

**BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI FİNANS VE BANKACILIK ANABİLİM DALI
BANKACILIK VE FİNANS TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**FİNANSAL HİZMETLERİN DİJİTALLEŞMESİ SÜRECİNDE
REKABET HUKUKU SORUNLARI**

HAZIRLAYAN

KEREM CANKILIÇ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. ADALET HAZAR

ANKARA – 2025

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

Tarih: 17/07/2025

Öğrencinin Adı, Soyadı: Kerem CANKILIÇ

Öğrencinin Numarası: 22310213

Anabilim Dalı: Uluslararası Finans ve Bankacılık Anabilim Dalı

Programı: Bankacılık ve Finans Yüksek Lisans Programı

Danışmanın Unvanı/Adı, Soyadı: Prof. Dr. Adalet HAZAR

Tez Başlığı: Finansal Hizmetlerin Dijitalleşmesi Sürecinde Rekabet Hukuku Sorunları

Yukarıda başlığı belirtilen Yüksek Lisans tez çalışmamın; Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç Bölümünden oluşan, toplam 110 sayfalık kısmına ilişkin 04/06/2025 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 7'dir. Uygulanan filtrelemeler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar hariç
3. Beş (5) kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

“Başkent Üniversitesi Enstitüleri Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Usul ve Esaslarını” inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Öğrenci İmzası:

ONAY

Tarih: 17/07/2025

Öğrenci Danışmanı Unvan, Ad, Soyad, İmza:

Prof. Dr. Adalet HAZAR

TEŞEKKÜR

Hayatım boyunca desteklerini ve sevgilerini daima hissettiğim çok değerli annem Cennet CANKILIÇ ve ağabeyim Arif Alperen CANKILIÇ'a,

Tez sürecim boyunca desteğini esirgemeyen, kıymetli bilgilerini ve önerilerini paylaşan çok değerli tez danışman hocam Prof. Dr. Adalet HAZAR'a,

Saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

Kerem Cankılıç, Finansal Hizmetlerin Dijitalleşmesi Sürecinde Rekabet Hukuku Sorunları, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bankacılık ve Finans Tezli Yüksek Lisans Programı, 2025

Finansal hizmetlerin sunulduğu pazarların dijitalleşmesiyle birlikte, geleneksel aktörler ve geleneksel rekabet dinamikleri tamamen değişmektedir. Geleneksel aktörler olarak bilinen bankalar ve sigorta kuruluşları, yalnızca birbirleriyle değil, dijitalleşmenin meydana getirdiği pek çok farklı sektörde pek çok farklı aktörle rekabet etmektedirler. Dolayısıyla, dijitalleşmenin meydana getirdiği olguların rekabet hukuku anlamında analiz edilmesi ve uygulamadaki problemlerin tespit edilmesi gerekmektedir. Tez kapsamında; dijital finansal hizmetler pazarlarında ortaya çıkan yapısal ve davranışsal rekabetçi endişeler, ağ etkileri, self-preferencing (kendini önceliklendirme) uygulamaları, dijital finans alanındaki yeni aktörler, çok taraflı pazarlar, büyük teknoloji teşebbüsleri (BigTech) ve büyük teknoloji teşebbüslerinin pazar gücünü finansal hizmetler pazarına aktarması, pazara giriş yönündeki engellerin rekabet hukukuna olası etkileri ve geleneksel rekabet hukuku araçlarının finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde ortaya çıkan işbu sorunlarla mücadele etmedeki yetersizliği üzerinde durulacaktır.

Tez çalışmasında, FinTech ve FinTech ekosistemindeki rekabetçi endişelerin giderilerek rekabet ortamının tesis edilmesi ve tüketici refahının korunmasının teşvik edilmesi için dinamik, yenilikçi, disiplinler arası ve iş birliğine dayalı bir rekabet hukuku politikasının geliştirilmesi gerekliliğini savunmaktadır. Nitekim; dijital finansal hizmetler pazarındaki dinamikler, serbest piyasanın inisiyatifine bırakılamayacak kadar değerli olup devletin proaktif müdahalesini gerektirmektedir.

Anahtar kelimeler: Dijitalleşme, Finansal Hizmetler, BigTech, Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması, Açık Bankacılık.

ABSTRACT

Kerem Cankılıç, Competition Law Issues in the Digitalization of Financial Services, Başkent University, Institute of Social Sciences, Banking and Finance Master Program with Thesis, 2025

The digitalization of markets in financial services is completely changing the traditional actors and the traditional competitive dynamics. Banks and insurance institutions, known as traditional actors, compete not only with each other but also with many different actors in many different sectors brought about by digitalization. Therefore, it is necessary to analyze the phenomena caused by digitalization in terms of competition law and to identify the problems in practice. This thesis will focus on structural and behavioral competitive concerns arising in digital financial services markets, network effects, self-preferencing practices, new actors in the field of digital finance, multilateral markets, big technology undertakings (BigTech) and the transfer of market power of big technology undertakings to the financial services market, the possible effects of barriers to entry on competition law, and the inadequacy of traditional competition law tools in dealing with these problems arising in the digitalization of financial services.

In conclusion, the thesis argues that a dynamic, innovative, interdisciplinary and collaborative competition law policy should be developed to address the anti-competitive concerns in the FinTech and FinTech ecosystem in order to establish a competitive environment and promote the protection of consumer welfare. Indeed, the dynamics in the digital financial services market are quite significant to be left to the initiative of the free market and require proactive government intervention.

Keywords: Digitalization, Financial Services, BigTech, Abuse of Dominance Position, Open Banking.

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
GİRİŞ.....	1
1. FİNANSAL HİZMETLERİN DİJİTALLEŞMESİ VE YENİ AKTÖRLER	4
1.1. Finansal Hizmetlerde Dijital Dönüşümün Arka Planı	4
1.1.1. 2008 küresel ekonomik krizi	5
1.1.2. Yeni iş modelleri ve dijitalleşme	7
1.1.3. Türkiye’de dijitalleşmenin mevcut durumu	8
1.2. Dijital Finans Ekosistemi: FinTech Aktörleri ve FinTech Alt Sektörleri	10
1.2.1. FinTech kavramı ve tarihsel gelişimi	10
1.2.2. InsurTech girişimlerinin ortaya çıkması	19
1.2.3. BigTech şirketlerinin finansal hizmetlere girişi	30
1.3. Açık Bankacılık ve Veri Paylaşımına İlişkin Çerçeve	38
1.3.1. Açık bankacılık	38
1.3.2. Açık bankacılığın ötesi: Platform bankacılığı (banking as A platform – BAAP) ve hizmet bankacılığı (banking as a service – BAAS)	43
1.4. Türkiye’de Dijital Finans Uygulamaları ve Kamu-Özel Sektör İş Birlikleri: TCMB, FAST, Açık Bankacılık ve TR Karekod Uygulamaları	46
1.4.1. TCMB dijital para türk lirası projesi	47
1.4.2. TCMB ve ödeme sistemlerine ilişkin mevzuat	48
1.4.3. FAST sistemi ve TR karekod uygulaması.....	49
1.4.4. Türkiye’de açık bankacılık uygulamaları	51
1.5. Dijitalleşmenin Finansal Hizmetlerde Ortaya Çıkardığı Hukuki Riskler ...	53
2. DİJİTAL FİNANSAL HİZMETLERDE REKABET HUKUKU PERSPEKTİFİ..	55

2.1.	Rekabet Hukukuna Giriş	55
2.2.	Rekabet Hukukunun Temel Dayanağı ve Rekabet Hukukunun Amacı.....	59
2.3.	4054 Sayılı Kanun'un Dördüncü, Beşinci ve Altıncı Maddeleri Işığında Rekabet Hukukunun Temel Kavramları.....	63
2.3.1.	Rekabet hukukunda teşebbüs kavramı	63
2.3.2.	Anlaşma ve uyumlu eylem kavramları	64
2.3.3.	Muafiyet kavramı	68
2.3.4.	Hâkim durum ve hâkim durumun kötüye kullanılması	70
2.4.	Dijital Finansal Hizmetlerde Rekabetçi Endişeler	76
2.4.1.	Dijital pazarlardaki rekabet dinamikleri	76
2.4.2.	Dijital pazarlarda rekabet hukukunun önemi ve rolü	81
2.5.	FinTech Hizmetlerinde Rekabetçi Endişeler	84
2.5.1.	Platform yapısından kaynaklı rekabetçi endişeler	84
2.5.2.	Veri kullanımı nedeniyle ortaya çıkan rekabetçi endişeler	87
2.6.	Açık Bankacılık ve Veri Paylaşımı Işığında Rekabet Hukuku Politikası	89
3.	DİJİTAL FİNANSAL HİZMETLERDEKİ REKABETÇİ ENDİŞELERE REKABET OTORİTELERİNİN YAKLAŞIMI – AB, ABD VE TÜRKİYE ÖRNEKLERİ.....	92
3.1.	AB Uygulaması: Avrupa Komisyonu'nun Yaklaşımı ve Apple Pay Soruşturması	92
3.2.	ABD Yaklaşımı: Rekabet Hukuku Perspektifinden Apple Davası.....	96
3.3.	Türk Rekabet Kurumu'nun Yaklaşımı: Soruşturmalar ve Raporlar	97
3.4.	Karşılaştırmalı Hukuk Yönünden Rekabet Otoritelerinin Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi.....	99
4.	MEVCUT REKABET HUKUKU ARAÇLARI VE İÇ DENETİM, İÇ KONTROL SİSTEMLERİ ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRMELER.....	102
4.1.	Mevcut Rekabet Hukuku Araçlarının Yeterliliği ve Yeni Nesil Rekabet Araçlarının Uygulanabilirliği	102

4.2. Dijital Finansal Hizmetlerde Rekabetçi Endişelerin Giderilmesinde İç Denetim ve İç Kontrol Sistemlerinin Rolü	106
5. SONUÇ	107
KAYNAKLAR	111



GİRİŞ

FinTech (fintek, finansal teknolojiler), BigTech (teknoloji devleri) ve InsurTech (sigorta teknolojileri) gibi oyuncuların finansal hizmetler ekosistemine dahil olmasıyla birlikte, finansal piyasalardaki rekabet olgusunda günden güne değişiklik meydana gelmiştir. Finansal piyasalardaki klasik rekabet dinamikleri, dijitalleşme sürecinin süratlenmesiyle birlikte yerini daha dinamik ve daha değişken olgulara bırakmıştır. Küresel çaptaki dijitalleşme; yeni kullanıcı deneyimleri, farklı tüketici tercihleri ve farklı iktisadi ihtiyaçları beraberinde getirmiştir. Artık finansal kuruluşlar yalnızca birbirleriyle değil, dijitalleşmenin meydana getirdiği pek çok farklı sektörde pek çok farklı aktörlerle birlikte rekabet etmektedirler. Dolayısıyla, dijitalleşmenin meydana getirdiği olguların rekabet hukuku anlamında analiz edilmesi ve uygulamadaki problemlerin tespit edilmesi gerekmektedir.

Çalışma, finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinden kaynaklanan rekabet hukuku sorunlarını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu sebeple; dijital finans alanındaki veri tabanlı pazar gücü, çok taraflı pazar yerleri, büyük teknoloji teşebbüslerinin pazar gücünü finansal hizmetler pazarına aktarması, pazara giriş yönündeki engellerin rekabet hukukuna olası etkileri ve geleneksel rekabet hukuku araçlarının finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde ortaya çıkan işbu sorunlarla mücadele etmedeki yetersizliği üzerinde durulacaktır.

Tezde, finansal piyasaların dijitalleşmesi sürecinde meydana gelen rekabet hukuku problemleri; AB, ABD ve Türk rekabet hukuku uygulamasının karşılaştırılması yoluyla karşılaştırmalı hukuk perspektifinden incelenecektir. Ek olarak, finansal piyasaların dijitalleşmesi sürecinde ortaya çıkan rekabetçi endişelere karşı alınacak önlemler; yalnızca rekabet hukuku politikası aracılığıyla değil, ayrıca şirketlerin kendi bünyesinde kurmuş oldukları iç sistemler açısından (iç denetim, iç kontrol ve risk yönetimi vb.) da incelenerek uygulamaya yönelik tavsiyelerde bulunulacaktır.

Finansal hizmetlerin dijitalleşmesi, teorik bir çerçevede bakıldığında pazara giriş engellerinin kaldırılmasında ve sektördeki inovasyonun artmasında büyük bir etken olmuştur. Ancak tüm bu dijitalleşme; verilerin tekelleşmesi, dışlayıcı davranışlar yoluyla rakip teşebbüslerin engellenmesi (sömürücü uygulamalar) ve rekabet karşıtı pazar/piyasa kapama (market foreclosure) gibi rekabete aykırı eylemlerin meydana gelme riskini de beraberinde getirmiştir. Geleneksel rekabet hukuku araçları, hızla gelişen teknolojiye ayak uydurmaya çalışırken yetersiz kalmaktadır.

Çalışmanın odaklandığı ana sorun, finansal hizmetlerdeki dijitalleşmenin meydana getirdiği rekabet hukuku risklerinin tespit edilmesi, anlaşılması ve nasıl önleneceği üzerinde politika geliştirilmesidir. Bu kapsamda; yalnızca kamu politikaları yoluyla önleyici tedbirlere ve rekabet otoritelerinin denetim ve gözetim yetkisine değil, aynı zamanda şirketlerin iç sistemleri aracılığıyla rekabet risklerinin yönetilmesine ilişkin genel bir farkındalık oluşturulmasına da değinilecektir.

Çalışma, finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde meydana gelen rekabet hukuku sorunlarına ve bu kapsamda sorunların çözümü amacıyla uygulanacak geleneksel ve yeni rekabet hukuku araçlarına ilişkin hem teorik hem de pratik bir çerçeve sunacaktır. Dijital finansal hizmet sağlayıcılarının pazardaki paylarının arttıkça ve hâkimiyetleri yoğunlaştıkça; tüketici refahı (consumer welfare) ve pazara adil erişim (fair access to market) gibi hususlar giderek önemli hâle gelmiştir. Açık bankacılık sistemi, veri taşınabilirliği hakkı (data portability), Avrupa Birliği'nde yürürlüğe giren Dijital Pazarlar Tüzüğü (Digital Markets Act), PSD2 (Payment Services Directive) ve AB müktesebatına uyum kapsamında 6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun ile Bankaların Bilgi Sistemleri ve Elektronik Bankacılık Hizmetleri Hakkında Yönetmelik gibi regülasyonlar bu tartışmaların merkezinde yer alacaktır.

Tez çalışmasında nitel bir yaklaşım benimsenmiş olup çalışma; Türk rekabet hukuku mevzuatının doktrinsel analizini, rekabet otoritelerinin kararlarını, sektör raporlarını ve AB-ABD-Türkiye rekabet otoritelerinin dijital finansal hizmetlerdeki rekabetçi endişelere yönelik yaklaşımlarını karşılaştırmalı hukuk metodu ile değerlendirecektir.

Dijital finansal hizmetlerin doğası gereği dinamik ve hızlı değişkenlik göstermesi sonucu belirli vaka çalışmalarının ve hukuki yorumların uzun vadede geçerliliğinin etkilenebilecek olması, çalışmanın temel sınırlarından biri sayılacaktır. Kamuya açık verilerden toplanan rekabet otoritelerinin kararları ve sektör raporları vaka analizlerinin derinliğini etkileyebilecektir.

Bu tezin amacı, finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde ortaya çıkan rekabetçi endişeleri analiz etmeyi ve bu endişelere yönelik iyileştirici politikalar sunmayı amaçlamaktadır. Tezde, finansal piyasaların dijitalleşmesi sürecinde meydana gelen rekabet hukuku problemleri; AB, ABD ve Türk rekabet hukuku uygulamasının karşılaştırılması yoluyla karşılaştırmalı hukuk perspektifinden incelenecektir. Tez çalışmasında nitel bir yaklaşım

benimsenmiş olup alışma; Türk rekabet hukuku mevzuatının doktrinsel analizini, rekabet otoritelerinin kararlarını, sektör raporlarını ve AB-ABD-Türkiye rekabet otoritelerinin dijital finansal hizmetlerdeki rekabetçi endişelere yönelik yaklaşımlarını karşılaştırmalı hukuk metodu ile değerlendirecektir.

Çalışmanın odaklandığı ana sorun, finansal hizmetlerdeki dijitalleşmenin meydana getirdiğı rekabetçi endişelerin tespit edilmesi ve bu endişelerin giderilmesine yönelik rekabet hukuku politikalarının oluşturulmasıdır. Bu kapsamda; yalnızca kamu politikaları yoluyla önleyici tedbirlere ve rekabet otoritelerinin denetim ve gözetim yetkisine değil, aynı zamanda şirketlerin i iç denetim ve iç kontrol sistemleri perspektifinden rekabet risklerinin yönetilmesine ilişkin genel bir farkındalık oluşturulmasına da değinilecektir.

Çalışmanın son bölümünde, dijital finansal hizmetler ekosistemindeki rekabetçi endişelerin giderilmesinde yalnızca geleneksel rekabet hukuku araçlarının yeterli olmayacağı, yeni nesil rekabet politikalarının benimsenmesi gerekliliği üzerinde durulacaktır. Bu kapsamda; açık bankacılık çözümleri, veri taşınabilirliği hakkı, zorunlu veri paylaşımı, ikincil mevzuat çalışmaları ve ex ante düzenlemelerin önemi üzerinde durulacaktır.

1. FİNANSAL HİZMETLERİN DİJİTALLEŞMESİ VE YENİ AKTÖRLER

1.1. Finansal Hizmetlerde Dijital Dönüşümün Arka Planı

İnternet, kablosuz iletişim ve enformasyon alanındaki hızlı değişimler finansal hizmetlerin yapısını önemli ölçüde etkilemiştir. Teknolojinin gelişimiyle beraber finansal hizmetlerin üretilmesi ve sağlanmasında kullanılan araçlar da değişmiştir (Saatçioğlu, 2005).

Finansal teknolojiler veya finansal hizmetlerde dijital dönüşüm, kavramsal olarak çevrimiçi alışverişlerin başlamasıyla beraber 2000’li yılların başında ortaya çıkmıştır (Yazıcı, 2022). Çevrimiçi platformlar aracılığıyla ödemelerin gerçekleştirilmesi, bu ödemelerin güvenli kanallar aracılığıyla gerçekleştirilmesini gerektirmekteydi. Dolayısıyla, banka veya banka dışı ödeme kuruluşları aracılığıyla ödemelerin gerçekleştirilmesi, tüketicilerin finansal teknolojilere girişini başlatan faktörlerden biri olmuştur (Yazıcı, 2022). Finansal teknolojilere girişin ilk başta çevrimiçi platformlarda cereyan eden alışveriş yoluyla başlaması, banka ve banka dışı kuruluşların çevrimiçi ödeme platformları aracılığıyla dijital dönüşüme eşlik etmesi finansal hizmetlerde başlayan dijital dönüşümün ilk evrelerinden biri olmuştur.

Günümüzde ise finansal teknolojiler, yalnızca çevrimiçi internet ödemelerinin gerçekleştirildiği aracı platformlar olan bankalar ve banka dışı ödeme kuruluşlarını değil, para ve finansın kapsadığı tüm konuları içerecek şekilde genişlemiştir (Yazıcı, 2022).

Elektronik ticaretin ve çevrimiçi internet alışverişlerinin gündelik yaşama hızlı bir şekilde dahil olmasıyla beraber dijital dönüşüme oldukça süratli bir şekilde geçilmiştir. Söz konusu dijital dönüşümden finansal hizmetler de etkilenmiş ve böylece finansal hizmetler teknolojik bir altyapı kazanarak banka dışı teşebbüslerin oluşması gündeme gelmiştir (Çeşit, 2019).

Finansal piyasalardaki dijital dönüşümün arka planı incelenmeden önce, dijital dönüşüm kavramının anlaşılması önem arz etmektedir. Dijital dönüşüm, yalnızca teknoloji tabanlı bir dönüşüme işaret etmeyip aynı zamanda bir teşebbüsün veya kurumun organizasyonel yapısının, iş modelinin, yukarıda bahsedildiği gibi iş süreçlerinin ve verilerinin, geleneksel bir işletmeden dijital tabanlı modern bir işletmeye dönüştürülmesi adına bilgi teknolojilerini kullanma kabiliyetinin artırılması ve bu değişikliğe adaptasyon sağlanmasıdır (KPMG, 2021).

Hem kamunun hem özel sektörün hem de bireylerin yeni gerçekliklere uyum sağlaması ve pandemi gibi küresel tehdit senaryolarına karşı direnç geliştirilmesi ihtiyacıyla, dijital dönüşüme olan geresinim her geçen gün daha da öne çıkmaktadır. Özellikle Covid-19 salgınının kurumların tüm süreçlerini etkilemesiyle birlikte dijital dönüşüm bir seçenek değil, kurumlar için bir zorunluluk hâline gelmiştir (KPMG, 2021).

Finansal hizmetlerdeki inovasyon telgrafın ilk kez ticari olarak kullanılmaya başlandığı 1838'e ve ilk transatlantik kablosunun döşendiği 1866'ya dayanmaktadır (Arner, Barberis ve Buckley, 2015). Bu gibi gelişmeler 19.yüzyılda finansal küreselleşme döneminin başlangıcı açısından temel yapı taşı olmuşlardır. Arner, Barberis ve Buckley'e göre (2015) 1967 yılında Barclays Bank tarafından ilk ATM'lerin (Automatic Teller Machine) piyasaya sürülmesi ile finansal teknolojilerin modern evrimini başlatan ilk adım olmuştur. 1960'larda ATM'lerin piyasaya sürülmesiyle beraber teknoloji özellikle bankacılık alanında daha fazla hissedilmeye başlanmış ve ilk kez müşteri ile banka arasında teknoloji yoluyla temasın gerçekleşmesi sağlanmıştır (Yazıcı, 2022). Kredi kartlarının yaygınlaşması, EFT'nin (Elektronik Fon Transferi) gelişmesi ve internet/mobil bankacılığının oluşması, POS sistemlerinin gelişmesi gibi teknolojik gelişmeler özellikle finansal hizmet kullanıcılarının hayatlarını önemli ölçüde değiştirmiştir (Yazıcı, 2022).

1.1.1. 2008 küresel ekonomik krizi

Küresel ölçekte FinTech veyahut finansal teknolojiler kavramıyla olan etkileşim 2008 krizine dayanmaktadır. 2008 krizi finansal sistemi küresel çapta derinden sarsmış olup bankaların; iç sistemler olarak ifade edilen iç kontrol, risk yönetimi ve uyum gibi bölümlerine daha fazla yatırım yapmalarına ve böylece ürün/hizmet çeşitliliği bekleyen müşterilerine daha az zaman ayırmalarına neden olmuştur (Yazıcı, 2022). 2008'de yaşanan küresel finansal krizin ardından denetleyici ve düzenleyici otoritelerin finansal sistem üzerindeki gözetim ve denetiminde ciddi bir artış yaşandı. Denetleyici ve düzenleyici otoriteler, finansal sistem özelinde risk temelli bir yaklaşım benimseyerek ihtiyatlı denetim (prudential supervision) sistemlerini kurdular (Arner vd., 2015). Finansal kurumlar açısından bu durum, kurumların; sermaye yapılarındaki, operasyonel süreçlerindeki ve cezai yaptırımlar yönündeki maliyetlerini önemli ölçüde yükseltti. Mainelli (2015), 2009 yılından bu yana iç sistemler ve kurumsal yönetim konusunda Batı'daki (Kıta Avrupası ve Kuzey Amerika) bankaların 2014 yılı sonuna kadar toplam 232 milyar dolar idari para cezasına çarptırıldığından bahsetmiştir. Finansal kriz

sonucunda bankaların kamuoyundaki algısı zayıflamış ve geleneksel bankacılık sistemi derin bir yara almıştır. Arner, Barberis ve Buckley’e göre (2015) 8,7 milyon ABD vatandaşı işsiz kalmış ve finans sistemindeki kriz bir ekonomik krize dönüşmüştür.

Finansal kriz sonucunda bankaların yasal uyum yükümlülükleri artmakla beraber kredi teşvik yapılarında, sermaye yeterliliklerinde ve iş süreçlerinde ciddi dönüşümler olmuştur. Yeni uyum yükümlülükleri (Dodd Frank Yasası, Basel 3 kriterleri vb.) finansal krizin sosyal ve ekonomik nedeni olarak ortaya çıkmıştır (Arner vd., 2015). ABD’de Dodd Frank Yasası olarak bilinen Dodd Frank-Wall Street Reformu ve Tüketiciyi Koruma Yasası (Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act) AB’de ise Basel standartları bu yeni yasal yükümlülüklerin yansımalarından biri olmuştur (Palmieri ve Nazeraj, 2021). Bankalar için getirilmiş olan yeni uyum yükümlülükleri ile FinTech gibi yeni aktörlerin yükselişi ve böylece bankaların rekabet etme kapasitelerinin sınırlanması kaçınılmaz olmuştur. Yeni aktörlerin yükselişine örnek olarak, Basel 3 kriterlerinin getirilmesiyle birlikte bankaların başlangıç sermaye oranları arttırılmıştır. Bankaların sermaye yeterliliklerinin arttırılması, piyasa istikrarını ve risk temelli politikaları olumlu yönde etkilerken istenmeden de olsa bankaların KOBİ’ler ve gerçek kişiler gibi müşterilerine yeterli derecede kredi ayırmasını olumsuz etkileyerek çeşitli müşterilerin kredi ihtiyaçlarını karşılamak adına P2P (peer to peer) platformlara ve diğer finansal teknoloji hizmetlerine kaymalarına neden olmuştur. Finansal kriz neticesinde değişine risk temelli politikalar bankaların kredi verme kapasitelerini daraltmış, aynı dönem içerisinde internet ve çevrimiçi satışın gelişimiyle birlikte finansal hizmetlerde akıllı cihazların kullanımı da artarak FinTech girişimlerinin piyasaya sürülmesi için uygun bir ortam oluşmuştur (Yazıcı, 2022). 2008 krizi sonrasında kamuoyu algısı, denetleyici ve düzenleyici kurumların talepleri, politika yapıcılar ve ekonomik koşullar finansal teknolojilerin giderek yaygınlaşmasının zeminini hazırlamıştır.

Yazarlara göre (Arner vd., 2015), 2008 yılında yaşanan küresel finansal kriz; kamuoyu algısı (public perception) ve insan sermayesi (human capital) üzerinde çok büyük etkiler göstermiştir. Birincisi, öncesinde bankalardan yüklü miktar kredi temin edebilen müşteriler, yeni düzenlemelerle birlikte bankaların risk yönetimi fonksiyonları ve sermaye yeterliliklerine kaynak ayırmaları sonucunda kredi musluklarının kısılmasıyla birlikte krediye erişim sağlayamamıştır. İkinciyle ilgili ise alanında uzman finans profesyonellerinin işsiz kalmasıyla birlikte finansal sisteme güven sarsılmıştır. Bunun sonucunda işsiz kalan finans profesyonelleri becerilerini uygulayacakları FinTech gibi bir alanı keşfetmiştir. Böylece yeni nesil yüksek

eğitimli gençlerin de bu alanda çalışmaya eklenmesiyle birlikte nitelikli işgücü finansal teknolojiler alanını geliştirmeye başlamıştır.

Bankaların uyum yükümlülükleriyle uğraştıkları süreç zarfında müşterileriyle olan ilişkileri soğumuş ve müşteriler kredi ihtiyaçlarını daha farklı platformlardan temin etmek üzere finansal teknolojilerin doğduğu alanlara yönelmeye başlamıştır. Finansal hizmetler, artık yalnızca bankalar tarafından değil; start-up olarak kurulmuş girişimler, BigTech olarak isimlendirilen teknoloji devleri, perakendecilik şirketleri, telekom şirketleri ve benzeri banka dışı kurumlar tarafından da sunulabilir hâle gelmiştir (Yazıcı, 2022). Dolayısıyla FinTech alanının tarihsel gelişimi düşünüldüğünde, 2008 küresel ekonomik krizinin doğrudan ve dolaylı etkileri yadsıtilamaz niteliktedir. Dolayısıyla finansal hizmetler sektöründe, finansal teknoloji temelli büyüme yalnızca dünyadaki son teknolojik gelişmelerden değil, aynı zamanda 2008'deki küresel ekonomik kriz sonucunda bankalara yüklenen ağır yasal yükümlülükler ile desteklenmiştir. Finansal sisteme yönelik sıkı düzenlemeler ve teknolojik gelişmeler ile bankacılık dışı finansal aracı kuruluşların yükselmesi kaçınılmaz olmuştur. Banka dışı finans kuruluşların geleneksel banka yapılarına nazaran daha esnek sermaye ve likidite gereklilikleriyle birlikte bankacılık sisteminin kendine özgü katı düzenlemelerinden etkilenmeyerek bankalarla rekabet edebilecek finansal hizmetler sunma kabiliyeti kazanmışlardır (Borgorno, 2022).

1.1.2. Yeni iş modelleri ve dijitalleşme

Mobil cihazların kullanımının artması ve çevrimiçi internetin gelişmesi beraberinde yepyeni iş modellerini de getirmiştir. FinTech'lerin bankaların çeşitli hizmetlerinden de faydalanmasıyla beraber geleneksel iş modelleri değişmektedir (Çelik, 2022). Özellikle Kovid-19 sonrası gelişen süreçte, finansal teknolojiler alanında yaşanan gelişmeler dijital ödemeler konusunu gündeme getirmiştir. Çevrimiçi platformlar üzerinden yapılan internet alışverişi hız kazanırken, bir yandan da nakit kullanımı azalmış ve dünyadaki merkez bankaları tarafından dijital paralara ilişkin bir ödeme rejimi tartışılır hâle gelmiştir. Dijital para denildiğinde akla ilk gelenler kripto paralardır. Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla beraber blok zincir tabanlı kripto paralar, dünyadaki merkez bankaları tarafından çıkarılan Merkez Bankası Dijital Paraları (MBDP) gibi dijital para rejimlerinin gelişimiyle dijitalleşmenin yeni iş modelleri oluşturduğu görülmektedir. Finansal dijitalleşme konusunda özellikle Bitcoin ve blok zincir tabanlı kripto paralar, erken bir değişimin işareti olarak görülmektedir (Günel, 2022). Dijitalleşmenin finans

alanında getirdiği yeni iş modellerine ek olarak, açık bankacılık ve API (Application Programming Interface) uygulamaları örnek olarak verilebilir. Önümüzdeki dönemde, açık platformlara geçişin tamamlanacağı, finansal piyasalarda faaliyet gösteren FinTech, BigTech ve diğer çeşitli finansal kurumların bütünleşeceği düşünülmektedir (Yazıcı, 2022). Pek tâbi işbu bütünleşme süreci ve işbu sürece giden girizgâh pürüzsüz olmamaktadır. Dijitalleşmenin ivmelenmesiyle beraber açık bankacılıkta, çevrimiçi platformlarda ve finansal piyasaların tamamında rakip şirketler arası uygulamalar rekabet karştı izlenim kazanabilmekte ve hatta rakip firmalar arasında olmasa bile pazarda hâkim durumda olan teşebbüsler tek taraflı davranışlarıyla sömürücü kötüye kullanma gibi uygulamalar yoluyla serbest piyasadaki adil rekabete zarar vererek tekelleşmeye yol açmaktadır. Ek olarak BigTech adı verilen teknoloji devlerinin çift taraflı pazar yerlerindeki uygulamalarıyla bir başka pazarda dahi giriş engelleri yarattıkları ve finansal sektörde pazara yeni giren oyuncuların önünde engeller oluşturarak kendi pazar paylarını bu yolla arttırdıkları görülmektedir. Dolayısıyla bu gibi rekabet eksenli sorun ve risklerin çözömlenmesi giderek önemli hâle gelmektedir. Rekabet karştı uygulama ve davranışların dijital yoğun mecralarda süregeldiği ve finansal-dijital okuryazarlığın yüksek olduğu ölkelerde bir hayli önem arz ettiği bilinmektedir. Tam da bu sebeple dijital yoğun mecralarda, dijitalleşmenin oldukça yüksek olduğu ve dijital okuryazarlığın yüksek olduğu ölkelerde rekabet hukuku eksenli sorunların analiz edilmesi gerekmektedir. Bir sonraki başlıkta Türkiye’de adil rekabet ortamının tesisinden sorumlu rekabet otoritesi olan Rekabet Kurumu verileri çerçevesinde Türkiye’deki dijitalleşme ve Türkiye’deki dijital piyasalar üzerinde durulacaktır.

1.1.3. Türkiye’de dijitalleşmenin mevcut durumu

Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte, şirketlerin satın alma, mali işler, idari işler, insan kaynakları, satış ve pazarlama gibi iş süreçleri, müşteri ilişkileri ve operasyonlarının teknoloji vasıtasıyla dönüşümü; şirketlerin davranış biçimleri ve iş yapış şekilleri konusunda köklü değişikliklere yol açmıştır (Rekabet Kurumu, 2023). İşbu dönüşüm süreciyle, geleneksel yöntemlerin yerini özellikle bilişim ve iletişim teknolojilerinin kullanımı yoluyla dijital dönüşüm devralmış; böylece şirketler, veri analitiği, yapay zekâ, bulut teknolojisi, otomasyon, blok zinciri ve platform ekonomisi gibi alanlara daha çok yatırım sağlayarak dijital dönüşümün finansal hizmetler alanında ilerlemesini sağlamışlardır (Rekabet Kurumu, 2023).

Türkiye’de etkin rekabetin sağlanmasından sorumlu denetleyici ve düzenleyici kurum olan Rekabet Kurumu’nun (“Kurum”) dijital finansal piyasalara ilişkin yayınlamış olduğu çalışma metninde (2023) bir ülkedeki dijitalleşmenin hızı, fiili durumu ve potansiyeli hakkında bilgi veren başlıca unsurlar; internet altyapı gelişim göstergeleri, internet ve sosyal medya kullanım oranları, sosyal medya alışkanlıkları ve sosyal medya algısı ve nüfusun yaş dağılımı olarak ifade edilmiştir. Kurum’un yayınlamış olduğu çalışma metni (2023) çerçevesinde Türkiye’de;

- *İnternet kullanıcı sayısı 71,38 milyon kişiye ulaşmıştır. Bu sayının toplam nüfusun yaklaşık %83,4’üne karşılık geldiği ifade edilmiştir.*
- *Medyan/ortanca yaş ise 31,6 olarak gerçekleşmiştir. Bu göstergeyle birlikte Türkiye, medyan itibariyle genç ağırlıklı bir nüfus olarak gösterilmiştir.*
- *2023 itibariyle mobil internet kullanıcı sayısı 67.3 milyon olarak gerçekleşmiştir.*
- *İnternette harcanan süre bakımından Türkiye dünya sıralamasında 47 ülke içerisinde ilk 15’e girmiştir. Bu göstergeyle birlikte internet maruziyetinin Türkiye’de üst sıralarda olduğu ifade edilmiştir.*
- *Aktif sosyal medya kullanıcı sayısı olarak, 62,55 milyon kullanıcı ile Türkiye’de nüfusun yaklaşık %73’üne yakın aktif sosyal medya kullanıcı oranı tespit edilmiştir.*
- *Sosyal medyada geçirilen süre bakımından günde ortalama 2 saat 54 dakika ile Türkiye’deki sosyal medya kullanıcılarının hem AB hem de dünya ortalamasının üstünde zaman geçirdiği belirtilmiştir.*
- *En çok kullanılan beş sosyal medya platformu; Instagram (%90,6), Whatsapp (%88,8), Facebook (%72,6), Twitter (%66,5) ve Telegram (%52,5) olarak tespit edilmiştir.*
- *Yıllık çevrim içi ve çevrim dışı tüm reklam harcamalarının %56,5’ini dijital reklam harcamaları oluşturmuştur. Türkiye’de bu harcama 306 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.*
- *Türkiye’de 16-64 yaş arasında internet kullanıcılarının çevrimiçi platformlardan haftalık alışverişe katılım oranı %64,6 olarak tespit edilmiştir. Yaklaşık 45 milyon tüketici son kullanıcı alışverişini dijital ödeme yöntemiyle gerçekleştirmiş olup Türkiye işbu oranlar ile dünya ortalamasının üzerinde bir gösterge sağlamıştır.*

Kurum'un yayınlamış olduğu çalışma metni (2023) doğrultusunda, yukarıdaki temel göstergeler Türkiye'nin dijitalleşme sürecinde dünya ortalamasının üzerinde bir performans sergileyerek Türkiye'de yerleşik temel platform hizmeti sağlayıcı teşebbüsler nezdinde önem arz ettiğini doğrulamaktadır (Rekabet Kurumu, 2023). Yukarıdaki göstergeler ışığında, Türkiye'de yerleşik olan temel platform hizmeti sağlayıcı teşebbüslerin (bankalar, elektronik ödeme kuruluşları vb.), ülkedeki etki alanlarının ve nüfuzlarının oldukça geniş olduğuna işaret etmektedir. Kurum'un yayınlamış olduğu çalışma metni (2023) aracılığıyla, dijital pazarların regüle edilmesine ilişkin gereklilik vurgulanmıştır. Dijital pazarların oldukça geniş pazarlar olması ve ödeme sistemleri kapsamında işbu pazarlara sirayet eden problemlerin büyük ölçekte finansal hizmetler piyasalarında yoğunlaşması sebebiyle finansal hizmetlerin dijitalleşmesi süreci de Rekabet Kurumu düzenlemelerinin konusunu oluşturmaktadır.

Rekabet Kurumu'nun Türkiye'deki dijital piyasalara gerçekleştirmiş olduğu soruşturma ve yerinde incelemeler tez çalışmasının ilerleyen bölümlerinde mercek altına alınacak olup finansal hizmetler nezdinde dijitalleşme odaklı rekabet hukuku sorunları daha detaylı bir şekilde incelenecektir.

Yukarıdaki veriler, Türkiye'deki dijital finansal hizmetler sektörünün, halihazırda sektördeki banka ve/veya banka dışı elektronik ödeme kuruluşlarının ve sektöre sonradan dahil olan BigTech gibi dev teknoloji teşebbüslerinin, Türkiye'nin dijitalleşmedeki tüketici yoğunluğu ve büyük bir pazar olması sebebiyle rekabet hukuku risklerini ciddi ölçüde barındırmaktadır. Çalışmanın ilerleyen safhalarında dijital finansal hizmetler sektörünün rekabet hukuku ile olan ilintisine değinilecektir.

