

## Çağdaş Tüketici Pazarları Açısından “ Medine Pazarı” nın Analizi

**Dr. Öğr. Üyesi İhsan CORA**

Giresun Ün. İ.İ.B.F. İşletme Böl.

[ihсан.cora@giresun.edu.tr](mailto:ihсан.cora@giresun.edu.tr)

Tel: 0533 526 61 09

Orcid No: 0000-0002-5264-468X

### ÖZET

Kısa bir tanımla alıcı ve satıcının karşı karşıya geldiği her yer pazar olarak tanımlanır. Pazar açık ya da kapalı bir mekan olabildiği gibi telefon ya da internette olabilir. Pazarları; tüketiciler pazarı, endüstriyel pazarlar ve uluslararası pazarlar olmak üzere üçe ayırabiliriz. Tüketici pazarı ya da tüketim malları pazarı, kişi ve ailelerin kişisel kullanımları için satın aldıkları mal ve hizmetlerin pazarıdır. Bu pazarın temel özelliği satın alma nedenlerinin kişinin ve ya ailenin kendi kullanım amacına dayanmasıdır.

“Medine Pazarı” Müslümanların Mekke’den Medine’ye göç etmesinden sonra Hz. Peygamber’in (s.a.v.) Medine’de yaptığı uygulamaların en önemlilerinden biridir. Müslümanlar Medine’ye geldikleri tarihte Medine yaklaşık on bin nüfuslu bir şehirdi. Bu nüfusun dört bin kadarı Yahudi, kalan altı bini ise Arap’tı. Ancak ticari hayat büyük ölçüde Yahudilerin kontrolündeydi. Üç büyük Yahudi sülalesi pazara hakimdi. Bunlardan birincisi Benu kaynuka sülalesi kuyumculukla uğraşırdı. Bugünkü lisanla para-kredi işleriyle uğraşır ve tefecilik yaparlardı. İkinci Beni Nadır sülalesi ise tarımla uğraşırlar ve özellikle hurma üretimi yaparlardı. Üçüncüsü Beni Kureyza sülalesi ise debbağ idiler. Başta çizme olmak üzere deri işleme ve deriden mamul eşya üretirlerdi.

Yahudiler ekonominin temelini oluşturan bu sektörleri ellerinde tuttukları için ticari hayata hakimdiler, pazarın kurallarını koyar ve fiyatları belirlerdiler. Hz. Peygamber(s.a.v.) “Medine Pazarı” nın bu halini çok iyi gözlemledikten sonra alternatif bir pazar kurmanın gereğini anladı. Kurduğu bu pazarda farklı ve önemli kurallar uyguladı. Örneğin pazarda sabit bir yer tutmayı yasaklayarak tekelleşmeye son verdi. Böylece sabah kim erken gelirse en iyi yeri o tutar. Pazar vergisi (işgaliye )kaldırıldı. Faiz yasaklandı. Stokçuluk kaldırıldı haksız rekabet kaldırılırken serbest rekabet teşvik edildi. Bir malın başka bir malla takas yasaklandı vb. Başlıcalarının bunlar olduğu kurallar koyarak ticareti bu kurallara göre yaparak iki sene gibi kısa bir sürede “Medine Pazarı” nda dünyanın en cimri tüccarları olan Yahudiler karşısında üstünlüğü ele geçirdiler.

Bu makalede tarihi kaynaklardan elde edilen bilgilerle “Medine Pazarı” nın bugünkü tüketici pazarıyla bir mukayesesi yapılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler;** Tüketici pazarları, Medine Pazarı, Pazar fiyatları, Pazar yönetimi,

### ABSTRACT

#### Analysis Of “Madinah Market” In Terms Of Contemporary Consumer Markets

With a very short description, the place where buyers and sellers face is defined as the market. The market can be open or closed, as well as by telephone or internet. We can divide markets into consumer markets, industrial markets and international markets. Consumer market or consumer goods market is the market for goods and services purchased by individuals or families for personal use. The main characteristic of this market is that the reasons for buying are based on the purpose of the person or family for their own use.

After Muslims emigrated from Mecca to Madinah, our prophet (S.A.V) Madinah Bazaar is one of the most important practices in Madinah. When Muslims arrived in Madinah, Madinah was a city of about ten thousand inhabitants. Four thousand of the population were Jews, and the remaining six thousand were Arabs. However, commercial life was largely controlled by the Jews. The three great Jewish communities dominated the market. The first of these was Benu Kaynuca dynasty, which was engaged in jewelery. In today's language, they used to do money-credit work and loan work. Second of all, the Neda Sultanate used to deal with agriculture and especially produce dates. The third one was the Qurayza Family. They used to produce leather processing and leather goods, especially boots.

The Jews dominated commercial life because they held these sectors that were the basis of the economy. They set the market rules and set prices. Our prophet (S.A.V) understood the necessity of establishing an alternative market after observing the "Madinah Market" very well. He applied different and important rules in this market he established. For example, he stopped monopolizing by forbidding a fixed position in the market. So whoever came early in the morning would have the best place. Market tax has been abolished. Interest is banned. Stock removed. Free competition was encouraged and unfair competition was abolished. The exchange of a commodity with another commodity is prohibited, etc. In a short period of two years, they took advantage of the Jews who were the world's most stingy merchants in the "Madinah market". In this declaration, "Madinah Market" is made a comparison with today's consumer markets with the information obtained from historical sources.

**Keywords:** Consumer Markets, Madinah Market, Market prices, Market management.

## 1.GİRİŞ

"Pazar" kavramı oldukça geniş bir anlam taşır. Örneğin bir borsa acentası için pazar, hisse senetlerinin alınıp satıldığı yerdir. Bir tüccar için pazar, ürünün alınıp satıldığı yerdir. Bir satış müdürü için pazar, dağıtıcılar, tanıtma çabaları, satış elamanları ve fiyatlarla ilgili kararların alındığı bir kent veya bölge gibi coğrafi bir mekandır. Bir iktisatçı için pazar, bir mal grubuyla ilgilenen veya ilgilenecek olan tüm alıcı ve satıcılardır. Bir pazarlamacı için ise pazar, bir mal veya hizmetin bu günkü ve gelecekteki müşteri olabilecek tüm kuruluşlar ve bireylerdir (Kotler, Birinci Cilt; 106).

Kısa bir tanımla alıcı ve satıcının karşı karşıya geldiği her yere "pazar" denir. Pazar, açık ve ya kapalı bir mekan olabildiği gibi telefon ya da internette olabilir. Pazarları; tüketiciler pazarı, endüstriyel pazarlar ve uluslararası pazarlar olmak üzere üçe ayırabiliriz (Mucuk, 2001; 64). Tüketici pazarı (ya da tüketim malları pazarı); kişi veya ailelerin kişisel kullanımları için satın aldıkları mal veya hizmetlerin pazarıdır. Bu pazarın temel özelliği satın alma nedenlerinin kişinin veya ailenin kendi kullanım istek ve amacına dayanmasıdır (Mucuk, 2001; 65).

