

## 6102 SAYILI YENİ TÜRK TİCARET KANUNUN'DA BAŞLICA HAKSIZ REKABET HALLERİ

Haksız rekabet sanayi devrimi ile birlikte özellikle 19. Yüzyılda liberal ekonomi ve açık pazar politikalarının doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu dönemde ticari mallar, makineleşmeye bağlı olarak, seri bir şekilde ve çok sayıda üretilmeye başlanmış ve bu malların mekansal olarak hızla dağılımı, satıcıların üreticiler ile olan bağımlı giderek koparmıştır. Bu noktada ise aynı veya çok benzer nitelikte malları üreten rakip firmalar tarafından, paketleme ve pazarlama dahil olmak üzere ticari unvan ve markalar taklit edilmeye başlanmış ve sonuçta hem tüketiciler hem de üreticiler açısından büyük karışıklıklar ve mağduriyetler ortaya çıkmıştır. İşte bu mağduriyetleri önlemek ve ekonomik alanda dürüstlük ve doğruluk esaslarını kaim kılarak, piyasadaki olan rekabeti tekrar meşru zemine oturtmak için haksız rekabeti önlemeye dönük düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır.<sup>1</sup>

Ülkemizde de ticaret hayatı, haksız rekabet kavramı ile 29.06.1956 tarihinde tanışmıştır. Haksız rekabet kavramı hükümleri 6762 sayılı Türk Ticaret Kanununun 56. v.d maddelerinde düzenlenmiştir. Düzenlenmiş olan bu hükümlerde hangi fiil ve davranışların haksız rekabet kavramı içerisinde değerlendirileceğini saymış ve haksız rekabet teşkil eden fiil ve davranışlara yaptırımlar öngörmüştür. 6102 sayılı yeni Türk ticaret kanunun da haksız rekabet 4. Fasılda 54 ve 63. maddeler arasında düzenlenmiştir. 6102 sayılı kanunda kanun koyucu, 6762 sayılı kanuna göre haksız rekabet kavramını çok daha geniş bir bakış açısı ile düzenlemiş ve ülkemizdeki ticaret hayatında haksız rekabet olarak değerlendirmesi artık zaruret haline gelmiş birçok fiil ve pazarlama yöntemlerini de haksız rekabet kavramı içinde saymıştır.<sup>2</sup>

6762 sayılı kanunda “Haksız rekabet” kavramının tanımı ile başlayan ve tanım ile haksız rekabetin oluşması için hangi kavramların ne şekilde suistimal edilmesi gerektiğinin açıklandığı tanım terk edilmiş ve bunun yerine kanımca daha isabetli olan eşitlik ilkesine vurgu yapılarak düzenlenmiştir.

6102 sayılı yeni Türk Ticaret Kanununun 54. Maddesinin ikinci fıkrasında haksız rekabet oluşturan hareketler tanımlanırken, “aldatıcı veya dürüstlük kuralına diğer şekillerdeki aykırı davranışlar ile ticari uygulamalar” dan bahsedilmektedir.

Madde metninde, dürüstlük kuralına diğer şekillerdeki aykırı davranışlardan sonra “ile” bağlacı getirilmesi ve daha sonra da “ticari uygulamalar”ın dahi haksız rekabet

<sup>1</sup> ARKAN, “haksız rekabet-gelişmeler-sorunlar”, banka ve ticaret hukuku dergisi, 2004 C.22 S.4/Yaşar KARAYALÇIN, Y.: Ticaret hukuku ticari işletme 3. Bs. Ankara 1968 s.446-448

<sup>2</sup> 6102 sayılı kanunda, kanun koyucu, 6762 sayılı kanuna göre haksız rekabet kavramını çok daha geniş bir bakış açısı ile düzenlemiş ve ülkemizdeki ticaret hayatında haksız rekabet olarak değerlendirmesi artık zaruret haline gelmiş birçok fiil ve pazarlama yöntemlerini de haksız rekabet kavramı içinde saymıştır. 6102 sayılı kanunda kanun koyucu, 6762 sayılı kanuna göre haksız rekabet kavramını çok daha geniş bir bakış açısı ile düzenlemiş ve ülkemizdeki ticaret hayatında haksız rekabet olarak değerlendirmesi artık zaruret haline gelmiş birçok fiil ve pazarlama yöntemlerini de haksız rekabet kavramı içinde saymıştır.