1.2. Dijital Finans Ekosistemi: FinTech Aktörleri ve FinTech Alt Sektörleri

1.2.1. FinTech kavramı ve tarihsel gelişimi

FinTech, Türkçe karşılığı olarak “finansal teknolojiler”; TDK'da yapılan tanım ile “Finansal hizmetleri yenilikçi, tamamlayıcı ve hızlandırıcı iş modelleri ile sayısal teknolojiler kullanarak sunan kuruluş veya ürün” olarak açıklanmıştır. FinTech kavramının tanımı konusunda tam bir fikir birliği bulunmamakla birlikte FinTech kavramı Eylül 2018'de Merriam-Webster sözlüğüne eklenerek literatürde konumunu kazanmıştır (Yazıcı, 2022). Finansal teknoloji kavramının kısaltılması olarak kullanılan “FinTech”, Merriam-Webster sözlüğünde aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır (Yazıcı, 2022):

“Bankacılık ve finansal hizmetler sektörlerinde yeni geliştirilen dijital ve çevrimiçi teknolojileri kullanan ürünler ve şirketler”

FinTech kavramı kullanıldığında, çoğunlukla elektronik ödeme kuruluşları, kredi sağlayıcılar, alternatif finans kuruluşları, bankaların finans uygulamaları, kripto varlık hizmet sağlayıcıları, sigorta şirketleri ve blok zinciri akla gelmektedir (Yazıcı, 2022).

FinTech kavramı ilk olarak 1994 yılında Citigroup tarafından finansal kurumlar ve bankalar arasındaki bir proje çalışmasında tanımlanmıştır (Cengiz ve Oduncu, 2023).

Mutabık varılan görüşe göre FinTech’in tek bir kesin tanımı olmayıp teknolojik gelişmeler çerçevesinde her gün yeni bir FinTech tanımı ortaya konmaktadır (Cengiz ve Oduncu, 2023). Literatürdeki çalışmalar, FinTech kavramının bilimsel olarak ilk defa 2015 yılında ortaya atıldığına işaret etmektedir (Cengiz ve Oduncu, 2023). 2015 yılında ortaya konulmaya çalışılan kavram olarak FinTech, finansal çözümlerin teknoloji kullanılarak sunulması şeklinde açıklanmıştır (Arner vd., 2015). Kavramın kökeni, Citigroup tarafından 1990’larda “Finansal Hizmetler Teknoloji Konsorsiyumu” olarak ifade edilmiştir (Arner vd., 2015). Arner, Barberis ve Buckley’e (2015) göre FinTech, geniş anlamda teknolojinin finansa uygulanması olarak özetlenmiştir.

Arner, Barberis ve Buckley (2015), FinTech sektörünün; belirli bir finansal sektöre veya iş modeliyle sınırlı olmadığını, geniş manada geleneksel olarak finansal hizmetler endüstrisi tarafından sağlanan tüm ürün ve hizmetleri kapsadığını dile getirmiştir.

Dünyadaki birtakım finansal kuruluşların FinTech tanımları aşağıdaki gibidir:

- *“Yeni teknolojilerin yönlendirdiği finans” (EU Parliament),*
- *“Finansal teknolojilerde inovasyon” (US National Economic Council),*
- *“Dijital olarak güçlendirilmiş finansal inovasyon” (FSB),*
- *“Finans sektörüne uyarlanan yeni geliştirilmiş dijital teknolojiler” (HKMA),*
- *“Finansal hizmetler sektörünü dönüştürme potansiyeline sahip inovatif iş modelleri ve gelişen teknolojiler” (IOSCO),*
- *“Finansal hizmetlerin daha etkin şekilde sunulması amacıyla dijital teknolojilerin kullanılması ile ortaya çıkan inovasyonlar”*

OECD’ye göre yukarıdaki tanımların hiçbirisi dijital teknolojilerin finansal hizmetlere uyarlanmasını açıklayan nitelikleri kapsamamaktadır (2018). Finansal kuruluşlar tarafından yapılan tanımların hiçbirisi iç süreçlerin, yasal mevzuata uyumun ve iletişimin/raporlamanın verimliliğini arttırmak açısından teknolojinin kullanımına değinmemiştir (OECD, 2018). Dolayısıyla FinTech tanımına ilişkin eksiklikler, finansal hizmetlerin dijitalleşmesi konusunda politika yapıcılara ve karar alıcılara rehberlik edecek daha geniş kapsamlı bir çerçeve geliştirilmesi gerekliliğinin altını çizmektedir (OECD, 2018). Politika yapıcıları ve karar alıcıları ilgilendiren asıl noktalar; dijital teknolojilerin finansal piyasalardaki iş modelleri, organizasyonel süreçler ve tüketici refahı üzerindeki etkisi üzerine olacaktır. Dolayısıyla OECD, 2018 yılında yayımlamış olduğu kılavuzda FinTech adı verilen finansal teknolojilerin, yalnızca dijital teknolojilerin finansal hizmetlere uygulanması olarak değil; aynı zamanda işbu teknolojilere, dijital platformlara ve süreçlere dayanan iş modellerinin ve teknoloji temelli ürünlerin geliştirilmesini de içerek şekilde yaklaşılması gerektiğini ifade etmiştir (2018).

Financial Stability Board (2017) tarafından yapılan tanımın (Dijital olarak güçlendirilmiş finansal inovasyon) geleneksel bankaların bilgisayarları yaygın olarak kullanmaya başladığı ve aynı zamanda ATM’lerin tanıtıldığı dönem olan 1960’lara özgü olduğu ve bu nedenle eksik bir tanım olduğunu düşünen yazarlar da vardır (Stulz, 2019). Stulz, çalışmasında (2019) FinTech’i “dijital teknolojilerin ve büyük verinin kullanımına dayalı finansal inovasyon” olarak tanımlamıştır. Bu tanıma göre dijital teknolojilerin kullanımı, mevcut birçok finansal hizmetin daha etkin bir şekilde sunulmasını ve bu hizmetlerin geliştirilmesini mümkün kılmaktadır (Stulz, 2019).

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nın deyimiyle; FinTech kavramı, fonların etkin kullanımını ifade eden “finans” ile üretim için geliştirilen araç ve bilgileri ifade eden “teknoloji” kavramlarından oluşmaktadır (TCMB, 2016).

Özetle, FinTech kavramını “inovatif iş modellerini ve teknolojiyi bir araya getirerek, finansal hizmetlerin kullanımını, müşteri deneyimini ön plana çıkartarak kolaylaştıran ve yaygınlaştıran örgütler” olarak tanımlamak mümkündür (Yazıcı, 2022).

FinTech hakkında sınıflandırmalar değişiklik göstermekle beraber benzer niteliklere sahiptir. S&P Global (2018) ABD FinTech Pazarı Raporu isimli çalışmasında FinTech aktivitelerini altı başlık altında incelemiştir: Elektronik ödemeler (payments), dijital krediler (digital lending), dijital bankacılık (digital banking), dijital yatırım ve kişisel finans (digital

investment and personel finance), blok zinciri ve InsurTech. InsurTech kavramı aynı zamanda FinTech altında bir başlık olması sebebiyle ilerleyen aşamada detaylı bir şekilde açıklanacak olup çalışmanın bu kısmında değinilmeyecektir. Aynı şekilde dijital kredilendirme kısmı ayrı bir başlık olarak değerlendirilmeyecek olup çalışma kapsamında dijital krediler kısmına dijital bankacılık altında değinilecektir.

a. Elektronik ödemeler

Küresel ölçekte bilinen en büyük elektronik ödeme şirketlerinden biri Visa'dır. Visa elektronik ödeme şirketinin piyasa değerinin 400 milyar doları geçtiği düşünülmektedir (Stulz, 2019). Forbes (2019) 11 en büyük FinTech start-up'larından biri olarak Visa'yı listelemiştir. Stulz'a (2019) göre Visa elektronik ödeme şirketinin Ağustos 2019'daki hisse senedi fiyatı, on yıl öncesinin on katından daha fazla olmuştur. Elektronik ödeme oyuncuları, açık ara en fazla sayıda FinTech şirketini bünyesinde barındıran finansal hizmet sektörü olmuştur (Stulz, 2019). Finansal hizmetlerin dijitalleşmesi genellikle kolaylık ve verimlilik sağlayan olumlu çıktılara sahip bir süreç olarak kabul edilmektedir. Örneğin, ATM'lerin (nakit para noktaları) ortaya çıkışıyla beraber insanların mesai saatleri dışındayken bile nakit paraya erişebilmeleri mümkün kılınmıştır. Bankaların iletişim ağlarındaki ve işlem kapasitelerindeki gelişmeler ödeme süreçlerinin hızlanmasını sağlamıştır (OECD, 2019). Yine benzer olarak sigorta tazminat ödemeleri (insurance claim) çevrimiçi platformlar aracılığıyla daha kısa bir sürede gerçekleştirilmektedir.

Özellikle tüketici tarafında, yeni elektronik ödeme teknolojileri, tüketiciler ve finansal hizmet sağlayıcıları arasındaki ilişkiyi kökten değiştirmektedir. Bu değişim, bazı geleneksel bankalar açısından yıkıcı/altüst edici (disruptive) bir etki doğurabilecektir. Finansal hizmetlerin dijitalleşmesi süreci hem altüst edici (disruptive) hem de yeni icat edilmiş (invented) bir etki doğurmaktadır. Geleneksel finansal hizmet aktörlerinin sundukları ürün ve hizmetleri inovasyon ve teknoloji sayesinde tüketicilere daha kolay, daha ucuz ve daha esnek bir şekilde sunarken "yıkıcı/altüst edici"; daha önce eşi benzeri olmayan ve şu anki inovasyon ve teknoloji ile mümkün kılınan elektronik mobil ödeme örneğinde olduğu gibi yeni ürün ve hizmetler sunulduğunda ise "icat edilmiş" yani "invented" bir etki oluşturmaktadır. Elektronik mobil ödemeler geleneksel bankaların geleneksel yöntemlerle hiçbir şekilde sunamadıkları bir inovasyon teşkil edip bir "icat edilmiş" FinTech uygulaması olarak öne çıkmaktadır (Yazıcı, 2022).

Peer-to-peer (P2P) platformların ortaya çıkışı, tüketiciler ve borç alanların/kreditörlerin birbirleriyle buluşturulması gibi bir etki doğurarak finansal piyasalar üzerinde olumlu bir çıktı sağlamış ve finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecindeki oldukça önemli inovasyonlardan biri olmuştur (OECD, 2019).

FinTech oyuncularından biri olan mobil ödeme sağlayıcıları, ödemeler anlamında iki işlev sağlamaktadır: Ödeme bilgilerinin sağlanması ve ödeme bilgilerinin aktarılması. Mobil ödeme sağlayıcıların üçüncü taraf ödeme uygulamaları tüketiciler tarafından çevrimiçi satıcılardan mal veya hizmet satın almak veya kişiden kişiye P2P transferleri aracılığıyla başka hesaplara para aktarmak için kullanılmaktadır (S&P, 2018). Mobil ödeme uygulamaları ödeme verilerinin taşınabilirliğinin gelişmesi ile FinTech alanına önemli katkılarda bulunmuştur. Dijital cüzdan uygulamalarının kullanıcıların ödeme bilgilerini çeşitli mecralarda kullanılabilir hâle getirmesi, mobil ödeme uygulamalarının birlikte çalışılabilirliği (interoperability) desteklemesi, PayPal'ın mobil ödeme cüzdanını Google Pay, Apple Pay, Samsung Pay ve Facebook Messenger'a entegre etmesi FinTech sektöründeki bütünleşme olarak isimlendirilen süreci trend hâline getirmiştir.

b. Dijital bankacılık

Ödemeler, finansal piyasalarda kendilerine avantaj sağlamaya çalışan bankalar açısından bir hayli önemli olmuştur. Çeşitli büyüklükteki bankalar P2P çözümünü ve kişiden kişiye ödemeleri başlatmaya oldukça isteklidir (S&P, 2018). Güncel olarak çoğu ABD kökenli banka çeşitli ve kullanışlı özelliklere sahip mobil uygulamaları içinde barındırmaktadır. JP Morgan, Citizens Financial Group ve PNC Financial gibi bankalar daha fazla kredi vermek ve müşteri çekmek için dijital platformlardan belirgin ölçüde faydalanmaktadır. S&P (2018) tarafından Şubat 2018'de binlerce mobil banka kullanıcısı (müşteri) ile yapılan ankette, tüketiciler mobil banka uygulamalarına; kart kontrolleri, biyometrik doğrulama seçenekleri, kişiye özgü kredi puanı verileri ve hesap bakiyesi dahil pek çok veriye erişimin kolaylaştırılması konusunda daha çok adım atılmasını istediklerini belirttiler. Hâlihazırda bahsi geçen verilere günümüz itibarıyla erişebilmek oldukça kolaylaştırılmış ve banka müşterileri neredeyse tüm işlemlerini mobil cihazlar üzerinden gerçekleştirmeye başlamıştır. Özellikle ülkemizde mobil bankacılık epey önem kazanmış ve ülkemizdeki dijital okuryazarlığın oldukça yüksek seviyelerde olması sebebiyle mobil bankacılık uygulamaları toplumun tüm kesimleri tarafından ilgi görmüştür. Geçmiş tarihlerde bankacılık işlemlerinin gerçekleştirilmesi için kurumsal şubelerin ziyaret

edilmesi ve işlemlerin fiziki olarak gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Artık buna gerek kalmamış ve banka üzerinden yapılacak çoğu işlem dijital bankacılık kanalları aracılığıyla mobil uygulamalar üzerinden yapılmaktadır. Dolayısıyla Türkiye’de bazı bankaların fiziki şubelerini kapatmak suretiyle dijital ortamlara/mecralara büyük ölçekte yatırım yapması da buradan kaynaklanmaktadır. Güncel olarak otomasyon, blok zinciri ve yapay zekâ teknolojilerindeki gelişmeler dijital bankacılık kanallarının gelişimini olumlu ölçüde etkileyecektir.

Çevrimiçi bankacılık hizmetlerinin yaygınlaşmasıyla beraber müşteriler finansal hizmetlere kesintisiz erişimi bankacılık hizmetlerinin temel bir fonksiyonu olarak görmektedirler. Dolayısıyla bu alana yapılan yatırımlar, bankalar açısından günümüz itibariyle hayati derecede kıymetli hâle gelmiştir.

c. Dijital yatırım yönetimi ve kişisel finans

S&P raporuna göre (2018) yatırım ve sermaye piyasaları teknolojileri alt sektörü 2018’de start up finansmanı için uygun bir zemin oluşturmuştur. Takip edilen altı FinTech alt sektörü arasında en fazla işlemin gerçekleştirildiği alan bu alan olmuştur (S&P, 2018). S&P (2018) raporundaki veriler kapsamında, 2018 yılında finanse edilen dijital yatırım yönetimi projeleri ve dijital yatırım girişimleri diğer FinTech alanlarındaki girişimlerden daha genç olma eğilimindedir. Bu verilerle beraber, yatırım ve sermaye piyasaları teknolojileri alt sektöründe ortaya çıkan yeni fikirlerin fonlanmaya başlandığı görülmektedir. Burada bahsi geçen sektör ABD merkezli bir sektör olmakla birlikte Türkiye’deki FinTech sektörü ve bu sektördeki rekabet hukuku sorunları özelindeki çalışmamız dolayısıyla daha fazla değinilmeyecektir.

d. Blokzinciri (Blockchain)

2008’de anonim kimlikli Satoshi Nakamoto takma adını kullanan biri tarafından kaleme alınan bir makale ile merkeziyetsiz bir aracısızlaşmanın temeli atılmıştır. Geleneksel para ve banknot sistemine alternatif olarak “Bitcoin” adında bir çözüm sunulmuş ve zamanla birlikte bu çözümün önerdiği güvenli veri kaydı gerçekleştiren bir dijital kayıt sisteminin kurulmasına yönelik blokzinciri teknolojileri gelişmeye başlamıştır (Usta, 2022). Blokzinciri teknolojisi yalnızca merkezi otoriteden bağımsız bir etki oluşturarak aracısız finansı önünü açmakla kalmamakta, aynı zamanda mevcut kullanılan sistemlerin güvenilirliğini ve şeffaflığını arttırmak amacıyla da geliştirilmektedir.

Blonzinciri; finans sektöründen tedarik zinciri yönetimine kadar pek çok alanda kullanım alanları olan bir teknoloji olarak öne çıkmaktadır (Yazıcı, 2022). “Geleceğin teknolojisi” olarak ifade edilen blokzinciri teknolojisi için özellikle Türkiye özelinde tam bir olgunluğa ulaşılmadığı belirtilse de kullanım alanları ve teknolojinin daha iyi anlaşılmasına yönelik çalışmaların devam ettiği bilinmektedir. Blokzinciri teknolojilerinin ortaya çıkışı bir anda olmamış, aksine dünyadaki finansal piyasalarda süregelen fırtınalı krizlerin akabinde gelişim göstermeye başlamıştır. Çalışmanın ilk kısımlarında belirtildiği üzere 2008 krizi dünya bankacılık sistemini ve finansal piyasaları çok ciddi bir şekilde etkilemiş ve ağır tahribatlara neden olmuştur. ABD menşeli dünyanın en büyük yatırım bankalarından biri olan Lehman Brothers’ın 2008 yılında iflâs etmesi üzerine finansal piyasalar ve bankalar küresel ölçekte ciddi bir krize girmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde belirtildiği gibi yüzlerce banka ve şirket iflas etmiş, milyonlar işsiz kalmıştır. Küresel ticaret resesyona girmiş ve pek çok ülke küresel krizden derin bir şekilde etkilenmiştir. Merkezi sistemin yozlaşması ve finansal sorunlara çözüm noktasında karşılaştığı yetersiz durumun işbu küresel krizin ana sebeplerinden biri olduğu düşünülmüştür (Usta, 2022). 2008 yılında anonim kimlikli Satoshi Nakamoto mahlasıyla birlikte küresel krize yönelik problemi çözme potansiyeline sahip bir blokzinciri teknolojisi olarak “Bitcoin”in ortaya çıkması bir tesadüf olmamaktadır (Usta, 2022). Bitcoin’in blokzincirinin gelişimini tetikleyen en önemli fikirlerden biri olduğu düşünülmektedir. Merkeziyetsiz bir para sistemi olarak ortaya çıkan Bitcoin, zamanla blokzinciri teknolojilerinin merkeziyetsiz bir veri kayıt sistemi oluşturulması alanında gelişmesine yol açmıştır. Dolayısıyla Bitcoin, blokzinciri teknolojisinin içerisinde uygulama alanlarından biri olarak görülmeye başlamıştır (Usta, 2022). Blokzinciri, temel olarak merkeziyetsiz bir yapıda birden fazla kişi veya tarafın kendi aralarında P2P olarak güvenli veri kayıt sistemi oluşturabileceği bir teknoloji olarak ortaya çıkmaktadır. Blokzinciri teknolojilerine ilişkin uygulamalar, özellikle varlıkların dijitalleştirilmesi alanında ortaya çıkmaktadır. Her türlü dijital ve fiziksel varlık blokzinciri teknolojileri sayesinde güvenli veri kaydı oluşturulma potansiyeline sahip olmaktadır (Usta, 2022). Örnek vermek gerekirse, bir tapu kaydı, ehliyet, ruhsat ve menkul kıymetler blokzinciri teknolojilerinin kullanılmasıyla birlikte dijitalleştirilebilecektir. Ancak, yerel düzeyde uygulanan hukuk kuralları ve uluslararası ticaret hukuku blokzinciri teknolojilerinin gelişimiyle paralel olarak ilerlememektedir. Yürürlükteki hukuk düzeni henüz bu tarz uygulamalar dolayısıyla ortaya çıkabilecek adli ve idari uyuşmazlıkları çözebilecek kabiliyete sahip değildir. Blokzinciri teknolojilerine ilişkin yasal mevzuat kapsamındaki çalışmaları özellikle kripto para adı verilen dijital tabanlı para birimleri özelinde gerçekleştirilmektedir. Blokzinciri teknolojisi, uygulama alanları bakımından ayrıca dijital kimlik uygulamalarında (merkeziyetsiz bir kimlik

kayıt ve doğrulama mekanizması), küresel ödeme sistemlerinde (blokzinciri ve akıllı sözleşme tabanlı geliştirilen sistemler), bağış ve yardım toplanması, vergi tahsilatı, mal ve kaza sigortalarına ilişkin tazminatları, P2P ödemeleri, bankacılık hizmetlerinde kullanılan sendikasyon kredileri ve Merkez Bankaları tarafından tedavüle sokulan dijital tabanlı para birimleri alanlarında uygulanmaktadır. Örneğin, geleneksel yöntemlerde bağışlar toplanırken aracı kurumlar devreye girmekte ve ciddi komisyon bedelleri ödenmektedir. Bu durum da bağış veren tarafta güven anlamında bir problem oluşturmaktadır. Finansal hizmetlerdeki etkinliğin büyük ölçüde güven faktörüne bağlı olduğu düşünüldüğünde, blokzinciri teknolojileri tarafından oluşturulacak bir bağış yapısı, taraflar açısından herkesin erişim sağlayabileceği, şeffaf, daha az maliyetli ve güvenilir bir süreç olarak görülecektir (Usta, 2022).

Blokzincirinin önemli çıktılarından biri olarak görülen ve Merkez Bankaları tarafından piyasaya sürülen dijital tabanlı para birimleri (Central Bank Digital Currency, CBDC) alanında da önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Birçok ülkede Merkez Bankaları tarafından yürütülen dijital para birimi çıkarılması yönünde politikalar oluşturulduğu ve bu yönde komisyonlar kurulduğu bilinmektedir. Yazıcı'ya göre (2022) Atlantik Konseyi (Atlantic Council) tarafından yapılan bir araştırmada 2021'in ilk yarısı itibarıyla 81 ülkede dijital tabanlı para birimlerine (CBDC) dair çalışmaların gerçekleştirildiği ve hâlihazırda bunlardan 5'inin tedavülde olduğu, 14 ülkenin ise komisyon çalışmalarına devam ettiği ifade edilmiştir. Türkiye'de de benzer bir çalışma Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından yürütülmektedir. "Dijital Türk Lirası Birinci Faz Değerlendirme Raporu" 2023 yılında yayımlanmış olup çalışmalara devam edildiği bilinmektedir. Çin tarafından CBDC'lere yönelik yayımlanmış olan raporda, dijital Yuan cüzdanlarından 24,4 milyon adet oluşturulduğu ve bu cüzdanın kamu hizmetlerine ilişkin ödemelerde, fatura, elektrik, su, ulaşım gibi 1,32 milyon kullanım alanında 71 milyon adet işlem gerçekleştirildiği ve bu işlemlere yönelik tedavülde 5,3 milyar dolar paranın dolaştığı duyurulmuştur (Yazıcı, 2022). İlerleyen süreçte hem Türkiye'de hem de dünyada CBDC'lerin daha fazla ses getireceği bir iklimin oluşmaya başladığı gözlemlenmektedir.

Forbes'un en yüksek değere sahip 11 FinTech girişiminin yer aldığı listedeki 2 FinTech girişimi, kripto para ticareti ve kripto para yatırım hizmeti sağlayan girişimlerden olmuştur (Stulz, 2019). Blokzincirinin kullanımına ilişkin hevesin FinTech sektörü özelinde oldukça yüksek olduğu bilinmektedir. Blokzincirinin FinTech sektörü özelinde kullanımına en iyi örneklerden biri JP Morgan, Royal Bank of Canada ve ANZ tarafından yürütülen ve 70'den fazla bankayı içinde barındıran "Interbank Information Network" yani, Bankalararası Bilgi Ağı

(IIN) çalışmasıdır. Bankalararası işlemleri (interbank) doğrulamak için kullanılan ağ çalışmasında, bankaların karşılıklı olarak erişebileceği bir hesap kullanılmaktadır (Stulz, 2019).

Blokzincirinin özellikle Türkiye’deki finansal piyasalarda kullanımına ilişkin açıklamalara ilerleyen sayfalarda yer verilecek olup şimdilik ABD’de trend hâlinde takip edilen FinTech alt sektörlerinin açıklanmasıyla yetinilmiştir. FinTech alt sektörlerinin incelendiği açıklamalarda pazarın ciddi büyüklüğü sebebiyle çoğunlukla ABD tarafına odaklanılmıştır. Her ne kadar FinTech piyasası ABD’de ciddi bir ölçeğe sahip olsa bile dünyanın geri kalanında FinTech alanındaki gelişmeler de azımsanacak seviyede değildir. FinTech alanındaki gelişmelerin ve en başarılı uygulamaların ABD pazarında ortaya çıktığı bilinse de Afrika’nın Sahra Altı bölgesi mobil ödemecilik alanında dünyada lider konumdadır (Stulz, 2019). KPMG tarafından (2018) yayımlanan en büyük 100 FinTech listesinin ilk 10’u Asya merkezli firmalardan oluşmaktadır. Stulz’a göre (2019) Çin menşeli teknoloji şirketleri mobil uygulamalar vasıtasıyla P2P transferler ve finansal piyasalarda kredi alanları (borrower) taramak için büyük veri (big data) kullanımında öncü olmuşlardır. Stulz (2019), Navaretti, Calzolari, Mansilla-Fernandez ve Pozzolo (2018) yazarlarının; Avrupa Ekonomik Topluluğu ülkeleri arasında (burada homojen olarak “Kıta Avrupası” kastediliyor) FinTech yatırımlarının; bankacılık sisteminin daha gelişmiş olduğu, kredi oranları ile mevduat oranları arasındaki uçurumun daha yüksek olduğu ve bankacılık sistemine yönelik regülasyonların gevşek olduğu ülkelerde oldukça yüksek olduğunu dile getirdiklerini ifade etmiştir. Stulz’a göre (2019); Calzolari, Mansilla-Fernandez ve Pozzolo (2018) yazarları tarafından elde edilen bulgular bankacılık sisteminin daha fazla rant elde ettiği ve finansal hizmetlerin gelişiminin yavaş olduğu ülkelerde FinTech yatırımlarının oldukça büyük bir potansiyele ve aynı zamanda avantaja sahip olmalarıyla oldukça tutarlı gözükmektedir.

Çalışmanın bu kısmında FinTech ve FinTech girişimlerine gerçekleştirilen yatırımların odaklandığı FinTech alt sektörleri incelenmiş olup FinTech’in asıl gelişim gösterdiği ABD piyasası sektörel raporlar doğrultusunda analiz edilmiştir. Çalışmanın ilerleyen safhalarında Türkiye merkezli FinTech uygulamaları ve bu uygulamalara yönelik hukuki/regülatif perspektif mercek altına alınacaktır. Ancak bu kısımdan önce finans ekosistemindeki diğer aktörlerin incelenmesi ve rekabet hukuku sorunları çerçevesinde ilgili bağlama oturtulması gerekmektedir. Öncelikle, FinTech’den ayrı olarak incelenecek bir diğer finansal hizmet alanı olan InsurTech (sigorta teknolojileri) alanı üzerinde durulacaktır.

1.2.2. InsurTech girişimlerinin ortaya çıkması

Finansal piyasalardaki oyuncuların biri olan sigorta şirketlerinin bankacılık faaliyetlerinden farklı uygulamaları bulunmaktadır. Hem sigorta şirketleri hem de bankalar finansal piyasalarda faaliyette bulunan oyuncuların biri olmakla birlikte, her ikisinin oldukça farklı fonksiyonlar taşıdığı bilinmektedir. Bankacılık sektörü, yüksek likiditeye sahip fonları çeşitli alıcılardan toplayarak finans sektöründe uzun vadeli krediler sağlamak için dağıtma görevini üstlenir. Sigortacılık sektörü ise fertlerin hayatta belirli durumlarda karşılaşacakları zarar ve masrafa sebep olan vakaların ekonomik yansımalarından korunmaları için prim toplamaktadır. Gerçekten de vatandaşlar çeşitli olayların gerçekleşme ihtimallerini görememekle birlikte bu ihtimallerle karşılaşılması durumunda geleceklerini güvence altına almak istemektedirler. Sigorta şirketlerinin asıl amacı da bu tehlikeler karşısında aynı veya benzer rizikoya (karşılaşılması muhtemel tehlike veya risk) maruz kalan fertler arasında rizikonun gerçekleşmesi neticesinde ortaya çıkan ekonomik ihtiyacın belirli bir prim (para) karşılığında sigorta şirketleri tarafından karşılanmasıdır (Kender, 2021). Sigorta şirketleri asıl olarak havuz ve çeşitlendirme metoduyla öngörülebilir rizikoların gerçekleşme ihtimaline dayanarak fertlerden prim (para) toplamaktadır. Dolayısıyla sigortacılık sektörünü bankacılık sektöründen ayıran en önemli kriterlerden biri; sigortacılık sektörünün rizikoların gerçekleşme ihtimalini öngörüp prim toplaması (toplayıcı bir finansal kuruluş olması), bankacılık sektörünün ise topladığı fonları ihtiyacı olan fertlerle buluşturmak üzere uzun vadeli krediler sağlamasıdır (dağıtıcı bir finansal kuruluş olması). Sigortanın temel işlevlerinden biri de finansal piyasalardaki finansal belirsizliğin azaltılması, gelecekteki muhtemel rizikoların gerçekleşme ihtimalini öngörerek potansiyel ekonomik kaybın minimize edilmesi ve yönetilebilir hale getirilmesidir. Sigorta şirketleri poliçe sahiplerinin karşılaştığı risklerin finansal sorumluluğunu üstlenmekte ve bu riskin giderilmesine dair bir ekonomik havuz oluşturarak prim toplamasıyla birlikte poliçe sahiplerine koruma sağlamaktadır. Böylece, potansiyel olarak oldukça büyük ekonomik kayıplar, düzenli ve istikrarlı prim ödemeleriyle birlikte minimize edilmektedir. Sigortacılık sektörünün sağladığı diğer faydalar aşağıdaki gibidir:

- *Uzun vadeli tasarruf ve finansal planlamanın teşvik edilmesini sağlar ve hak/poliçe sahiplerine bireysel emeklilik sistemiyle birlikte bir gelir sağlar.*
- *Rizikoyu reasürans ve varlık çeşitlendirmesi yoluyla coğrafi olarak dağıtır.*
- *Sigorta şirketlerinin finansal piyasalarda uzun vadeli yatırımcılar olarak hizmette bulunmalarını sağlar ve makroekonomik büyümeyi teşvik eder.*

•*Finansal kriz dönemlerinde bir istikrar unsuru olarak finansal istikrara katkıda bulunur (GFIA, 2024).*

Sigortacılık sektörünün fertlerin yaşamındaki olağanüstü nitelikteki önemi doğrultusunda, InsurTech (sigorta teknolojileri) alanı da tıpkı FinTech alanı gibi benzer bir inovatif girişim olarak ortaya çıkmıştır. InsurTech, ingilizce “insurance” ve “tech” kelimelerinin kısaltılmış hâli olarak literatüre girmiştir. Sigortacılık teknolojileri olarak da ifade edilen InsurTech, Yazıcı’ya göre (2022) pazarlama ve poliçe oluşturulmadan fertlerin karşılaçıkları rizikolar genelinde hayat, araç ve yangın gibi hasar sigortalarının uçtan uca yönetimine kadar sigorta değer zincirindeki tüm süreçlerin dijital ortama entegrasyonunun sağlandığı ve bunun süreçleri iyileştirme maksadıyla kurgulandığı, giyilebilir cihazların, büyük verinin (big data), makine öğreniminin (machine learning) ve diğer teknoloji alanlarının kullanımına “InsurTech” ifadesiyle atıfta bulunmaktadır. Dolayısıyla InsurTech’in tıpkı FinTech gibi bir çatı kavram olduğu, sigortacılık sektöründeki tüm dijitalleşmeyi ve sigortacılığa ait tüm hizmetleri kapsadığı anlaşılmaktadır.

OECD’nin finansal hizmetler sektörü ve dijitalleşme temalı raporuna göre (2018) InsurTech girişimleri sigorta ve poliçe sözleşme süreçlerini kolaylaştırmak için InsurTech teknolojilerini kullanarak poliçe sahiplerinin rizikolara ilişkin güvence taleplerine yanıt aramaktadırlar. InsurTech girişimlerinin büyük bir çoğunluğu poliçe sözleşmelerinin şeffaf ve güvenilirliğini artırmak üzere çeşitli suistimal risklerini de ele alarak poliçe sahiplerinin taleplerini iyileştirmeye çalışmaktadır. InsurTech aktörleri, toplanan havuzda ödenen primlerin nerede ve nasıl harcandığına dair şeffaf ve kurumsal yönetim süreciyle güçlendirilmiş sorgulamalar yaparak poliçe sahiplerinin sigorta sektörüne olan güvenlerini tazelemektedirler. Bu kapsamda poliçe sözleşmesinin kapsamına ilişkin verilerin basitleştirilerek poliçe sahiplerine sunulduğu ve ödenecek prim seviyesinin netleştirilmeye çalışıldığı çözümler üzerinde durulmaktadır (OECD, 2018).

InsurTech temelli geliştirilen çözümler kapsamında, OECD’nin raporunda (2018) belirtildiği üzere birtakım ülkeler “regulatory sandbox approach” yani düzenleyici deney alanu yaklaşımını benimseyerek inovatif girişimlerin pazara girmesine olanak tanıyan hukuki düzenlemeler gerçekleştirmektedir. Yenilikçi teknoloji girişimlerinin pazara girmesinin kolaylaştırılması rekabet hukuku açısından da bir o kadar değerlidir. Keza bazı pazarların temel

niteliğinden dolayı pazara giriş yönünde ciddi engeller bulunabilmektedir. Pazar yoğunluğu, pazardaki oyuncu/aktör sayısı, pazara girişi zorlaştıran etkenler ve pazarın kendine özgü dinamikleri gibi pek çok parametre pazara giriş yönünde sorunlar oluşturabilmektedir. Özellikle, son zamanlarda BigTech adı verilen büyük teknoloji firmalarının çok taraflı pazar yerlerinde rekabet etmesi yenilikçi teknoloji start uplarının pazara girişi yönünde engeller oluşturabilmektedir. Bu engeller BigTech firmalarının tek taraflı davranışlarıyla ortaya çıkabileceği gibi pazarın kendine özgü yapısı sonucu da ortaya çıkabilmektedir. Dolayısıyla dünyadaki rekabet otoriteleri ve denetleyici/düzenleyici kurumlar pazara girişi kolaylaştıracak şekilde önlemler almak ve sosyal devlet ilkesi gereği serbest piyasanın adil işleyişini bozacak iç ve dış uyarıcılara gerektiği zaman müdahale etmekle yetkilendirilmiştir. OECD'nin raporunda (2018) ifade edilen bazı ülkelerin hukuki düzenlemeler yoluyla InsurTech girişimlerinin pazara girişini kolaylaştırıcı önlemler alması rekabet hukuku anlamında tüketici refahını olumlu etkileyecek ve pazarda rekabetin gelişmesine olanak tanıyacaktır. Burada bahsi geçen hukuki düzenlemeler genellikle “ikincil düzenleme” niteliğinde olmaktadır. Anayasa, kanun ve kararname gibi birincil nitelikte hukuki düzenlemeler Hans Kelsen'in normlar hiyerarşisinde baş aktör olmakla birlikte denetleyici ve düzenleyici otoriteler zamanla birincil düzenlemelerin dışında kalan sorun ve konuların “ikincil düzenleme” adı verilen denetletici ve düzenleyici kurumların daha az maliyet ve daha hızlı aksiyon almalarını sağlayan yönetmelik, tebliğ ve idari otorite kararı almaları yoluyla çoğunlukla kanunların dolduramadığı boşlukların yorumu yoluyla düzenlenmektedir.

Sigorta sektörü özelinde düşünüldüğünde, sigortacılık sektörünün bankacılık sektöründe olduğu kadar yoğun regüle bir alan olmadığı bilinmektedir. Sigorta şirketleri de tıpkı bankalar gibi finansal sisteminin devamlılığı açısından hayati derecede önemli olmakla beraber, fertlerin hayat ve kaza sigortalarına ödediği primlere devletin müdahale ederek fertler nezdinde çeşitli mali yükümlülükler getirmesi poliçe sahiplerinin haklarını olumsuz etkileyebilecektir. Bu sebeple, sigortacılık sektörünün regülasyonu daha çok ikincil düzenlemelerle yürütülmekte ve Türkiye’de Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu (SEDDK) tarafından yapılan hukuki ve mali nitelikli düzenlemelerle sektöre yön verilmektedir. InsurTech girişimleri için sigortacılık sektöründe önemli olan bir diğer unsur veri koruma hukuku ve siber güvenlik hukuku alanında ortaya çıkmaktadır. Pazara yeni giren InsurTech girişimleri Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Tüzüğü (GDPR) yükümlülüklerine ve Türkiye özelinde Kişisel Verileri Koruma Kanunu’na (KVKKK); siber güvenlik hukuku alanında denetleyici ve düzenleyici otoriteler tarafından getirilen ikincil düzenlemelere ilişkin hukuki yükümlülüklerle

uymak durumundadır. Sigortacılık sektörünün bankacılık sektörü kadar yoğun regüle bir sektör olmadığı bilirse de tüketici refahı ve kişisel verilerin korunması gibi hukuki menfaatler pek çok sektör özelinde korunmaktadır. Rekabet hukuku anlamında da serbest piyasada işleyen adil rekabet, yeni oyuncuların pazara girişinin kolaylaştırılması, artan rekabetle birlikte tüketicinin refahının ve alım gücünün yükseltilmesi gibi hem gerçek hem tüzel kişiler açısından korunan hukuki menfaatler InsurTech girişimlerinin bulunduğu sigortacılık sektörü açısından da kıymetli hale gelmektedir.

Siber güvenlik gereksinimlerinin karşılanması, kişisel verilerin korunması hukuku , rekabet hukuku ve tüketicinin korunması alanlarına tam uyumun sağlanması InsurTech girişimleri açısından zorluklar oluşturmaya devam edecektir. OECD raporunda (2018) ifade edildiği üzere denetleyici ve düzenleyici otoriteler tarafından “regulatory sandbox” yaklaşımlarının güçlendirilmesi, inovatif InsurTech girişimlerinin pazara girişinin ikincil hukuki düzenlemelerle kolaylaştırılması ve inovasyon ortamının beslenmesi InsurTech girişimlerinin potansiyelinin daha iyi anlaşılmasına hizmet edecektir. InsurTech platformlarında hukuki düzenlemeleri netleştirilmesi, poliçe sahiplerinin (tüketicilerin) yeterli bir şekilde korunması ihtiyaçlarının dengelenmesi için daha fazla tartışma gerekmektedir (OECD, 2018). Büyük verinin (big data) ve blokzinciri teknolojilerinin InsurTech sektörünü nasıl etkileyeceği ve sigortacılık sektörü özelinde InsurTech girişimlerinin karmaşık düzenleyici yapılarla nasıl organize edileceği konuları hâlen belirsizlik yaratmaktadır. InsurTech girişimlerinin, veri kullanımı konusunda kişisel verilerin korunmasına ilişkin ulusal ve uluslararası standartlara uygun politikalar geliştirdiklerini ve edindikleri verinin “free of bias” yani önyargılardan uzak olduğunu kanıtlamaları gerekmektedir. OECD raporuna göre (2018) RegTech çözümleri InsurTech özelinde ortaya çıkan yasal handikapların giderilmesinde ileriye dönük bir politika tercihi olabilir.