Endüstriyel pazarlarda satın almanın amacı ise satın alınan mal yahut hizmetin aynı şekilde ya da ondan bir şeyler imal edip tekrar satmaktır. Bu nedenle nihai tüketicilerin satın alma davranışlarında duygusal güdüler hakim iken endüstriyel kullanıcıların satın alma davranışlarında ise tamamen kar güdüsü hakimdir.

Medine Pazarı; Müslümanların Mekke'den Medine'ye göç ettikten sonra Hz. Peygamber (sav)'in Medine'de bir İslam devleti kurmak amacıyla yaptığı uygulamaların en önemlilerinden biridir. Bu pazar kısa sürede önemli tüccarların yetişmesine vesile olmuştur. Medine Pazarı'nda yetişen tüccarlar İslamiyet'i Çin'den Afrika'ya hatta İstanbul'a kadar taşımışlardır. Bu tüccarlar ticaret için gittikleri

yerlere kültürlerini de beraberlerinde götürdüler(Sarrafoğlu,1997;8).Çünkü İş adamının özelliklerinden biri de sınır tanımamasıdır.Onlar önlerine çıkan sınırları bir şekilde aşmalarını bilirler.

Hz. Peygamber(s.a.v.) Medine’de toplumu; kabile,kavim,ırk, kölelik, hürlük, zenginlik, fakirlik,köylü-şehirli gibi sınıf esasına göre, değil sadece islam kardeşliği üzerine bina etmiştir. Böylece çok çeşitli farklılıklar arz eden insan topluluklarını tek bir potada toplayarak insanların farklılıklarını bir tefrika olarak değil bir sinerji kaynağı haline getirmiştir.

Benzer bir anlayışla Osmanlı Devleti’de vatandaşları olan çok farklı dilden, dinden, ırktan, mezhepten insanları yüzyıllarca başarıyla yönetmiştir. Mesela sadece Balkanlarda hakimiyeti altında onlarca farklı milletten,dinden, dilden insan vardı. Ama Osmanlı Devleti Balkan harbi bozgununa kadar bu farklı milletleri barış içinde yönetmeyi başarmıştır. Bu başarısını muhtemelen Hz. Peygamberin uygulamaları ve O’nun insana bakışını örnek alarak elde etmiştir.

Farklılıklarla ilgili yapılan çalışmaların çoğunda; “farklılık” kavramı; genellikle insanların cinsiyet, ırk,dil, din,mezhep, etnik köken, ve yaş gibi çeşitli sosyo demografik özellikleri ve bu özelliklerin örgüt uygulamaları ve örgütsel çıktılara etkisi çerçevesinde tanımlanmaktadır. Son yıllarda “farklılıklar” konusunda çalışan bazı araştırmacılar bu araştırmalardan duydukları memnuniyetsizlikleri belirtmeye başlamışlardır. Bu araştırmacıların eleştirdikleri nokta bu yaklaşımın farklılıklarının etkilerine odaklanırken farklılıkların kendisini teoriden yoksun bırakmasıdır (Sürgevil, 2010;70).

## **2.KONUNUN ÖNEMİ:**

İktisadi bağımsızlık siyasi bağımsızlığın en önemli unsurudur. Hz. Peygamber(s.a.v.) ticaret amacıyla Filistin, Şam, Yemen bölgelerini zamanın tecrübeli tüccarlarından olan amcası Ebu Talip’le gezmiştir.Hayatının daha sonraki yıllarında ise şiddetli bir iktisadi ambargoyla karşılaşmıştır. Bu yüzden de iktisadi bağımsızlığın önemini iyi biliyordu. Bu tecrübelerinin, bilgisi ve ferasetiyle hicretten sonra şartları zorlayarak bir devlet kurmayı amaçlamıştır.Diğer yandan da bu devletin unsurlarından biri olan Müslümanlara ait ve onların hakimiyetine ve kurallarının uygulandığı bir pazar kurması gerekiyordu. İşte bu amaçla daha sonraki yıllarda “Medine Pazarı” adıyla meşhur olacak olan bir pazar kurmuştur (Kallek, 2007;327).

20. Y. Yıla kadar ülkelerin sınırları çok katı idi ve savaşlar cephelerde ordular arasında silahlarla yapılıyordu, Kafkas, Çanakkale, Filistin, Yemen v.b.cephelerde. Bu savaşlarda üniformalı askerlerin önemi çok büyüktü.Ancak 21. Y. Yılda tek bir köy haline gelen dünyada ülkelerin fiziki sınırlarının önemi azaldı. Ülkeler arasındaki zaman ve mesafe farkları ortadan kalktı. Savaşlar da cephelerden pazarlara taşındı. Artık günümüzde savaşları, pazarlarda işletmeler ürünleri ve markalarıyla yapıyorlar. Yeni savaş alanları orduların savaştığı cepheler değil, girişimcilerin rekabet üstünlüğü kazanmak için yarıştıkları pazarlar oldu. Bu şekilde sınırların önemini yitirdiği dünyanın fatihleri üniformalı generaller değil, üniformasız generaller olmuştur(Gürdoğan,2017;145).

Buna rağmen bu gün haçta namaz kılan bir Türk vatandaşının ayağındaki çorapta “Kore malı” etiketi, başına koyduğu takkede “Çin malı” etiketi varsa yada ülkemizin herhangi bir otelinde sabah kahvaltısında “Gemlik Zeytini” değil de Yunanistan zeytini yeniyorsa bu rekabet savaşını kaybettik demektir (Karaman, 2009;9-10).

İşte bu nedenle pazarlardaki ticaret savaşlarından yenik düşmemek için geçmişte Hz.Peygamber’in (s.a.v.) kurup ilkelerini koyarak örnek bıraktığı “Medine Pazarı”nı yeniden incelememiz ve ondan dersler almamız gerekir. Bu makale tarihi kaynaklardan yapılmış bir nitel araştırmadır.

### 3.LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Konu genel manada pazarlama, pazar, fiyat ve satış olması nedeniyle pazarlama kitapları temel referans kaynaklarımız olmuştur. Bunlardan başka esas konumuz olan “Medine Pazarı” konusunda literatürdeki en ciddi ve temel eser editörlüğünü Vecdi Akyüz’ün yaptığı “bütün yönleriyle asrı saadette islam adlı” dört ciltlik çalışmanın özellikle 3.ciltindeki Cengiz Kallek’in yazdığı bölümlerde birinci el kaynaklardan nakledilen bilgiler vardır. Birde Muhammed Hamidullah’ın İslam Peygamberi isimli eserinin birinci ve ikinci ciltlerinin içinde konuyla ilgili temel bilgileri bulmak mümkündür. Bundan başka Muhammed Emin Yıldırım’ın “Asr-ı Saadette Ticaret ve Tüccar Sahabiler” adlı eseri doğrudan bu konu ile alakalıdır.

