedikleri paraları bile ceplerinden almak için sürekli ihtiyaç düşüncesi empoze edilir hale geldi.²⁸¹

Nasıl ki konvansiyonel iktisat ahlakında bu durum kabul edilir bir şey değilse, İslam iktisat anlayışı da bunu asla kabul etmez. Müslüman eliyle ve diliyle başkasına zarar vermeyendir²⁸² anlayışından hareketle mallarını tanıtmak amacıyla reklam ve tanıtım yapan Müslümanlar belli sınırlar içerisinde bu işlerini icra etmekten sorumludurlar. Sattığı ürünleri yanlış tanıtarak sunma meselesiyle ilgili Hz. Peygamberden bize şöyle bir anekdot rivayet edilmiştir; Allah resulü bir gün hububat pazarına gittiğinde gözüne hoş gelen buğday çuvalına elini daldırmıştı. Üst tarafı kuru ve güzel duran buğdayın altının ıslak olduğunu görünce satıcıya, “*Bu nedir?*” diye sordu.

²⁷⁷ TDK.

²⁷⁸ <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=20435&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>

²⁷⁹ Kisbet, a.g.e., s. 30.

²⁸⁰ İsmail Yılmaz Arslan, *Tüketici Hukuku ve İlgili Mevzuat*, Bursa: Etkin Kitabevi, 1996, ss.13-14.

²⁸¹ Kisbet, a.g.e., s. 21.

²⁸² Buhari, “İman”, 5.

Satıcı, “*Ya Rasulallah, yağmur altında kalınca ıslandı*” dedi. Bunun üzerine Hz. Peygamber, “*Niçin ıslak kısmını üst tarafa çıkarmadın? Herkes bunu görürdü ve ona göre alıp almamaya karar verirdi. Bizi aldatan bizden değildir.*” buyurdu.²⁸³ Rivayetten anlaşılacağı üzere ticari faaliyet içerisinde olan her Müslüman birey dürüstlük ve iyi niyet esasınca sorumluluk altındadır. Ürünü tanıtırken insanları yanlış yönlendirme durumlarını ortadan kaldırmakla mükelleftir. Hz. Peygamber bir hadisinde, “*Kim kusurunu açıklayamadığı bir malı satarsa, Allah’ın gazabı ve öfkesi onun üzerindedir. Melekler de ona lanet ederler.*”²⁸⁴ Sattığı malda olan kusuru gizleyici veya sahip olmadığı vasıfları kapsadığını beyan eden tarzda reklam yapanlar açık şekilde insanları aldatmış olup onları sömürmektedirler. Bu yoldan vazgeçmeden devam edenler tabi ki Allah’ın cezasına maruz kalacaklardır.²⁸⁵

İslam dininin iktisat ilkelerine baktığımızda reklam faaliyetlerini yasakladığını söyleyemeyiz. Hz. Ömer’in pazarda gezinirken gördüğü bir hurma satıcısına mallarını temizlemesini ve bunun daha güzel bir görüntü olacağını söylemesi de bir örneklik teşkil eder. Ancak birey iktisadi faaliyetlerinin her merhalesinde dikkatli olması gerektiği gibi malını reklam yoluyla tanıtırken de bazı normlara uyması gerekir. Eski zamanlardan şimdiye dek yemin etmek suretiyle reklam edip alıcıları kandırma yöntemi uygulanır idi. Kur’an-ı Kerim’de yemin ederek malını satanlar açık şekilde ikaz edilmiştir, “*Allah’a verdikleri sözü ve yeminlerini az bir bedelle satanlara gelince, işte onların ahirette hiç nasipleri yoktur.*”²⁸⁶ ayetinde yalan yere yemin etmek suretiyle malı şu kadara aldığını reklam eden kişilerin ahirette karşılığını alacakları beyan edilmiştir. Ayete paralel bir şekilde Hz. Peygamber, “*Yemin, mala rağbeti arttırır, fakat bereketi giderir.*”²⁸⁷ diyerek yalan yere yemin ederek reklam etmenin kişinin malındaki bereketi bitireceğini söylemiştir. İslam dini bir malın kusurunu saklamak suretiyle aldatmanın yanında, sahip olmadığı nitelikleri mala yükleyip aldatıcı reklam yapmayı da yasaklamıştır. Hz. Peygamber, “*Bir kimsenin malında bir kusur varsa söylemeden satması ona helal değildir.*”²⁸⁸ buyurarak malını sunarken bağlayıcı olduğu normları açıkça ortaya koymuştur.

²⁸³ Müslim, “İman”, 164; İbn Mace, “Ticaret”, 45; Tirmizi, “Büyu”, 74.

²⁸⁴ İbn Mace, “Ticaret”, 45.

²⁸⁵ Bilgiç, a.g.e., s. 110.

²⁸⁶ Al-i İmran, 3/77.

²⁸⁷ İbn Mace, “Ticaret”, 30; Müslim “Musakat”, 132.

²⁸⁸ Tirmizi, “Büyu”, 26.

Şüphe yok ki reklam vasıtasıyla aldatma, halkın bilgisizliğini kullanarak onların bilinçlerini etki altına alıp onları yanlış yönlendirmektir. Bu yöntem haksız rekabet kapsamına giren bir istismar faaliyetinden başka bir şey değildir.²⁸⁹ Alıcının bilgisizliği anlamının karşılığında üretilen enformatik cehalet, aldatıcı reklam konusuyla alakalı önemli bir meseledir. Reklam veren şirketler çeşitli ışıklandırma görsel efekt ile eşyanın tam olarak cazip görünmesini, olduğundan ihtişamlı ve büyük veya işlevsel algılanmasını sağlarlar. Serbest rekabet ortamında bulunması elzem olan esaslardan biri de ürün hakkında tam bilgi sahibi olmak ve şeffaflık olması hasebiyle ilizyonist tarzda reklam vermek tüketiciyi istismar etmektir.²⁹⁰ Aldatıcı reklama başvuran kişiler ürünlerine ait olmayan özellikler yükleyerek veya özelliklerini abartarak normal şartlarda ürünlerin değerlerinden kat kat daha fazla para kazanabilmektedirler. Bu sayede hak etmedikleri kazançları elde edip piyasayı sarsmaktadırlar.²⁹¹ Fazla reklam veren bir işletmenin rakipleri tanıtım faaliyetlerinde bu kadar aktif olamamasından ötürü satış rakamları düşecek ve haksız rekabet durumu ortaya çıkabilecektir. Bu yüzden satıcı malın tanıtımında aşırıya kaçmamalı. Diğer reklam veren kurumlar gibi orta ölçütte bir yol izlemelidir.²⁹² Tüm bu aldatma unsurları insanların tüketim noktasında eğitimden geçirilerek bilinçlendirilmeleri ihtiyacını doğurmaktadır.

²⁸⁹ Şuayıp Özdemir, Fikret Yaman, *Türkiye’de Reklam Ahlakı: Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, İstanbul: İlke Yayınları, 2015, s. 91.

²⁹⁰ Abdulkadir İlgen, *İslam Ekonomisinde Tekelci Eğilimler*, (Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Ortadoğu ve İslam Ülkeleri Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, İstanbul: 1998, s. 51.

²⁹¹ a.g.e., s. 92.

²⁹² Kisbet, a.g.e., s. 30.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
YIKICI FİYAT UYGULAMASI

1. YIKICI FİYAT UYGULAMASI

Yüzyıllar boyunca gelişen iktisadi yapılar, içinde yaşadığımız çağa yaklaştıkça sürekli bir değişim ve ilerleme içinde olmuşlardır. Son yüzyıla girildiğinde liberal ekonomi ve liberal girişimin insanlık için en uygun iktisadi felsefe olduğuna kanaat getirilmiştir. Serbest rekabet ekonomisi veya tam rekabet piyasası liberal ekonomi felsefesinin ortaya çıkardığı bir iktisat sistemidir. Rekabetçi motivasyonun yüksek olması ancak serbest piyasa ekonomilerinde mümkündür.

Liberal doktrinin kurucularından olan Adam Smith'e göre bireylerin davranışlarını sergilemeleri hususunda onları iten bir kuvvet vardır. Bu itici güç de kişisel menfaattir.²⁹³ Geçmişten bu yana halkın refah düzeyini yüksek düzeye çıkaracak ve hep ilerletecek bir ekonomik yapı düşünüle gelmiştir. Smith gibi iktisatçılar da bireysel çıkar güdüsünün, doğumundan bu yana içinde bulunduran insanın belli normlar çerçevesinde rekabet ortamına bırakıldığında, bireysel çıkar maksimizasyonu sebebiyle daha iyi üretim-daha düşük maliyet dengesinin oluşacağına inanmışlardır.

Piyasa fiyatlarının arz-talep karşılaşması sonucunda belirlendiği ve pazara giriş engellerinin olmadığını piyasalara tam rekabet piyasaları denilmektedir. Çok sayıda satıcının ve alıcının bulunduğu (*many sellers and many buyers*)²⁹⁴ bu piyasalarda teşebbüsler rekabet edebilmek adına alıcılarının ihtiyaçlarına uygun ürün arz ederken ürünlerinin kalitesini artırır, dağıtım ağlarını geliştirir ve satış fiyatlarını düşürebilirler.²⁹⁵ Bu iktisat araçlarını kullanma eğilimleri mevcut müşteri ağını koruma ve yeni alıcılar kazanma hedefine yönelik olmaktadır.

Firmaların satış rakamlarını yükseltmek ve pazar hacimlerini büyütmek adına yaptıkları pazarlama teknikleri/kampanyaları ve düşük fiyat politikaları rekabetçi ekonomi anlayışın beklentisinde olduğu durumlardır.²⁹⁶ Promosyon ve kampanyanın ayrıca düşük fiyat politikalarının var olduğu bir pazarda kârlı çıkacak olan halk olacağı için liberal ekonomi amacına ulaşmış, felsefesini tamamlamış olacaktır. Rekabet

²⁹³ Özelmas, a.g.e., s. 94.

²⁹⁴ Erdal M. Ünsal, *İktisada Giriş*, Ankara: BB101 Yayınları, 2016, ss. 303-304.

²⁹⁵ Sevilay Uzunallı, "Avrupa Birliği Rekabet Hukuku Işığında Yıkıcı Fiyat Uygulamaları İle Hakim Durumun Kötüye Kullanılması", *Rekabet Dergisi*, S. 11, (2010), s. 60.

²⁹⁶ Kurdak, a.g.e., s. 38.

hukukunun da amacı piyasada rekabeti sağlamak suretiyle teşebbüslerin daha aktif hareket etmeleri, maliyetlerini ve pazar fiyatlarını düşürmeleri ve bu yönde çabalamalarıdır. Dolayısıyla daha iyi ürün ve hizmeti daha ucuza ulaşan halkın konfor düzeyi yükselmiş olacaktır.²⁹⁷

Serbest rekabet piyasası doğası gereği teşebbüsler maliyet ve fiyatlarını düşürürken rakip firmalara zarar verebilir onları saf dışı bırakabilirler. Rakiplerinin piyasadaki gücünü kırma öngörüsüne sahip olmalarına rağmen fiyatlarını minimum düzeye indirebilirler.²⁹⁸ Firmaların fiyat indirimleri her ne kadar alıcı kitlesi için faydalı bir durum olarak görünse de birtakım yaptırımlarla karşılaşmalarına sebep olabilmektedir.²⁹⁹ Yaptırımların sebebi pazar hacmi yüksek olan firmaların hâkim durumda oluşlarını bir koz olarak kullanma maksadıyla rekabeti ortadan kaldırmaya yönelik fiyat kırma veya fiyat ayrımcılığı politikasına girmeleri ve hâkim durumun ihlal edilmesidir.³⁰⁰ Özellikle yüksek pazar gücüne sahip hâkim durumdaki teşebbüsler piyasa fiyatlarını etkileyebilecek güce sahiptirler. Bu duruma istinaden hâkim durumdaki teşebbüslerin birtakım iktisadi davranışları sergilerken daha dikkatli olmaları gerekmektedir. Organik rekabet piyasasını tek başlarına etkileyebildiklerinden dolayı rakiplerine nazaran iktisadi sorumlulukları daha yüksektir.³⁰¹ Yıkıcı veya silici fiyat uygulamaları olarak adlandırılan bu fiyat politikaları âdil rekabet dışında kalan uygulamalardır. Bu yüzden serbest rekabete dayalı fiyat indirimlerinden ayrılması gerekmektedir.³⁰²

1.1. Yıkıcı Fiyat Uygulaması Kavramı

İktisat biliminde yıkıcı fiyat uygulaması, hâkim durumdaki firmanın mevcut rakiplerini piyasadan çıkarmak ve potansiyel rakiplerine gözdağı vermek amacıyla maliyetin de altında fiyat indirimleri yaparak pazar gücünü elde etmesidir.³⁰³ Normal fiyat

²⁹⁷ Barış Ekdi, “Gümrük Birliği Çerçevesinde Damping ve Yıkıcı Fiyat Uygulamaları”, Rekabet Kurumu Uzmanlık Alan Tez Serisi: 7, Ankara: 2003, s. 3.

²⁹⁸ Uzunallı, a.g.e., ss. 60-61.

²⁹⁹ Ekdi, a.g.e., s. 3.

³⁰⁰ Kurdak, a.g.e., s. 38; Uzunallı, a.g.e., s. 61.

³⁰¹ İsmail Yılmaz Aslan, *Rekabet Hukuku*, Bursa:Ekin Yayınları, 2017, s. 470; Uzunallı, a.g.e., s. 61.

³⁰² Kurdak, a.g.e., s. 38.

³⁰³ Alper Fevzi Kara, “Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Aracı Olarak Yıkıcı Fiyat Uygulaması ABD ve AT Uygulamalarından Dersler”, Rekabet Kurumu Yayınları Uzmanlık Tez Serisi:18, Ankara: 2003, s. 3.

indirimlerinden farklı olması odaklı bir tanım yapan Ekdi'ye göre yıkıcı fiyat uygulaması, rekabetin tabiatından kaynaklanan fiyat düşürme eyleminden farklı olarak rakip teşebbüsleri piyasa dışına atmayı hedefleyen düşük fiyat politikalarına yıkıcı fiyat uygulaması olarak ele almıştır.³⁰⁴ Uzun dönemli kâr elde etmek için kısa dönemli zararlara katlanmayı gerektiren bu hareket³⁰⁵ iktisat biliminde saldırgan³⁰⁶ fiyatlandırma (predatory pricing)³⁰⁷ olarak da adlandırılır.

Başarılı bir yıkıcı fiyat uygulaması yatay rekabet baskılarını ortadan kaldıracığı için bu politikayı izleyen teşebbüse fiyat belirleme alanı bırakacaktır.³⁰⁸ Teşebbüs elde ettiği tekel hali ile fiyatları istediği seviyeye çıkarabilecektir. Fiyatları düşürdüğü sürede uğradığı zararı karşılayacak ve hatta normal rekabet ortamında elde edemeyeceği kârları sağlayacak kadar kazanç elde edecektir. Bu ihlalin bütünü ele alındığında teşebbüsün rakipleri ve alıcıları üstünde farklı etki bırakan iki dönemin olduğu anlaşılmaktadır.³⁰⁹

Yıkıcı fiyat uygulamasını bir yatırım aracı olarak görüp bu şekilde değerlendiren araştırmacılar da vardır. Bu gruptaki bilim insanlarına göre, yıkıcı fiyatlandırma olarak adlandırılan işlemin ilk aşamasında zarara katlanma ve kazançtan vazgeçme durumu mevcuttur. Bu katlanma durumunu bir yatırım olarak gören teşebbüs başarılı bir harekât gerçekleştirmiş olursa ikinci aşamada bu yatırımının karşılığını fazlasıyla alacaktır.³¹⁰ Teşebbüsün, rakiplerini kötü yönde etkilediği ilk aşamada, yıkıcı fiyatlama yapan firma, pazardaki gücüne güvenerek satış fiyatları ürünün maliyetinin altına çeker.³¹¹ Böylece hem mevcut rakiplerini bertaraf ederken hem de pazara girme niyeti olanlara karşı bir

³⁰⁴ Ekdi, "Gümrük Birliği Çerçevesinde Damping ve Yıkıcı Fiyat Uygulamaları", s. 3.

³⁰⁵ Mehmet Yanık, "Rekabet Hukukunun Hâkim Durum ve Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Uygulamalarında Piyasa Giriş Engelleri", Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara: 2003, s. 44; TIROLE, J. (1988), *The Theory of Industrial Organization*, MIT Press, Cambridge, s. 373.

³⁰⁶ Diğer adı silici fiyat uygulamalarıdır. "*Silici fiyat uygulamaları genellikle rakiplerin ulaşamayacağı derecede düşük fiyatlar*" olarak tanımlanmaktadır. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Emel Badur, "Rekabet Hukukunda Fiyat Sınırlamaları", s. 73.

³⁰⁷ Yabancı kaynaklarda "*Predatory*" et-obur hayvan cinslerinin avlarını parçalamak için gösterdikleri çaba demektir. Bir benzetme yapılarak, hâkim durumdaki teşebbüsün fahiş derecede fiyat indirimi yoluyla rakiplerini adeta parçalaması ve onu yemesi ortaya koyulmuştur." Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Ünal Tekinalp, "ATAD Kararları Işığında Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması", Rekabet Kurumu, Ankara: 2000, s. 76; Kurdak, a.g.e., s. 41.

³⁰⁸ Uzunallı, a.g.e., s. 63.

³⁰⁹ Uzunallı, a.g.e., ss. 63-64.

³¹⁰ Barış Ekdi, "Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması", s. 4.

³¹¹ "*Veya yüksek maliyete sebep olmasına rağmen ürünün kalitesini çok fazla arttırabilir. Kaliteyi arttırarak rakiplerini etkisiz hale getirmeyi amaçlayabilirler.*" Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Dilek Salman, *Elektronik Haberleşme Endüstrisinde Hâkim Durum ve Hâkim Durumun Kötüye Kullanma Halleri*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonomi Hukuku Yüksek Lisans Programı, İstanbul: 2011, s. 77.

engel oluşturur.³¹² Haksız uygulamayı yürüten teşebbüs sahip olduğu finansal kaynaklara güvenerek maliyet altında satışlara belli bir süre dayanır. Bu sayede rakiplerini pazardan dışlayıcı bir hareket içinde olur. Çünkü kendisi kadar büyük olmayan rakip firmalar bu düşük fiyat politikasına dayanamazlar. Düşük fiyat uygulayan hâkim durumdaki teşebbüsün rakipleri bu duruma iki şekilde tepki vermek zorunda kalacaklardır. Ya ihlali yürüten firma gibi fiyatlarını düşürecektir ki bu durumda zarar edecek ve iflasını ilân edecektir ya da mevcut fiyat politikasına devam edip müşterilerini kaybedecektir. Bunun sonucunda yine zarar edecek olan teşebbüsler piyasadan çekilmek zorunda kalacaklardır. Tüketicici kesimi ise bu aşamada dş fiyattan ürün temin edebiliyor olmaktan dolayı kısa bir süreliğine de olsa faydalanmış olacaklarsa da uzun vadede zarar etmelerinin kapısı açılmış olacaktır.³¹³

Yıkıcı fiyat uygulamasının ikinci aşamasında/döneminde ise, hâkim teşebbüs kısa süreli maliyet altı fiyat politikasıyla dışladığı rakiplerini ve gözdağı verdiği muhtemel rakip firmalara karşın pazarda tek başına kalacak ve piyasada tekel konumunda olacaktır. “Uzun dönem” olacak olan ikinci aşamada kısa vadede katlanılan zararın tekrar geri kazanılması gerekmektedir.³¹⁴ Pazar içerisinde eskisinden daha avantajlı konuma gelen hâkim teşebbüs, anti-rekabetçi pazarın meyvelerini toplamaya başlayacaktır.³¹⁵ Hâkim teşebbüs tekelleşmenin verdiği rahatlıkla fiyatları fahiş derecede yükselterek hem kısa dönemlik zararını kapatacak hem de normalden fazla kazanç elde edecektir. Bu durum tketicilerin³¹⁶ konforunu etkileyecek, onları g duruma düşürecektir. Çünkü alıcılar artık tekel piyasada tercih yapamaz hale geleceklerdir.

Bilindiği üzere ülkemizde rekabetin devamlılığının sağlanması amacıyla 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çıkartılmıştır. Özel olarak yıkıcı fiyatlandırma ile ilgili bir madde olmamasına karşın, yıkıcı fiyat uygulaması ve benzerlerini kapsayan ihlallerin yasaklılığı RKHK maddelerinde yer almaktadır. Kanun bütününün “*Bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde veya bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumu tek başına yahut başkaları ile yapacağı antlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması hukuka aykırı ve*

³¹² Kurdak, a.g.e., s. 39.

³¹³ Uzunallı, a.g.e., s. 63.

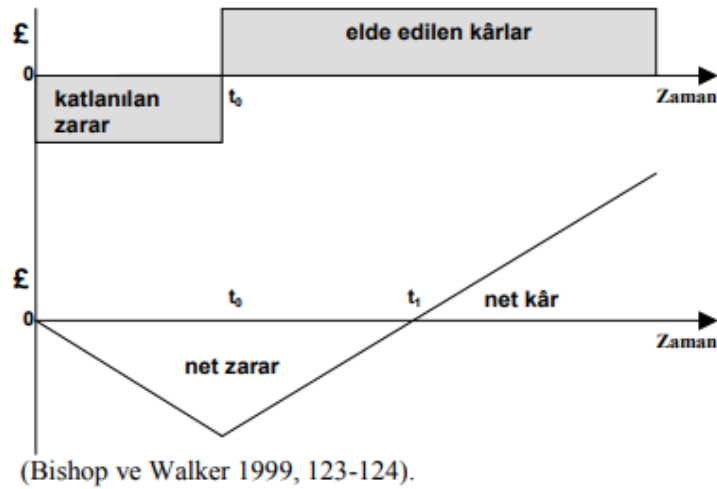
³¹⁴ Altunsaray, nal, a.g.m., s. 199.

³¹⁵ Kurdak, a.g.e., s. 40.

³¹⁶ Burada sadece tüketiciler zor duruma girmez. Aynı zamanda yan pazarda tutunmak isteyip de, fiyatları fahiş derecede artan malları almak isteyen başka satıcılar da zor duruma girmiş olur.

yasaktır.”³¹⁷ maddesinde hâkim durumun ihlalinin yasaklılığı ele alınmıştır. RKHK’nın 6.a.’sında, “*Ticarî faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler,*” açıklaması ile ihlal detaylandırılarak doğrudan adı geçmese de yıkıcı fiyat uygulamasının yasak olduğu açıklanmıştır.

Aşağıdaki grafik incelendiğinde tüm unsurlarını ihtiva eden bir yıkıcı fiyat uygulamasının süreç analizi yapılabilmektedir. Hâkim durumdaki teşebbüs ilk aşamada fiyatları rekabeti kırarak düzeye indirerek kısa bir süre zarar etmektedir. t_0 süresi boyunca katlanılan zarar daha sonraları elde edilecek büyük kazançların yatırımı olarak görülmektedir. Hasat dönemi olarak adlandırılan ikinci aşamaya varınca piyasada tekel konumuna gelen firma yüksek kazançlar elde etmek için zemin yakalamış olacaktır. Akabinde t_0 ve t_1 döneminde katlanılan zarara karşın fiyatlar yükseltilerek büyük kâr elde edilecektir.³¹⁸ Hasat döneminde uygulanacak yüksek fiyatlar sadece ilk aşamada edinilen zararları gidermekle sınırlı olmayıp, normal rekabet ortamında elde edilemeyecek düzeyde kazancı getirecek kadar yüksek rakamlarda seyredecektir.



Şekil: 1 – Yıkıcı fiyat uygulamasının iki aşaması³¹⁹

³¹⁷ <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4054.pdf>.

³¹⁸ Ekdi, “Gümrük Birliği Çerçevesinde Damping ve Yıkıcı Fiyat Uygulamaları”, s. 4.

³¹⁹ Ekdi, s. 4, (2003); Not: İlgili tezden kaynak olarak alınmıştır. Asıl kaynak için bkz. S. Bishop ve B. Walker, Economics of E.C. Competition Law: Concepts, Application and Measurment, Sweet&Maxwell, London, (1999), s. 124.