Sigortacılık sektöründe sigorta aracılığı hizmeti geleneksel sigortacılık anlayışında aracı kurum niteliğinde olan acente ve brokerler tarafından yerine getirilmektedir. Günümüzde pek çok ülkede sigorta aracılığı bu şekilde yerine getirilirken InsurTech girişimleri yeni bir dağıtıcılık modeli öne sürmektedir (OECD, 2018). *Friendssurance*, *InsPeer* ve *Guevara* InsurTech girişimleri rizikoların gerçekleşme ihtimaline yönelik riskleri minimize eden P2P (peer-to-peer) tabanlı sigorta şirketlerinden biridir. Burada bahsi geçen InsurTech girişimleri dağıtım tabanlı sigorta şirketlerine örnek olarak gösterilebilir. Geleneksel acente ve brokerler şirketleri gibi poliçelere aracılık faaliyeti yürütmeseler bile hepsinin poliçe sahibi için uygun

poliçeleri belirlemek adına sigortacılık lisansları bulunmaktadır. InsurTech girişimlerin faaliyet gösterdiği alanlarda sigortacılık lisansı aldığı da bilinmektedir (OECD, 2018). Insur Tech girişimlerinin faaliyette bulunduğu yeni dağıtım modellerinin geleneksel acente ve broker faaliyetlerinin verimsiz bir şekilde işlediği piyasalarda daha yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. *BIMA* isimli InsurTech girişiminden örnek vermek gerekirse, poliçe sahipleri için hem kayıt hem de ödeme mekanizması oluşturarak uçtan uca tescilli bir platform hizmeti vermektedir. Bu platforma kaydolacak poliçe sahipleri temel kimlik bilgilerini NFT özelliği ile doldurarak kayıt işlemlerini gerçekleştirmektedirler. Kayıt işlemi yalnızca iki dakika sürmekte olup poliçe sahibinin prim ödeme süreci ise ön ödemeli ücretin düşülmesi yoluyla tahsil edilmektedir. Böylece poliçe sahibi uygun bir fiyat üzerinden sigorta hizmetinin temin edebilmektedir (OECD, 2018). Buradaki örnekte olduğu gibi InsurTech teknolojileri; poliçe sahiplerinin ve sigortacılık sektöründeki diğer paydaşların talep ettiği hizmeti sağlamak için gerekli verimlilikleri sunarken, şirketlerin süreçlerini iyileştirmelerini ve ürün tekliflerini düzene sokmalarına imkân tanımaktadır (Yazıcı, 2022). InsurTech teknolojilerinin yalnızca ürün ve hizmetlerin süratli bir şekilde sunulmasını sağladığı düşünülmemelidir. InsurTech girişimlerinin nihai hedefinin teklif toplama sürecini, sigorta şirketlerinin iç kontrol sistemlerini, kurumsal yönetimlerini, poliçe sahiplerinin (tüketicilerin) memnuniyetini dönüştürmek olduğu unutulmamalıdır. Yazıcı'ya göre (2022) dünyada karşılaşılan ilk InsurTech örnekleri arasında fiyat karşılaştırma sitelerinden biri olan *CoverHound*, P2P tabanlı *Friendssurance* ve mülk sigortacısı *Trov* bulunmaktadır. Geleneksel dağıtım modellerinden farklı kanallar aracılığıyla sigortacılık faaliyetlerini sigorta lisansı altında sürdüren buradaki InsurTech girişimlerinin sayısı günden güne artmaktadır.

InsurTech'in gelişimini tetikleyen unsurlar yalnızca küresel ekonomik buhrana neden olan ekonomik ve finansal krizler olmamıştır. Mobil teknolojilerin gelişimi, büyük verinin ortaya çıkması, yapay zekâ robotları (chatbot), blokzinciri teknolojileri, API'ler, yapay zekanın gelişimi (AI), nesnelerin interneti (IoT) ve dronlar gibi daha pek çok teknolojik parametre sigortacılık sektöründe InsurTech girişimlerinin oraya çıkmasını destekleyen faktörlerden sayılmaktadır (Yazıcı, 2022). Ancak veri, burada bahsi geçen parametrelerden ayrı bir yerde olup sigortacılık sektörü gibi yoğun verilerin analiz edilmesine dayanan bir sektörde kritik öneme sahip olmaktadır. Kişisel verilerin toplanması, saklanması, analiz edilmesi, yorumlanması, işlenmesi, paylaşılması gibi pek çok husus sigortacılık sektöründe mutlaka göz önünde bulundurulması gereken hem yasal ağırlığa sahip hem de finansal etkilere neden

olabilecek önemli bir çıktıdır. Dolayısıyla verinin kullanımına dair uygulanacak teknolojik çözümler InsurTech’ler için son derece kıymetlidir.

Her ne kadar InsurTech girişimlerinin sektör açısından tüketici refahını artıracak çıktılar oluşturacağı, getirdiği inovatif çözümlerle poliçe sahiplerinin işlemlerini kolaylaştıracağı ve finansal sistemin istikrarına katkıda bulunacağı belirtilse de InsurTech girişimlerinin karşılaşılabilecek zorluklar ve engeller de bulunmaktadır.

Rekabet hukukunun rolü; tüketicilerin refahını, üretim – arz eksenindeki verimliliği artırmak ve inovatif girişimlerin pazara girişini kolaylaştırmaktır. Bunlar sayesinde tüketici daha düşük ücretlere mal ve hizmetlere erişebilecektir; böylece alım gücü kuvvetlenecektir. Piyasada rekabetin olmasıyla birlikte mal ve hizmetlerin fiyatları serbest piyasanın dinamiklerine göre belirlenmiş olacaktır. InsurTech girişimleriyle birlikte sigortacılık sektöründe pazara pek çok oyuncunun dahil olması sektörü hareketlendirecek ve sektördeki rekabeti artıracaktır. Bu sebeple pazara giriş önündeki engellerin minimize edilmesi ve rekabetin teşvik edilmesi InsurTech girişimlerinin gelecekteki konumu açısından son derece değerli olmaktadır. Nitekim; OECD, raporunda (2018) rekabet hukuku ve InsurTech girişimleri arasındaki etkileşime dikkat çekmiş ve finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde InsurTech girişimlerinin pazara giriş önünde engeller ile poliçe sahiplerinin hak ve yükümlülüklerinin korunması adına InsurTech girişimlerinin sıkı regülatif angajmanlara tâbi tutulması arasında bir çeşit zıtlık olduğunu belirtmiştir. InsurTech olarak ortaya çıkan yenilikçi bir start up girişiminin, aynı zamanda sigorta lisansı almak veya acente/broker ruhsatı almak istemesi durumunda faaliyet ve kuruluş izni alınması için çeşitli sermaye yükümlülüklerine tâbi olması ve yasal mevzuat açısından iç kontrol sistemlerinin uygun tasarlanmasına dair çeşitli iç kontrol ve iç denetim yükümlülüklerinin olması gibi etmenlerden dolayı inovatif start up girişimlerinin başlangıçta pazara girişi önünde engeller olduğu görülmektedir. OECD’nin raporuna göre, (2018) InsurTech girişimlerinin sigorta yükleniciliği lisansı (sigorta şirketi ruhsatı) almak yerine acente ve/veya broker ruhsatı almasının nedeni sıkı regülatif sermaye ve iç kontrol yükümlülüklerinden kaynaklandığı dile getirilmiştir. Yasal uyum yükümlülüklerinin getirilmesi her ne kadar pazarda faaliyette bulunan poliçe sahiplerinin tüketici refahını koruyan bir unsur olarak öne çıksa da orta-uzun vadede InsurTech girişimlerinin rekabet etme gücünü zayıflatarak pazarın kendi dinamiğinden ve hukuki düzenlemelerin yoğunluğundan kaynaklı olarak pazara girişleri önünde engeller oluşacağı düşünülmektedir.

Pazarda rekabeti teşvik etmek ve sektör regüle bir yaklaşım benimseyerek InsurTech girişimlerini over-regulation yoluyla pazara girişleri önünde ciddi maliyet ve külfetler taşımalarını engellemek için bazı regülatörler FinTech ve InsurTech yoğun sermaye gerekliliklerini ve iç sistemlerine ilişkin sıkı düzenlemeleri rahatlatmak amacıyla birtakım platformlar oluşturmuştur. Birleşik Krallık'taki Financial Conduct Authority (FCA) bunun ilk örneklerinden biri olmuştur (OECD, 2018). Çalışmanın önceki kısımlarında bahsedilen “regulatory sandbox” yani “düzenleyici kum havuzları” FCA otoritesinin çalışmalarından biri olarak görülmektedir. Bu yaklaşımla beraber FinTech ve InsurTech girişimleriyle başlangıçta irtibat kurularak pazara yeni giren inovatif start up girişimlerinin hukuki ve idari düzenlemeleri anlamalarına yardımcı olunarak denetleyici ve düzenleyici otoriteler tarafından idari yaptırıma tâbi tutulmalarının önüne geçilmektedir. Bu platformlar (düzenleyici kum havuzları) aracılığıyla InsurTech ve FinTech girişimlerinin pazara girişleri önündeki engeller ve zorluklar kaldırılmakta, böylece pazarda rekabet ortamının tesis edilmesinin önü açılmaktadır. Nitekim tüm bunların çıktısı olarak tüketici refahı artmakta ve yeni teknolojik gelişmelerin kullanımı yaygınlaşmaktadır.

Düzenleyici deney alanı yaklaşımıyla beraber InsurTech ve FinTech teknolojilerinin uygulama alanı genişlemekte ve geleneksel sektör yoğun regülasyonun olumsuz nitelikteki çıktılarından kaçınılmaktadır. Denetleyici ve düzenleyici otoritelerin pazara girişin kolaylaştırılması ve yeni teknolojik girişimlerin yaygınlaştırılması açısından düzenleyici kum havuzlarının erken aşamada ve ilerleyen süreçte pazara olan etkisi noktasında topladıkları çıktılar hakkında diğer otoritelerle iş birliği geliştirmesi de önemli olmaktadır.

Sigortacılık sektöründeki rekabet dinamiği anlamında bir diğer sorunlardan biri veriye sahip ve bu veriyi anlamlı bir ürüne dönüştürme kabiliyetine sahip olan büyük teknoloji şirketlerinin sektöre girişidir. Google gibi devasa teknoloji şirketleri (BigTech'ler) sigortacılık sektörü özelinde giderek daha fazla faaliyette bulunmaya başladılar (Yazıcı, 2022). Google gibi devasa teknoloji şirketlerinin özellikle çok taraflı pazar yerlerinde (multi-sided markets) faaliyette bulunuyor olmaları veriye ulaşımını oldukça kolay hâle getirmektedir. Buna örnek olarak Google'ın 2012 yılında Birleşik Krallık'ta ve 2015 yılında ABD'de “Google Compare” ismiyle bir sigorta pazaryeri/platformu kurması ve böylece ürün arama ve fiyat karşılaştırma işine girmek suretiyle pek çok sigorta aracısını (broker ve acente) tedirgin etmiştir (Yazıcı, 2022). Google gibi teknoloji devlerinin çok taraflı pazar yerlerinde faaliyet göstermesi yasal açıdan bir problem olmamakla birlikte burada dikkat çekilmesi gereken asıl sorun Google'ın

birden fazla alanda hâkim durum (dominant position) niteliğinde olması sebebiyle herhangi bir pazardaki tek taraflı davranışları yoluyla rekabet ortamını bozacak nitelikte çıktılara neden olma endişesidir. Hâkim durum hem Kıta Avrupası hukukunda hem ABD-İngiltere eksenli Anglo Sakson hukuk sistemlerinde tek başına cezalandırılmak için yeterli bir sebep olmamakla birlikte teşebbüsün (şirketin) hâkim durumunu kötüye kullanan sömürücü kötüye kullanmaları veya tek taraflı davranışları sonucu hâkim durumun kötüye kullanılması gibi eylemleri rekabet hukuku açısından ihlâl niteliğinde sayılmaktadır. Nitekim Google, çalışmamızın ilerleyen aşamalarında bahsedileceği üzere birtakım pazarlarda hâkim durumda sayılmaktadır (çevrimiçi reklam hizmetleri vb.). Dolayısıyla Google bir hâkim durumda sayılan teşebbüs olarak kasıtlı veya kasıtsız tek taraflı davranışları yoluyla pazara giriş önünde engeller oluşturabilmekte ve pazar kapanması gibi çıktılar doğurabilecek rekabet ihlalleri gerçekleştirme potansiyelinde olmaktadır. Nitekim “Google Compare” projesi gelen yoğun eleştiriler ve rekabet otoritelerinin dikkat çekmesi sonucu 2016 yılında teknoloji devinin geri adım atmasıyla sonuçlanmış ve Google bu hizmeti iptal ettiğini duyurmuştur. Ancak, Google’ın InsurTech sektörü özelinde yaptığı yatırımların ve birleşme/devralma gibi işlemlerin varlığının devam ettiği bilinmektedir (Yazıcı, 2022).

Rekabet ortamının yalnızca sigorta şirketlerinin kendi aralarında olmadığı, InsurTech girişimlerinin pazara girişiyle beraber arttığı ve son yıllarda BigTech platformlarının da çok taraflı pazar yerlerinde kendi pazar paylarını genişletmek üzere faaliyette bulunmaları gibi sebeplerden dolayı rekabet ortamının dinamiğinde değişiklikler olmaya başlamıştır. InsurTech girişimleri daha az maliyet ve daha az sermaye ile diğer sigorta şirketlerine kıyasla avantajlı olarak poliçe sahipleri için verimli çözümler oluşturmaktadır. Pazarda rekabet ortamının olması hem tüketicilere hem de pazarın kendi yapısına ciddi katkılarda bulunmaktadır. BigTech platformlarının sigortacılık sektöründeki oyuncuları satın alması veya burada kendi verilerini yoluyla çeşitli platformlar kurmaları sektöre ilişkin çeşitli avantajlar getirmekle beraber rekabet hukuku anlamında sorunlara da yol açmaktadır. BigTech şirketlerinin özellikle geleneksel sigorta aracılılarıyla kıyaslandığında çeşitli avantajları vardır: Örneğin, BigTech platformları çok fazla veriye ulaşabilmektedir. Çok taraflı pazarlarda faaliyette bulunmaları sektör paylarını ciddi derecede artırmıştır. Sigorta hizmeti talep eden tüketicilere ulaşım konusunda gerekli verilere, mevcut müşteri portföyüne ve çeşitli dağıtım kanallarına sahiptirler (Yazıcı, 2022). Sahip oldukları kabiliyetler sigorta aracılığı hizmeti veren sigorta acentelerine ve sigorta brokerlerine kıyasla daha fazladır. Günümüzde büyük teknoloji şirketleri sigortacılık sektörü özelinde yatırımlarını ve pazar paylarını artırmaktadırlar. Bu mecralarda ortaya çıkabilecek

rekabet hukuku risklerinin daha iyi anlaşılması ve adil rekabet ortamının tesis edilmesi açısından hem rekabet hukuku disiplini hem de ekonomi disiplinin kendi dinamikleri ile çözüm üretilmesi ve bu süreçte InsurTech/FinTech girişimlerinin kendine has dinamiklerinin anlaşılması son derece önemli hâle gelmektedir. Çalışmanın ilerleyen safhalarında BigTech platformlarının FinTech sektörüne girişi ve burada ortaya çıkan rekabet hukuku sorunları mercek altına alınıp sektöre ilişkin riskler ve çözüm önerileri detaylı bir şekilde tartışılacaktır.

InsurTech girişimlerinin rekabet kurallarına uyum dışında özellikle kurumsal yönetim süreçlerine ve iç sistemlerine dair iç kontrol rejimlerinin oluşturulması hususları da sigortacılık sektöründeki hukuki düzenlemelerin odak noktası hâlinindedir. OECD Sigortacı Yönetişimi Rehberi (The OECD Guidelines on Insurer Governance) kapsamında sigorta şirketlerinin yönetim kurulu üyelerinin ve üst yönetimdeki kilit yöneticilerin yürürlükteki mevzuata, kanunlara, yönetmeliklere ve standartlara uyum sağlayan iç kontrol sistemlerini oluşturarak tüketiciye, poliçe sahiplerine ve diğer paydaşlara karşı dürüst ve etik davranışı teşvik eden bir kurumsal yönetim yapısı oluşturmaları yönünde tavsiyede bulunulmuştur (OECD, 2018). Bahsi geçen iç kontrol sistemlerinin kurulması yoluyla sigortacılık sektöründeki süreçlerin iyileştirilmesi ve kontrol noktalarının belirlenerek risk tanımlarına uygun kontroller oluşturulması beklenmektedir. Risk tanımlarına ve süreç yapısına uygun politika ve prosedürlerin oluşturulmasıyla ve periyodik süreç denetimleri (iç denetim) yoluyla iç kontrol sisteminin doğruluğunun ve bütünlüğünün gözden geçirildiği bir iyi uygulama örneği olarak iç sistemlerin oluşturulması teşvik edilmektedir. InsurTech girişimleri de sigortacılık sektöründe faaliyette bulunmaları sebebiyle OECD tarafından yayımlanan rehberler ve uluslararası standartlar konusunda iyi uygulama örneklerini takip etmek durumunda kalmaktadır. Türkiye’de ise iç kontrol sistemlerinin oluşturulması bankacılık ve sigorta sektörü açısından hukuki düzenlemelere tâbi bir şekilde denetleyici ve düzenleyici otoriteler tarafından gözetilmektedir. Özellikle bankacılık sektöründe 2008 krizinin ardından iç kontrol, iç denetim ve risk yönetimi gibi disiplinler önem kazanmış ve dünyadaki pek çok düzenleyici otorite bankaların iç kontrol sistemlerini çıkardıkları ikincil düzenlemelerle ve bankacılık kanunlarıyla sıkı bir şekilde düzenlemiştir. Türkiye’de 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ve Bankaların İç Sistemleri Hakkında Yönetmelik gibi hukuki metinler vasıtasıyla bankacılık sektörü yönetim süreçlerinin geliştirilmesi ve iç kontrol sistemlerine ilişkin yasal uyumun gözetilmesi açısından Bankacılık Denetleme ve Düzenleme Kurumu (BDDK) tarafından sürekli denetlenmektedir. Sigortacılık sektörü özelinde ise Sigortacılık ve Özel Emeklilik Sektörlerinde İç Sistemlere Dair Yönetmelik ve 5864 sayılı Sigortacılık Kanunu benzer işlev taşımaktadır.

Sigortacılık sektörü bankacılık kadar yoğun düzenlemelerin olduğu bir sektör olmasa da poliçe sahiplerinin ve tüketicilerin korunması açısından özellikle iç kontrol ve iç denetim süreçleri anlamında denetleyici ve düzenleyici otoritelerin gözetiminde olması gereken sektörlerden biridir. Nitekim bir sigortacının yeni teknolojileri benimsemesi veya süreçlerini ve ürünlerini iyileştirmesi hâlinde buna uygun iç kontrol sistemlerinin oluşturulup oluşturulmadığını ve OECD'nin şirketler için tavsiye ettiği kurumsal yönetim ilkelerine uygun değerlendirmelerin yapılıp yapılmadığını göz önünde bulundurmak durumundadır (OECD, 2018).

OECD'nin sigortacılık sektörüne ilişkin risk değerlendirmeleri alanında yayınladığı bir diğer çalışma metninde (2023) sigortacılık alanını denetleyen ve düzenleyen kamu otoritelerinin mevzuat çalışmaları için teknolojinin benimsenmesini tavsiye eden çeşitli ifadeleri bulunmaktadır. Sigorta sektörünü denetleyen ve düzenleyen kamu otoriteleri ve kamu politikalarında karar alıcı hükümetler sigortacılık sektöründe teknolojinin benimsenmesini teşvik eden tüketicilere yönelik riskleri minimize eden elverişli bir ortam oluşturulması için ikincil mevzuat çalışmalarını aşağıdaki gibi uyarlayabilirler:

- *Sigortalama ve ücretlendirme politikalarında veri kaynaklarının ve analitik tekniklerin kullanılmasına yönelik kısıtlamaların ve caydırıcı etkenlerin ele alınması ve tüketici refahının korunması, sigortacılık maliyetlerinin karşılanabilirliği veya rekabetin sürdüğü rekabetçi piyasalarla ilgili hedeflere ulaşmada farklı yaklaşımların daha etkili olup olmayacağına yönelik değerlendirmelerin yapılması,*
- *Sigorta şirketlerinin ve sigorta aracılarının poliçe sahiplerine risk azaltmaya ilişkin tavsiyeler ve hizmetlerin sunulmasına ilişkin kısıtlamaların gözden geçirilmesi, denetleyici ve düzenleyici kamu otoritelerinin sigorta sektörü özelindeki risklerin minimize edilmesine yönelik daha çok katkıda bulunmalarının teşvik etmedeki rollerinin değerlendirilmesi,*
- *Verinin yerelleştirilmesi (data localisation), dijital/siber güvenlik ve dış kaynak kullanımı gerekliliklerinin sigorta şirketlerinin üçüncü taraflar tarafından geliştirilen verilere, işlemlere, analitik tekniklere ve poliçe sahiplerinin katılım araçlarına erişimi üzerindeki etkisinin ve uluslararası sigortacıların teknoloji transferiyle yapabilecekleri katkıların değerlendirilmek suretiyle veri ve teknolojik yöntemlere erişimin teşvik edilmesi,*

•*Police sahipleri için çeşitli faydaları olan yeni yöntemlerin tanıtılmasını ve sigortacılıkta yeni teknolojilerin uygulanması ve InsurTech girişimlerinin pazara girişi önündeki engellerin kaldırılması amacıyla düzenleyici kum havuzlarının (regulatory sandbox) ve/veya inovasyon merkezlerinin kurulması.*

•*Yeni veri kaynaklarının dahil edilemsinin ve InsurTech tekniklerinin uygulanmasının finansal dışlanmayı (financial exclusion) tetiklememesi ve dışlananların finansal sisteme katılımın desteklenmesi (financial inclusion) ve finansal dışlanmaların izlenerek bunlara ilişkin aksiyon alınması önerilmektedir (OECD, 2023).*

En nihayetinde, teknolojinin ve InsurTech girişimlerinin sigortacılık sektöründeki risklerin azaltılması ve sigortacılık sektörüne ilişkin potansiyel katkılarının gerçekten hayata geçmesi, ancak tüketicilerin bu yöntemlerin kendilerine sağlayacağı faydaya güvenmeleri durumunda mümkün olabilecektir. Bu sebeple sigortacılık sektöründeki mevcut oyuncuların tamamı bu güven ortamının tesisinden müteselsil olarak özel bir sorumluluk taşımaktadırlar. Ayrıca denetleyici ve düzenleyici otoritelerin sektörün denetlenmesi, gözetimi ve düzenlenmesine ilişkin uygulamaları ve ikincil mevzuat çalışmaları bu güven ortamının tesisi için ayrı bir kritik öneme sahiptir. Kamu otoriteleri, kişisel verilerin korunması yönünde police sahiplerinin ve tüketicilerin veri mahremiyetini korumakla yükümlüken aynı zamanda InsurTech girişimlerinin pazara girişi önündeki engelleri kaldırmak ve hâkim durumdaki firmaların tekelleşmesinin önüne geçerek adil bir rekabet ortamı tesis etmek durumundadırlar. Kişisel verilerin korunmasına dair uygun politika ve araçların geliştirilmesi yoluyla şeffaf ve hesap verilebilir bir ortamın tesis edilmesi police sahiplerinin ve tüketicilerin sektöre olan güveneni sağlayacaktır.

Aynı zamanda adil bir rekabet ortamının tesis edilmesi için pazara giriş önündeki engellerin kaldırılarak yeni teknolojik gelişmelerin sigortacılık sektörü özelinde yayılması ve genişletilmesini temin etmek amacıyla InsurTech girişimleri için düzenleyici kum havuzları, inovasyon merkezlerinin kurulması ve ikincil mevzuat çalışmalarıyla rekabet hukuku kapsamındaki rekabete aykırı tek taraflı davranışların ve rekabete aykırı anlaşma ve/veya uyumlu eylemlerin bertaraf edilmesi gibi çok kapsamlı konuların denetleyici ve düzenleyici otoriteler tarafından değerlendirilmesi buna hizmet edecektir. Nitekim çalışmamızın kapsamında InsurTech girişimleri özelindeki tüm hukuki ve/veya finansal riskler tartışılmayacak olup ana odak noktamız FinTech ve InsurTech ekosisteminin dahil olduğu tüm

finansal piyasalar ve bu finansal piyasaların dijitalleşmesi kapsamındaki rekabet hukuku sorunları olacaktır. Nihayetinde çözüm arayışımız da bu sınırlı piyasa özelindeki hâkim durumda olan teşebbüslerin tek taraflı davranışları yoluyla ihlâl etme potansiyelindeki durumlara yönelik olacak ve bu sorunların çözümüne ilişkin araçlar tartışılacaktır.

1.2.3. BigTech şirketlerinin finansal hizmetlere girişi

Norveç Veri Koruma Otoritesi'nin (DPA – Norwegian Data Protection Authority) hazırladığı rapor çerçevesinde, “büyük teknoloji şirketleri” (BigTech) oyuncularının finansal hizmetler sektörüne katılım sağlamasının, bankaların müşterilerinin verileri ve işlemleri üzerindeki tekel konumlarını olumsuz etkilediği belirtilmiştir (Körpe, 2021). Finansal hizmetlere katılan BigTech gibi yeni aktörlerin banka verileri ve banka altyapısı üzerinde yeni hizmetler sunabiliyor olması da BigTech aktörlerinin bankalar ile olan rekabetini kızıştırmaktadır. Banka ve sigorta şirketleri gibi finansal hizmetler sektörünün geleneksel oyuncularının, pazardaki mevcut paylarını korumak amacıyla pazara yeni giren aktörlerle (BigTech, FinTech ve InsurTech aktörleri) çeşitli ortaklıklar kurma eğiliminde olduğu görülmüştür (Körpe, 2021).

Finansal hizmetler sektöründe süregelen dijitalleşme eğilimi; Grab, Travekola, Amazon, Alibaba, Meta, Apple ve Google gibi pek çok sayıda BigTech platformuyla birlikte müşteri ve tüketici beklentilerini sürekli olarak artırarak şirketlerin artık yalnızca kendi kategorileri ve kendi alanları ile karşılaştırılmasını sona erdirmiştir. Şirketler artık pek çok pazarda ve pek çok kategoride birbirleriyle aynı anda rekabet ederek teknoloji ve inovasyonu hızlandıran bir dinamizm sürecine girmiştir. Bu dinamizm, dijitalleşmenin baskısı ve mevcut küresel iktisadi ortamdaki geleneksel çözüm yollarının sunduğu birtakım metodların yetersizliğinden kaynaklanmıştır. Dijitalleşme BigTech platformlarının çok taraflı pazar yerlerinde rekabet etmesini ve birden fazla pazarda pek çok şirket ile ortaklık kurmasını teşvik etmiştir.

Dijitalleşmenin ivme kazanmasıyla birlikte FinTech/BigTech platformları yalnızca bankacılık, elektronik ödeme ve finansal yöntemin geleceğini şekillendirmekle kalmayıp aynı zamanda finansal katılımı, çeşitli hizmetlere aynı anda erişimi ve finansal sisteme olan güveni doğrudan etkilemektedir (KPMG, 2024). Örnek vermek gerekirse; BigTech platformları tarafından oluşturulan çeşitli elektronik ödeme sistemleri, geleneksel bankacılığı çok ciddi bir şekilde etkilemiş ve geleneksel bankacılık metodlarının geçerliliğini sorgulatır kılmıştır. Nitekim bankalar da bu dijitalleşme sürecinden kendi payını almış ve dijitalleşme, siber

güvenlik, büyük veri ve FinTech/InsurTech teknolojileri gibi pek çok alana aynı anda yatırım yapmak durumunda kalmışlardır. Aksi hâlde günümüzde mevcut tekel yapılarını kaybetme tehdidiyle karşı karşıya olmaktadır. Her ne kadar bankalar için bu durum bir tehdit teşkil etse de dijitalleşme ivmelenmesini yakalayıp günümüzün ihtiyaçlarını sorgulayabilen platformlar açısından bu durum aynı zamanda bir fırsat niteliğinde olmuştur. Nitekim BigTech platformlarının finansal hizmetlere adım atması da bu fırsatlardan kaynaklanmaktadır.

“BigTech” adı verilen teknoloji platformlarının finansal hizmetler sektörüne girişi, son zamanlardaki en ciddi gelişmelerden biri olarak görülmektedir. Bugüne kadar BigTech adı verilen teknoloji platformları finans alanındaki faaliyet ve uygulamalarını genişletmeye çalıştılar. Finansal hizmetler sektöründeki ilk BigTech girişimleri “ödemeler” üzerine olmuştur (Frost, Gambacorta, Huang, Shin ve Zbinden, 2019). Ödemeler üzerine başlattıkları girişimler eklenerek devam etmiştir. Daha sonrasında, ödemeler alanıyla yetinmeyip bunun da ötesine geçerek doğrudan ve/veya dolaylı bir şekilde finansal hizmetler alanındaki finansal oyuncularla ortaklıklar kurarak kredi ve sigorta ürün/hizmetleri sunmaya başladılar (Frost vd., 2019). Frost ve diğerlerine göre (2019) BigTech platformları özellikle Çin’de o kadar büyümüşlerdir ki Çin’de faaliyette bulunan BigTech teknoloji şirketleri olan Ant Financial, WeBank ve Du Xiamon milyonlarca orta ve büyük işletmelere kredi sağlamaktadır. Her ne kadar faaliyetleri toplam krediler arasında oldukça düşük bir paya sahip olsa da geleneksel bankacılık sektörünün hizmet verdiği alanlarda da azımsanmayacak şekilde faaliyetlerini devam ettirmektedirler. Geleneksel bankacılık hizmetlerinin faaliyet göstermediği alanlar da dahil olmak üzere BigTech teknoloji şirketleri azımsanamayacak sayıda hizmet ve/veya ürün geliştirerek hem finansal hizmetlerin dijitalleşmesini hızlandırmakta hem de makroekonomik görüntüde finansal sistemde ciddi bir oyuncu olarak öne çıkmaktadır.

BigTech teknoloji şirketlerini diğerlerinden ayıran çok çeşitli unsurları vardır. Özellikle iki unsurla birlikte çeşitli iş modellerini içinde barındırmaktadır:

• **Ağ etkileri:** *E-ticaret platformlar, mobil mesajlaşma uygulamaları ve arama motorları aracılığıyla pek çok platformda geniş bir ağa ve geniş bir kullanıcı kitlesine sahiptirler. Sahip oldukları geniş kullanıcı portföyü ve kapsamı ağ etkileriyle birlikte veriye ulaşım konusunda bankalarla ciddi bir rekabet içinde oldukları düşünülebilir.*

• **Teknoloji:** *BigTech platformları teknoloji kullanımında da öncü sayılabilirler. Örnek vermek gerekirse, büyük veri (big data) kullanan yapay*

zekâ modellerine ve yüksek nitelikte teknolojik araçlara sahip olarak finansal hizmetler sektöründeki diğer rakiplerinden ayrılmaktadırlar.

BigTech platformları mevcut geniş ağ yapıları ve bu ağlar üzerindeki devasa miktardaki verilerden faydalanarak kullanıcı/tüketici tercihlerini kişiselleştirme yeteneğine sahip olmaktadır. Kullanıcı ve tüketici tercihlerini kişiselleştirme yetenekleri doğrultusunda çevrimiçi reklamcılık sektöründen finansal hizmetler sektörüne kadar birçok sektörde ve çok taraflı pazarlarda faaliyette bulunabilmektedirler.

BigTech kavramı, asıl itibarıyla temel hizmet alanları finansal hizmetler yerine dijital pazarlardaki hizmetlerin sağlanması olan büyük teknoloji şirketlerine atıfta bulunmaktadır (Frost vd., 2019). Finansal hizmetler sektöründe daha çok FinTech ve InsurTech girişimleri ana hizmetlerini sunarken BigTech platformları pek çok pazarda faaliyette bulunup finansal ürün ve/veya hizmetlerini geniş bir işkolunun yalnızca bir kısmı olarak yerine getirmektedirler. Dolayısıyla çalışmamızda BigTech platformlarının finans sektöründeki uygulamaları özelinde dijitalleşmenin de etkisiyle yaşanan rekabet hukuku eksenli uygulamalar göz önünde bulundurulacak olup çalışmanın ilerleyen safhalarında rekabet hukukuyla olan kesişimlerine değinilecektir.

BigTech teknoloji şirketleri, “dijital hizmetler pazarlarında yerleşik varlığı bulunan teknoloji şirketleri” olarak görülmektedir (Stulz, 2019). BigTech platformlarının son derece başarılı dijital platformlar geliştirdiği ve çevrimiçi pazarlarda yoğun bir hâkimiyetlerinin olduğu söylenebilir. Çalışmanın başında da bahsedildiği gibi BigTech platformlarının finansal hizmetler sektöründeki uygulama ve faaliyetleri görece sınırlıdır. Finansal hizmetler sektöründe çoğunlukla geleneksel oyuncular olarak tâbir edilen bankalar, sigorta şirketleri ve acente/broker gibi sigorta aracıları bulunmakla birlikte son yıllarda FinTech ekosistemin gelişimi ve InsurTech girişimlerinin sigortacılık alanında dijitalleşme ve teknoloji kullanımıyla yeni teknolojik girişim aktörleri piyasa girmeye başlamış ve ciddi bir dönüşüme neden olmuştur. BigTech platformlarının finans ekosistemindeki faaliyet ve uygulamalarının görece sınırlı olması ise ana işkollarının ilk başta çevrimiçi pazarlar olarak bilinen sosyal medya, reklamcılık ve internet pazarlarında ortaya çıkmasından kaynaklanmaktadır. Yoğun ve geniş ağ etkileriyle milyonlarca kullanıcıya erişebiliyor olmaları ve yüksek nitelikte teknolojik araçlara sahip olmaları gibi çeşitli avantajlarla birlikte finans ekosistemine adım atarak geleneksel oyuncuların iş modellerini de önemli ölçüde etkilemişlerdir. BigTech platformlarının sahip olduğu pazar gücü ve geniş ağ etkileri

sayesinde ana iş kolları dışındaki pazarlarda da rekabet edebiliyor olmalarının neticesinde farklı pazarlarda dijitalleşmeyi önemli ölçüde geliştirdikleri bilinmektedir. BigTech platformları dijitalleşme sürecinin küresel boyutta yayılmasıyla beraber daha geniş kullanıcılara ve pek çok pazara ulaşabilme imkânına erişmiştir.

ABD’de Google, Amazon, Apple ve Meta (Facebook); Çin’de ise Alibaba ve Tencent gibi aktörler küresel çaptaki BigTech platformlarına örnek olarak gösterilebilir. BigTech platformlarının gelişimi ve faaliyetleri bakımından ABD merkezli BigTech platformları, Çin’li muadillerine göre finansal hizmetler sektöründe görece daha az faaliyette bulunmaktadırlar (Stulz, 2019). Özellikle Çin’de faaliyette bulunan BigTech platformlarından Ant Financial, WeBank ve Du Xiamon milyonlarca orta ve büyük işletmeye kredi sağlayan ciddi bir finansal aktör olduğundan bahsedilmiştir. Anlaşıldığı üzere Çin’de BigTech platformları geleneksel bankacılık işlevini gören bankaların geleceğini tehdit edebilecek potansiyele sahiptir.

Stulz’a göre (2019) FinTech ekosistemindeki oyuncuların finans sektörüne adım atışı sonucu geleneksel banka aktörlerinin bundan etkilenme ihtimâli BigTech platformlarına göre nispeten daha azdır. Buna örnek olarak, tipik bir FinTech girişimi, bir bankanın yalnızca belirli ve spesifik bir ürün ve/veya hizmetiyle rekabet etmek üzere bankayı tehdit edebilir. Fakat BigTech platformları bir bankanın verebileceği tüm hizmetleri verebilme imkân ve kudretine sahip olarak geleneksel bir bankayı bütünüyle tehdit edebilmektedir (Stulz, 2019).

Hâlihazırda BigTech platformlarının finansal hizmetler sektöründeki faaliyetleri ödemeler ve KOBİ’lere kredi verilmesi gibi alanlar üzerinden yürütülmektedir. BigTech platformlarının çoğunluğu ana iş kolları olan çevrimiçi reklam hizmetleri ve e-ticaret hizmetlerini kolaylaştırmak için elektronik ve mobil ödeme sistemlerini kurmuşlardır (Frost vd., 2019). Ödemeler alanında Çin’in pazarda en büyük oyuncu olduğu ve BigTech platformları tarafından oluşturulan mobil ödemelerin 2017 yılında 14,5 trilyon Yuan’a ulaştığı görülmektedir ki bu istatistik 2017 yılı itibarıyla Çin’in gayri safi yıllık gelirinin (GDPR) %16’sını oluşturmaktadır (Frost vd., 2019). ABD, Hindistan ve Brezilya Çin’i mesafeli bir şekilde takip etmekte ve bu ülkelerdeki BigTech platformlarının oluşturduğu mobil ödeme ekosistemi gayri safi yıllık gelirlerinin %0,3 ilâ %0,6’sını oluşturmaktadır (Frost vd., 2019).

ABD, Avrupa Birliği, Kore ve hatta Türkiye gibi bankacılık sisteminin oldukça sağlam olduğu ve banka merkezli uygulamaların halk arasında kullanımının yaygın olduğu lkelerde Google Pay, Apple Pay (Türkiye’de mevcut değil), Amazon Pay ve Samsung pay gibi BigTech tabanlı mobil ödeme platformları üzerinden gerçekleştirilen ödeme işlemleri bahsi geçen ülkelerin ödeme altyapıları (payment rails, payment networks) tarafından sağlanmaktadır. Türkiye’den örnek vermek gerekirse; Türkiye’de faaliyette bulunan FinTech ve BigTech platformlarının mobil ödeme sistemleri aracılığıyla gerçekleştirdikleri tüm işlemler Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nın (TCMB) deme sistemleri aracılığıyla gerçekleştirilmekte olup EFT, FAST, Takasbank, BKM ve SWIFT altyapıları yaygın olarak kullanılmaktadır. Türkiye’de bankacılık sektörünün yoğun regüle edilmiş bir sektör oluşu, bankaların iç sistemlerinin iç kontrol ve iç denetim faaliyetleri aracılığıyla kuvvetlendirilmiş olması, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu’nun (BDDK) sıkı gözetimi ve bankacılık mobil ödeme uygulamalarına ilişkin dijital okuryazarlığın yüksek oluşu gibi çeşitli faktörler nedeniyle BigTech platformları demeler alanında faaliyette bulunmaları gerektiği zaman bu altyapıyı kullanmak durumunda olmuşlardır. 6493 sayılı ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, deme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun, TCMB’nin demeler alanındaki asli düzenleyici olarak rolü, TCMB ve BDDK tarafından yürütülen ikincil mevzuat çalışmaları gibi düzenleyici etkenlerle birlikte Türkiye’de faaliyette bulunacak BigTech ve FinTech platformlarının elektronik ödeme sistemleri oluşturmak istemeleri durumunda kullanacakları altyapı, sermaye yeterlilikleri ve lisanslama süreçleri gibi birtakım konularda kanuni yükümlülükleri bulunmaktadır. Örneğin; Türkiye’de faaliyet ve kuruluş izni alan bir banka her halükârda TCMB’nin EFT deme sistemine bütünleşmiş bir şekilde faaliyetini yürütmesi gerekir. Aynı şekilde sermaye piyasaları alanında aracılık işlemi gerçekleştirecek portföy yönetim şirketleri ve bankalar için Takasbank sistemine entegrasyon gerekmektedir.

