

Araştırma Makalesi / Research Article

## COVID-19 DÖNEMİNDEKİ AŞIRI FİYATLAMALARA İLİŞKİN TÜKETİCİ ŞİKÂyetLERİ VE REKABET HUKUKU AÇISINDAN ALINAN ÖNLEMLER

Öğr. Gör. Dr. Neslihan CAVLAK 

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Marmaraereğlisi MYO, Tekirdağ, (neslihancavlak@nku.edu.tr)

Prof. Dr. Murat Selim SELVİ 

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, İİBF, Tekirdağ, (mssselvi@nku.edu.tr)

### ÖZET

*Bu çalışmanın amacı, COVID-19 döneminde aşırı fiyatlara yönelik tüketici şikâyetlerini betimlemek, dünyada ve Türkiye’de Rekabet Hukuku açısından ne tür önleyici ve düzenleyici tedbirlerin alındığını tespit etmek ve değerlendirmektir. Belge Tarama yöntemi kullanılarak elde edilen ikincil veriler sadeleştirilmiş ve analiz birimi olarak kullanılan cümleler ve paragraflar aynı alt başlıklar altında toplanmıştır. Elde edilen nitel veriler tablolar hâlinde verilmiş; ayrıca sikayetvar.com sitesinde yer alan son 20 aylık dönemdeki aşırı fiyatlara ilişkin şikâyetler tasnif edilmiştir. Sikayetvar.com sitesindeki şikâyet çözümlemesinde ortaya çıkan bulgular hem sayısal hem de kategorik olarak tablolar hâlinde verilmiştir. Fiyatı en çok şikâyet edilen mal ve hizmetler ev içi araç-gereç ve tamirleri, gıda, kişisel iletişim araç ve hizmetlerdir. Literatüre ilişkin bulgular COVID-19 salgını ile birlikte pek çok ülkede işletmeler tarafından fahiş fiyat uygulamasının gerçekleştirildiğini göstermektedir. Bu duruma karşı ülkelerin rekabet otoritelerinin haksız kazanç sağlayan bu tür firmalara yönelik yaptırımında buldukları ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada sorunların kaynağını bertaraf edici tedbirlerin tüm tarafların ortak mutabakatı ile alınması; bu tedbirlerin çıkarılacak hal yasası ve perakende yasasında yer alması ve bu tedbirlerin uygulamalarının sürekli kontrol edilmesinin önemine işaret edilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Gıda, Aşırı Fiyat, Tüketici Şikâyeti, Rekabet Otoritesi, Cezalar.

## CONSUMER COMPLAINTS REGARDING OVERPRICING IN THE COVID-19 PERIOD AND MEASURES TAKEN IN TERMS OF COMPETITION LAW

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to describe consumer complaints about overpricing during the COVID-19 period, to determine and evaluate what kind of preventive and regulatory measures have been taken in terms of Competition Law in the world and in Turkey. The secondary data obtained using the Document Scanning method has been simplified and the sentences and paragraphs used as the analysis unit have been gathered under the same subheadings. The qualitative data obtained are given in tables; In addition, complaints regarding overpricing in the last 20 months on sikayetvar.com are classified. The findings that emerged in the complaint analysis on the sikayetvar.com site are presented both numerically and categorically in tables. The most frequently complained goods and services are domestic equipment and repairs, food, personal communication tools and services. The findings in the literature show that overpricing is applied by businesses in many countries with the COVID-19 epidemic. On the other hand, it has been revealed that the competition authorities of the countries impose sanctions on such companies that provide unfair profits. In this study, it has been pointed out that it is important to take the measures to eliminate the source of the problems with the common agreement of all parties, to include these measures in the market law and retail law to be enacted, and to constantly control the implementation of these measures.*

**Keywords:** Food, Overpriced, Consumer Complaint, Competition Authority, Penalties.

## 1. Giriş

COVID-19 pandemisi ile birlikte mal ve hizmet fiyatlarında ortaya çıkan aşırı fiyatlamalar karşısında tüketicilerin son derece rahatsız oldukları, temel ihtiyaç maddelerine bile erişimde güçlük çektikleri, görsel ve yazılı basında sıklıkla dile getirilmektedir. Aşırı fiyat artışları haklı ve/veya haksız nedenlere dayandırılrsa da tüketicilerin alım gücünün erimesine neden olmaktadır. Bu artışlar özellikle 2021 yılının yaz aylarında dünyanın ve Türkiye'nin gündeminde sürekli yer almaktadır. Dünyadaki emtia fiyatları, küresel iklim değişikliği ve döviz kurunun artması fiyatların aşırı yükselişinde haklı nedenler olarak gösterilse de özellikle COVID-19 salgınının da etkisi ile hareket eden ve panik satın almanın yarattığı fazla tüketimi fırsat bilen satıcıların bu mevcut durumu istismar ederek haksız kazanç sağlama çabası içinde oldukları bilinmektedir (Yoon vd., 2018; Prentice vd., 2020; Nicomedes & Avila, 2020; Cabral & Xu, 2020). Aşırı fiyatlara ilişkin artan tüketici şikâyetleri karşısında devletler, tüketicileri mağdur ederek haksız kazanç sağlayan kişi ve kuruluşlara hukuk çerçevesinde gerekli yasal işlemler yapmaktadır. Dünyada pek çok ülke piyasa ekonomisini benimsemekle beraber rekabet hukuku kapsamında başta tekelleşme olmak üzere rekabeti bozucu eylemleri yasaklamaktadır. Tüketicinin mağdur edildiği dönemlerde devletler, tüketici tarafında yer almakta ve her türlü mağduriyeti gidermeye yönelik denetim ve kontroller yapmaktadırlar. Türkiye'nin de kabul ettiği Birleşmiş Milletler Evrensel Tüketici Hakları Bildirgesi'nde tüketicilerin ekonomik çıkarlarının korunması, ihtiyaç duydukları mal ve hizmetlere en uygun fiyat ve kalitede ulaşabilmeleri öncelikli amaçlar olarak belirtilmiştir (Larsen & Lawson, 2013).

Fahiş fiyat uygulamaları ve bu konuda gerçekleştirilen yasal düzenlemeleri konu alan çalışmalar çok kısıtlıdır. Yapılan çalışmaların çoğu ülkelerin kendi rekabet otoritelerinin konuyla ilgili düzenlemelerini, uygulamalarını ve örneklerini içermektedir (Kigwiru, 2020; Mncube, 2020; Oxenham, 2020; Ratshisusu & Mncube, 2020; Yavuz, 2020; Boshoff, 2021). Diğer çalışmalar ise, AB ve OECD üye ülkelerinin COVID-19 döneminde getirdiği rekabet hukuku kararları kapsamındaki düzenlemelerden ve AB ülkelerinde görülen fahiş fiyat uygulamalarından örnekler vermektedir (Costa-Cabral vd., 2020; Sproul & Harms, 2020; Giosa, 2020; Rooney vd., 2020; OECD, 2020). Türkiye'de en son 28 Mayıs 2020 tarihli Haksız Fiyat Değerlendirme Kurulu (HFDK) Yönetmeliği çıkarılmıştır. Türkiye'de son zamanlarda Ticaret Bakanlığı'nın aşırı fiyat uygulayan işletmelere para cezası verdiği sıkça belirtilmektedir.

Bu çalışmanın amacı çerçevesinde aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır:

1. Türkiye'de aşırı fiyat artışlarına ilişkin ne tür şikâyetler yapılmaktadır?
2. Dünyada aşırı fiyatlamaya karşı rekabet otoriteleri ne gibi tedbirler almaktadır?
3. Türkiye'de aşırı fiyatlamaya karşı yapılan yasal düzenlemeler nelerdir? Yapılan denetimler amacına ulaşmakta mıdır?
4. Sorunun çözümü noktasında neler yapılabilir?

Bu çalışmada, pandemi döneminde mal ve hizmetlere yönelik aşırı fiyatlama karşısında yapılan tüketici şikâyetleri yanında dünyada ve Türkiye'de idarelerin Rekabet Hukuku açısından ne tür önleyici ve düzenleyici tedbirler aldıkları incelenmiştir. Çalışma sürecinde Araştırma ve Yayın Etiği kurallarına dikkat edilmiştir. Bu çalışmanın amacına uygun olarak, özellikle COVID-19 döneminde rekabeti bozan ve haksız kazançta neden olan aşırı fiyatlar