Yıkıcı fiyat uygulamasının liberal ekonominin yan hedeflerinden biri olan adil rekabet ortamına dayalı normal fiyat indirimlerinden ayrılması gerekir. Her düşük fiyat durumunda, indirimi yapan teşebbüsün yıkıcı fiyat uyguladığı söylenemez.³²⁰ Hâkim durumdaki teşebbüs, normal indirim stratejisi uyguluyor veya stoklarını eritiyor olabileceği gibi ürünün modelinde farklılığa gitmek adına da fiyatlarını düşürüyor olabilir.³²¹ Doğal rekabet ortamının bir gereği olarak firmaların fiyat düşürmesi, piyasada aktif olmayan rakiplerin güç kaybetmesine ve belki de pes etmelerine sebebiyet verebilir. Ancak yıkıcı fiyat uygulaması piyasada fiyatları suni şekilde düşürüp bu fazla indirimleri bir araç olarak kullanarak piyasada tekel olmaya çalışmaktır.³²² Detaylı bir gözlem yapılmaksızın sırf indirim yaptığı için hâkim durumdaki bir işletmenin cezalandırılması rekabete olan güveni sarsacak ve haksız bir durum ortaya çıkacaktır. Buna karşın yine sağlıklı bir inceleme akabinde yaptırım uygulanması gereken teşebbüsler gözden kaçabilecektir.³²³

1.2. Yıkıcı Fiyat Uygulamasının Unsurları

Herhangi bir indirimin yıkıcı fiyat uygulaması olduğunu tespit edebilmek için birtakım unsurlara ihtiyaç vardır. Birçok farklı kategori olmakla birlikte genel olarak pazar gücü, maliyet altı satışlar ve hasat³²⁴ döneminin değerlendirilmesi yıkıcı fiyat uygulamasının temel unsurları olarak kabul edilmektedir. Ayrıca haksız fiilde önemli emare niteliği taşıyan niyet de bu bölümde ele alınacaktır.³²⁵

1.2.1. Pazar Gücü

Rekabet piyasalarında kurulan düzen çokça satıcı ve çokça alıcının karşılaşması sonucunda görünmez elin fiyatları belirlemesidir. Buradan hareketle anlaşıldığı üzere yıkıcı fiyat uygulamalarının tespit edildiği piyasalarda tam rekabet ortamından

³²⁰ Büyükçapar, a.g.e., s. 108; Çeçen, a.g.e., s. 76.

³²¹ İ, Yılmaz Aslan, *Rekabet Hukuku*, Ekin Yayınevi, Bursa: 2007, s. 471.

³²² Ekdi, “Gümrük Birliği Çerçevesinde Damping ve Yıkıcı Fiyat Uygulamaları”, s. 3.

³²³ Uzunallı, a.g.e., ss. 63-64; Badur, a.g.e., s. 73.

³²⁴ Yıkıcı fiyat uygulamasının ikinci aşamasına verilen addır. Pazarda tekelleşen teşebbüsün bu dönemde ulaştığında fiyatları yükseltmektedir.

³²⁵ Ekdi, “Gümrük Birliği Çerçevesinde Damping ve Yıkıcı Fiyat Uygulamaları”, s. 10; Ekdi, “Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması”, s. 12; Salman, a.g.e., s. 77; Altunsaray ve Ünal, a.g.m., s. 201; Çeçen, a.g.e., s. 46.

uzaklaşmış aksak rekabet düzeyine geçiş yapılmıştır.³²⁶ Fiyat indirimlerinin piyasada suni dışlayıcılar olarak kullanıldığını düşünebilmek için düşük fiyat politikasını uygulayan teşebbüsün pazarda hatırı sayılır ölçüde hacminin bulunması ve ekonomik açıdan güçlü olması gerekmektedir.³²⁷ Pazar gücünün detaylarına geçmeden evvel şu soru sorulabilir; Yıkıcı fiyat uygulayacak firma pazarda tek başına hâkim durumda olmak zorunda mıdır? Birkaç teşebbüsün anlaşıp rekabeti ihlal etmesi mümkün değil midir? İki yönlü cevap barındıran bu soruda denilebilir ki, iktisadi açıdan bu durum ilk tercihe göre daha zor gerçekleşebilirken mümkündür. Hukuki açıdan bakıldığında pek tabii ki iki veya daha fazla firmanın anlaşarak fiyat belirlemeleri rekabet hukuku açısından yasak faaliyet kapsamına giren ve yaptırıma tabii olan uygulamadır.³²⁸ Hâkim durum diye de ifade edilen pazar gücünün en önemli ölçütlerinden biri pazar payıdır.

1.2.1.1. Pazar Payı

Pazar gücünün en önemli göstergelerinden biri pazar payıdır.³²⁹ Yıkıcı fiyatlama yapan teşebbüsün, piyasayı etkileyebilecek güçte bir hacme sahip olması gerekmektedir.³³⁰ Çünkü zaten normal şartlarda indirim her zaman yapılabilen ve rekabetin yan hedeflerinden biri olması sebebiyle istenilen bir harekettir. Buna karşın pazar payı yüksek olan teşebbüs, indirim gittiğinde bu avantajını kullanarak piyasayı kısa sürede rahatlıkla etkileyebilecektir.³³¹ Pazar pay oranı yükseldikçe piyasaya etkileme

³²⁶ Ekdi, “Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması”, s. 11.

³²⁷ “Amerika’nın rekabet hukukuna göre bir teşebbüsün yıkıcı fiyatlandırma yaptığından söz edebilmek için öncelikle bahsi geçen firmanın piyasa fiyatlarını kontrol edebilecek ve rekabeti bozabilecek çapta bir pazar gücüne sahip olması gerekmektedir.” Daha detaylı bilgi için bkz. Kurdak, a.g.e., s. 41; Broader, Douglas: U.S. Antitrust Law and Enforcement: A Practice Introduction, New York 2010, s. 87.

³²⁸ Ekdi, “Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması”, s. 11.

³²⁹ Altunsaray ve Ünal, a.g.m., s. 201.

³³⁰ Ekdi, “Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması”, s. 12.

³³¹ Pazar payı unsurunun önemini daha iyi anlamak adına 1986 yılında Amerika mahkemesinin Matsushita Kararı’na bakmak gerekir. Japon televizyon üreticilerinin Amerika’da tekelleşmek için fiyat kırdığını iddia ederek mahkemeye başvuran yerli üreticilerin talebini inceleyen Yüksek Mahkeme, Japon üreticilerinin pazar paylarının tekelleşmek için yeterince yüksek olmadığını görmüş. 20 yıla aşkın yaptığı indirimlere rağmen pazar payında fark açılmadığı da incelenince Mahkeme davayı düşürmüştür. Söylenildiği gibi Mahkemenin davayı reddetmesinin nedeni pazar payları incelendiğinde yerli Amerikan üreticilerinin paylarının, Japon üreticiler kadar yüksek olduğu içindir. Bu yüzden maliyet-fiyat analizini yapmaya bile gerek duymadan davayı sonlandırılmıştır. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Ekdi, a.g.m., ss. 21-22.

hızı ve büyüklüğü de aynı oranda yükselmektedir.³³² Yıkıcı fiyatlandırmayı yapan firmanın rakipleri ile arasındaki pazar payı farkı da önemli bir husustur.

1.2.1.2. Finansal Güç

Yıkıcı fiyatlandırma yapmak isteyen teşebbüsün bu faaliyeti yapacak güçte olması gerekir. Teşebbüs uygulamakta olduğu düşük fiyat politikasını rakipleri piyasadan çıkana kadar sürdürmesi gerekmektedir.³³³ Bu dönem boyunca katlanılan zarara dayanabilecek finansal güç olmaksızın yapılan bu indirimler başarısız bir fiyat indirimi olarak sonuçlanacaktır. Firma ilk aşamadaki zarara katlanırken daha önceki ekonomik birikimlerini kullanabileceği gibi başka sektörde bulunan yatırımlarından da destek alabilir. Çapraz sübvansiyon olarak adlandırılan bu duruma göre başka pazarda elde edilen tekelleri kazançların bir başka piyasada yıkıcı fiyatlandırma yolunda araç olarak kullanılır.³³⁴ Bu sayede teşebbüs yıkıcı fiyatlama yaptığı piyasada sübvansiyon³³⁵ ederek tekeller durumuna gelecektir.

1.2.1.3. Aşırı Kapasite

Pazar payı ve ekonomik güç, başarılı bir yıkıcı fiyat uygulamasını başlatmak için gerekli unsurlar olmasına karşın ihlalin sonuçlanmasını sağlayan bir diğer unsur teşebbüsün aşırı kapasiteye sahip olmasıdır. Hâkim durumu yıkıcı fiyatlandırmayla kullanmak isteyen firma, fiyatları düşürdüğü andan itibaren piyasadaki talep normalin üstünde bir artış sergileyecektir. Oluşan bu talep artışını karşılayabilmek için üretimin de aynı doğrultuda artması gerekecektir. Eğer firma oluşan talep artışına yeterince cevap veremezse talep rakipler tarafından karşılanacaktır. Bu durumda piyasa dışına itilmek istenen rakipler satış konusunda yeterince yıpratılmayacağından yıkıcı fiyat uygulaması

³³² “Avrupa Birliği hukuk komisyonlarının uygulamalarında tek başına etkin piyasa gücünün genellikle işletmecilerin %40’ın üzerinde pazar payına sahip olduğu durumlarda ortaya çıktığı kabul edilmekle birlikte daha düşük pazar paylarında da etkin piyasa gücünün bulunabileceği ifade edilmektedir.” Ayhan Tözer, “Ex-Ente Düzenlemeler Kapsamında Türkiye Perakende İnternet Piyasası Analizi”, Türkiye İnternet Konferansı, Ankara: 2007; Ayrıca daha detaylı bilgi için bkz. Altunsaray ve Ünal, a.g.m., s. 201.

³³³ Ekdi, “Gümrük Birliği Çerçevesinde Damping ve Yıkıcı Fiyat Uygulamaları”, s. 12.

³³⁴ Kurdak, a.g.e., s. 42, Ekdi, “Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması”, s. 13.

³³⁵ Elde ettiği kârları indirim yaptığı piyasada kullanma eylemi.

başarılı bir şekilde sonuçlanmayacaktır. Firmanın yaptığı indirimler de edinilen zarar olarak yanında kalacaktır.³³⁶

1.2.2. Maliyet Altı Satışlar

Rekabetçi baskılardan kaynaklanan ve sağlıklı bir rekabetin sonucunda ortaya çıkan fiyat indirimleri ile yıkıcı fiyat uygulamalarını birbirinden ayırt etmek hukuksal açıdan önemlidir.³³⁷ Yıkıcı fiyatlandırma yapan firmanın yaptığı indirimlerin rakiplerini yeterince yıpratabilmesi için fiyatları olağan dışı birimlere çekmesi gerekmektedir. Makul görünmeyen indirimlerin yıkıcı fiyatlandırma olarak tespit edilmesinde dikkat edilen temel esaslardan biri iktisadi verimliliğin olmadığı satış faaliyetleridir.³³⁸ Bu noktada fiyat ve maliyete yönelik incelemeler belirleyici verilerdir. Firma kâr etmeksizin marjinal maliyetin³³⁹ altında satış yaptığı zaman piyasa fiyatlarını adil olmayan birimlere çekerek rekabeti yıpratıcı davranışlar sergiler.³⁴⁰ Oysaki rekabet piyasalarında bireysel çıkar maksimizasyonuna dayalı rasyonel eylemler yapmak insanın hareket noktası idi. Tamamen zarar etmesi yönünde ilerleyen maliyet altı satışlar hiç de rasyonel olmayan faaliyetler olmaktadır. Bu sebeplerden dolayı maliyet altı satışlar yaptırım uygulamak isteyen devletin elinde bulunduracağı sağlam bulgular olacaktır.³⁴¹

Fiyat indirimlerinin maliyetin altında olduğunu belirlemek için öncelikle maliyetin hesaplanması gerekmektedir. İktisat biliminde maliyetler, sabit maliyet ve değişken maliyet olmak üzere iki kolludur.³⁴² Sabit maliyet firmanın düzenli olarak

³³⁶ Ekdi, “Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması”, s. 12.

³³⁷ Ekdi, a.g.m., s. 14.

³³⁸ Altunsaray ve Ünal, a.g.m., s. 202.

³³⁹ Üretilen her birim malın maliyetini ifade eder.

³⁴⁰ “Bu stratejiye ilaveten teşebbüslerin yüksek maliyetlere katlanarak ve zarar etmeyi göze alarak kaliteyi arttırmak yoluyla rakiplerini etkisiz hale getirmeleri de mümkündür. Sonuç itibarıyla burada da kardan önemli ölçüde fedakârlık etmek veya zarara katlanmak söz konusu olmaktadır” Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Salman, a.g.e., s. 77.

³⁴¹ Maliyet altı satışlar yıkıcı fiyatlandırmayı tespit etmede önemli delil olmakla birlikte zaman zaman bu esasın eleştirildiği de olmuştur. Belirlenen satış fiyatları eğer pazara girmede engel teşkil ediyorsa bu durumda maliyetin altında olması şartı aranmaksızın yıkıcı fiyatlandırma tespitinde bulunulabilir. Bu iddiaya göre yıkıcı fiyatlandırma uygulamasının belirlenmesinde bir diğer unsur kârdan feda yöntemidir. Bir teşebbüs elde edeceği muhtemel kârlardan vazgeçiyor. Kısa bir süre katlanılan bu durumla birlikte rakiplerin piyasa payları azalıyor ve hasat dönemi dediğimiz dönemde firma bu açığı kapatabiliyorsa yine yıkıcı fiyatlandırma tespitinde bulunulabilir. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Büyükçapar, a.g.e., s. 110; Uzunallı, a.g.m., s. 78.

³⁴² Uzunallı, a.g.yer.

ödemek zorunda olduğu giderleridir. Zamana bağlı olarak değişse de üretim hacminde değişikliklerle etkilenmez. Örnek olarak firmanın üretim yaptığı dükkân kirası sabit maliyet kanadına girer. Değişken maliyet ise üretim miktarına göre değişkenlik gösteren maliyet kalemleridir. Üretim için kullanılan hammadde ve diğer ürünler değişken maliyet koluna aittir.³⁴³

Sabit maliyetler yapılan fiyat indirimlerinin yıkıcı fiyatlandırma olarak belirlenmesinde bir yol gösterici olarak işlev görmez. Çünkü sabit maliyet uzun dönemde değişiklik gösterebilen ve hiç üretim yapılmasa dahi giderler kaleminde var olan kayıplardır. Değişken maliyet üretim miktarına göre değişiklik gösterdiğinden, kısa dönem değişken maliyetin altında olan fiyatlandırmaların yıkıcı fiyat uygulaması olarak tespit etmede temel ölçüt olarak kabul edilmiştir. Bu iddianın sahibi olan Areeda ve Turner'ın kısa dönem değişken maliyet teorisi ABD rekabet hukukunda da yıkıcı fiyatlandırma için yeterli delil olarak kabul edilmiştir.³⁴⁴

1.2.3. Hasat Döneminin Değerlendirilmesi

Yıkıcı fiyat uygulamalarının piyasa rekabetinden doğan indirimlerden ayırt edilmesi her zaman güç olmuştur. Çünkü her indirim politikası, hâkim teşebbüs tarafından yapıldığında bile ihlal olmayabilir. Bu yüzden indirim yapan teşebbüsün ikinci aşamada (hasat dönemi) gösterdiği fiyat davranışları önemli karinelere sahiptir.

Firma düşük fiyat politikası sonrasında tekelleşince ilk dönemki zararlarını kapatma adına fiyatlarını fahiş derecede çıkarıyorsa bu durumda iktisat ahlakına uymayan yollara girmiş olur. Etiklikten ayrılan teşebbüsün bu fiyat politikası, kısa süreç içerisindeki indirimlerinde yeni müşteriler kazanma, stokları eritme veya hacmini yükseltme gibi serbest rekabete dayalı hedeflere ulaşmak değil de tamamen tekelleşmek adına yapılan ufak katlanmalar olduğunu ortaya çıkarır. Hasat döneminde hâkim teşebbüs artık niyetini tamamen ortaya koymuş olur. Firma eğer yaptığı indirimler sonucunda

³⁴³ Uzunallı, a.g.m., s. 68.

³⁴⁴ Ekdi, “Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması”, s. 14; Uzunallı, a.g.m., s. 69; Altunsaray ve Ünal, a.g.m., s. 202.

rakipleri piyasadan çıktıysa ve buna rağmen fiyatlarını normal seviyelerde tutmaya devam ediyorsa bu durumda teşebbüsün yıkıcı fiyat uygulaması yaptığı söylenemez.³⁴⁵

1.2.4. Niyet

Herhangi bir teşebbüsün izlediği fiyat politikaları incelenirken yıkıcı fiyat yoluyla ihlal yaptığını tespit edebilmek için salt fiyat indirimleri tek başına yeterli delil teşkil etmezler. Firmanın düşük fiyattan ürünlerini pazara arz etmesini sağlayan saikleri bilmek önemli bir husustur.³⁴⁶ Fiyat indirimleri yapılırken niyetin ne olduğunu araştırmak rekabet hukuku açısından adil karar vermeyi kolaylaştırır. Serbest rekabet piyasalarında indirimler, promosyonlar her zaman müşteri potansiyelini arttırmak için önemli araçlardır. Ayrıca hâkim teşebbüs, piyasaya yeni sürdüğü bir ürünü müşterilerin tanınması için düşük fiyattan satabilmektedir. Bunun yanı sıra stokları eritmek adına fiyat indirimlerinin yapılması, ürüne yeni özellikler ekleme veya modelini değiştirme yolunda tercih edilen politikalar olduğu iktisadi bir gerçektir.

Yıkıcı fiyat uygulamasında ise teşebbüsün niyeti, mevcut rakiplerini piyasadan atmak ve muhtemel rakiplerine karşı pazarı kapatmaktır.³⁴⁷ Piyasada hâkim durumda olan teşebbüsün her iktisadi faaliyetinde rekabetin devamlılığı adına ekstra sorumluluk durumu olduğundan ve ayrıca hukuka aykırı yaptırımların uygulanmaması için niyetin ne yönde olduğunun ispatı gerekmektedir.³⁴⁸ Niyet, rekabet hukukunda önemli bir husustur. Haksız rekabetin tespitinde sübjektif bir unsur olan niyetin belirlenmesinde, sadece ekonomik verilerle yetinilmemesi gerekir.³⁴⁹ Rakamsal analizler her zaman doğruyu gösteremeyebilirler. Ancak şirket içindeki yazışmaların kontrolünde niyetin ne yönde olduğunu gösteren emareler ihlalin tespitinde çok yardımcı olmaktadır.³⁵⁰

Rekabet hukukunda niyetin ne olduğunu ortaya çıkaran deliller, doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki gruba ayrılır. Yıkıcı fiyat uygulamasını doğrudan ispat eden bilgiler, ihlalin kasten bilerek ve isteyerek yapıldığının beyan edildiği bilgi veya

³⁴⁵ Kurdak, a.g.e., s. 51; Altunsaray ve Ünal, a.g.m., s. 203; Gündüz ve Bozkuş, a.g.m., s. 71; Salman, a.g.e., s. 77.

³⁴⁶ Büyükçapar, a.g.e., s. 110.

³⁴⁷ Kurdak, a.g.e., s. 47.

³⁴⁸ Uzunallı, a.g.m., s. 85.

³⁴⁹ Teşebbüs muhasebe bilgilerini manipüle etmek için rakamlarla oynayarak yıkıcı fiyat uyguladığını gizleyebilir.

³⁵⁰ Kurdak, a.g.e., s. 48.

belgelerdir. Dışlayıcı veya engelleyici nitelikteki davranışın sonuçlarının bilincinde olarak planlı ve organize bir şekilde uygulandığını gösteren somut bilgi ve beyanatlar yine doğrudan ispat yöntemi grubuna dâhil olur. Çünkü bu bilgilerde niyet açıkça belirtilmiştir.³⁵¹ İlk yöntemle göre daha zor olan dolaylı ispat yönteminde ise hâkim durumdaki teşebbüsün iktisadi davranışları incelenir.³⁵²

2. YIKICI FİYAT UYGULAMASI TARİHÇESİ VE ÖRNEKLERİ

2.1. Avrupa Birliği³⁵³

Avrupa Birliği rekabet hukukunun temelleri Roma Antlaşmasında düzenlenmiştir. Serbest piyasa ekonomisinde rekabeti bozucu haksız fiiller 81. maddede ele alınırken, hâkim durumun kötüye kullanılması antlaşmasının 82. maddesinde açıkça yasaklanmıştır. Roma Antlaşmasının 82. maddesi şöyledir:

“Ortak pazar veya onun önemli bir bölümünde bir veya birden fazla işletmenin hâkim durumlarını kötüye kullanmaları üye devletler arasındaki ticareti etkilediği ölçüde Ortak Pazarla bağdaşmaz kabul edilir ve bundan böyle yasaklanmıştır.”

Bu madde ile hâkim durumun her türlü kötüye kullanımını yasaklamıştır. Yıkıcı fiyat uygulaması da bu kapsama dâhil sayarak, bu yönde ihlallere de 82. maddeye dayanarak yaptırımlar uygulanmıştır.³⁵⁴

2.1.1. AKZO Meselesi³⁵⁵

Avrupa Birliğinin rekabet hukukunda yıkıcı fiyatlandırmayı anlamaya ve tespit etmeye yönelik içtihadi gelişmelerde Akzo kararı önemli bir yer tutar. AB

³⁵¹ “Kısa dönem değişken maliyetin altında fiyat uygulayan hâkim durumdaki firmanın bu davranışı yıkıcı fiyat uyguladığı yönünde karine olarak kabul edilmekte ve ayrıca bir niyet unsuru aranmamakta; aksini ispat etme yükü yıkıcı fiyat uyguladığı iddia edilen firmaya düşmektedir.” Daha detaylı bilgi için bkz. Ekdi, “Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması”, s. 16.

³⁵² Dışlayıcı Davranışlar Kılavuzu, s. 7.

³⁵³ “ATAD (Avrupa Topluluğu Adalet Divanı) fiyat indirimlerini ihlal olarak değerlendirirken şu unsurlara dikkat etmiştir: a) indirimin ortak pazarın bölünmesine yol açması, b) indirimin haksız olması, c) indirimin ayırıcı olması, d) indirimin sadakat artırıcı olması.” Daha detaylı bilgi için bkz. Çeçen, a.g.e., s. 82.

³⁵⁴ Ekdi, a.g.e., ss. 23-24.

³⁵⁵ Yanık, a.g.e., s. 46; Çeçen, a.g.e., ss. 56-57; Uzunallı, a.g.m., s. 71.

mahkemelerinin verdiği bu karar tarih içerisinde yıkıcı fiyat uygulamasına yön veren hukuk ilkeleri olacaktır.³⁵⁶

Birleşik Krallık bünyesinde olan ECS firması hem un katkı maddesi olan hem de plastik sanayisinde kullanılan *benzoyl proxide* adlı hammaddeyi üretmektedir. Bu hammaddenin piyasaya arz oranları, Birleşik Krallık ve İrlanda pazarında ECS'nin pazar payı %35, AKZO firmasının pazar payı %52 ve Diaflexin pazar payı %13'tür.³⁵⁷ ECS firması benzoyl peroxid'i 1979 yılına kadar İngiltere'de bulunan un fabrikalarına satmaktadır. AKZO ise bahsi geçen hammaddeyi un üretimi için arzını sağlarken aynı zamanda AB pazarında %50 pazar payı ile plastik fabrikalarına da satış yapmaktadır.³⁵⁸

ECS, 1979 yılında Avrupa'nın çeşitli ülkelerine satış yapmak üzere ürettiği hammadde ile birlikte daha yüksek kâr marjı öngördüğü plastik endüstrisi pazarına yoğunlaşmıştı. Firma bu kararıyla organik peroksit pazarına girerek kazancını yükseltmek istiyordu.³⁵⁹ ECS, o yıllarda Akzo'nun önemli müşterilerinden biri olan BAFS plastik fabrikasına Akzo'dan daha düşük fiyattan benzoyl proxide satmaya başlamıştı. Plastik endüstrisinde Akzo'ya yeni bir rakip olarak pazara giren ECS, Akzo tarafından Alman plastik pazarından çekilmesi yönünde ihtar aldı. İhtarın içeriğinde İngiltere'deki un pazarında fiyatları düşürme tehditleri yer alıyordu. ECS, tehditlere karşı plastik endüstri pazarına arz faaliyetlerini sonlandırmadı. Bunun üzerine Akzo, un pazarında bulunan ECS müşterilerine olağandışı fiyat indirimleriyle un katkı maddesini tedarik etmeye başladı.³⁶⁰ Un pazarında elde ettiği kazançlar plastik endüstrisinde elde ettiğinden çok az olduğu için, un pazarında yaşadığı zarar önemli meblağlar değildi. Birleşik Krallık pazarında satışları düşen ECS (ki o dönem un hammadde pazarı ana gelir kaynağı idi), 1982 yılında Akzo'yu ATAD³⁶¹ komisyonuna şikâyet etti. ATAD komisyonu Akzo'nun İngiltere'deki şubelerinde yaptığı araştırmalar ve incelemeler sonucunda firma görüşmeleri kayıtlarında yapılan kontrollerle birlikte, Akzo'nun yıkıcı fiyatlandırma uygulaması yoluyla ECS'yi pazarın dışına çıkarmayı amaçladığı sonucuna vardı. Yıkıcı

³⁵⁶ Kurdak, a.g.e., s. 79.