Ayrıca Fahri Sarrafoğlu’nun “medine pazarı” adını taşıyan küçük eserinin ilk sayfalarında konuyla ilgili bilgiler verildikten sonra İslam ülkeleri arasındaki iktisadi iş birliği imkanları ülkelerin özelliklerine göre anlatılmaktadır. M. Naim karaman’ın “İslamın Girişimci Kültürü ve Pazarın Yolu” adlı eserinin içinde çeşitli bölümlerde bilgiler bulmak mümkündür. Birde Elnure Azizove’nın “Hz. Peygamber Döneminde Çalışma Hayatı ve Meslekler” adlı doktora tezinden yazılmış eserde de konuyla ilgili bilgiler bulunmaktadır.

Michael Lecker’in yazdığı ve M.Mahfuz Söylemez’in çevirdiği “İslam Öncesi ve İslamın İlk Döneminde Medine/Yesrip Pazarı” adlı makalesi, Hakan Kalkavan’ın “Medine Pazarı Perspektivinde Muhtesip ve Agoranomos Karşılaştırması”, Mehmet Abidin Kartal’ın yazdığı Medine Vesikasından Medine Pazarına Dersler” gibi bir çok makalede bu konu işlenmiştir.

### 4.HİCRETEN SONRA MEDİNE’NİN DURUMU

Müslümanlar Medine’ye geldiklerinde Medine’de yaklaşık 10.000 kişinin yaşamakta olduğu tahmin edilmektedir.(Hamidullah,1993,II.Cilt;1073,Yıldırım,2015;36) Bu rakam bugüne göre küçük bir ilçe. Bu nüfusun da yaklaşık 4.000 kadarı Yahudi, 6.000’i ise Araplardan oluşuyordu(Yıldırım,2015;36). Yahudi nüfusu ise üç önemli kabileden ibaretti. Bunlar; Benu Kaynuka, Benu Nadir ve Benu Kurayza kabileleri (Hamidullah, 1993, 1.Cilt;184, Yıldırım,2015;36).

Benu Kurayza kabilesi; kuyumculukla uğraşır, altın ticareti ve tefecilik yaparlardı. Benu Nadir kabilesi ise tarımla uğraşır ve Medine’nin önemli geçim kaynağı olan “hurma” üretimi yaparlardı. Hatta o günün şartlarında ihracat dahi yaparlardı. Üçüncüsü Benu Kurayza kabilesi idi ki bunlar ise “Debbağ” dılar. Deri tabaklama ve deri üretimi yaparlardı. Ayakkabı ve çizme başta olmak üzere deriden mamul eşya üretirler ve hem Medine hem de diğer pazarlara satarlardı (Hamidullah,1993, 1.Cilt;184-185: Yıldırım, 2015;39).

Yahudiler iş hayatının temelini oluşturan bu sektörlerle sahip oldukları için ticari hayata da hakimdiler. Pazarın kurallarını koyar, hem mal alırken ve hem de satarken fiyatları belirlerken hep kendi çıkarlarına göre hareket ederlerdi. Bunları yaparken de düşünce tarzları şöyleydi: Arapların mallarından ne alırsak kârdır ve bu hususta biz mesul ve günahkar değiliz çünkü onlar hak yolda değillerdir(Kallek,2007;328). Maalesef Yahudiler bugünde aynı zihniyeti taşıyorlar. Bu durum Filistin’deki uygulamalarında görülüyor

Onların inanışına göre;Allahu Azimuşşan bütün malları Yahudiler için yaratmıştır. Yahudi olmayan bir insanın elindeki bir mal onlara göre yahudinin gasp edilmiş bir hakkıdır.Onu ne suretle olursa olsun geri almakta bir mahzur görmezler.Karaborsayı caiz görmeleri de bu temel inanın bir sonucudur. Karaborsaya en müsaid bir mevzu olması dolayısıyla da gıda ticaretini Dünya’da ellerinde tutmaları bu inançlarının eseridir. Bu gün dahi bütün dünyada gıda ticaretinin birinci el sahipleri Yahudiler’dir. Zira

bütün insanlığın düşmanı olan yahudinin istismar ve ihanet vasıtalarından biri de gıda sektörüdür. Bir mal pahalansa ve o mal mesela tekstil olsa insanlar eski elbiseleriyle bir müddet idare edip pahalı olan kumaşı almayabilirler. Ama gıdada bu mümkün değildir. Bu yüzdendir ki; Yahudi ne yapıp yapıp gıda ticaretini alemşumul bir surette eline geçirmiştir. Bu durum eskiden sadece “karaborsa” şansının fazla olmasından dolayı idi. Günümüzde ise buna bir başka faktör daha eklenmiştir: Almanca “Emilkatör” veya İngilizce “emilsüfö” ler. Yahudi zekası gıdaların bozulmalarını önleyecek bazı katkı maddeleri eklemeye başlamıştır. Bu katkı maddeleri organizma ve haleti haleti ruhiye üzerindeki etkisi müşahede olunmuş bir gerçektir. Mesela hormonlu etin erkeklerde erkeklik duygularını kadınlarda ise kadınlık duygularını azaltarak bir nesil bereketsizliğine sebep olduğu ispatlanmıştır (Mısıroğlu,2004;15-17).

O tarihlerde Medine’de dört büyük pazar vardı. Bu pazarların hepsinde hâkimiyet Yahudilerin elindeydi. Pazarın en iyi yerleri onların elindeydi. En kötü yerleri ise Araplara yüksek fiyatlarla kiraya verirdi. Hz. Peygamber (s.a.v.) Medine Pazarı’nın bu durumunu iyi bir müdekkik gözüyle tetkik etti. Şayet bu dört çarşıda pazara girilmek istenirse asla Yahudilerin hâkimiyeti kırılmayacaktı. Çünkü her şeyi onlar belirliyorlardı. Bu durumu gören Hz. Peygamber(s.a.v.) pazarın şartlarını Müslümanların lehine değiştirebilmek için alternatif bir pazar oluşturma gereğine karar verdi.

## 5. İLK PAZARIN KURULMASI VE YAHUDİLER TARAFINDAN YIKILMASI

Hz. Peygamber(s.a.v.) ilk pazarı Yahudilerin pazarına yakın bir yerde kurdu. Ondan sonra Müslümanlar ticaretlerini bu çarşıda yapmaya başladılar ve kısa zamanda bu çarşının adı duyulmaya başladı. Bu durum karşısında Yahudiler önce bir şaşkınlık yaşadılar. Bir süre bu çarşıdaki faaliyetleri sessiz ve sinsi takip ettiler. Kendi çarşılarına alternatif olan bu çarşının ortadan kaldırılması gerektiğine karar verdiler. Çünkü pazarın ellerinden çıkacağı korkusu onlarda büyük bir öfkeye neden oldu. Bunun üzerine Ka’b b. Eşref bir gece adamlarıyla beraber Müslümanların pazar olarak kullandıkları çadırın iplerini kesti ve çadırı yıktı(Hamidullah,1. Cilt;1993;1074).