karşısında tüketicileri korumak ve dengeyi sağlamak üzere dünyada ve Türkiye’de Rekabet otoritelerinin ne tür tedbir ve kararlar aldıklarına ilişkin literatür taranmıştır. Bu çalışmada, genellikle ikincil kaynaklar üzerinde döküman incelemesi yapılmıştır. Dolayısıyla çalışmada Belge Tarama yöntemi sıklıkla kullanılmıştır. Çalışmanın bir diğer amacına yönelik olarak da şikâyetvar.com sitesinde son 20 aylık dönemde fiyatı en çok şikâyet edilen mal ve hizmetler nitel ve nicel olarak aşamalar hâlinde tasnif edilmiştir. Gerek rekabet otoritelerinin aldıkları tedbir ve kararlar, gerekse şikâyetlere ilişkin yapılan tasnifler özet tablolar hâlinde verilmiş ve kısa açıklamaları yapılmıştır. Buna göre fiyatı en çok şikâyet edilen mal ve hizmetler sırasıyla; ev içi araç gereçleri, tamir bakım hizmetleri, gıda ürünleri, kişisel iletişim (telefon, internet vb), kargo hizmetleri, sağlık ürünleri ve ulaştırma hizmetleri şeklinde sıralanmaktadır. Gıda maddeleri içinde en çok fiyatı şikâyet edilen maddeler sırasıyla; yerli fast-food yemekleri, un ve unlu mamuller, su, et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri gibi temel ihtiyaç duyulan gıdalara ilişkindir. Bulgular COVID-19 salgını ile birlikte çeşitli ülkelerde mal ve hizmet fiyatlarının maliyetlerinde haklı olarak açıklanabilecek bir farklılık olmamasına rağmen, birçok işletme tarafından fahiş fiyat uygulamasının gerçekleştirildiğini göstermektedir. Bu duruma karşı pek çok ülkenin rekabet otoritesinin haksız kazanç sağlayan bu tür firmalara yönelik yaptırımında buldukları ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre rekabet otoriteleri, stokçuluk yapan, aşırı fiyat uygulayan, piyasa dengesini bozucu faaliyette bulunan, tüketicilerin ürünlere ulaşmasına engel olan ve rekabete aykırı davranan işletmelere soruşturma açmakta ve para cezaları vermektedir. Bu çalışmada ayrıca en kısa sürede çıkarılacak hal yasası ve perakende yasasında sorunların kaynağını bertaraf edici hususların yer alması ve uygulamalarının sürekli kontrol edilmesinin önemine işaret edilmiştir. Konu pazarlama mevzuatı açısından da ayrı bir önem kazanmaktadır. Çalışmanın içerik açısından literatürde bu konuda görülen eksikliğin giderilmesinde bir katkı sağlayacağı, perakendecilere ve idarecilere de faydalı olacağı beklenmektedir. Hatta bu çalışma akademisyenlere konunun hukuki boyutlarının incelenmesi açısından bir görüş açısı kazandırabilmektedir.

## **2. COVID-19 Döneminde Türkiye’de Aşırı Fiyatlamaya İlişkin Şikâyetler**

Bir tüketicinin herhangi bir üründen memnun olup olmadığı, beklentileri ile algılanan kalite arasındaki karşılaştırmaya bağlıdır (Oliver, 1980). Bir tüketicinin satın aldığı ya da almayı düşündüğü ürün konusunda beklentileri karşılanmazsa, tüketici için olumsuz bir durum söz konusudur. Şikâyet, karşılaşılan bir soruna çözüm bulmak ve/veya işletmenin uygulamalarında, politikalarında veya ürünlerinde bir değişiklik başlatmak için işletmeye başvuran memnuniyetsiz bir müşterinin tutum ve davranışı olarak belirir (Yılmaz vd., 2016). Müşteriler, işletmeden satın aldıkları bir kısım ya da tüm mal ve hizmetler konusunda algıladıkları memnuniyetsizlikler hakkında olumsuz tepkide bulunabilmektedir (Singh, 1988). Bir tüketici yaşadığı memnuniyetsizlik konusunda iddialıysa ve bu durumun telafi edilmesini istiyorsa o zaman şikâyet davranışı göstermektedir (Yan vd., 2021). Müşteri şikâyetleri işletmeler için olumsuz bir duruma işaret edebilir; ancak müşterilerin şikâyet etmesi, işletmeye bir tür çözüm sağlama ve/veya süreçleriyle ilgili düzeltici eylemlerde bulunma fırsatı vermektedir (Yılmaz vd., 2016). Günümüzde, müşteri memnuniyetinin işletmelerin finansal karlılığı açısından en önemli unsurlardan biri olduğu düşünülürse mal ve hizmet satıcılarının bu şikâyetleri önemsemeleri ve gerekli düzenlemeleri hızla yapmaları beklenir. İşletmelerin etkili müşteri şikâyeti yönetimi uygulamaları, müşterileri ile uzun süreli kârlı ilişkiler kurmalarını ve onları elde tutmalarını sağlamaktadır (Chaudhuri & Holbrook, 2001; Angelovska, 2021). Aksi takdirde, çözüme

ulaşmayan şikâyetler, tüketicilerin memnuniyetsizliğine, bu memnuniyetsizliği çevreleri ile paylaşmalarına ve başka işletmelere yönelmelerine neden olmaktadır (Cai vd., 2018).

Birçok çalışmada, müşteri şikâyetlerinin büyük bir çoğunluğunun ürünlerin fiyatları ile ilgili olduğu görülmektedir (Best & Andreasen, 1976; Estelami, 2003). İşletmeler her ne kadar tüketicilerine uygun ürünü, doğru fiyattan satmayı amaçlasalar da bu konuda her zaman başarılı olamamaktadırlar. Herrmann vd. (2007), tüketiciler için fiyatın önemli olduğunu ve tüketicilerin satın aldıkları bir ürünü değerlendirirken öncelikle fiyatı dikkate aldıklarını belirtmektedir. Özellikle pandemi döneminde hızla artış gösteren mal ve hizmetler konusunda tüketicilerin hem çevrim içi hem de çevrim dışı olmak üzere tüm platformlardan şikâyette buldukları gözlenmektedir. Tüketiciler her konuda şikâyetlerini ilgili yerlere iletebilmektedir. Türkiye’de aşırı fiyatlara ilişkin tüketicinin ihbar ve şikâyette bulunabileceği değerlendirilen merciler ve şikâyet hatları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

1. Ticaret Bakanlığı ALO 175 Tüketici Müşavere Hattı
2. Ticaret Bakanlığı’nın Haksız Fiyat Artışı Şikâyet Bildirimi (HFA-BİLDİRİMİ) mobil uygulaması
3. Alo 153 Zabıta İhbar hattı
4. Alo 189 Vergi İletişim Merkezi hattı
5. Tarım ve Orman Bakanlığı Alo 174 Gıda Hattı
6. Tarım ve Orman Bakanlığı WhatsApp hattı. 0501 174 0 174.
7. Alo 153 zabıta
8. Şikâyetvar.com sitesi
9. CİMER şikâyet hattı
10. İl ve İlçe Tüketici Hakem Heyetleri
11. Rekabet Kurumu (soruşturma açmaktadır)

### **3. COVID-19 Döneminde Aşırı Fiyatlamalar Karşısında Rekabet Hukuku**

COVID-19 pandemisi işletmeler yanında kamu ve rekabet otoritelerini hemen her konuda zorlamaktadır. İşletmelerin ve ekonomilerin kriz koşullarından olumsuz etkilendiği bu dönemde, ekonomik iyileşmenin yolunu açmak, aynı zamanda hızla gelişen sorunlara yanıt vermek ve eşit şartlar sağlamak gibi rekabet hukukunun temel amaçlarının sürdürülmesine ihtiyaç vardır (Rakic, 2020:27). Rekabet hukukunun temel amacı, tüketicinin refah düzeyini arttırmak ve etkinliğini sağlamaktır (Lee & Brown, 2008:2). Arz ve talep dengesinin bozulduğu, özellikle bazı ürünlere talebin aşırı derecede arttığı COVID-19 salgını döneminde çoğu işletmenin maliyetlerde bir artış olmasa da kar oranlarını arttırmak amacıyla, miktar sınırlaması yaptıkları, hatta açık arttırma yolu ile fiyat artışlarına gittikleri belirtilmektedir (Sproul & Harms, 2020; Cabral & Xu, 2020; Buccafusco vd., 2021). COVID-19 döneminde talebin artmasından dolayı arz sıkıntısı yaşandığı için fiyatların arttığı ileri sürülse de rekabet otoriteleri tüketicilerin sömürüldüğünü düşünmektedir. Bu durumun önüne geçmek amacıyla birçok ülkenin rekabet otoriteleri işletmeleri uyarmakta ve çeşitli önlemler almaktadır.

Özellikle COVID-19 pandemisi sürecinde rekabet kurallarının ihlali, aşırı fiyatlandırma, stokçuluk, kartel anlaşmaları, hâkim durumun kötüye kullanılması gibi tüketici aleyhine cereyan edecek hadiselerle karşı pek çok ülkede tüketiciyi koruyan yasal kurumlar çeşitli takip-kontrol mekanizmaları kurarak gerekli hukuki işlemleri başlatacaklarını ilan etmektedirler. Rekabet otoritelerini endişelendiren husus, firmaların böylesine benzeri görülmemiş durumlarda rekabet yasasını ihlal ederek savunmasız tüketicileri sömürmeye çalışma gayretleridir. Firmalar bunu aşırı fiyatlandırma yaparak, aralarında uygunsuz gizli anlaşma sağlayarak, ticari açıdan hassas bilgi alışverişi yaparak, minimum yeniden satış fiyatı tespit ederek veya diğer rekabete aykırı davranışlarda bulunarak yapmaktadır (Rakic, 2020:27).