Mevcut deme altyapılarının kullanılmasının sebebi kredi kartlarının ve banka hesaplarının nüfus içindeki yaygınlığı ve ülkedeki gelişmiş ödeme altyapılarının geniş ağ etkilerinden yararlanılmak istenmesiyle açıklanmaktadır (Frost vd., 2019). Frost ve diğerlerine göre (2019) BigTech platformları genellikle yerleşik mobil ödeme hizmeti sağlayıcılardan daha düşük ücretler talep etmektedir. Daha düşük marjlarla çalışılsa bile BigTech platformları tarafından verilen ödeme hizmetleri ana iş kollarındaki faaliyetleri açısından “tamamlayıcı” nitelikte olabilmekte ve diğer iş kollarındaki faaliyetlerinden elde ettikleri gelirle sbvance edilmektedir.

BigTech platformlarının finansal hizmetler alanındaki faaliyetlerinin elektronik ve mobil ödeme faaliyetleri aracılığıyla başladığı bilinmekle beraber süratli bir şekilde KOBİ'lere kredi verilmesi, sigorta aracılığı ve yatırım ürünlerinin sağlanması gibi hizmetlerle genişlemektedir. BigTech'lerin sahip oldukları geniş ağ etkileri ve yüksek teknolojileri sayesinde finansal hizmetler alanında sundukları hizmetler birbirini tamamlamaktadır. Ağ etkileri özellikle çok taraflı pazar yerlerinde (multi-sided markets) oldukça kuvvetli olmaktadır. Çok taraflı pazar yerlerinde hem aynı taraflar hem de çapraz nitelikteki taraflar bulunmaktadır. Çok taraflı pazar yerleri, birbirine ihtiyaç duyan farklı tüketici gruplarına ortak bir buluşma merkezi sağlanması ve iki farklı tüketici grubunun üyeleri arasındaki etkileşimin kolaylaştırılması olarak oldukça geniş bir şekilde tanımlanmaktadır (Yiğit, 2022). Çok taraflı bir pazar yerinden bahsedilebilmesi için;

- *İki veya daha fazla tüketici grubunun varlığı,*
- *Bu tüketici grubu arasındaki ilişkiden kaynaklı dışsallık bulunması (dışsallık, bir ekonomik faaliyetin tarafı olmayan gerçek ve/veya tüzel kişilerin bu faaliyetten hareketle fiyat mekanizmasının dışında bir fayda ya da zarar görmesi)*
- *Dışsallıkların içselleştirilmesi için bir aracının gerekliliği gereklidir (Yiğit, 2022).*

Çok taraflı pazarlara kredi kartı sahibi ve üye iş yeri olarak 2 tarafın bulunduğu, işlemlerin kredi kartı kullanılmak suretiyle gerçekleştirildiği ödeme sistemleri; medya sektörü özelinde gazeteler ve televizyon kanallarının pek çok tüketici kesimini bir araya getirmesi örnek olarak verilmektedir (Yiğit, 2022). Çevrimiçi reklamcılık hizmetlerinin verildiği dijital pazarlar da geniş ağ etkilerine sahip pek çok ürünü içinde barındırması nedeniyle çok taraflı pazarlardan kabul edilmektedir. Meta, WhatsApp ve Telegram gibi platformlar da sosyal medya mecraları olarak çok taraflı platformlara örnek gösterilebilir.

Çok taraflı pazarlara/platformlara yönelik tanımlar arasında yerleşik bir kanaate varılmadığı bilinse de çok taraflı pazarların özellikle BigTech platformları açısından önemli sonuçları olmaktadır. Örnek vermek gerekirse, çok taraflı pazar yerlerinden birinde (ör: çevrimiçi reklamcılık, sosyal medya mecrası vb.) rekabet eden bir BigTech platformunun ağ dışsallıklarından (network externalities) faydalanmak suretiyle FinTech ve InsurTech gibi yenilikçi girişimlerin pazara girişi önüne engeller koyarak kendi pazar payını korumaya yönelik

bir davranış sergileyebilir. Tam da bu noktada rekabet hukuku anlamında sorunlar ortaya çıkmaktadır.

Finans sektörü özelinde yaşanan bu değişim başka rekabet otoriteleri olmak üzere sektördeki tüm paydaşları ilgilendirmeye başlamaktadır. Başta rekabetçi baskıları azaltmak için sektörde yerleşik olan aktörler tarafından rekabete aykırı anlaşmalar yoluyla pazara yeni giren aktörlerin zorunlu nitelikteki altyapılara erişimini kısıtlamaya ve/veya engellemeye yönelik dışlayıcı davranışlar (abusive exclusionary conduct by dominant undertakings) rekabet hukuku anlamında ihlâlâle yol açmaktadır. Buna ek olarak; Amazon, Google, Apple, Meta ve Microsoft gibi büyük ölçekli teknoloji devlerinin birden fazla pazarda elde ettikleri pazar gücünü, şebeke ve ağ etkilerinden faydalanarak finansal hizmetler pazarına aktarmaları sonucu oluşabilecek rekabet ihlâlleri de dünyadaki rekabet politikalarından sorumlu denetleyici ve düzenleyici otoritelerin dikkatini çekmektedir (Dal, 2020). Finansal hizmetler sektöründeki yerleşik aktörlerin anlaşma ve/veya uyumlu eylemler yoluyla rekabet ortamının bozulmasına ve teknolojik girişimlerin kısıtlanmasına yönelik davranışları ve ortak platformlar aracılığıyla yürütülen gelecekteki belirsizliği ortadan kaldıracak nitelikteki geleceğe dair bilgi değişimleri, rekabetin engellenmesi ve kısıtlanması amacını taşıyan birleşme ve/veya devralmalar gibi durumlar da rekabet hukukunun işletilmesinden ve adil rekabet ortamının tesis edilmesinden sorumlu olan denetleyici ve düzenleyici rekabet otoritelerinin gündemini oldukça meşgul etmektedir (Dal, 2020). Finansal hizmetler sektöründeki yerleşik aktörlerin anlaşma ve/veya uyumlu eylemler yoluyla rekabet ortamının bozulmasına ve teknolojik girişimlerin kısıtlanmasına yönelik davranışlara örnek vermek gerekirse, çalışmanın başlarında FinTech ve InsurTech kısımlarında belirtildiği gibi finansal hizmetler pazarına yeni girecek FinTech girişimlerinin, aynı zamanda birden fazla pazarda (örneğin hem sosyal mecralar pazarın da hem de çevrimiçi reklamcılık pazarında rekabet eden bir teşebbüs) faaliyet gösteren ve her iki pazarda da hâkim durumda olan büyük bir teknoloji şirketinin, kendi pazar gücünü korumak ve piyasadaki hâkimiyetini kaybetmemek amacıyla kendi ağ ve şebeke gücünü kullanarak FinTech girişiminin pazara girişini engelleyici nitelikte davranışlar sergilemesi hâkim durumun kötüye kullanılması (abuse of dominant position) niteliğinde olabilmektedir. Böylece teşebbüsün ilgili davranışları rekabet otoritelerinin dikkatini çekmekte ve idari pazara cezası ve/veya otorite tarafından düzeltici eylemlerin talep edilmesi gibi idari kararlarla sonuçlanabilmektedir. Rekabet otoriteleri bu gibi durumlarda finansal hizmetler sektöründe adil rekabet ortamının tesis edilmesi ve aynı zamanda teknolojik girişimlerin teşvik edilmesi amacıyla salt cezalandırıcı bir anlayış benimsememekte, sektördeki rekabet hukuku sorunlarını kalıcı bir

şekilde düzeltme gayesiyle hareket ederek rekabetçi piyasa yanlısı politikalar oluşturmaya gayret etmektedir.

Küresel ölçekte finansal hizmetler pazarında rekabet ortamını teşvik etmek ve banka dışı aktörlerin finansal hizmetler sektöründe faaliyette bulunmasına imkân tanıyan PSD1 ve PSD2 gibi regülasyon örnekleri BigTech platformlarının özellikle elektronik ödeme hizmetleri pazarına girişini kolaylaştırmıştır (Rekabet Kurumu, 2021). Burada üzerinde durulması gerekli olan konu BigTech platformlarının sahip olduğu ölçek ekonomisi ve aynı zamanda pek çok pazarda hâkim durumda olmaları sebebiyle girdikleri sektörlerde rekabet ortamını yıkıcı bir etki/çıktı oluşturma ihtimâlleridir. Nitekim Türk rekabet otoritesi dahil küresel ölçekteki tüm rekabet otoriteleri küçük girişimlerin ve inovatif platformların sektörlere girişi önündeki engellerin aşılması üzerine politikalar geliştirmektedir. Bu kapsamda inovatif FinTech girişimlerinin pazara girişi önünde engel oluşturabilecek hâkim durumdaki herhangi bir teşebbüsün rekabete aykırı anlaşma ve/veya uyumlu eylemleri cezalandırılmakta ve aynı zamanda bu teşebbüslerin herhangi bir anlaşma niteliğinde olmayan tek taraflı davranışları da rekabet otoritelerinin yerinde inceleme ve soruşturma kapsamına alınmaktadır. Bahsedildiği üzere BigTech platformlarının hâlihazırda birden fazla pazarda (ör; çevrimiçi reklamcılık, e-ticaret, sosyal mecralar vb.) hâkim durumda olmaları sebebiyle Rekabet Kurumu'nun soruşturma ve yerinde incelemelerine maruz kalmaktadırlar (Rekabet Kurumu, 2021). BigTech platformlarının sahip olduğu ölçek ekonomisi, geniş ağ yapısı ve veri sahipliği çalışmanın başlarında açıklandığı üzere rekabetçi endişeler doğurmakta ve bu endişeler BigTech platformlarının sahip olduğu veri kabiliyetleri ve ağ yapıları nedeniyle rekabet otoriteleri tarafından daha sert bir şekilde yaptırıma tâbi tutulmaktadır.

BigTech platformlarının pazara giriş yöntemleri çeşitlilik göstermektedir. Rekabet Kurumu'nun ödeme hizmetlerindeki finansal teknolojiler konulu raporuna göre (2021); Apple, finansal hizmetler sektöründe faal bir şekilde olan yerleşik oyuncularla iş birliğini geliştirerek Apple Pay ve Apple Wallet gibi çözümler oluşturmuştur. Meta ise bağımsız bir aktör olarak geliştirdiği kendi FinTech platformuyla sanal varlıklarını geliştirmiştir. Böylece birtakım BigTech platformları bir aracı kurum olarak tüketici ile hizmet sağlayıcı arasındaki işlemleri gerçekleştirirken bir yandan da sanal varlıklar oluşturarak doğrudan tüketicilere hizmet sunmaktadırlar (Rekabet Kurumu, 2021). Yine de bahsedilen hizmet türlerinin küresel ölçekte çok ciddi bir pazar payına sahip olmadığını belirtmekte fayda vardır. Çalışmanın ilk kısımlarında belirtildiği üzere FinTech ve BigTech girişimlerinin finansal hizmetler

sektöründeki payı bankalara kıyasla görece düşük kalmaktadır. Bunun tek istisnası çalışmanın ilgili kısmında belirtildiği üzere Çin pazarıdır. Rekabet Kurumu’nun raporu uyarınca (2021) Çin pazarında mobil/elektronik ödemelerin son derece popüler olduğu ve Çin’in GSYH tutarının %16’sına ulaştığı söylenmektedir. Çin’in küresel rakipleriyle kıyaslandığı zaman oldukça istisnai bir konumda olduğu ve teknolojik inovasyonun halk arasında benimsenmesi noktasında epey önde olduğu düşünülmektedir. Çalışmanın ana odak konusu AB, ABD ve Türkiye uygulamaları ekseninde geliştiği için Çin pazarındaki rekabetçi endişelere değinilmeyecektir. Keza Çin’in hukuk sistemi ne Anglo Sakson hukukunu geliştiren İngiltere ve ABD’ye ne de Kıta Avrupası hukukunu iktibas eden AB ülkelerine benzemektedir. Dolayısıyla Çin pazarındaki rekabetçi endişeler çalışmamızın kapsamı dışında olup yalnızca Çin’in FinTech noktasında daha olgun bir seviyede olduğunun belirtilmesiyle yetinilecektir.

1.3. Açık Bankacılık ve Veri Paylaşımına İlişkin Çerçeve

1.3.1. Açık bankacılık

Açık bankacılık (open banking); dar anlamda üçüncü taraf niteliğindeki hizmet sağlayıcıların, müşterilerin rızası hilâfına bankalardaki finansal nitelikteki verilerine erişerek işlem gerçekleştirebilmesine yarayan güvenli bir finansal hizmet olarak ortaya çıkmaktadır (Rekabet Kurumu, 2021). Açık bankacılık, kavramsal olarak geleneksel bankaların ve finansal hizmetler sektöründeki geleneksel oyuncuların müşterilerin izni dâhilinde üçüncü taraf hizmet sağlayıcı olan FinTech girişimleriyle paylaşıldığı bir hizmet türünün adıdır (Yallı, 2024). Açık bankacılık rejiminin felsefesinde finansal hizmetler sektöründeki geleneksel bankacılığın rolünü dijital bir dönüşüm yoluyla tüketici refahı endeksli geliştirmek ve böylece bankacılık sektörünün tekeli kırarak tüketicilerin (müşterilerin) hayatını kolaylaştırmaktır (PricewaterhouseCoopers, 2022). Açık bankacılık bu yönüyle sosyal refaha da hizmet ettiği belirtilen ve temelde tüketici (müşteri) refahını merkeze koyan bir yapının ürünü olarak gelişim göstermektedir. Açık bankacılık ile hedeflenen “verilerin demokratikleştirilmesi” sloganı altında bankacılık faaliyetlerinin geleneksel yapının tekelinden kurtularak şeffaflaştırılması olmaktadır.

Normal şartlarda tüketici tek bir bankayla çalışmamaktadır. Bankaların müşteriye teklif sunduğu faiz oranları, masraf ve komisyon tutarları, çalışanların maaş hesapları gibi pek çok aktör müşterilerin banka tercihlerini etkileyerek kimi zaman birden fazla banka hesabı

kullanmalarına yol açmaktadır. Tüketiciler böylece finansal hizmetler alanında ihtiyaç duydukları işlemleri gerçekleştirmek adına birden fazla banka hesabını kullanmak durumunda kalmaktadırlar. Finansal okuryazarlığı ve dijital okuryazarlığı düşük tüketicilerin birden fazla banka hesabı ile işlem gerçekleştirmek durumunda olmaları tüketici refahını olumsuz etkileyerek kimi zaman suistimal, dolandırıcılık gibi sorunlara neden olmaktadır. Hatta tüketici kendi kastı olmasa bile karmaşık işlemleri yönetmekte zorlanarak yanlışlıkla yaptığı tercihler nedeniyle kendi kendini de maddi kayba yol uğratabilmektedir. Geleneksel bankacılık sisteminin kişisel finans yönündeki problemlere ek olarak, bankalar mevcut geleneksel modellerle tekel konumlarını koruyarak tüketicileri belirli iktisadi ve sosyal parametrelerle oluşturulmuş faiz ve fiyatlandırma politikaları yoluyla bir bakıma kendilerine bağlayarak başka alternatif oluşmasının önüne geçmektedirler. Geçmişte Rekabet Kurumu'nun bankacılık sektörüne ilişkin gerçekleştirmiş olduğu soruşturmalarda özellikle bankaların hâkim durumda olmaları ve tüketiciye sundukları faiz oranı gibi hizmetlere ilişkin rekabete duyarlı bilgi değişimi yoluyla haksız menfaat elde ettikleri uygulamalar görülmüştür. Her ne kadar bankacılık sektörü yoğun ve sıkı regüle edilmiş bir sektör olarak gerçekten de iyi yapılandırılmış bir iç kontrol sistemine sahip olsa da bankaların doğaları gereği sahip oldukları tekel gücü özellikle rekabete duyarlı bilgi değişimi gibi rekabetçi endişeler konusunda tüketici refahı üzerinde olumsuz bir etki oluşturabilmektedir.

Açık bankacılık ile beraber bankaların tekelinde olan finansal nitelikteki müşteri verileri üçüncü taraf hizmet sağlayıcı konumundaki olan FinTech girişimlerine tüketicilerin (müşterilerin) izni dâhilinde API'ler aracılığıyla paylaşarak müşteriler yalnızca tek bir FinTech platformu üzerinden kendisi için en uygun olan bankayı diğer bankalarla mukayese edip işlemlerini gerçekleştirme olanağını elde etmektedirler (Yallı, 2024). Bankacılık sektöründeki geleneksel aktörler yıllarca mevduat hesabı yönetimi, kredi sunulması, tüketicilerin kendi aralarındaki ödemelere aracılık ve fatura ödenmesi gibi hizmetleri kendi kanalları üzerinden müşterilerine sunmuşlardır (Çelik, 2022). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte internet bankacılığı ve mobil bankacılık kavramları ortaya çıkmış ve geleneksel bankalar bu teknolojilerden istifade ederek yukarıda bahsetmiş olduğumuz hizmetleri bu vasıtalar aracılığıyla müşterilerine sunmaya başlamıştır. Hatta kimi bankalar fiziki şubelerini ve çalışan sayılarını minimize ederek mobil bankacılığı ve internet bankacılığını teşvik ederek dijitalleşme sürecini hızlandırmışlardır. Açık bankacılığın temelinde de burada bahsedilen hizmetlerin aynı zamanda üçüncü taraf hizmet sağlayıcısı niteliğindeki FinTech girişimleriyle paylaşılmasıdır. Örnek vermek gerekirse, tüketicilerin yoğun bir şekilde kullandığı mobil kahve uygulaması

sayesinde banka hesap cüzdanına ulaşarak aplikasyon üzerinden ödeme gerçekleştirilebilmektedir (Çelik, 2022). Mobil aplikasyon bir cüzdan gibi kullanılarak içerisine para yüklenebilmektedir. Hesap bakiyesi görüntülenebilmekte ve ödeme gerçekleştirilebilmektedir. Bu gibi özellikler açık bankacılık uygulamalarında güncel olarak yer almakta olup tüketicilerin mobil aplikasyon vasıtasıyla normal şartlarda banka ve kredi kartı üzerinden gerçekleştirebilecekleri ödemelere kıyasla daha az maliyet ve dijital bir şekilde işlemlerini gerçekleştirmelerine olanak tanımaktadır.

Açık bankacılık rejiminin pek çok avantajı bir arada getirdiği bilinmektedir. Kullanıcılar bankalar ve FinTech girişimleri arasında artan rekabet sebebiyle ürün ve hizmetlere daha düşük maliyetle ve daha süratli bir şekilde erişme imkânına sahip olmaktadır. Bu durum bankalar için bir pazar kaybı gibi görülse de aslında durum çok daha farklıdır. Nitekim geleneksel bankaların sektördeki gücü ve dijitalleşme sürecini benimsemiş olmaları sebebiyle FinTech girişimlerinin ödeme hizmetleri alanında açık bankacılık çözümleri geliştirmiş olmaları bir bakıma finansal hizmetler sektöründe geleneksel oyuncular ve yeni aktörler arasında uyumlu bir iş birliği geliştirilmesinin önünü açacaktır (Çelik, 2022). Bankalar FinTech çözümlerini kendi geleneksel hizmetlerine entegre etme imkânının elde ederken FinTech aktörleri ise kendilerini geleneksel bankacılığın vermiş olduğu temel hizmetlerle bütünleştirerek müşteri bağlılığını ve müşteri memnuniyetini artıracaktır.

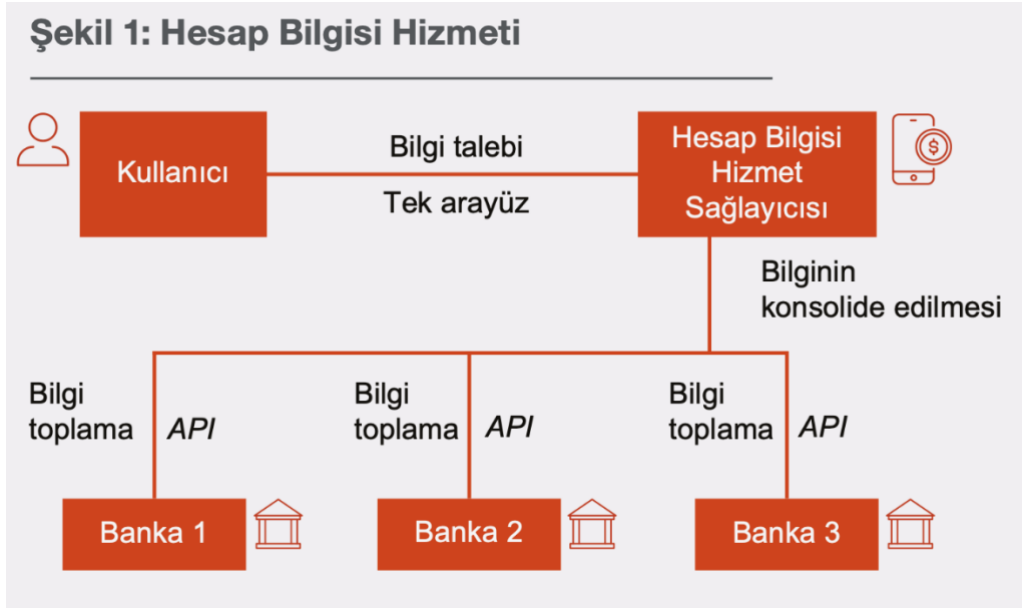
Açık bankacılık faaliyetlerinin geleneksel bankacılık sektöründe oluşturmakta olduğu çıktı büyük oranda verilerin demokratikleşmesi olarak ifade edilen şeffaflaşma sürecine ilişkin olacaktır. Verilerin demokratikleşmesiyle beraber geleneksel banka aktörleri artık daha fazla şeffaf bir kurumsal yönetim yapısına sahip olmak zorunda kalacaklardır. Bu zorunluluk bankaların uyguladığı bütün tarifelerde rekabetçiliği beraberinde getirecek ve rekabetçi piyasalarda görülen son kullanıcı faydası böylece maksimize edilecektir (Yallı, 2024).

Açık bankacılık faaliyetlerinin makro amaçları PwC raporunda aşağıdaki gibi açıklanmıştır (2022):

- *Yeni ve finansal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi,*
- *Finansal hizmetler alanında şeffaflığın ve rekabet ortamının tesis edilmesi,*
- *Tüketiciler için finansal hayatın kolay hâle getirilmesi,*
- *Finansal kapsayıcılığın artırılması,*

- *Müşteri memnuniyetinin artırılması.*

PwC raporunda (2022) açık bankacılığın işlevsel fonksiyonu açıklanırken API'lere detaylı bir şekilde değinilmiştir. Nitekim açık bankacılık faaliyetlerinin uygulanabilmesi API olarak ifade edilen “Application Programming Interface” yani “Uygulama Programlama Arayüzü” sayesinde mümkün olmaktadır. API olarak bahsedilen yazılım iki uygulamanın birbirleriyle iletişim kurmasına yarayan bir yazılım olarak ifade edilmektedir (PricewaterhouseCoopers, 2022).



Kaynak: PricewaterhouseCoopers, 2022

Şekil 1’de görüldüğü gibi hizmet sağlayıcı kuruluş tarafından kullanıcıya ait finansal nitelikteki verilerin birleştirilmesi (bilginin konsolide edilmesi) bankalardan API aracılığıyla veri toplanması şeklinde gerçekleştirilmektedir. Aslında açık bankacılık faaliyetlerinin kullanıcılara sunulabilmesi için ihtiyaç duyulan güvenli ortamı API yazılımı gibi güvenli arayüzleri sayesinde sağlanmaya çalışılmaktadır.

Açık bankacılık rejiminin küresel anlamda düzenlendiği AB direktifi olan 2015/2366 sayılı Avrupa Birliği Ödeme Hizmetleri Direktifi (PSD2) açık bankacılık çerçevesinde geleneksel bankacılık aktörleri tarafından üçüncü taraf niteliğindeki hizmet sağlayıcılara sağlanacak veri erişiminin API’ler gibi güvenli ve verilerin korunması amacına hizmet eden bir arayüz aracılığıyla gerçekleştirilmesine ilişkin hükümler getirmiştir. Hem küresel ölçekte hem de Avrupa Birliği’nde açık bankacılık rejimine ilişkin ilk yasal düzenleme de PSD2 direktifi

olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de ise 1 Temmuz 2020 yılında yürürlüğe giren ve BDDK tarafından düzenlenen Bankaların Bilgi Sistemleri ve Elektronik Bankacılık Hizmetleri Hakkında Yönetmelik açık bankacılık hizmetleri Türk mevzuatında ilk kez tanımlanmıştır. İlgili yönetmeliğin üçüncü maddesinin birinci fıkrasının a) bendi kapsamında açık bankacılık hizmetleri aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

“Müşterilerin ya da müşteriler adına hareket eden tarafların API, web servis, dosya transfer protokolü gibi yöntemlerle bankanın sunduğu finansal servislere uzaktan erişerek bankacılık işlemlerini gerçekleştirebildikleri veya gerçekleştirilmesi için bankaya talimat verebildikleri elektronik dağıtım kanalı”

Açık bankacılık hizmetlerinin verilmesi için tüketiciden alınması gereken rıza ise aynı yönetmeliğin b) bendinde *“belirli bir konuya ilişkin bilgilendirilmeye dayanan ve özgür iradeyle açıklanan rıza”* olarak açıklanmıştır. Yönetmeliğin kırk birinci maddesinin birinci fıkrasında açık bankacılık hizmetlerinin uygulanması esnasında müşteri veya müşteri adına hareket eden üçüncü taraf hizmet sağlayıcı ile banka arasındaki iletişimin uçtan uca güvenli bir şekilde gerçekleştirilmesi ve banka tarafından ilave kontroller uygulanması gerektiği belirtilmiştir. Aynı maddenin ikinci fıkrasında ise açık bankacılık hizmetleri ile ilgili sunulabilecek hizmetler ve bu hizmetlere ilişkin usul ve esaslara BDDK’nın karar vereceği belirtilmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti’nin On Birinci Kalkınma Planı’nda *“Açık bankacılık hukuki altyapısını güçlendirmek amacıyla AB Ödeme Hizmetleri Direktifi 2 (PSD2) ile mevzuat uyumu sağlanacaktır”* ifadesiyle BDDK’nın 2020 yılında yayınladığı yönetmeliğin temeli atılmıştır. Hemen akabinde bir yılın ardından açık bankacılık tanımı ve açık bankacılık hizmetlerine ilişkin düzenlemeler Türk hukuk sistemine entegre edilmiştir. Türk hukuk sisteminin AB hukukuna uyum sürecinde ve yerli inovatif girişim altyapısının geliştirilmesi amacıyla PSD2 direktifinin karşılığı olarak açık bankacılık hizmetleri hem finans dünyasına hem de hukuk dünyasına eklenmiş olup gelecekte yapılacak düzenlemelerle FinTech ekosisteminin kuvvetlendirilmesi ve bu ekosisteme ilişkin yasal mevzuat altyapısının oluşturulması amaçlanmaktadır.

Nitekim çalışmanın ilerleyen bölümlerinde görüleceği üzere finansal hizmetler alanının dijitalleşmesi çerçevesinde ortaya çıkan rekabetçi endişelerin giderilmesi ve bu endişelere ilişkin politikalar oluşturulması noktasında verilerin demokratikleştirilmesi ve API çözümleri

meselelerinin rekabet hukuku anlamında bir fırsat olarak değerlendirilmesine ilişkin tartışmalara yer verilecektir. FinTech ekosistemi rekabet ortamına hem fırsat hem de tehditler getirmekle birlikte yeni teknolojik girişimlerin pazara girişinin desteklenmesi ve rekabet ortamının tesis edilmesi her halükârda tüketici refahına olumlu yansıtacak olup tüketicilerin satın aldıkları ürün ve hizmetlerin kalitesini artıracak ve maliyetini düşürecektir. Dolayısıyla rekabetçi bir pazar tüm paydaşlar için olumlu sonuçlar doğuracaktır.

1.3.2. Açık bankacılığın ötesi: Platform bankacılığı (banking as A platform – BAAP) ve hizmet bankacılığı (banking as a service – BAAS)

Platform olarak bankacılık veya platform bankacılığı (kimi literatürde ise pazaryeri bankacılığı) açık bankacılık hizmetlerinin imkânlarından faydalanılarak bankaların geleneksel finansal hizmetlerin ötesine geçerek daha iyi bir kullanıcı deneyimi sunmak maksadıyla sundukları ürün ve/veya hizmetleri üçüncü taraf hizmet sağlayıcı olan FinTech girişimleriyle bütünleşmiş bir şekilde müşterilerine sundukları hizmet türüdür. Platform bankacılığı (BAAS) iş modelinde bankaların kendi dağıtım kanalları olan şubeler, ATM’ler ve mobil bankacılıkta sundukları ürün ve/veya hizmetleri sunarken aynı zamanda anlaşma içinde oldukları diğer firmaların hizmetlerini de sunabildikleri bir iş modeli olarak ortaya çıkmaktadır (Yallı, 2024).

BAAP yani platform veya pazaryeri bankacılığı hizmetinin tam tersi niteliğinde olan BAAS (Banking As a Service), diğer adıyla hizmet olarak bankacılık servislerinde banka markası FinTech markalarının gerisine kalmakta ve bankalar sundukları geleneksel hizmetleri, kendi bankacılık altyapısını ve lisansını FinTech girişimlerine API’ler vasıtasıyla sunmaktadır. Böylece bahsi geçen FinTech iş ortakları kendi markaları öne çıkacak şekilde hesap açma, ödeme yapma ve kart hizmeti gibi bankacılık hizmetlerini sunabilir hâle gelmektedir. Burada bankalar açısından olumlu nokta ise normal şartlarda bankaların dağıtım kanalları dışında kalan platformlar vasıtasıyla müşterilere ulaşarak geleneksel bankacılık hizmetlerini sunabilmesidir (Yallı, 2024). BAAS yani hizmet olarak bankacılıkta dağıtım kanallarının sahibi banka olmak zorunda değildir. Bir e-ticaret platformunun müşterilere “alışveriş kredisi” ve “cüzdan hizmeti” (wallet service) servislerini geleneksel bir bankacılık altyapısı ile birlikte sunabiliyor oluşu BAAS iş modeline yani hizmet bankacılığına örnek olarak verilebilir. BAAS yani hizmet olarak bankacılık iş modeliyle birlikte e-ticaret platformu olan bir FinTech girişiminin kendi mobil uygulaması üzerinden yapılan alışveriş hizmetinin, banka ile FinTech arasında yapılan BAAS anlaşması yoluyla müşterinin mobil uygulamadan ayrılmadan bankacılığın sunduğu altyapıyla

kredi kullanması mümkün olmaktadır (Yallı, 2024). Buradaki örnekte banka geri planda altyapısını sunuyorken FinTech girişimi ise ön planda marka görünürlüğüyle işlem gerçekleştirmektedir.

BAAS yani hizmet olarak bankacılık iş modeli Türkiye’de aşağıdaki yönetmeliklerin etkisi altında gelişmektedir (Yallı, 2024):

- 05.03.2020 tarihli ve 31069 sayılı Bankaların Bilgi Sistemleri ve Elektronik Bankacılık Hizmetleri Hakkında Yönetmelik (kısaca Bilgi Sistemleri Hakkında Yönetmelik)
- 01.01.2022 tarihinde yürürlüğe giren Dijital Bankaların Faaliyet Esasları ile Servis Modeli Bankacılığı Hakkında Yönetmelik (hizmet olarak bankacılığı ilgilendiren en önemli yönetmelik olarak düşünülebilir)
- 05.11.2011 tarihli ve 28106 sayılı Bankaların Destek Hizmeti Almalarına İlişkin Yönetmelik
- 04.06.2021 tarihli ve 31501 sayılı Sır Niteliğindeki Bilgilerin Paylaşılması Hakkında Yönetmelik (kısaca Sır Yönetmeliği)
- 01.04.2021 tarihli ve 31441 sayılı Bankalarca Kullanılacak Uzaktan Kimlik Tespiti Yöntemlerine ve Elektronik Ortamda Sözleşme İlişkisinin Kurulmasına İlişkin Yönetmelik

Yukarıda bahsedilen yönetmelikler bankacılık sektörünü denetleyen ve düzenleyen BDDK’nın yetkisi dahilinde sürekli gelişmekte olup Türkiye Cumhuriyeti’nin Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından 12.03.2021 tarihli Ekonomi Reformları Eylem Planına ve Cumhurbaşkanlığının 2021 ikinci dönem 180 Günlük İcraat Programı Eylemleri’nde yer alan dijital bankacılık lisanslamalarına imkân sağlayacak işlemlerin hazırlanması planına dayanmaktadır. Bu eylemler için sorumlu kurum BDDK olarak belirlenmiş olup Türkiye’de açık bankacılık, BAAS (hizmet olarak bankacılık) ve BAAP (platform olarak bankacılık) gibi yeni alanlar sürekli gelişim içerisinde.

5411 sayılı Bankacılık Kanunu’na göre BDDK tarafından yetkilendirilen her bir banka servis bankası veya hizmet olarak bankacılık faaliyetlerinde bulunabilme kabiliyetine sahiptir. Dijital Bankaların Faaliyet Esasları ile Servis Modeli Bankacılığı Hakkında Yönetmelik’e göre BAAS niteliğindeki bir banka sadece yurtiçinde yerleşik olan arayüz sağlayıcı FinTech girişimlerine hizmet verebilmektedir. Arayüz sağlayıcı olarak hizmet verebilmenin şartları ise

aynı yönetmelikte, sermaye şirketi (anonim veya limited) şeklinde kurulmak ve Türkiye’de yerleşik tüzel kişi olmak şeklinde düzenlenmiştir. Türkiye’deki mevcut düzenlemeler ışığında mobil uygulama ve internet sitesi vasıtasıyla hizmet sunan pazaryerleri, e-ticaret şirketleri gibi FinTech girişimlerinin arayüz sağlayıcı olarak bankalarla BAAS niteliğindeki anlaşma yapmalarının önünde yasal bir engel bulunmamaktadır (Yallı, 2024).

Dijital Bankaların Faaliyet Esasları ile Servis Modeli Bankacılığı Hakkında Yönetmelik uyarınca hizmet olarak bankacılık veya BAAS modeli aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

“Arayüz sağlayıcıların sundukları arayüz yoluyla, müşterilerin servis bankalarının sistemleriyle doğrudan açık bankacılık servisleri aracılığıyla bağlantı kurarak servis bankası üzerinden bankacılık işlemlerini gerçekleştirebildikleri hizmet modeli”

BDDK tarafından çıkarılan yönetmelikle birlikte BAAS modelinde hem arayüz sağlayıcı hem de servis bankası (hizmet bankacısı) olarak iki aktörün düzenlendiği anlaşılmaktadır.

Türkiye’deki mevcut durumda bankalar hâlihazırda hizmet bankacılığı yani BAAS iş modelini benimsemiş olup BAAP yani platform bankacılığı olarak hizmet sunulan örneklerin oldukça sınırlı olduğu bilinmektedir (Yallı, 2024). 2025 yılı itibarıyla Türkiye’de BAAP iş modelini destekleyen doğrudan bir yasal düzenleme ne BDDK ne de herhangi bir denetleyici veya düzenleyici otorite tarafından yayımlanmamıştır. Açık bankacılık ve veri paylaşımına ilişkin TCMB tarafından çıkarılan yönetmelikler platform bankacılığını dolaylı olarak destekler nitelikte olsa bu alanın gelişimine doğrudan etki eden bir yasal düzenleme şu ana kadar hayata geçirilmemiştir.

2015 yılında AB genelinde başlatılan açık bankacılık, platform bankacılığı ve PSD2 (Payment Service Directive) gibi uygulamalar AB’nin ApplePay ve PayPal gibi büyük teknoloji şirketleriyle rekabet edebilmek amacıyla geliştirdiği çözümler olarak görülmektedir (Esen, 2022). Geleneksel bankacılık sektörünün ApplePay ve PayPal ile yeterince rekabet edemediğini düşünen AB politika yapıcıları, PSD2 gibi regülasyonları yürürlüğe sokarak AB’deki gelenekse bankaları bir bakıma rekabet etmeye ve teknolojik çözümler geliştirmesine zorlamıştır. AB’nin genel anlamda FinTech girişimlerine güvendiği ve sektörü dönüştürücü etkilerine inandığı bilinmektedir. AB FinTech ekosisteminin gelişimini destekleyen regülasyonları yürürlüğe koyarak bankaların tekel gücünü kırmak ve finansal hizmetler sektöründe rekabeti kızıştırarak tüketici refahı odaklı finansal çözümler ve yenilikler geliştirilmesini hedeflemektedir. Bu doğrultuda FinTech ve InsurTech gibi girişimlerin altyapıları şimdiden hazırlanmakta, rekabet

etme kapasiteleri geliştirilmekte ve pazara giriş yönündeki engelleri tek tek kaldırılmaya çalışılmaktadır. Çalışmanın ana konusu olan rekabet hukuku eksenli sorunlar da tam olarak burada ortaya çıkmaktadır. FinTech ekosisteminin güçlendirilmesi ve pazardaki rekabet ortamının tesis edilmesinde, rekabet hukuku eksenli ortaya çıkabilecek ihtilaf ve sorunların çözümü sürecinde de politika yapımcıların ve uygulayıcıların aşması gereken birtakım engeller ve fırsatlar bulunmaktadır.

1.4. Türkiye’de Dijital Finans Uygulamaları ve Kamu-Özel Sektör İş Birlikleri: TCMB, FAST, Açık Bankacılık ve TR Karekod Uygulamaları

FinTech teknolojilerinin bankaların çeşitli hizmetlerinden de faydalanmasıyla beraber geleneksel iş modellerini değiştirdiğinden çalışmanın ilgili kısımlarında bahsedilmiştir. Özellikle Kovid-19 sonrası gelişen süreçte, finansal teknolojiler alanında yaşanan gelişmeler dijital ödemeler konusunu gündeme getirmiş ve çevrimiçi platformlar üzerinden yapılan internet alışverişi hız kazanırken, bir yandan da nakit kullanımı azalmış ve dünyadaki merkez bankaları tarafından dijital paralara ilişkin bir ödeme rejimi tartışılır hâle gelmiştir. Dijital para denildiğinde akla ilk gelenlerin kripto paralar olduğu ifade edilmiştir. Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla beraber blokzinciri tabanlı kripto paralar, dünyadaki merkez bankaları tarafından çıkarılan Merkez Bankası Dijital Paraları (MBDP) gibi dijital para rejimlerinin gelişimiyle dijitalleşmenin yeni iş modelleri oluşturduğundan bahsedilmiştir. Finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde özellikle Bitcoin ve blokzinciri tabanlı kripto paralar, bu dijitalleşme sürecinin önemli oyuncularını olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kovid-19 sonrası süreçte finansal hizmetlerin dijitalleşmesi alanında gerçekleşen gelişmeler dijital paraların kullanımını artırmıştır. Özellikle dijital ödeme sistemlerinin kullanımı yaygınlaşmıştır. Nakit paranın dolaşımı azalmış ve çevrimiçi platformlar üzerinde gerçekleşen alışverişler artarak dijital ödemeler sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Merkez bankaları tarafından çıkarılan dijital para birimlerinin gündeme taşınmasıyla beraber finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde ödeme sistemleri belirgin bir şekilde ilgi görmeye başlamıştır.