Sabah olaydan haberdar olan Müslümanların tamamı kızgın ve öfkeliyken Hz. Peygamber(s.a.v.)’in tebessüm ettiği görülmüştür. Sahabeler bu tebessümün sebebini sorduklarında O şöyle cevap verdi: Yaptığımız iş Yahudileri kızdırdı. Demek ki doğru bir iş yaptık. Bundan sonra çarşımızı öyle bir yere kuracağız ki bu sefer daha fazla kızacaklar(Yıldırım,2015;40).

Bu olaydan sonra Hz.Peygamber(s. a. v.) üzerinde eski mezarların bulunduğu büyük bir arsa satın alarak burayı çarşı kurdu, kurallarını koydu ve kıyamete kadar Müslümanlara vakfetti. İşte sizin pazarınız burasıdır, burada sabit yerler edinmeyin dedi. Bu pazarda yetişen Abdurrahman İbni Avf misali cesur ve dürüst girişimciler sayesinde kısa zamanda Medine’de ticaretin büyük bir kısmı Müslümanların eline geçti (Yıldırım,2015; 40-41).

## 6.BANA PAZARIN YOLUNU GÖSTER DİYEN SAHABİ

Hz. Peygamber(s.a.v.)’in Medine’ye göç ettikten sonra Medine’de yaptığı önemli uygulamalardan biri de Ensar’la Muhacir’ler arasındaki “muahat” yani kardeşlik aktidir(anlaşması). Dünya tarihinde bu güne kadar eşi benzeri görülmemiştir. Bu kardeşlik anlaşması ile her şeyini Mekke’de bırakıp Medine’ye hicret eden Muhacirlerin hayata küsmeleri önlenmiştir. Bu akit Müslümanlara moral ve motivasyon kaynağı olmuştur. Çünkü bu anlaşma ile Muhacirlerin yurtlarından ayrıldıkları için duydukları keder ve üzüntüyü gidermek ve onlara Medine’yi sevdirmek güç ve destek kazandırmak amaçlanmıştır.

Kapitalist ve sosyalist sistemlerin dayandığı model maddeci insan tipidir. Buna latince “homo-economicus” (ekonomik adam) denir. Burada sadece maddi menfaatleriyle, maddi güdülerle hareket eden bir insan modeli söz konudur. Menfaatini daima ön planda tutan, her hareketinde menfaatini arayan bir insan modeli. Bu anlayışa göre insan bencildir ve bencillik evrenseldir (Divitçioğlu, 1977; 3).

Evet insanda bencillik duygusunda vardır ama insanda aynı zamanda cömertlik duygusu da vardır.

Hz. Peygamber (s.a.v.)’in öncülüğünde Müslümanlar Medine’de cömertlik ve kardeşlik duygusunun zirve örneğini göstermişlerdir. Bu anlaşmada Abdurrahman İbni Avf’a kardeş olarak Medine’li Sa’d Bin Rebi (ra) düşmüştü. Sa’d Bin Rebi Medine’nin en zenginlerinden biriydi. Malı, mülkü bütün servetinin yarısını kendine diğer yarısını da muhacir kardeşine vermeyi teklif etti. Abdurrahman ise O’na cevaben her şeyin senin olsun. Sizin alış-veriş yaptığınız bir pazarınız var mı? Sen “**bana pazarın yolunu göster**” dedi (Hamidullah, 1. Cilt, 1993; 181-182; Zapsu, 1978; 767).

Hatta başka bir teklifte daha bulundu?!!!...O teklif esasında gerçekleşmedi. Ama Sa’d Bin Rebi bu (saçma!!!)teklifi niçin yaptı?!!! Bu sorunun cevabı herhalde islam kardeşliği (muahat) nin manası, derecesi ve önemi olsa gerektir. Çünkü bir erkeğin böyle bir teklifte bulunmasını bu günkü mantıkla ve bakış açısıyla anlamak ve kabul etmek mümkün olmadığı ve “pazar” konusuyla da ilgili olmadığı için burada onun tafsilatına girmiyoruz.

Pazarda hangi mallar satılır? Kaça alınır, kaça satılır? Nereden alınır? Müşterilerin zevk ve beğenileri nelerdir? Gelir durumları nasıldır? Yüksek fiyattan yüksek kaliteli mallar mı? Yoksa düşük fiyattan düşük kaliteli mallar mı isterler? Gibi klasik pazarlama soruları sormadı. Acaba niçin? Çünkü o işler benim işim. O işleri sen bana bırak. Ben onları hallederim demek istedi.

İslam tarinin bu meşhur girişimcisine Abdurrahman İbn Avf’a soruyorlar; “Bu kadar büyük serveti nasıl kazandın?” O şöyle cevap veriyor: “Satış esnasında çok az “kar”a da razı oldum. Hiç bir müşteriye boş çevirmedim. Hatta bir gün bin deveyi sermayesine sattım. Yalnız dizlerindeki ipleri kalmıştı. Her ip bir dirhem değerinde idi. Böylece bin deveden kazancım bin dirhem oldu” demiştir (Kaleşi, 1990; 180). Bu hadiseden bugünün girişimcileri dersler çıkarmalıdır. Daha çok kar edeyim düşüncesiyle beklememek gerekiyor. Aksi durumda bizim meşhur atasözümüzde olduğu gibi olabilir: “Dimyata pirince giderken evdeki bulgurdan olmak.”

Ayrıca bana “**pazarın yolunu göster**” sözü günümüzde genç girişimcilerimizin parolası olmalıdır. Günümüzde bir şehrin veya bir ülkenin pazarı yoktur. Çünkü artık bütün dünya tek bir pazardır (Karaman, 205-206).

## 7. MEDİNE PAZARININ ÖZELLİKLERİ

Hz. Peygamber’in tüccar sahabilere de danışarak kurduğu ve daha sonraları adı “Medine Pazarı” olarak ün yapan bu pazarda yeni ve farklı uygulamalar getirdi. Bunları şu başlıklar altında toplayabiliriz. (Yıldırım, 2015; 47-55).

- a. Pazarda sabit yerler edinmeye son verildi.
- b. Pazar vergisi kaldırıldı.
- c. Faizin her türlü şekli yasaklandı.
- d. Stokçuluk yasaklandı.
- e. Haksız rekabet yasaklandı.

f. Mal takası yasaklandı.

g. Devletin piyasaya müdahalesi yasaklandı.

**a.Pazarda Sabit Yer Edinmeye Son Verildi:** Hz. Peygamber kurduğu ilk pazar yerinin Ka'ab bin Eşref tarafından yıkılmasından sonra ikinci bir Pazar yeri kurdu ve tarihe "medine pazarı" olarak geçen bu Pazar için şöyle dedi (Hamidullah,2.Cilt,1993;1074).: "Bu pazarda kimse için önceden yer ayırtmayın. Her yer boş ve serbest kalsın.Her gün kim erkenden oraya ilk gelirse istediği yeri seçip yerleşsin ve bu pazarda herhangi bir vergi de tahsil etmeyin."

