

**Finansal hizmetler pazarında**

# **KARTLAR YENİDEN Mİ DAĞITILIYOR?**



**Burçin Güleş**  
4.DUD Rekabet Uzmanı, Rekabet Kurumu

Teknoloji şirketleri, arama motoru, sosyal medya, e-ticaret ve yazılım ve donanım alanlarında sundukları çok çeşitli hizmetler bakımından önemli pazar gücüne sahipler.

Günümüzde verinin, ekonomi ve finansal gücün petrolü olduğu tartışılmaz bir gerçe. Farklı kaynaklardan toplanıp analiz edilen veri, sunulan ürün ve hizmetler açısından inovasyona da yön veriyor. Tüketicilerin ihtiyaç ve beklentileri analiz edilerek onlara en uygun ürün ve hizmetler geliştiriliyor. Bu da var olan pazarlarda öne çıkmayı ya da yepyeni pazarlar yaratmayı sağlıyor.

Peki, bunu en iyi yapan şirketler kim? Tabii ki Apple, Google (Alphabet), Amazon, Microsoft, Samsung, Tencent ve Alibaba gibi büyük teknoloji şirketleri... Bilindiği gibi büyük teknoloji şirketleri, arama motoru, sosyal medya, e-ticaret ve yazılım ve donanım alanlarında

“

**Verimli  
finansal  
hizmetler için  
veriye dayalı  
inovasyon  
hedefleniyor.**

”

sundukları çok çeşitli hizmetler bakımından önemli pazar gücüne sahip. Geniş ve sadık bir müşteri tabanı, önemli bir veri havuzu, yüksek marka bilinirliği, lobi gücü ve düşük maliyetlerle sermayeye erişim imkânlarına sahipler.. Bu şirketler anılan hizmetleri sayesinde önemli miktar ve farklı nitelikteki kullanıcı verisine erişim sağlıyor. Dijital tekel veya veri-opol diye anılmaları da bu yüzden. Çok miktardaki ve farklı pazarlardan elde edilen tamamlayıcı nitelikteki kullanıcı verisini içeren veri havuzları üzerinde uygulan gelişmiş analitik yöntemler (yapay zekâ, makine öğrenmesi, algoritma vb.) tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerine yönelik daha isabetli sonuçlar elde

etmeyi sağlıyor.

Peki, şirketlerin finansal hizmetler sunmalarındaki temel motivasyonları ne diye bakacak olursak, elbette rakiplerin benzer hizmetlerine cevap vermek ve nihayetinde ekosistemlerini güçlendirmek. Bunun yanı sıra farklı pazarlardaki kullanıcı verisini toplayıp birleştirerek hedef müşteri kitlesine ilişkin “süper profil” oluşturmak. Nitekim büyük teknoloji şirketleri sahip oldukları çok kapsamlı veri setini tüketicilerin finansal verisi ile zenginleştirerek, daha geniş bir tüketici profili oluşturabilir. Bu verinin işlenmesi sayesinde, davranışsal reklamcılık ya da fiyatlama yetenekleri artacaktır.

## Güç dengeleri değişebilir

Diğer yandan, bu veri seti geliştirilecek finansal hizmetler açısından da önemli bir rekabetçi avantaj sağlıyor. Zira geleneksel finans sektörü oyuncuları (bankalar, sigorta şirketleri, ödeme ve elektronik para kuruluşları gibi girişimci fintek şirketleri vb.) tüketicilerin harcama ve tasarruf davranışları hakkında kapsamlı veri setine sahip olsalar da farklı pazarlarda faaliyet göstermediklerinden büyük teknoloji şirketlerinininki gibi bir veri havuzuna sahip değiller.

Ayrıca kapsamlı veri setini benzersiz bir şekilde işleme becerileri sayesinde de büyük teknoloji şirketleri, farklı finansal hizmetlere ilişkin fiyatlandırma ve risk yönetimi gibi konularda da öne çıkmaya başlıyor. Örneğin kredi ve sigorta hizmetlerini fiyatlandırmak için müşteri kredibilitesi hakkında en isabetli tahminleri yapabiliyorlar. Bu noktada Alibaba'nın sahip olduğu MYbank, bir tüketici kredisi için 100 tahmin modeli ve 3.000 kredi stratejisinden yararlanan 100.000 göstergeyi işleyerek başarı oranı oldukça yüksek bir şekilde faaliyetleri sürdürüyor. Daha iyi tahmin yeteneği, elbette tüketicilerin finansal ürünlere erişiminin artması noktasında oldukça faydalı. Ancak büyük teknoloji şirketlerinin veri gücü kullanarak, diğer pazarlardaki oyuncuların en kârlı ürünlerini tespit edip sunmaya başlamaları rekabet otoritelerince incelenen bir husus. Finansal hizmetler pazarı açısından da söz konusu olabilecek bu davranış, diğer oyuncuların pazardan dışlanmasına ve pazarın uzun vadede yoğunlaşmasına sebep olabilir.