Uluslararası Para Fonu (IMF) dijital paraları “Özel Dijital Paralar” ve “Merkez Bankası Dijital Paraları” şeklinde ikiye ayırmaktadır (Günel, 2022). MBDP olarak adlandırılan merkez bankaları tarafından çıkarılan dijital paralar, üzerinde çalışmaların hâlen devam ettiği para birimleri olup henüz piyasaya sürülmemiş proje aşamasındaki dijital paralardan sayılmaktadır.

Özel Dijital Paralar ise Bitcoin, Ethereum gibi kripto tabanlı paraları ifade etmektedir. Özel Dijital Paralar, blokzincir tabanlı kripto para birimlerini kapsadığı gibi özel şirketler tarafından çıkarılan dijital paraları da kapsamaktadır (Günel, 2022). PayPal, GooglePay, AliPay vb. çevrimiçi uygulamalar kanalıyla kullanılan özel nitelikli dijital para birimlerine örnek olarak verilebilir. Nitekim, dijital para, kavram olarak kapsayıcı bir çatı oluşturarak özel şirketler tarafından çıkarılan dijital ödemeler dahil olmak üzere tüm blokzinciri tabanlı kripto paraları ve dijital paraların tamamını kapsamaktadır. Günel’a göre (2022) BigTech şirketleri olarak belirtilen teknoloji devleri, dijital teknolojiler alanında yaşanan gelişmelerde büyük bir rol oynayarak başta ödeme hizmetleri olmak üzere kredi, sigorta hizmetleri ve dijital paralar dahil pek çok alanı etkilemektedir. Bitcoin gibi blokzinciri tabanlı kripto paralar nakit dolaşımın tamamen yerini almasa da finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde değişimin sinyallerini vermektedirler. Günümüzde fiziki bir ödeme cüzdanından ziyade mobil ödeme uygulamaları vasıtasıyla gerçekleştirilen ödemeler özellikle genç kuşak arasında daha yaygındır (Günel, 2022). Bir sonraki kuşak için dijitalleşme temelli değişimin etkileri daha sarsıcı olacaktır.

1.4.1. TCMB dijital para türk lirası projesi

Merkez bankaları, para istikrarının ve finansal istikrarın korunmasında hükümetler için önde gelen kurumlardan biri olmaktadır. Ödeme sistemini, finansal hizmetleri ve makro ekonomiyi dönüştüren asıl kurumların başına gelmektedirler. 2020 yılında yapılan G20 toplantıları kapsamında “sınır ötesi ödemelerde verimliliğin artırılması” hedefi uyarınca Financial Stability Board (FSB) tarafından Uluslararası Ödemeler Bankası’nın (Bank for International Settlements, BIS) görevlendirilmesiyle beraber merkez bankaları dijital para transferinin kolaylaştırılmasını hedefleyen projeler yürütmeye başlamıştır (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, 2023). BIS tarafından kurulan İnovasyon Merkezi ile pek çok uzman bir araya getirilerek FinTech, yenilikçi finans alanlarında uluslararası iş birliğinin teşvik edilmesi ve kamu – özel sektör arasındaki diyalogun geliştirilmesi amaçlanmıştır (Günel, 2022).

TCMB, 15 Eylül 2021 tarihli ve 2024/40 sayılı basın duyurusuyla beraber ASELSAN, HAVELSAN ve TÜBİTAK BİLGEM şirketleri ile ikili mutabakat zabıtları imzalayarak “Dijital Türk lirası İş Birliği Platformu”nu oluşturmuştur. TCMB’nin, güncel olarak dijital Türk lirasının tedavülüne ve ihracına yönelik bir nihai karar almamış olmakla beraber, dijital Türk lirasına ilişkin faz çalışmalarına devam edildiği ve 2023 yılı itibariyle Birinci Faz

Değerlendirme Raporu’nun yayımlandığı bilinmektedir. Dijital Türk Lirası Ar-Ge projesi kapsamında blokzincir teknolojisi ve anlık ödeme sistemleri ile entegrasyon başlıklarında testlerin yapılması planlanmaktadır. Birinci Faz Değerlendirme Raporu’nda (2023) merkez bankası dijital parasının tanımı aşağıdaki şekilde yapılmıştır:

“Dijital Türk lirası, Türk lirasının dijital biçimidir. Birimi, mevcut para formunda olduğu gibi Türk lirasıdır.”

Birinci Faz Değerlendirme Raporu’nda (2023), ödemelerin dijitalleşmesi sürecinin son aşaması olarak görülen Merkez Bankası Dijital Parası’nın (MBDP) “egemen bir ülkenin dijital para biçimi” olarak tanımlandığı belirtilmiştir. Dijital para biriminin bir kripto varlık olmadığı ve ülke parası olarak kullanılan banknotun dijital hâli olarak görüldüğü ifade edilmiştir.

1.4.2. TCMB ve ödeme sistemlerine ilişkin mevzuat

Merkez Bankası’nın kanun ile kendisine verilmiş yetkilerinden biri de ödeme sistemlerine ilişkin mevzuatın oluşturulması ve ödeme sistemlerinin işletilmesidir. 1211 sayılı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Kanunu’nun Temel Görevler ve Yetkiler başlıklı dördüncü maddesinin f) fıkrası kapsamında TCMB aşağıdaki gibi yetkilendirilmiştir:

“Türk lirasının hacim ve tedavülünü düzenlemek, ödeme ve menkul kıymet transferi ve mutabakat sistemleri kurmak, kurulmuş ve kurulacak sistemlerin kesintisiz işlemlerini ve gözetimini sağlamak ve gereken düzenlemeleri yapmak, ödemeler için elektronik ortam da dahil olmak üzere kullanılacak yöntemleri ve araçları belirlemek,”

Ödeme sistemi; 3 veya daha fazla katılımcı arasında transfer talimatlarından kaynaklanan fon aktarımlarının gerçekleştirilmesini sağlamak amacıyla gerçekleştirilen değiş-tokuş (takas) ve mutabakat işlemleri için gereken altyapıyı sunan sistemdir (Günel, 2022). Ödeme sistemlerinin etkin ve güvenli işleyişi, gelişmiş bir altyapıya sahip olması TCMB’nin sorumluluğunda olup ödeme sistemlerine ilişkin alanda teknik ve yasal düzenlemeler yapmaktadır. 1211 sayılı Kanun’un dördüncü maddesinde belirtildiği üzere TCMB; ödeme ve menkul kıymet transferinin güvenli işleyişi için ödeme ve menkul kıymet transferi ve mutabakat sistemi kurmak, kurulmuş sistemlerin işleyişi için denetimi sağlayacak düzenlemeleri hayta geçirmekle sorumlu kılınmıştır. Hâlihazırda TCMB bünyesinde faaliyet gösteren ödeme ve menkul kıymet transfer sistemleri EFT (Elektronik Fon Transferi) ve EMKT’dir (Elektronik Menkul Kıymet Transferi). EFT sistemiyle beraber Türk lirası üzerinden

gerçekleştirilen işlemler bankalar arasında elektronik ortam üzerinden gerçek zamanlı olarak gerçekleştirilmekte olup aynı zamanda bu işlemlerin gerçek zamanlı mutabakatı sağlanmaktadır. EMKT sistemi ile ise menkul kıymetlerin bankalar üzerinden aktarımı ve mutabakatı, elektronik ortam vasıtasıyla gerçek zamanlı olarak yapılmaktadır (Günel, 2022). TCMB, Kanun'un kendisine verdiği yetki ve sorumlulukla beraber EFT ve EMKT sistemlerinin işlemesinden birincil derecede sorumlu bulunmaktadır.

Ödeme hizmetlerine ilişkin asıl mevzuat, 23 Haziran 2013 tarih ve 28690 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun ile oluşturulmuş ve daha sonra kanuna paralel olarak ikincil düzenlemelere gidilmiştir. 1 Aralık 2021 tarih ve 31676 sayılı Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para İhracı ile Ödeme Hizmeti Sağlayıcıları Hakkında Yönetmelik çıkarılarak ödeme kuruluşları ve elektronik para kuruluşlarının yetkilendirilmesine yönelik usul ve esaslar TCMB tarafından tayin edilmiştir. Ödeme hizmetlerinin düzenlenmesine ilişkin TCMB'nin uygulamakta olduğu tüm mevzuat çalışmaları aşağıdaki gibidir:

- *Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun*
- *Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para İhracı ile Ödeme Hizmeti Sağlayıcıları Hakkında Yönetmelik*
- *Ödeme Hizmetlerinde TR Karekodun Üretilmesi ve Kullanılması Hakkında Yönetmelik*
- *Ödemelerde Kripto Varlıkların Kullanılmamasına Dair Yönetmelik*
- *Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşlarının Bilgi Sistemleri ile Ödeme Hizmeti Sağlayıcılarının Ödeme Hizmetleri Alanındaki Veri Paylaşım Servislerine İlişkin Tebliğ*

1.4.3. FAST sistemi ve TR karekod uygulaması

12 Kasım 2020 tarih ve 2020/67 sayılı Anlık Ödeme Sistemine İlişkin Basın Duyurusu ile kamuoyuna açıklanan FAST (Fonların Anlık ve Sürekli Transferi Sistemi) TCMB tarafından hayata geçirilen ödeme sistemi hizmetidir. FAST sistemi ile beraber farklı banka hesapları arasındaki para transferleri saniyeler içerisinde oldukça süratli bir şekilde gerçekleşmekte ve kullanıcılar 7 gün 24 saat FAST sistemindeki hizmete erişim sağlayabilmektedir. Günel'a göre (2022) FAST sisteminde Temmuz 2021 itibarıyla günlük ortalama 2 milyon kullanıcı anlık

ödemelerini gerçekleştirmektedir. FAST sisteminin alışveriş işlemlerinde nakit ödemesinin yerine ikame bir araç olarak kullanılması kapsamındaki çalışmaların TCMB ve BKM (Bankalararası Kart Merkezi) tarafından yürütüldüğü bilinmektedir. TR Karekod kullanılmasıyla beraber kullanıcılar alışverişlerinde işletme tarafından oluşturulan ödeme karekodunu mobil uygulama vasıtasıyla okutarak FAST sisteminin sağlamış olduğu altyapı ile birlikte anlık ödemelerini saniyeler içerisinde gerçekleştirebilecektir (Günel, 2022). TR Karekod kullanılmak suretiyle nakitsiz işlemlerin 10.000 Türk lirasına kadar tek seferde yapılmasına imkân tanınmıştır.

FAST ödeme sistemi; ödeme öncesinde alacaklının borçludan ödeme talep etmesi, borçlunun ise bu ödeme talebine yanıt vermesi şeklinde gelişmektedir. 2024 yılından itibaren bireysel kullanıcılar tarafından kullanılmakta olan FAST ödeme sistemi, 24 Ocak 2025'te TCMB'nin internet sitesinde yayımlanan basın duyurusuyla kurumsal kullanıcılar tarafından da kullanılabilir hâle gelmiştir. "FAST Ödeme İste Katman Servisi"nin yeni özelliklerinin hayata geçirilmesiyle birlikte FAST ödemeleri hem işletmeler (kurumsal kullanıcılar) arasında kullanılabilecek hem de işletmelerin bireysel kullanıcılarla gerçekleştirdikleri işlemlerde ödeme isteme talebinde bulunabilecekler. TCMB'nin internet sitesindeki basın duyurusuyla birlikte, 2024 yılı itibarıyla bankalar ile ödeme ve elektronik para kuruluşlarından oluşan FAST ekosistemdeki katılımcıların sayısının 42'ye çıktığı belirtilmiştir. TCMB'nin verilerine göre, FAST ödeme sisteminin oluşturulduğu ilk günden bu yana artan işlem hacminin 2024 Aralık ayı itibarıyla günde ortalama 13,8 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. Dijitalleşme hedefleri doğrultusunda ülke ekonomisine ve ödeme sistemlerine büyük katkı sunacağı düşünülen FAST sistemindeki gelişmelerin hızlanması ve dijital ödemelere ilişkin ekosistemin giderek büyümesi beklenmektedir.

TCMB, 21 Ağustos 2020 tarihinde ödemeler altyapısının gelişimini sağlamak amacıyla Türkiye'nin kendi ulusal karekod standartlarını oluşturduğunu açıklamıştır (Günel, 2022). Ödemelerde karekod kullanımının yaygınlaştırılması ve dijital ödeme sistemlerinin altyapısının geliştirilmesi amacıyla 21 Ağustos 2020 tarih ve 31220 sayılı Ödeme Hizmetlerinde TR Karekod'un Üretilmesi ve Kullanılması Hakkında Yönetmelik yayımlanmıştır. Ödemeler için standart bir karekod oluşturulması ve yenilikçi girişimleri destekleme amacını taşıyan ulusal karekod uygulamasıyla beraber farklı ödeme hizmeti sağlayıcılarının kullanıcılarına karekod ile ödeme yapmasına imkân tanınarak dijital ödemelerin KOBİ'ler dahil olmak üzere ülke genelinde teşvik edilmesi hedeflenmiştir. TR Karekod uygulamasıyla beraber dijital ödemeler

teşvik edilmiş, dijital ödemelerin güvenli ve süratli işlemleri sağlanmış ve nakit kullanımının azaltılması gibi konular teşvik edilerek perakende ödemelerde ortak bir dil oluşturularak finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecine katkıda bulunulmuştur.

1.4.4. Türkiye’de açık bankacılık uygulamaları

Türkiye’de açık bankacılık ekosistemi ve bu ekosisteme ilişkin yasal mevzuat, çalışmanın yukarıdaki kısımlarında detaylıca incelenmiştir. Ülkemizde ilk defa, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) tarafından 29 Aralık 2021 tarihli basın duyurusunda, şube olmaksızın yalnızca dijital kanallar aracılığıyla hizmet verecek olan bankaların ekosisteme girişi ve hizmet bankacılığı (BAAP) yoluyla FinTech girişimlerinin önünün açılması FinTech ekosisteminin ve açık bankacılık uygulamalarının Türkiye’de gelişimi açısından bir dönüm noktası olmuştur (Günel, 2022). Bankacılık ekosisteminde finansal inovasyonu ve FinTech girişimlerini teşvik etmek, pazardaki rekabeti artırmak, finansal kapsayıcılığı genişletmek ve açık bankacılık hizmetlerine dijital erişimi kolaylaştırmak amacıyla açık bankacılık rejiminin hukuki altyapısı oluşturulmuştur. Şubesiz bankacılık faaliyetlerinin önü açılmış ve FinTech girişimlerinin bankacılık ve sigortacılık hizmetlerinde gelişimini destekleyen hukuki ve idari düzenlemelerle birlikte ekosisteminin büyümesi hedeflenmektedir.

Dünya’daki örneklerin aksine Türkiye’nin açık bankacılık rejiminde henüz başlangıç safhasında olduğunu belirtmek gerekmektedir. Küresel ölçekte açık bankacılık rejiminin gelişiminde önemli bir payı olan PSD1 ve PSD2 direktifleri Türk hukuk sistemine yalnızca 2022 yılında BDDK’nın gerçekleştirdiği düzenleme ile iktibas edilmiş olup açık bankacılık ekosisteminin gelişimi anlamında Türkiye’nin ilerleme katetmesi için tıpkı Avrupa Birliği örneğinde olduğu gibi biraz zamana ihtiyaç duyulmaktadır (Şahin ve Cantürk, 2020).

6493 sayılı Kanun hazırlanırken ve ödeme sistemlerine ilişkin ikincil mevzuat çalışmaları dahilinde altyapı oluşturulurken özellikle ödeme sistemleri, ödeme hizmetleri ve elektronik para kuruluşları açısından AB müktesebatına uyum kapsamında aşağıda belirtilen hukuki düzenlemelerden yararlanıldığı bilinmektedir (Canpolat, 2022):

- *2007/64/EC sayılı Ödeme Hizmetleri Direktifi (PSDS1, Payment Service Directive 1)*

- 2009/44/EC sayılı direktif ile değişik 1998/26/EC sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemlerinde Mutabakatın Nihailiği Direktifi
- 2009/110/EC sayılı Elektronik Para kuruluşlarının Kurulması, Faaliyetlerinin Sürdürülmesi ve Denetimi Direktifi (Elektronik Para Direktifi)

Daha sonra 2015/2366/EC sayılı Ödeme Hizmetleri Direktifi'nin (PSD2, Payment Service Directive 2) 2018 yılında yürürlüğe girmesiyle birlikte Türk hukuk sistemi özelinde PSD2'ye uyum çalışmaları başlatılmıştır. Bu doğrultuda 2019-2023 yıllarını hedefleyen kalkınma planlarında FinTech konusunda birtakım politika ve hedeflere yer verildiği görülmüştür (Canpolat, 2022).

PSD2 direktifinde öngörülen ve açık bankacılık rejiminin altyapısını içeren düzenlemeler 1 Ocak 2020 tarihinde Türk hukuk sisteminde yürürlük kazanmıştır (PricewaterhouseCoopers, 2022). 6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun'un on ikinci maddesinin ödeme hizmet türlerinin sayıldığı f) ve g) fıkraları ile PSD2 direktifine benzer nitelikte açık bankacılık faaliyetleri iktibas edilmiş olup ödeme başlatma veya hesap bilgisi hizmeti sunacak olan kuruluşlar 6493 sayılı Kanun çerçevesinde "ödeme hizmet sağlayıcı" olarak nitelendirilmiş ve bu kuruluşların 6493 sayılı Kanun ile getirilen yükümlülüklerle tâbi olacağı belirtilmiştir (PricewaterhouseCoopers, 2022). PSD2 düzenlemesine göre AB'de bankalar, kendi bünyelerindeki müşteri hesap bilgilerini, müşterinin rıza göstermesi durumunda ödeme kurumlarına açmak durumundadır. PSD2'nin 36. maddesine göre; bilgi paylaşımı bankalar açısından bir zorunluluk olmakla birlikte bilgisi paylaşılan müşteri için gönüllülük esasına dayanmaktadır. Müşterinin kendi kişisel bilgilerinin paylaşılmasına rıza göstermesi durumunda banka bu bilgileri ödeme kuruluşlarıyla paylaşmak zorundadır. Türk hukuk sisteminde ise gerek 6493 sayılı Kanun gerekse de 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nda müşterinin izin vermesi durumunda bu bilgilerin ödeme kuruluşlarıyla paylaşılmasını zorunlu kılan bir hüküm bulunmamaktadır. PSD2'de ise lisanslı bir banka kullanıcı verilerini API'ler aracılığıyla müşteri izni olduğu hâlde paylaşmazsa denetleyici ve düzenleyici otoritelerin yaptırımına tâbi olmaktadır. Ancak yürürlükteki Türk hukuk sisteminde TCMB'nin ikincil nitelikteki düzenlemeleri sonucunda PSD2 direktifleriyle uyumlu hâle gelen bankacılık ve ödeme mevzuatında kullanıcının rızası durumunda bankalar müşteri verilerini gönüllülük esasına dayanarak paylaşabilmektedir. Burada bankaların müşteri verilerini zorunlu paylaşımını öngören bir hüküm bulunmamaktadır. Nitekim 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun "Sırların

Saklanması” başlıklı 73. maddesi “*Sıfat ve görevleri dolayısıyla bankalara veya müşterilerine ait sırları öğrenenler, söz konusu sırları bu konuda kanunen açıkça yetkili kılınan mercilerden başkasına açıklayamazlar.*” demek suretiyle açık bankacılık rejiminin felsefesine teorik olarak aykırı bulunmaktadır. Normlar hiyerarşisi anlamında kanun ile öngörölmüş bir yasağın ancak yeni düzenlenene bir kanun ile mülga edileceğı bilinmekle birlikte ilgili kanun maddesinin TCMB tarafından çıkarılan ikincil düzenlemelerle mülga edilmesi normlar hiyerarşisinin sistematığına uymamakla birlikte usul yönünden doğru bir uygulama olmamaktadır.

Dolayısıyla 5411 sayılı Kanun’un 73. maddesinin istisnası niteliğinde olan ve aynı zamanda açık bankacılık rejiminin Türkiye’de gelişimine odaklanan bir kanun çalışmasının yapılmak suretiyle hem usul yönünden hem de karmaşık regölasyonların önlenmesi bakımından önemli olduğunu düşünmekteyiz. Netice itibariyle Türkiye’de açık bankacılık rejiminin bir zorunluluktan öte FinTech ekosisteminin ve FinTech girişimlerinin gelişimi bakımından bankacılık hizmetleri için bir gönüllölük esasına dayandığı ve pazarın henüz gelişmekte olduğu söylenebilir.

1.5. Dijitalleşmenin Finansal Hizmetlerde Ortaya Çıkardığı Hukuki Riskler

Finansal hizmetlerin dijitalleşmesi süreci birçok avantajı ve faydayı gerek işletmeler gerekse de makroekonomik açıdan getirse dahi yanında pek çok dezavantaj ve risk de getirmektedir. Çalışmanın ana odak noktası olan rekabet hukuku riskleri de bu çalışmanın temelinde dijitalleşme trendinin finansal hizmetler pazarında oluşturacağı pazara giriş engelleri, pazar kapaması ve hâkim durumdaki teşebbüslerin tekel güçlerini kötüye kullanarak sömürücü davranışları, yatay ve dikey eksenli rekabete aykırı iş birlikleri ciddi endişe oluşturmaktadır. Nitekim uluslararası raporlarda finansal hizmetlerin dijitalleşmesine yönelik rekabetçi endişeler ve bu endişelere ilişkin politika tavsiyeleri gündeme getirilip incelenmiştir. BBVA’nın çalışma metnine göre (2018) verilerin ilk kez toplandıkları amacın dışında ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi ve/veya dağıtımı için de kullanımı sonucu büyük veri kümelerinin BigTech platformları gibi az sayıda şirketin elinde toplanması sonucunu doğurarak rekabetçi endişe oluşturmaları gündeme gelmektedir. Finansal hizmetler sektöründeki verinin özellikle finansal nitelikte olması ve tüketicilerin tüketim alışkanlıklarından banka hesap bilgilerine kadar pek çok türde veriyi içermesi veri odaklı rekabetçi endişeler oluşturmaktadır. Dijital pazarların doğası gereğince az sayıda oyuncunun elinde pek çok veriyi barındıran bir yapıda olması, dijital pazarların bazı kısımlarında pazara giriş yönünde engeller oluşturarak FinTech girişimlerinin

büyümesini engelleyebilir ve tüketici refahını olumsuz etkileyebilir. Dolayısıyla verilerin taşınabilirliği ve aktarımı rekabetin teşvik edilmesi açısından önemli sayılmaktadır (BBVA, 2018). OECD dijitalleşme ve finans üzerine yayınladığı raporda (2018) finansal hizmetler pazarındaki rekabetçi endişelerin tüketici gücünün yetersizliği, inovasyonun engellenmesi, veri erişimi ve pazara giriş engelleri yönünde ele alındığını belirterek bu alanlara yönelik rekabet otoritelerinin soruşturmalar açtığından bahsetmiş, ancak geniş ölçüde bir çözümün kamu politikaları yoluyla uygulanabileceğini ifade etmiştir. Nitekim rekabet otoritelerinin görevi, yalnızca yerinde inceleme ve soruşturma yaparak idari para cezası uygulamak değil; aynı zamanda rekabet ortamının tüketici lehine gelişeceği yapısal koşulları sağlamaktır (OECD, 2018). Rekabetçi endişeler çalışmamızın ana odağı olup ilerleyen safhalarda detaylıca incelenecektir.

Rekabetçi endişelere ek olarak, finansal teknolojilerin gelişimiyle beraber veri güvenliği ve gizliliği anlamında kişisel verilerin korunması hukukunda ve siber güvenlik hukukunda çeşitli risklerin oluştuğu düşünülmektedir. Tüketicilere daha iyi hizmet sunulması amacıyla büyük miktarda verilerin toplanarak saklanması veri güvenliği ve kişisel verilerin korunması anlamında özellikle kişisel verileri korumaktan sorumlu denetleyici ve düzenleyici otoritelere büyük iş düşürmektedir. Bunun yanında bilgi sistemlerinin sürekli denetimi ve siber güvenlik riskleri, tüketicinin korunması anlamında sözleşmelerin dijital ortamda kurularak ön bilgilendirme yükümlülükleri, ayrımcı algoritmalarla tüketicinin aldatılması, finansal suçlarla mücadeleyle ilişkin riskler (MASAK mevzuatına aykırılık vb.), yetersiz iç kontrol ortamları ve çok katmanlı regülasyonlarla hukuki belirsizlik oluşturulması gibi etkenler finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde hem hukuki hem de finansal riskleri meydana getirmektedir. Daha önce ifade edildiği üzere çalışmamızın ana kapsamı finansal hizmetlerin dijitalleşmesi ekseninde ortaya çıkan rekabet hukuku sorunları ve bu sorunlara ilişkin politika önerileri olacak olup diğer alanlarda ortaya çıkan hukuki riskler çalışma kapsamında incelenmeyecektir.

2. DİJİTAL FİNANSAL HİZMETLERDE REKABET HUKUKU PERSPEKTİFİ

2.1. Rekabet Hukukuna Giriş

Rekabet; teoride bir tüketici grubuna aynı dönemde, aynı türdeki mal ya da hizmetleri satan teşebbüsler arasındaki ilişki şeklinde tanımlanmaktadır (Güven, 2008). Nitekim 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (RKHK) uyarınca rekabet;

“Mal veya hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce kararlar verilebilmesini sağlayan ekonomik yarış” olarak tanımlanmıştır.

Modern piyasa ekonomisinin temelini oluşturan serbest piyasa kuralları uyarınca fiyatların rekabet sonucunda serbest piyasa dinamikleri çerçevesinde belirlenmesi teşebbüs adı verilen ekonomik karar alabilen gerçek kişi, tüzel kişi ve meslek birliklerinin pazar içerisindeki rekabetleri doğrultusunda oluşmaktadır. Toplumsal refahın düzenlenmesi, tüketici refahının artması, adil bir pazar içerisinde teşebbüslerin birbirleriyle rakip içerisinde yarışmak suretiyle kaynakların makroekonomik çerçevede özgürce ve etkin bir şekilde dağılımının sağlanması gibi unsurlar adil bir rekabet ortamının tesis edilebilmesi durumunda geçerli olmaktadır. Rekabetin serbest bir biçimde, dış etkenlerden arı olarak ve piyasadaki ticari örf adet kuralları uyarınca işlemesi; liberal ekonomik düzenlerde asli bir unsur olarak öne çıkmakta ve teşebbüslerin mal ve hizmet üretimlerini maksimum bir verimlilikle gerçekleştirmelerini sağlamaktadır. Piyasada rekabet olduğunda, üretilen mal ve/veya hizmetlerin kalitesi artmakta ve tüketici olarak bahsedilen bu mal ve/veya hizmetlerden doğrudan veya dolaylı olarak yararlanan gruplar daha ucuz maliyetle teşebbüslerin ürettikleri değerlere erişme imkânına sahip olmaktadır. Ancak birtakım engeller teşebbüslerin özgür kararlar ışığında mal ve/veya hizmet üretmelerini etkileyerek bu bahsi geçen mal veya hizmetlerin serbest piyasa dışında belirlenmesi sonucunu doğurarak tüketici refahını ve teşebbüslerin rekabet etme hürriyetini doğrudan etkilemektedir. Piyasada arzu edilmeyen bir rekabetin oluşması neticesinde ürün ve hizmetlerin kalitesi azalmakta ve tüketiciler bu ürün ve hizmetlere daha maliyetli bir şekilde ulaşmak zorunda kalmaktadırlar. Bunun sonucunda teşebbüsler tarafından üretilen mal ve/veya hizmetlerin kalitesi düşmekle birlikte makroekonomik çerçevede ilgili ürün ve/veya hizmetlerin maliyeti artmakta ve tüketici refahı doğrudan olumsuz bir şekilde etkilenmektedir.

Rekabet ortamının bozulmasına neden olan piyasa aksaklıkları; tekellerin oluşması (monopoller), kartellerin ortaya çıkması ve pazara giriş önünde engeller oluşturulması şeklinde örnek gösterilebilir. Rekabet hukuku adı verilen hukuk disiplini de tam da bu aşamada ortaya çıkarak serbest piyasa düzeninin korunması, piyasalardaki rekabet ortamının bozulmadan korunması ve tüketici refahının etkilenmemesi için hem denetleyici ve düzenleyici otoriteler hem de politika oluşturucu (kanun koyucu) olarak çok ciddi görevler üstlenmektedir.

Tüm bu açıklamalar çerçevesinde; rekabet hukuku, iktisadi etkinliğin sağlanması, mal ve/veya hizmet piyasalarındaki serbest rekabet ortamının korunması, rekabet ihlallerine son verilmesi ve bu ihlallerin yasaklanması için normlar oluşturulması gibi görevleri ifâ eden bir normatif hukuk disiplini olarak ortaya çıkmaktadır (Güven, 2008).

Rekabet hukuku; rekabetin korunmasına ilişkin kurallar bütünü olup bu kurallar piyasa ekonomisinin ve serbest rekabet ortamının benimsemiş olduğu etkin rekabet ortamının tesis edilmesi amacı için gerekli olan normatif düzenlemeleri içermektedir. Rekabet hukukunun temel amacı; rekabeti engelleyici, kısıtlayıcı ve bozucu nitelikte teşebbüsler arası anlaşma, teşebbüs birliği kararları ve uygulamalar yoluyla piyasada hâkim durumda olan teşebbüslerin bu hâkim durumlarını kötüye kullanmalarının önlenmesi, piyasada gerekli olan rekabet ortamının tesis edilmesi için birleşme veya devralma işlemlerindeki yoğunlaşmaların kontrolü ve gerekli olan denetleme ve düzenleme işlemlerinin yapılması suretiyle rekabetin korunması rekabet hukukunun asli amacı olarak belirtilmiştir (Rekabet Terimleri Sözlüğü, 2019).

Genel anlamda rekabet hukuku karma bir hukuk dalı sayılmaktadır. Karma hukuk dalı denildiği zaman hem özel hukuk karakteristiği hem de kamu hukuku karakteristiği taşıyan bir yapı anlaşılmakla birlikte rekabet hukukunun piyasa üzerindeki denetleyici ve düzenleyici bir gözetim otoritesi olarak gerçekleştirdiği görevler, makroekonomik açıdan piyasadaki tüketici refahını ve serbest piyasa ekonomisini korumakla ilgili üstlendiği görevler bir bütün olarak düşünüldüğünde rekabet hukuku disiplinin kamu hukuku ağırlıklı bir disiplin olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Nitekim Güven'e göre (2008) rekabet hukukunun en temel taşlarından biri kamu yararı olup rekabet hukukunun gerçekleştirmek istediği normatif menfaatin altında soyut bir kamu menfaati düşüncesi yatmaktadır.

Genel anlamda rekabet hukukunun kamu hukuku ağırlıklı bir disiplin olarak öne çıktığı bilinse de diğer hukuk dallarıyla kıyaslandığında, özellikle ekonomi disiplininin rekabet hukuku bağlamında ciddi bir ağırlığı bulunmaktadır. Rekabet hukuku uygulamalarında

ekonomi disiplinin hukuk disipliniyle çok yakın bir ilişkisi bulunmaktadır. Nitekim Rekabet Kurumu’nun çalışanları yalnızca hukuk disiplini kökenli değil; aynı zamanda içerisinde iktisat, maliye ve işletme kökenli mezunları da barındırmaktadır. Salt hukuk disiplini bilgisiyle rekabet uygulamalarını anlamak mümkün olmayacaktır. Rekabet hukuku bağlamında hukuken yapılacak analizlerin neredeyse tamamı ekonomik temelli analizlere dayanmak durumundadır. Örnek vermek gerekirse; bir teşebbüsün herhangi bir pazarda hâkim konumda (dominant position) olup olmadığına yönelik tespit salt hukuk bilgisiyle yapılamaz. Pazar dinamikleri, teşebbüsün ilgili pazardaki payı, pazara ilişkin iktisadi analizler ve iktisatçıların gerçekleştirdikleri incelemeler rekabet hukuku anlamında bir teşebbüsün hâkim konumda olup olmadığını belirlemede ciddi rol oynamaktadır. Yine bir başka örnek olarak bir teşebbüsün herhangi bir pazarda rekabete aykırı anlaşma veya uyumlu eylemler gerçekleştirip gerçekleştirmediğine yönelik soruşturmalar kapsamında, rekabet otoriteleri öncelikli olarak ilgili pazarı belirlemektedir. İlgili pazar tanımı (relevant market), rekabet hukukunun oldukça önemli araçlarından biri olarak kullanılmaktadır. Rekabet otoriteleri tarafından belirlenen “ilgili pazar” otoritelerin soruşturma ve yerinde incelemelerinde esas alınmaktadır. Rekabet hukuku anlamında ilgili pazar kavramı; rekabete aykırı anlaşmaya konu ilgili ürün ve ilgili teknolojinin, tüketici ve tedarikçilerin etkileşim içinde bulunduğu pazar olarak ifade edilmektedir (Mercangöz, 2022). İlgili pazarın belirlenmesiyle tarafların içerisinde rekabet ettikleri somut pazar tanımlanmakta ve ilgili pazar anlamında teşebbüslerin rakipleri belirlenmektedir. Her ne kadar rekabet hukukundaki pazar kavramıyla ekonomi disiplindeki pazar kavramı birbirlerinden farklı anlamlara gelse de ekonomi biliminin pazar tanımı rekabet hukuku çerçevesinde ilgili pazarın belirlenmesinde yol gösterici nitelikte olmaktadır (Mercangöz, 2022). Nitekim ilgili pazar tanımı yapılması sırasında gerçekleştirilen rekabet analizlerinde ekonomi temelli bir yaklaşım sergilenmektedir. Rekabet Kurumu tarafından yayımlanan “İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz” (2008) uyarınca bir pazar tanımı yapılırken 3 temel unsurun göz önünde bulundurulduğu bilinmektedir:

- *Talep İkâmesi*
- *Arz İkâmesi*
- *Potansiyel Rekabet*

İkâme edilebilirlik hem talep hem de arz yönlü ele alınan bir olgudur. Rekabet Kurulu’nun yerleşik içtihadı kapsamında (23.8.2007 tarihli 07-67/836-314 sayılı, 11.4.2007 tarihli 07-31/323-119 sayılı, 23.3.2000 tarihli 00-11/109-54 sayılı, 11.5.2006 tarihli 06-33/411-108 sayılı

Rekabet Kurulu Kararları) talep ikâmesinin ilgili ürün pazarında değerlendirilmesi, tüketici gözünde ilgili ürünün yerine ikâme edebilecek başka ürünlerin belirlenmesini gerektirmektedir. Dolayısıyla, göreceli fiyatlarda meydana gelen değişimlerin tüketiciler gözündeki olası tepkileri talep ikâmesi belirlenirken dikkate alınmaktadır. Talep ikâmesine örnek olarak, meşrubat üretimi yapan teşebbüsler arasındaki bir birleşme işlemi örnek gösterilmektedir (Rekabet Kurumu, 2008). Burada gerçekleşen birleşme işleminde önemli olan, farklı tatlardaki meşrubatların aynı pazar tanımı içerisinde yer alıp almayacaklarıdır. A tadının ücretinde kalıcı olarak meydana gelecek bir değişimde, A tadının müşterileri (tüketiciler) eğer B tadına yöneliyorlar ve A tadında belirgin ölçüde bir maliyet düşüşü yaşanması sonucunda A tadının ücretinin artırılması kârlı olmakta çıkıyorsa ilgili pazar tanımı; A ve B meşrubatlarının tatlarını kapsamaktadır. İlgili pazar tanımlama süreci çerçevesinde mevcut diğer tatların da analiz edilmesi yoluyla varsayımsal bir ücret artışının yeterli miktarda talep ikâmesi oluşturup oluşturmayacağına yönelik gerçekleştirilen iktisadi analiz ilgili ürün grubu belirlenene kadar devam edecektir.

Görüldüğü üzere ilgili pazar ve ilgili ürün tanımları yapılırken salt hukuki bilgi rekabet analizleri çerçevesinde yeterli olmamaktadır. Talep ikâmesine olan eşdeğer katkısı bakımından arz ikâmesi de rekabet analizleri kapsamında ilgili pazar tanımı yapılırken göz önüne alınmaktadır. Talep ikâmesinde olduğu üzere arz ikâmesinde de göreceli ücretlerde oluşan küçük ve kalıcı artışlar karşısında tedarikçilerin, üretimlerini başka alanlara kaydırması konusu dikkate alınmaktadır. İlgili pazarlara ilişkin potansiyel rekabet analizleri ise rekabet değerlendirmelerinde ikincil aşamalarda gerçekleştirilmektedir (Mercangöz, 2022). Nitekim çabuk sonuç alınması açısından potansiyel rekabet değerlendirmeleri arz ikâmesiyle eşdeğer etki oluşturmadığı için pazar tanımı yapılırken genellikle dikkate alınmamaktadır (Rekabet Kurumu, 2008).

Rekabet hukuku çerçevesinde yapılan tüm değerlendirmelerde iktisadi analizler son derece önemli olup yukarıdaki kısımda bahsedildiği üzere ilgili pazarın belirlenmesi, teşebbüslerin pazar payının tayin edilmesi ve ilgili pazara ilişkin iktisadi nitelikler gibi kıstaslar üzerine değerlendirmeler yapılması sonucu rekabet otoriteleri tarafından ilgili davranışın ihlâl teşkil edip etmediği, teşebbüse muafiyet izninin verilip verilmeyeceği ve teşebbüslere yaptırım uygulanıp uygulanmayacağı gibi kararlar burada bahsedilen iktisadi analizler sonucunda verilmektedir (Güven, 2008).

2.2. Rekabet Hukukunun Temel Dayanağı ve Rekabet Hukukunun Amacı

Türk rekabet hukuku uygulaması, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 1994 yılında kabul edilip yürürlüğe girmesinden bu yana hızla gelişmekte olan ve içtihatlarla birlikte olgunlaşmakta olan bir hukuk dalıdır. Türkiye'de rekabet hukuku uygulamasının temel dayanağı, Anayasa madde 167'ye dayanmaktadır. Anayasa'nın 167. maddesinin birinci fıkrası aşağıdaki gibidir:

“Devlet, para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemlerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır; piyasalarda fiili veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önler.”