Sermayenin tek elde toplanmaması için sabit iş yerleri edinmek yerine "**erken gelen en iyi yeri tutar**" anlayışı benimsendi. Bu husus insanlar arasında yapıcı bir rekabete yol açar. Sabah kim erken kalkıp pazara gelirse en iyi yeri o tutar. Bu uygulama insanları sabahın erken saatinde işe başlamaya sevk ediyor. İşe erken başlayarak çalışma saati de uzatılmış oluyor.

Hz. Peygamber ( s.a.v.) Nebit Pazarı'na giderek bir göz attı ve: "Bu pazar asla sizin pazarınız olamaz" dedi. Sonra başka bir pazara gitti etrafını dolaştı ve döndü işte sizin pazarınız burasıdır."Bu Pazar daraltılmayacak ve buradan vergi alınmayacak",ded. Seçtiği bu pazar yeri Benu Saide bölgesinde içinde kabirlerinde bulunduğu bir yerd.Burası açık bir alan olup bir binici pazar yerine gelip devesinin palanını bıraksa pazarı dolaşırken ne tarafa gitse palanını görebilirdi. Hz. Peygamber' (s.a.v.)in ilk kurduğu pazar yerinin bir kabristanlıkta olmasına bazı yazarlar şu anlamı yüklüyor; insanları dünya zevklerine dalmaktan men eden ölümü hatırlatan önemli uyarıcılardan biri olan kabristan bölgesinde seçmek suretiyle belki de alıcı ve satıcıları manevi yönden kontrol altında tutmayı amaçlamıştır. Onlara sadece dünya menfaatlerini ve para kazanmayı düşünmeyip ölümü de hatırlatmak istemiştir(Kallek, 2007;328).

**b.Pazar Vergisinin Kaldırılması:** O güne kadar Mekke ve Medine pazarlarında bu günkü işgaliye vergisine benzeyen bir vergi alınırdı. Hz. Peygamber (s. a. v.) yeni kurduğu pazarda bu vergiye son verdi. Günümüzde belediyeler de pazarlardaki satıcılardan işgaliye vergisi adıyla vergi almaktadırlar.

2464 sayılı belediye gelirleri kanununun 52. Maddesinde; "belediye sınırları içinde bulunan pazar veya panayır kurulan yerlerin, meydanların, mezat yerlerinin,her türlü mal ve hayvan satıcıları tarafından satış yapmak, yol, meydan,pazar, iskele,köprü gibi umuma ait yerlerden bir kısmının herhangi bir maksat için yetkili mercilerden usulüne uygun izin alınarak geçici olarak işgal edilmesinin "**işgal harcına**" tabi olacağı hükmüne bağlanmıştır.Aynı kanunun 57. Maddesinde de işgal harcı belediyelerin yetkili kılcaıkları memurlar tarafından makbuz karşılığı tahsil edilir" denmektedir.

Bu gün alınan bu pazar vergisi Osmanlı Devleti'nin kuruluş yıllarında Osman Gazi zamanında da söz konusu olmuştur. Meşhur Osmanlı tarihçisi Aşıkpaşazade bu olayı şöyle nakleder: "Bir gün Germiyan taraflarından biri çıkıp gelir ve Osman Bey'den devrin en iyi iş gören pazarlarından "Karacahisar Pazarı"nın vergi gelirlerini büyük para karşılığında kendisine satmasını ister. Osman Bey; Beyliğin paraya çok ihtiyacı olduğu bir zamanda bile "ahalinin pazara getirdiği mal senin midir ki ondan ücret alasın?" Bu nasıl teklifdir? Diyerek ona karşı çıkmıştır.

Konuya genel manada bakıldığı zaman belediyelerin pazar yerinin; elektirik,su, temizlik gibi genel giderlerine katılım payı olarak çok küçük bir miktar para alması normal görülebilir. Ama bizde bu durum hemen kısa zamanda çok aşırı miktara çıkar. Mesela günümüzde küçük bir ilçede su abonman bedeli 90 TL. iken seçimlerden sonra belediye başkanlığı el değiştirince yeni başkan belediyeyi aşırı borçla devraldığını iddia ederek bu bedeli 400 TL' gibi faiş bir fiyata yükseltmiştir. Durumun zamanla bu hale geleceğini İbn-i Haldun Mukaddime adlı eserinde şöyle anlatmaktadır( Haldun,2004;1.Cilt;370) ;

Devleti idare edenlerin lükslerinin ve ihtiyaçlarının artışına bağlı olarak vergiler de sürekli olarak derece derece artar. Ancak halk üzerinde vergiler o kadar ağır olmasına rağmen bu vergiler katlanılır ve sanki alışılmış bir yükümlülük haline gelir.Çünkü artışlar çok az miktarlarda kademe kademe yapıldığı için halk bu artışların kim tarafından yapıldığının farkına bile varmaz. Sadece bu vergilerin halkın alışlagelen bir yükümlülüğü olduğu bilinir.

Muhtemelen Hz. Peygamber(s.a.v.) de insanların zamanla durumu bu hale getireceğini öngördüğü için her halukarda pazar vergisini yasaklamış olmalıdır.

**c.Faiz Yasaklandı:** O zamana kadar ticari hayatın belirleyici faktörü olan faizin her türlü yasaklandı.Faiz sistemi, borçluyu daimi bir zaafa uğrattığı gibi para sahibini de hudutsuz bir servete ulaştırır. Borçlu bazen kar bazen de zarar eder. Ama parasını veren ise daima kar eder. Sonunda faiz işlemiyle birkaç devir yapıldığı takdirde karın bütünü faiz verenin olur; çalıştırmanın ise bütün emekleri boşa gider. Geçen asırlarda durum böyle oldu. Para dünyadaki sermaye sahibi azınlığın kasalarına aktı. Faiz sistemi insanlığın temelini aniden yıkmaz ama yavaş yavaş yıkar. (Kutup,1980;415).

Bu sebeptendir ki islamda paranın sırf para olduğu için para getirmesi prensibi yoktur.Para ancak emek ve riskle birleşirse para getirir. Riske katlanmadan, emek sarfetmeden durduğu yerde para kazanma prensibi islam ekonomisinde yoktur(Zaim,1981;27)

**d.Stokçuluk Kaldırıldı:** Malı gerçek fiyatının üstünde bir fiyata satmak amacıyla yapılan stoklama yasaklandı. Stokçuluk diğer adıyla “ihtikar” bir malı fiyatı artınca satmak için piyasadan çekip stok etmek daha sonra fiyat yükselince piyasaya sürmektir. Bu konudaki bir hadis şöyledir: “ uzak yerlerden bedel ödeyerek mal getiren tüccar rızıklandırılmış, malı stoklayıp haksız kazanç elde etmek isteyen ise lanetlendirilmiştir.”