oluşturacağıının açıklanması son derece sakıncalıdır. Çünkü haksız rekabetin temel felsefesi, ticari alandaki söz konusu fiillerin doğruluk ve dürüstlük kurallarına aykırı olmasıdır. Madde kaleme alınırken ise önce aldatı hareketlerden bahsedilmiş, daha sonra dürüstlük kuralına diğer şekillerdeki aykırı davranışlardan söz edilmiş ve akabinde “ile” bağlacı kullanılmak suretiyle ticari uygulamalara yer verilmiştir.

Böylece 6102 sayılı yeni Türk Ticaret Kanununun 54. Maddesinin ikinci fıkrasında sanki haksız rekabet oluşturan hallerin ikiye ayrıldığı, bunlardan birini başta aldatıcı hareketler olmak üzere dürüstlük kuralına aykırı sayılan davranışların oluşturduğu, diğer türünün ise ticari uygulamalardan meydana geldiği gibi yanlış bir izlenim oluşmaktadır. Başka bir ifade ile burada kanun koyucunun ticari uygulamaları sanki aldatıcı veya dürüstlük kuralına diğer şekillerdeki aykırı davranışlardan biri saymadığı (ayrı bir haksız rekabet hali kabul ettiği) gibi bir intiba doğmaktadır. Belirtmek gerekir ki, aynı yanlışlık,” II-Dürüstlük kurallarına aykırı davranışlar, ticari uygulamalar” demek suretiyle,6102 sayılı yeni Türk Ticaret Kanununun 55. maddesinin kenar başlığında da yapılmıştır.

Haksız rekabetin özünde (temelinde), ticari alandaki rekabetin dürüstlük kuralları çerçevesinde cereyan etmesi düşüncesi yatmaktadır. Buna göre dürüstlük kurallarına aykırılık, haksız rekabete özelliğini veren ana unsurlardan biri olup, haksız rekabeti dürüstlük kurallarına aykırılığın dışında düşünmek başka bir ifadeyle dürüstlük kurallarına aykırı olmayan bir haksız rekabet hali tarif etmek mümkün değildir. Bu sebeple dürüstlük kurallarına aykırı olmayan ticari uygulamalar başlı başına bir haksız rekabet hali teşkil edemez. Kişiler, anayasa ve yasalarla korunan kişilik hakları çerçevesinde sahip oldukları iktisadi rekabet hakkı nedeniyle ticari uygulamalar yapmakta serbesttirler. Bu nedenle bir hakkın kullanımı başlı başına bir yasak oluşturmaz. Çünkü yasak olan şey zaten hak olmaz<sup>3</sup>.

## **6762 VE 6102 SAYILI KANUNLARDAKİ**

### **HAKSIZ REKABET HALLERİ**

#### **1-Kötülemek:(6102 sayılı kanun m. 55/1.a.1)**

Kötüleme yoluyla haksız rekabette doğrudan mağdura yönelik bir zarara sebebiyet verilmemekte, dürüstlük kurallarına aykırı davranılarak, mağdurun dışında yer alan kişilere, mağdurla ilgili yanlış ve yanıltıcı bilgiler verilerek bu kişilerin yanılgıları sağlanarak mağdurun zarara uğramasına neden olunmaktadır<sup>4</sup>.

Kanun koyucu haksız rekabette kötüleme fiili bakımından, yeni kanunda, hali hazırda yürürlükte bulunan eski kanundan farklı bir düzenleme getirmemektedir. Hatta 6102 sayılı yeni Türk Ticaret Kanununda kötüleme oluşturan fiillere konu yapılacak hususlara “fiyatlar” konusunun eklenmesi dışında hiçbir değişiklik yapılmamıştır.