**Tablo 1: Dünya’da Aşırı Fiyatlamaya Karşı Tüketiciyi Korumaya Çalışan Rekabet Otoritelerinin Aldıkları Önlemler (Kararlar)**

Ülkeler	Kurum adı	Uygulaması
ABD	Adalet Bakanlığı (“DOJ”) ve Federal Ticaret Komisyonu (“FTC”)	24.03.2020 tarihinde ortak bildiri yayımlanmıştır.
Avustralya	Rekabet Otoritesi	Fahiş fiyat uygulayan işletmelere yasaklama getirmiştir.
AB	Avrupa Rekabet Ağı-ECN)	23.03.2020 tarihinde ortak bildiri yayımlamıştır
Avusturya	Federal Rekabet Otoritesi	Soruşturma açılacağını ilan etmiştir.
Birleşik Krallık	Birleşik Krallık Rekabet Otoritesi (CMA)	COVID-19 çalışma grubu oluşturmuştur. Özel sektöre uyarı mektupları yollamıştır.
Brezilya	Brezilya Rekabet Otoritesi	Soruşturmalar başlatmıştır.
Çekya	Çekya Rekabet Otoritesi	Düzenleyici ve cezalandırıcı aksiyonları almaya hazır olduğunu işletmelere ilan etmiştir.
Çin	Çin Piyasa Düzenleme Otoritesi	Fiyat artışına yönelik faaliyetlere ilişkin 01.02.2020 tarihinde bir kılavuz yayımlamıştır
Güney Afrika	Güney Afrika Rekabet Otoritesi	23.04.2020 tarihinde başlattığı soruşturma hakkında bir bildiri yayımlamış; tüketiciyi korumak için her türlü çabayı göstereceklerini açıklamıştır.
Hong Kong	Hong Kong Rekabet Otoritesi	27.03.2020 tarihinde salgın süresince Rekabet Tüzüğü’nün uygulanmasına dair bir açıklama yayımlamıştır.
İspanya	İspanya Rekabet Otoritesi (“CNM”)	Salgına yönelik şikâyetleri ve talepleri bir yerde toplamak amacıyla özel bir e-posta adresi tahsis etmiş; anti-rekabetçi faaliyetlere yönelik olarak çeşitli soruşturmalar başlatmıştır

Tablo 1 devam

İtalya	Antitröst Otoritesi	İnternette hijyen ve diğer sağlık ürünleri satan kuruluşlara hakimiyeti kötüye kullanma suçu kapsamında soruşturmalar başlatmıştır.
Fransa	Rekabet Otoriteleri	İşletmelerin fiyatlandırmalarını düzenleme konusunda uyarmıştır.
İsveç	İsveç Rekabet Otoritesi	Salgın süresince yüksek fiyatlandırmalara ilişkin hususlara öncelik vereceğini açıklamıştır.
İsviçre	İsviçre Rekabet Otoritesi,	İşletmelere uyarılarda bulunmuştur.
Polonya	Polonya Rekabet Otoritesi	Fiyatları takip edecek özel bir ekip oluşturmaya karar vermiş; iki toptancı teşebbüse karşı soruşturma başlatmıştır.
Rusya	Rusya Federal Anti-Tekel İdaresi ("FAS")	Ürün fiyatlarını takip edecek bir merkez kurmuş ve soruşturmalar başlatmıştır.

**Kaynak:** Aydın, A. B. & Özer, N. (2020). Turkey: Covid-19'un rekabet hukukundaki etkileri: Rekabet otoriteleri salgına nasıl cevap veriyor?. Erişim Tarihi: 15.09.2021, <https://www.mondaq.com/turkey/antitrust-eu-competition-/948644/covid-1939un-rekabet-hukukundaki-etkileri-rekabet-otoriteleri-salg305na-nas305l-cevap-veriyor>; Botta, M. (2020). Excessive v. unfair prices during the coronavirus crisis. European University Institute. Erişim Tarihi: 11.11.2021, <http://fcp.eui.eu/wp-content/uploads/sites/7/2020/05/BOTTA-Excessive-v.-unfair-prices-during-the-coronavirus-crisis>; Demirbağ, N. (2020). Avrupa Birliği rekabet otoritelerinin ve Türkiye'nin Covid-19 destekleri / tedbirleri. Erişim Tarihi: 12.09.2021, <https://www.aksan.av.tr/tr/blog/detail/1073>; ICA (2021). ICA: Coronavirus, the authority intervenes in the sale of sanitizing products and masks. Erişim Tarihi: 01.11.2021, <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2020/3/ICA-Coronavirus-the-Authority-intervenes-in-the-sale-of-sanitizing-products-and-masks>; Cabral, L. & Xu, L. (2021). Seller reputation and price gouging: Evidence from the Covid-19 pandemic. Economic Inquiry, 59(3), 867-879.; Simonyan, Y. & Smith, N. C. (2020). Coronavirus ethics: Judgments of market ethics in a pandemic (Working Paper 2020/62/ATL). [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3750616#](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3750616#).

COVID-19 Döneminde dünyada ve AB'de aşırı fiyatlamaya ilişkin rekabet otoritelerinin aldığı önlemler aşağıda belirtilmektedir:

Birçok ülke otoritesi, pandemi döneminde tüketicilerin özellikle ihtiyaç duyduğu ürünlere, işletmelerin fahiş fiyat uygulaması konusunda oldukça hassas davranmaktadır. Pandemi dönemlerinde özellikle sağlık ve eğitim gibi temel kamu hizmetlerinde yeterli sosyal korumaların sağlanması gerekir. Aksi hâlde gıda başta olmak üzere diğer temel ihtiyaç maddelerinin fiyatlarındaki aşırı artışlar en savunmasız olanları ve daha düşük gelirli olanları büyük ölçüde etkiler (Jomo & Chowdhury, 2020). Çin Piyasa Düzenleme Otoritesi ürünlerde fahiş fiyat uygulayan işletmelere çeşitli para cezaları vermektedir. Güney Kore Rekabet Otoritesi her geçen gün artan stok yapma davranışına karşın idari para ve hapis cezaları uygulamaktadır (Ardıyok vd., 2020). ABD, Avustralya, Kanada ve Meksika gibi bazı ülkelerde, serbest piyasa sisteminden dolayı, istismar amaçlı aşırı fiyatlandırma yapılması rekabet otoriteleri tarafından müdahale edilmesi gereken bir durum olarak görülmemektedir. Ancak bu ülkelerde fiyat düşürme yasaları veya tüketici yasası kapsamındaki haksız ticaret hükümleri gibi belirli sömürücü fiyatlandırma uygulamalarını ele almak için başka mekanizmalar bulunmaktadır (OECD, 2020). Örneğin Avustralya tüketiciyi koruma yasası uyarınca, belirli fiyatlandırma davranışlarını ölçsüz davranış olarak yasaklayabilmektedir. ABD'de de sömürü



amaçlı fiyatlandırma suistimalleri antitröst kapsamına girmese de talebin çok yüksek ve arzın yetersiz kaldığı dönemlerde belirli malların aşırı fiyatlandırılmalarını yasaklayan eyalet düzeyinde uygulanan para cezaları, hapis cezaları ya da her iki cezanın da uygulanabileceği durumlar mevcuttur (OECD, 2011). ABD'nin 34 eyaleti devletin resmi olarak bir acil durum veya felaket ilan ettiği anda aktif hâle gelen gelen fiyat düşürmeye ilişkin önceden mevcut olan yasal düzenlemelere sahiptir. Örneğin, Kaliforniya Valisi Newsom, işletmelerin fahiş fiyat uygulamalarını yasaklayarak “tüm tüketicilerin ihtiyaç duydukları şeyi adil bir fiyattan satın alabilmelerini sağlamak” konusunda titiz davranmaları konusunda işletmeleri uyarmaktadır (Chakraborti & Roberts, 2020). Kenya'nın Rekabet Otoritesi el dezenfektan fiyatlarının aşırı derecede artırıldığı gerekçesi ile bir süpermarkete ceza vermiştir.

AB Rekabet Hukuku: AB'nin İşleyişine Dair Anlaşma'nın (ABİDA) 102. maddesi işletmelerin hâkim durumu kötüye kullanmak suretiyle tüketicilere fahiş fiyat uygulayarak haksız kazanç sağlamaya yönelik davranışlarını yasaklamaya ilişkindir (Akman, 2010:606). AB Rekabet Hukuku, ulusal rekabet otoriteleri tarafından yönetilen, AB'ye üye ülkeler arasında geçerli olan hukuk kuralları olup kamu yararı gözetmektedir (Costa-Cabral vd., 2020:2). AB Rekabet Hukuku anlaşması kapsamında, hâkim ya da tekel durumunda bir şirketin “doğrudan veya dolaylı olarak adil olmayan alış-satış fiyatları veya ticaret koşulları dayatmasından” oluşan davranışları yasaklanmaktadır (Gilo & Spiegel, 2018:504). Hatta mahkemeler bazı durumlarda, özellikle “fiyatın ürünün ekonomik değeriyle makul bir ilişkisi yoksa” haksız yüksek fiyatları yasakladığı şeklinde yorumlamaktadır (OECD, 2020). Görüldüğü üzere AB Rekabet Hukukunun tüketiciyi doğrudan zarara uğratan ve rekabetçi pazar yapısına zarar veren aşırı fiyat uygulamalarına müdahale edebilmektedir (Şahin, 2019:111). Ancak AB Rekabet Hukuku aşırı fiyatlamasının uzun vadede kendi kendini düzeltebileceğini ve aşırı fiyatlandırmaya yaptırım uygulamanın verimliliği olumsuz yönde etkileyebileceğini de düşünmektedir (Svetlicinii & Botta, 2012:478). Kısaca AB Rekabet Hukuku, etkin işleyen bir piyasa ekonomisinde, tüketicilerin aşırı fiyatlama yapan işletmeleri terk edeceğini ve piyasanın normal fiyatlara geri döneceği görüşünü benimsemektedir. Bu nedenle, piyasanın akışına çok fazla müdahale etmeyi uygun görmemektedir. Avrupa Rekabet Ağı, 23 Mart 2020 tarihinde yayınladığı ortak bildiri (Demirbağ, 2020), pandemi sürecinde sağlık ve hijyen ürünlerinin rekabetçi fiyatlarla satılmasının önemli olduğu; fırsatçılık yapan işletmelerin hâkim konumlarını kartelleştirmeleri ya da kötüye kullanmaları durumunda önlem almaktan çekilmeyecekleri yer almaktadır (Europa, 2021). İstismara yönelik suistimallerin yasaklanması oldukça etkilidir. Çünkü kartellere karşı tutarlı yaptırımların uygulanması, işletmelerin rakipleriyle anlaşma yapmanın risklerine karşı farkındalık sağlamaktadır (Costa-Cabral vd., 2020:8).