Günümüzde şehirlerin sebze meyve hallerinde bazı mallar stoklanıp piyasaya sürülmemekte böylece piyasalarda suni bir darlık yaratılıp fiyatlar yükselince mal piyasaya sürülerek yüksek karlar elde edilmektedir. Hatta bu durum bazen öyle olmaktadır ki stoklarda çürüyen, bozulan mallar dökülmektedir. Bunu yapanların “insanlar ucuz mal almasınlar” bile dediklerine şahit olunmaktadır.

**e.Haksız Rekabetin Yasaklandı:** T.T.K.’da haksız rekabeti; rakipler arasında veya tedarikçilerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatıcı veya dürüstlük kurallarına aykırı davranışlardır şeklinde tanımlanmaktadır. Haksız rekabetin günümüzde çok çeşitli örnekleri vardır. O tarihteki örneklerinden biri şöyleydi: Tüccar ya da simsar denilen araçlar köylüyü pazara gelmeden önce yolda önüne çıkıyor ve ellerindeki malları ucuz bir fiyata alıyor ve getirip pazara yüksek fiyata satıyorlardı. Hz. Peygamber (s. a. v.), yolda köylüden mal alımını yasakladı. “Bırakınız pazara gelsinler, fiyatları görsünler ondan sonra mallarına talip olun” dedi.

Hz. Peygamber (s.a.v.); “bizi aldatan bizden değildir” diyerek üretici ile tüketici arasındaki vasıtaların, mal akışını ve fiyatları olumsuz etkileyen davranışları yasaklamıştır.Samimi alıcı ya da satıcı olarak değil de taraflardan en az birine zarar vermek maksadıyla alış-verişe müdahil olanları kınamıştır (Karaman, 2012;213).

**f.Mal Takası Yasaklandı:** Takas usulünde taraflardan en az birinin mağdur olması nedeniyle Hz. Peygamber (s. a. v.) bu uygulamayı yasakladı. O bu konuda şöyle demiştir: “Ortada iki mal varsa önce birinin fiyatı belirlensin satışı gerçekleşsin ve sonrada diğerinin fiyatı belirlensin ve satışı yapılsın demiştir.”

**g.Fiyatlara Devlet Müdahalesi Yasaklandı:** Devlet piyasaya müdahale ederek malın alt ve üst fiyatlarının belirlenmesini (narh)yasaklanmıştır. Bu durum mal sahibinin mağduriyetine neden olabilmektedir. Çünkü İslam sadece tüketiciyi değil aynı zamanda üreticiyi de korumuştur. Bu nedenle



Hız. Peygamber (s.a.v) piyasaya müdahale edilmesine izin vermemiş ve bu konuda şöyle demiştir: **“Narhı koyan, bolluk ve kıtlığı veren, rızıklandırın ancak Allah’tır.”**

Hız. Peygamber’(s.a.v.)in bu uygulamasında olduğu gibi bu günde bir çok iş adamı narh uygulamasına şiddetle karşı çıkmaktadırlar. Hatta bunu savunanları ticaret hayatını hiç bilmemekle suçlamaktadırlar. Fiyat tespitinde efendilik olmaz. Ne kadar yüksek fiyattan satabiliyorsan o kadar yüksek fiyat koymalısın diyorlar. Böyle yapmazsanız sonunda **“karsız firma arsız firma olur”** diyorlar. Fiyatlandırma bir firmaya kısa ve uzun vadede karlılığı temin edecek en önemli karar türüdür. İş adamları müşteriyi dolandırmaları, para batırmaları, vergi kaçırmaları, sahtekarlık yapmaları, tekelcilik yapmaları ama malının fiyatına satabildikleri yüksek fiyatı koysunlar diyorlar (Müftüoğlu, 1999; 35).

Ahilik ilkelerinin uygulandığı Osmanlı Devleti zamanında ise aksine çok kuvvetli bir narh uygulaması vardı. Ahilik ötgütünün amaçlarından biri kaliteli ve ucuz mal üretmektir. Satılan mallar hilesiz-hurdasız, halkın değimiyle **“muhayyer”** di. Müşteri beğenirse alır ve beğenmezse iade ederdi. Bu konuyla ilgili olarak şu dörtlük yakın zamanlara kadar bazı dükkanlarda asılı idi.

“Narha uygun karımız,  
Muhayyerdir malımız,  
Beğenirsen al götür,  
Beğenmezsen koy, getir.”

Muhtesipler narh uygularken Ahi teşkilatından ahi babaya ,yiğitbaşına, esnafa ve şehrin ileri gelenlerine danışarak bu kararı verirdi. Hatta narhla beraber bir mal, üç cinse ayrılırdı: Ala mal (iyi mal), Ersap mal (orta kalitede mal) Edna mal (kalitesiz mal). Hiçbir esnaf narh verilen fiyatların üstünde ya da altında mal satamazdı (Müftüoğlu, 1992; 77-78).

Narh’ı meşrulaştıran kamunun menfaati, zulümden kaçınma ve adaletin tesisidir. Fiyat tespiti konusunda Hız. Peygamber zamanında Kayla Ummu Bani Ammar isimli ticaretle uğraşan bir kadın sahabinin anlattıkları bu günkü ticaret erbabının yaptığının aynısı olması açısından ilginçtir. Buradan anlaşılıyor ki bu durum insanın fıtratında var. Kayla Hanım şöyle diyor:

“Merve’de Hız. Peygamberin yanına gittim ve O’na dedim ki; Ey Allah’ın elçisi ben bir kadını ve ticaretle uğraşırım. Bir şey almak istediğimde verebileceğimden aşağı bir fiyat söylerim. Sonra istediğim fiyata gelene kadar artırırım. Bir şey satmak istediğimde ise verebileceğimden daha yüksek bir fiyat söylerim. Sonra satabileceğim fiyata gelene kadar indiririm. Hız. Peygamber; öyle yapma Kayla, bir şey satın almak istediğinde verebileceğini söyle, versin veya vermesin, satmak istediğinde de isteyeceğin fiyatı iste, versin veya vermesin” der (Arslan, 1994, 62-63).

Pazarlama başkalarının kalbine girebilme ve orada yer edebilme çablarıdır (Kaya, 2005; 147). Pazarlama karmasının gelir sağlayan tek unsuru **“fiyat”** dır. Diğerlerinin hepsi gider kalemleridir. Fiyat; değişime konu olan her şeyin değeridir. Ayrıca fiyat pazarlama karmasının en değişken elamanıdır. Çünkü diğerlerine göre fiyat çok daha kolay değiştirilebilir. Mal yahut hizmetlerin fiyatlandırılmasında genel olarak üç yöntem söz konudur. Bunlar; Maliyete dayalı fiyatlandırma, talebe dayalı fiyatlandırma ve rekabete dayalı fiyatlandırma (Cemalcılar, 1987; 266).