<sup>3</sup> 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun 54’ üncü maddesinin madde gerekçesi, Bkz <http://www2.tbmm.gov.tr/d23/1/1-0324.pdf>

<sup>4</sup> Karayalçın,s 457;İsmail DOĞANAY,Türk Ticaret Kanunu Şerhi, C.1,Ankara 1990,s.321

Başka bir ifade ile 6102 sayılı yeni TTK' nın 55. Maddesi, kötüleme fiili, bakımından, başkasının fiyatları konusunda yanlış, yanıltıcı veya incitici beyan ve davranışların da haksız rekabet kabul edileceğini açıkça belirtmesi dışında, herhangi bir yenilik getirmemiş, hali hazırda yürürlükte bulunan eski TTK m. 57/1-b.1'i Türkçeleştirmekten öteye gidememiştir<sup>5</sup>.

## **2- Gerçeğe Aykırı Bilgi Vermek**

6102 sayılı yeni Türk Ticaret Kanununda başkasının ahlaki veya mali iktidarı hakkında gerçeğe aykırı bilgi verme fiili özel olarak düzenlenmemiştir. Bunda başkasının ahlaki veya mali iktidarı hakkında gerçeğe aykırı bilgi verme fiilinin, “kötüleme”nin bir türü olarak değerlendirilmiş olması etkili olmuştur. Halbuki gerçeğe aykırı bilgi verme, kötulemeyi de kapsayan daha üst bir başlıktır. Çünkü olumlu nitelikteki gerçek dışı bilgiler kötuleme addedilemez.<sup>6</sup> Bunlar TTK. M 57/I-b.3 anlamında üçüncü kişi hakkında yanlış veya yanıltıcı bilgi vermek ya da TTK m. 57/I-b.9 anlamında iyi hal şahadetnamesi vermek olarak değerlendirilebilir<sup>7</sup>.

## **3- Yanlış ve/veya Yanıltıcı Bilgi Vermek-Aldatıcı Reklamlar: (6102 sayılı kanun m.55/1.a.2)**

Kendi şahsi durumu, malları, iş ürünleri, faaliyetleri ve iş ilişkileri hakkında gerçek dışı veya yanıltıcı açıklamalarda bulunmak veya aynı yollarla üçüncü kişiyi rekabette öne geçirmek, 6102 sayılı yeni Türk Ticaret Kanunu kapsamında da bir haksız rekabet halidir. Ancak söz konusu yeni kanun, bir kimsenin ticari işletmesi, işletme işaretleri, fiyatları, stokları ve satış kampanyalarının biçimi hakkında yanlış veya yanıltıcı bilgi vermeyi veya bu şekilde davranarak ekonomik yaşamda başka bir kimseyi rakiplerine nazaran avantajlı(üstün) bir duruma getirmeyi de aynı düzenleme kapsamında açıkça haksız rekabet saymıştır.

Öte yandan 6102 sayılı yeni Türk Ticaret Kanunu, eski kanundan farklı olarak, yanlış veya yanıltıcı bilgi verme fiiline özel bir önem atfetmiş ve bu konu ile ilgili başka haksız rekabet hallerine de yer vermiştir. Başka bir ifade ile kanun koyucu yeni kanunda yanlış veya yanıltıcı bilgi verme fiilini daha ayrıntılı olarak düzenlemiştir. Örneğin; 6102 sayılı yeni TTK. 55. maddesini “dürüstlük kuralına aykırı reklamlar ve satış yöntemleri ile diğer hukuka aykırı davranışlar” kategorisinin(9) numaralı alt bendinde, “malların, iş ürünlerinin veya faaliyetlerin özelliklerini, miktarını, kullanım amaçlarını, yararlarını veya tehlikelerini gizlemek ve bu şekilde müşteriye yanıltılmak” fiili açıkça haksız rekabet sayılmıştır.

## **Reklam Mevzuatı Açısından Aldatıcı Reklam;**

Bu bentte bahsedilen haksız rekabet türü, en sık olarak” aldatıcı reklamlar” da kendisini gösterir. Bu nedenle, söz konusu haksız rekabet türünün daha iyi anlaşılabilmesi için reklamlara ilişkin genel bir bilginin verilmesi faydalı olacaktır.