İtalyan Antitröst Otoritesi, koronavirüs salgınının ardından en çok talep gören ürünlere uygulanan fiyat artışlarına yönelik araştırmalar başlatmıştır (ICA, 2020). İtalyan Rekabet Otoritesi ise e-ticaret platformları üzerinden olağan dışı fiyat artışı ve yanıltıcı bilgilendirme yoluyla gerçekleştirilen satışları soruşturduğunu duyurmuştur (AGCM, 2020). İtalyan Rekabet Kurumu, Amazon ve eBay'ın internette tüm dezenfektan ürünleri, solunum maskeleri, diğer sağlık ve hijyen ürünlerini haksız bir şekilde ve önemli fiyat artışları ile satılmasından dolayı, hakimiyeti kötüye kullanım suçu kapsamından bu iki işletmeye soruşturma başlatmıştır (Cabral & Xu, 2020; Simonyan & Smith, 2020:5). Amazon, pandemi ile birlikte maskeleri iki ay içerisinde 2.72 katına çıkarmıştır (Cabral & Xu, 2020). Polonya Rekabet ve Tüketici Koruma İdaresi (UOKIK), pandemi döneminde tıbbi tedaviler için ek olarak “aşırı ücret” talep eden bir dizi özel sağlık tesisi üzerinde soruşturma başlatmıştır (Botta, 2020). Romanya'nın Rekabet Kurumu ayrıca sıhhi ürünler, koruyucu ekipman ve dezenfektanlarla ilgili fiyat artışları

hakkında soruşturma başlattığını duyurmuştur. Benzer bir durum İspanya’da da yaşanmaktadır. İspanyol Rekabet Kurumu rekabete aykırı davranan, birçok işletme için soruşturma açtığını duyurmuştur (Racic, 2020:31). İspanya, aşırı fiyatlandırma yapan ve rekabete aykırı uygulamalar gerçekleştirenler konusunda araştırma ve inceleme yaptıklarını duyurmuştur. Yunan Rekabet Kurumu da perakende fiyatlarındaki önemli artışlar, sağlık malzemeleri ve diğer tüm ürünler üzerindeki üretim kısıtlamaları hakkında bir soruşturma başlatmıştır (EPANT, 2020). Fransa Rekabet Otoritesinin koronavirüs salgını nedeniyle yüksek talep gören ve fiyatları aşırı artan bazı ürünlerin toptan ve perakende fiyatlarını sınırlamak için düzenleyici fiyatlandırma çerçevesine geçtiği aktarılmıştır (Giosa, 2020:506). Fransa’da Ekonomi Bakanlığı, el dezenfektanları için bir fiyat kontrol sistemi getirmiştir (Botta, 2020). İngiltere’de Rekabet ve Piyasalar Kurumu (CMA), koronavirüsle mücadelede önemli bir unsur olan el dezenfektanı ürünleri için haksız fiyat talep eden eczaneler ve çok çeşitli marketler hakkında soruşturma açmıştır (Botta, 2020).

#### 4. COVID-19 Döneminde Türkiye’de Aşırı Fiyatlamaya İlişkin Yasal Düzenlemeler

OECD 5 Mayıs 2021 verilerine göre Türkiye, gıda fiyat artışları konusunda OECD ülkeleri arasında ilk sırada bulunmaktadır (OECD, 2021). Diğer taraftan, yine OECD ülkeleri arasında Türkiye zam konusunda da ilk sırayı almaktadır (Bayraktar, 2021). İşletmeler olağanüstü zamanları ve durumları tüketiciler aleyhinde kullanarak aşırı kâr elde etmek amacıyla fahiş fiyat belirleyerek ve stokçuluk yaparak haksız rekabet yaratıp haksız kazanç sağlamak isteyebilirler. Türkiye’de 5237 sayılı TCK’nın fiyatları etkileme başlığı altındaki m.237- (1) ...besin veya malların değerlerinin artıp eksilmesi sonucunu doğurabilecek bir şekilde ve bu maksatla yalan haber veya havadis yayan veya sair hileli yollara başvuran kimseye üç aydan iki yıla kadar hapis ve adlî para cezası verileceği belirtilmiştir. 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanunun m.6’da hâkim durumun kötüye kullanılarak tüketicinin zararına olabilecek üretim, pazarlama ya da teknik gelişmenin kısıtlanmasından bahsetmektedir. Yeni Koronavirüs salgınına yönelik tedbirler dâhilinde, 7244 sayılı kanunun m.14’te 6585 sayılı kanuna ek madde eklendiği belirtilmiştir. Buna göre mal ve hizmet üreten ve satan tüm işletmelerin stok yapmaları ve ürünlerde fahiş fiyat uygulamaları; üretici, tedarikçi ve perakendecilerin piyasayı daraltarak piyasada rekabeti ve dengeyi bozucu iş ve işlemler yapmaları, böylelikle tüketicilerin ürünlere erişimini engelleyici faaliyetlerde bulunmaları yasaklanmaktadır. Bu ek maddeye göre bunu yapan işletmelere idari para cezası verileceği, bunun için Haksız Fiyat Değerlendirme Kurulu (HFDK) oluşturulacağı belirtilmektedir (Resmi Gazete, 2020). Pandemi sürecinde Ticaret Bakanlığı tüm illerdeki market, çarşı, pazar yeri, hal vb. yerlerde denetimler gerçekleştirmektedir. Bu çerçevede başta gıda ve temel ihtiyaç maddeleri olmak üzere tüm ürünlerin fiyatları HFDK tarafından değerlendirilmekte ve gerektiğinde işletmelere çeşitli miktarlarda para cezaları verilmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2021). Ticaret Bakanlığı önderliğinde stokçuluk, fahiş fiyat eylemleri ve de rekabete aykırı hareket eden işletmelere yönelik kontrollerin devam ettiği yazılı ve görsel basından izlenmektedir. Karayolu Taşıma Yönetmeliği m. 11/2’ye göre Bakanlık, kamu yararı için aşırı fiyat ve ücret uygulanması ve/veya rekabet ortamının bozulması hâllerinde otobüs işletmelerine taban ve tavan ücret tarifesi uygulayabilmektedir. Son zamanlarda Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Ulaştırma Hizmetleri Düzenleme Genel Müdürlüğü’nün yolcu taşımacılığı yapan yüzlerce otobüs işletmesi ve binlerce otobüsü denetleyerek idari para cezaları dâhil binlerce işlem yaptığı görsel ve yazılı basında yer almaktadır. Ticaret Bakanlığı’nın resmî sitesinde 27 Ocak 2021 tarihli yapılan bir açıklamada 81 ilde HFDK’nın 81 il müdürlükleri marifetiyle market, pazar yeri, çarşı ve toptancı hallerinde fahiş fiyat artışlarına yönelik denetimlerde son bir haftada 1674 işletme



bazında, 22 bin 535 ürünün incelendiği ve sonuçta 495 firmaya toplam 15,5 milyon lira ceza verildiği belirtilmiştir (Ticaret Bakanlığı, 2021a).