Kanun ve yönetmeliklerle güvence altına alınan her bir hukuki menfaat, Anayasa'da teminat altına alınmıştır. Nitekim her bir hukuki norm, gücünü ve ruhunu Anayasa'da kanun koyucu tarafından oluşturulan temel normlardan almaktadır. 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun da esas itibarıyla Anayasa'nın 167.maddesinin birinci fıkrasında, piyasalarda fiili veya anlaşma neticesinde doğabilecek tekelleşme ve kartelleşmelerin önlenmesi hükmüne dayanmaktadır. Hatta Anayasa'nın 167.maddesi bu görevi daha katı bir şekilde belirterek “tekelleşme ve kartelleşmeyi önler” demek suretiyle hâkim durumda olmanın da önlenmesi şeklinde yorumlanabilecek bir yaklaşım benimsemiştir. Ancak, 4054 sayılı Kanun ile yasaklanan durum hâkim konumda olmak değil, 4054 sayılı Kanun'un 6.maddesi uyarınca hâkim durumdaki bir teşebbüsün hâkim durumunu kötüye kullanan davranışları olmuştur.

Sosyal devlet ilkesi uyarınca devlet, kamu yararı ve kamu menfaati olduğu durumlarda serbest piyasanın işleyişine müdahale edebilme hak ve imkânına sahiptir. Bununla birlikte tüketicinin korunması, adil rekabetin işlemesi, rekabet ortamının korunması gibi temel menfaatler ışığında denetleyici ve düzenleyici otoriteler vasıtasıyla piyasada gözetim ve denetim faaliyetlerini gerçekleştirebilmektedir. Denetletici ve düzenleyici otoritelerin yaptırımları, piyasayı yönlendiren ve düzenleyen yönetmeliklerin yürürlüğe sokulması ve politika tavsiyeleri yoluyla devlet piyasada adil rekabet ortamının işleyişini sağlamak ve kartelleşme gibi rekabete aykırı oluşumları önlemekle yükümlü kılınmıştır.

Türkiye'nin AB müktesebatına uyum süreci kapsamında, özellikle Türk rekabet uygulaması AB'nde atılan adımları yakından takip etmektedir. Çalışmamızın konusu Türk rekabet hukuku uygulaması üzerine olmakla birlikte AB'ndeki rekabet kurallarına kısaca değinmekte fayda vardır.

Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Anlaşma'nın (ABİDA) 101. maddesi uyarınca AB üye ülkeler arasındaki ticareti etkileyebilecek nitelikte olan ve AB iç pazarındaki rekabeti engelleyebilecek, kısıtlayabilecek ya da bozabilecek teşebbüsler arası anlaşma ve/veya uyumlu eylemler, teşebbüs birliği kararları yasaklanmıştır. Aynı şekilde Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Anlaşma'nın (ABİDA) 102. maddesi uyarınca hâkim durumda bulunan teşebbüslerin hâkim durumlarını kötüye kullanmak suretiyle gerçekleştirdikleri davranışlar yasaklanmıştır. ABİDA'nın 102. maddesi de tıpkı 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesi gibi hâkim durumda olma hâlinin kendisini değil, hâkim durumda bulunan teşebbüslerin hâkim durumlarını kötüye kullanan davranışlarını yasaklamıştır. Ek olarak, AB hukuki sınırları içerisinde gerçekleşen teşebbüslerin birleşme ve devralma işlemleri, rekabet ortamının bozulmasına yönelik bir hâkim durum oluşturmaları veya mevcut hâkim durumun güçlendirilmesi sonucunu doğurabilme ihtimalleri doğrultusunda Avrupa Komisyonu tarafından sıkı bir şekilde denetlenmektedir.

AB üye ülkelerin ulusal rekabet otoriteleri de bu kapsamda denetim ve faaliyetlerini yürütmekten sorumluyken aynı zamanda AB genelinde Avrupa Komisyonu da rekabet ortamının ve tüketici refahının korunmasından sorumlu otorite olarak ön plana çıkmaktadır. Avrupa Komisyonu bünyesindeki Rekabet Genel Müdürlüğü (DG for Competition), piyasalardaki adil rekabet ortamının korunmasından, piyasaların; tüketicilerin, işletmelerin ve genel anlamda toplumun çıkarları doğrultusunda hizmet etmesinin sağlanmasından sorumlu kurumdur. Komisyon, üye ülkelerin ulusal rekabet otoriteleriyle birlikte Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Anlaşma'nın (ABİDA) 101 ve 106. maddeleri arasındaki rekabet hükümlerinin uygulanmasından asli olarak sorumlu tutulmuştur.

Rekabet hukukunun amacı 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 1.maddesinde aşağıdaki gibi açıklanmıştır:

“Bu Kanunun amacı, mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hakim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamaktır”

4054 sayılı Kanun'da belirtildiği üzere “rekabetin korunmasını sağlamak” temel bir menfaat olarak güvence altına alınmıştır. Öğretide temel alınan görüşler ve ilgili mevzuat uyarınca rekabet hukuku disiplinin temel amacının serbest piyasanın işleyişinin sağlanması,

iktisadi etkinliğin sağlanması ve temelde rekabetin korunması olarak öne çıkmaktadır (Güven, 2008). Nitekim rekabet politikaları; nihai noktada toplumsal refahı artırmak amacıyla oluşturularak piyasada mal ve hizmetlerin kalitesinin artmasını, küçük teşebbüslerin korunmasını, inovatif gelişmelerin (teknolojinin) teşvik edilmesi, tüketici refahının artırılması, küçük teşebbüslerin büyük teşebbüsler karşısında korunmasını, yabancı sermayenin girişinin teşvik edilmesi gibi pek çok sonucu ortaya çıkaracaktır (Güven, 2008). 4054 sayılı Kanun'un 1.maddesinin gerekçesi aşağıdaki gibi açıklanmıştır:

“Günümüz dünyasındaki gelişmeler göstermiştir ki rekabet bir piyasa ekonomisinde yalnızca kaynakların etkin kullanımını sağlamakla kalmaz aynı zamanda rakip malların fiyatlarının düşmesini ve bu pazarda daha büyük paya sahip olmak isteyen teşebbüslerin ürünlerinin kalitelerini artırmalarına ve yeni teknolojileri üretimde kullanmalarına yol açar. Serbest rekabetçi yapının getirdiği bu dinamizm ülke ekonomisinin sürekli ve dengeli kalkınmasını sağlar. Fiyatların düşüşü ve kalitenin artışı ise toplumun tamamını yani tüketicileri korumak gibi sosyal bir fayda sağlar. İşte bu nedenlerle, Devletin gerekli hukuki düzenlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlaması bu kanunun amacını oluşturmaktadır.”

Kanun'un genel gerekçesinden de anlaşılacağı üzere kaynakların ve maliyetlerin etkin dağılımı, tüketici refahı ve toplumsal refah gibi menfaatler birincil amaçlar içerisinde yer almaktadır. Küçük teşebbüslerin büyük teşebbüsler karşısında korunması, teknolojik girişimlerin teşvik edilmesi ve hayat pahalılığı ile mücadele gibi değerler ise ikincil amaçlar içerisinde yer alarak rekabet hukukunun asli ve yan amaçları birlikte derlenmiştir.

4054 sayılı Kanun'un temel amacının mal ve hizmet piyasalarındaki iktisadi etkinliğin sağlanması ve rekabet ortamının korunması olduğu bahsedilmiştir. Bu amaçlar doğrultusunda 4054 sayılı Kanun'un kapsamı 2.maddede detaylı bir şekilde belirtilmiştir:

“Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar ile piyasaya hakim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmaları ve rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki her türlü hukuki işlem ve davranışlar; rekabetin korunmasına yönelik tedbir, tespit, düzenleme ve denetlemeye ilişkin işlemler bu Kanun kapsamına girer.”

4054 sayılı Kanun'un 2.maddesindeki kapsamın olabildiğince geniş tutulmasının sebebi, mümkün olduğu kadar rekabete aykırı davranışları mercek altına alarak rekabet ortamının tesis edilmesinde 4054 sayılı Kanun'un olabildiğince etkin uygulanmasını sağlamaktadır. Kanun maddesinin gerekçesi aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir:

“Rekabetin sağladığı yararların bir bütün olarak ekonominin tüm alanlarından istenmesi normaldir. Bu nedenle rekabet kuralları ekonomik faaliyette bulunan her teşebbüse uygulanmalıdır. Teşebbüslerin kamu kurumlarına veya özel kişilere ait olmasının önemi yoktur. Her ne kadar rekabet hukukunda da kamu yararı ve kamu düzeninin korunması amaçları ön plana çıkıyorsa da genel ekonomik menfaatlere hizmet etmekle görevlendirilmiş teşebbüslerin bu görevlerini yerine getirmelerinin rekabet kurallarıyla çatışmaması gerekir.

Nitekim, gerekçeden de anlaşılacağı üzere 4054 sayılı Kanun kamu teşebbüsleri ile özel teşebbüsler arasında bir ayrıma gitmemiş ve her iki teşebbüsü de 2. maddenin kapsamına almıştır. 2 teşebbüs türünde ayrıma gidilmemesindeki asıl kriter “ekonomik faaliyette bulunma” olarak belirtilmiştir (Güven, 2008). Ayrıca, teşebbüsün rekabete aykırı nitelikteki davranış veya uygulamasının coğrafi olarak Türkiye dışında bulunması konusu da kanun koyucu tarafından mercek altına alınmış olup Türkiye’de yerleşik olmayan, ancak Türkiye’de faaliyet gösteren teşebbüslerin davranışları da “etki prensibi” veya “etki teorisi” çerçevesinde Rekabet Kurumu’nun soruşturma ve yerinde inceleme kapsamına girmektedir. Kanun’un gerekçesi aşağıdaki gibi açıklanmıştır:

“Rekabet hukuku literatüründe "etki teorisi" olarak isimlendirilen sistem bu kanunda da benimsenmiştir. Başka bir ifadeyle, merkezleri Türkiye Cumhuriyeti sınırları dışında bulunan, fakat Türkiye’de faaliyet gösteren teşebbüsler de bu kanun kapsamında bulunmaktadır.

Bu konuya örnek olarak, merkezi yurt dışında bulunan ve Türkiye’de yerleşik olmayan X firmasının Türkiye’de distribütörleri aracılığıyla faaliyet gösterdiğini varsayalım. Bu durumda X firması Türkiye’deki distribütörleri aracılığıyla 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi ve 6. maddesi kapsamında yasaklanan davranışları sergilemesi durumunda “etki prensibi” gereği Rekabet Kurumu’nun soruşturma ve yerinde inceleme kapsamına girecektir.

Rekabet hukukuna ilişkin temel kavramlardan, rekabet hukukunun dayanağından ve rekabet hukukunun amacından bahsedildikten sonra, finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde ortaya çıkan rekabet hukuku problemlerinin anlaşılabilmesi çerçevesinde rekabet

hukukuna hâkim olan ilkeler, yasaklar ve rekabete aykırı anlaşmalar çalışmanın ilerleyen kısımlarında incelenerek konuya ilişkin genel bir çerçeve oluşturulacaktır.

2.3. 4054 Sayılı Kanun’un Dördüncü, Beşinci ve Altıncı Maddeleri Işığında Rekabet Hukukunun Temel Kavramları

2.3.1. Rekabet hukukunda teşebbüs kavramı

Finansal hizmetler sektörünün dijital ekonomiye entegrasyonu özelinde ortaya çıkan rekabet hukuku sorunlarının anlaşılabilmesi açısından finansal hizmetler alanının kendi dinamikleri çalışmanın yukarıdaki bölümlerinde açıklanmış olup bundan sonrası için rekabet hukukunun kendine özgü dinamikleri ve sorunları üzerinde durulacaktır. Ardından finansal hizmetlerin dijitalleşme süreci kapsamında ortaya çıkan rekabet hukuku problemleri mercek altına alınacaktır.

Rekabet hukukundaki yasaklar konuşulmadan önce, teşebbüs kavramı ve bu kavramın ne ifade ettiğini açıklamakta fayda vardır. Nitekim rekabet hukuku anlamında yalnızca teşebbüslerin gerçekleştirmiş oldukları davranışlar 4054 sayılı Kanun’un kapsamına girmektedir. 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 3. maddesi uyarınca teşebbüs kavramı aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

“Piyasada mal veya hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimler”

Tanımdan anlaşılacağı üzere rekabet hukuku anlamında herhangi bir teşebbüsün belirlenmesi için tüzel kişi olma şartı aranmamaktadır. Teşebbüs; bir gerçek kişi olabileceği gibi tüzel kişi veya adi ortaklık statüsüne de sahip olabilir (Güven, 2008). Dolayısıyla Türk Ticaret Kanunu anlamında tanımlanan “ticari işletme” ile Rekabet Kanunu anlamında tanımlanan “teşebbüs” birbirlerinden tamamen farklı kavramlar olup teşebbüs kavramı ticari işletme kavramını da kapsayacak şekilde geniş anlamda kullanılmıştır. Teşebbüs kavramı; ekonomik ve ticari faaliyette bulunan ve bir süreklilik içerisinde bu faaliyetleri yerine getiren, kamu-özel sektör ayrımı olmaksızın gerçek kişileri, tüzel kişileri ve adi ortaklıkları da kapsayan “sui generis” bir kavram olarak kullanılmaktadır. Teşebbüs kavramında asıl önemli olan husus ilgili teşebbüsün ekonomik ve ticari bir aktivitede bulunması ve bağımsız karar verebilen bir durumda olmasıdır.

Rekabet Kurulu içtihadı incelendiğinde, bağımsızlık kavramı üzerinde tespitlerde bulunulduğu görülmüş ve bağımsızlık kavramı aşağıdaki şekilde açıklanmıştır:

“Bir işletmenin ekonomik bakımdan bağımsız sayılabilmesi için, o işletmenin yönetim ve muhasebe özerkliğine sahip olması, üretim, finansman ve sürüm politikasının kendi amaç ve çıkarları doğrultusunda kendi bünyesi içerisinde belirlenmesi, bu yoldaki ekonomik planlama ve karar yetkilerinin kendi bünyesi içerisinde kalması, kısaca başka bir işletmenin ekonomik egemenliği altında olmaması...” (01-12/114-29 sayılı ve 13.03.2001 tarihli Kurul kararı)

4054 sayılı Kanun anlamında “teşebbüs” niteliğinde sayılmayan oluşumların alacakları kararlar veya sergiledikleri davranışları, gerçekleştirecekleri birleşme veya devralmalar 4054 sayılı Kanun’un kapsamına girmemekte ve böylece bu oluşumların rekabete aykırı davranış ve uygulamaları herhangi bir yaptırıma tâbi olmamaktadır. Örnek vermek gerekirse; yargı çevreleri, Cumhurbaşkanlığı, bakanlıklar, müşteşarlıklar, TBMM gibi kurum ve kuruluşlar teşebbüs niteliğini haiz değildir (Güven, 2008).

2.3.2. Anlaşma ve uyumlu eylem kavramları

4054 sayılı Kanun’un 4. maddesi uyarınca, belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan ya da dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacı taşıyan veya bu etkiyi doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arasında ortaya çıkan anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin eylemleri yasaklanmıştır. 4054 sayılı Kanun’da rekabetin sınırlandırılması, “rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve kararlar” olarak üst başlıkta yer alırken rekabetin sınırlandırılması çeşitleri ayrı ayrı açıklanmamıştır. Nitekim, çoğu zaman rekabetin sınırlandırılması; rekabetin bozulması, rekabetin kısıtlanması ve rekabetin engellenmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır. Burada önemli olan rekabet ihlâlinin hangi kategoride yer aldığı değil, ihlâlin gerçekleşmesidir. Dolayısıyla ihlâlin gerçekleşmiş olması Rekabet Kurumu için yeterli bir netice olup bu ihlâlin özellikle hangi kategoride veya hangi ayırında gerçekleşmiş olduğunun önemi bulunmamaktadır. İlgili vakanın niteliği, kartel ve tekell durumları, ağırlaştırıcı şartları taşıyıp taşımadığı ve hafifletici sebeplerin bulunup bulunmadığı her bir soruşturma kapsamında değerlendirilip ceza oranı ceza yönetmeliği kapsamında belirlenmektedir.

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin temel amacı kartel anlaşmalarını ve rakip teşebbüsler arasındaki rekabeti bozucu nitelikteki yatay ve dikey anlaşmaları engellemek ve yasaklamaktır (Gürkaynak, 2022).

Öncelikle, rekabet hukuku uygulamaları bakımından “anlaşma” ve “uyumlu eylem” kavramlarının anlaşılması önem arz etmektedir. 4054 sayılı Kanun'da “anlaşma” kavramı tanımlanmamaktadır. 4054 sayılı Kanun'un 4. maddenin gerekçesinde anlaşma; “*Medeni hukukun geçerlilik koşullarına uymasa bile tarafların kendilerini bağlı hissettikleri her türlü uzlaşma ya da uyuşma*” şeklinde ifade edilmiştir. Dolayısıyla, rekabet hukuku uygulamasında yasal bir sözleşme veyahut borçlar hukuku çerçevesinde şekle uygun herhangi bir akit “anlaşma” niteliğinde olmakla birlikte, “anlaşma” ifadesi borçlar hukuku anlamında tipik veya tipik olmayan bir sözleşme ile eş anlama gelmemektedir. Rekabet hukuku uygulamasında anlaşma, medeni hukukun konusunu oluşturan akitlerden daha geniş bir şekilde yorumlanmakta ve herhangi bir şekil şartı içermemektedir. Aynı şekilde Avrupa Birliği hukukunda da Avrupa Birliği Genel Mahkemesi (“ABGM”) “anlaşma” kavramını; “*teşebbüslerin ilgili pazarda belirli şekilde davranmak hususunda iradelerinin uyuşması*” (ATAD, T-305/94 vd. Limburgse Vinyl Maatschappij N.V. and Others v Komisyon (PVC II), [1999] ECR II-931, para.715.) olarak ifade etmiş ve Türk rekabet hukuku uygulamasında olduğu gibi geniş kapsamlı bir şekilde yorumlamıştır. Kurul'un 07.11.2016 tarihli 16-37/628-279 sayılı *Tüketici Elektronik* kararında da 4054 sayılı Kanun çerçevesinde bir “anlaşma”nın varlığı için rakip teşebbüslerin birbirleriyle anlaştıklarını yazılı bir şekilde ifade ettikleri bir mutabakat ya da kararın bulunmasına gerek olmaksızın rakip teşebbüslerin irade beyanlarının uyuşmasını yeterli görülmüştür. Kurul'un 19.01.2011 tarihli ve 11-04/64-26 sayılı *Gübre* kararında da “*Sözleşme olmaksızın da rekabet ortamını bozan her türlü ilişkinin uygulamaya sokulması da anlaşma niteliğindedir*” denilmek suretiyle anlaşma kavramının, borçlar hukukundaki akit kavramından daha geniş bir şekilde yorumlandığı teyit edilmiştir.

Bununla birlikte, “anlaşma” niteliğinde olmayıp rakip teşebbüslerin belirli şekilde davranmak konusunda koordinasyonu veya pratik iş birliği sağladığı ilişkiler, rekabeti bozucu nitelikte olmaları durumunda yasaklanmıştır. Anlaşma niteliğinde olmayıp “uyumlu eylem” olarak nitelendirilen davranışların unsurları, Avrupa Birliği Adalet Divanı (“ABAD”) içtihadında belirlenmiştir. Buna göre uyumlu eylemin unsurları; “*uzlaşma*”, “*davranış*” ve “*illiyet bağı*” olmaktadır. Bu kapsamda, bir anlaşmanın varlığının ispatlanmasının imkânsız olduğu durumlarda piyasadaki fiyat değişimlerinin veya arz-talep dengesinin, rekabet

ortamının engellendiği veyahut kısıtlandığı piyasalara benzerlik göstermesi rakip teşebbüslerin birbirleriyle uyumlu eylem içerisinde olduklarına yönelik karine teşkil etmektedir.

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin üçüncü fıkrasının gerekçesinde; *“Rekabeti kısıtlayıcı anlaşmaların yasaklandığı bir hukuk düzeninde genellikle bu tür anlaşmalar gizli yapılmakta ve bunların varlığının ispatı oldukça güç, bazen de imkânsız olmaktadır. Bu nedenle Maddenin üçüncü fıkrasında belirtilen hâllerin varlığı hâlinde teşebbüslerin uyumlu eylem içinde oldukları karinesi kabul edilmiştir. Böylelikle uyumlu eylem içinde olmadıklarını ispat yükü ilgili teşebbüslere geçirilmiş bulunmakta ve ispat güclüğü nedeniyle Kanunun işlemez hâle gelmesinin önlenmesi amaçlanmıştır.”* denilmektedir.

Teşebbüsler arasında yapılan anlaşmalar ve uyumlu eylemler geleceğe yönelik rekabete duyarlı bilgilerin değişimi yoluyla da gerçekleştirilmektedir. Nitekim, geleceğe yönelik fiyat değişimi, 08.03.2013 tarihli ve 13-13/198-100 sayılı *Sendikasyon Kredileri* kararında ifade edildiği üzere rakip teşebbüslerle fiyatlandırma stratejisine ilişkin bilgilerin paylaşılmasının, rakip teşebbüslerin gelecekteki davranışına dair belirsizliği azalttığı ve iş birliği için zemin hazırladığı belirtilmiştir. Bilgi paylaşımının gelecekteki fiyatlara ve arzın miktarına yönelik “danışıklı” hareket edilmesine yol açması “kartel” olarak nitelendirilmektedir (Ör., *Ege Çimento Üreticileri*, 17.06.1999, 99-30/276-166). İlaveten, Kurul'un geçmiş yıllardaki emsal kararları ışığında, rekabete duyarlı bilgilerin değişimi (hassas bilgi değişimi) kartel olarak sınıflandırılmadan da başlı başına ihlâl niteliği taşıyabilmektedir (Otomotiv Pazarı Kararı, 18.04.2011, 11-24/464-139).

Bilgi değişiminin değerlendirilmesinde esas ölçüt rule of reason analizi olmakla beraber, geleceğe yönelik fiyat ve/veya fiyat stratejilerine ilişkin rekabete duyarlı bilgi değişimi rule of reason analizinden muaf tutulmuştur. Öğretide ve Kurul'un yerleşik içtihadında kabul edilen görüş çerçevesinde, geleceğe yönelik fiyat değişimi rekabete aykırı ve/veya rekabeti kısıtlayıcı amaç taşımakta olup piyasadaki olası etkilerine bakılmaksızın rekabet ihlâli olarak değerlendirilmektedir.

Geleceğe yönelik bilgi değişimine ek olarak, mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatlarının rakip teşebbüsler arasında doğrudan tespit edilmesi yanı sıra dolaylı olarak - indirimlerin sınırlandırılması gibi yollar vasıtasıyla- fiyat kontrol mekanizması getiren uygulamalar da fiyat tespiti anlaşması niteliğindedir. Fiyat tespiti anlaşmasıyla tespit edilen

mal veya ürün fiyatının, piyasa fiyatının üstünde ya da altında olmasının da kural olarak önem arz etmemektedir. Fiyat tespiti, arz kısıtlamaları ve pazar / müşteri paylaşımını konu alan anlaşma ve/veya uyumlu eylemler, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini amaç bakımından ihlâl ederek *per se* ihlâl niteliğinde tanımlanmaktadır.

Rekabetçi koşullar altında fiyatlar arz ve talebe göre belirlenmektedir. Dolayısıyla mal veya hizmetin arz ya da üretim miktarının rakip teşebbüslerce tayin edilmesi doğrudan mal veya hizmetin alım ya da satım fiyatlarını etkilemekte ve böylece rekabeti kısıtlayıcı bir etki doğurmaktadır. 01.09.2015 tarihli ve 15-34/514-162 sayılı *Tıbbi Cihazlar kararında* tıbbi cihaz malzemeleri alanında faaliyet gösteren teşebbüslere yönelik üretim miktarının kısıtlandığı iddialarına yönelik soruşturma başlatmış ve işbu soruşturma neticesinde soruşturmaya konu olan teşebbüsün arzı boykot etmek suretiyle hastanelerden konsinyeleri çektiğini, ihalelere katılmamak üzere bilinçli hareket ettiğini ve böylece arz/talep miktarının teşebbüslerce belirlendiği sonucuna ulaşmıştır.

Kurul, yine benzer bir yaklaşım kapsamında teşebbüs birliğine ilişkin bir kararında soruşturmaya konu olan teşebbüs birliğinin, birtakım ilaç üreticilerine karşı boykot yapılması çağrısında bulunmasının akabinde gerçekleştirdiği denetim bulgularında teşebbüs birliğinin mal veya hizmetlerin arz ya da talep miktarının koşullarını belirleme hususunda açık kastının bulunduğu hükmetmiştir (TEB kararı, 08.07.2010, 10-49/912-321).

Teşebbüs veya teşebbüs birliğinin 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlâl edip etmediğinin belirlenmesi konusunda anlaşma ve/veya uyumlu eylem ya da teşebbüs birliği kararının aranması yeterli olup arz/üretim kısıtlaması kastı içeren herhangi bir eylemin amaç bakımından ihlâl teşkil ettiğini ve bu sebeple etki temelli bir analize gerek duyulmaksızın *per se* ihlâl olarak görülmektedir.

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti bozucu nitelikteki anlaşmalardan bahsederken yatay ve dikey ilişki kavramlarını açıklamakta fayda vardır. Nitekim “rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar” hem yatay hem de dikey nitelikteki tüm anlaşmaları kapsamaktadır (Gürkaynak, 2022). Yaygın olarak kullanılan tanımlar kapsamında, dikey anlaşmalar tedarik zincirinin farklı kademelerindeki aktörler arasındaki bir anlaşma neticesinde oluşan rekabeti bozucu anlaşmaları ifade ederken; yatay nitelikteki anlaşmalar doğrudan rakip nitelikte olan teşebbüsler arasında meydana gelen rekabeti bozucu kısıtlamaları ifade etmektedir. Dikey kısıtlamalara; bayi ve distribütörlere uygulanan yeniden satış fiyatının belirlenmesi,

münhasırlık şartları ve sadakat indirimleri gibi uygulamalar örnek olarak gösterilebilir. Rekabet hukukunda ortaya çıkan kısıtlamaların ekseriyetle yatay düzlemde ortaya çıktığı bilinse de dikey kısıtlamalar da zaman zaman rekabete aykırı sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir.

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi ile getirilen hükümler, ABİDA'nın 101. maddesi ile uyum içerisindedir. Nitekim rekabeti kısıtlayıcı nitelikteki bir anlaşma, uyumlu eylem ya da teşebbüs birliği kararı, amaç bakımından rekabeti bozucu nitelikte ise işbu kısıtlamanın mevcudiyeti ihlâl olarak değerlendirilmesinde yeterli olarak görülerek etki temelli bir analiz yoluyla olası rekabete aykırı etkilerin analiz edilmesine gerek duyulmamaktadır (Gürkaynak, 2022). Etki temelli analizde, anlaşmanın ya da uyumlu eylemin potansiyel olarak rekabeti bozucu nitelikteki etki taşıyıp taşımadığı değerlendirilmekte ve bu değerlendirmenin sonucuna bağlı olarak söz konusu anlaşma ya da uyumlu eylemin rekabet ihlâli olup olmadığına karar verilmektedir. Dolayısıyla amaç bakımından ihlâl olarak nitelendirilen kartel anlaşmalarının etki temelli analize gerek duyulmadan doğrudan rekabet ihlâli olarak tanımlanması, kartel anlaşmalarının ne denli ağır ihlâllerden biri olduğunu gözler önüne sermektedir. Kartel anlaşmalarının rekabet hukukunun en açık ve en ağır ihlâli olarak kabul edilmesinin altında yatan sebep, kartellerin rekabeti bozarken telafi niteliğinde somut bir fayda sağlamaması, piyasadaki ücretlerin rekabetçi seviyenin üzerine çıkmasına sebep vererek tüketiciye ve toplumsal refaha çok ciddi zarar vermesinden kaynaklanmaktadır (Gürkaynak, 2022).

Çalışma kapsamında, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi çerçevesinde nitelendirilecek tüm anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararlarının detayına girilmeyecek olup anlaşma ve uyumlu eylem kavramlarının genel hatlarıyla anlaşılması noktasında örnekler verilmekle ve rekabeti kısıtlayan anlaşma örneklerine değinilmekle yetinilmiştir. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında 4. madde anlamında rekabeti bozan durumlar, finansal hizmetlerin dijitalleşmesi alanıyla sınırlı olarak açıklanacaktır.

2.3.3. Muafiyet kavramı

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinde belirtilen rekabeti kısıtlayıcı nitelikteki anlaşma ve uyumlu eylemler normal şartlarda hukuka aykırı ve yasak olsa da kimi zaman hukuka uygun hâle getirilebilmektedir. 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi, ABİDA'nın 101. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca 4. maddenin uygulanmasının istisnası olarak “bireysel muafiyet rejimi”nden faydalanma imkânı tanımıştır. 4. madde kapsamında yer alan bir anlaşma ya da uyumlu eyleme

bireysel muafiyet tanınması için aşağıda belirtilen dört şartın bir bütün olarak sağlanması beklenmektedir:

- *Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması,*
- *Tüketicinin bundan yarar sağlaması,*
- *İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması,*
- *Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması.*

Bireysel muafiyet rejiminden faydalanmak isteyen teşebbüsler, yukarıda bahsi geçen dört maddeyi bir bütün olarak sağlamak ve 4. maddenin uygulanmasından neden muaf tutulmak istediklerini gerekçeli bir şekilde açıklayarak Kurum'a ibraz etmek zorundadırlar. Uygulamada, Rekabet Kurumu'na başvurulması akabinde Kurum, bağımsız denetleyici üçüncü tarafın atanmasına karar vererek ilgili teşebbüsün muafiyet kriterlerini sağlayıp sağlamadığının periyodik olarak gözden geçirilmesi yönünde karar verebilmektedir. Bağımsız denetleyici üçüncü taraf, Kurum tarafından tasdik edildikten sonra muafiyet rejiminden faydalanmak için başvuruda bulunan teşebbüsün muafiyet kriterlerini sağlayıp sağlamadığına yönelik bağımsız bir rapor hazırlayarak Rekabet Kurumu'nun II. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkanlığı'na ibraz etmektedir. Böylece muafiyet kriterlerinin sağlanıp sağlanmadığı üçüncü bir taraf nezdinde objektif olarak gözden geçirilmekte ve ilgili kriterlerin sağlanması noktasında teşebbüs sürekli olarak bir uyum yükümlülüğü içerisinde bulunarak kriterleri sağlamaya çalışmaktadır. Nitekim bu uygulama sonucunda bireysel muafiyet rejiminin olası avantajları olarak şirketlere esneklik sağlanmakta ve muafiyetin alınması için istisnai olarak yapılan anlaşmaların hukuka uygun hâle getirilmesiyle tüketici zararı da minimize edilmiş olmaktadır.

4054 sayılı Kanun belirli bir tip ya da türdeki rekabeti bozucu anlaşmaları 5. madde koruması dışında bırakan bir hüküm içermemektedir (Rekabet Kurumu, 2015). Her ne kadar teorik açıdan 5. maddedeki tüm koşulları sağlayan rekabeti kısıtlayıcı anlaşma ya da uyumlu eylemler bireysel muafiyet rejiminden faydalanabilse de fiyat tespiti, bölge ve müşteri paylaşımı, yeniden satış fiyatının tespiti gibi kartel niteliğindeki rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar bireysel muafiyet rejimine konu olmamaktadır. Burada bahsi geçen ve *numerus clausus* olarak sınırlandırılan anlaşmalar hiçbir şekilde muafiyet kriterlerinden faydalanamayacaktır (Rekabet Kurumu, 2015).

2.3.4. Hâkim durum ve hâkim durumun kötüye kullanılması

4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde, bir davranışın hukuka aykırı olması açısından bu davranışı gerçekleştiren teşebbüsün "hâkim durum" statüsünde olması beklenmektedir. Kanun'un 6. maddesi aşağıdaki gibidir:

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

Kanun'un 6. maddesinin ikinci fıkrasında birtakım kötüye kullanma hâlleri sıralanmış olmakla birlikte ilgili fıkra da belirtilen hâller yalnızca örnek niteliğindedir. 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi çerçevesinde, bir teşebbüsün hâkim durumda olması cezalandırılabilirliği veya ilgili davranışın ihlâl niteliği taşıması için yeterli değildir. Dolayısıyla teşebbüslerin kendi iç etkinlikleri nedeniyle rekabette ön sıralara geçip bir nevi tekel konumunda olmaları Türk rekabet hukuku uygulamasında yasaklanmamıştır. Bununla beraber, "hâkim durum" niteliği taşıyan bir teşebbüsün hâkim konum nedeniyle elde etmiş olduğu pazar gücünü tüketici refahını azaltacak şekilde gerçekleştirdiği davranışları 4054 sayılı Kanun nezdinde yasaklanmıştır (Rekabet Kurumu, 2014). Nitekim, Türk rekabet hukuku uygulamasında hâkim durumda bulunan teşebbüslerin hâkim durumlarını kötüye kullanmamak üzere "özel bir sorumluluk" içerisinde bulundukları ifade edilebilir. Ancak burada bir ayrımın vurgulanması önem taşımaktadır. Rekabet hukuku anlamındaki "hâkim durum" kavramı ile ekonomi disiplindeki "tekel" kavramı birbirlerinden farklı kavramlardır. Tekel durumunda pazarda tek bir teşebbüs faaliyette bulunmakla birlikte bu teşebbüs aynı zamanda hâkim durumda olmaktadır. Ancak, birden fazla teşebbüsün faaliyet gösterdiği bir pazarda doğal olarak tekel durumunda bulunan bir teşebbüsün varlığı düşünölemeyeceği gibi birden fazla teşebbüsün faaliyet gösterdiği pazarlarda hâkim durumda bulunan teşebbüsler ortaya çıkabilmektedir. Öğretide, hâkim durumda bulunan bir teşebbüsün rekabetçi baskılardan arî olduğu, tekel durumunda olan bir teşebbüsün ise pazara giriş yönünde engeller olmadığı varsayımında potansiyel rekabetçi baskılara maruz kalması nedeniyle, bu durum pazarda etkin bir rekabet ortamının varmış gibi faaliyette bulunulmasına neden olabileceği ifade edilmektedir (Güven, 2008).

Kanun'un 6. maddesi gereğince herhangi bir ihlâlden söz edilebilmesi için iki tane asli unsurun birlikte bulunması gerekmektedir. Bunlardan ilki, soruşturmaya veya yerinde

incelemeye konu teşebbüsün hâkim durumda olup olmadığı; ikincisi ise teşebbüsün hâkim durumda olması neticesinde sahip olduğu pazar gücünün avantajından faydalanarak hâkim durumunu kötüye kullanmasıdır. Dolayısıyla herhangi bir ihlâlin varlığı aranıyorsa, burada bahsedilen her iki şart birlikte gerçekleşmek durumundadır. Rekabet Kurulu, bu iki koşulun birlikte gerçekleşmediği durumlarda, diğer koşula ilişkin bir değerlendirmeye yer vermemektedir (Ör., Rekabet Kurulu’nun 10-76/1569-604 sayılı Doğan Grubu TV Kanalları, 10-69/1458-557 sayılı Domino’s Pizza ve 11-57/1471-528 sayılı GE Jenbacher kararları).

Hâkim durumun kötüye kullanılması şeklinde gerçekleşen rekabet ihlâlleri incelenmeden önce, hâkim durum kavramının açıklanmasında fayda görülmektedir. 4054 sayılı Kanun’un 3. maddesi uyarınca hâkim durum kavramı aşağıdaki şekilde açıklanmıştır:

“Rekabet hukukunda hâkim durum belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü”

Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz (Hâkim Durum Kılavuzu) uyarınca (2018) hâkim durum aşağıdaki gibi ifade edilmiştir:

“Bu tanım (hâkim durum tanımı) çerçevesinde, rekabetçi baskılardan belirgin şekilde bağımsız davranma gücüne sahip olan bir teşebbüsün hâkim durumda bulunduğu kabul edilmektedir. Nitekim rekabetçi baskılardan bağımsız davranabilen bir teşebbüs fiyatlarını kârlı bir şekilde rekabetçi düzeyin üzerine çıkarabilme ve belirli bir süre boyunca bu düzeyde sürdürürebilme imkânına sahiptir”

Hâkim Durum Kılavuzu’nda açıklandığı üzere, hâkim durumdaki bir teşebbüs; üretim ve dağıtım düzeyi, mal ve hizmet çeşitliliği, inovatiflik, yenilik düzeyi gibi unsurları kendi lehine ve tüketici aleyhine olacak şekilde belirleyebilme becerisine sahip olmaktadır (Gürkaynak, 2022). Özellikle; hâkim durumda bulunan bir teşebbüs, pazar gücünü ve hâkim durumda olduğu pazardaki etkinliğini kullanmak suretiyle yeni teknolojik girişimlerin pazara girişi yönünde - tek taraflı davranışlar sonucunda- engeller oluşturabilecek ve böylece kendi pazar payını kaybetmemek uğruna rekabet hukukunun baştan beri korumakla mükellef olduğu toplumsal refah ve tüketici refahı gibi menfaatlere zarar verecektir. Hâkim durum; teşebbüslerin sürekli olarak sahip oldukları ekonomik güçten, pazar payının yüksekliğinden, dağıtım ağının ve tedarik zincirinin yaygınlığından, sahip olunan depo, terminal ve boru hatlarından, satış sonrası hizmetlerin çeşitliliğinden, eğitilmiş ve nitelikli personelinden, insan kaynaklarından,

kullandıkları teknolojik sistemlerden, markasının tanınmışlığından, sahip olduğu patent haklarından, bağımsız karar verebilme kabiliyetlerinden, rakip teşebbüslerin pazardaki konumundan, imtiyazlı haklardan, ürün ve hizmet çeşitliliğinden ve pazara giriş-çıkış önündeki engeller gibi pek çok faktörden kaynaklanabilmektedir (Güven, 2008). Pazara giriş yönündeki engeller yüksek ve pazara giriş oldukça zor ise hâkim durumdaki teşebbüs üzerindeki potansiyel rekabetçi baskı az olacak; pazara giriş engellerinin az ve pazara girişin nispeten kolay ve maliyetsiz olduğu durumlarda ise hâkim durumdaki teşebbüs üzerindeki rekabetçi baskı yüksek olacaktır. Pazara giriş yönünde engeller bulunması, teşebbüslerin mal ve/veya hizmet piyasasına girmelerini zorlaştırdığından dolayı ilgili piyasada rekabetçi ortamının tesis edilmesine engeller oluşturmaktadır. Nitekim ilgili pazarda hâkim durumda bulunan bir teşebbüs, pazara giriş yönünde engeller bulunması durumunda rekabetçi baskılardan oldukça uzak bir şekilde faaliyetlerini yürütecektir. Dolayısıyla buradaki örnekte ilgili teşebbüsün hâkim durumunu kötüye kullanması anlamında bir rekabet ihlâlüne neden olma potansiyeli yüksek olacaktır.