<sup>5</sup> 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun 55' inci maddesinin madde gerekçesi, Bkz <http://www2.tbmm.gov.tr/d23/1/1-0324.pdf>

<sup>6</sup> İMREGÜN,O.:Ticaret Hukukunun Genel İlkeleri,İstanbul 1989 s. 113/Kara Ticareti Hukuku Dersleri(Genel Hükümler-Ortaklıklar-Kıymetli Evrak),İstanbul 2001 s.82.

<sup>7</sup> TAMER Ahmet, Haksız Rekabet, Ankara 2011 s. 104.

Üretici ve satıcılar kendi mal ve hizmetlerinin tüketiciler tarafından satın alınmasını sağlamak amacıyla reklam, kişisel satış, broşür ve ücretsiz örnekler gibi birçok değişik yöntemle başvururlar<sup>8</sup>. Bu yöntemlerden en etkili olanı ise reklamdır. Üretici ve tüketici arasında doğrudan ilişkinin kaybolduğu ve birbirine yabancılaştıkları çağdaş ekonomik düzende reklam, üretici ile tüketici arasında adeta bir köprü işlevi görür ve özellikle üretilen mal ve hizmetlerin geniş bir çevreye tanıtılmasını ve sürümünü sağlar.<sup>9</sup>

Aldatıcı reklamın tanımını yapmak veya aldatıcı reklamı belirlemek her zaman mümkün olmayabilir. Reklamın genelinde veya bir bölümünde veya rekabet etme hakkının iyi niyet kurallarına aykırı bir şekilde kullanılması sonucu aleni veya zımni ve tüketicinin iradesini zaafa uğratabilecek şekildeki her tür etki aldatıcı reklam ve haksız rekabet olarak değerlendirilmelidir<sup>10</sup>.

Ancak, bu seferde bir reklamın hangi hallerde objektif iyi niyet kurallarına aykırı olarak kullanıldığının tespiti meselesi ortaya çıkmaktadır. Kanun koyucu bu zorluğu örneklere vererek aşmak istemiş ve kimsenin kendi kişisel durumu, emtiası, iş ürünleri, ticari faaliyeti ya da ticari işletmesi hakkında yanlış veya yanıltıcı bilgi vermesinin haksız rekabet oluşturacağı kabul etmiştir. Aldatıcı reklamın halk ve müşteri çevresi üzerinde yanlış ve yanıltıcı bir kanaat ve tesir bırakacak şekilde olması, haksız rekabetin konusunu oluşturması bakımından yeterlidir.<sup>11</sup> Belirtmek gerekir ki, bir aldatıcı reklamın söz konusu olabilmesi için kişinin, kendisi veya üçüncü bir kişinin ticari faaliyeti hakkında yanlış ya da yanıltıcı vermesi yeterli değildir. Bu bilginin aldatıcı reklam olarak nitelendirilebilmesi için öncelikle, kamuoyuna hitap etmesi ve bununda bir vasıtayla yapılması gerekmektedir.<sup>12</sup> Ayrıca, bir reklamda yer alan bilgi, gerçeğe uygun olsa dahi, veriliş biçimi itibarıyla tüketicilerde yanlış izlenim doğuruyorsa, reklam aldatıcı sayılır ve haksız rekabet sayılır.<sup>13</sup>

Kanımcı mecazi veya ironi tipi anlatım ve sunum tarzları veya tüketicinin net bir şekilde algılayabileceği abartmaların aldatıcı reklam olarak algılanmaması ve dolayısıyla haksız rekabet çerçevesinde değerlendirilmemesi gerekmekte olup aldatıcı reklamın belirlenmesinde reklamın hedef kitlesinin hassasiyetlerinin de (örneğin; çocuklar, yaşlılar, şehit aileleri vs.) göz önünde bulundurulması yorumlanması aldatıcı reklamın belirlenmesinde önemli bir faktör olmalıdır.<sup>14</sup>

<sup>8</sup> GÖLE Celal: Ticaret hukuku açısından aldatıcı reklamlara karşı tüketicinin korunması, Ankara, banka ve ticaret hukuku araştırma enstitüsü, 1983. s.33

<sup>9</sup> ERDOĞAN MOROĞLU” Karşılaştırmalı reklam ve Yargıtay kararları” Ankara, banka ve ticaret hukuku araştırma enstitüsü, 1994 s. 3

<sup>10</sup> Aldatıcı reklamın tanımını yapmak veya aldatıcı reklamı belirlemek her zaman mümkün olmayabilir. Reklamın genelinde veya bir bölümünde veya rekabet etme hakkının iyiniyet kurallarına aykırı bir şekilde kullanılması sonucu aleni veya zımni ve tüketicinin iradesini zaafa uğratabilecek şekildeki her tür etki aldatıcı reklam ve haksız rekabet olarak değerlendirilmelidir.