**Tablo 2: Türkiye’de COVID-19 Döneminde Fahiş Fiyat Uygulamalarına İlişkin Denetlemeler**

Tarih	Firma Sayısı	Ürün Sayısı	Ağırlıklı Ürünler	Şikâyet Sayısı ve Mercî	İdari Para Cezası
28.02.2020-25.03.2020	6.448	13.280	Cerrahi maske ve 3M maske çeşitleri, dezenfektan, cerrahi eldiven, el antiseptiği, kolonya ve makarna, bakliyat ve diğer gıda ürünleri	İl Müdürlüklerine Haksız Fiyat Artışı Şikâyet Sistemi Mobil Uygulaması kanalıyla 31.817 adet CİMER aracılığıyla 2.074 adet	
Reklam Kurulunun 03.03.2020 tarihli toplantısı	13		İnternette maske satarken haksız fiyat artışı tespiti		Dokuz firmaya toplam 943.029 TL ceza
Mart 2020	198		maske, dezenfektan, kolonya, dezenfektan, ıslak mendil ve gıda ürünleri		10.090.060 TL ceza
Nisan 2020			maske, dezenfektan, kolonya, ateş ölçer, ıslak mendil ve gıda	7386	İnternette fahiş fiyat uygulayanlara 104.781 TL Satış yerinde fahiş fiyat uygulayan: 10.475 TL
Ocak 2021	1671	22.535	Market, pazar yeri, çarşı ve toptancı hallerindeki ürünler	Haksız Fiyat Değerlendirme Kurulunun 81 il müdürlükleri marifetiyle fahiş fiyat artışlarına yönelik denetimler	495 firmaya toplam 15,5 milyon TL

**Kaynak:** Ticaret Bakanlığı (2021b). Erişim Tarihi:18.09.2021, <https://Covid19.Ticaret.Gov.Tr/Tuketici/Duyuru/Ticaret-Bakani-Pekcan-Fahis-Fiyat-Artisi-Tespit-Edilen-Firmalara-Verilen-Cezalar>; Ticaret Bakanlığı (2021c). Erişim Tarihi: 18.09.2021, <https://Ticaret.Gov.Tr/Haberler/Ticaret-Bakanligi-81-Ildeki-Market-Pazar-Yeri-Ve-Hallerde-Fahis-Fiyat-Denetimi-Y>.

## 5. Yöntem

Bu çalışmanın amacına uygun olarak özellikle COVID-19 döneminde rekabeti bozan ve haksız kazanca neden olan aşırı fiyatlar karşısında tüketicileri korumak ve dengeyi sağlamak üzere dünyada pek çok ülkenin rekabet kurumlarının ne tür tedbir ve kararlar aldıklarına ilişkin literatür taranmıştır. Bu çalışmada Türkiye’de COVID-19 döneminde piyasada görülen aşırı fiyatlama konusunda Türk Hukuk Sistemi’nde yerini alan tedbirlere ilişkin olarak da yasal mevzuat incelenmiş ve gerekli çıkarımlar elde edilmiştir. Bu çalışmada genellikle ikincil kaynaklar üzerinde döküman incelemesi yapılmıştır. Dolayısıyla çalışmada Belge Tarama yöntemi sıklıkla kullanılmıştır. Çalışmanın bir diğer amacına yönelik olarak da sikayetvar.com sitesinde son 20 aylık dönemde fiyatı en çok şikâyet edilen mal ve hizmetler incelenmiştir. İlk aşamada ilgili dönemde bu siteye yapılan şikâyetler tek tek okunmuştur. İkinci aşamada mal ve hizmetlere ilişkin şikâyetler içinde sadece aşırı fiyatlama ile ilgili olanlar seçilmiş ve sayıları belirlenmiştir. Üçüncü aşamada, aşırı fiyatlamaya ilişkin tüm şikâyetler nitel ve nicel olarak belirli mal ve hizmet grupları içinde birleştirilmiştir. Başka bir deyişle bu sitede yer alan söz konusu şikâyetler tasnif edilmiştir. Elde edilen veriler hem sayısal hem de kategorik olarak tablolar hâlinde verilmiştir. İkincil kaynaklardan elde edilen diğer nitel veriler birkaç defa okunarak sadeleştirilmiş ve aynı alt başlıklar altında toplanarak derlenmiştir. Bu derlemeler de okuyucuya daha rahat aktarabilmek için yine tablolaştırılarak verilmiştir. Daha sonra farklı ülkelerde rekabet otoritelerinin aldıkları önlemlere ilişkin çeşitli örnekler verilmiştir. Türkiye’de yapılan hukuki düzenlemeler hakkında da gerekli bilgiler özetlenmiştir. Yapılan bu çalışma daha sonra bir hukukçu ve bir de pazarlama alanında çalışan iki akademisyenin değerlendirmesine sunulmuş; gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Bu çalışmada ikincil kaynak olarak kullanılan kitap, makale ve internet sitelerindeki bilgilerin doğru ve yansız olduğu varsayılmıştır.

## 6. Bulgular

Tüketicilerin mal ve hizmetlerin satış fiyatlarına ilişkin şikâyet sürecinde özellikle satış fiyatının önceki ve sonraki hâlini belgelemeleri yerinde olacaktır. Bu çalışmada Türkiye’de özellikle pandemi döneminde sikayetvar.com sitesinde yer alan ve son 20 aylık dönemde sadece fiyatlara ilişkin yapılan şikâyetler betimlenmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 3’te verilmiştir.

Buna göre ilk sıralarda yer alan şikâyet konularında COVID-19’un önemli bir etkisinin olduğu belirtilebilmektedir. Çünkü sokağa çıkma sınırlamaları nedeniyle tüketicilerin ev aletlerini yoğun olarak kullandıkları, gıda ürünlerine yoğun talep gösterdikleri, uzaktan eğitim nedeniyle telefon, internet vb sorunlarının arttığı, ihtiyaçlarını kargo hizmetleri sayesinde temin etmeye çalıştıkları ve daha çok sağlık hizmetleri almaya başladıkları değerlendirilmektedir. Ancak satın alınan bu tür mal ve hizmet fiyatlarında görülen artışlar karşısında tüketicilerin rahatsız olup şikâyetlerini adı geçen sitede ifade ettikleri belirlenmiştir.

**Tablo 3: Şikâyetvar.com Sitesinde Fiyatı En Çok Şikâyet Edilen Mal ve Hizmetler- 2020 Ocak-2021 Ağustos (20 aylık dönem)**

Fiyatı şikâyet edilen mal ve hizmetler	Şikâyet adedi	Fiyatı şikâyet edilen mal ve hizmetler	Şikâyet Adedi
Ev içi araç-gereç tamir bakım servisi	687	Eğitim	66
Gıda ürünleri	609	Çiçek	62
Kişisel iletişim araç ve hizmet fiyatları	565	Alarm, pronet, güvenlik sistemi	59
Kargo	356	Kuaför, güzellik merkezi	46
Sağlık hizmetleri ve ürünleri	287	Otomobil fiyatı	43
Ulaştırma hizmetleri	199	Kişisel bakım ürün fiyatları	39
Özel araç masrafları	190	Otel ücreti	38
Bankacılık hizmetleri	64	Ev eşyalar (mobilya-tekstil züccaciye vb	38
Elektrik, su, doğal gaz	162	Araç kiralama ve yıkama	36
Diğer mal ve hizmet fiyatları	120	Sağlık sigortası	32
Dijital teknoloji kullanım bedelleri	112	Spor salonu, spor aleti	27
Temizlik ve dezenfektan ürünleri	111	Altın, gümüş, çiçek	26
Ayakkabı-Giyim	102	Halı yıkama	25
Elektrikli ev aletleri	64		

**Tablo 4: Şikâyetvar.com Sitesinde Gıda Fiyatlarına İlişkin Yapılan Şikâyetler 2020 Ocak-2021 Ağustos (20 aylık dönem)**

Fiyatı en çok şikâyet edilen gıda maddeleri	Adet
Yerli fast-food (döner, iskender, kebab, köfte, lahmacun, pide, tost, gözleme, sandviç, çiğ köfte, ciğerci)	125
Fırın- unlu mamüller (ekmek, börek, açma, simit, pide)	46
Su	43
Et ve et ürünleri (et, balık, tavuk, sucuk, salam, sosis vb)	42
Yabancı fast-food (pizza, hamburger menü)	40
Süt ve süt ürünleri (yoğurt ve özellikle peynir)	38
Kahve, çay	33
Baklava, güllaç, pasta, ve diğer tatlılar	32
Meyve –sebze	29
Sıvı yağ	24
Pepsi, cola, meyve suyu, ayran, soda, boza	18
Kahvaltı	16
Dondurma	15
Yumurta	11
Kuruyemiş	11
Çikolata	10
Bebek maması	9
Kurubaklagil, pirinç	5

Tablo 4'e göre en çok şikâyet yerli fast-food ürünlerinin fiyatlarına yöneliktir. Yerli fast-food ürünleri yöresel olarak da Türkiye'nin her tarafında tüketilen ürünlerdir. Bunu unlu, etli ve sütlü mamul gruplarının fiyatlarına ilişkin yapılan şikâyetler izlemektedir. Kısaca Tablo 4'teki şikâyetlerin çoğunluğu insanların bir günde öğün olarak tükettiği temel yeme-içme maddelerinin fiyatlarına aittir.

## 7. Tartışma

Bu çalışmada elde edilen bulgulardan biri COVID-19'un da etkisi ile tüketicilerin ev aletleri, gıda ürünleri, telefon, internet, kargo hizmetleri ve sağlık hizmetlerine olan taleplerinin artması ve en çok bu mal ve hizmetlerin artan fiyatlarından şikâyetçi olmalarıdır. Gıda maddeleri içinde fiyatı en çok şikâyet edilenler ise yerli fast-food ürünleridir. Özellikle Türkiye'de yerli fast food türleri ile ilgili çalışmalarda yemek kültürü olarak yöresel açıdan ünlenmiş döner, kebab, köfte, pide vb yiyeceklerin, günün her öğününde sıklıkla kafe ve restoranlarda sunulduğu ve tercih edildiği belirtilmektedir (Tayfun, 2007; Hamşioğlu, 2013; Acar, 2016; Saçılı & Özer, 2018; Taşpınar, 2018; Öztürk, 2019). Gıda ürünleri, insanların yaşamlarını sürdürebilmeleri için zorunlu ihtiyaçlardır. Pandemi döneminde gıda ürünlerinde aşırı fiyat artışlarının yaşandığı artık bilinmektedir. Tüketicilerin bu konudaki şikâyetleri, devletin bu duruma çözüm bulmasında büyük rol oynamaktadır (Muthaza vd., 2021). Pandemi döneminde her geçen gün artış gösteren mal ve hizmet fiyatlarına karşı tüketicilerin çeşitli mecralardan, sorunlarına çözüm aradıkları gözlemlenmektedir.