³⁵⁷ 1982 tarihli verilere göre.

³⁵⁸ Ekdi, "Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması", s. 23.

³⁵⁹ Kurdak, a.g.e., s. 79.

³⁶⁰ Çeçen, a.g.e., s. 57.

³⁶¹ Avrupa Birliği Adalet Divanı.

fiyatlandırma tespiti sonucunda Akzo, hâkim durumu ihlal kapsamında Roma Antlaşmasının 82. maddesine yaptırıma uğratıldı.³⁶²

ATAD Komisyonu'nun yıkıcı fiyat uygulaması kararında etkili olan unsurlar; un hammadde pazarında Akzo'nun maliyet altındaki satış yapması³⁶³, ayrıca Akzo'nun yaptığı bu satışlar özellikle ECS'nin müşterine özel bir fiyat olması ve son olarak Akzo şirketindeki haberleşme ağında ECS'yi pazardan atmaya yönelik beyanların belgelerle tespit edilmesidir.³⁶⁴ Bu durumda ATAD, bu soruşturmada hem fiyat-maliyet analizine dayanarak hem de hâkim teşebbüsün dışlayıcı niyetini esas alarak yıkıcı fiyatlama uygulandığına karar vermiştir.

2.2. Amerika

Amerika hükümetinde rekabet hukukunun yasal düzenlemesi Avrupa Birliğinden daha öncedir. 1890 yılında yürürlüğe giren Sherman Kanunu'yla³⁶⁵ birlikte hâkim durumun kötüye kullanılması genelinde, yıkıcı fiyat uygulamaları yasak fiil kapsamına girdi. Yıkıcı fiyat uygulaması yasağı Sherman Kanunu'nun 2. maddesinin kapsamına girmektedir.³⁶⁶

Amerika'nın bu yasak kapsamındaki ilk hukuki kararı 1911 yılındaki Standart Oil kararıdır. Amerika mahkemesi, Standart Oil şirketinin yüksek pazar gücünün getirdiği avantajı kullanarak rakiplerinin üzerinde silici fiyat uygulamaları yaptığına dair karar vermiş ve teşebbüsü cezalandırmıştır.³⁶⁷

1936 yılında yürürlüğe giren Robinson Patman yasasına yıkıcı fiyatlandırmaya dair dikkate değer bir hukuksal dava olmamasına karşın, 1940 yılında kurulan Federal Ticaret Komisyonu ile birlikte yıkıcı fiyat uygulamalarına daha dikkat edilmeye başlanmış, ayrıca piyasalarda bu yönde iddialar çoğalmaya başlamıştır. Rekabet hukukuna dayalı yıkıcı fiyat uygulaması yasağı henüz yeni olgunlaşmaya başlamış ve

³⁶² Ekdi, "Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması", s. 24.

³⁶³ ATAD, yaptığı incelemede niyeti esas alan bir yöntem takip etmemiştir. Areeda ve Turner'ın değişken maliyet teorisine dayanarak karar almıştır. Dolayısıyla tespit edilen değişken maliyet altında olan satış rakamları, yıkıcı fiyat uygulandığına karar vermek için yeterli bulgu olarak görülmüştür.

³⁶⁴ Kurdak, a.g.e., s. 80.

³⁶⁵ Sherman Antitröst Yasası.

³⁶⁶ Madde-2 "*Federe devletler (eyaletler) arasındaki ya da onlarla yabancı devletlerin arasındaki ticaretin herhangi bir bölümünde tekelleşen, tekelleşmeye teşebbüs eden ya da tekelleşmek amacıyla başkaları ile gizli sözleşmeler yapan herkes cürüm işlemiş sayılarak [.....] cezalandırılacaktır*" Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Ekdi, a.g.m., s. 21.

³⁶⁷ Ekdi, a.g.e., (2003), s. 8.

mahkemelerin içtihadları daha çok anti-rekabetçi davranışlar kapsamında değerlendirilmiştir.

1975 yılında yayımlanan Areeda-Turner makalesi Amerika mahkemelerinde davaların inceleme yöntemlerini büyük çapta etkilemiştir. Makalenin yayımlanmasına kadarki dönemde başarı oranı düşük olan mahkeme kararları, makalenin ana teorilerinden biri olan değişken maliyet altı satış fiyatlarına dikkat etmeye başlamasıyla dava incelemelerini daha sağlam bir şekilde yapmaya başlamışlardır. Ayrıca pazar yapısı ve niyetin de inceleme sahasına girişi yine makalenin etkisiyle olmuş ve Amerika mahkemeleri bu unsurları da göz önünde bulundurmışlardır.³⁶⁸

2.2.1. Brooke Kararı

Yıkıcı fiyat uygulaması içtihatlarının gelişim gösterdiği bir diğer dava Brooke kararıdır. 70-80’li yıllarda Amerika’da sigara pazarında aktif olan altı firma bulunmaktaydı. Pazar paylarıyla birlikte bunlar; P. Morris %40, R.J.Reyneolds %28, B.W., %12, Ligget %2.3 idi. Pazar paylarından da anlaşılacağı üzere oligopol³⁶⁹ bir yapıya sahip olan bu pazarda dönem içinde sigaraya olan talep azalmaktaydı. Payı en düşük seviyede olan Ligget firması azalan talep sorununa karşı kazanç parametresini yükseltmek adına 1980 yılında ürettiği markasız sigaraları normal piyasa fiyatından 3’te bir daha az fiyattan piyasaya sürdü ve kısa bir zamanda bu stratejisinde başarılı olmuş ve pazar payını arttırmıştı.

Ligget firmasının ekonomik stratejisine karşı hamle yapma gereği duyan oligopol yapıdaki diğer teşebbüsler de fiyatlarını indirmeye başlamışlardı. Tütün piyasasındaki fiyat kırma savaşında yeterli finans gücüne sahip olmayan Ligget, maliyet altı satış savaşına dayanamadı. Bunun üzerine piyasada kendisine karşı yıkıcı fiyatlandırma uygulandığına dair Robinson-Patman kanununca yüksek mahkemeye dava talebinde bulundu. Amerikan Yüksek Mahkemesi, yaptığı incelemelerde yapılan maliyet altı satışlarının daha sonra telafi edilebilecek bir pazar yapısı olmadığı için Leggit’in davasını düşürdü. Yüksek mahkemenin araştırmalarının sonucunda fiyat kırma savaşında karşı tarafta olan B&W firmasının, Ligget’i pazardan atsa dahi tek başına pazarın hâkimi

³⁶⁸ Uzunallı, a.g.m., s. 67,68.

³⁶⁹ Kurdak, a.g.e., s. 74; Ekdi, “Gümrük Birliği Çerçevesinde Damping ve Yıkıcı Fiyat Uygulamaları”, s. 21.

olamayacağı, tekelleşemeyeceği ve hasat dönemi dediğimiz katlanılan zararı onaracak dönemi elde edemeyeceği sonucuna ulaşmıştı. Çünkü pazar payları incelendiğinde B&W firmasından daha yüksek paya sahip firmanın olduğu biliniyordu. Yüksek mahkeme bu kararında Robinson-Patman'ın rekabeti engelleme etkisinden ziyade Sherman Yasası'nın ana odağı olan tekelleşme amacına yoğunlaşmıştır. Fiyat kırmaların tek amacı piyasada tekelleşmektir. Oligopol piyasalarda yapılan fiyat kırmaları yalnızca tüketicilerin yararına olan stratejilerdir. Çünkü oligopol piyasalarda tekelleşmek mümkün değildir.³⁷⁰

Brooke kararıyla hasat dönemi unsuru, yıkıcı fiyat uygulaması davalarında önemli bir esas haline geldi. Bu davayla birlikte yargı her ihtimali gözeterek hasat döneminin vuku bulmasını beklemeden ön şart olarak görmüş ve karar verilirken hasat döneminin oluşabilmesi ihtimalini de gerekli bir unsur olarak saymıştır. Böylece denilebilir ki yıkıcı fiyatla itham edilen teşebbüsün pazar yapısındaki durumu incelenip ancak bu şekilde karar verilebilir. Nihayetinde hasat yapamayacak bir teşebbüsün fiyat kırma yoluyla anti-rekabetçi davranış sergileyemeyeceği sonucuna varılmıştır.³⁷¹

2.3. Türkiye

Türkiye'de rekabetin korunmasına dair ilk yasal düzenleme 1994 yılının sonlarına doğru kabul edilmiş 4054 sayılı RKHK (Rekabet Korunması Hakkında Kanun'u) ile birlikte başlamıştır.³⁷² Kanunun birinci kısmında amaçlar, kapsam ve tanımlar yer almaktadır. İkinci kısmında rekabet piyasasınca yasak olan eylemler tespit edilmiş ve muhtemel cezalar belirlenmiştir.³⁷³

Rekabeti sınırlayıcı anlaşmalar kanunun 4. maddesinde şöyle yasaklanmıştır:

“Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacı taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır.”

Hâkim durumun kötüye kullanma eylemlerinin yasaklılığını düzenleyen yasa, kanunun 6. maddesinde düzenlenmiştir:

³⁷⁰ Ekdi, “Gümrük Birliği Çerçevesinde Damping ve Yıkıcı Fiyat Uygulamaları”, s. 21.

³⁷¹ Kurdak, a.g.e., s. 75; Ekdi, “Gümrük Birliği Çerçevesinde Damping ve Yıkıcı Fiyat Uygulamaları”, s. 21.

³⁷² Ekdi, a.g.e., (2003), s. 25; Can, a.g.m., s. 35.

³⁷³ <https://doganturan.av.tr/rekabet-hukuku/>

“Bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması.”

Maddede, pazarın yeni girişlere kapatılması sonuçlarına götüren her türlü iktisadi yahut gayri iktisadi davranışlar yasaklanmıştır. Hâkim durumu kullanarak ayrımcılık, ek yükümlülüğe bağlı satış, pazarda bilgi kirliliği oluşturma vs. gibi davranışlar ihlal kapsamındadır.³⁷⁴ Hâkim durumun ihlali kapsamına giren bir diğer davranış olan yıkıcı fiyat uygulaması da, teşebbüs veya teşebbüslerin ilgili pazara yeni girişlerin kapatılması eylemi olarak RKHK’nın 6. maddesince anti-rekabetçi faaliyetler arasında görülmüştür. Hâkim durumun ihlalleri olarak zikredilen beş eylem³⁷⁵ içerisinde doğrudan yıkıcı fiyat uygulaması ismi geçmemesine rağmen rakipleri pazar dışına itme ve pazara yeni teşebbüslerin girişini engelleme amacını taşıdığından yıkıcı fiyatlandırmalar da bu madde içerisinde değerlendirilmiştir. Buna göre yargı mensupları görülen davalarda yıkıcı fiyat uygulaması kararlarını bu maddeye dayanarak vermiştir.

2.3.1. LPG Kararı³⁷⁶

Her ülkede olduğu gibi Türkiye’de de bazı piyasalarda hâkim durumdaki teşebbüs veya teşebbüslerin pazar güçlerini kötüye kullanma amacıyla yıkıcı fiyatlandırma yaptığı olmuştur. 1997 senesinde Türkiye’nin tüp pazarının önde gelen yedi firması da yerel üreticilere karşı başlattığı iktisadi savaşta fiyatları kırma yoluna giderek küçük üreticileri pazardan dışlamayı amaçlamışlardır. LPG tüplerini çok düşük fiyattan satılması ve yerel

³⁷⁴ Yanık, a.g.e., s. 69.

³⁷⁵ “Kötüye kullanma halleri özellikle şunlardır:

a) Ticari faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler,
b) Eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek, doğrudan veya dolaylı olarak ayrımcılık yapılması,
c) Bir mal veya hizmetle birlikte, diğer mal veya hizmetin satın alınmasını veya aracı teşebbüsler durumundaki alıcıların talep ettiği bir malın veya hizmetin, diğer bir mal veya hizmetin de alıcı tarafından teşhiri şartına bağlanması ya da satın alınan bir malın belirli bir fiyatın altında satılmaması gibi tekrar satış halinde alım satım şartlarına ilişkin sınırlamalar getirilmesi,
d) Belirli bir piyasadaki hakimiyetin yaratmış olduğu finansal, teknolojik ve ticari avantajlardan yararlanarak başka bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan eylemler,
e) Tüketicinin zararına olarak üretimin, pazarlamanın ya da teknik gelişmenin kısıtlanması,”
<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4054.pdf>

³⁷⁶ Rekabet Kurulu Kararı No: 93/750-159; 1998 (RG. Yay. Tarih: 09.12.2000; No: 24255). Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Ekdi, a.g.m., s. 26.

üreticilerin buna dayanamaması üzerine Adıyaman'daki bir LPG üreticisi anti-rekabetçi faaliyeti hukuksal boyuta taşıyarak bu firmaları şikayet etmiştir.

Şikayet üzerine incelemeler yapan Rekabet Kurulu, piyasanın büyük üreticilerinden olan bu yedi firmanın rasyonel bir sebebe dayanmaksızın aniden fiyatlarını çok fazla düşürdüklerini gözlemlemişlerdir. Ayrıca teşebbüsler arası yazışmaların da incelenmesi esnasında küçük üreticileri piyasadan çıkarma yönünde anlaşmalarının olduğu beyanatlara rastlanılmıştır. Mahkeme, elde ettiği bulguları değerlendikten sonra kurumlar arası anlaşmalı olarak yıkıcı fiyat uygulaması yapıldığı sonucuna varmıştır.

Mahkemenin LPG kararında dikkat ettiği hususlar, LPG tüplerinin bayilere maliyet altı satışlarının yapılmasıdır. Diğer taraftan RKHK'nın 4. maddesi yasaklılığı burada tespit edilmiştir. Kurumlar anlaşarak rekabetçi piyasayı tıkamayı hedeflemişlerdir. 4. maddede bu eylem açık şekilde yasaklandığından, mahkemenin ihlal sonucuna ulaşması için başka delile ihtiyacı kalmamıştır.³⁷⁷

3. İSLAM HUKUKUNDA YIKICI FİYAT UYGULAMASI

Pazar, insanların sosyal ve ekonomik ilişkilerinin geçtiği yaygın ortamlardan biridir. İslam hukukunun iktisat teorisi özel mülkiyet³⁷⁸, kişisel özgürlük³⁷⁹ ve serbest rekabet piyasası³⁸⁰ esasları üzerine kuruludur. Bu esaslara bağlı olarak piyasa düzeninin, arz-talep karşılaşması sonucunda oluşması istenmektedir.³⁸¹ Arz ve talep arasında eşitliğin sağlanması fiyatlarda düzen ve istikrarı beraberinde getirecektir. Bir önceki bölümde değindiğimiz üzere Ömer b. el-Hattab'ın, Hatıb b. Ebî Beltea'dan üzüm fiyatlarını yükseltmesini istedikten sonra, evine giderek, "*Sana söylediklerim ne emirdir, ne de hüküm, sadece halkın iyiliğini istediğim için söylediğim sözlerdir. Nerede ve nasıl istersen satabilirsin*" demesi, İslam'da serbest piyasanın ölçü alındığını gösteren delillerden bir tanesidir.³⁸² İslam âlimlerinin tümü bu noktada ittifak halindedir. Piyasa fiyatlarının suni müdahaleden uzak kalması son derece önemlidir. Bu ehemmiyetin

³⁷⁷ Ekdi, "Gümrük Birliği Çerçevesinde Damping ve Yıkıcı Fiyat Uygulamaları", s. 26.

³⁷⁸ Nisâ, 4/32; Enfâl, 8/28.

³⁷⁹ Yunus, 10/14; Fâtır, 35/39.

³⁸⁰ Necm, 53/39-41.

³⁸¹ Ebu Davud, "Büyu", 49; Tirmizi, "Büyu", 73; İbn Mace, "Ticaret", 27; Ahmed b. Hanbel, Müsned, II, 327.

³⁸² İbn Kudâme, *el-Muğni*, Mısır 1367, c. VI, s. 240.

altında yatan sebep, fiyatların Allah tarafından tayin edildiği inancıdır. Hikmet boyutunda ise, piyasalara karşı her bir suni müdahale piyasa dengesini bozacak ve beraberinde iktisadi hatta sosyal kaos meydana getireceği bilincidir.

Piyananın doğal işleyişi İslam dinince o kadar önemlidir ki dıştan müdahalenin haram/yasak oluşu sadece anti-rekabetçi piyasa aktörleriyle sınırlı kalmamış, devletin bile bu noktada hareket alanı oldukça kısıtlamıştır.³⁸³ Ancak insanların iktisadi hürriyetlerinin bu denli geniş çerçevede bırakılmış olması, Müslümanların bireysel ya da toplumsal olarak istedikleri her girişimi yapabilecekleri sonucunu doğurmamaktadır. Allah resulü fiyatların Yüce Yaratıcı tarafından belirlendiği³⁸⁴ piyasada birtakım önlemler almıştır. Anti-rekabete sebep olacak her türlü uygulama bu kapsamda yasaklanmıştır.³⁸⁵ İkinci bölümde detaylarını ortaya koyduğumuz narh uygulaması, ihtikâr (karaborsa-stokçuluk) yasağının getirilmesi, celebin karşılanmasının yasaklanması, pazarlık üzerine pazarlığın haram kılınması, neceşin yasaklılığı alınan önlemlerden birkaçıdır. Bu önlemler ışığında denilebilir ki piyasayı düzenleyen kuralların hedefleri insanların hırslarını kontrol etmek ve meşru kâr ile haklı kazancın sınırlarını aşmamasını denetlemektir.³⁸⁶ Tarih boyunca devam eden bu önlemlerle birlikte piyasa düzeni korunmaya çalışılmış, rekabetin tesisi ve nizamın devamı sağlanmıştır.

Doğal denge oluşumuna bırakılan piyasada mülk sahibi olan satıcının malında istediği gibi tasarruf etme hakkı vardır.³⁸⁷ İslam hukukunda karşılıklı rızaya dayanma şartıyla beraber her türlü satış fiyatı mubah sayılmıştır.³⁸⁸ Alıcının rızası varsa kişi malını istediği fiyattan satabilmektedir. Buna göre bir kişi piyasa değeri 5 birim olan malını 10 birime satabileceği gibi 1 birime de satabilme hürriyetine de sahiptir.³⁸⁹ Yine piyasa fiyatlarından haberdar olan bir alıcı dilerse talep ettiği ürünü piyasa fiyatından çok yüksek

³⁸³ Şafii, *el-Ümm*, II, 209; İbn Kudame, *Muğni*, IV, 240; İbn Abidin, *Reddu'l-Muhtar*, IV, 154; Qazi, a.g.e., s. 105;

³⁸⁴ Bkz. 371. dipnot.

³⁸⁵ Nisâ, 4/29.

³⁸⁶ Muhammed Hâşim Kemalî, "İslam Hukukunda Tes'ir (Fiyat Kontrolü)", İslami Sosyal Bilimler Dergisi, c. 2, S. 2, (1994), s. 52.

³⁸⁷ Bakara, 1/188; Nisâ, 4/160; Hanbel, *Müsned*, I, 332; Beyhakî, *es-Sünenü'l-kübrâ*, 6, 166-165; Serahsi, *el-Mebsût*, XI, s. 50; Kuduri, *Muhtasarü'l-Kuduri*, ss. 300-302; Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, md. 96; Ömer Nasuhi Bilmen, *Hukukî İslamiyye ve Istılahatı Fıkhiyye Kamusu*, Bilmen Yayınevi, İstanbul, c. 7, s. 175.

³⁸⁸ Nisâ, 4/29; Bakara, 1/188, 275, 282.

³⁸⁹ "Kar, arz talep dengesinin bir neticesi olduğu için kar limitiyle ilgili hiçbir kural konmamıştır. Çünkü bu bir hukuk meselesi değildir. Hukukun rolü pazarın ahlaki kurallarını, katılımcılarının ve faaliyetlerinin dürüstlüğüne temin etmek, haksız ticari kazançları engelleyici ön tedbirleri almakla sınırlandırılmıştır." Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Kemalî, a.g.m., s. 52.

bir meblağ ile satın alabilir.³⁹⁰ Önemli olan bu tercih süreçlerinde satıcı ve alıcı arasında bir aldatma ve hile olmamasıdır.³⁹¹ Bu yüzden Müslüman kişi, hayatının her noktasında olduğu gibi pazar denilen mübadele ortamlarında da dürüstlük ilkesine bağlı bir şekilde Müslüman kardeşine zarar vermeksizin hareket etmelidir.³⁹² Karşılıklı rıza, akitlerin sıhhatinde önemli bir unsur teşkil ettiği için, iki taraftan birinde ürün veya fiyat hususunda eksik veya hatalı bilgi oluşursa akdin sıhhatinde zarar meydana gelir. Böyle bir durumda yanıltılan taraf akdi feshetme hakkına sahip olur.³⁹³

İslam hukuku eserlerinde incelenmiş birçok satış türü mevcuttur. Bunların en yaygın olanı *müsâvemeli* satıştır.³⁹⁴ *Müsâvemeli* satış türünde satıcı malını ne kadara aldığını söylemeden ya da ürünün maliyetini açıklamadan yaptığı satıştır. Bu satış türünde alıcıya açıklanmayan bir kâr miktarı bulunur. Güven ortamının tesis edildiği piyasada pazarlık yapılmadan satıcının belirlediği fiyatla ürünün alımı yapılabileceği gibi³⁹⁵ taraflar aralarında pazarlıkla fiyatı indirebilirler. İslam hukukunca yaygın olan satış türü olarak geçer.³⁹⁶

İslam hukukunda kâr konularak yapılan bir diğer satış türü de *murâbaha*³⁹⁷ satışdır. Kâr miktarı açıklanan satış olarak bilinen bu ticari uygulamada satıcı elindeki malın ne kadara mal olduğunu alıcıya açıklar. *Murabahanın müsâvemeli* satıştan farkı satıcının alıcıya sunduğu malın ilk alış fiyatını veya maliyetini söylemesidir. Bu satış şeklinde maliyetin üstüne belirli bir kâr koymak suretiyle pazarlık yapılır. Oysaki *müsâvemeli* satışta pazarlık yapılsa bile maliyetten bağımsız olarak teklifler sunulur.

³⁹⁰ Turan, a.g.m., ss. 89-90.

³⁹¹ Nisâ, 4/29; Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, md. 356,357.

³⁹² Hucurât, 49/10; Tevbe, 9/71.

³⁹³ Müslim, “Büyü”, 4; Tirmizi, “Büyü”, 17; Ebu Davud, “Büyü”, 25.

³⁹⁴ Buhârî, “Fezâ’ ilü’ş-şahâbe”, 74; İbn Mâce, “Ticârât”, 34; Ebû Dâvûd, “Büyü”, 7; Tirmizî, “Büyü”, 66.

³⁹⁵ Ticari dürüstlüğün ve güvenin tesisi Hz. Peygamber tarafından önemli bir esas olarak görülmesi, bu satış türünün en uygun ve tercih edilmesini istediği satış türüdür. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Cengiz Kallek, “Müsâveme” md., (DİA), İstanbul: 2006, c. 32, ss. 79-81.

³⁹⁶ Alâüddîn Ebû Bekr b. Mes’ûd b. Ahmed el-Kâsânî (v. 587/1191), *el-Bedayî*, Beyrut, 1394/1974, c. 5, s. 134; Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye md. 298.

³⁹⁷ “Sözlükte “artma, kâr, ticarî kazanç” anlamındaki ribh kökünden türeyen ve “kazandırma, kâr hakkı tanıma” mânasına gelen murâbaha terim olarak bir malın alış fiyatı veya maliyeti üzerine belirli bir kâr konarak satılmasını ifade eder.” İbrahim Kâfi Dönmez, “Murabaha” md., (DİA), İstanbul: 2006, c. 31, ss. 148-152.