<sup>11</sup> ÖRS, HALİL Fahri: Türk hususi hukukunda haksız rekabet(Hukuki mahiyeti ve rekabet hakkının himayesi),Ankara,1958,s.37.

<sup>12</sup> GÖLE, age.,s. 53

<sup>13</sup> ARKAN(Ticari İşletme),age.,s.300;GÖLE,age.,s.62

<sup>14</sup> Mecazi veya ironi tipi anlatım ve sunum tarzları veya tüketicinin net bir şekilde algılayabileceği abartmaların aldatıcı reklam olarak algılanmaması ve dolayısıyla haksız rekabet çerçevesinde değerlendirilmemesi gerekmekte olup aldatıcı reklamın belirlenmesinde reklamın hedef kitlesinin hassasiyetlerinin

## **Tüketici Mevzuatı Açısından Aldatıcı Reklam;**

Tüketicinin korunması hakkında kanunun 16. Maddesi 2. fıkrası uyarınca, tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, tüketicinin can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve özürlüleri istismar edici reklam, ilanlar ve örtülü reklamlar yasaklanmıştır. Görüldüğü üzere, tüketicinin korunması hakkında kanun da ticaret kanunu gibi aldatıcı reklamı yasaklamıştır. Her iki düzenleme de aynı konuya ilişkin olduklarından, somut olaya hangi düzenlemenin uygulanacağı sorunu ortaya çıkacaktır. Her iki düzenleme de aldatıcı reklamı yasaklasa da, korumak istedikleri menfaatler farklıdır.

Ticaret kanunun haksız rekabete ilişkin hükümleri ekonomik düzeni koruma amacını güderken tüketici kanunu tüketiciyi ve onun haklarını koruma amacı gütmektedir. Tüketici kanunu 30 madde de, bu kanunda düzenlenmeyen hallerde genel hükümler uygulanır diyerek, söz konusu düzenlemenin özel bir düzenleme olduğunu açıkça ifade etmiştir.<sup>15</sup> Kanımca, aldatıcı reklam ve dolayısıyla haksız rekabet fiiline maruz kalan mağdurlar şayet tüketiciler ise bu durumda tüketici kanunu uygulama alanı bulacaktır. mağdur kuruluşlar, tacirler veya tüketici olmayan gerçek kişiler ise ancak ticaret kanunu hükümlerine göre korunacaklardır<sup>16</sup>.

### **4-Paye, Diploma veya Ödül almış gibi davranmak ve Doğru olmayan meslek adları ve sembolleri kullanmak(6102 sayılı kanun m. 55/1.a.3)**

6102 sayılı yeni Türk ticaret kanununda kanun koyucu esas itibariyle ki TTK. 57. Maddesi I. Fıkrası-b. 4 bendinde ki hükme benzer bir düzenleme getirmesine karşın yeni kanun ile eski kanun arasında bazı farklılıklar mevcuttur.

6102 sayılı kanun eski ticaret kanunundan farklı olarak, paye diploma veya ödül almış izlenimini verecek şekilde gerçekte sahip olmadığı birtakım sembolleri kullanmayı da açıkça haksız rekabet saymıştır. Dolayısıyla yalnızca meslek adları değil, meslek sembollerini kullanmak dahi haksız rekabet oluşturabilir.