Hâkim durum kavramının açıklanması çerçevesinde pazara giriş engellerinin üzerinde durmakta da fayda görülmektedir. Pazara giriş yönündeki engeller çok çeşitli nedenlerle ortaya çıkabilmektedir. Öğretide, pazara giriş engelleri “*yapısal giriş engelleri*” ve “*davranışsal giriş engelleri*” şeklinde iki ayrı başlık altında incelenmektedir (Güven, 2008). Yapısal giriş engelleri olarak ifade edilen pazara giriş yönündeki kısıtlamalar; kamusal düzenlemeler (ör., maden sektörü özelinde madencilik mevzuatına ilişkin kamusal zorunluluklar), pazara giriş önündeki yüksek sermaye gereksinimi, batık ve sabit maliyetler, mutlak maliyet avantajı, stratejik girdilere hâkimiyet, fikri mülkiyet ve dışsallıklar şeklinde ifade edilirken; davranışsal giriş engelleri ise atıl kapasite yatırımları, ürün farklılaştırması, reklam kampanyaları, mal vermeyi reddetme, yıkıcı ve aşırı fiyatlandırma, dikey anlaşmalar yoluyla piyasa kapanması, organize suç örgütleri yoluyla giriş engelleri şeklinde ifade edilmiştir (Güven, 2008). Pazara giriş engelleri 4054 sayılı Kanun’un 4. ve 6. maddelerinde ifade edilen şekilleriyle incelenmekle birlikte, pazara giriş engeli niteliğinde olup 4054 sayılı Kanun kapsamı dışında tutulan giriş engelleri şeklinde de incelenmektedir. Örnek vermek gerekirse, bir teşebbüsün kendi iç dinamikleri yoluyla oluşturup patentini aldığı yeni bir ürün teknolojisinde, pazara belirli bir süre boyunca başka bir teşebbüsün girmesi engellenmektedir. Ancak; buradaki kısıtlama 4054 sayılı Kanun kapsamında yasaklanmamakta, aksine teşebbüsler bu yolla yaratıcı olmaya teşvik edilmektedir (Esen, 2006). Dolayısıyla, çalışma kapsamımızda pazara giriş yönündeki engeller yalnızca finansal hizmetlerin dijitalleşmesi süreciyle ilgili ele alınacaktır. Bu kısımda yalnızca pazara

giriş yönündeki engeller kavramıyla ifade edilmek istenen bölüme değinilmiş olmakla yetinilecektir.

Rekabet hukuku incelemeleri kapsamında pazara giriş engelleri, hâkim durumun tespiti sürecinde soruşturmaya konu olan teşebbüsün pazar payı ile ele alınmakta ve şirket birleşme/devralmaları ve hâkim durumun kötüye kullanılması ile doğrudan ilgili bulunmaktadır (Yanık, 2003).

Hâkim durumun tespiti, birleşme ve devralma işlemlerine de konu edilmektedir. Nitekim 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında; birleşme ve devralma işlemleriyle birlikte ilgili pazarda etkin rekabeti kısıtlayacak biçimde hâkim durum oluşturulması veya mevcut bir hâkim durumun güçlendirilmesi yasaklanmıştır (Gürkaynak, 2022).

Bir teşebbüsün hâkim durumda olup olmadığının incelenmesinde ilk adım ilgili pazarın belirlenmesidir. İlgili pazarın tanımı son derece dikkatli bir şekilde yapılmak durumundadır. Nitekim rekabet otoritesi tarafından açılan bir soruşturmada, hakkında soruşturma açılan teşebbüsün kendisi lehine hâkim durum kazandıracak nitelikte bir pazar payına sahip olup olmadığının değerlendirildiği ilk bölüm ilgili pazar tanımının yapıldığı bölümdür. Hâkim Durum Kılavuzu (2014) uyarınca, ilgili pazarın tanımlanması bir teşebbüsün hâkim durumda olup olmadığına yönelik bir incelemenin ilk koşulu olarak ortaya çıkmaktadır. Rekabetçi parametrelerden belirgin bir ölçüde bağımsız davranabilme kabiliyeti olarak incelenen hâkim durum tespitinin temelinde ilgili pazarın belirlenmesi yatmaktadır. Nitekim İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz (İlgili Pazar Kılavuzu) uyarınca (2008), ilgili pazar kavramı “*Rekabet Kurulu’nun rekabet politikasını uygulama çerçevesini çizmesine imkân veren araç*” şeklinde tanımlanmak suretiyle hâkim durum tespitinde ilgili pazar tanımlanmasının önemi vurgulanmıştır.

İlgili pazarın tanımlanmasına ek olarak, hâkim durumun tespiti sürecinde pazar gücünden ve pazar payından bahsetmek isabetli olacaktır. Pazar gücü ile pazar payı kavramları eş anlamlı ifadeler olmayıp pazar gücü, pazar payını da içinde bulunduran bir çatı kavram olarak düşünülmelidir. Rekabet Kurulu, 09.01.2014 tarihli ve 14-01/06-05 sayılı Göltaş/Batı Söke Çimento kararında pazar gücünü aşağıdaki şekilde tanımlamıştır:

“...fiyatları belirli bir süre boyunca kârlı bir şekilde rekabetçi fiyat düzeyinin üzerinde tutma ya da ürün miktarı, kalitesi ve çeşitliliği ya da inovasyon gibi unsurları belirli bir süre boyunca kârlı bir şekilde rekabetçi düzeylerin altında tutabilme becerisi”

Kurul kararından anlaşılacağı üzere, bir teşebbüsün rekabetçi baskılardan bağımsız bir şekilde hareket etmesine imkân verecek nitelikte pazar gücüne sahip olması hâkim durum statüsünün varlığına bir delil olarak sayılmaktadır (Gürkaynak, 2022).

Pazar payı incelemesi, Rekabet Kurumu tarafından hâkim durum incelemelerinde en çok başvuru yapılan incelemelerden biridir. Nitekim Hâkim Durum Kılavuzu'na göre (2014) bir teşebbüsün ilgili pazarda hâkim durumda olup olmadığına yönelik birincil gösterge teşebbüsün ilgili pazarda sahip olduğu pazar payı olmaktadır. Pazar payı, incelemeye konu faaliyete göre değişiklik göstermekle birlikte satışların parasal değeri veya satış miktarı üzerinden hesaplanmaktadır (Rekabet Kurumu, 2014).

Bir teşebbüsün hâkim durumda olup olmadığının tayin edilmesi hususunda Türk rekabet hukuku uygulamasında belirli bir pazar payı eşiği bulunmamaktadır. Ancak, Rekabet Kurulu'nun yerleşik içtihadında %40'ın altında pazar payına sahip olan teşebbüslerin hâkim durumda olamayacakları kabul edilmektedir (Rekabet Kurumu, 2014). Her ne kadar pazar payına yönelik bir eşik getirildiği anlaşılsa da %40 pazar payının üstünde olan teşebbüslerin bir "hâkim durum karinesi" altında hâkim durum sayıldıkları düşünülmemelidir. Nitekim, Kurul, %40 pazar payının üstünde pazar gücüne sahip olan bir teşebbüsün somut olayın özellikleri dikkate alınması sonucunda hâkim durumda olmadığına karar verebilir. Kurul'un 17.10.2000 tarih ve 00-39/436-242 sayılı Arçelik kararında, %53-%54 arasında bir pazar payına sahip olan teşebbüsün, ilgili pazar özelinde güçlü rakiplerinin bulunması sebebiyle pazarda tamamen bağımsız bir şekilde hareket edecek kudrete sahip olmadığına karar vermiştir (Gürkaynak, 2022). Buna karşın; Avrupa Birliği rekabet hukuku uygulamasında, Komisyon'un yerleşik içtihadı çerçevesinde %70'i aşan pazar payına sahip bir teşebbüsün hâkim durumunun varlığın ilişkin kuvvetli bir karine olduğu düşünülmektedir (Gürkaynak, 2022). İncelenen teşebbüsün sahip olduğu pazar payının yanında, bu pazar payının zaman içerisindeki istikrarı, ilgili pazar dahilinde faaliyet gösteren rakip teşebbüslerin sayısı ve bu rakip teşebbüslerin ilgili pazardaki pazar payları da hâkim durum incelemesinde ele alınan diğer faktörlere örnek olarak gösterilebilir. Nitekim, genel kabul görmüş öğretide ve Rekabet Kurulu'nun yerleşik içtihadında pazar payının bir teşebbüsün pazar gücünün belirlenmesindeki tek gösterge olmadığı bilinmektedir (Gürkaynak, 2022).

Rekabet Kurulu, soruşturmaya konu olan teşebbüsün hâkim durumunun tespiti sürecinde; pazar payı ile sınırlı kalmaksızın teşebbüsün ilgili pazar dahilinde sahip olduğu tüm pazar gücünü, pazara giriş ve pazarda büyüme önündeki engelleri, rakip teşebbüslerin ilgili pazardaki

sayıları ve bu pazarlardaki pazar payları ve mevcut/potansiyel rakip teşebbüslerle bağlı kalmaksızın mevcut pazardaki müşterilerin alıcı gücünü bir bütün olarak değerlendirmektedir.

4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi ile beraber hâkim durumun kötüye kullanılması yasaklanmış olup “kötüye kullanma” kavramının tanımı ilgili kanunda yapılmamıştır. Buna karşın, Hâkim Durum Kılavuzu'nun 22. paragrafında (2014) kötüye kullanma kavramı aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

“...hâkim durumdaki teşebbüslerin sahip oldukları pazar gücünün avantajından faydalanarak doğrudan ya da dolaylı olarak tüketici refahını azaltması muhtemel davranışlarda bulunmaları...”

Hâkim durumun kötüye kullanılması, tüketici refahında meydana gelecek potansiyel olumsuz etkileri bakımından tanımlanmış olup hâkim durumdaki bir teşebbüsün bu gücünden kaynaklı elde ettiği avantajı kötüye kullanması sonucu; fiyatlarda artış, ürün veya hizmetin kalitesinde düşüş, mal ve hizmet çeşitliliğinde azalma gibi telafisi güç olan neticeler ortaya çıkararak tüketici refahı üzerinde olumsuz bir etki doğuracaktır (Rekabet Kurumu, 2014). Dışlayıcı davranışlara yönelik gerçekleştirilen incelemelerde, ilgili teşebbüs davranışının fiili ya da muhtemel etkileri de göz önünde bulundurularak teşebbüsün hâkim durumda olmadığı, ancak faaliyetlerinin bulunduğu ilişkili pazarlarda dahi ortaya çıkabilecek rekabet ihlalleri Kurul'un inceleme yetkisine girmektedir (Bkz. Rekabet Kurulu'nun 08.03.2012 tarih ve 12-10/328-98 sayılı Türk Telekom kararı).

Dışlayıcı veya sömürücü davranışlara ilişkin olarak Kurul tarafından gerçekleştirilen incelemede, hâkim durumdaki teşebbüsün davranışının fiili veya muhtemel rekabet karşıtı bir etki doğurmak yoluyla piyasa kapamaya yol açıp açmayacağı araştırılmaktadır (Rekabet Kurumu, 2014). Hâkim Durum Kılavuzu'nda, rekabet karşıtı piyasa kapama; hâkim durumdaki teşebbüs tarafından fiili veya muhtemel rekabet karşıtı etki yoluyla tüketicilerin zararına olacak şekilde, mevcut ya da muhtemel rakip teşebbüslerin ilgili piyasadaki arz kaynaklarına ve piyasaya girişinin engellenmesi veya zorlaştırılması şeklinde tanımlanmıştır.

4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinde sıralanan kötüye kullanma hâlleri tahdidi nitelikte olmayıp işbu kanun altında belirtilmeyen hâkim durumun kötüye kullanılması uygulamalarının da rekabet ihlali olarak değerlendirilerek 6. madde kapsamına alınması mümkündür. 6. maddede belirtilen hâller en yaygın durumlar olarak belirlenmiş olup teşebbüslerin yaptırımdan kaçınmaları açısından yol gösterici niteliktedir (Güven, 2008).

2.4. Dijital Finansal Hizmetlerde Rekabetçi Endişeler

Çalışmanın önceki kısımlarında bahsedildiği üzere, finansal hizmetler sektörü pek çok aktörü içerisinde barındıran bir sektör olmakla birlikte, son yıllarda dijitalleşme ve teknolojinin finansal hizmetler sektöründe neden olduğu yıkıcı inovasyon ve dönüştürücü etki sayesinde finansal hizmetlerin dinamikleri oldukça değişmiştir. Geleneksel oyuncuların verdikleri finansal hizmetleri; FinTech, InsurTech ve BigTech aktörleri daha ucuz ve daha süratli bir şekilde verme imkânına ulaşmıştır. Dolayısıyla finansal hizmetler sektörüne yeni dahil olan aktörlerle birlikte rekabet artmış ve inovasyon hız kazanmıştır. Dijitalleşme süreciyle birlikte, her ne kadar rekabetin hız kazandığı görülse de finansal hizmetlerin dijitalleşmesi nedeniyle verinin, BigTech aktörlerinin ve pazara giriş engellerinin gündeme gelmesi rekabetçi endişeleri artırmaktadır. Burada bahsi geçen rekabetçi endişelerin anlaşılması açısından dijital piyasaların dijital piyasaların rekabetçi dinamikleri üzerinde durulmasında fayda görülmektedir.

2.4.1. Dijital pazarlardaki rekabet dinamikleri

OECD tarafından gerçekleştirilen çalışmada (2022) dijital piyasaların kendine özgü dinamikleri incelenmiştir. İlgili raporda; geniş ağ etkileri, çok taraflı pazaryerleri, rekabet ortamındaki süratli değişim, fiyat dışı rekabet ve geniş coğrafi pazar tanımı kavramları açısından dijital mecralardaki rekabet dinamikleri analiz edilmiştir.

a. Geniş ağ etkileri (network effects)

BigTech platformları teknoloji kullanımında da öncü sayılabilirler. Örnek vermek gerekirse, büyük veri (big data) kullanan yapay zekâ modellerine ve yüksek nitelikte teknolojik araçlara sahip olarak finansal hizmetler sektöründeki diğer rakiplerinden ayrılmaktadırlar. Dolayısıyla dijital pazarlarda faaliyet gösteren BigTech aktörleriyle beraber geniş ağ etkilerine sahip olduğu düşünülebilir.

BigTech aktörleri; e-ticaret platformlar, mobil mesajlaşma uygulamaları ve arama motorları aracılığıyla pek çok platformda geniş bir ağa ve geniş bir kullanıcı kitlesine sahiptirler. Sahip oldukları geniş kullanıcı portföyü ve kapsamı ağ etkileriyle birlikte veriye ulaşım konusunda BigTech platformlarının bankalarla ciddi bir rekabet içinde oldukları düşünülebilir. BigTech platformlarının dijital mecralarda güçlenmesiyle beraber, pazara giriş önünde engeller oluşabilir ve pazardaki rekabet önemli ölçüde azalabilir.

BigTech platformları mevcut geniş ağ yapıları ve bu ağlar üzerindeki devasa miktardaki verilerden faydalanarak kullanıcı/tüketici tercihlerini kişiselleştirme yeteneğine sahip olmaktadırlar. Kullanıcı ve tüketici tercihlerini kişiselleştirme yetenekleri doğrultusunda çevrimiçi reklamcılık sektöründen finansal hizmetler sektörüne kadar birçok sektörde ve çok taraflı pazarlarda faaliyette bulunabilmektedirler. Dolayısıyla, ağ etkileri oldukça kuvvetli olan teşebbüsler dijital finansal piyasalar özelinde tekel benzeri bir yapı oluşturup hâkim durumun kötüye kullanılması suretiyle dışlayıcı davranışlar sergileyerek rekabet ortamına zarar verebilirler.

Ağ etkilerinin oluşması, platform dinamikleri ile kullanıcıların algı ve davranış biçimlerinin birleşiminden kaynaklanan rekabetçi bir endişeye neden olmaktadır (Carmona, Lombardo, Pastor, Quiros, Garcia, Munoz ve Martin, 2018). Ağ etkilerinin yoğunluğunu ve niteliklerini şekillendiren başka faktörler de olabilmektedir. Özellikle kullanıcıların (tüketicilerin) yalnızca bir hizmet sağlayıcıyı tercih etme eğilimleri (single homing) ya da birden fazla hizmet sağlayıcıyı tercih etme eğilimleri (multi homing) rekabetçi endişeleri etkilemektedir (Carmona vd., 2018). Nitekim kullanıcıların birden fazla platformu aynı anda kullanmayı tercih etmeme eğiliminde olmaları durumunda platforma dayalı pazarların tekelleşme riski (market tipping) ortaya çıkabilmektedir (Yüksel, 2022). Bu durumu açıklamak gerekirse, ağ etkileri; platformların kullanım yoğunluğu arttığında veya kullanıcılar yalnızca tek bir platformu tercih etme eğiliminde olduklarında daha da güçlenerek rekabetçi endişe oluşturma ihtimâlini artırmaktadır.

b. Çok taraflı pazarlar (multi-sided platform markets)

Ağ etkileri özellikle çok taraflı pazarlarda (multi-sided markets) oldukça kuvvetli olmaktadır. Çok taraflı pazarlarda hem aynı taraflar hem de çapraz nitelikteki taraflar bulunmaktadır. Çok taraflı pazar yerleri, birbirine ihtiyaç duyan farklı tüketici gruplarına ortak bir buluşma merkezi sağlanması ve iki farklı tüketici grubunun üyeleri arasındaki etkileşimin kolaylaştırılması olarak oldukça geniş bir şekilde tanımlanmaktadır (Yiğit, 2022). Rekabet hukuku anlamında çok taraflı bir pazar yerinden bahsedilebilmesi için iki veya daha fazla tüketici grubunun varlığı, işbu tüketici grubu arasındaki ilişkiden kaynaklı dışsallık bulunması ve dışsallıkların içselleştirilmesi için bir aracının mevcudiyeti gerekmektedir (Yiğit, 2022).

Çevrimiçi reklamcılık, e-ticaret ve sosyal medya hizmetlerinin verildiği dijital pazarlar da geniş ağ etkilerine sahip pek çok ürün ve hizmeti içinde barındırması nedeniyle çok taraflı

pazarlardan kabul edilmektedir. Meta, WhatsApp ve Telegram gibi platformlar da sosyal medya mecraları olarak çok taraflı platformlara örnek gösterilebilir.

Çok taraflı pazarlara/platformlara yönelik tanımlar arasında yerleşik bir kanaate varılmadığı bilinse de çok taraflı pazarların özellikle BigTech platformları açısından önemli sonuçlarının olduğundan bahsedilmiştir. Örnek olarak, çok taraflı pazarlarda faaliyette bulunan BigTech platformunun ağ dışsallıklarının (network externalities) avantajların dan faydalanarak FinTech ve InsurTech gibi inovatif girişimlerin pazara girişi önüne engeller koymak suretiyle kendi pazar payını korumaya yönelik bir davranış sergileyebilmektedir. Çok taraflı pazarlarda tam da bu noktada rekabetçi endişeler ortaya çıkmaktadır.

Bir platformun farklı tarafları ile arasındaki ilişkiler neticesinde, platformlar arası ağ dışsallıkları oluşmaktadır (Carmona vd., 2018). Ağ dışsallıkları sayesinde bir tarafın pazara girişindeki artış, diğer tarafa fayda sağlamaktadır. Örnek olarak; çevrimiçi reklamcılık pazarında daha fazla satıcının hizmet sunmaya başlaması, kullanıcılara (tüketicilere) fayda sağlarken, aynı biçimde daha fazla kullanıcının (tüketicinin) pazarda bulunması satıcıların yararına olmaktadır. Konu çok taraflı pazarlara geldiğinde, gerçekleştirilen rekabet analizleri bu tür ağ dışsallıklarını göz önünde bulundurmak durumundadır.

Çok taraflı pazarlarda faaliyette bulunan teşebbüsler; bir müşteri grubuna sunulacak olan hizmetin koşullarını belirlerlerken, bu durumun diğer kullanıcı gruplarının talepleri üzerinde etkilerini de dikkate almak durumundadırlar. Nitekim; çok taraflı pazarlarda ödeme cüzdanı hizmeti sunan bir teşebbüsün, sadece ödeme gerçekleştirmek isteyen müşterilerden ücret alması ve ödeme kabul etmek isteyen kullanıcılardan ücret almaması, ödeme gerçekleştirmek isteyen müşteri grubu sayısında bir düşüşe neden olarak her iki kullanıcı grubuna da zarar verebilmektedir (Yüksel, 2022). Ödeme kabul etmek isteyen kullanıcılar, ödeme gerçekleştirmek isteyen daha çok kullanıcı/müşteri grubuna erişmek amacıyla belirli bir miktar ücret ödemeyi tercih edebilirler. Çok taraflı pazarlarda, özellikle pazar yapıların anlaşılması adına teşebbüslerin pazar güçlerinin tespitinde ağ dışsallıklarının detaylı bir şekilde analiz edilmesi oldukça önemli olmaktadır.

FinTech hizmetlerinin sunulması kapsamında çok taraflı çevrimiçi platformların kullanılması, ilgili pazar tanımı üzerinde de bir etkiye neden olmaktadır. Geleneksel modelde, ürün veya hizmetin değeri tedarikçi tarafından üretilen boru hattı (*pipeline*) işletmeleri mantığı esas alınmaktadır. *Pipeline* modelinde tedarikçiler ürettikleri hizmet ve ürünlerin ücretlendirme

ve kâr marjları üzerinde hâkimiyet sahibi olmakla beraber, *platform* işletmeciliği modelinde platformlar; kendileri mal veya hizmet üretmek yerine kullanıcılar ve üreticiler arasındaki etkileşimlerin gerçekleşebileceği bir alan sağlayarak bu grupların etkileşimlerini kolaylaştırmaktadır. Dolayısıyla platform modeli işletmecilikte üretilen ürün ve hizmetlerin değeri platformun diğer tarafındaki kullanıcılar tarafından oluşturulmaktadır (Carmona vd., 2018). Platform modelinde; daha fazla kullanıcının platforma katılarak platformun büyümesi büyük ölçüde ağ etkilerine (network effects) dayanmaktadır. Ağ etkilerine dayanarak çok taraflı çevrimiçi pazar oluşturan platformlara; Airbnb, Uber ve Amazon Marketplace örnek olarak verilebilir. Türkiye’de ise Trendyol, Hepsiburada, n11, Çiçeksepeti, Yemeksepeti, Papara ve Param gibi platformlar örnek gösterilebilir.

c. Rekabet ortamındaki süratli değişim (rapid change in the competitive landscape)

OECD’nin çalışmasına göre (2022) dijital pazarlardaki rekabetçi ortam sürekli bir şekilde değişim içerisindedir. Dijital piyasalar özelindeki rekabetçi ortamdaki süratli değişim, FinTech alanındaki hızlı değişimden ve dijitalleşmenin sürekli olarak artmasından kaynaklanmaktadır. Dijital pazarlara sürekli bir şekilde yeni aktörler dahil olmakta, mevcut aktörler ise kendilerini yenileyerek pazara yeni giren aktörlerle rekabet etmek durumunda kalmaktadırlar. Dolayısıyla dijital pazarlara ilişkin tanımlarda aceleci davranılmamalı, dijital pazarları analiz eden rekabet hukuku yaklaşımları dikkatli bir şekilde yapılmalıdır.

Dijital pazarlar özelinde rekabet otoriteleri tarafından gerçekleştirilen incelemeler çerçevesinde, ilgili ürün pazarlarının sınırlarının belirlenmesi noktasında problemler ortaya çıkabilir. Örnek vermek gerekirse, tüketicinin dikkat süresi, veri kapasitesi gibi kavramların da rekabete dahil edilmesiyle beraber artık sadece aynı işi yapan teşebbüsler birbirleriyle rekabet etmemekte; farklı platformlar ve farklı formatlar sunan teşebbüsler de konu dijital mecralar olduğunda birbirleriyle rakiplik ilişkisi içerisinde bulunmaktadır. Dolayısıyla rekabetin yalnızca ürünlerin ikâmesi kabiliyeti üzerinden değil, dijital mecralar özelinde kullanıcıların dikkati ve kullanıcı verisi gibi diğer kaynaklar üzerinden de tanımlama ihtiyacı oluşmuştur (Carmona vd., 2018). Örnek olarak, Insragram ve TikTok platformları, farklı formatlar sunan çevrimiçi platformlar olsalar da ilgili ürün pazarı anlamında aynı kullanıcı verileri üzerinde rekabet etmektedirler. Bir diğer örnekte Papara ve Trendyol; tüketici davranışı, tüketici harcama alışkanları gibi kullanıcı verileri üzerinde rekabet etmektedirler. Her ne kadar teşebbüslerden

biri e-ticaret, biri de FinTech alanında rekabet eden teşebbüslerden olsa da dijital platformlardaki süratli değişim düşünüldüğünde, kullanıcılara aynı ürün ve/veya hizmetleri sunmuyor olsalar dahi veri temelli stratejiler konusunda birbirleriyle rakiplik ilişkisi içindedirler.

d. Fiyat dışı rekabet (non-price competition)

Fiyat dışı rekabet, tüketicinin cezbedilmesi ve pazarda üstünlük sağlanması amacıyla fiyat parametreleri dışında başka yollar ile rekabet edilmesi anlamına gelmektedir. Teşebbüsler, ürün veya sundukları hizmetin fiyatını düşürmeden tüketicuyu kendilerine çekmek amacıyla fiyat dışı uygulamalar yoluyla rekabet sergilemektedir. Fiyat dışı parametrelere örnek olarak müşteri deneyimi ve hizmet kalitesinin artırılmasına ilişkin uygulamalar, inovasyon, reklam, pazarlama stratejileri, ağ etkileri ve veri kullanımı yoluyla kişiselleştirilmiş reklamlar/öneriler örnek gösterilebilir. Özellikle dijital pazarlar özelinde, geniş ağ etkilerine ve kullanıcı verilerine sahip BigTech platformlarının fiyat dışı rekabet parametrelerinde oldukça avantajlı olduğunu söylemek isabetli olacaktır. Nitekim, Google gibi teknoloji devleri sahip oldukları ekosistem avantajıyla dijital platformlarda Google ile bütünleşmiş (entegre) olarak çalışan uygulamalar ile birlikte fiyat dışı rekabette önde olmaktadır.

Rekabet otoriteleri tarafından açılan soruşturmalarda, yalnızca fiyatlara ve fiyat parametrelerine odaklanan incelemeler, özellikle tüketici gruplarının ücretsiz olarak hizmet aldıkları çeşitli dijital platformlar söz konusu olduğu zaman yeterli olmayacaktır (Carmona vd., 2018). Dolayısıyla dijital pazarlar özelinde gerçekleştirilen rekabet incelemelerinde, rekabet dışı uygulamaların rekabetçiliğe olan fiili ya da muhtemel etkisi göz önünde bulundurulmalıdır.

e. Geniş Coğrafi Pazar Tanımları (Broad Geographic Market Definition)

Coğrafi pazar tanımı, ilgili pazarın tanımlanmasından sonraki ikinci aşamadır. Coğrafi pazar, teşebbüslerin ürettikleri ürün ve/veya hizmetlerin arz ve talebi konusunda gösterdikleri, rekabet dinamiklerinin makul seviyede homojen veya rekabet dinamikleri komşu bölgelerden hissedilir seviyede farklı olması sebebiyle bu bölgelerden kolayca ayrılabilen bölgeler olarak tanımlanmaktadır (Gürkaynak, 2022). İlgili Pazarın Tanımlanması İlişkin Kılavuz (2018) uyarınca coğrafi pazar tanımlanması aşamasında, öncelikli olarak teşebbüslerin pazar paylarının dağılımına ilişkin göstergelerden ve fiyat dinamiklerinden hareketle bir öngörüş

oluşturulmakta, ardından farklı bölgelerde faaliyette bulunan teşebbüslerin müşteri grupları için alternatif bir arz kaynağı olup olmadığı incelenmektedir. Kurul, İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz uyarınca mevcut incelemelere dayanarak yerelden uluslararasına kadar uzanabilecek büyüklükte bir coğrafi pazarın tanımlanmasına karar vermektedir (Gürkaynak, 2022).

Dijital piyasaların kavramsal olarak sınır tanımadığı söylenebilir. Konu dijital pazarlar olduğunda, rekabet otoriteleri tarafından tanımlanan ilgili pazar ve ilgili ürün tanımları geniş ölçekte pek çok pazarı içerisinde barındırabilmektedir (Carmona vd., 2018). Dolayısıyla dijital pazarların kendi dinamikleri düşünüldüğünde; tüketici gruplarının başka ülkelerdeki teşebbüslerden rahatlıkla ürün ve/veya hizmet alabildiği, dijitalleşmeyle birlikte fiziksel temasın indirgendiği, ürün ve/veya hizmetlerin çevrimiçi platformlar aracılığıyla sunulduğu görülmüş olmakla birlikte dijital pazarlar özelinde coğrafi pazar “geniş” olarak tanımlanabilmektedir. Örnek olarak, Türkiye’de yaşayan bir kullanıcı, ABD merkezli App Store çevrimiçi platformundan uygulama indirmektedir. Uygulamanın geliştiricisi Hindistan’da olabilirken uygulamayı kullanan tüketici Türkiye’de olabilmektedir. Netice itibarıyla App Store özelinde gerçekleşen örnekte rekabet küresel ölçekte gerçekleşmiş sayılmaktadır. Coğrafi pazar ne kadar geniş bir şekilde tanımlanırsa ilgili pazar özelindeki teşebbüsün pazar gücü -eğer yeterli sayıda aktör bulunuyor ve bu aktörler rekabetçi bir baskı oluşturabiliyorsa- o kadar düşük olacaktır.

2.4.2. Dijital pazarlarda rekabet hukukunun önemi ve rolü

Dijital pazarların kendi dinamikleri bağlamında sahip olduğu ölçek ekonomisi, geniş ağ yapısı ve yoğun miktarda kişisel veri ve yıkıcı inovasyon gibi faktörler sebebiyle diğer pazarlardan farklılaştığından ve bu sebeple rekabet hukuku anlamında farklı dinamiklerden bahsedilmesi gerektiğini belirtmiştik. Dijital pazarlar özelinde; platformlar tarafından sunulan hizmetlerde, pazara ilk kez giren ve girdikleri zamandan bu yana geniş bir kullanıcı portföyü kazanan aktörler, pazara yeni giriş yapmak isteyen aktörler karşısında ciddi bir avantaja sahip olmaktadır (Yüksel, 2022). Özellikle, ölçek ve kapsam ekonomilerinin yüksek olduğu dijital pazarlar özelinde, platformlar arası geçişin kolay olmadığı ve kullanıcı gruplarının birden fazla platformu aynı anda kullanmayı (burada “multi-homing” kastedilmektedir) tercih etmeyip single-homing, yani yalnızca tek bir hizmet sağlayıcıyı/platformu tercih etme eğiliminde oldukları durumlar özelinde, “market tipping” yani dijital pazarların tekelleşmesi sorunu

gündeme gelmektedir (Digital Competition Expert Panel, 2019). Dijital pazarlar özelinde cereyan eden “kazanan her şeyi alır” (winner-takes-most) mantığıyla ve market tipping (platforma dayalı pazarların tekelleşme riski) sorunuyla baş etmekte yalnızca serbest piyasanın dinamiklerine güvenilmemektedir.

Dijital pazarların mevcut durumu itibariyle geniş ağ etkileri, ölçek ekonomisi ve veri sahipliği yerleşik oyuncuların elini epey bir kuvvetlendirmiş ve konumlarını pekiştirmiştir. Bir sonraki yıkıcı inovasyonun yapay zekâ (AI) ve makine öğrenimi (machine learning) alanında oluşacağı düşünüldüğünde dijital pazarlarda sahip oldukları ölçek ekonomisi ve kullanıcıları verileri sebebiyle bu inovasyondan/dönüşümden faydalanacağı düşünülen aktörler yine dijital pazarlarda köklü bir şekilde yerleşik oyuncu olarak faaliyette bulunan BigTech platformları olmaktadır (Digital Competition Expert Panel, 2019). Dijital pazarlarda ve finansal hizmetler pazarlarında pazara yeni giriş süreçleri hâlen mümkün olsa da pazara yeni giren FinTech ve InsurTech aktörlerinin büyük şirketler/teşebbüsler tarafından satın alınması rekabetçi endişeler oluşturmaktadır.

Ancak burada bahsedilen rekabetçi risklerin FinTech ekosistemi özelinde geçerli olup olmadığı kesin değildir. Nitekim, kullanıcı grupları FinTech hizmetlerini tek bir hizmet sağlayıcıdan temin etmemektedir. Kullanıcı grupları (geniş anlamda tüketiciler) farklı hizmet sağlayıcılar arasında kolaylıkla geçiş yapabilmekte ve FinTech ekosistemi özelinde henüz bir “market tipping” gibi bir rekabetçi endişe içerecek seviyede büyük bir ölçek ekonomisine sahip olan bir aktör ortaya çıkmamıştır (Yüksel, 2022). FinTech ekosistemi özelinde pek çok aktörün rekabet etmesi ve pazar yoğunluğun (pazardaki yoğunlaşma seviyesi) şu anlık rekabetçi endişe oluşturacak kadar yüksek olmaması gibi nedenlerden dolayı pazarın kendi dinamikleri anlamında rekabetçi endişelerin düşük olduğu söylenebilir.

Ancak FinTech ekosisteminin hiçbir şekilde rekabetçi endişe barındırmayacağı iddia edilemez. Nitekim, dijital pazarların doğası gereği pek çok platform arası geçişin yapılabilmesi, BigTech aktörlerinin finansal hizmetlere adım atması ve FinTech ekosistemi ile komşu olan pazarlardaki mevcut rekabetçi endişelerin FinTech ekosistemine sıçraması gibi durumlar sebebiyle FinTech pazarları da rekabetçi endişeler bakımından güvence oluşturacak şekilde incelenmek durumundadır. Rekabet hukukunun rolü de tam olarak burada ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın önceki kısımlarında bahsedildiği üzere, herhangi bir rekabetçi endişenin, Türk rekabet otoritesinin denetim ve gözetim alanına girmesi için 4054 sayılı Kanun’un dördüncü (rekabeti kısıtlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararları), altıncı (hâkim

durumdaki bir teşebbüsün hâkim durumunu kötüye kullanan davranışları) ve yedinci maddeleri (rekabeti kısıtlayıcı birleşme ve devralmalar) çerçevesinde yasaklanmış bir davranıştan kaynaklanması gerekmektedir. Küresel anlamda da rekabetçi endişeler, rekabet otoritelerinin radarına giren konularla ilgili olması durumunda soruşturma ve yerinde inceleme kapsamına alınmaktadır. Nitekim, Temmuz 2020 yılı itibariyle dünyadaki rekabet otoriteleri tarafından FinTech ekosistemine dair rekabetçi endişelerin analiz edildiği kamuoyu raporları yayınlanmaya başlamıştır. Aynı şekilde Rekabet Kurumu tarafından Aralık 2021’de Ödeme Hizmetlerindeki Finansal Teknolojilere Yönelik İnceleme Raporu yayınlanmış ve özellikle FinTech ekosisteminin önemli bir kısmını oluşturan ödeme hizmetleri özelinde ortaya çıkan rekabetçi endişeler (ödeme sistemindeki yerleşik aktörlerin pazara yeni giriş yapan teşebbüslere yönelik dışlayıcı davranışları vb.) ele alınmıştır.

İlgili raporda (2021) özellikle rekabet otoritelerinin rekabetçi endişelere karşı daha kapsayıcı, süratli ve öngörülebilir çözümler üretebilmesi adına yeni aktörlerin mevcut FinTech altyapılarından dışlanmasıyla ortaya çıkaracağı rekabet karşıtı etkilerin belirlenmesi gerektiği ve bu rekabetçi endişelere karşı yalnızca soruşturma ve yerinde inceleme açılıp cezai yaptırıma karar verilmesi değil, aynı zamanda etkin politikalar oluşturulması gerektiğinden bahsedilmiştir. Rekabet hukukunun rolü ve önemi anlamında, hem küresel camiada hem de Türkiye’de rekabet otoritelerinin FinTech ekosistemine yönelik konularda sessiz kalmayarak kamuoyunu yönlendiren politika çalışmaları geliştirmesi son derece önemlidir.

Dijital pazarların en büyük platformlarından olan çevrimiçi platformlar özelinde ortaya çıkan ağ etkileri, ölçek ekonomileri ve kayda değer miktarda kullanıcı verisinin toplanması gibi hususlar sebebiyle verinin önemli bir pazar gücü oluşturmaya neden olmaktadır. Verinin toplanması yoluyla elde edilen pazar gücü, kullanıcı gruplarının (geniş anlamda tüketici gruplarının) ve çevrimiçi platformlarda reklamverenlerin platforma kilitlenmesine neden olarak bazı zamanlar dijital pazarların doğası gereği bazı zamanlar da dijital pazarlardaki yerleşik aktörlerin tek taraflı davranışları gereği kullanıcı gruplarının ve reklamverenlerin başka platformlara geçişini kısıtlayarak rekabetçi endişeler oluşturmaktadır (Olgun, 2022). Dolayısıyla, bu gibi durumlarla mücadele, serbest piyasanın kendi dinamiğine bırakılamayacak kadar önemli olup denetleyici ve düzenleyici otoritelerin pazara müdahalesinin ve pazarın regüle edilmesine olan ihtiyacın ne kadar önemli olduğunu kanıtlamaktadır.

2.5. FinTech Hizmetlerinde Rekabetçi Endişeler

FinTech hizmetlerinin gelişimi ve tarihsel süreci çalışmanın önceki kısımlarında bahsedilmiş olup çalışmanın bu kısmında FinTech hizmetlerindeki rekabetçi endişelere ve FinTech ekosisteminin yapısal özelliklerine odaklanılacaktır. FinTech ekosistemi incelendiğinde, ilk olarak iki başlık ortaya çıkmaktadır. Bunlardan ilki, farklı kullanıcı gruplarının çeşitli çevrimiçi platformlar vasıtasıyla bir araya getirilmesidir. İkinci yapısal nitelik ise kullanıcı verilerinin FinTech ekosisteminin sunduğu hizmetlerin verimli ve etkin bir şekilde sağlanması için kilit bir rol oynamasıdır (Carmona vd., 2018). Hem platform yapısının hem de kullanıcı verilerine olan ihtiyacın FinTech ekosisteminin kilit taşlarını oluşturması sebebiyle rekabet hukuku anlamında ortaya çıkan rekabetçi endişeler bu iki yapısal nitelik çerçevesinde oluşmaktadır.