Önemli bulgulardan bir diğeri ise mal ve hizmet fiyatlarının maliyetlerinde bir farklılık olmamasına ya da fiyatların aşırı derecede artmasına neden olacak bir farklılık yaşanmamasına rağmen birçok işletme tarafından fahiş fiyat uygulamasının yapıldığına ilişkin ipuçlarıdır. Diğer taraftan bu çalışmada AB Rekabet Hukuku, OECD ülkeleri ve Türkiye'nin serbest piyasa ekonomisini bozan her türlü sözleşme ve anlaşmaya yani kartellere (tekelleşmeye) rekabeti kısıtlamasından dolayı karşı çıktığı anlaşılmaktadır. Kriz dönemlerinde tüketicilerin mağdur olmasına neden olacak şekilde davranan işletmelere karşı tüm dünya ülkelerinde benzer düzenlemeler ve uygulamaların gerçekleştiği ortaya çıkmaktadır. Dünyada devletler nasıl destekleyici ve teşvik edici hamleler yapıyor ise hukuk çerçevesinde de piyasada dengeyi bozucu, haksız rekabet doğuran tutum ve davranışlar sergileyen kişi, kurum ve kuruluşlara karşı da gerekenleri yapmaktadır. Kianzad (2021) pandemi döneminde ABD, Çin, Avustralya, İngiltere, İtalya, İspanya, Yunanistan, Lüksemburg ve Belçika'da tüketicilerden gelen binlerce şikâyet üzerine rekabet kurumları ya da ilgili kuruluşların maske, eldiven, dezenfektan ürünlerinin yanı sıra gıda ve diğer mal ve hizmetlerde görülen aşırı fiyatlamaya ilişkin soruşturma başlattıklarını ve para cezaları verdiklerini belirtmektedir. Güney Afrika'da Mart 2020'de hükümet, gıda maddeleri ve tıbbi malzemelerden yüz maskeleri ve cerrahi eldivenlere kadar çeşitli temel mal ve hizmetlerin Rekabet Yasası uyarınca aşırı fiyatlandırılmasını yasaklayan düzenlemeler yayınlamıştır (Boshoff, 2021:114-118). Bunun ardından Güney Afrika Rekabet Mahkemesi, Temmuz 2020'de bazı işletmeleri bu düzenlemeye uymamalarından dolayı cezalandırmış ve tüketicileri aşırı fiyatlamaya karşı koruyacaklarını açıklamıştır (Oxenham vd., 2020:7; Boshoff, 2021:118).

Türkiye'ye ilişkin önemli bulgulardan biri ise üreticiden tüketiciye kadar tüm tedarik zincirinde yer alan kanal üyelerinin aşırı fiyatlama, stokçuluk yapma gibi piyasa bozucu eylemlerine karşı denetlenebilmesi için HFDK yönetmeliğinin çıkarıldığının belirtilmesidir.

2020 Mayıs sonunda getirilen bu yeni düzenleme ile Türk Hukuk sisteminde fahiş fiyat artışı ve stokçuluk idari bir suç sayılmıştır (Söyler, 2021:463). Devlet kurum ve kurullarına olan güvenin zedelenmemesi için HFDK'nın bu denetimleri sürekli ve etkili bir biçimde hiçbir şekilde taviz vermeden, hiçbir kaygı duymadan görevini layıkıyla sürdürmesi, sonuç alabilmek açısından çok önemlidir. HFDK kurulduğu tarihten itibaren aradan yaklaşık 1.5 yıl zaman geçmiştir. HFDK'nın sorunun tespitiyle ilgili bilimsel verilere dayalı bugüne kadar ülke çapında ne sıklıkla ve hangi hedef kişi, grup ve kuruluşlara yönelik denetimler yaptığı ve bu denetimlerin ne tür etki ve sonuçlarının olduğu çok önemlidir.

Önemli olan konulardan biri de Türkiye'de nerede hangi kurum ve kuruluşların denetleneceğine ilişkin medyada çıkan haberlerdir. Bu tür haberler etik dışı üretim, pazarlama ve fiyatlama yapan firmaların geçici olarak kendilerini kontrol etme fırsatı vermesine, gerçek durumlarının tespit edilememesine, yanıltıcı sonuçlara dolayısıyla denetimlerin amacına ulaşamamasına neden olabilir. Bununla birlikte polisiye tedbirler ve zabıta ekiplerince yapılan baskın ve denetimlerin fiyatları düşürme noktasında bir etkisinin olup-olmadığı tartışma konusudur. Ancak fahiş fiyatla mücadelede kanun ve yönetmeliklerle çerçevelenmiş bir ortamda usulsüzlük yapanlar, organize fiyat artışlarına neden olanlar varsa, hukuk dahilinde caydırıcı yaptırımların uygulanması normal karşılanmalıdır. Ancak hatırlatmakta yarar vardır ki, bilimsel araştırma sonuçlarına dayanmayan veriler olmadan belli meslek gruplarını ve çevreleri suçlayıcı tutum ve davranışlarda bulunmak kamuoyunu rahatsız edebilir. Çünkü bu veriler denetimlerin ne sıklıkla, nerelerde nasıl yapılacağına dair çok önemli ipuçları verecek; doğru tespit yapmayı, doğru çözümü ve doğru karar almayı sağlayacaktır. Çalışmadaki en önemli sınırlılıklardan biri hangi şikâyet mercisine bugüne kadar konuyla ilgili kaç adet şikâyetin yapıldığının tam olarak bilinmemesi ve ayrıntılı verilere ulaşılamamasıdır.

## **8. Sonuç**

Bu çalışmada COVID-19 salgını ile birlikte mal ve hizmet fiyatlarında görülen aşırı artışlara ilişkin tüketici şikâyetleri yanında, AB, OECD ülkeleri ve Türkiye'nin rekabet otoritelerinin bu konuda aldıkları önlemler ve kararlar incelenmekte ve değerlendirilmektedir. İlgili literatürün taranması ve sikayetvar.com sitesinin incelenmesi neticesinde elde edilen bulgulara ilişkin ortaya çıkan sonuçlar şu şekilde özetlenebilir:

Tüketicilerin olağanüstü durumlarda panik satın alma nedeniyle fazla miktarda ürün stoklamak istedikleri; işletmelerin bu durumu fırsata çevirerek kendilerine göre daha zayıf konumda yer alan tüketicilerin durumundan faydalanarak fiyatlarda anormal artışlar yapma eğilimine girdikleri anlaşılmaktadır. Çünkü COVID-19 salgını ile birlikte dünyada ve Türkiye'de birçok işletme tarafından fahiş fiyat uygulamalarına başvurulduğuna ilişkin önemli ipuçlarına ulaşılmıştır. Aşırı fiyat artışları karşısında tüketicilerin zarar gördüğü, hayat standardının gerilediği ve sonuçta şikâyet mercilerine başvurmak zorunda kaldıkları anlaşılmaktadır. Örneğin bu çalışmada COVID-19'un da etkisi ile tüketicilerin ev aletleri, gıda ürünleri, telefon, internet, kargo hizmetleri ve sağlık hizmetlerine olan taleplerinin arttığı ve en çok bu mal ve hizmetlerin artan fiyatlarından şikâyetçi oldukları ortaya çıkmıştır. Gıda maddeleri içinde fiyatı en çok şikâyet edilenler ise fast-food ürünleridir. AB Rekabet Hukuku, OECD ülkeleri ve Türkiye serbest piyasa ekonomisini bozan her türlü sözleşme ve anlaşmaya, yani kartellere (tekelleşmeye) rekabeti kısıtlamasından dolayı karşı çıkmaktadır. Pek çok ülkenin Rekabet Otoritesinin haksız kazanç sağlayan bu tür firmalara yönelik yaptırımında buldukları ortaya

çıkıştır. Rekabet otoritelerinin sebepsiz stokçuluk yapan ve aşırı fiyat uygulayan, piyasa dengesini bozan, hâkim durumu kötüye kullanan, tüketicilerin ürünlere ulaşmasına engel olan ve rekabete aykırı davranan işletmelere soruşturma açması ve para cezaları vermesi doğaldır. Zaten devletin tüketicilerin hakkını koruyarak ülke ekonomisine ve tüketicilere sahip çıkacak ve onların hakkını koruyacak uygulamalar ve düzenlemeler getirmeleri beklenen ve istenen bir durumdur. Ancak yapılacak düzenlemelerin güncellenmesi ve denetimlerin ürün çeşidi bakımından genişletilip, ülke genelinde ve artarak sürdürülmesi hâlinde sonuç alınabileceği unutulmamalıdır. O bakımdan yapılan denetimlerin ne tür etkiler ve sonuçlar doğurduğuna ilişkin bilimsel araştırmalar yapılabilir. Aşırı fiyatlamaların hangi aşamalarda oluştuğuna ilişkin tedarik zincirini oluşturan dağıtım kanalı üyelerine (üretici-toptancı-perakendeci) nicel ve nitel karma yöntemleri birlikte kullanılarak araştırmalar yapılabilir. Yönetmelik hükümlerinin uygulanması sürecinde ortaya çıkan sorunların tespitine yönelik ayrı bir akademik çalışma yürütülebilir. Tüketicilere mal ve hizmet sunan perakendecilerin, üreticilerin ve tedarikçi işletmelerin pazarın doğal yapısını bozabilecek, piyasada darlık oluşturabilecek, halkın mal ve hizmete ulaşımını zorlaştırabilecek, tamamen kendi menfaatlerini düşünerek hareket edebilecekleri her türlü davranıştan kaçınmaları gerekmektedir. Çünkü bu davranışlar içerisinde bulunan ve müşteri memnuniyetini hiçe sayan işletmeler genellikle çok kısa bir sürede piyasa dışına itilmekte ve varlıklarını sürdürememektedir. Gelişen bilgi teknolojileri sayesinde tüketiciler mal ve hizmet fiyatlarını zaman ve mekana bağlı olmadan inceleyebilmekte ve karşılaştırmalar yapabilmektedir. Bu durum, tüketicilerin satın aldıkları ya da satın almayı düşündükleri ürünler konusunda bilinçlenmelerine neden olmaktadır.