Belirli şartlara³⁹⁸ haiz olduğunda *murabahalı* satım akdi ulemanın büyük çoğunluğuyla birlikte caiz görülmüştür.³⁹⁹

Satıcının alıcıyla maliyet üzerinden pazarlık yapma şeklindeki satış türü olarak *tevliye* ve *vezîa* da yine İslam hukukunda caiz görülen satış çeşitleridir. *Tevliye*’de satıcı sattığı fiyatın maliyete eşit olduğunu veya ilk alış fiyatına sattığını söyler. Hiç kâr yapmaksızın malı sattığını beyan eder. Kâr, ticaretin vazgeçilmezi olmakla birlikte bazen insanlar ellerindeki malı hemen nakde çevirmek isteyebilirler.⁴⁰⁰ Aynı şekilde yeni bir iş sahasına girmek adına ellerindeki maldan kurtulmayı arzu edebilirler. Bu durumda *tevliye* yoluyla hiç kâr etmeksizin ellerindeki malı hızlıca satma yoluna gidebilirler. Nitekim Hz. Peygamber ile Hz. Ebu Bekir arasında da bu şekilde satış olduğu kaynaklarda geçmiştir.⁴⁰¹ Bu nedenle İslam hukukunda bu satış türleri de caiz görülmüştür. Maliyetin veya alış fiyatının alıcıya açıklanarak pazarlık yapıldığı son satış türü de *vadîadır*.⁴⁰²

Malın alış fiyatından ya da maliyetinden daha düşük fiyata satılmasına *vadîa* denir.⁴⁰³ İslam’ın insana verdiği hürriyetle malında istediği şekilde tasarruf edebileceği ve buna bağlı olarak dilerse malını muayyen kâr ile satabileceği gibi zararına satışını yapmaya da hakkı olduğunu belirtmiştik. Malını hiç karşılık almadan hibe edebilme yetkisine sahip olan bireyin, yine malını ederinden daha düşük bir miktara satması da doğal hakkıdır. Bu tür satışın çeşitli sebepleri olabilmektedir. Alıcıya yardım etme gibi hayır işlemeye yönelik olabileceği gibi, malı hızlıca paraya çevirme, müşterileri dükkana çekme şeklinde iktisadi bir amaca da dayanıyor olabilir. *Vadîa* satışı genellikle darda kalan esnafın başvurduğu bir yöntem olmakla birlikte İslami iktisat anlayışında alıcıların bu durumdan istifade etmesi uygun görülmemiştir.⁴⁰⁴

³⁹⁸ A) Satışa konu olan malın bir önceki satış akdinin sahih olması, B) Malın alış fiyatının iki tarafında doğru olarak bilmesi, C) Önceki satışta ilk satıcıya verilen semenin aynı cinsten olması, D) Kâr miktarını iki tarafında bilmesi. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. “Murâbaha” md., (DİA); Ayrıca konuyla alakalı olarak es-Serahsi, el-Mebcut, XIII, s. 23; Kâsânî, el-Bedayî, Beyrut, 1394/1974, c. 5, s. 134.

³⁹⁹ Malikî âlimler bu tür satışlarda satıcının maliyet konusunda yalan söyleme ihtimalinin olduğunu ve aldatmanın kolay olduğunu belirtmişlerdir. Bu yüzden bu tür satışları mekruh sayarlar.

⁴⁰⁰ Döndüren, a.g.e., s. 244.

⁴⁰¹ El-Kâsânî, a.g.e., s. 220.

⁴⁰² Vazîa veya vadîa şeklinde isimlendirilir. Biz vadîa’yı kullanacağız.

⁴⁰³ Döndüren, a.g.e., s. 244; İsmail Cebeci, “Vadîa” md., (DİA), İstanbul: 2012, c. 42, ss. 418-419.

⁴⁰⁴ Ashab-ı Kiram’dan Cerîr b. Abdillâh el-Becelî, birisinden at satın almak ister. Satıcı, atı 500 dirheme verebileceğini söyler. “Bu at daha fazla eder, şu anda 600 dirhem veririm, fiyatı 800 dirheme kadar da artırabilirim” der. Satıcı, “Atım cidden bu kadar kıymetli midir?” diye sorunca da, “At, belki 800 dirhemden de fazla edebilir, ancak ben daha fazla verecek durumda değilim” diye cevap verir. Bu sırada, pazarlığı takip eden sahabiler, Cerîr’e şöyle derler: “Atı 500 dirheme satın alman mümkünken, fiyatı niçin bu kadar yükselttin. “Cerîr bu soruya şöyle cevap verir: “Biz, alışverişte hile yapmayacağımız hususunda Allah’ Resulüne söz verdik.” İbn Hazm, *el-Muhâllâ*, Mısır, 1389, c. IX, s. 454.

Çarşı-pazarlarda haksız kazancın meydana gelmemesi için sedd-i zerâi kabilinde birçok önlem alınmıştır. Muraba, tevliye ve vadia, piyasada aldatmaların azaltılması için oluşturulan güvene dayalı satış türleri olarak geçer. Piyasa hakkında bilgi sahibi olmayan ve satıcıların beyanlarına göre hareket eden alıcıların hukukunu ilgilendiren bu satış türleri fıkıh literatüründe derinlemesine incelenmiştir.⁴⁰⁵ Zararına satım durumları nispeten daha az vuku bulan durumlar olduğu için bu alanda muraba ve tevliye uygulamaları daha ön plana çıkmıştır. Yine vadiâ türü satışların pazar ekonomisine etkileri klasik kaynaklarda incelenen bir husus değildir.⁴⁰⁶ Pazarı etkilemeye yönelik anti-rekabetçi uygulamalar ihtikâr ve narh konularında ele alınmıştır. Narh, yaygın bilinen durumun aksine sadece enflasyon dönemlerinde devletin uygulama yoluna gittiği iktisadi tavır değildir. Piyasada tröst, kartel⁴⁰⁷ vb. oluşumlara götüren olağanüstü fiyat indirimlerinde de piyasa dengesini korumak adına narh tayin edilebilir.⁴⁰⁸

İslam alimleri piyasa fiyatlarının altında yapılan satışlar vasıtasıyla rekabeti öldürücü ve tekelleşmeye yol açıcı faaliyetlerle ilgili farklı görüşler ortaya koymuşlardır. Kur'an ve sünnette doğrudan bir delil bulamayıp ancak genel ilkeler çerçevesince fikirlerini beyan etmişlerdir.⁴⁰⁹ Fakihlerin ağırlıklı görüşüne göre satıcıların piyasa fiyatının altında yaptıkları satışların takdir edilmesi gerektiği yönündedir.⁴¹⁰ Malını düşük fiyattan satan tüccarın övülmesi gereken bir davranış olarak gören alimlerin dayandığı esas Hz. Peygamberden rivayet edilen “*Satarken, alırken ve borç alacaklarını isterken müsamahakâr davranana Allah rahmet etsin!*”⁴¹¹ gibi ifadelerle birlikte, kolaylık sağlayan, insanlara fayda veren işlerin hayırlı bir hareket olduğu düşüncesidir. Buna göre

⁴⁰⁵ “Vadiâ”, md., (DİA).

⁴⁰⁶ Turan, a.g.m., s. 91.

⁴⁰⁷ “Birçok firmanın aralarında gizlice anlaşarak piyasada rekabeti öldürmek ve insanları sömürmek için bir araya gelmelerine kartel veya tröst denir.” Hamdi Döndüren, “İslam Hukukuna Göre Akdin Feshinden Doğan Tazminat”, Rekabet, Reklam-Promosyon ve Acentelerin Temsil Yetkisi, I. Uluslararası İslam Ticaret Hukukunun Günümüzdeki Meseleleri Kongresi, Konya: 1997, s. 122.

⁴⁰⁸ Bâcî, a.g.e., V, s. 17; İbn Teymiyye, *el-Hisbe fi'l-İslam*, Daru'l-Kutubi'l-İlmiyye, 2010, s. 16.

⁴⁰⁹ Turan, a.g.m., s. 91.

⁴¹⁰ Zerkânî, Muhammed, *Şerhu'l-Zerkânî ale'l-Muvatta*, Mısır, c. 3, s. 114; Bu yöndeki görüşlerin dayandığı temel esas, Müslüman bireyin ammenin menfaati için kendi kârından daha azına kanaat etmesi anlayışına dayanır. Ayrıca Hz. Peygamberin bu esasa ışık tutan bir rivayeti vardır. “Hz. Peygamber bir gün pazarda dolaşırken piyasadaki fiyatların altında fiyatlara mı satış yapıyorsun?” diye sordu. Adam, ‘Evet’ şeklinde cevapladı. Hz. Peygamber, ‘Sabırla ve karşılığını Allah’tan bekleyerek mi?’ diye sorunca, adam tekrar evet dedi. Sonunda Resulullah, ‘Müjdelersin sana, pazarımıza dışardan mal getiren tüccar Allah yolunda cihad etmiş gibidir. Pazarımızda karaborsacılık yapan ise Allah’ın kitabında isyan edene benzer.’ Hâkim, en-Nisâbü’rî, *el-Müstedrek ale's-sahihayn*, Beyrut, ts. c. II, s. 12.

⁴¹¹ Buhari, “Büyu”, 16; Tirmizi, “Büyu”, 74; İbn Macê, “Ticaret”, 28.

piyasaya devlet müdahalesinin Hz. Peygamberin emrine aykırı bir hareket olacağı ve fiyatların yükselip inmesine karşı devletin müdahale etmemesi gerektiği genel görüş olarak yerleşmiştir.⁴¹² Ancak bu görüşler piyasa düzeninde iyi niyet çerçevesinde yapılan indirimler adına belirtilmiştir. Hanefi, Şafii, Hanbeli alimler bu yönde görüş belirtmişlerdir.⁴¹³ Maliki alimler ise bu konuda, genelden ayrılan bir fikir ortaya koymuşlardır. Malikilere göre, piyasa fiyatını korumak alıcı ve satıcı arasındaki adaleti sağlamak adına önemli bir vazifedir. Bu yüzden fiyatlar aşırı yükseldiğinde halka zulüm olduğu için nasıl ki müdahale etmek gerekliliği ortaya çıkıyorsa, fiyatların aşırı düşüşlerinde de piyasa dengesi zarar göreceği için yine devletin müdahale etmesi gerekir.⁴¹⁴

Hanefi alimlerin, narh meselesindeki görüşleri incelendiğinde genel olarak fiyatlara müdahale etmeye özeldir de düşük fiyat politikalarına ket vurmaya mesafeli yaklaştıkları görülmektedir.⁴¹⁵ İmam-ı Âzam, hür ve akıl bağı bir kişinin iktisadi tasarruflarına müdahale edilemeyeceğini, böyle bir davranışın caiz olmadığını söylemiştir.⁴¹⁶ Hanefilerin çarşı-pazar fiyatları konusundaki görüşlerini, Nisâ suresindeki “karşılıklı rıza” emrine dayandırır. Ayrıca Hz. Peygamber’in “Kişinin malı onun rızası olmaksızın başkasına helal olmaz”⁴¹⁷ sözü ile bu iddialarını temellendirirler.⁴¹⁸ Hanefi mezhebinde tüccarın özgürlüğüne yapılan şiddetli vurguya karşın piyasada suni fiyatlamaya denilen haksız rekabet girişimlerine mukabil devletin müdahale etmesi caiz görülmüştür.⁴¹⁹ Ancak mezhebin hâkim görüşüne göre genel bir esas olarak narhın caiz olmaması ile birlikte piyasa fiyatları aşırı fahiş bir derece ile yükselirse⁴²⁰ idarecilerin narh dışında bir çaresi kalmaması durumunda amme menfaatini korumak adına işin ehli olan insanlarla istişareler yaparak geçici bir şekilde narh koymak caiz olur.⁴²¹ Buna göre

⁴¹² Şevkânî, Muhammed b. Ali, *Neylû'l-Evtâr Şerhu Müntekâ Ahbâr*, Kahire, ts. VI, s. 312.

⁴¹³ Mevsilî, *el-İhtiyâr*, c. IV, s. 172; Mâverdî, *el-Hâvî fi'l-Fıkhi's-Şafîi*, Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, Beyrût, 18 Cilt, 1419, c. V, s. 408; İbn Kudâme, Muvakkuddin Abdullah b. Ahmed, *el-Muğnî*, Kahire, ts. (Mektebetü İbn Teymiyye), c. IV, s. 164.

⁴¹⁴ el-Bâcî, *el-Müntekâ*, c. V, ss. 17-18.

⁴¹⁵ Liv, a.g.m., s. 384.

⁴¹⁶ Mevsilî, *el-İhtiyâr*, c. IV, s. 172.

⁴¹⁷ Tirmizî, “Büyü” 73; İbn Mâce, “Ticârât” 27.

⁴¹⁸ İbn Abidin, a.g.e., c. VI, s. 401; Mevsilî, *el-İhtiyâr*, c. IV, s. 172; Daha detaylı bilgi için bkz. Liv, a.g.m., s. 384.

⁴¹⁹ Mevsilî, *el-İhtiyâr*, c. IV, s. 172; Merğînânî, *el-Hidâye*, c. VII, s. 226; Kâsânî, *Bedaiu's-sanaî*, c. V, s. 129.

⁴²⁰ Bu aynı zaman da fahiş derecede düşmesine de yorumlanabilir. Detaylı bilgi için bkz. Döndüren, a.g.e., s. 277.

⁴²¹ Köroğlu, a.g.e., s. 28.

her ne kadar birey özgürlüğünün önemi ortaya konulmuşsa da toplum maslahatı her zaman bir adım öndedir. Bu yüzden toplumun zararının giderilmesine yönelik hacr meşru kabul edilir. Öte yandan devlet hacr yetkisini kullanırken adalet esasını göz önünde bulundurarak hareket etmesi gerekir.⁴²² Hanefilerin gabn-ı fâhiş'i, herhangi bir malı bilirkişilerin belirlediği fiyatın çok fazla üstünde satmak ile çok altında bir fiyattan satın almak şeklinde tanımlarlar.⁴²³ Bu da piyasa fiyatının istikrarının korumasına ehemmiyet gösterdiklerini, sadece yüksek fiyatlarda değil, aşırı düşük fiyatların da dengeleri bozarak haksız kazanca zemin hazırlayacağını düşündüklerini gösterir.⁴²⁴ Aşırı fiyatın tespitinde ise bilirkişilerin günün piyasa şartları içerisindeki belirlemeleri esas alınır.

Şafii mezhebinde, genel görüş piyasanın doğal işlevinin devam ettiği durumlarda devletin fiyatlara hiçbir şekilde müdahale edemeyeceği yönündedir.⁴²⁵ Fiyatların arz ve talebe göre belirlendiği piyasalarda insanlara müdahale etmek onları istemedikleri bir şeye zorlamak olacaktır. Bu yüzden Şafii alimler hacr'ı haram kabul etmezler.⁴²⁶ Malını düşük fiyattan satmak isteyen tüccara yasak koymak da bu görüş kapsamında değerlendirilir.⁴²⁷ Şafii alim Maverdî (450/1058), *el-Ahkamu's-Sultaniyye* adlı eserinde yiyecek ve eşyaya ucuzluk zamanında da pahalılık zamanında da fiyat belirlemenin caiz olmadığını söylemiştir.⁴²⁸ Ancak mezhep alimleri piyasada fiyat spekülasyonları tespit edildiğinde devletin müdahale etme yetkisinin olacağını bunun caiz olduğunu belirtmişlerdir. Delil olarak Hz. Ömer'in, Hatib'a fiyat konusundaki müdahalesini örnek göstermişlerdir.⁴²⁹ Devletin piyasaya müdahalesini belirli şartlara bağlayan Şafii uleması, müdahale edilebilecek mal çerçevesini temel gıda maddeleri ile sınırlamışlardır.⁴³⁰

Hanbelilerin piyasaya müdahale edilmesi yönündeki görüşleri Şafii'ler gibidir.⁴³¹ Normal seyrinde devam eden çarşı pazar ortamlarında piyasaya müdahale etmenin haram

⁴²² “Zaruretler kendi miktarınca takdir olunmalıdır.” Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, md. 22; Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Kallek, “Narh Konusuna Yeniden Bakış”, s. 261.

⁴²³ Döndüren, a.g.e., s. 277.

⁴²⁴ İbn Abidin, *Reddu'l-Muhtar*, c. IV, s. 159.

⁴²⁵ Maverdî, *el-Hâvi'l-Kebir*, c. V, s. 409; İbn Kudâme, *el-Muğni*, c. IV, s. 164.

⁴²⁶ Maverdî, *el-Hâvi'l-Kebir*, c. V, s. 408.

⁴²⁷ Maverdî, *el-Hâvi'l-Kebir*, c. V, s. 408.

⁴²⁸ Maverdî, Ebu'l-Hasan Ali b. Muhammed b. Habib, *el-Ahkamu's-Sultaniyye*, Daru'l-Fikr, ys. s. 221.

⁴²⁹ Cüveynî, *Nihâyetü'l-matlab fi dirâyeti'l-mezheb*, c. 6, s. 63.

⁴³⁰ Gazzâlî, *Fethu'l-azîz bi şerhi'l-Vecîz*, c. VIII, s. 217.

⁴³¹ Şafii ve Hanbeli alimler Enes (r.a.)'den rivayet dilen hadise dayanarak müdahalesizlik ilkesine bağlı bir şekilde devletin enflasyon dönemlerinde dahi piyasaya dokunamayacaklarını savunurlar. Gelen rivayetin illetine göre fiyat sabitlemek zulümdür ve İslam'ın şiarında zulmetmek yoktur. Qazi, a.g.e., s. 109.

olduğu görüşündedirler.⁴³² Tüccarlar ve dışarıdan mal getiren köylüler mallarını piyasadan düşük fiyatlarda satmakta serbesttirler.⁴³³ Hanbeli alim Ebu Ya'la (v.457/1064) eserinde: “Yiyecek ve diğer eşyaya ucuzlukta da pahalılıkta da narh koyulmaz.” buyurarak mezhebin meseleye genel bakışını ortaya koymuştur.⁴³⁴ Hanbeliler, Hz. Peygamberden gelen, fiyatların tayininin Allah tarafından yapıldığı haberine dayanarak ne aşırı yüksek fiyatlarda ne de aşırı düşüşlerde tes'irin caiz olmayacağını bildirmişlerdir.⁴³⁵ Belki insanlar mallarını daha az fiyattan satmak istiyor olabilirler. Onların bu tercih haklarını ellerinden almak suretiyle zorlama ile istekleri dışında tasarruflara yönelmelerini mecbur bırakmak zulümdür. Zulmün olduğu yerde kötülük ortaya çıkar. Buna göre mallarını istemedikleri fiyatlardan satmakla zorlanan tüccarlar tepkisel davranarak ürünlerini çarşı pazardan çekebilir bu da kıtlık ve sıkıntıya yol açabilir.⁴³⁶ Bunların devamında yine piyasada pahalılık ve darlığa yol açacağından, halkın da piyasadaki arz eksikliğinden helak olabileceğinden ötürü insanların fiyatlar konusunda serbest bırakılması, özellikle malını ucuza satan tüccarlara dokunulmaması gerekir.⁴³⁷ Ancak Hanbeli alimlerin düşük fiyatlara karşı müdahale meselesiyle ilgili yeni fikirler ortaya koyduğu görülmektedir. Mezhep alimlerinden bu konuyu en çok araştıran İbn Teymiyye ve İbn Kayyim'in görüşleri daha sonra mezhep içerisinde hâkim görüş olarak yerleşmiştir.⁴³⁸ Hanbeli mezhebinin önemli alimlerinden İbn Teymiyye (728/1328) ve İbn Kayyim el-Cevziyye (751/1350) piyasalarda halkın zarar görmesine sebep olacak suni fiyat dalgalanmalarına karşı devletin müdahale etmesinin caiz olmaktan da öte vacib olduğunu söylemişlerdir.⁴³⁹ Çünkü çarşı pazardaki fiyat spekülasyonlarına rağmen devletin tedbir almaması insanlara zulüm olur.⁴⁴⁰ İbn Kayyim, Hz. Peygamber'in narh koymayı reddetmesi hadisinde de o dönemin şartları gereği Hz. Peygamberin bunu reddettiğini, dolayısıyla talebin artması ya da arzın düşüşü gibi doğal etkenlerin var

⁴³² İbn Kudâme, *el-Muğni*, c. IV, s. 164; Buhûtî, *Metnu'l-İkna'*, thk. Muhammed Emin ed-Dınnavî, Daru'l-Fıkr, Beyrut, 1402, c. III, s. 187.

⁴³³ İbn Kudame, *el-Muğni*, c. IV, s. 164.

⁴³⁴ Ebû Ya'la, Muhammed b. Hüseyin el-Ferrâ, *el-Ahkâmu's-Sultâniyye*, Beyrut, 1983, s. 303.

⁴³⁵ İbn Kudâme, *el-Muğni*, c. IV, s. 164.

⁴³⁶ İbn Kudame, a.g.e., c. IV, s. 164. Konuyla alakalı detaylı bilgi için bkz. Liv, a.g.m., s. 387.

⁴³⁷ İbn Kudame, a.g.e., c. IV, s. 164.

⁴³⁸ Köroğlu, a.g.e., ss. 31-32.

⁴³⁹ Köroğlu, a.g.e., s. 27.

⁴⁴⁰ İbn Teymiyye, *el-Mecmau'l-fetava*, Medine: Mecma'u'l-Melik Fahd, 1416/1995, c. 28, ss. 74-80; İbn Kayyim el-Cevziyye, *Turuku'l-hükmiyye fi siyaseti's-şer'iyye*, Kahire: Mektebetü Daru'l-beyan, ts. c. 1, s. 206.

olduğu durumlarda pazara müdahale edilemeyeceğini söylemiştir.⁴⁴¹ İbn Teymiyye de, hadisin belirli bir somut duruma atıfta bulunduğunu, dönemin şartları gereği fiyatlara müdahalenin gereksiz kalacağını dolayısıyla Peygamber'in dile getirdiği hükmün geçici olduğunu görüşündedir.⁴⁴² İbn Kayyim, daha kendi döneminde bile bugünün haksız kazanç ve zulüm aracı olarak nitelenen kartelleşme ve tröst meselelerine de değinmiştir. Belirli ürünlerin toplumun belli bir kesimi tarafından satışının yapılmasına müsaade edilmesi ve bu imtiyazlı kişilerin de tekeli elinde bulundurdukları ürünleri yüksek fiyatlardan satışını yapmalarının caiz olmadığını, böyle durumlarda devletin emsal fiyat üstünden narh koyabileceğini ileri sürmüştür.⁴⁴³ İbn Haldun'a göre fiyatların aşırı düşürülmesi ve böyle devam etmesi piyasaya zarar verecek esnaf ve zanaatkârları pazarın dışına sürerek haksız rekabeti doğuracaktır. Aşırı yüksek fiyatların da topluma zulüm olacağını belirten İbn Haldun, fiyatların bu iki aşırılık arasında tespit edilmesi iki tarafın da maslahatına uygun olacağını söyler. Vasat fiyat diye tespit ettiği piyasa fiyatında hem satıcı kâr elde edecek hem de alıcı rahatça ihtiyaç maddelerine ulaşacaktır.⁴⁴⁴

Maliki mezhebine mensup alimler, piyasa fiyatının altında yapılan satışlar hususunda diğer mezhep alimlerine göre farklı görüşler öne sürmüşlerdir. İmam Malik, İbnu'l-Kâsım'ın rivayetiyle bir üründe muteber olan fiyatın piyasada yaygın olan fiyat olduğu, muteber fiyatın altında satış yapılamayacağı ve halifenin dilerse düşük fiyattan satış yapanlara müdahale edebileceği görüşündedir. İmam Malik bu görüşünü Hz. Ömer'in, Hatib b. Beltea'ya yaptığı uyarıya ve Ömer b. Abdulaziz'in (v.101/720) piyasa dengesine yönelik yaptığı düzenlemelere⁴⁴⁵ dayandırır.⁴⁴⁶ İbn Rüşd, *el-beyân ve't-tahsil* adlı eserinde İmam Malik'in şöyle dediğini nakleder:

*“Bir tüccar piyasayı ifsad etmek ve esnafı zarara uğratmak için piyasa fiyatından oldukça düşük satış yaparsa, kendisine ya piyasa fiyatından satış yapması ihtarı yapılır ya da bütün esnafın belirlenen bir fiyatla satış yapması istenir.”*⁴⁴⁷

⁴⁴¹ İbn Kayyim, a.g.e., c. 1, s. 206.

⁴⁴² Kemalî, a.g.m., s. 54.

⁴⁴³ İbn Kayyim, a.g.e., c. 1, ss. 206-207.

⁴⁴⁴ M. Umer Chapra, *İslam İktisadında Ahlak ve Adalet*, çev. Mehmet Saraç, İSİFAM, İstanbul Üniversitesi İslam İktisadı ve Finansı Uygulama ve Araştırma Merkezi, İstanbul: 2018, s. 52.