Üstelik yukarıda anılan avantaja düzenlemeler de katkı sağlıyor. Şöyle ki açık bankacılığı teşvik etmek için getirilmiş düzenlemeler uyarınca (ör. PSD2, Açık Bankacılık İnisyatifi), bankalar, müşteri verisine rakiplerinin erişimini sağlamak zorundayken büyük teknoloji şirketleri böyle bir zorunluluğa tabi değil.

Nitekim Uluslararası Finans Enstitüsüne ((Institute of International Finance) göre de, veri

paylaşımına ilişkin yukarıda ifade edilen asimetri, “diğer sektörlerden gelen oyuncular karşısında bankalar ve diğer finansal hizmet şirketleri için rekabet dezavantajı” oluşturarak “dijital piyasalarda gücün birkaç büyük teknolojik oyuncunun elinde toplanmasına yönelik mevcut eğilime katkıda bulunmaktadır.”

Bunun yanı sıra geleneksel olarak finansal istikrar bakımından riskin merkezi olan bankalar, yatırım yapma ve kredi verme yeteneklerini kısıtlayan sermaye yeterliliği kurallarına da uymak zorundalar. Büyük teknoloji şirketleri risk ve uyum maliyetlerine katlanmamaları sebebiyle adil olmayan bir oyun alanından yararlanıyor. Örneğin Alibaba'nın kullandığı mikro krediler açısından, borç alanlar ve borç verenler arasında bir aracı olarak hareket etmek yerine kendi bilançosundan borç vererek daha fazla kredi riski alabildiği ve elinde tuttuğu sermaye oranının da diğer finansal oyunculara göre oldukça düşük olduğu ifade ediliyor. Aynı durum Amazon'un kullandığı krediler bakımından da gündeme geliyor.

## Düzenlemelerin hedefi: Adil oyun alanı

Peki, bu kadar şey oluyor da hiçbir şey yapılmıyor mu? Elbette hayır. Büyük teknoloji şirketlerinin faaliyetlerinin tüm dünyadaki yetkili düzenleyici ve denetleyici otoritelerin gündeminde olduğu da bir gerçek. Örneğin Avrupa Komisyonunun “AB için Dijital Finans Stratejisi”nde, bu şirketlerin finansal ekosistemin ayrılmaz bir parçası haline gelebileceği ile bunun finansal istikrar ve rekabet açısından risk oluşturabileceğine dikkat çekiliyor. Bu çerçevede bu şirketler gibi yeni finansal hizmet sağlayıcılarına ilişkin kapsamlı denetimin nasıl sağlanacağını değerlendirileceği ifade ediliyor. Bu yapılırken de adil bir oyun alanı sağlamak için “aynı faaliyet, aynı risk, aynı kurallar” ilkesinin gözetileceği söyleniyor.

Ayrıca Komisyon tarafından sürdürülebilir ve verimli finansal hizmetler için veriye dayalı inovasyon hedefleniyor. Bu kapsamda finansal ya da finansal olmayan verinin, veri koruma ve rekabet kurallarının da gözetilerek paylaşılacağı “Avrupa finansal veri alanı” yaratılacağı ifade ediliyor. Ayrıca Dijital Pazarlar Yasası ile de finansal düzenlemelerin dışında kalan büyük teknoloji şirketlerinin bazı hizmetleri dahil ediliyor ve bu şirketlerin rekabetçi avantajlarının dengelenmesi için bir dizi düzenleme getiriliyor.

Tüm bunların etkisinin ne olacağını, rekabet karşıtı hususları ve finansal istikrar riskini tamamen bertaraf edip etmeyeceğini ise zaman gösterecek. Kesin olan şey ise, önümüzdeki zamanda bizi büyük şeylerin beklediği.