### **Katkı Oranı Beyanı**

Çalışmanın tüm aşamalarında her iki yazar birlikte katkılar sağlamışlardır.

### **Çıkar Çatışması Beyanı**

Çalışmanın potansiyel bir çıkar çatışması olarak yorumlanabilecek herhangi bir ticari veya finansal bir ilişki içinde yürütülmediğini beyan ederiz.

### **Kaynakça**

- 31102 Sayılı Resmî Gazete. Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Ekonomik ve Sosyal Hayata Etkilerinin Azaltılması Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, Erişim Tarihi:17 Nisan 2020.
- 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, Rekabet Kurumu - 4054 sayılı kanun, Erişim Tarihi: 15.09.2021
- 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu. Erişim Tarihi: 15.09.2021, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf>
- Acar, A. (2016). Yerli ve yabancı fast food ürünlerinin gençlerin tercih nedenlerinin belirlenmesi üzerine bir alan çalışması. Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, 17(38), 1-23.
- AGCM (2020). İca: Coronavirus, the authority intervenes in the sale of sanitizing products and masks. Erişim Tarihi:15.09.2021, <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2020/3/ICA-Coronavirus-the-Authority-intervenes-in-the-sale-of-sanitizing-products-and-masksepa>



- Angelovska, N. (2021). Understanding customer complaint behavior for effective resolution. *Journal of Economics*, 12(1), 57-69.
- Ardıyok, Ş., Yeşilyaprak, D. & Başar, H. (2020). Rekabet kurumu dahil tüm rekabet otoritelerinden çağrı: Covid-19 salgını süresince tedbiri elinizden bırakmayın, rakiplerle “sosyal mesafeyi” korumaya dikkat edin!. Rekabet ve Regülasyon. Erişim Tarihi: 10.11.2021, <https://www.rekabetregulasyon.com/rekabet-kurumu-dahil-tum-rekabet-otoritelerinden-cagri-covid-19-salgini-suresince-tedbiri-elinizden-birakmayin-rakiplerle-sosyal-mesafeyi-korumaya-dikkat-edin/>
- Aydin, A. B. & Özer, N. (2020). Turkey: Covid-19’un rekabet hukukundaki etkileri: Rekabet otoriteleri salgına nasıl cevap veriyor?. Erişim Tarihi: 15.09.2021, <https://www.mondaq.com/turkey/antitrust-eu-competition-/948644/covid-1939un-rekabet-hukukundaki-etkileri-rekabet-otoriteleri-salg305na-nas3051-cevap-veriyor>
- Bayraktar, S. (2021). İlkha. Erişim Tarihi: 10. 11.2021, <https://ilkha.com/roportaj/oecd-ulkeleri-arasinda-en-cok-zam-yasanan-ulke-turkiye-oldu-151425>
- Boshoff, W. H. (2021). South African competition policy on excessive pricing and its relation to price gouging during the Covid-19 disaster period. *South African Journal of Economics*, 89(1), 112-140.
- Botta, M. (2020). Excessive v. unfair prices during the coronavirus crisis. European University Institute. Erişim Tarihi: 11.11.2021, <http://fcp.eui.eu/wp-content/uploads/sites/7/2020/05/BOTTA-Excessive-v.-unfair-prices-during-the-coronavirus-crisis>
- Buccafusco, C., Hemel, D. J. & Talley, E. L. (2021). Price gouging in pandemic. Erişim Tarihi: 12.09. 2021, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3758620](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3758620)
- Cabral, L. & Xu, L. (2021). Seller reputation and price gouging: Evidence from the Covid-19 pandemic. *Economic Inquiry*, 59(3), 867-879.
- Cai, R. & Chi, C. G. Q. (2018). The impacts of complaint efforts on customer satisfaction and loyalty. *The Service Industries Journal*, 38(15-16), 1095-1115.
- Chakraborti, R. & Roberts, G. (2020). Anti-gouging laws, shortages, and Covid-19: Insights from consumer searches. *Journal of Private Enterprise*, 35(4), 1-20.
- Chaudhuri, A. & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
- Costa-Cabral, F., Hancher, L., Monti, G. & Ruiz, F. A. (2020). EU competition law and Covid-19. Erişim Tarihi: 05.12.2021, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3561438](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3561438)
- Demirbağ, N. (2020). Avrupa Birliği rekabet otoritelerinin ve Türkiye’nin Covid-19 destekleri / tedbirleri. Erişim Tarihi: 12.09. 2021, <https://www.aksan.av.tr/tr/blog/detail/1073>
- EPANT (2020). Press release - Investigation in healthcare materials. Erişim Tarihi: 11.11.2021, <https://www.epant.gr/en/enimerosi/press-releases/item/840-%20press-release-investigation-in-healthcare-materials.html>
- Estelami, H. (2003). Sources, characteristics, and dynamics of postpurchase price complaints. *Journal of Business Research*, 56(5), 411-419.
- Gilo, D. & Spiegel, Y. (2018). The antitrust prohibition of excessive pricing. *International Journal of Industrial Organization*, 61, 503-541.
- Giosa, P. (2020). Exploitative pricing in the time of coronavirus-the response of EU competition law and the prospect of price regulation. *Journal of European Competition Law & Practice*, 11(9), 499-508.
- Hamşoğlu A. B. (2013). Fast food ürünleri satın alan tüketicilerin yaşam tarzlarını belirlemeye yönelik bir uygulama. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(11), 17-34.

- Herrmann, A., Xia, L., Monroe, K. B. & Huber, F. (2007). The influence of price fairness on customer satisfaction: An empirical test in the context of automobile purchases. *Journal of Product & Brand Management*, 16(1), 49-58.
- HFDK (2020). Haksız Fiyat Değerlendirme Kurulu Yönetmeliği. Ticaret Bakanlığı, 28 Mayıs 2020 tarih ve 31138 sayılı Resmî Gazete.
- ICA (2021). ICA: Coronavirus, the authority intervenes in the sale of sanitizing products and masks. Erişim Tarihi: 01.11.2021, <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2020/3/ICA-Coronavirus-the-Authority-intervenes-in-the-sale-of-sanitizing-products-and-masks>
- Jomo, K. S. & Chowdhury, A. (2020). Covid-19 pandemic recession and recovery. *Development*, 1-12.
- Karayolu Taşıma Yönetmeliği. Erişim Tarihi: 08.09.2021, <https://Uhdgm.Uab.Gov.Tr/Uploads/Pages/Yonetmelikler/Kty.Pd>.
- Kianzad, B. (2020). Excessive pricing during Covid-19 crisis in EU - An empirical inquiry (October 20, 2020). *Concurrences No 1-2021*, Erişim Tarihi: 11.11.2021, <https://ssrn.com/abstract=3715392>
- Kigwiru, V. K. (2020). Enforcing competition law and consumer protection during the Covid-19 pandemic in Africa: The competition authority of Kenya. *Competition Policy International*. Erişim Tarihi: 19.11.2021, <https://www.competitionpolicyinternational.com/enforcing-competition-law-and-consumer-protection-during-the-covid-19-pandemic-in-africa-the-competition-authority-of-kenya/>
- Larsen, G. & Lawson, R. (2013). Consumer rights: An assessment of justice. *Journal of Business Ethics*, 112(3), 515-528.
- Lee, Y. H. A. & Brown, D. J. (2008). Competition, consumer welfare, and the social cost of monopoly. In D. Brown, F. Kubler (Eds.), *Computational aspects of general equilibrium theory* (pp. 47-68). Berlin Heidelberg: Springer.
- Mncube, L. (2020). Covid-19 excessive pricing or price gouging- the South African experience. FTI Consulting. Erişim Tarihi: 19.11.2021, <https://www.fticonsulting.com/~media/Files/emea--files/insights/webinars/2020/oct/covid-19-excessive-pricing-price-gouging-south-african-experience.pdf>
- Muthaza, N. A., Hamzah, S. N. & Ruslan, N. I. A. (2021). The rising of retail prices during movement control order. *e-Journal of Media and Society (e-JOMS)*, 6, 1-21.
- Nicomedes, C. J. C. & Avila, R. M. A. (2020). An analysis on the panic during Covid-19 pandemic through an online form. *Journal of Affective Disorders*, 276, 14-22.
- OECD, (2011). Excessive prices DAF/COMP(2011)18. OECD. Erişim Tarihi: 14.11.2021, <https://www.oecd.org/competition/abuse/49604207.pdf>
- OECD, (2020). Exploitative pricing in the time of Covid-19. Erişim Tarihi: 19.11.2021, <https://www.oecd.org/competition/Exploitative-pricing-in-the-time-of-COVID-19.pdf>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Oxenham, J., Currie, M. J. & Van der Merwe, C. (2020). Covid-19 price gouging cases in South Africa: Short-term market dynamics with long-term implications for excessive pricing cases. *Journal of European Competition Law & Practice*, 11(9), 524-530.
- Öztürk, A. (2019). Fast food restoranlarının tercih edilmesinde etkili olan faktörlerin ahs metodu ile önceliklendirilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(3), 2679-2695.
- Prentice, C., Chen, J. & Stantic, B. (2020). Timed intervention in Covid-19 and panic buying. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102203.