⁴⁴⁵ Ömer b. Abdulaziz döneminde bir grup tüccar aralarında anlaşma yaparak başka grup tüccara karşı pazar engeli oluşturmak amacıyla fiyatları düşürmüşlerdi. Halife Ömer b. Abdulaziz, fiyatlarını düşüren tüccarlara bu durumu sonlandırmalarını emretmişti. El-Bâcî, a.g.e., c. V, ss. 17-18.

⁴⁴⁶ Bâcî, Ebu'l-Velid Süleyman b. Halef el-Endelüsî, *el-Müntekâ Şerhu'l-Muvatta*, 1332/1914, c. V, s. 18.

⁴⁴⁷ M. Fatih Turan'ın makalesinden alıntılanarak eklenmiştir. İbn Rüşd, *el-Beyân ve't-Tahsil*, Dâru'l-Garbî'l-İslâmî, Beyrut, 1408, IX, s. 313.

Bu sözleriyle İmam Malik, pazar dengesine zarar verecek düzeyde düşük fiyat satışlarının ticari hayatın yasakları kapsamında değerlendirmiştir.

Maliki alimlerden Bâcî (v.403/1100), narh meselesini tartışırken pazarda piyasadan daha düşük bir fiyatla satış yapan tacirin fiyatlarını piyasa düzeyine çekmesi yönünde uyarılabileceği, karşı gelmesi halinde pazardan men edilebileceği görüşündedir.⁴⁴⁸ Muvatta şerhinde konuyla alakalı şöyle söylemiştir:

*“Bir kişi veya az sayıda bir grup, büyük çoğunluğa muhalefet ederek fiyatları düşürmüşlerse onlara, ya kahir çoğunluğun sattığı fiyattan satış yapmaları, aksi halde alışverişi terk etmeleri emredilir. Ancak, bir kişi veya az sayıda kişiler fiyatları yükseltse çoğunluğa, bu zamlı fiyattan satış yapmaları veya alışverişi terk etmeleri emredilmez”*⁴⁴⁹

Buradaki hükümden anlaşılacağı üzere satıcılar piyasayı etkileyecek şekilde sattıkları malların fiyatlarında indirim yapamazlar. Çünkü her ne kadar toplum için faydalı bir iş yapıyor gibi görünse de başka esnafları olumsuz yönde etkileyebilirler.⁴⁵⁰ Fazla indirim yaparak piyasada düzensizlik oluşunca mallarını düşük fiyattan satmak istemeyen esnaflar arzı kesebilir, bu durum mal temininde zorluğa yol açabilir. Buna dayanarak çarşı-pazardan sorumlu devlet görevlisinin satıcı ve alıcı kişiler için maslahat gördüğü üzere fiyatlar belirleyebilme⁴⁵¹ ve bunun dışında bir fiyattan satışı, düşük de olsa yasaklayabilme yetkisi vardır. Çünkü idarecinin mübadele mekanizması içindeki esas amacı hem satıcının kâr yapabilmesi hem de müşterilerin zarar görmemesidir.⁴⁵²

Bahsi geçen dönemlerde câlib olarak isimlendirilen bugünün ifadesiyle tedarikçiler için özel incelemelerde bulunan mezhep alimlerinden İbn Habib’e göre, satıcı, tedarikçi sıfatıyla dışarıdan gelen kişi dahi olsa pazara indiği vakit artık piyasa dengesine uyma noktasında sorumludur. Piyasa ehlinin hükümleri dışarıdan gelen

⁴⁴⁸ Bâcî, a.g.e., c. V, s. 17.

⁴⁴⁹ Bâcî, a.g.e., c. V, s. 17.

⁴⁵⁰ Köroğlu, a.g.e., s. 30.

⁴⁵¹ Bâcî, eserinin “tes’ir” bölümünün başında konuyla alakalı mülahazada bulunmuştur. Ona göre devlet yetkilisi eğer fiyat belirleyecekse ilk önce pazara gitmesi gerekir. Pazarın ileri gelenlerini topladıktan sonra büyük bir topluluk içerisinde istişarede bulunması şahitlik açısından önemlidir. Yetkili âmir (kadı diyebiliriz), esnafın ileri gelenlerine ticaret meseleleri ile alakalı soru sorması, ürünleri nasıl aldıklarını nasıl sattıklarını danışması fiyat belirleme esnasında adil davranmasını sağlayacak bilgiler olacaktır. Kadı, esnafı belli bir fiyattan satışı, uzlaşma sağlanmadan zorlayamaz. Esnafı ikna etmesi gerekir. Pazar ehlinin de razı olduğu fiyatlarda uzlaşma sağlanınca hem satıcı hem de müşteri kazançlı çıkar. Bâcî, a.g.e., c. V, s. 19.

⁴⁵² Bâcî, a.g.e., c. V, s. 18.

yabancılar için de geçerli olacaktır. Bu yüzden, tedarikçi de olsa piyasa fiyatlarının altında satış yapmaları durumunda bu hareketlerinden men edilirler.⁴⁵³

Hanefî, Hanbelî, Şafîî alimler gibi, çoğu Maliki alim de devlet yetkilisinin fiyatlara müdahale etmesini, piyasada spekülâtif fiyat artışları veya düşüşleri esnasında gerekli görürler.⁴⁵⁴ Alimler arasında bu şekilde genel bir şart koşulması İslâm'ın tam mülkiyete verdiği önem sebebiyledir. Buna karşın genel bir kaide olarak İslâm anlayışında zarar vermek yoktur.⁴⁵⁵ Kişi, mülkiyeti altında olan eşyalarla başkasına zarar veremez. Çoğu Maliki alim gibi bu görüşlere sahip olan Kurtubalî Yahya b. Ömer, eserinde narh başlığı altında konuyla alakalı mülâhazalarını ortaya koyarken pazarda piyasanın altında fiyatlarla yapılan satışlarla ilgili yorumlarda bulunmuştur. Ona göre haksız sayılabilecek fiyat indirimlerinin pazardan sorumlu yetkili kişi tarafından engellenmesi gerekmektedir. Kendisi de Endülüs'te ikamet eden Yahya b. Ömer döneminde Endülüs pazarlarında haksız rekabet oluşmaması adına malların üzerlerine fiyat etiketi yapıştırıldığı bilinmektedir.⁴⁵⁶

Kişilerin çarşı pazarda fiyatlarını piyasanın altına çekmesini doğal bir mülkiyet hakkına dayandıran (ve dolayısıyla buna müdahale edilmemesi gerektiğini savunan) görüş sahiplerinin, bu yönde fikir beyan etmelerine zemin hazırlayan hüccetler incelendiğinde özetle şu şekilde sıralama yapılabilir;⁴⁵⁷

- Genel olarak öne sürülen birinci delil, Yüce Allah'ın kitabında akitlerin karşılıklı rızaya dayanarak yapılmasını emretmiş olmasıdır.⁴⁵⁸ (Malını indirimli şekilde satmak isteyen kişiyi bundan men etmek onu ikrah altına almak olacaktır ki bu da Allah'ın ayetine ters düşen bir uygulamadır.),

- Hz. Peygamber'in, Medine pazarındaki fiyat artışlarına karşı fiyatların tahdid edilmesi teklifini reddetmiş ve pazara narh koymamıştır,⁴⁵⁹

⁴⁵³ Tedarikçi (Câlib)'lerin ucuz mal satmaları ile alakalı mesele incelenirken bazı istisnalar uygulanmıştır. Buna göre dönemin önemli yaşamsal maddelerinden sayılacak buğday ve arpa fiyatlarını düşüren tedarikçilere müdahale edilmez. Bazı alimlere göre câlibler pazar ehli olmamalarından dolayı pazar kurallarına tabi olmamaktadırlar. Bâcî, a.g.e., c. V, ss. 17-18.

⁴⁵⁴ Bâcî, c. V, s. 19; Yahya b. Ömer, el-Endelûsî, *Kitabu'n-Nazar ve'l-ahkâm fî cem'i ahvâlî's-sûk*, Tunus, 1975, ss. 40-46.

⁴⁵⁵ يزال الضرر (Zarar izâle olunur).

⁴⁵⁶ Yahya b. Ömer, a.g.e., s. 47; Kallek, "Narh Konusuna Yeniden Bakış", s. 268.

⁴⁵⁷ Turan, a.g.m., s. 92.

⁴⁵⁸ Nisâ, 4/29.

⁴⁵⁹ Tirmizî, "Büyu", 73; Ebu Davud, "İcara", 49; İbn Mace, "Ticaret", 27.

- Hz. Peygamber her defasında ticaret ortamında insanların kendi hallerine bırakılmasını emretmiştir⁴⁶⁰,

- Pazar esnaflarından piyasadan daha düşük miktarda fiyatla satış yapan kişinin alıkonulması İslam iktisat ahlakına uygun bir hareketi engellemek olacaktır. Çünkü indirimli şekilde malını satan kişi, müşterilerinin maslahatına uygun hareket etmiştir bu yüzden takdir edilmesi gerekir.⁴⁶¹

- Rivayete göre Hz. Peygamber, pazarda mallarını düşük fiyattan satan biriyle yaşadığı diyalog sonucunda o şahsın bu hareketini övmüştür.⁴⁶²

- Hz. Ömer'in, Hâtib ile yaşadığı olay sonrasında bu hareketinden dolayı pişman olup tekrar Hâtib'in evine giderek ona çarşıda mallarını istediği fiyattan satabileceğini söylemiştir. Dolayısıyla bu hadise, İslam'da serbest piyasa sisteminin ölçü alındığını dolayısıyla Müslümanların mallarını indirimli satmalarında özgür olduğunun göstergesi kabul edilmelidir.⁴⁶³

- İnsanların mallarına fiyat belirlemek çoğu zaman piyasanın kötü etkilenmesine sebep olur. Tedarikçiler devletin fiyatlara çok fazla müdahale ettiği bölgelere mallarını getirmek istemezler. Bu yüzden tes'ir, yani fiyat belirlemek, piyasada mal arzının kesintiye uğramasına yol açar. Bu da halkın ihtiyaç duyduğu mallara ulaşamamasına veya çok az ulaşabilmesine sebep olur. Böyle devam eden süreçte mal kıtlığı beraberinde piyasada fiyatların aşırı yükselmesine yol açar.⁴⁶⁴

- Son olarak malını maliyet altında satışla pazara süren birinin bu yaptığı vadia satışı İslam hukukunda caiz görülen alım-satım türleri arasında sayılır. İslam alimlerinin bu nevi satışı kabul edilebilir olarak tanımlarken rivayetleri de dayanak göstermişlerdir.⁴⁶⁵ Ayrıca ticari hayatın hızlı değişkenliği maliyet altı satışları bazen mantıklı sebebe dayandırabilir. Bir kişi malını belli bir kâr ile satabileceği gibi zararına da satabilir. Alıcıya yardımcı olma, malı bir an evvel elinden çıkarma veya müşteri hacmini genişletme şeklinde sebepler maliyet altı satışların akli izahları olarak sayılırlar. Bu sebeple bu tür satışların yasaklanması tüccarların yakalamak istedikleri fırsatları engelleyebilir ve ticaret hayatının akışına zarar verebilir.

⁴⁶⁰ “İnsanları kendi hallerine terk ediniz, Allah onları birbirleri ile rızıklandırır.” Muslîm, “Büyû”, 6.

⁴⁶¹ Bkz. 399. Dipnot.

⁴⁶² Hâkim, *el-Müstedrek*, c. II, s. 12.

⁴⁶³ İbn Kudâme, *el-Muğni*, c. IV, s. 164.

⁴⁶⁴ İbn Kudâme, a.g.e., c. IV, s. 164.

⁴⁶⁵ Cebeci, “Vadîa”, md., (DİA)

Çoğunlukla Maliki mezhebi alimlerinin savunduğu görüş olan pazarda piyasadan daha düşük fiyatla satışın yasaklanması gerektiği fikrinin hüccetlerine gelince;

- Her ne kadar fikrinden dönmüş olsa da Hâtıb b. Ebî Beltea'yı ucuz fiyattan üzüm sattığını gören Hz. Ömer'in onu uyarması bu meselede önemli bir delil olarak görülmelidir. Çünkü Hz. Ömer ileri görüşlülüğüyle bu uyarısında toplum maslahatına önem vererek hareket etmiştir. Onun siyaseti hiçbir teşebbüsün piyasa dengesini bozmasına ve kamu maslahatını tehlikeye sokmasına müsaade etmemek üzerine kuruluydu. Bu siyaset bakışı sebebiyle Hâtıb'ın calibleri sindirmek amacıyla indirim yaptığını düşünmesine sebep oldu.⁴⁶⁶ Mevsim şartları dikkate alındığında Taif'ten gelecek olan kuru üzüm satıcıları Hâtıb'ın satış fiyatlarının ne kadar düşük olduğunu görünce mallarını pazara getirmekten vazgeçebilirlerdi.⁴⁶⁷ Bu tehlikeyi öngören Hz. Ömer pazar arzının devamlılığı ve pazar dengesinin istikrarı için bu uyarıyı yapmıştı.⁴⁶⁸ Sonuç olarak bakıldığında mülkiyet hakkı ihlali olarak görülen Hz. Ömer'in bu hareketi İslam fıkhnın, büyük zarardan kaçmak için küçük zarara katlanma ilkesine dayanır. Hâtıb'ın üzerindeki bu kısıtlama, kuşkusuz bir esnafın malını karşılıklı rızaya dayalı bir fiyattan satma hakkına müdahaledir. Ancak bu ihlal, toplumun büyük kesiminin maslahatı ve iktisadi dengenin korunması için müsaade edilen bir uygulamadır.⁴⁶⁹ Nitekim düşük fiyat uygulaması sebebiyle piyasadan mal çekilebilir bundan dolayı arz kıtlığı meydana gelebilir.⁴⁷⁰

- İslam, iktisadi hayatın serbest ve tam rekabet çerçevesinde fiyatların arz ve talep dengesine göre oluşmasını ister. Bu şekilde oluşan fiyatlara da piyasa fiyatı denir. Yine İslam, piyasa fiyatlarının devamlılığına önem vererek, piyasa fiyatlarını olumsuz yönde etkileyecek her türlü teşebbüslerin önüne geçilmesi gerektiğini vurgulamıştır. İnsanların temel ihtiyaç maddelerini stoklayıp daha sonra pahalıya satmak, şehirlinin köylüyü yolda

⁴⁶⁶ Arkawı, a.g.e., s. 51.

⁴⁶⁷ İbn Kudâme, a.g.e., c. IV, s. 164; İbn Teymiyye, *el-Hisbe*, s. 32.

⁴⁶⁸ Hz. Ömer ile Hâtıb arasında geçen bu olay dönemsel açıdan incelendiğinde, Hz. Ömer'in bu şekilde davranmasının sebebinin o dönemde ciddi olarak kıtlığı çekilen gıda ürünlerinin ithal edilmesini teşvik etmek amacıyla olduğu anlaşılabılır. Piyasa fiyatından daha düşük bir fiyatla çarşıya ürün arz edilmesi iki durumun oluşmasına yol açar. İlk olarak rakip esnafın yapılan indirim karşısında rekabet ettiklerinde maliyetlerinin bunu kurtarmayacağını görecektir ve mal arzını keseceklerdir. Bu durum da talep enflasyonuna yol açacaktır. Aşırı fiyat düşürmelerinde oluşacak ikinci durumda yıkıcı fiyat uygulayan firma belli bir süre maliyet altı satışlara katlanarak rakiplerini piyasa dışına itecek ve pazar tekeli eline geçirecektir. Her iki durum da İslam'ın piyasa sisteminde oluşmasını istemediği durumlardır. Hz. Ömer bu iki durumu öngörerek hareket ettiği düşünülebilir. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. İlgen, a.g.e., s. 75; Arkawı, a.g.e., s. 34.

⁴⁶⁹ Qazi, a.g.e., s. 105.

⁴⁷⁰ Arkawı, a.g.e., s. 85.

karşılması veya onun adına pazarda satış yapması, yine malların fiyatını suni olarak yükseltmeye sebebiyet verecek spekülâtif müdahalelerde bulunarak fiyat kısıtırmak gibi uygulamalar haram görülerek vuku bulmamaları için önlemler alınmıştır. Piyasada düşük fiyatla satış yaparak rakiplerini saf dışı bırakma amacı da bu kapsamda değerlendirilerek diğer esnafın maslahatı gereği engellenmesi gereken satış hareketleridir.⁴⁷¹

- Hz. Peygamber'in fiyatlara narh tayin etmemesi meselesini dönemin şartlarına bağlayan alimler, sahâbi devrinde alışverişlerde dürüst hareket edildiğini, ticari ahlakın toplumda hâkim olduğunu ne satıcının ne de alıcıların istismar edilmediğini göz önünde bulundurmak gerektiğini söylerler.⁴⁷² Bahsi geçen dönemde fiyat dalgalanmalarının doğal arz talebe göre oluştuğunu böyle bir durumda da piyasaya müdahalenin haksızlığa yol açacağını belirtmişlerdir. Ayrıca bahsi geçen dönemde Hz. Peygamber'den narh koymasını istedikleri mallar ithal edilen ürünlerdendi. İthal ürünlerin fiyatlarına müdahalede bulunmak ithalatın kesilmesine, arz eksikliğine ve malların karaborsaya düşmesine sebep olacaktı. Bu sebeple Hz. Peygamber fiyat belirlememişti.⁴⁷³ Oysa bahsi geçen konuda düşük fiyattan satışın altındaki niyet incelendiğinde piyasa düzenini alt üst ederek tekelleşmeye gelme amacı taşıdığı görülür. Devletin böyle durumlarda piyasaya müdahale etmemesi sedd-i zerai ilkesini yerine getirmemesi anlamına gelecek ve çarşı pazarda tröst kartel gibi oluşumlar meydana gelecektir.⁴⁷⁴

- Allah, Müslümanların çarşı pazarlarda birbirlerine haksızlık etmeden güven içerisinde alışveriş yapmalarını emretmiştir.⁴⁷⁵ Esnafın bir kesiminin piyasadaki çok daha düşük fiyatla mal arz etmesi diğer esnafa zarar verebilir.⁴⁷⁶ Halbuki ticaret hayatıyla ilgili ayetler incelendiğinde birbirine zarar vermeksizin hareket etmek ve bu güven ortamını yıkmamak en önemli emirler arasında zikredilmiştir. Yine İslam hukukunun genel kaideleri arasında görülen "*Zarar ve mukabele bi'z-zarar yoktur.*"⁴⁷⁷ esası gereği, Müslüman şahsiyet rakiplerini yıldırma amacıyla spekülâtif indirimli satışlar yapmamalıdır.

⁴⁷¹ Bâci, a.g.e., c. V, ss. 17-18.

⁴⁷² Hamdi Döndüren, İslam Hukukuna Göre Akdin Feshinden Doğan Tazminat, Rekabet, Reklam-Promosyon ve Acentelerin Temsil Yetkisi, I. Uluslararası İslam Ticaret Hukukunun Günümüzdeki Meseleleri Kongresi, Konya: 1997, ss. 119-120.

⁴⁷³ Ahmet Tabakoğlu, "Osmanlı Ekonomisinde Fiyat Denetimi", İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, c. 43, (1987), s. 113.

⁴⁷⁴ Bâci, a.g.e., c. V, s. 17; Bkz. 434. Dipnot.

⁴⁷⁵ Nisâ, 4/29; Mutaaffin, 83/1-4; Âli İmrân, 3/104, 110, 114; Bakara, 1/172, 282.

⁴⁷⁶ Bkz. 436. Dipnot.

⁴⁷⁷ Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, md. 19.

- Nisa suresi 29. Ayette, akitlerde karşılıklı rızaya yapılan vurguyla beraber, başkalarının mallarını haksız yolla yemenin haramlığına da dikkat çekilmiştir. Her türlü haram akdin bu ayet çerçevesi içerisine girdiği görüşünde olanlarla beraber⁴⁷⁸, buradaki batıl kelimesinden haksız kazanç anlamı çıkaran alimler de olmuştur.⁴⁷⁹ Aşırı düşük fiyatlarla satış yaparak başka satıcıları zor durumda bırakmak, onların rızıkına çökmek ve piyasa dengesini bozmak hiç şüphesiz haksız kazanç çerçevesinde değerlendirilmesi gereken bir uygulama olacaktır.

Genel olarak mezhep alimlerinin yorumları incelendiğinde hayatın her alanında vurgulanan kişisel özgürlük prensibinin çarşı pazar hayatında da önemli bir olgu olduğu görülmektedir. İslam'ın getirdiği ekonomik sistemde, piyasa fiyatlarının tam rekabetçi bir düzen içerisinde arz ve talebin karşılaşması sonucunda belirlenmesi gerekir.⁴⁸⁰ Yine de bu alimlere göre devletin bireysel haklara saygı duymasından da öte toplumsal menfaati koruması gerektiğini gözden kaçırmamak gerekir. Eğer piyasadaki fiyat dalgalanmaları kitlesel zarara yol açacaksa bu durumda devletin narh koymaması veya belirli bir fiyat tayin etmemesi tüm halka zulmün yolunu açacaktır.⁴⁸¹ Normal şartlarda serbest piyasayı savunan ve fiyat tayinlerine izin vermeyen şer'î nizam, teşebbüslerin kitlesel menfaatlere karşı tehdit oluşturacak şekilde piyasayı manipüle ederek haksız gelir elde etmesine karşı devletin tes'ir uygulamasını caiz ve hatta bazen vacib görmüştür. Çünkü halkın maslahatını gözetmek tek tek tüccarların menfaatini gözetmekten daha büyük bir sorumluluk taşır.⁴⁸² Her ne kadar devlet burada bir kişinin malları üzerindeki yetkisini kısıtlayarak bir ilkeyi çiğnemiş gibi duruyorsa da daha büyük bir zararın önüne geçecektir. *Zarar-ı âmmı def için zarar-ı has ihtiyar olunur*⁴⁸³ anlayışı gereğince daha büyük zararı önlemek adına ufak çapta zararlara katlanılması meşru bir hareket olarak görülür. Bu noktada önemli bir husus olarak zikredilmesi gereken şey ise, Maliki alimlerin, devlet otoritesinin tes'ir uygulama sahasını daha da genişleterek, diğerlerinden ayrılmaları olmuştur. Maliki alimler, narh koymayı meşru bir zemine oturturken bunu hem halkın zarar görmesi durumunda gerekli olduğunu zikretmişler hem de çarşı pazar

⁴⁷⁸ Cassas, Ebu Bekir Ahmed, Ali b. Razi, *Ahkamul Kuran*, Beyrut, ts. II. 128.

⁴⁷⁹ Kurtubi, Ebu Abdullah Muhammed b. Ahmed el-Ensari, *el-Cami'il-Ahkamul Kuran*, ts. c. V, s. 150.

⁴⁸⁰ Turan, a.g.m., s. 79.

⁴⁸¹ Mevsilî, *el-İhtiyâr*, c. IV, s. 172; Merğînânî, *el-Hidâye*, c. VII, s. 226; Kâsânî, *Bedaiu's-sanaî*, c. V, s. 129; Cüveynî, *Nihâyetü'l-matlab fi dirâyeti'l-mezheb*, c. 6, s. 63; Bkz. 427. Dipnot.

⁴⁸² S. M. Hasanuzzaman, *İslam İktisadının Fıkhi İlkeleri*, çev. Hamdi Çilingir, İstanbul: İktisat Yayınları, 2017, s. 22.