Hız. Peygamber (s.a.v.) ticaret hayatına bunlardan başka kurallar da getirmiştir ki bazıları şunlardır:

i. Kişinin kendi mülkiyetinde olmayan malın satımını,

ii.Tarımsal ürünlerde mahsulün kaldırılmadan (toplanmadan) tahmini bir miktardan alınıp satılması.

iii.Ağaçtaki olgunlaşmamış yaş meyvenin (hurmanın) tahmin edilerek kuru hurma gibi satılması.

iv.Hayvanın bol sütlü gözükmemesi için bir kaç gün sütünün sağılmadan pazara getirip satılması v.b. gibi uygulamaları yasaklamıştır.

## 8. PAZARIN DENETİMİ

Hz. Peygamber (s.a.v.) pazarı denetimsiz de bırakmadı. Bazen kendisi bazen de görevlendirdiği kişilere pazarın denetimini yaptırdı. Pazar denetimi için muhtesip (zabita) olarak bir dönem için Hz. Ömer'i başka bir dönem Abdullah b. Said'i pazarın denetimi için görevlendirmiştir. Hatta iki hanım sahabeyide bu iş için görevlendirmiştir. Bu hanımlardan biri **Şifa Bint Abdullah** diğeri ise **Semra bint Nüheyk'** tir. Kaynaklar, Semra bint Nüheyk'in elinde kırbaçla çarşıda dolaştığını gerekli kontrolleri ve uyarıları yaptığı, bazen de fiili olarak müdahalede bulunduğunu yazmaktadır (Yıldırım,2015;58).

Muhtesip(zabita) lerin çarşı ve pazardaki görevlerinin başlıcalarını ise şunlardır:

**a.Çarşı ve pazarın genel durumunu kontrol etmek:** Pazarın düzeni sağlamak, sergilenen malların yaya trafiğini aksatmamasına engel olmak. Bağlanan at ve develerin düzeni bozmaması, v. b.Hz. Peygamber (s.a.v.), Medine Pazarı'na açılan yolları genişliğini de belirlemiş. Bu konuda ölçü olarak iki devenin yüklü olarak yan yana geçebileceği genişlik olan 7 zira' dan (yaklaşık 3,5 metre)daha az olmaması kuralını getirmiş. Yollarda engeller varsa kaldırılıyor ve yolları işgal edenler uyarılıyordu.

**b.Fiyatları kontrol etmek:** Genel olarak devlet piyasaya müdahale etmiyor ancak malı stoklayıp daha sonra pazara yüksek fiyatla sürmek gibi durumlar söz konusu olursa buna müdahale ediyor.

**c.Ürünlerin kalite kontrolünü yapmak:** Bu konuya bir çok yerde bahsi geçen bir olay örnektir:

Bir gün Hz. Peygamber (s.a.v.) Medine Pazarı'nı gezerken satış için sergilenen buğday dikkatini çekiyor. Elini buğday çuvalının içine daldırınca bakar ki buğdayın üstü kuru altı yaştır. Satıcıya bunun sebebini sorar. Satıcı da yağmur yağdı ve buğday ıslandı der. Efendimiz hayır öyle yapma yaşı ayrı sergile ve kuruyu ayrı sergileyerek sat diyor ve ekliyor: **"Bizi aldatan bizden değildir."**(Tellioglu,2000;24).

O tarihlerde de bugünküne benzer çeşitli hilekarlık yöntemleri vardı. Mesela bazı satıcılar hayvanın sütünün daha çok olduğu görüntüsü vermek için hayvanı birkaç gün sağmadan bekletiyor. Hayvanı o şekilde görüp satın alan kişi beklediği miktarda süt alamayınca kandırıldığını anlıyordu. Bu durum sık tekrar etince olay Hz. Peygambere (s.a.v.) bildirildi. O'da bu şekilde yapılmış alış verişleri geçersiz sayıp ve üç gün içinde alınan sütün bedeli ödenmek şartıyla hayvanı geri verebileceklerini beyan ediyor.

Muhtesipler pazarda satılan malların kalite kontrolünü de yapıyordu. Mesela sütlerini kontrol ediyor, süte su katılmaması konusunda insanları uyarıyor gerektiğinde cezalandırıyordu. Ayrıca Hz. Peygamber(s.a.v.) satılacak malda herhangi bir kusur varsa bunun alıcıya söylenmesini emretmiştir: **"Müslümanlar birbirlerinin kardeşidir. Kusurunu açıkça söylemeden bir Müslümanın diğerine herhangi bir kusurlu/ayıplı malı satması helal değildir"** demiştir.

**d. Ölçü ve tartıyı kontrol etmek:** O günün şartlarında pazarda bir çok ölçü ve tartı kullanılıyordu. Peygamberimiz(sav) bunlara da bir standart getirdi : **"Ölçek Medine ölçeği, tartı ise Mekke'nin tartısıdır"** olsun demiştir. Bu emirle pazarda ölçü ve tartıya bir standart getirilmiş oldu.

**e. Müşteri kızdırmaya engel olmak:** Bu gün de bazen yapılan bu işi o zamanlar da bazı insanlar yapıyordu. Şöyle ki satıcının tanıdığı üçüncü bir kişi mala alıcıymış gibi talep olup gerçek müşterinin verdiği fiyatin üstünde bir fiyat vererek alış- verişini kızdırmaya çalışır ve böylece mal değerinin üstünde bir fiyata satılırdı.

Bir başka örnek ise “şu kadar verdiler de vermedim” denilerek talebin yüksek olduğu imajı verilmeye çalışılır. Güven duygusu vermek için söylenen bu sözler tamiri çok zor olan yaralar açar. Toplumda insanların birbirlerine olan güven ve itimatını sarsar. İşte muhtesipler buna engel olurlardı.

**f. Gereksiz yemin edenleri uyarmak:** Bu gün de ticarete yemin ne yazık ki çok sık kullanılan bir sözdür. Bu konuda Peygamberimiz(sav): “**Yemin, mala olan rağbeti artırır ama bereketi giderir**” demiştir. Muhtesipler yemin gibi önemli bir hususun basit bir ticari işleme alet edilmemesi için insanları uyarırdı.

**g. Haram kılınmış malların alım- satımını engellemek:** İçki, domuz eti, ölü hayvanlar(leş),putlar adına kesilen kurbanlar, v.b. nin alım satımı yasaklanmıştır. Bu konuda şöyle bir olay yaşanmıştır:

O zamanın önemli tüccarlarından Keysan, Şam’ın kaliteli şaraplarından Medine’ye çok miktarda şarap getirmiş ve bunları satmak için pazarda sergilemiş o gün muhtesip Hz. Ömer; Keysan’ a, “senin arkandan içki haram kılındı” demiştir. Belki de bütün sermayesini o şaraplara yatıran Keysan bir bıçakla içki tulumlarını delip bütün içkileri dökmüştür.