- Rakic, I. (2020). Competition law in the age of Covid-19. *Anali Pravnog Fakulteta u Beogradu*, LXVIII(2/2020), 25-61.
- Ratshisusu, H. & Mncube, L. (2020). Addressing excessive pricing concerns in time of the Covid-19 pandemic-a view from South Africa. *Journal of Antitrust Enforcement*, 8(2), 256-259.
- Rooney, W. H., Richard, A. M. & Polizano, M. A. (2020). Trade regulation during the Covid-19 pandemic: No price gouging or other exploitation!. *Willkie Farr & Gallagher LLP*. Erişim Tarihi: 11.11.2021, <https://www.willkie.com/-/media/files/publications/2020/03>
- Şahin, E. (2019). Tüketiciler için iyi haber mi kötü haber mi?: Aşırı fiyat uygulamalarında AB mahkemelerinin yeni istikameti. *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi*, 5(1), 87-114.
- Simonyan, Y. & Smith, N. C. (2020). Coronavirus ethics: Judgments of market ethics in a pandemic (Working Paper 2020/62/ATL). Erişim Tarihi: 01.12.2021, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3750616#](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3750616#)
- Singh, J. (1988). Consumer complaint intentions and behavior: Definitional and taxonomical issues. *Journal of Marketing*, 52(1), 93-107.
- Söyler, Y. (2021). Yeni bir idari suç olarak Covid-19 salgın sürecinde ihdas edilen fahiş fiyat artışı. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 45, 463-488.
- Sproul, G. & Harms, S. (2020). The UK government and the competition authority adopt two recent measures against shortages and high prices during the Covid-19 outbreak. *e-Competitions Bulletin*, March.
- Svetlicinii, A. & Botta, M. (2012). Article 102 TFEU as a tool for market regulation: “Excessive enforcement” against “excessive prices” in the new EU member states and candidate countries. *European Competition Journal*, 8(3), 473-496.
- Taşpınar, O. (2018). Fast-food tüketiminde ailenin rolü: Çanakkale örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3), 879-892.
- Tayfun, A. & Tokmak, C. (2007). Tüketicilerin Türk usulü fast food işletmelerini tercih etme sebepleri üzerine bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(22), 169-183.
- Ticaret Bakanlığı (2021a). Marketlerde indirim oyununa son. Erişim Tarihi:18.09.2021, <https://Covid19.Ticaret.Gov.Tr/Tuketici/Haber/Markette-İndirim-Oyununa-Son>
- Ticaret Bakanlığı (2021b). Erişim Tarihi:18.09.2021, <https://Covid19.Ticaret.Gov.Tr/Tuketici/Duyuru/Ticaret-Bakani-Pekcan-Fahis-Fiyat-Artisi-Tespit-Edilen-Firmalara-Verilen-Cezalar>
- Ticaret Bakanlığı (2021c). Erişim Tarihi: 18.09.2021, <https://Ticaret.Gov.Tr/Haberler/Ticaret-Bakanligi-81-İldeki-Market-Pazar-Yeri-Ve-Hallerde-Fahis-Fiyat-Denetimi-Y>
- Yan, N., Xu, X., Tong, T. & Huang, L. (2021). Examining consumer complaints from an on-demand service platform. *International Journal of Production Economics*, 237(6), 108153.
- Yavuz, M. (2020). 7244 sayılı kanunla fahiş fiyat artışı ve stokçuluğa dair yapılan düzenlemeler ve getirilen cezalar. *Mali Çözüm Dergisi*, 30, 261-270.
- Yılmaz, C., Varnali, K. & Kasnakoglu, B. T. (2016). How do firms benefit from customer complaints?. *Journal of Business Research*, 69(2), 944-955.
- Yoon, J., Narasimhan, R. & Kim, M. K. (2018). Retailer’s sourcing strategy under consumer stockpiling in anticipation of supply disruptions. *International Journal of Production Research*, 56(10), 3615-3635.

## EXTENDED SUMMARY

### Literature

Along with the COVID-19 pandemic, excessive price increases are experienced in the prices of goods and services. Consumers are extremely annoyed with this situation and even have difficulty in accessing basic needs. This situation is frequently expressed in the visual and written media. Although the excessive price increases are based on just and/or unjust reasons, the fact that the purchasing power of consumers is decreasing day by day and it is going to run and run in the world and especially in Turkey. Studies on excessive price practices and legal regulations on this subject are very limited. Most of the studies include the regulations, practices and examples of the countries' own competition authorities. (Kigwiru, 2020; Mncube, 2020; Oxenham, 2020; Ratshisusu & Mncube, 2020; Yavuz, 2020; Boshoff, 2021). Other studies, give examples of the regulations within the scope of competition law decisions brought by the EU and OECD member countries during the COVID-19 period and the excessive price practices seen in EU countries. (Costa-Cabral vd., 2020; Sproul & Harms, 2020; Giosa, 2020; Rooney vd., 2020, OECD, 2020).

### Methodology

In this study, besides to the consumer complaints made against excessive pricing of goods and services during the pandemic period, what kind of preventive and regulatory measures have been taken by the administrations in the world and in Turkey in terms of Competition Law has been examined. In accordance with the purpose of this study, the literature on what kind of measures and decisions the Competition authorities took in the world and in Turkey in order to protect the consumers and provide the balance against the excessive prices that distort competition and cause unfair profits, especially during the COVID-19 period, has been reviewed. In this study, a document review was made on secondary sources. Therefore, Document Analysis method was used frequently in the study. For another purpose of the study, the goods and services whose prices were most frequently complained about in the last 20 months on *sikayetvar.com* were classified in stages, both qualitatively and quantitatively. Both the measures and decisions taken by the competition authorities and the classifications made regarding the complaints are given in summary tables and brief explanations are given.

### Research Questions & Research Problem

Within the framework of the purpose of this study, answers to the following questions are sought:

1. What kind of complaints about excessive price increases are made in Turkey?
2. What kind of measures do competition authorities take against excessive pricing in the world?
3. What are the legal regulations against excessive pricing in Turkey? Do the inspections achieve their purpose?
4. What can be done to solve the problem?

## **The Importance of Research**

The most important feature that distinguishes this study from other studies is; in this study, besides examining the consumer complaints about the excessive price increases in the prices of goods and services with the COVID-19 epidemic, the measures and decisions taken by the competition authorities of the EU, OECD countries and Turkey are examined and evaluated. In addition, complaints that occurred during the pandemic period are investigated by scanning the relevant literature and examining the website [sikayetvar.com](http://sikayetvar.com). The subject gains a special importance in terms of marketing legislation. It is expected that the study will contribute to the elimination of the deficiency seen in the literature in terms of content and will be beneficial to retailers and administrators. In fact, this study can provide academicians with a perspective in terms of examining the legal dimensions of the subject.

## **Results and Conclusion**

As a result of the research, consumers want to stock up in excess of products due to panic buying in extraordinary situations and businesses tend to make excessive increases in prices by taking advantage of the situation of consumers who are in a weaker position than themselves by turning this situation into an opportunity. With the COVID-19 epidemic, important clues have been reached regarding the use of exorbitant price practices by many businesses in the world and in Turkey. It is understood that consumers are harmed in the face of excessive price increases, their standard of living has declined, and as a result, they have to apply to complaint authorities. In this study, it has been revealed that with the effect of COVID-19, consumers' demands for household appliances, food products, telephone, internet, cargo services and health services have increased and they mostly complain about the increasing prices of these goods and services. Among the foodstuffs, the ones whose price is the most complained about are fast-food products.

In the research, the Competition Law rules applied by the EU and OECD countries in the COVID-19 pandemic and the measures taken are examined. EU Competition Law, OECD countries and Turkey oppose all kinds of contracts and agreements that distort the free market economy, namely cartels (monopoly) because they restrict competition. It has been revealed that the Competition Authority of many countries imposes sanctions on such companies that provide unfair profits. In the research, it is stated that, it is natural for the competition authorities to open investigations and impose fines on businesses that hoard without reason and apply excessive prices, disrupt the market balance, abuse the dominant position, prevent consumers from accessing products, and act against competition.