⁴⁸³ Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, md. 26.

esnafının zarar görmesi durumunda caiz görmüşlerdir.⁴⁸⁴ Genelinin Maliki alimlerin oluşturduğu ikinci görüşte olan alimler burada narh koymayı veya tes'ir tarzı müdahaleci yaklaşımları rekabetin korunması adına birer araç olarak görürler. İmam Malik, “*Bir tacir piyasayı ifsad etmek ve esnafı zarara uğratmak için piyasa fiyatından oldukça düşük satış yaparsa, kendisine ya piyasa fiyatından satış yapması ihtarı yapılır ya da bütün esnafın belirlenen bir fiyatla satış yapması istenir.*”⁴⁸⁵ sözü ile, piyasada rekabetin korunması ve devamlılığı için, pazar esnafına zarar verecek spekülative fiyat indirimlerine müdahale edilmesi gerektiğini bildirmiştir. İmam Malik'in Muvatta adlı eserini şerh eden Maliki alim Bacî de bu yönde görüş bildirmiştir. Ona göre pazarda küçük bir grubun fiyatlarını çok yükseğe çekmesi pazarda dengesizliğe sebep olmaz iken belli bir grubun fiyatları çok aşağıya çekmesi ise düzeni bozan teşebbüs olarak adlandırılır. Bu sebeple belli bir kesimin fiyatlarını yukarı çekmelerine müdahale etmeye gerek yoktur ancak piyasa fiyatından⁴⁸⁶ daha aşağıda satan esnafa müdahale etmek gerekli bir durumdur görüşünü savunur. Dolayısıyla Maliki alimlere göre ister normal koşullarda isterse olağanüstü durumlarda olsun, bir grup tüccarın fiyatları indirmelerinde esnaf kardeşlerine zarar verme, onları saf dışı bırakma niyeti aşık bir şey ise bu hareketlerinden men edilirler.⁴⁸⁷ 1988 yılında Kuveyt'te gerçekleştirilen İslam Fıkıh Akademisi kararında narh meselesi ile ilgili alınan şu karar Maliki alimlerin de görüşlerini destekler niteliktedir:

*“Yetkililer, suni âmillerden kaynaklanan ve piyasanın sağlıklı işlemlerini önleyen açık bir durum bulmadıkça narh yoluyla piyasa ve fiyatlara müdahalede bulunamazlar. Böyle bir durumda ise yetkililer, söz konusu âmilleri ve durumu, pahalılık ve aşırı aldanma sebeplerini ortadan kaldırmaya imkân verecek âdil yöntemlerle müdahalede bulunabilirler”*⁴⁸⁸

Bu kararla anlaşılacağı üzere devletin, piyasa düzenini bozan yıkıcı fiyat uygulamaları da dahil olmak üzere her türlü spekülative hareketi engellemesi iktisadi nizam adına esas görevlerindendir.

Ayetlerin getirdiği ilkeler ve Hz. Peygamber'in söylemlerinden anlaşılacağı üzere İslam iktisat anlayışı piyasa nizamının devamı için, fiyatların arz ve talep karşılaşması

⁴⁸⁴ Turan, a.g.m., ss. 93-94.

⁴⁸⁵ İbn Rüşd, *el-Beyân ve't-Tahsil*, Dâru'l-Garbî'l-İslamî, Beyrut, 1408, IX, s. 313.

⁴⁸⁶ Çoğunluğun fiyatını piyasa fiyatı olarak kabul etmiştir.

⁴⁸⁷ Arkawî, a.g.e., s. 10.

⁴⁸⁸ İslam Fıkıh Akademisi, 1988 yılı, 5. Dönem, 8. Nolu kararıdır.

sonucunda doğal seyriyle oluşmasını amaçladığını dile getirmiştik.⁴⁸⁹ Piyasa dengelerini sarsan tröst, kartel gibi oluşumların önüne geçmek için devletin müdahalesini meşru görür. Çünkü tröst gibi oluşumlar piyasada rekabeti öldürmek için her türlü yola başvurabilirler. En sık başvurulmuş hallerden biri olan yıkıcı fiyatlandırma bunlardan biridir. Tröst birlikleri, dürüst ticaret yapmak isteyen diğer firmaların kendilerine katılmalarını zorlamak için piyasada mallarını çok düşük fiyattan satıp rakiplerin gardını düşürmeyi amaçlarlar. Yıkıcı rekabete dayanamayan rakip firmalar ya iflaslarını verirler ya da tröst birliklerine dahil olurlar.⁴⁹⁰ Yüce Allah, “*Böylece o mallar, içinizden yalnız zenginler arasında dönüp dolaşan bir servet olmasın*”⁴⁹¹ ayet-i kerimesinden ganimetlerin dağıtımında adil davranılmasını emretmenin yanında diğer yandan toplumda kartelleşme tarzında tekel oluşumların önüne geçilmesi gerektiği mesajı da anlaşılabilmektedir.⁴⁹²

Servetlerin topluma ve rakiplere karşı bir koz olarak görülmesi ve bunu tahakküm aracı olarak kullanılması İslam anlayışının izin vermediği davranışlardır. Rekabet etmenin kendisi de bir imkân olarak değerlendirildiğinde imkanların olabildiğince geniş bir toplum yelpazesine eşit sunulması kartelleşmenin ve tekelleşmenin önüne geçecek uygulamalar olacaktır. İmkanların eşit olarak dağıtılması da ancak piyasaya yönelik suni saldırılara karşı alınan tedbirlerle gerçekleştirilebilecektir. Narh koymayı kişisel mülkiyet haklarına yönelik hacr olarak gören İmam Azam Ebu Hanife de dolaylı yoldan yıkıcı fiyat uygulamasına temas etmiştir. Piyasa spekülasyonları konusu ile alakalı, bir menkul veya gayr-ı menkulü paylaşma hakkına sahip olan kişilerin sırf o malın fiyatını yükseltmek amacıyla aralarında anlaşarak ortaklık kurmaları caiz değildir, diyerek piyasa fiyatlarını suni yolla yükseltme girişimlerini, (dolaylı şekilde yıkıcı fiyat uygulamasını) caiz

⁴⁸⁹ Turan, a.g.m., s. 94.

⁴⁹⁰ Hamdi Döndüren, “İslam Hukukuna Göre Akdin Feshinden Doğan Tazminat, Rekabet”, Reklam-Promosyon ve Acentelerin Temsil Yetkisi, I. Uluslararası İslam Ticaret Hukukunun Günümüzdeki Meseleleri Kongresi, Konya: 1997, s. 123.

⁴⁹¹ Haşr, 59/7.

⁴⁹² Nitekim Hz. Ömer de bu ayetten toplum olarak üretilip maddi bir değer haline gelen mülklerin belli kişilerin elinde dönüp dolaşmaması, sosyal adalet sistemi gereği refah ve imkanların herkese eşit miktarda ulaşması gerektiğini anladığı için o dönem savaş ganimeti olan Irak arazisinin paylaşılması görüşüne karşı durmuş ve sözü edilen ayeti delil olarak sunmuştur. Toprakların paylaşılması ile gelebilecek sorunlara (tekelleşme, mülkiyet dengesizliği gibi) işaret ederek o dönem muhalif duran sahabe topluluğunu ikna etmiştir. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. *Kur'an Yolu Türkçe Meal ve Tefsir*, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara: 2012, C.5, ss. 288-289.

görmemiştir.⁴⁹³ Yine yıkıcı fiyat uygulamasına benzer bir girişim olarak görülebilecek haksız rekabet meselesini ele alan İbn Teymiyye,

*“Belli bir mal çeşidini alıp satmakta olan bir grup tüccar piyasa fiyatından daha düşük olan ve kendi kararlaştırdıkları bir fiyatla satın alarak zulüm ederlerse ve sattıklarını da piyasa fiyatından daha yüksek bir fiyata satar ve aralarında ortaklık kurup elde ettiklerini bölüşürse bu işten men edilirler.”*⁴⁹⁴ diyerek, daha geniş bir tüccar kesimini kapsayacak şekilde yasağı genişletmişlerdir.⁴⁹⁵

Bilindiği gibi yıkıcı fiyat uygulaması pazardaki bir teşebbüsün rakiplerini piyasadan süpürmek adına belli bir dönem boyunca ürünlerini maliyetin altında satması, daha sonrasında pazarda rakipsiz kalarak bu avantajı kullanmak üzere pazarı istediği şekilde yönetecek şekilde fiyatları çok yüksek miktarlara çıkarmasıdır. Yıkıcı fiyatlandırma yapan firma, hasat dönemi denilen pazarda tekel konumuna geldiği andan itibaren önceki indirimlerden doğan zararlarını kapatacak ve hatta normalde elde edemeyeceği miktarda kârlar elde edecektir. Burada teşebbüs iki yönden zarar vermektedir; Birincisi onunla aynı pazarı paylaşan esnafların iflas etmelerine sebep olacaktır. Yıkıcı fiyatlandırma sonucunda zarar görerek iflasını veren firmalarda çalışan personellerin de işsiz kaldığı düşünüldüğünde, bu uygulamanın çarşı pazardaki kötü etkileri daha iyi anlaşılabilir. ⁴⁹⁶ İkinci olarak piyasada tekel konumuna gelerek pazarı istediği şekilde manipüle edebilecektir. Maliyet altı satış yaptığı dönemdeki zararları tazmin edebilmek adına rakipsizlik ve hâkim durumda olmanın da avantajını kullanarak fiyatları fahiş derecede yükseltebilecektir. Her iki sonuç da İslam’ın genel ilkelerine aykırı durumlardır.

Her ne kadar maliyet altı (zararına) satış olarak bilinen vadîa satışı mübah görülen satış türleri arasında sayılmış olsa da güvene dayalı alım satım ortamlarında kullanılmak üzere geçerli kılınmış bir iktisadi araçtır. Sahabî tüccarların vadîa uygulamasına bakıldığında o dönemlerde alışverişlerde dürüst hareket edildiği hileye gidecek yollara başvurulmadığı anlaşılmaktadır. Ancak yıkıcı fiyat uygulamasındaki maliyet altı satışların niyetleri incelendiğinde, daha büyük bir kâr maksimizasyonu elde etmek için yapılan ufak bir fedakârlık olduğu görülebilir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta,

⁴⁹³ Kâsânî, a.g.e., VII, s. 19; İbn Kayyîm, a.g.e., VI, s. 314; Döndüren, a.g.e., s. 300; Turan, a.g.m., s. 94.

⁴⁹⁴ İbn Teymiyye, *el-Hisbe*, ss. 21-22.

⁴⁹⁵ Döndüren, a.g.e., s. 300.

⁴⁹⁶ Turan, a.g.m., s. 95.

başarılı bir yıkıcı fiyatlandırma yapmış olan teşebbüsün, hasat dönemi dediğimiz tekelciliğe ulaştığı anda artık önü alınamaz bir güce sahip olmasıdır. Daha önce belirttiğimiz fiyatlarda manipülasyonun yanında, malların kalitesini düşürmek gibi halka zarar verebilecek her türlü girişimi rahatlıkla yapabilecektir. Bununla birlikte rakiplerini pazardan silerek piyasayı eline geçiren teşebbüs pazarda tekel konuma gelecek belki de işi ihtikâra kadar götürecektir. Çünkü piyasada ondan başka satıcı olmamasının rahatlığıyla talep artışını daha da yükseltmek için piyasaya mal arzını bir süre kesebilecektir. Böyle bir durumda fiyatlar katlanarak yükselecek ve fahiş kârlar elde edilecektir. Hiç şüphesiz tüm bu durumlar haksız kazancın birer nüvesidir.

Ülkeler arası ticari ilişkilerde yıkıcı fiyat uygulamasına damping denilmektedir. Gerek iç piyasada gerekse ithal ürünlerde tekel oluşturmak amacıyla spekülâtif fiyat indirimlerinin yapılması İslâm'ın savunduğu piyasa düzenine aykırı hallerdir. Buna göre hem ülke içinde üretilen mallarda hem de dış pazardan getirilen ürünlerin arzının kesilmesi veya azaltılması yoluyla talep enflasyonu oluşturmak ve bu yolla fahiş kârlar elde etmek yasaktır.⁴⁹⁷ Tüm bunlardan çıkarılacak sonuç teşebbüsün maliyet altında satışı ilk başta tüketicinin maslahatına paralel duran bir hareket gibi görünse de uzun dönemde halkın bundan zararlı çıkacağı gerçeği aşîkardır.

Özgür iradenin kısıtlanmadığı bir pazar düzenini idealleştiren İslâm, kişileri malları üzerindeki tasarruflarında sınamak istemektedir.⁴⁹⁸ Bütün alimler, fiyatların oluşumu meselesinde arz ve talebin belirleyiciliğini İslâm'ın bu konudaki çıkış noktası olduğu hususunda hemfikirlerdir.⁴⁹⁹ İslâm'ın fiyat meselesine verdiği önem fiyat dengesinin tüketiciye yönelik adalete ve kamu maslahatına etkisi açısından taşıdığı önemden kaynaklanmaktadır.⁵⁰⁰ Oluşturulmak istenen düzlem olan rekabetin kendisinin rekabeti öldürmesi ise şeriatın haram gördüğü batıl yollardandır. Her türlü haksız rekabet

⁴⁹⁷ Damping konusuyla alakalı ihtilaflı görüşler bulunmaktadır. Bunun sebebi hadislerde geçen calib (tedarikçi), yani dışarıdan mal getiren bugünün ithalatçısı için övgü dolu sözler söylenmiş olmasıdır. Ayrıca klasik kitaplarda tes'ir meselesi incelendiğinde de bazı alimlere göre pazar esnafına fiyat tayini uygulanabilir iken calib bu uygulama dışında sayılmıştır. Yine de buna rağmen son dönemin alimleri damping uygulamasını da yasak kapsamında değerlendirmişlerdir. Daha ayrıntılı bilgi için bkz. İlgen, a.g.e., ss. 58-59. Aynı konuyla alakalı Maliki alimlerin içerisinde de ihtilaflı görüşlere sahip olanlar vardır. Kimi Maliki alime göre, fiyatlandırma hususunda calibler tamamen özgür olmamalıdır ve kendi aralarında oluşan piyasa fiyatı dışına çıkmalarına müsaade edilmemelidir. Yine Malikilerden Bacî, caliblerin pazar ehline uymaları gerektiğini düşünür. Daha detaylı bilgi için bkz. Arkawî, a.g.e., ss. 76-77; Bacî, a.g.e., c. V, ss. 18-19; Kallek, a.g.m., (2006), s. 266.

⁴⁹⁸ Teğabun, 64/15; Enâm, 6/164.

⁴⁹⁹ Qazî, a.g.e., s. 104.

⁵⁰⁰ Ahmet Tabakoğlu, "Osmanlı Ekonomisinde Fiyat Denetimi", s. 115.

gibi yıkıcı fiyat uygulaması da haram niyetin başlangıç hareketi olarak yasak kapsamında değerlendirilir. Bu yüzden fıkıh alimleri normal piyasa fiyatlarının çok üstünde ve çok altında olan fiyatların yasaklanması gerektiğini düşünürler.⁵⁰¹ Sonuç olarak seddi zera'i ilkesi gereğince, zâtında haram olmayan fiiller halkın maslahatına ters düşen bir sonuç ortaya çıkarıyorsa, haram olan fiiller olarak değerlendirilerek devlet tarafından bu işten men edilir.⁵⁰²

3.1. İslam Hukukunda Yıkıcı Fiyat Uygulamasının Tespiti

Pazarda esnafın büyük ölçüde zarar göreceği ve halk içinde ekonomik yaralara sebep olacak spekülâtif fiyat oynamalarının beşerî hukukta olduğu gibi genel prensipler ve toplumsal maslahat gereği İslam Hukukunda da yasak olduğu anlaşılmaktadır. Zira İslam'ın, hayatın her noktasında eksen norm olarak belirlediği adalet ilkesi bunu gerektirir. Yine aynı ilkenin getirdiği bir diğer bakış açısı da yargısal hüküm verilirken haksızlık yapılmamasıdır. Çarşı-pazar denetimlerinde çok titiz davranılmalı, bir tarafın hakkını savunmak istenirken başkalarının hakları çiğnenmemelidir. Nitekim Kur'an-ı Kerim'de konuyla ilgili,

*“Allah size emanetleri mutlaka ehline vermenizi ve insanlar arasında hükmettiğiniz zaman adaletle hükmetmenizi emreder..”*⁵⁰³, *“Ey iman edenler! Kendinizin veya anne babanızın aleyhine de olsa adaletten asla ayrılmayan, Allah için şahitlik eden kimseler olun... Eğer adaletten sapar veya üzerinize düşeni yapmaktan geri durursanız bilin ki Allah yaptığınız her şeyden haberdardır.”*⁵⁰⁴ ayetlerde insanlar arasında hüküm verilirken adaletten ayrılmamak gerektiği emredilmiştir.

Firmaların piyasada hayatiyetlerini sürdürebilmeleri için belli satış oranlarını tutturmaları ve bunu devamlı hale getirmeleri gerekir. Bu da ancak daha fazla müşterinin çekilmesi ile olur. Müşteri hacminin artırımı ise serbest rekabet araçlarından olan ve sık başvuru, indirim ve promosyonlarla sağlanır. Diğer yandan esnaf içinde fazla malını elinden çıkarma, yeni ticari ilişkiler kurma, pazara yeni sürdüğü malı müşterilerine tanıtmaya veya yeni bir model ürün ortaya çıkarma amacıyla indirimli satış yapmak

⁵⁰¹ Yeniçeri, *İslâm İktisadının Esasları*, ss. 356-357.

⁵⁰² İlgen, a.g.e., s. 71.

⁵⁰³ Nisa, 4/58.

⁵⁰⁴ Nisa, 4/135.

isteyenler da olabilmektedir.⁵⁰⁵ Bu nedenle her indirimli satış için yıkıcı fiyat uygulaması demek ve müeyyide uygulamak ise bir haksız yolu kapatmak niyetiyle çıkılan yolda başka haksızlıkların ortaya çıkmasına sebep olur. Fıkıh ilminde maslahat eksenli içtihadın önemli bir ilkesi olan def-i mefâsid anlayışı⁵⁰⁶ ile denetimlerin ara verilmeksizin devamının yanında, berat-ı zimmet asıldır⁵⁰⁷ prensibi gereğince de gerçek manada toplumsal tehlikenin varlığı sağlam delillerle belirlenmeden hareket etmemek hataya düşmeyi engeller.

Her çeşit piyasanın meydana getirilmesi ve işlemesi devletin kontrolü altında gerçekleştirilir. Devlet gerekli gördüğü durumda çarşı ve pazarların kurulması⁵⁰⁸ ve denetlenmesinde birinci dereceden sorumlu tüzel kişidir.⁵⁰⁹ Her ne kadar görülmesi arzu edilen tam rekabetçi piyasalar olsa da gerçek hayatta genellikle eksik rekabet piyasaları var olagelmıştır. Bu yüzden serbest piyasa sisteminde anti rekabetçi uygulamaların tespitinde devletin kendi organı veya yetkilendirilen bir görevlisinin rolü büyüktür. Haksızlıkların tespitinde meşru devletin aktif rol oynaması toplumda daha büyük infiallerin doğmasının önüne geçecektir. Tekelci eğilimlere müdahale şeklini açıklayan fukaha en başta müdahaleyi yapacak olanın kamu otoritesi olması gerektiğini söylemişlerdir. Kamu otoritesi muhtesip, kadı veya vezir olabilir.⁵¹⁰ Çarşı denetleyicisi olarak İslam tarihinde önemli bir geçmişe sahip olan hisbe teşkilatı çarşı pazarlarda haksızlıkları önlemek için oluşturulmuş bir kurumdur. Muhtesibler çarşıda ölçü tartı denetimlerinin yanında pazarda huzur ve güvenliğin devamını ve iktisadın ahlaki çerçevede yürütmesini sağlamakla görevliyidiler. Haksız rekabetin tespiti ve engellemesi hususunda da birinci dereceden sorumlu yetkili amirler muhtesiplerdi.⁵¹¹ İndirimli satış yapan esnafın denetlenmesi her önüne gelen kişinin yapacağı bir vazife olmayacak kadar

⁵⁰⁵ Bilgiç, a.g.e., s. 154.

⁵⁰⁶ Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, md. 30.

⁵⁰⁷ Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, md. 8.

⁵⁰⁸ Tarihte İslam'ın temsilcileri olarak anılan Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde Kayseri ve Konya gibi Anadolu'nun birçok farklı şehrinde günümüzün mikro sanayi sitesi olarak adlandırabileceğimiz pazar kümelerinin kurulduğu bilinmektedir. Endüstri pazarı olarak halı ve kilim üretiminin yapıldığı Kayseri'den büyük şehirlere ihraç yapılmaktaydı. Özellikle Selçuklu Devletinin Kayseri şehri üzerinde pazar kurma çalışmalarının karşılığında Anadolu ve Rum beldelerine hizmet veren önemli bir pazar şehri meydana gelmiştir. Ekrem Erdem, "Müslüman Bireyin İktisadi Davranış Hususiyetleri ve İslam Piyasa Geleneği", *İslam İktisadı ve Piyasa*, ss. 34-35.

⁵⁰⁹ Tabakoğlu, "Osmanlı Ekonomisinde Fiyat Denetimi", s. 125.

⁵¹⁰ Tabakoğlu, "Osmanlı Ekonomisinde Fiyat Denetimi", s. 114.

⁵¹¹ Hakan Kalkavan, *Medine Pazarı Perspektifinde Muhtesib ve Agoranomos Karşılaştırması*, *Ekonomi İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi*, c. 1, S. 1, 2018, s. 60; Cengiz Kallek, "Hisbe", (DİA), İstanbul: 1998, c. 18, ss. 133-143.

hassas bir konudur. Muhtesib denilen hisbe teşkilatı görevlisinin yetkili atanan denetleyici sıfatıyla denetimi sürdürmeleri varılan sonuçlara duyulan güveni arttıracaktır. Piyasa fiyatının çok altında satış yaparak fiyat dengeleriyle oynayan ve kardeş esnafları zor duruma sokan tüccarların bu durumlarını meşru görevli olarak muhtesibler incelemeli, gerekli bilgileri onlar toplamalıdır. Yapılan indirimlerin anti rekabetçi form çerçevesinde olduğu anlaşılıp yargısal sürece girildiğinde yargının gerekli bilgileri elde etmesini sağlayacak olanlar da yine muhtesibler olacaktır.

Çarşı denetleyicilerinin esnaflar arasında rakibine zarar vermeye niyetli bir hareket tespit etmesinde en önemli hususlardan biri indirim yapılmış olan malın o dönem için insanların temel ihtiyaçlarından biri olması gerekliliğidir. İndirimli fiyatlara müdahale arizi/geçici bir durumdur. Asıl olan insanların mülkiyetlerindeki mallarını özgür iradeleriyle satmalarıdır.⁵¹² Bu sebeple rakip esnaf veya halka zarar vereceği düşünülmeyen, temel ihtiyaç maddeleri içinde görülmeyen mallarda yapılan indirimlere müdahale etmemek İslam'ın temel prensiplerinin bir emridir. İnsanların temel ihtiyaç sınıfına girmediği ve rekabetin hararetli bir şekilde seyretmediği ürünlerde yapılan düşük fiyatlandırmalar için yıkıcı fiyat uygulaması demek bu noktada doğru bir tespit olmamaktadır.

İslam'ın yargılama sürecinde insanlara hakları adil bir şekilde teslim edilsin diye doğru bilgiye ulaşmak çok önemli bir husustur.⁵¹³ Yıkıcı fiyatlandırma yapıldığı iddiasıyla mahkemeye intikal edilen bir hususun derinlemesine incelenmesi gerekir. Fiyatları düşük birimde tutan firmanın araştırılması, içinde bulunduğu piyasa koşullarının dikkate alınması doğru bir sonuca ulaşmada gerekli bilgiler olacaktır. Piyasa ehlinin uzman kişilerden danışmanlık desteklerinin alınması, yapılan indirimin piyasayı ne derece etkilediğini ortaya koyacaktır. Ebu'l-Velid Bacî fiyatlandırma meselesinde pazar ehlinin ileri gelenlerinden bilgi almanın gerekliliğinden bahseder;

*“Devlet yetkilisinin pazara gidip buranın ileri gelenleri ile piyasa fiyatı konusunu konuşmak için bir araya gelmesi ve onlarla konuşurken şahitler bulundurması gerekir. Piyasa bilgini olan kişilere malları nasıl aldıklarını nasıl sattıklarını ne gibi maliyetlerin olduğunu sorması lazım.”*⁵¹⁴

⁵¹² Arkawî, a.g.e., s. 79.

⁵¹³ Hucurât 49/6; Âli İmrân, 3/18; İsrâ, 17/81; Ahzâb, 33/58.

⁵¹⁴ Bâcî, a.g.e., c. V., s. 19.

Buradan anlaşılacağı üzere piyasa ile ilgili karar verilirken bilirkişilerden destek almak birçok yarar sağlamaktadır.