Bu kurallar üzerine kurulan “**Medine Pazarı**” kısa zamanda oldukça başarılı oldu. Müslüman tüccarlar Hindistan’a Çin’e kervanlarla giderek Hz.Peygamber’(sav)den öğrendiklerini gittikleri yerlerde insanlara öğretiler. Onların da Müslüman olmalarına vesile oldular. (Sarrafoğlu, 1997 ;7)

**h.Kervanları karşılamayı ve şehirlinin köylü namına komisyonculuk yapması yasaklandı:** Hz. Peygamber (s.a.v.) şöyle söylüyor:Hiç biriniz gelen bir kervanı şehir dışında karşılamasın. Şehirli köylü namına satış yapmasın(komisyonculuk). Kervanın karşılanması demek; tüccarın şehir dışına çıkarak mal sahiplerini karşılaması ve şehre girmeden mallarını satın alması ve tekrar şehre dönerek insanlara satmasıdır(Es-Sadr,1979;675-676).

## 9-SONUÇ

Günümüzde şurası bir gerçektir ki ticaret ve iş ahlakı çoğu yerde bozulmuştur. Çünkü daha çok kazanmak için her yola baş vurulmakta, malın defolusu kaliteli yerine, gıdaların bayatı tazesini yerine satılmaya çalışılmaktadır.Meyve-sebze yığınının üstüne iyisi, altına bozuk olanları konulmaktadır. Pazarlık konusu ise bir başka problemdir. Herkes tutturabildiği fiyattan satıyor. Fatura isterseniz fiyat farklıdır, istemezseniz farklıdır. Fiyatın yüksek olduğunu söylerseniz satıcı “sermayesine satıyorum” diyerek hiç çekinmeden yemin eder. Bazen fiyatı yükselme ihtimali olan mallar saklanıp satışı durdurulur. Benzeri sahtekarlıkların birçok çeşidi yapılmaktadır(Kaleşi,1990;85).

Geçtiğimiz 20.y.yıla kadar savaşlar; üniformalı askerler tarafından top, tank, tüfek gibi silahlarla cephelerde yapılırdı. İçinde bulunduğumuz 21. y. yılda ise savaşları(rekabeti) girişimciler pazarlarda ürünleri, markaları ve hizmetleriyle yapıyorlar. Dolayısıyla güç ordulardan ve üniformalılardan işletmelere ve üniformasız girişimcilere geçmiştir. Artık ülkeler güçlerini ordularından daha çok girişimcilerinden almaya başladılar. Bu yüzden bütün ülkeler kapılarını girişimcilere açmaktadırlar.

Diğer yandan ülkemizde “toptancı halleri” nde tekelleşmenin henedense önüne geçilememektedir. Bu nedenle yükselen sebze ve meyve fiyatları aynı şekilde semt pazarlarına da yansımaktadır. Semt pazarlarındaki sebze-meyve fiyatlarının yüksekliği nedeniyle İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin ve ilçe

Belediyeleri'nin tanzim- satış mağazaları açmak zorunda kaldığı bir dönemde“Medine Pazarı” ve bu pazarın çalışma prensiplerinden alacağımız dersler olduğu kanaatini taşıyoruz.

## KAYNAKLAR

- Akyüz, Vecdi; **Bütün Yönleriyle Asrı Saadette İslam**, Ensar Yayıncılık, 4 Cilt, İstanbul, 2007.
- Arslan, Hüseyin, **İslamda Tüketici Hakları**, Türkiye Diyanet Vakfı Yayın No:154, Ankara 1994.
- Azizova, Elnure; **Hz. Peygamber Döneminde Çalışma Hayatı ve Meslekler**, İsam Yayınları, 2011.
- Cemalcılar, İlhan, **Pazarlama**, Beta Basım, İstanbul, 1987.
- Divitçioğlu, Sencer, **Mikroiktisat**, V. Baskı, İ.Ü. İktisat Fakültesi yayın No:398, İstanbul, 1977.
- Es-Sadr, Muhammed Bakır, **İslam Ekonomi Doktrini**, Hicret Yayınları, 1979.
- Haldun, İbn-i, **Mukadime**, I. Cilt, Çeviren; Halil Kalender, Yeni Şafak Kültür Armağanı, Ankara, 2004.
- Gürdoğan, Ersin Nazif, **İki Dünyanın Hesaplaşması**, İz Yayıncılık, 2. Baskı, İstanbul, 2017.
- Kaleşi, Hüseyin, **İslamda İş ve Ticaret Ahlakı**, Seha Neşriyat A.Ş. İstanbul, 1990.
- Kallek, Cengiz, **Bütün Yönleriyle Asrı Saadette İslam**, içinde Devlet Müdahalesini Mümkün Kılacak Piyasanın Oluşumu ve Müdahaleye Mevzu Olan Muameleler, Ensar Neşriyat, İstanbul, 2007.
- Karaman, Hayrettin, **İş ve Ticaret İlhihali**, İz Yayıncılık, İstanbul, 2012.
- Karaman, M. Naim, **İslamın Girişimci Kültürü ve Pazarın Yolu**, Gebze Gazetesi, 2. Baskı, İstanbul, 2009.
- Kaya, İsmail, **Pazaryeri, Pazarola, Sizin Tezgah Hangi Pazarda**, Babıali Kültür Yayıncılık, İstanbul, 2005.
- Kotler, Philip, Çev. Yaman Erdal, **Pazarlama Yönetimi**, Bilimsel Yayınlar Derneği Yayını.
- Kutup, Seyyit, Mütercim; Ali Arslan, **İslamın Dünya görüşü**, Arslan Yayınları, 4. Baskı, İstanbul, 1980.
- Mırsiroğlu, Kadir, **Filistin Dramının Düşündürdükleri**, Sebil yayınları, İstanbul, 2004.
- Mucuk, İsmet, **Pazarlama ilkeleri**, Türkmen Kitabevi, 13. Baskı, İstanbul, 2001.
- Müftüoğlu, Tamer, **Girişimcilik**, A.Ü.A.Ö.Fak. Yayın No:524, 4. Baskı, Eskişehir, 1999.
- Müftüoğlu, Tamer, **Ahilik Sisteminin Türk Küçük İşletmeciliği Açısından Değerlendirilmesi**, TES-AR Yayını,
- Sarrafoğlu, Fahri, **Medine Pazarı**, Evrensel Yayıncılık, İstanbul, 1997.
- Sürgevil, Olca; **Çalışma Yaşamında Farklılıkların Yönetimi**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2010.
- Tellioğlu, Cevdet; **Halkla İlişkiler**, Timaş Yayınları, İstanbul, 2000.
- Yıldırım, Muhammed Emin, **Asrı Saadette Ticaret ve Tüccar Sahabeler**, Siyer Yayınları, İstanbul, 2015.
- Zaim, Sebahattin, **İslamın İktisadi Görüşü**, Yeni Asya Yayınları, İstanbul, 1981.
- Zapsu, Abdurrahim, **Büyük İslam Tarihi**, Sebil Yayınevi, İstanbul, 1978.