Kanaatimizce 6102 sayılı kanunun 55. Maddesinde geçen “sembolleri kullanmak” ifadesi, yalnızca meslek sembollerini kullanacak şekilde dar yorumlanmamalıdır. Zira bir mesleği ifade etmediği halde kullanımı başkalarını yanıltabilecek nitelikteki semboller de haksız rekabet teşkil edebilir. Dolayısıyla bir mesleği ifade etsin etmesin, diploma veya ödül almış izlenimini veren ve gerçekte sahip olunmayan her türlü sembolün kullanımını bu madde kapsamında haksız rekabet saymak gerekir.<sup>17</sup>

---

de(örneğin:çocuklar,yaşlılar,şehit aileleri vs.)göz önünde bulundurularak yorumlanması aldatıcı reklamın belirlenmesinde önemli bir faktör olmalıdır.

<sup>15</sup> TAMER A.: age.,s.36.

<sup>16</sup> Aldatıcı reklam ve dolayısıyla haksız rekabet fiiline maruz kalan mağdurlar şayet tüketiciler ise bu durumda tüketici kanunu uygulama alanı bulacaktır. Mağdur taraf kuruluşlar, tacirler veya tüketici olmayan gerçek kişiler ise ancak ticaret kanunu hükümlerine göre korunacaklardır.

<sup>17</sup> TAMER A.:age.,s.161.

## 5- Yanıltıcı duruma ( Karışıklığa veya karıştırılmaya) yol açmak (İltibas);

İltibas ya da karışıklığa yol açmak ticaret hayatında ve uygulamada en çok karşılaşılan haksız rekabet durumlarından biridir<sup>18</sup>.

Başkasının emtiası, iş mahsulleri, faaliyeti veya ticari işletmesiyle iltibaslar meydana getirmeye çalışmak veya buna müsait bulunan tedbirlere başvurmak, özellikle başkasının haklı olarak kullandığı, ad, unvan, marka, işaret gibi tanıtma vasıtaları kullanmak veyahut iltibasa meydan veren malları, durumu bilerek veya bilmeyerek satışa arz etmek veya şahsi ihtiyaçtan başka her ne sebeple olursa olsun elinde bulundurmamak haksız rekabettir.

Bir kimsenin iltibas olgusuna dayanarak, yani başka bir kimsenin kendisine ait ad, unvan ya da herhangi bir tanıtma aracı ile karıştırılma tehlikesi yarattığını ileri sürerek dava açılabilmesi, onun kendi tanıtma aracını haklı olarak kullanıyor olmasına bağlıdır.<sup>19</sup>

Yanıltıcı duruma yol açma fiilinin haksız rekabet sayılabilmesi için, kusur unsuruna ihtiyaç olmadığı gibi<sup>20</sup>, aynı sektörde veya piyasada rekabet eder durumda olmaları da gerekmez. Kusur unsuru yalnızca eski TTK. m 64 ve 6102 sayılı yeni ticaret kanunu 62. madde bakımından önem taşır. Zira bu maddeler, kusurun bir türü olan kasıt altında işlenen yanıltıcı duruma yol açma fiillerini suç saymıştır.

O halde yanıltıcı duruma(karışıklığa) yol açma fiili için objektif olarak iltibasın(benzerliğin veya karışıklığın) mevcudiyeti veya böyle bir tehlikenin bulunması gerekli ve yeterlidir. Görüldüğü gibi, karışıklığa yol açma bakımından, iltibasın meydana gelmiş olması; yani müşterinin zihninde o malın aynı firma(üretici) tarafından üretildiği düşüncesinin doğmuş olması dahi gerekmiyep, iki malın(tanıtma vasıtası) arasında karışıklık ihtimali( tehlikesi) bulunması haksız rekabet için yeterli görülmektedir. Nitekim madde metninde geçen, "...iltibasa sebebiyet verecek..." ifadesi de bu düşüncüyü doğrulamaktadır. Ayrıca zararın meydana gelmesi de şart olmayıp, zarar doğma ihtimalinin bulunması haksız rekabet teşkil etmesi bakımından yeterlidir.<sup>21</sup> Yine bu çerçevede haksız rekabetten söz edebilmek için, failin iltibas teşkil eden fiilden fayda sağlamış olması da aranmaz.<sup>22</sup>

6102 sayılı yeni Türk ticaret kanununun 55. Maddesinin, "a)dürüstlük kuralına aykırı reklamlar ve satış yöntemleri ile diğer hukuka aykırı davranışlar" kategorisinin (4) numaralı alt bendinde, yanıltıcı duruma( karışıklığa veya karıştırılmaya) yol açma(iltibas ve iktibas) fiili,"başkasının malları, iş ürünleri, faaliyetleri veya işleri ile karıştırılmaya yol açan önlemler almak" şeklinde ifade edilmiştir. Görüldüğü üzere kanun koyucu yanıltıcı duruma yol açma

<sup>18</sup> İltibas ya da karışıklığa yol açmak ticaret hayatında ve uygulamada en çok karşılaşılan haksız rekabet durumlarından biridir.