İslam Hukukunda niyet olgusu kazâ konularında varılan sonucu önemli derecede etkilemektedir.⁵¹⁵ Hz. Peygamber'den rivayet olunan, “*Ameller ancak niyetlere göredir*”⁵¹⁶ hadisinden yola çıkınca, gerek muamelat konularında gerek ukubad meselelerinde bir durumun tespitinde niyetin belirleyici bir unsur olduğu anlaşılmaktadır. Hz. Peygamberin çarşı denetimlerinden birinde indirimli satış yapan adamın bunu yapma niyetini sorarken insanlara faydalı olmak ve Allah'ın rızasını almak için yaptığını anladığında tüccar için dua etmesi de maksadın ehemmiyetini ortaya koymaktadır.⁵¹⁷ İndirimi yapan firma yetkilileriyle doğrudan görüşmek, yapılan fiyat indirimlerinde nihai hedefin ne olduğunu açıkça öğrenmek bu yönde gerek firma personeli ile görüşmek gerek resmi evrak incelemesi yapmak doğruya ulaşmayı kolaylaştıracaktır. Mezhep alimlerinin bazılarına göre fiyat indirimi yapan esnafın niyetinin önemli olmadığı düşünülse de yıkıcı fiyatlandırma ihlalinin tespitinde önemli bir olgu olduğu ortadadır. Ayrıca yıkıcı fiyat uygulaması yapan tüccara verilecek cezanın şiddetini de yine etkileyecek bir durum olması açısından, niyetin dikkate alınmadan yapılan yargısal araştırma akılda soru işaretleri bırakacaktır.

3.2. İslam Hukukunun Yıkıcı Fiyat Uygulamasına Aldığı Önlemler

İnsanlar arasındaki ticari ilişkilerin belli normlar içerisinde yürümesi, haksızlık ve ihlallerin engellenmesinde zaruri ihtiyaç kapsamına girer. Rekabetin rekabeti öldürmemesi için denetim politikaları İslam'ın ilk zamanlarından beri uygulanagelen bir iktisat mekanizmasıdır. Serbest piyasa ekonomisini pazara yerleştirmek isteyen İslam hukukunda piyasayı daraltan tekelleşmeler ve fiyat manipülasyonlarının engellenmesi için birtakım önlemler alınmıştır.⁵¹⁸ İkinci bölümde detaylı olarak incelediğimiz üzere ihtikâr, neceş, talakir-rukban, gabn-ı fahiş gibi eksik rekabetin meydana geldiği piyasalara müdahale İslam'ın kardeşine zarar vermeme ilkesi⁵¹⁹ gereği piyasaya devlet

⁵¹⁵ Nisâ, 4/93; Ahzâb, 33/5.

⁵¹⁶ Buharî, “İman”, 1.

⁵¹⁷ Bkz. 400. Nolu dipnot.

⁵¹⁸ Liv, a.g.m., s. 383.

⁵¹⁹ Tevbe, 9/71; Ali, İmrân, 3/103; Mâide, 5/32; Buharî, “İman”, 7.

müdahalesini meşrulaştıran durumlardır. Toplumun ihtiyaç duyduğu zaruri ürünleri ucuza kapatıp saklayarak daha sonra pahalıya satmanın, pazara mal getirenin daha yoldayken karşılanması ya da şehirli birinin köyden gelen adına pazarda satış yapmasının yasaklanması, teslim edilmeyen malın satışının yasaklanması pazarda mal üzerinden yapılan haksızlıklara karşı alınan önlemlerdir. Fiyatlar üzerinden yapılan spekülasyon hareketleri olarak alıcısı olunmayan bir malın fiyatını arttırmak üzere teklif verilmesinin yasaklanması veya anlaşılmalı bir ticarete müdahil olunmasının yasaklanması da piyasa fiyatlarının istikrarlı olarak devamı için alınan tedbirlerdendir.⁵²⁰ Hz. Peygamberin, “*Kim Müslümanlara karşı fiyat arttırmak için onların fiyatlarından bir şeye müdahale ederse kıyamet günü Allah’ın onu ateşten bir kemik üzerine oturtması hak olur.*”⁵²¹ hadisinde fiyat manipülasyonları konusunda uyardığı görülmektedir. Yıkıcı fiyat uygulaması da piyasada tekelleşmenin yolunu açan bir manipülatif hareket olarak İslam’ın önlem alması gereken bir haksız rekabet faaliyetidir.

İslam tarihinin muhtelif dönemlerinde piyasa düzenini bozmaya yönelik her türlü girişimlere karşı farklı önlemler alındığı görülmektedir.⁵²² Hülefâ-i Râşidîn döneminde piyasa fiyatlarının istikrarının korunması amacıyla fiyat hareketleri takip edilirdi. Hz. Ömer tam rekabet piyasasını korumak için aşırı fiyat düşürme, karaborsacılık faaliyetleri yapma, fahiş kâr elde etme gibi haksızlıkları önlemek adına pazarları denetime çıkar, esnaftan bazılarını uyarırdı. Hâtıb b. Beltea’nın piyasadan düşük fiyattan satış yapması üzerine “Ya fiyatlarını yükseltirsin ya da pazarımızdan gidersin!” sözüyle Taif’ten gelen kafilenin adil bir şekilde rekabet etmesi için uyarılmıştır.⁵²³ Bu uyarının delalet yönü incelendiğinde toplum maslahatına hüccet olarak ele alındığı görülecektir.⁵²⁴ Kendisine pazar esnafından bir şikâyet geldiğinde incelemede bulunur ve ilgili kişilere ihtarlar yaparak fiyat düzenini korurdu. Ayrıca Hz. Ömer, suni fiyat artışlarını engellemek adına Suriye, Mısır⁵²⁵ ve Filistin bölgelerinden Medine’ye mal ithal edilmesini sağlamış, iç

⁵²⁰ Buharî, “Büyu”, 54; Müslim, “Büyu”, 29,31; Ebu Davud, “Büyu”, 65.

⁵²¹ Ahmed b. Hanbel, 5/27.

⁵²² Turan, a.g.m., s. 96.

⁵²³ Malik, “Büyu”, 57.

⁵²⁴ Arkawî, a.g.e., s. 17.

⁵²⁵ Hicretin 18. yılında yaşanan kıtlık sebebiyle Medine’de pazarlarında enflasyon oluşmuştu. Fiyatları dengelemek adına Mısır ve Suriye valilerine haber göndererek Medine’ye gıda yollamalarını söylemişti. Mısır’dan Medine’ye mal gönderiminin sorunsuz tamamlanabilmesi için, Nil-Kızıldeniz kanalının yapılmıştı. Bu tarihi gerçeklik bize, fiyat istikrarının sağlanması yolunda alt yapı çalışmalarının gerekliliğini göz önüne sermektedir. Cengiz Kallek, *Asr-ı Saadette Yönetim-Piyasa İlişkisi*, İz Yayıncılık, İstanbul:1997, ss. 144-145.

piyasaya mal arzını yükselterek fiyat dengesini korumuştur.⁵²⁶ Fiyat istikrarını korumak adına yerli tüccarların sürekli ticari yolculuklar yapmaları için teşviklerde bulunur, onların mal ithal etme adına çıktıkları yolculukları hac ve umre yolculuğuna eşdeğer tutardı.⁵²⁷ Hz. Osman'ın cuma günleri tüccar olan esnaflarla birlikte sohbet edip piyasa fiyatları hakkında malumat toplandığı ve buna göre devletin önlemler almasını sağladığı bilinmektedir. Hz. Ali kendi döneminde piyasa fiyatının altında satış yapanları uyardığı bilinmekle birlikte⁵²⁸ narh tayin ettiği bazı ürünler için kurala riayet etmeyen esnafların mallarını yaktırdığı rivayetler arasında geçer.⁵²⁹ Kendi döneminde valilerinden biri olan Eşter'e tüccarlarından söz ederek birtakım tavsiyeler vermiş ve şöyle demişti:

*“Bununla beraber bil ki, Tüccarların içinde eli son derece sıkı, çirkin denecek kadar cimri vardır. Menfaatleri tekelinde bulunduran, satışlar üzerinde hegemonya kuran vardır. Ki bu da umum (toplum) için zarar kapısıdır. Yöneticiler için kusurdur. Şu halde karaborsacılığı yasakla. Zira Resulullah (s.a.s.) karaborsacılığı yasaklamıştır. Satışlar, adilane ölçüler içerisinde ve musamahakârane bir şekilde yapılsın. Fiyatlar ne satıcının ne de müşterinin aleyhinde olmasın.”*⁵³⁰

Emeviler döneminde halifeler pazardaki denetim işlerini bazen kendileri takip ederlerdi bazen de muhtesipleri görevlendirirlerdi. Velid b. Abdülmelik çarşı-pazarda tek başına yürür ve fiyatları kontrol ederdi. Ömer b. Abdülaziz pazarda gördüğü haksızlıklara karşı tedbirler alırdı.⁵³¹ Hulefa-i Raşidin'den sayılan Ömer b. Abdülaziz, bir grup tüccarın kendi aralarında yaptıkları anlaşma ile fiyatları piyasanın altında tutarak rakip esnafa zarar verdiğini duyduğunda fiyat indirimini yapan gruba uyarıda bulunarak fiyatlarını normal seviyeye çekmelerini emretmişti.⁵³²

Piyasada fiyat istikrarının sağlanması adına dışarıdan mal ithal ederek arzı arttırıp enflasyonu önleme alışkanlığı Osmanlı döneminde de görülen bir iktisadi tedbirdi. Provizyonizm (iaşe) denilen bu uygulama ülkenin içindeki mal arzının her daim bol

⁵²⁶ Hz. Ömer'in fiyatları arz ve talebe göre şekillendirmek adına dışarıdan mal arzını sağlama yöntemi için söylediği söz bu alışkanlığını ortaya koymaktadır. *“Pazarımızda karaborsacılığa yer yoktur. Yaz kış dışardan mal getirenler Ömer'in misafirleridirler. Allah'ın istediği şekilde mallarını pazarda satsınlar.”* Malik, “Büyu”, 24; Kallek, “İhtikâr”, md., (DİA), s. 563.

⁵²⁷ Erdem, a.g.e., s. 31.

⁵²⁸ Maverdi, *el-Havi'l-kebir*, c. V, s. 410.

⁵²⁹ Maverdi, *el-Havi'l-kebir*, c. V, s. 408; Kallek, “İhtikâr” md., (DİA), s. 564.

⁵³⁰ Essadr, a.g.e., s. 700.

⁵³¹ Fatma Güneş, *Konvansiyonel ve İslam Ekonomisinde Devletin Rolü*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İslam Ekonomisi ve Finans Anabilim Dalı Uluslararası Finans ve Katılım Bankacılığı Bilim Dalı, İstanbul: 2018, s. 71.

⁵³² Bacî, a.g.e., s. c. V. ss. 17-18.

şekilde tutulması ilkesine dayanıyordu. Böylece hem halk mal sıkıntısı çekmiyor hem kaliteli ürünleri ucuza temin edebiliyordu. Rekabetin rekabeti öldürmesinin engellenmesi için alınan bu tedbirde en önemli husus halkın refahını arttırmaktı. Hem tüccarın hem halkın refahını yüksek tutma yolunda ekonomiyi araç olarak gören Osmanlı zihniyeti, piyasa suiistimallerinin önüne geçebilmek için kâr haddi dahil pazar ekonomisine birçok farklı müdahalelerde bulunurdu. Zira gelir ve refahın adilane şekilde bölünebilmesi Osmanlı'da temel değerler içerisinde yer alırdı.⁵³³ Osmanlı döneminde piyasa fiyatına uymayanlara karşı yaptırımlar incelendiğinde narh tayin edilen bazı ürünlerde, tahdit edilen fiyata aykırı hareket ederek satış yapan kişilerin sürgüne gönderildikleri Osmanlı arşivlerinde görülmektedir.⁵³⁴

Ebu Hanife, devletin piyasalara müdahalesine mesafeli yaklaşmayı tercih etmiş olsa da toplumsal maslahatın tehlikeye düştüğü durumlarda tüccarlar üzerinde müeyyide uygulamayı caiz görmüştür. Ancak müeyyide çerçevesini de geniş tutmayan Ebu Hanife, devletin piyasalara yönelik belli bir fiyat belirleyebileceğini söylemişse de o fiyattan zorla satış yaptıramayacağını bunun yerine fiyat spekülasyonları yayan simsarları veya karaborsacılık yapanları ta'zir cezası ile hapse atabileceğini söylemiştir. İmam Muhammed'e göre ise piyasa düzenini sağlamak adına muhtekirin malları zorla sattırılabilir.⁵³⁵ Maliki alimler devletin piyasa üzerinde daha müdahaleci olması gerektiği kanaatindedir. Devletin pazarda belli bir fiyat belirleyebileceğini, belirlenen bu fiyatın altında veya üstünde satış yapıldığı taktirde ta'zir cezası kapsamında kurala uymayan tüccarları uyarabileceğini, pazar ruhsatlarını iptal edebileceğini, para cezası verebileceğini, hapse atabileceğini ve pazardan çıkarabileceğini söylemişlerdir.⁵³⁶ Bunlar ta'zir cezalarının türlerinden sayılır.⁵³⁷ Maliki fakihlere göre devlet ve onun vekilinin görevi pazar içinde umumun maslahatını korumak ve zararı uzaklaştırmaktır.⁵³⁸ Ayrıca piyasaya müdahale edilebilecek (tes'ir veya narh uygulamasını) ürünleri misli mallar denilen, ölçü ve tartı yoluyla satışı yapılan mallar olarak kısıtlamışlardır.⁵³⁹ Bunun sebebi,

⁵³³ Genç, a.g.e., s. 204; Tabakoğlu, "Osmanlı Ekonomisinde Fiyat Denetimi", s. 121.

⁵³⁴ Mehmet Demirtaş, *Osmanlı Esnafında Suç ve Ceza*, Birleşik Yayınevi, Ankara: 2010, s. 350.

⁵³⁵ Mevsili, a.g.e., c. 4, s. 161.

⁵³⁶ Bacî, a.g.e., c. V, s. 17.

⁵³⁷ Ta'zir'in bir sınırı yoktur. Belli bir taban veya tavan sınırı olan cezalar had olarak isimlendirilir. Devlet otoritesinin zamanın şartlarına ve işlenen suçun durumuna göre dilediği şekilde yaptırımda bulunabilmektedir. İbn Kudame, *el-Muğnî*, s. 526; Tuncay Başoğlu, "Ta'zir" md. (DİA), İstanbul: 2011, c. 40, ss. 198-202.

⁵³⁸ Bacî, a.g.e., c. V, s. 17.

⁵³⁹ Liv, a.g.m., s. 387.

kıyemî malların değer ölçüsünün standart mallara göre yapılamamasından kaynaklanır. Fiyat tespit edilen mallarda kalite farkının dikkat alınması bir diğer esastır.⁵⁴⁰

Modern çağda devletlerin eksik rekabet piyasalarında fiyatları belirlemek gibi doğrudan müdahale etme yerine yerli üretimi teşvik ederek, piyasaya bazen alıcı rolüyle bazen satıcı rolüyle girerek fiyat istikrarını korumak istenilmiştir. Piyasaları istismar eden belli grupların önüne geçebilmek için antitröst, antidamping gibi yasalar düzenlenmiştir.⁵⁴¹ Böylece rekabet kanunu çerçevesinde tam rekabet piyasalarının devamı sağlanmaya çalışılmıştır. Yıkıcı fiyat uygulaması, derin inceleme yapılmaksızın bakıldığında toplum yararına gibi görünen bir hareket olsa da rekabeti bitiren, piyasada tekelleşmenin önünü açan bir başlangıç noktasıdır. Yıkıcı fiyatlandırma her ne kadar bu işi yapan teşebbüs açısından piyasa payını genişletmesine ve müşteri potansiyelini arttırmasına vesile olsa da diğer satıcılar için büyük yaralara sebebiyet vermektedir. Bununla beraber piyasada tekelleşen firma pazardaki rekabetsizlikten faydalanarak tüketicileri istismar edebilecektir.⁵⁴² “Zarar-ı âmm-ı def için zarar-ı has ihtiyar olunur”⁵⁴³ ve “Zarar kâdim olmaz”⁵⁴⁴ gibi İslam’ın genel prensipleri dikkate alındığına otoritenin bu haksız uygulamalara müeyyide uygulaması gerekir. İslam tarihi birikimleri göz önüne alındığında, fiyat belirleme (tes’ir) veya taban fiyat sınırı koyma gibi müdahaleler yıkıcı fiyat uygulamasının önüne geçilmesini sağlayabilir. Günümüz batı hukukunda yıkıcı fiyat uyguladığı tespit edilen firmaya uygulanan güncel cezai yaptırımlar hürriyeti kısıtlayıcı olabildiği gibi idari para cezası da olabilmektedir.⁵⁴⁵ Yukarıda belirttiğimiz üzere İslam hukukunda piyasa düzenine aykırı hareket edilmesine mukabil devlet otoritesi ta’zir kapsamında dönemin şartlarına uygun ceza-i müeyyide uygulayabilmektedir.⁵⁴⁶ Buna göre İslam hukukunda yargı makamı piyasadaki esnafların düşük fiyat politikalarıyla karşı karşıya kalıp zarar gördüklerini tespit ederse “Zarar izale olunur”⁵⁴⁷ anlayışı ile

⁵⁴⁰ Bacî, a.g.e., c. V., s. 17.

⁵⁴¹ Kallek, “Narh” md., (DİA).

⁵⁴² Turan, a.g.m., s. 96.

⁵⁴³ Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, 26. Md.

⁵⁴⁴ Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye, 7. Md.

⁵⁴⁵ Amerika Birleşik Devletlerinde yıkıcı fiyat uygulaması davaları adli yargıda incelenir ve para cezasının yanında hürriyeti kısıtlayıcı cezalar da verilmektedir. Avrupa devletlerinde ise idari yargıya intikal eden bu davalarda suçun sabit olmasıyla birlikte genellikle para cezaları verilir. Konuyla ilgili daha ayrıntılı bilgi için bkz. Ekdî, “Gümrük Birliği Çerçevesinde Damping ve Yıkıcı Fiyat Uygulamaları”, s. 20.

⁵⁴⁶ Bilmen, *Hukuk-ı İslâmiyye ve Istılâhâtı Fıkhiyye Kâmusu*, c. III, s. 24; Başoğlu, “Ta’zir” md., (DİA); Mehmet Boynukalın, “Suç”, md. (DİA), İstanbul: 2009, c. 37, s. 453; Abdülkadir Udeh, *Mukayeseli İslam Hukuku ve Beşerî Hukuk*, çev. Ali Şafak, Rehber Yayıncılık, Ankara: 1990, c. 2, ss. 150-151.

⁵⁴⁷ Mecelle, 20. Md.

yıkıcı fiyatlandırma yapan teşebbüsten tüm zararları tazmin edebilir.⁵⁴⁸ Klasik fıkıhçılardan gelen tespitlerden hareketle haksızlık yapan teşebbüsün pazar lisansı iptal edilebilir⁵⁴⁹ veya gerekli görüldüğü takdirde hapis cezasına çarptırılabilir.

⁵⁴⁸ Bir tüccarın piyasa fiyatının altında satış yapmak suretiyle kardeş esnaflara zarar veremeyeceğini iddia eden fıkıhçılar, yıkıcı fiyatlandırma yapan kişiden zararın tazmin edilmesi ile ilgili bir bilgi aktarmamışlardır. Ancak zulmün ortadan kaldırılmasına yönelik ta'zir cezası kapsamında bu şekilde bir müeyyide uygulanabilir. Bacî, a.g.e., c. V, s. 17; Turan, a.g.m., s. 96.

⁵⁴⁹ Bacî, a.g.e., c. V, s. 17.

SONUÇ

Gerek ana akım iktisat düşüncesinin gerek de İslam iktisat anlayışının arzuladığı piyasa düzeni, tam rekabetin tesis edildiği böylece toplumun daha kaliteli malları daha ucuza bulabildiği sistem olmuştur. Piyasa aktörlerinin hareket alanları geniş tutularak hizmet ve ürün sektörünün ilerlemesi arzulanmıştır. Pazar ekonomisindeki bu liberalist bakış açısı beraberinde birtakım sorunlar getirmektedir. Rekabetin sonucu olarak bir veya birkaç teşebbüsün pazarda hâkim duruma gelmesi kaçınılmaz bir gerçekliktir. İktisat hukuku perspektifinde bir teşebbüsün hâkim durumda olması sorun teşkil etmez ancak bulunan konumun avantajlarından faydalanarak daha zayıf rakipleri üzerinde stratejik baskılar uygulaması haksız rekabet çeşitlerinden hâkim durumun kötüye kullanılması olarak nitelendirilir. Mal vermeyi reddetme, ayrımcılık yapma, aldatıcı reklam faaliyetleri, fiyat sıkıştırması ve yıkıcı fiyat uygulaması hakim durumun ihlallerindendir. Yıkıcı fiyat uygulaması bu kapsamda yaygın olarak kullanılan bir yöntem olmaktadır.

Pazar hacminin güçlü miktarını elinde bulunduran firmanın bulunduğu konum sebebiyle diğer teşebbüslere nazaran iktisadi adımlarını atarken daha dikkatli olması gerekir. İndirim ve promosyon gibi satış stratejileri tam rekabet sisteminin vazgeçilmez araçlarından olmasına karşın bazen faydadan çok zarara sebebiyet verebilmektedir. Hâkim durumda olan teşebbüs, belirli bir süre boyunca yaptığı maliyet altı satışlar her ne kadar müşteri hacmini genişletme şeklinde kendine fayda sağlasa da aynı piyasadaki rakip satıcıların satış oranlarını düşürerek onlara zarar vermekte ve hatta iflas etmelerine kadar götürebilmektedir. Piyasa altında yapılan satışların organize bir kötülük niyeti temeliyle yapılması bir yana, hâkim teşebbüsün bu işlemleri doğal iktisat aracı olarak kullanması dahi -piyasadaki diğer rakiplerin hayatlarını sürdürebilmeleri için- engellenmelidir.

Yıkıcı fiyat uygulaması, hakim durumdaki teşebbüsün elindeki gücü kullanmak suretiyle kısa bir dönem için ürünlerini maliyet altından satarak rakip firmaları piyasadan atmak ve potansiyel rakiplerine göz dağı vermek adına yaptığı fiyat kırmalarıdır. Düşük satış yaptığı dönem sonunda piyasada tekelleşen teşebbüs bu durumu kullanarak piyasayı kontrol edebilecek ve fiyatları istediği miktarda yukarıya çekebilecektir. Piyasa düzeninin devamı ve rekabetin korunması adına bu tarz eğilimlerin yasaklanması gerekmektedir.

Bu noktada devletin görevi sadece fahiş fiyatlara karşı önlem almak değil aynı şekilde piyasa dengesini bozacak fiyat indirimlerine de dikkat etmesi ve belli bir düzenleme getirmesi gerekir.

Piyasa düzeninde fiyat kırma yoluyla rekabetin öldürülmesine karşın devletin cezai müeyyide uygulaması kaçınılmazdır. Gerekli incelemeler sonucunda yıkıcı fiyatlandırmanın tespiti yapılırca haksız uygulamayı yapan firmaya para cezası en yaygın müeyyidelerden olacaktır. Bununla birlikte Amerika’da bu tür uygulamalara hapis cezası verildiği görülmüştür. Ayrıca fiyat kırma sebebiyle zarara uğramış firmaların da zararlarının tazmin edilmesi adaletin yerini bulması adına önemli bir karar olacaktır.

Her neviden haksız iktisap türlerini ayet temelinde yasaklamış olan İslam Hukuku, piyasa düzeninin korunması gerektiğini vurgular. İslam iktisadının birikimleri incelendiğinde piyasalardaki haksızlıkların ele alındığı meseleler narh, ihtikâr, neceş, telakî’r-rukban gibi konular üzerinde oluşmuştur. Büyük iktisadi yaralara yol açan yıkıcı fiyat uygulamasının başlangıç kısmı olan tüccarın fiyatları düşürmesi ise öteden beri İslam alimlerinin hüsn kabilinden saydıkları hareketlerdir. Çünkü indirim olduğu yerde topluma maslahat vardır.

Buna karşın servetin mahdud ellerde toplanmasına sebep olacak, piyasada tekelleşmenin fitilini ateşleyecek ve sonucunda halka zulüm yolunu açacak bir hareket olması bakımından fiyat indirimleri yasaklanabilir. Narh veya tes’ir olarak İslam kaynaklarında işlenen tarihi olgu her ne kadar fahiş fiyatlara karşın alınan bir tedbir olarak ortaya konulmuşsa da başkalarına zarar verecek fiyat indirimlerine karşı da uygulanabilir. Nitekim Maliki alim Bâcî, *Muvatta’ya* yazdığı şerhte fiyat artırımları gibi fiyat düşürmelerinin de başka esnaflara zarar vermesinden ötürü tes’ir’e tabi tutulması gerektiğini belirtmiştir.

İslam Hukuku’nun maslahat üzerine kurulu genel kaidelerine başvurulduğunda, *zarar-ı âmm-ı def için zarar-ı hâs ihtiyâr* olunur anlayışıyla, her ne kadar fiyatlarını indiren için bunun bir fayda temin ettiği bir gerçek vakıa olsa da başka tüccarlara büyük zararlar vermesi sebebiyle bu uygulamasından men edilir. Yine bu minvalde açtığı iktisadi zararları gidermesi için ceza-i müeyyide uygulamak *zarar izâle edilir* kapsamınca değerlendirilebilir.