<sup>19</sup>TEOMAN, ÜLGEN, Ticari İşletme,N.1295; Nisim Franko"İltibas sebebiyle haksız rekabet"İzmir,2001,s.120

<sup>20</sup> TAMER A.,age.,s.165.

<sup>21</sup> ŞENGEL, B:Türk hukukunda haksız rekabet halleri ve rekabetin korunması, Ankara,1998. s.68-69;KILIÇ F.:Haksız rekabet ve haksız rekabette hukuk davaları,İstanbul,1999,FRANKO N.:İltibas sebebiyle haksız rekabet,İzmir,2001,s.117-118, KARAYALÇIN,Y.:(Ticaret Hukuku),s.460-461

<sup>22</sup> FRANKO N.,age.,s.118.

fiili bakımından, yeni kanunda, hali hazırda yürürlükte bulunan eski kanun temelinde bir düzenleme getirmiştir.

Ancak yeni düzenlemenin hali hazırda yürürlükte bulunan eski düzenlemeden farkı, eski düzenlemenin iltibas konusu yapılabilecek değerler arasında “ticari işletme”yi saydığı halde yeni düzenleme ticari işletme yerine ticari işlerden söz etmiştir. Ayrıca ad, unvan, marka ve işaret gibi tanıtma vasıtalarında karışıklık yaratma durumu, eski düzenlemede özellikle vurgulanırken, yeni düzenleme tanıtma vasıtalarında meydana getirilecek iltibas açıkça zikretmemiştir. Öte yandan, iltibas konusu malların satışa sunulması veya kişisel ihtiyaç dışında bir nedenle elde tutulması fiillerinin belirtilmemesi de yeni düzenlemenin eski düzenlemeden ayrıldığı noktalardan biridir.<sup>23</sup>

#### **6- Başkasının Yardımcıları Görevlerini Kötüye Kullanmaya Sevk etmek ve Onları Kandırmak Suretiyle İşletmenin sırlarını ele geçirmek;**

İşçileri, vekilleri veya diğer yardımcı kişileri iffal(ayartma, kandırma) suretiyle, işverenlerinin veya müvekkillerinin üretim ve iş sırlarını ifşa etmeye veya ele geçirmeye yöneltmek de haksız rekabettir.(eski TTK. m.57/b.7)<sup>24</sup>.

6102 sayılı yeni Türk ticaret kanunu da bu haksız rekabet durumunu aynen benimseyerek Türkçeleştirmekle yetinmiştir.

6102 sayılı yeni Türk ticaret kanununu eski kanuna oranla haksız rekabet kavramını çok daha geniş bir şekilde ele almış ve haksız rekabet yaratacak fiil ve durumları kanunun 55. maddesinde tek tek saymıştır. Yukarıda belirttiğimiz başlıca haksız rekabet hallerine girmekle birlikte haksız rekabet durumu yaratan başkaca haksız rekabet hükümleri yeni kanunda anlaşılır bir Türkçe ile zikredilmiş olup bu hükümlerin hangilerinin uygulanacağını veya ne şekilde uygulanacağını, doktrindeki görüşleri ve Yargıtay’ın bu hükümlere bakışını kanunun yürürlüğü ile birlikte hep birlikte göreceğiz.

#### **5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu Açısından Haksız Rekabet;**

Haksız rekabete ilişkin hükümler fikri haklar bakımından tamamlayıcı bir işlev üstlenirler<sup>25</sup>. Nitekim adı geçen kanunun “Haksız rekabet” üst başlığı altında 83. Maddesi ad ve alametleri, 84. Maddesi ise işaret, resim ve sesleri düzenlemiştir. Yanlış veya yanıltıcı hareketlere konu olan haksız rekabet halleri bakımından ad ve alametlerde iltibastan özellikle söz edilmiştir. Ancak şüphesiz işaret, resim ve sesler(Plaklar, videolar, bantlar, CD’ler, kasetler vs.) arasında iltibas oluşturulması halinde yine haksız rekabet gündeme gelecektir<sup>26</sup>. Ayrıca kanun koyucu, eser mahiyetinde olmayan her türlü fotoğraf, benzer şekilde tespit edilen resimler ve sinema eserlerinin de m. 84 dahilinde korunacağını hükme bağlamıştır (m.84/II)<sup>27</sup>.

<sup>23</sup> İltibas ve İktibas ayrımı yapılan Yargıtay kararı için bkz.Y.T.D. 11/12/1959 T.,2914 E. 3176 K.,DOĞANAY İ.”Türk ticaret kanununun haksız rekabete dair hükümleri Yargıtay’ca nasıl uygulanıyor?,banka ve ticaret hukuku dergisi,1969-1970,s.541,dn.15

<sup>24</sup>ORUÇ Murat, Haksız rekabette maddi tazminat davası, İstanbul, Mart 2009,s.53

<sup>25</sup>ÖZTAN F.:Fikir ve sanat eserleri hukuku,Ankara 2008.s.762-763

<sup>26</sup> TEKİNALP Ü.:Fikri mülkiyet hukuku, İstanbul,2005

<sup>27</sup> ÖZTAN F.:age.,s.762-763

## -KAYNAKÇA-

1. ARKAN Sabih, “Haksız Rekabet-Gelişmeler-Sorunlar”, Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, 2004 C.22 S.4/Yaşar KARAYALÇIN, Y.: Ticaret hukuku ticari işletme 3. Bs. Ankara 1968
2. DOĞANAY İsmail, Türk Ticaret Kanunu Şerhi, C.1, Ankara 1990.
3. FRANKO N., İltibas sebebiyle haksız rekabet, İzmir 2001.
4. GÖLE Celal, Ticaret hukuku açısından aldatıcı reklamlara karşı tüketicinin korunması, Ankara, banka ve ticaret hukuku araştırma enstitüsü, 1983.
5. İMREGÜN O., Ticaret Hukukunun Genel İlkeleri, İstanbul 1989.
6. KILIÇ F., Haksız rekabet ve haksız rekabette hukuk davaları, İstanbul, 1999
7. MOROĞLU Erdoğan, “Karşılaştırmalı reklam ve Yargıtay kararları” Ankara, banka ve ticaret hukuku araştırma enstitüsü, 1994 .
8. ORUÇ Murat, Haksız rekabette maddi tazminat davası, İstanbul, Mart 2009.
9. ÖRS, HALİL Fahri: Türk hususi hukukunda haksız rekabet (Hukuki mahiyeti ve rekabet hakkının himayesi), Ankara, 1958.
10. ÖZTAN F., Fikir ve sanat eserleri hukuku, Ankara 2008.
11. ŞENGEL, B., Türk hukukunda haksız rekabet halleri ve rekabetin korunması, Ankara, 1998.
12. TAMER Ahmet, Haksız Rekabet, Ankara 2011.
13. TEOMAN, ÜLGEN, Ticari İşletme, N.1295; Nisim Franko ”İltibas sebebiyle haksız rekabet” İzmir, 2001.
14. TEKİNALP Ünal, Fikri mülkiyet hukuku, İstanbul, 2005.
15. İltibas ve İktibas ayrımı yapılan Yargıtay kararı için bkz. Y.T.D. 11/12/1959 T., 2914 E. 3176 K., DOĞANAY İ.”Türk ticaret kanununun haksız rekabete dair hükümleri Yargıtay’ca nasıl uygulanıyor? Banka ve ticaret hukuku dergisi, 1969-1970, s.541, dn.15
16. 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun 54’ üncü maddesinin madde gerekçesi, Bkz <http://www2.tbmm.gov.tr/d23/1/1-0324.pdf>