KAYNAKLAR

- AKŞİT M. Cevat, *Modern Ticaret Hukuku ve İslam Ticaret Hukukunda Haksız Rekabet*, 2. b. İstanbul: Gümüşev Yayıncılık, 2015.
-, *İslamda Ticaret Prensipleri*, İstanbul: Gümüşev Yayıncılık, 2011.
- AKINCI Ateş, “Rekabetin Yatay Kısıtlanması”, *Rekabet Kurumu Yayını*, Ankara, (2001)
- AKIŞ Alpaslan, “İslam Hukuku Açısından Tüketicinin Korunması”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, c. 16, S. 1, (2019)
- AKTAN Coşkun, *Çağdaş Liberal Düşüncede Politik İktisat*, Ankara: Takav Matbaacılık, 1994a.
- ANIK Gülgün, “AT Rekabet Hukukunda Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması”, *TBB Dergisi*, S. 65, 2006.
- ARKAWI Hasib, *İslam Fıkhiında Fiyatlandırma*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Fatih Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temel İslam Bilimleri Anabilim Dalı, 2014.
- ARI Zekeriyya, “Rekabet Hukukunda Amaç Sorunu”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, c. 8, S. 3, (2003).
- ASLAN İsmail Yılmaz, *Rekabet Hukuku*, 4. b., Bursa: Ekin Basım Yayın, 2007.
-, *Tüketici Hukuku ve İlgili Mevzuat*, Bursa: Etkin Kitabevi, 1996.
- AYHAN Rıza, *Ticari İşletme Hukuku*, 2. b., Ankara: Yetkin Yayınları, 2007.
- BABAN H. Şükrü, *İktisat İlminin Umumi Prensipleri*, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1957.
- BÂCÎ Ebu'l-Velid Süleyman b. Halef, *el-Müntekâ Şerhu'l-Muvatta*, Kahire, 1332, c. V.
- BADUR Emel, “Türk Rekabet Hukukunda Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşmalar”, Lisansüstü Tez Serisi No: 6, Ankara, Rekabet Kurumu, (2001).
- BAL Oğuz, “İslam İktisadının Kilometre Taşlarından Ebu Yusuf'un İktisadi Düşüncesi”, *Türkiye İslam Dergisi*, c. 1, S. 2, (2014).
- BAŞOĞLU Tuncay, “Ta'zir”, *DİA*, İstanbul: (İSAM), 2011, c. 40, ss. 198-202.
- BEYHÂKÎ, es-Sünenü'l-kübrâ, c. 6, ss. 165-166.
- BİLGİÇ Bekir Ali, *İslam'da Kazanç Sistemi ve Çalışma Hayatı*, İstanbul: Fatih Gençlik Vakfı, 1990.

- BİLMEN Ömer Nasuhi, *Hukuk-ı İslâmiyye ve Istılâhâtı Fıkhiyye Kâmusu*, İstanbul: Bilmen Yayınevi, 1976.
- BROADER, Douglas: U.S. Antitrust Law and Enforcement: *A Practice Introduction*, New York 2010, s. 87.
- BUHARÎ Ebu Abdullah Muhammed b. İsmail, el-Camiu's-sahih, Darü'r-Risaletü'l-Alemiyye, 2011.
- BUHUTÎ, Buhûtî, *Metnu'l-İkna'*, thk. Muhammed Emin ed-Dınnavî, Daru'l-Fıkr, Beyrut, 1402, c. III, s. 187.
- BÜYÜKÇAPAR Ahmet Sait, *Türk Rekabet Hukukunda Hakim Durumun Kötüye Kullanılması*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sermaye Piyasası ve Ticaret Hukuku, 2019.
- CAN Ozan, "Rekabet Yasağı ve Rekabet Sınırlandırmaları Hukuku İlişkisi", *Rekabet Dergisi*, S. 32.
- CASSÂS Ebu Bekr Ahmed Ali b. Razi, *Ahkamul Kuran*, Beyrut, ts. II. 128.
- CATTELAN Valentino, "Piyasa İktisat Teorisinde Adalet, Kimlik ve Çoğulculuk", *İslam İktisadı ve Piyasa*, çev. Hilal Kına, İktisat Yayınları, İstanbul, 2017.
- CEBECİ İsmail, "Vadîa", *DİA*, İstanbul: (İSAM), 2012, c. 42, ss. 418-419.
- CHAPRA M. Umer, *İslam ve İktisadi Kalkınma*, çev. Adem Esen, Cantaş Yayınları, İstanbul: 2012.
-, *İktisadın Geleceği*, çev. Melih Turan, İstanbul: İktisat Yayınları, 2019.
-, *Adil Bir Para Sistemine Doğru*, çev. Ömer Faruk Tekdoğan, İstanbul: İktisat Yayınları, 2019.
-, "İslami Refah Devleti ve Devletin Ekonomideki Rolü", *İslam İktisadı Araştırmaları I*, İstanbul: Dergah Yayınları, 1988.
-, *İslam İktisadında Ahlak ve Adalet*, çev. Mehmet Saraç, İSİFAM, İstanbul Üniversitesi İslam İktisadı ve Finansı Uygulama ve Araştırma Merkezi, İstanbul: 2018
- ÇAYIROĞLU Yüksel, "İslam İktisadının Karakteristik Özellikleri", *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, S. 24, (2014)
- ÇEÇEN Halil, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Hukukunda Hâkim Durumun Fiyat Uygulamaları İle Kötüye Kullanılması*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Avrupa Birliği Anabilim Dalı, 2011.

- DEMİRGİL Demir, *Ekonomi Ansiklopedisi*, c. III, İstanbul; 1984, s. 1116.
- DEMİRTAŞ Mehmet, *Osmanlı Esnafında Suç ve Ceza*, Birleşik Yayınevi, Ankara: 2010.
- DOBB Maurice, *Kapitalizm Sosyalizm Az Gelişmiş Ülkeler ve İktisadi Kalkınma*, çev. Mehmet Selik, Doğan Yayınevi, 1973.
- DÖNDÜREN Hamdi, *Delilleriyle Ticaret ve İktisat İlmihali*, İstanbul: Erkam Yayınları, 2016.
-, *İslam Hukukuna Göre Akdin Feshinden Doğan Tazminat, Rekabet, Reklam-Promosyon ve Acentelerin Temsil Yetkisi, I. Uluslararası İslam Ticaret Hukukunun Günümüzdeki Meseleleri Kongresi*, Konya: 1997, ss. 119-120.
- DÖNMEZ İbrahim Kâfi, “Murabaha”, *DİA*, İstanbul: (İSAM), 2006, c. 31, ss. 148-152.
- EBU DAVUD es-Sicistânî, *Sünenü Ebu Davud*.
- ERDEM Ekrem, “Müslüman Bireyin İktisadi Davranış Hususiyetleri ve İslam Piyasa Geleneği”, *İslam İktisadi ve Piyasa*, İstanbul: İktisat Yayınları, 2017.
- EROL İbrahim, “Ekonomi Açısından Devlet ve Piyasa”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, c. 47, S. 03.
- ERSOY Arif, “İslam İktisadi ve İktisadi Yapısı: İnsan Merkezli Fitri İktisat ve İktisadi Yapısı”, *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi*, S. 1, (2015).
- EKDİ Barış, “Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması”, *Rekabet Dergisi*, S. 10, (2002)
-, “Gümrük Birliği Çerçevesinde Damping ve Yıkıcı Fiyat Uygulamaları”, *Rekabet Kurumu Uzmanlık Alan Tez Serisi: 7*, Ankara: 2003.
- ESKİCİOĞLU Osman, *İslam ve Ekonomi*, İzmir: Çağlayan Matbaası, 1999.
- ESSADR Muhammed b., *İslam Ekonomi Doktrini*, çev. Mehmet Keskin, (y.y.), Hicret Yayınları, 1978.
- FERRÂ Ebû Ya’la, Muhammed b. Hüseyin, *el-Ahkâmu’s-Sultâniyye*, Beyrut, 1983, s. 303.
- GAZZALÎ, *İhyau Ulumi’d-dîn*, Darü’n-Nedve, Beyrut, c. 2, ss. 75-76.
-, *Fethu’l-azîz bi şerhi’l-Vecîz*, c. VIII, s. 217.
- GENÇ Mehmet, *Osmanlı İmparatorluğunda Devlet ve Ekonomi*, Ötüken Yayınları, 13. b., İstanbul, 2016.
- GHAZANFAR Shaikh M., *Ortaçağ İslam İktisat Düşüncesi*, çev. M. Sabri Akgönül, İstanbul: Klasik Yayınları, 2015.

- GHAZANFAR Shaikh M. ve İSLAHÎ A. Azim, “İbn Teymiyye’nin İktisat Düşüncesinin Bazı Yönleri”, *Ortaçağ İslam İktisat Düşüncesi*, İstanbul: Klasik Yayınları, 2015.
- GÖLÇEK Ali Gökhan ve GÜLŞEN Mustafa Alpin, “İbn Haldun ve Serbest Piyasa Fikri, İbn Teymiyye ve Gazzalî’den Kanıtlar” *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S. 57, (2017).
- GÜNDÜZ Hale ve BOZKUŞ Sinan, “Rekabet İhlallerinden Doğan Zararların Hesaplanması: AB Uygulaması Bağlamında Genel Yaklaşımlar”, *Rekabet Dergisi*, c. 13, S. 1, (2012).
- GÜNEŞ Fatma, *Konvansiyonel ve İslam Ekonomisinde Devletin Rolü*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İslam Ekonomisi ve Finans Anabilim Dalı Uluslararası Finans ve Katılım Bankacılığı Bilim Dalı, İstanbul: 2018.
- HANBEL Ahmed b., *Müsned*.
- HASANUZZAMAN S. M., *İslam İktisadının Fıkhi İlkeleri*, çev. Hamdi Çilingir, İstanbul: İktisat Yayınları, 2017, s. 22.
- HÂKİM en-Nisâburî, *el-Müstedrek ale’s-sahihayn*, Beyrut, ts. c. II, s. 12.
- İBN ÂBİDİN Muhammed Emir b. Ömer b. Abdülaziz’el-Hüseyni, *Reddu’l-Muhtar*, Beyrut: Dâru’l-fikr, 1412/1992
- İBN HALDUN, *Mukaddime*, çev. Süleyman Uludağ, İstanbul: Dergah Yayınları, C. III, 2007.
- İBN HAZM, *el-Muhâllâ*, Mısır, 1389, c. IX, s. 454.
- İBN KAYYIM el-Cevziyye, *et-Turuku’l-hükmiyye ji’s siyaseti’s-şer’iyye*, Kahire, Mektebetü Daru’l-beyan, ts
- İBN KUDÂME Muvakkuddin Abdullah b. Ahmed, Muğnî. Kahire, ts. (Mektebetü İbn Teymiyye), c. IV, s. 164.
- İBN MACE, es-Sünen, Darü’r-Risaletü’l-Alemiyye, C. 5, Beyrut.
- İBN MANZUR, *Lisânu’l-Arab*, Dar’ul-Maarif, IV.
- İBN RÜŞD Ebü’l-Velîd Muhammed b. Ahmed. *Bidâyetü’l-Müctehid ve’n-Nihâyetü’l-Muktesid*. 4 cilt, Kahire: Daru’l-hadis, 2004.
-, *el-Beyân ve’t-Tahsil*, Dâru’l-Garbî’l-İslamî, Beyrut, 1408, IX, s. 313.
- İBN SÂD Ebu Abdillâh Muhammed, (230), *et-Tabakatu’l-Kübrâ*, Beyrut, c. III, s. 305.

İBN TEYMYYYE, *Bir İslam Kurumu Olarak Hisbe*, çev. Vecdi Akyüz, İstanbul: İnsan Yayınları, 1989.

....., *el-Hisbe fi'l-İslam*, Daru'l-Kutubi'l-İlmiyye, 2010, s. 16

....., *el-Mecmau'l-fetava*, Medine: Mecma'u'l-Melik Fahd, 1416/1995, c. 28, ss. 74-80.

İLGEN Abdulkadir, *İslam Ekonomisinde Tekelci Eğilimler*, (Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Ortadoğu ve İslam Ülkeleri Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, İstanbul: 1998.

İMİROĞLU Dilek, *Telekomünikasyon Alanında Rekabet Hukuku Açısından Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı, 2007.

İslam Fıkıh Akademisi, 1988 yılı, 5. Dönem, 8. Nolu kararı.

JAFARİ Ali Akbar ve TEKDOĞAN Özlem Sandıkçı, “Sosyal Adalet, Tüketici Refahı ve Sürdürülebilir Piyasa Geliştirimi”, *İslam İktisadı ve Piyasa*, İstanbul, İktisat Yayınları, 2017.

KALKAVAN Hakan, “Medine Pazarı Perspektifinde Muhtesib ve Agoranomos Karşılaştırması”, *Ekonomi, İşletme ve Maliye Karşılaştırması Dergisi*, c. 1, S. 1, 2018

KALLEK Cengiz, “Pazar”, *DİA*, İstanbul: (İSAM), 2007, c. 34, ss. 194-195.

....., “Narh”, *DİA*, İstanbul: (İSAM), 2006, c. 32, s. 390.

....., “İhtikar”, *DİA*, İstanbul: (İSAM), 2000, c. 21, s. 560

....., “Müzayede”, *DİA*, İstanbul: (İSAM).

....., “Hisbe”, *DİA*, İstanbul: (İSAM), 1998, c. 18, ss. 133-143.

....., “Müsâveme”, *DİA*, İstanbul: (İSAM), 2006, c. 32, ss. 79-81.

....., “Narh Konusuna Yeniden Bakış”, *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, S. 7, (2006).

....., *Hız. Peygamber Döneminde Devlet ve Piyasa*, İstanbul: Bilim Sanat Vakfı Yayınları, 1992.

....., “İslamın İlk Devirlerinde Devlet-Piyasa İlişkisi”, (Doktora Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, 1994.

....., *Asr-ı Saadette Yönetim-Piyasa İlişkisi*, İz Yayıncılık, İstanbul:1997.

- KARA Alper Fevzi, “*Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Aracı Olarak Yıkıcı Fiyat Uygulaması ABD ve AT Uygulamalarından Dersler*”, Rekabet Kurumu Yayınları Uzmanlık Tez Serisi:18, Ankara: 2003.
- KÂSÂNÎ Alâüddîn Ebû Bekr b. Mes‘ûd b. Ahmed, *Bedâiu’s-Sanaî*, Beyrut, 1974.
- KEMÂLÎ Muhammed Haşim, “İslam Hukukunda Tes‘îr (Fiyat Kontrolü)”, İslami Sosyal Bilimler Dergisi, c. 2, S. 2, (1994).
- KILIÇASLAN Yılmaz, *İktisada Giriş*, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 2014.
- KİSBET Mustafa, *İslam Hukukunda Tüketicinin Korunması*, İstanbul: Nizamiye Akademi, 2015.
- KONUKMAN Pelin Doğa, *Rekabetin Korunması Hakkında Kanuna Göre Hakim Durumun Kötüye Kullanılması*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2000.
- KÖROĞLU Mehmet, *İslam Hukukunda Fiyat Tahdidi*, (Yüksek Lisans Tezi), Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İslam Bilimleri Bölümü, 1995.
- KUDURÎ, *Muhtasaru’l-Kuduri*, ss. 300-302.
- Kur’an Yolu Türkçe Meal ve Tefsir*, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara: 2012.
- KURDAK Can, *Rekabet Hukukunda Yıkıcı Fiyat Uygulaması Yapmak Suretiyle Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı, 2018.
- KUMAŞ Mehmet Salih ve ABDULLAYEV Elman, “Bir Finansman Modeli Olarak Mudârabe’nin Faizsiz Bankacılıkta Etkin Şekilde Kullanılması Sürecinde Sivil Toplum Örgütlerinin Aktif Rol Üstlenmesi”, *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, (2015).
- K. T. Su, “*Rekabet Hukukunda Teşebbüslerin Hakim Durumunun Belirlenmesinde Pazar Gücünün Ölçülmesi*”, Ankara, Rekabet Kurumu, Yayın No:94, (2003).
- LİV Cemil, “İslam’ın İlk Dönemlerinde Piyasa İstikrarını Temin İçin Alınan Tedbirler”, *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2019.
- MALÎK, Malîk b. Enes b. Ebî Âmir b. Amr b. Hâris el-Asbahî el-Himyeri, *Muvatta*, Dımaşk, 2011.
- MÂVERDÎ, *el-Hâvî fi’l-Fıkhî’s-Şafîi*, Dâru’l-Kütübi’l-İlmiyye, Beyrût, 18 Cilt, 1419.
- Mecelle-i Ahkam-ı Adliyye

- MEVSİLÎ Abdullâh b. Mahmûd, *el-İhtiyar li ta'lili'l-Muhtar*, İstanbul: Çağrı Yayınları, 1996.
- MERĞİNÂNÎ Ali b. Ebu Bekir, *el-Hidaye*, IV, s. 69. Beyrut.
- MÜSLÎM, *el-Camiu's-Sahih*.
- NAQVÎ Syed Nawab Haider, *İslam Ekonomi ve Toplum*, çev. Ozan Maraşlı, İstanbul: İktisat Yayınları, 2018.
- NİZÂM eş-Şeyh, *el-Fetava'l-Hindiyeye*, c. III, s. 214.
- OĞUZ Orhan, *İktisada Giriş*, Marmara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Yayın No: 390, İstanbul, 1992.
- ORAK Cem Çağatay, *Kamu Hizmetleri ve Kamu Teşebbüslerine Rekabet Hukuku Kurallarının Uygulanması*, 1. b., Ankara: Çakmak Yayınevi, 2011.
- ÖZGEN Mehmet Kasım, “Kollektivist ve Bireyci İslâm Yorumları Üstüne”, *İslam Sivil Toplum ve Piyasa Ekonomisi*, Ankara, Liberte Yayınları, 1999.
- ÖZER Suna, *Rekabet Hukuku Açısından Rekabet Yasakları*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009.
- ÖZDEMİR Şuayıp ve YAMAN Fikret, *Türkiye’de Reklam Ahlakı: Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, İstanbul: İlke Yayınları, 2015.
- QAZÎ Bilal Ahmed, “Fiyat Müdahalesinin Şer’i Kuralları ve Günümüzdeki Uygulamaları”, *İslam İktisadı ve Piyasa*, İstanbul: İktisat Yayınları, 2017.
- Rekabet Kurulu Kararı, Dosya Sayısı: D2/1/M.B.-00/1, Karar Sayısı:00-33/356-200, Karar Tarihi:05.09.2000.
- Rekabet Kurulu Kararı 3-4054 sayılı kanunun 6’ncı maddesi.
- SALMAN Dilek, *Elektronik Haberleşme Endüstrisinde Hâkim Durum ve Hâkim Durumun Kötüye Kullanma Halleri*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonomi Hukuku Yüksek Lisans Programı, İstanbul: 2011.
- SAVAŞ Rıza, *Raşid Halifeler Devrinde Kadın*, İstanbul: Ravza Yayınları, 1996.
- SERAHSÎ, *el-Mebhut*, III, ss. 250-260.
- SEYİDOĞLU Halil, *Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük*, İstanbul: Güzem Can Yayınları, 1992.
- SİDDİQÎ Muhammad Nejatullah, “Müslüman Ekonomi Düşüncesi: Çağdaş Literatür Üzerine Bir İnceleme”, *İslam İktisadı Çalışmaları*, İstanbul: İktisat Yayınları, çev. Fazıl Yozgat, 2019.

- ŞEVKÂNÎ Muhammed b. Ali, *Neylû'l-Evtâr Şerhu Müntekâ Ahbâr*, Kahire, ts. VI, s. 312.
- ŞÎRÂZÎ Ebû İshâk Cemâlüddîn İbrâhîm b. Alî. *el-Mühezzeb*. 3 cilt, Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l İlmiyye.
- ŞÂFÎ, *el-Ümm*, II, 209.
- TABAKOĞLU Ahmet, *İslam İktisadına Giriş*, Dergah Yayınları, 2008.
-, "Osmanlı Ekonomisinde Fiyat Denetimi", İstanbul: *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, c. 43, (1987).
- TABERÎ Ebu Ca'fer İbn Cerir Muhammed b. Cerir b. Yezid, *Câmiu'l-beyân*, Tefsir Lid'dirasetü'l-Kur'aniyye, c. I, s. 199.
- TAYYAR Ayşegül ve ÇETİN Birol, "Liberal İktisadi Düşüncede Devlet", *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, c. 14, S. 1, (2013).
- TEKİNALP Ünal, "ATAD Kararları Işığında Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması", *Rekabet Kurumu*, Ankara: 2000.
- TİRMİZÎ Ebu İsa Muhammed b. İsa b. Sevre es-Sülemi, *Sünenü Tirmizî*, Beyrut.
- TİROLE J. 1988), *The Theory of Industrial Organization*, MIT Press, Cambridge, s. 373.
- TOPÇUOĞLU Metin, "Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İşbirliği Davranışları ve Hukuki Sonuçları", *Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi No:7*, Ankara 2001.
- TOKGÖZ Mehmet, "Münhasır Dikey Anlaşmaların 4054 Sayılı Kanunun 4. Veya 6. Maddesi Kapsamında Değerlendirilmesi Sorunu", *Rekabet Kurumu, Uzmanlık Tezleri Serisi No: 148*, Ankara, 2017.
- TÖZER "Ayhan, Ex-Ente Düzenlemeler Kapsamında Türkiye Perakende İnternet Piyasası Analizi", *Türkiye İnternet Konferansı*, Ankara: 2007.
- TURAN M. Fatih, "İslam Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması", *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S. 43, Erzurum: (2015)
- TÜRKAY Orhan, *Mikro İktisat Teorisi*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları: 551, Ankara: 1986
- Türk Dil Kurumu, *Türkçe Sözlük*, c. II, 9. B., Ankara 1998
- UDEH Abdulkadir, *Mukayeseli İslam Hukuku ve Beşerî Hukuk*, çev. Ali Şafak, Rehber Yayıncılık, Ankara: 1990.
- ULAŞ Emine, *Rekabet Hukukunda Hakim Durum ve Hakim Durumdaki Teşebbüsler*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi, 2007.

- UZUNALLI Sevilay, “Avrupa Birliği Rekabet Hukuku Işığında Yıkıcı Fiyat Uygulamaları İle Hakim Durumun Kötüye Kullanılması”, *Ankara, Rekabet Dergisi*, c. 11, S. 4, (2010)
- ÜNSAL Erdal M., *İktisada Giriş*, Ankara: BB101 Yayınları, 2016.
- YAHYA b. Ömer el-Endelüsî, *Kitabu'n-Nazar ve'l-ahkâm fî cemî'i ahvâlî's-sûk*, Tunus, 1975, ss. 40-46.
- YAKUPOĞLU Mukadder Mehmet, “Rekabet Kültürü ve Rekabet Hukuku”, *Rekabet Kurumu Perşembe Konferansları*, Şubat 2001.
- YANIK Mehmet, “*Rekabet Hukukunun Hakim Durum ve Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Uygulamalarında Piyasaya Giriş Engelleri*”, Ankara, Rekabet Kurumu, (2003).
- YAYLA Atilla, *Liberalizm*, Ankara: Turhan Yayınları, 1992.
- YENİÇERİ Celal, *İslam İktisadının Esasları*, İstanbul: Şamil Yayınevi, 1980.
-, “Ebu Hanife'nin Hayatı, Mali ve İktisadî Görüşleri”, *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S. 4, (1986).
-, “İhtikâr”, *DİA*, İstanbul: (İSAM).
- YILMAZ Aytekin, *Çağdaş Siyasal Akımlar*, İstanbul: Vadi Yayınları, 2001.
- YÜCE Mehmet ve ÇELİK Muhammed, “Ahlaki Temellere Dayanan İslam Ekonomisi Sisteminde Devletin Rolü”, *Akademik Bakış Dergisi*, S. 69, (2018)
- ZAİM Sabahattin, *İslam İnsan Ekonomisi*, Yeni Asya Yayınları, 1992.
- ZERKÂNÎ Muhammed, *Şerhu'l-Zerkânî ale'l-Muvatta*, Mısır, c. 3, s. 114.
- <https://islamansiklopedisi.org.tr/munafese>
- <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=20435&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
- <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4054.pdf>.
- <https://doganturan.av.tr/rekabet-hukuku/>
- <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4054.pdf>