2.5.1. Platform yapısından kaynaklı rekabetçi endişeler

Platform yapısından kaynaklı rekabetçi endişeler, genellikle bir platformun hizmet sunduğu kullanıcı gruplarından birinde yer alan kişi sayısındaki artış sebebiyle, diğer kullanıcı gruplarının kişi sayısında artış meydana gelen platformun daha cazip hâle gelmesi sonucu platforma olan talebin artması neticesinde “pozitif dolaylı ağ etkisi” (positive indirect network effect) ile mümkün olmaktadır (Yüksel, 2022). Bir ürün ve/veya hizmetin değeri, o ürün ve/veya hizmeti kullanan kullanıcı gruplarının sayısı arttıkça zaman ortaya çıktığında buna “pozitif doğrudan ağ etkisi” (positive direct network effect) denilmektedir. Çevrimiçi platformlar her ne kadar “pozitif doğrudan ağ etkisi” sunsalar da dolaylı ağ etkileri, özellikle çok taraflı pazarlar/platformlar açısından geçerli olup rekabet hukuku anlamında sonuç doğurmaktadır (Carmona vd., 2018). Burada bahsedilen platformlardaki ağ etkileri, geleneksel finansal piyasalar açısından da önemlidir. Örneğin, borsa işlemlerinde ortaya çıkan dolaylı ağ etkileri, piyasadaki alım-satım hizmeti veren finansal kuruluşların sayısına bağlı olarak “likidite” üzerinde önemli bir etken sayılmaktadır. Finansal istikrarın kritik bir bileşeni olarak ortaya çıkan likidite ile piyasa istikrarı arasındaki ilişki ve finansal hizmetler alanındaki hizmet sağlayıcı platformlar arasındaki rekabet, Carmona ve diğerlerine göre (2018) bir rekabet hukuku meselesi olarak değil, finansal regülasyon meselesi olarak düşünülmektedir. Nitekim finansal hizmetlerin verildiği platformlar (bankalar, sigorta şirketleri vb.) FinTech ekosistemi kadar sıkı bir şekilde düzenlenmemiştir. Bu sebeple FinTech ekosistemindeki ağ etkilerinin neden olduğu durumlar (dolaylı şebeke etkileri, ölçek ekonomisi vb.) rekabet hukuku

anlamında kayda değer bir endişe oluşturmaktadır. Bu endişeler; geniş ağ etkileri sebebiyle ortaya çıkan daha büyük platformların, daha küçük ve yeni gelişen platformlara kıyasla rekabetçi avantajının endişe yaratacak kadar fazla olması ve bu büyük platformların yerleştikleri pazarlarda sonradan pazara girmeye çalışan aktörler için pazara giriş engelleri (entry barriers) oluşturmaları örnek olarak gösterilebilir. Pazara yeni adım atan FinTech girişimleri; nispeten az kâr marjinleri, dar ürün ve hizmet yelpazesi, tüketici kaydirmada yüksek maliyetler (switching cost) ile karakterize edilmiş küresel finansal piyasalarda yeterli bir şekilde rekabet etmek adına yüksek sermaye talepleri (mâli sermaye, insan sermayesi ve repütasyonel sermaye) ile karşı karşıya bulunmaktadır (Clements, 2022). Dolayısıyla FinTech girişimlerinin stratejik sermayeye olan erişimleri ciddi bir endişe kaynağıdır. Clements'e göre (2022) girişimi ölçeklendirmek için yeterli seviyede sermaye toplayamayan FinTech girişimleri, pazarda yerleşik oyuncu olarak faaliyet gösteren yeterli sermaye ve yeterli insan kaynağına sahip teknoloji devlerine karşı rekabet etmekte zorlanacaktır. Ancak salt ağ etkilerinin varlığı, rekabet otoritelerinin müdahalesi için yeterli olmamaktadır. Ağ etkilerinin yoğunluğunu ve rekabetçi endişeye sebebiyet vermesini engelleyen bazı parametreler bulunmaktadır. Bu parametrelere örnek vermek gerekirse, kullanıcıların (tüketicilerin) yalnızca bir hizmet sağlayıcıyı tercih etme eğilimleri (single homing) ya da birden fazla hizmet sağlayıcıyı tercih etme eğilimleri (multi homing) rekabetçi endişeler üzerine etkili olmaktadır. Nitekim kullanıcı gruplarının birden fazla hizmet sağlayıcıyı tercih etme eğiliminde oldukları durum özelinde (multi homing) ağ etkilerinin neden olduğu rekabetçi endişelerin oldukça düşük olduğu ifade edilebilir (Carmona vd., 2018). Çoklu kullanıma dayanan platformlar, pazara giriş engellerini azaltmakta ve pazarda baskın bir oyuncu bulunsada dahi bu oyuncunun pazar gücünü sınırlamaktadır. Nitekim hâkim durumun belirlenmesi süreci kapsamında ilgili pazardaki teşebbüslerin sayısı ve pazarın çoklu kullanıma dayanan platformlardan oluşması, hâkim durum incelemesindeki teşebbüsün pazar gücünü önemli ölçüde sınırlayacaktır.

FinTech ekosistemindeki yapısal nitelikler incelendiğinde, FinTech ekosisteminin sağladığı avantajlardan biri geleneksel finansal hizmetlerle kıyaslandığında, finansal hizmetler arasındaki geçişlerin (the ease of switching between services) epey kolay olmasıdır. Bu durum, FinTech ekosisteminden hizmet alan kullanıcı gruplarının belirli bir platformu sürekli kullanmalarını ve böylece platformun yoğunlaşmasını engellemektedir (Carmona vd., 2018). Finansal hizmetlerde fon arayanlar ile fon sağlayan kullanıcı gruplarının temkinli yaklaşımları sebebiyle çoklu kullanım, yani birden fazla hizmet sağlayıcıyı tercih etme eğilimi daha yüksek olmaktadır. Bu durum, finansal hizmetlerde özellikle bankacılık alanında kitle fonlaması

(crowdfunding) ve borçlanma platformları (crowdlending) gibi hizmetlerde daha çok öne çıkmaktadır. Bu gibi platformların işletmecileri, bir kullanıcı grubuna sunulacak finansal hizmetin şartlarını belirlerken aynı zamanda diğer kullanıcı grubunun talebi üzerindeki etkilerini de dikkate almak durumundadır (Yüksel, 2022). Nitekim FinTech hizmetlerinde; çevrimiçi ödeme hizmeti sağlayıcıları, ödeme kabul etmek isteyen kullanıcı grupları ile ödeme yapmak isteyen kullanıcı gruplarını bir araya getiren platformlar işletmektedir. Dolayısıyla bir kullanıcı grubunun platforma yüklediği değer, diğer grupta yer alan kullanıcı sayılarıyla doğrudan ilişkili olmaktadır (Yüksel, 2022).

FinTech hizmet sağlayıcı teşebbüslerinin varlığı, geleneksel finansal hizmetlerdeki oyuncuların pazar gücü üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturmak suretiyle geleneksel aktörlerin pazar gücü üzerinde sınırlayıcı bir etki doğurmaktadır. Geleneksel aktörler, vermiş oldukları finansal hizmetleri FinTech modeliyle sunmamayı tercih ettikleri durumlarda, piyasadaki mevcut konumlarından kaynaklı avantajları kullanmamış sayılmaktadırlar. Dolayısıyla ağ veya şebeke etkileri yoluyla elde edilmiş bir hâkim durumun gözlemlenmesi mümkün olmamaktadır (Carmona vd., 2018). FinTech ekosistemi bakımından rekabetçi endişelerin ne derece geçerli olup olmadığı tartışmalı olmakla birlikte, kullanıcı gruplarının FinTech hizmetlerini tek bir hizmet sağlayıcıdan temin etmemeleri, kullanıcı gruplarının farklı hizmet sağlayıcılar arasında kolaylıkla geçiş yapabilmesi ve FinTech ekosistemi özelinde (çevrimiçi arama ve sosyal medya pazarları hariç) henüz bir “market tipping” şeklinde tekelci bir aktör ortaya çıkmaması, FinTech ekosistemi özelinde pek çok aktörün rekabet etmesi ve pazardaki yoğunlaşma seviyesinin henüz rekabetçi endişe oluşturacak kadar yüksek olmaması gibi nedenlerden dolayı platform yapısından kaynaklı rekabetçi endişelerin az olduğu söylenebilir (Yüksel, 2022).

FinTech ekosisteminde, her ne kadar platform yapısından kaynaklı rekabetçi endişelerin oldukça az olduğu belirtilse de özellikle yoğunlaşmanın ve pozitif dolaylı ağ etkilerinin yüksek olduğu *ödeme hizmetleri* alanında, önemli pazar gücüne sahip teşebbüslerin, hâlihazırda hâkim durumda oldukları pazardaki mevcut pazar güçlerini *self-preferencing*, kendi sunmuş olduğu hizmetlerine rakip teşebbüslere kıyasla daha avantajlı koşullar sağlaması, yoluyla ödeme hizmetleri pazarına taşıması rekabetçi endişelere neden olabilir. Bu durumda yeni oyuncuların pazara girişlerinin engellenmesi yönünde mevcut büyük teknoloji teşebbüslerinin hâkim durumlarını kötüye kullandıkları tek taraflı davranışlar söz konusu olacaktır (Carmona vd., 2018). Fakat burada bahsedilen rekabetçi endişe, platform yapısından kaynaklanmakta, veriye erişimden kaynaklanmaktadır. Avrupa Birliği Komisyonu’nun (Komisyon) *Apple Pay* ödeme

hizmetine yönelik soruşturması bu konunun en güncel örneği olarak gösterilebilir (Yüksel, 2022).

2.5.2. Veri kullanımı nedeniyle ortaya çıkan rekabetçi endişeler

Genel anlamda, FinTech ekosistemine ilişkin pazarların özellikle ödeme hizmetleri ve kişisel finans yönetimi gibi alanlara konu olması sebebiyle yapısal olarak rekabetçi endişeler barındırmaktadır. Ancak buradaki endişeler, bu pazarlar özelindeki sunulan hizmetlerin platformlar aracılığıyla sunulmasından ve verilerin bu platformlar için son derece kritik bir girdi oluşturmaktan kaynaklanmaktadır. Nitekim yukarıda bahsedilen Apple Pay soruşturması çerçevesinde veri setleri ve altyapı sistemleri gibi kritik girdilere erişimin bu kritik girdiler üzerinde kontrol sahibi olan teşebbüsler tarafından engellenerek self-preferencing uygulamaları pazar gücünü taşıması asıl rekabetçi endişelere neden olmaktadır.

FinTech ekosistemi özelinde rekabetçi endişe doğuran en önemli sorun, verinin bir pazar gücü hâline gelmiş olmasıdır (Carmona vd., 2018). Dolayısıyla, verinin pek çok rekabetçi endişenin temelini oluşturmaları sebebiyle, FinTech ekosistemindeki yeri oldukça sorunludur. Birleşme ve devralmalar açısından bakıldığında, verilerin yerleşik teşebbüsler tarafından aşılması zor bir rekabetçi avantaj elde edilmek suretiyle kullanılması sonucunda benzersiz bir veri havuzuna erişim sağlanması, ciddi bir rekabet hukuku problemi olarak ortaya çıkmaktadır. Veri havuzuna erişim yoluyla verinin rekabetçi bir endişe hâline gelmesi Alman ve Fransız rekabet otoritelerinin de dikkatini çekmiştir (Carmona vd., 2018). Veri setlerinin çapraz kullanımı yoluyla; belirli bir hizmetin temin edilmesinden elde edilen veri, farklı nitelikteki hizmetler için de girdi teşkil edebilmektedir. (Yüksel, 2022). Nitekim, çevrimiçi arama veya çevrimiçi reklamcılık hizmetleri sunan teşebbüslerin sahip oldukları veri setleri, bu hizmetler için doğrudan bir rekabet parametresi olmakla birlikte; bu pazarlarda faaliyette bulunan teşebbüslerin FinTech ekosistemine adım atıp aynı zamanda ödeme hizmeti sunmak üzere bir birleşme veya devralma gerçekleştirmesi rekabet otoritelerinin dikkatini çekecek ve belki de çevrimiçi arama veya çevrimiçi reklamcılık hizmetleri sunan teşebbüs rekabetçi endişelerin giderilmesi adına taahhüt mekanizmasına başvurmak durumunda kalacaktır. Bir diğer örnekte; Amazon, Meta ve Google gibi teknoloji devlerinin düşünüldüğü senaryo kapsamında, hâlihazırda geniş kullanıcı portföyüne ait kullanıcı verilerine (arama geçmiş, sosyal medya alışkanlıkları, tüketim tercihleri, satın alma alışkanlıkları vb.) sahip olarak FinTech dünyasına adım atıp bir FinTech tabanlı kredi değerlendirme hizmeti sunmak istediğinde rekabetçi

endişeler oluşabilmektedir. Örnek olarak, Amazon; alışveriş geçmişi, arama tercihleri, abonelik bilgileri, teslimat sıklığı ve adres geçmişi kullanıcı verilerini kullanarak tüketiciye kredi değerlendirme hizmeti sunma konusunda benzersiz algoritmalar oluşturma becerisine sahip olmaktadır. Burada ortaya çıkan veri setlerinin çapraz kullanımı, FinTech teşebbüslerinin asla erişemeyeceği nitelikte kritik girdilerden olduğu için çok ciddi bir rekabetçi endişe doğurmaktadır.

Carmona ve diğerlerine göre (2018) FinTech hizmetleri bakımından çapraz veri setlerinin kullanılması iki şekilde ortaya çıkabilir:

- *Diğer hizmetlerin sunulmasından temin edilen verilerin FinTech hizmetlerinin sunulmasında bir avantaj sağlamak adına kullanılması.*
- *FinTech hizmetlerinden elde edilen verilerin farklı pazarlarda kullanılacak veri setleri oluşturulması için kullanılması.*

Yüksel'e göre (2022) ilk durum gerçekleştiğinde, kapsamlı kullanıcı verilerine sahip olan BigTech platformlarının, hâkim durumda oldukları pazarlardaki pazar güçlerini FinTech ekosistemine aktarması sonucunda pazara giriş yönünde engeller oluşması riskiyle karşılaşılabilir. İkinci durumda ise FinTech hizmetlerinin sunulmasını yalnızca veri kaynağı temin etmek amacıyla sunmakta olan teşebbüsler, FinTech ekosisteminde tek başına rekabet eden aktörleri pazardan dışlama yoluyla rekabetçi endişe oluşabilir. Bu gibi durumların olduğu yerlerde FinTech hizmetlerinin tek başına sunulması makul olmayacak ve aynı anda birden çok pazara girilmesi zorunlu kılınacaktır (Yüksel, 2022). Burada dikkat çekilmesi gereken husus, Rekabet Kurumu'nun veya diğer rekabet otoritelerinin, burada bahsi geçen davranışları veya ihtimâlleri meydana geldiği anda cezalandırmadığıdır. Teorik olarak, Rekabet Kurumu tüketici refahını ve toplumsal refahı öncelik taşıyarak piyasaların adil ve etkin bir şekilde işlemlerini sağlamakla yetkilendirilmiştir. Dolayısıyla ister platform yapısından kaynaklansın ister de kullanıcı verilerinin çapraz veri setleri oluşturulması yoluyla olsun herhangi bir teşebbüs davranışının 4054 sayılı Kanun'un 4. veya 6. maddesi kapsamında cezalandırılabilmesi için rekabete aykırı bir etki ortaya koyulmak suretiyle bir tüketici zararına yol açması beklenmektedir. Türk rekabet hukukunda (kartel anlaşmalar haricinde) etki teorisi belirlenmiş olup fiili ya da potansiyel rekabete akırı anlaşma, uyumlu eylem veya davranış hakkında etki temelli bir analiz gerçekleştirilmek zorundadır. Nitekim modern rekabet hukuku etki temelli analiz görüşünü benimsemiş olup herhangi bir teşebbüs davranışının idari yaptırıma tâbi tutulması için aynı zamanda rekabete aykırı bir etkinin ortaya çıkması gerekmektedir. Bu

durum FinTech ekosisteminde ve finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde ortaya çıkan rekabet hukuku sorunları için de geçerli olup rekabetçi bir etki tespit edilmediği sürece herhangi bir rekabete aykırılığın oluşmadığı yönünde bir karine benimsenmesi yoluna gidilmektedir.

Herhangi bir rekabete aykırı etkinin oluşmaması durumunda, FinTech ekosistemi özelinde ortaya çıkan birtakım rekabetçi endişelerin giderilmesi rekabet otoritelerinin soruşturma başlatmaları yoluyla mümkün olmamaktadır. Bu gibi durumlarda rekabet hukuku kurallarıyla ilerlemek mümkün olmamakla birlikte sektörel regülasyon tercih edilmektedir.

Carmona ve diğerlerine göre (2018), farklı hizmetlerden kullanılan verilerin toplanması yoluyla benzersiz veri havuzları üzerindeki hâkimiyet, aşağıdaki rekabetçi endişeleri meydana getirmektedir:

- *Rakip teşebbüslerin veriye erişiminin engellenmesi yoluyla tek taraflı dışlayıcı davranışların sergilenmesi.*
- *Teşebbüsün elindeki kıymetli veri setlerini kullanmak suretiyle münhasırlık sözleşmelerinin imzalanması gibi rekabete aykırı bir sözleşme ağı oluşturulması.*
- *Bağlama (tying) ya da paket hizmetleri (bundling) sunulması gibi yollar vasıtasıyla mevcut pazar gücünün kullanılması neticesinde diğer hizmetlerin kullanımının zorunlu kılınması.*

Yukarıda açıklanan hususlar ışığında veri temelli FinTech ekosistemlerinde rakip teşebbüslerin pazara girişinin zorlaşması, tüketici tercihlerinin sınırlandırılması ve hâkim durumdaki teşebbüslerin hâkim durumda oldukları pazarlardaki pazar güçlerini FinTech ekosistemine taşıması gibi çeşitli riskler ile birlikte FinTech ekosisteminde verinin kullanımından kaynaklı çeşitli rekabetçi endişelerin, gelecekte rekabet otoritelerinin sıklıkla inceleyeceği konulardan biri olacaktır.

2.6. Açık Bankacılık ve Veri Paylaşımı Işığında Rekabet Hukuku Politikası

Açık bankacılık kavramına ve platform bankacılığına çalışmamızın önceki bölümlerinde detaylıca değinilmiş olup burada yalnızca rekabet hukuku politikası anlamında açık bankacılık ve veri paylaşım çözümlerine kısaca değinilmekle yetinilecektir.

Açık bankacılık (open banking) ekosisteminin teşvik edilmesine ilişkin çalışmalar hem Avrupa Komisyonu hem de Birleşik Krallık'taki FCA (The Financial Conduct Authority) tarafından başlatılmıştır. Avrupa Komisyonu'nun çalışmalarının odaklandığı kısımlar aşağıdaki gibidir (Carmona vd., 2018):

- *PSD2 ve GDPR (Genel Veri Koruma Tüzüğü) ile uyumlu standart API'ler için pazar çözümlerinin geliştirilmesi,*
- *AB çağında açık bankacılık ekosistemi oluşturulması,*
- *FinTech alanında koordineli bir standart yaklaşımın geliştirilmesi.*

Avrupa Birliği'nde 2007 yılında yürürlüğe giren PSD1 ile pazarda banka dışı finansal kuruluşların tanımı yapılmış (ödeme hizmet sağlayıcıları) ve bu oyuncuların faaliyet göstermesi adına hukuki altyapı oluşturulmuştur. Bunun akabinde 2015 yılında Avrupa Birliği Konseyi (EU Council) tarafından kabul edilen PSD2 direktifiyle ödeme hizmeti sağlayıcılarının belirli koşullar ışığında kullanıcıların bankalardaki hesap bilgilerine erişimini sağlayan düzenleme hayata geçirilmiştir (Dal, 2020). PSD2'nin "hesaplara erişim hakkı" başlıklı 36. maddesinde; "...ödeme kurumlarının, kredi kuruluşlarının ödeme hesap hizmetlerine tarafsız, ayrımcı olmayan ve orantılı koşullarda erişmesini sağlama" görevi yüklenmiştir. Aynı hükümde söz konusu erişimin, "engelsiz ve etkili bir şekilde ödeme hizmetleri sunabilmesini sağlayacak kapsamda olması..." gerektiği ifade edilmiş ve erişim sağlamayı reddeden finansal kuruluşlar ret sebeplerini açıklamakla yükümlü kılınmıştır (Dal, 2020). Bu hüküm ile birlikte geleneksel bankacılık hizmetlerinin yanı sıra, ödeme hizmeti sağlayıcılara platform hizmeti sunması öngörülmüştür.

Veriye erişimin ciddi bir rekabetçi endişe oluşturduğu durumlarda söz konusu endişenin ortadan kaldırılabilmesi adına, kullanıcının finansal nitelikteki hesap bilgilerini elinde bulunduran kredi kuruluşlarının (bankalar), işbu bilgileri belirli koşulları sağlayan teşebbüsler ile paylaşmasını zorunlu hâle getiren ve mevzubahis veri paylaşımının koşullarının ve teknik standartlarının önceden belirlenerek muhtemel interoperability (birlikte çalışabilirlik) sorunlarının ortadan kaldırıldığı bir açık bankacılık çözümünün hayata geçirilmesi oldukça etkili bir araçtır (Yüksel, 2022). Nitekim Avrupa Birliği'ndeki PSD2, PSD2'ye dayanarak EBA (European Banking Authority) tarafından hazırlanan teknik standartlar açık bankacılık düzenlemelerine örnek olarak gösterilebilir. Açık bankacılık çözümüne dair bir diğer örnek ise Birleşik Krallık'tır. Birleşik Krallık'ın antitröst kurumu olan CMA (Competition and Market Authority) tarafından 2016 yılında bankacılık sektörüne yönelik soruşturma kapsamında

hazırlanan raporda açık bankacılık çözümünden bahsedilmiş ve CMA tarafından “Açık Bankacılık İnisiyatifi” oluşturulmuştur (Rekabet Kurumu, 2021). Ardından 13 Ocak 2018’de yürürlüğe giren Açık Bankacılık Standartları (Open Banking Standards) ile bankaların, kendi müşterilerine ait finansal nitelikteki hesap verilerini üçüncü taraf hizmet sağlayıcılarla paylaşması zorunlu hâle getirilmiştir. Türkiye’de ise 7192 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile birlikte açık bankacılık çözümlerinin hukuki altyapısı oluşturulmaya çalışılmıştır. 7192 sayılı Kanun değişikliğiyle Avrupa Birliği’ndeki PSD2 direktifine uyum sağlanması hedeflenmiştir. 7192 sayılı düzenlemeyle birlikte hukuki altyapısı oluşturulan açık bankacılığa ilişkin teknik düzenlemeler 31069 sayılı ve 15.03.2020 tarihli Bankaların Bilgi Sistemleri ve Elektronik Bankacılık Hizmetleri Hakkında Yönetmelik ile düzenlenmiştir.

Türk ödeme sistemleri mevzuatında ve açık bankacılık düzenlemelerinde henüz açık bankacılık çözümleri tarafından öngörülen, tıpkı PSD2 direktifinde olduğu gibi ödeme hizmet sağlayıcılarının kredi kuruluşlarındaki kullanıcı hesap bilgilerine erişiminin zorunlu tutulmasına ilişkin bir hüküm bulunmamaktadır. Açık bankacılık düzenlemeleri kapsamında, belirli koşullar altında “zorunlu erişim mekanizması” yalnızca kullanıcıların açık rızası durumunda mümkün olmaktadır. Kullanıcının talep ve onayı olmadan teknik ve hukuki erişim mümkün olmamaktadır. İlerleyen süreçte, FAST ödeme sistemi altyapısına benzer biçimde, FinTech ekosistemine dahil olan yeni aktörlerin bankacılık altyapılarına erişiminin sağlanması suretiyle bir bütün olarak açık bankacılık çözümlerinin PSD2 direktifinde olduğu gibi iktibas edilmesine yönelik çalışmaların devam etmesi beklenmektedir (Rekabet Kurumu, 2021).

3. DİJİTAL FİNANSAL HİZMETLERDEKİ REKABETÇİ ENDİŞELERE REKABET OTORİTELERİNİN YAKLAŞIMI – AB, ABD VE TÜRKİYE ÖRNEKLERİ

3.1. AB Uygulaması: Avrupa Komisyonu’nun Yaklaşımı ve Apple Pay Soruşturması

Avrupa Birliği’nin İşleyişi Hakkında Anlaşma’nın (ABİDA) 101. maddesi uyarınca AB üye ülkeler arasındaki ticareti etkileyebilecek nitelikte olan ve AB iç pazarındaki rekabeti engelleyebilecek, kısıtlayabilecek ya da bozabilecek teşebbüsler arası anlaşma ve/veya uyumlu eylemler, teşebbüs birliği kararları yasaklanmıştır. Aynı şekilde Avrupa Birliği’nin İşleyişi Hakkında Anlaşma’nın (ABİDA) 102. maddesi uyarınca hâkim durumda bulunan teşebbüslerin hâkim durumlarını kötüye kullanmak suretiyle gerçekleştirdikleri davranışlar yasaklanmıştır. Ek olarak, AB hukuki sınırları içerisinde gerçekleşen teşebbüslerin birleşme ve devralma işlemleri, rekabet ortamının bozulmasına yönelik bir hâkim durum oluşturmaları veya mevcut hâkim durumun güçlendirilmesi sonucunu doğurabilme ihtimalleri doğrultusunda Avrupa Komisyonu tarafından sıkı bir şekilde denetlenmektedir.

AB üye ülkelerin ulusal rekabet otoriteleri de bu kapsamda denetim ve faaliyetlerini yürütmekten sorumluyken aynı zamanda AB genelinde Avrupa Komisyonu da rekabet ortamının ve tüketici refahının korunmasından sorumlu otorite olarak ön plana çıkmaktadır. Avrupa Komisyonu bünyesindeki Rekabet Genel Müdürlüğü (DG for Competition), piyasalardaki adil rekabet ortamının korunmasından, piyasaların; tüketicilerin, işletmelerin ve genel anlamda toplumun çıkarları doğrultusunda hizmet etmesinin sağlanmasından sorumlu kurumdur. Komisyon, üye ülkelerin ulusal rekabet otoriteleriyle birlikte Avrupa Birliği’nin İşleyişi Hakkında Anlaşma’nın (ABİDA) 101 ve 106. maddeleri arasındaki rekabet hükümlerinin uygulanmasından asli olarak sorumlu tutulmuştur.

AB’nin FinTech ekosistemi içerisinde oluşan rekabetçi endişelere karşı yaklaşımı genellikle düzenlemeler gerçekleştirerek piyasadaki rekabete aykırı yapısalıkların giderilmesi yönünde olup son zamanlarda ortaya atılan “regulatory sandbox” (düzenleyici kum havuzları) yaklaşımı ile pazara yeni adım atan FinTech ve InsurTech girişimleriyle başlangıçta irtibat kurularak pazara yeni giren inovatif start up girişimlerinin hukuki ve idari düzenlemeleri anlamalarına yardımcı olunarak pazara girişleri önündeki engeller ve zorluklar kaldırılmakta,

böylece pazarda rekabet ortamının tesis edilmesinin önü açılmaktadır. Düzenleyici deney alanı yaklaşımıyla beraber InsurTech ve FinTech teknolojilerinin uygulama alanı genişlemekte ve geleneksel sektör yoğun regülasyonun olumsuz nitelikteki çıktılarından kaçınılmaktadır. Hem Avrupa Komisyonu hem de EBA (European Banking Authority) düzenleyici kum havuzları uygulamalarının belirlenerek FinTech ekosistemine ilişkin yapısal risklerin ve rekabetçi endişelerin giderilmesini vurgulamaktadır. Carmona ve diğerlerine göre (2018) rekabetçi endişeler olarak çalışmanın ilgili kısımlarında bahsedilen sorunlar, rekabet otoritelerinin ve rekabet hukukunun araçlarıyla çözülecek kadar basit olmayıp tıpkı AB'nin raporlarında ve yasal düzenlemelerinde vurguladığı üzere düzenleyici ve denetleyici politika araçlarının belirlenmesi yoluyla çözülmesi mümkün hâle gelmektedir

Avrupa Komisyonu tarafından 2017 yılında açıklanan FinTech Eylem Planı ile düzenleyici bir yaklaşım benimsenmiş ve şu ana kadar uygulanan düzenlemelerin parçalı ve uyumsuz yapısı üzerinde durularak FinTech ekosisteminin düzenlenmesindeki endişelerden bahsedilmiştir (Carmona vd., 2018). Ayrıca hızlı bir gelişim içerisindeki ödeme sistemleri pazarındaki geleneksel aktörlerin (bankalar, VISA, Mastercard vb.) mevcut pazar güçlerini kullanarak FinTech ekosisteminde rekabet ihlallerine neden olup olmayacaklarını takip edeceğini belirterek olası rekabetçi endişelere dikkat çekmiştir (Dal, 2020).

2020 yılında Avrupa Komisyonu tarafından Apple Pay hakkında açılan soruşturma, FinTech ekosisteminde ortaya çıkan rekabetçi endişelerin somutlaşmış hâli olarak görülebilir. Komisyon, gerçekleştirdiği *ön inceleme* kapsamında (preliminary view) teşebbüsün akıllı mobil cihazlar pazarında etkin bir pazar gücüne sahip olduğuna ve iOS üzerinden mobil cüzdan pazarlarında hâkim durumda olduğuna karar vermiştir. Komisyon, 2022'de yayınladığı duyuruda, şirketin iOS cihazlarındaki mobil cüzdan pazarlarında hâkim durumun kötüye kullanılması suretiyle mobil cihazlarla temassız ödemeler için kullanılan NFC girişine üçüncü taraf mobil cüzdan geliştiricilerinin erişimini kısıtladığını ifade etmiştir. Bunun üzerine teşebbüs, idari yaptırımdan kurtulmak ve AB rekabet hukukuna uyum sağlamak adına taahhüt mekanizmasından faydalanmak suretiyle Komisyon'a taahhütler sunmuştur.

Komisyon'un rekabetçi endişelerini gidermek ve hakkında açılan soruşturmayı sonlandırmak için teşebbüs tarafından, Komisyon'a aşağıdaki taahhütleri sunulmuştur:

- Üçüncü taraf mobil cüzdan ve ödeme hizmeti sağlayıcılarına, "Apple Pay" veya "Apple Wallet" uygulamalarını kullanma zorunluluğu olmaksızın piyasaya ücretsiz erişimlerin sağlanması.

- Taahhütlerin, Avrupa Ekonomik Alanı'nda (AEA) faaliyet gösteren tüm üçüncü taraf mobil cüzdan uygulama geliştiricileri ve AEA'da kayıtlı bir Apple Kimliği'ne sahip tüm iOS kullanıcılarına uygulanması.

- Üçüncü taraf mobil cüzdan uygulama geliştiricilerine, NFC erişimi sağlamak için bir lisans sözleşmesi uygulamak suretiyle adil, objektif, şeffaf ve ayrımcı olmayan uygunluk kriterleri getirmek.

- Şirketin NFC erişimini reddeden kararlarının bağımsız uzmanlar tarafından gözden geçirileceği bir uyuşmazlık çözüm mekanizması oluşturmak.

Taahhütlerin rekabetçi endişeleri giderip gidermeyeceğine karar verilmesi Komisyon'un takdirinde olup eğer ki Komisyon kararları kabul ederse dahi işbu kararlar, gerçekleşen rekabet ihlâlini sonuçlandırmamaktadır. AB rekabet hukuku gereği teşebbüs, sunduğu taahhütlere bağlı kalmak durumundadır. Komisyon, taahhütleri kabul etse bile dilediği zaman taahhütleri sonlandırıp idari para cezası uygulamakta serbesttir. Eğer teşebbüs, sunduğu taahhütlere sonradan riayet etmezse (non-compliance) Komisyon, rekabet ihlâlinin kanıtlanmasına gerek olmaksızın ilgili teşebbüsün küreseldeki cirosunun %10' una kadar idari para cezasına hükmetme hakkını saklı tutmaktadır.

Nitekim Avrupa Komisyonu tarafından yayımlanan 11.07.2024 tarihli basın duyurusu çerçevesinde Komisyon, Apple tarafından sunulan taahhütleri kabul ederek hukuken bağlayıcı (legally binding) hâle getirmiştir. Apple'ın sunduğu taahhütler, Apple'ın iPhone cihazlarında temassız ödemelerde kullanılan NFC (near field communication) teknolojisini rakip teşebbüslerin erişimine izin vermemesi sebebiyle ortaya çıkan rekabetçi endişeler üzerinden kaynaklanmaktaydı. Apple tarafından sunulan taahhütlerin 10 yıl süreyle Avrupa Ekonomik Alanı (European Economic Area) genelinde uygulanması zorunlu tutulmuştur. Taahhütlere uyum, Apple tarafından atanıp Komisyon'a raporlama yapacak olan bağımsız bir gözetim görevlisi (3. Taraf) tarafından gerçekleştirilecektir.

Apple Pay mobil ödeme cüzdanı, iOS üzerinden NFC donanım ve yazılımına erişebilen tek ödeme sağlayıcı olmakla beraber üçüncü taraf mobil cüzdan geliştiricilere iOS üzerinden

NFC donanımlarına erişim konusunda mahrum bırakılmıştır. Bu durumla birlikte Apple'ın ABİDA'nın 102. maddesini ihlâl etmek suretiyle hâkim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilmiştir. Komisyon, 19 Ocak – 19 Şubat 2024 tarihleri arasında Apple'ın sunduğu taahhütleri ilgili paydaşların görüşüne açmış ve aldığı geri bildirimlerle birlikte Apple taahhütlerini rekabetçi endişelerin ve pazara giriş engellerinin önüne geçilmesi amacıyla kuvvetlendirmiştir. Apple hakkında Temmuz 2020 yılında açılan soruşturma neticesinde Mayıs 2022'de Apple'ın sunduğu taahhütlerin kabulü hakkında Komisyon tarafından resmi bir bildirimde bulunulmuş ve sunulan taahhütler hukuken bağlayıcı hâle getirilmiştir. Ancak rekabet ihlâlinin varlığına dair henüz nihai bir karar verilmekten kaçınılmıştır.

Apple Pay soruşturması, çalışmanın önceki kısımlarında belirtildiği üzere FinTech ekosistemine özgü rekabetçi endişeleri içerisinde barındıran, hâkim durumdaki bir teşebbüsün *self-preferencing* (kendi hizmetine öncelik tanıma) şeklinde gelişen tek taraflı rekabeti kısıtlayıcı davranışa dayanan somut ve güncel bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. AB'nin İşleyişi Hakkında Anlaşma'nın 102. maddesi çerçevesinde hâkim durumdaki teşebbüslerin hâkim durumda oldukları pazarlardaki pazar güçlerini diğer pazarlara taşıyarak kendi hizmetlerine öncelik vermek ve diğer rakiplerin bu hizmetlere erişimini engellemek şeklinde oluşan rekabete aykırı nitelikteki davranışlarını yasaklamakta ve bu sebeplerden dolayı Komisyon'un müdahalesine maruz kalmaktadır. İlgili somut olay sonucunda Apple, taahhüt mekanizmasından yararlanarak diğer rakiplerinin erişimi önündeki engelleri kaldırmayı ve pazardaki rekabeti yeniden tesis etmeyi taahhüt ederek iOS üzerinden NFC erişimini rakiplerinin kullanımını açmak durumunda kalmıştır.

Avrupa Birliği perspektifinden rekabetçi endişelerin giderilmesinde teşebbüsün taahhüt sunması ve taahhütlerin periyodik şekilde takip edilmesi yaklaşımları benimsenerek piyasadaki rekabet ortamının korunması ve pazara giriş yönündeki engellerin kaldırılması sonucunu doğuracak iyileştirici ve yapısal önlemlerin alındığı görülmektedir. Nitekim AB özelinde 1 Kasım 2022 tarihinde yürürlüğe giren *Dijital Pazarlar Tüzüğü* (Digital Market Act) tüzüğü ile birlikte dijital pazarlardaki rekabet edilebilirliğin sağlanması üzerine AB rekabet hukukunu tamamlamak üzere *ex-ante* ve sektör spesifik bir düzenleme olarak karşımıza çıkmaktadır. Keza ABİDA'nın 102. Maddesi gereği hâkim durumda olan bir teşebbüsün tespit edilmesi süreci zor ve karmaşık bir süreç olarak ilerletilirken, Dijital Pazarlar Tüzüğü ile birlikte *kapı bekçisi* (gatekeeper) olarak belirlenen teşebbüslerin fiili ya da potansiyel rekabete aykırı davranış ve uygulamalarına *ex-ante* tedbirler getirilmiştir (Kaya, 2023).

3.2. ABD Yaklaşımı: Rekabet Hukuku Perspektifinden Apple Davası

ABD örneği çerçevesinde, FTC Kanunu 5. maddesi ve ABD Anayasası 45. maddesinin a) fıkrasının birinci bendinde yazılı olan gerekçeler kapsamında tüketiciyi koruma ve piyasanın adil işleyişi görevleri Federal Ticaret Komisyonu'na yüklenmiştir. Nitekim FTC Kanunu'nun 5. maddesi; “piyasada adil olmayan ve tüketiciyi aldatıcı her türlü iş ve eylemlere ya da ticareti etkileyen her türlü illegal iş birliklerine” karşı yaptırım görevinin Federal Ticaret Komisyonu'na ait olduğu vurgulanmıştır (Ilıman ve Tekeli, 2018). Federal Ticaret Komisyonu tüketici refahını rekabete karşı uygulamalardan korumak amacıyla “rekabet bürosu” aracılığıyla *anti tröst* kurallarını uygulama görevini yürütmektedir.

ABD’de FinTech ekosistemine ilişkin rekabet soruşturmaları ve rekabet otoritesinin yaklaşımı Avrupa Birliği’nde olduğu kadar sistematik olmasa da son zamanlarda ABD rekabet otoriteleri FTC (Federal Trade Commission) ve Adalet Bakanlığı’nın (The Department of Justice) bu konulara eğilmeye başladığı görülmektedir. Buna örnek olarak, ABD’de çevrimiçi ödeme hizmetlerinde hâkim durumda bulunan *Visa*’nın çevrimiçi ödeme sistemlerine yönelik platformlar geliştiren *Plaid*’i devralma işlemi gösterilebilir. Nitekim işbu devralma işlemine karşı ABD Adalet Bakanlığı 5 Kasım 2020’de dava açarak, işlemin gerçekleşmesi hâlinde *Visa*’nın çevrimiçi ödeme hizmetlerinde *Plaid* teşebbüsünden gelmesi muhtemel rekabetçi baskılardan kurtularak hâkim durumunu devam ettirmek suretiyle pazar gücünü artıracığı vurgulanmıştır. Birleşmenin gerçekleşmesi durumunda *Visa*’nın *Plaid*’in potansiyel rekabetçi baskılarını kaldırarak tekel durumunu kuvvetlendireceği ifade edilmiştir. Nitekim davanın açılmasının akabinde *Visa* ve *Plaid* birleşme işleminden vazgeçmişlerdir. ABD Adalet Bakanlığı tarafından yapılan açıklamayla birlikte birleşme işleminin “inovatif ve gelişme aşamasındaki” bir teşebbüsün devralınmasına yönelik olduğu belirtilmiş ve birleşme işleminden vazgeçilmesi neticesinde FinTech pazarındaki inovasyonun gelişmesi önündeki engelin kaldırıldığı vurgulanmıştır.

Bir diğer örnekte ise ABD Adalet Bakanlığı tarafından yine Apple’a açılan rekabet davasıdır. ABD Adalet Bakanlığı; yatay birleşme, dikey birleşme, ticaretin kısıtlanması ve tekelleşme yollarıyla ABD anti tröst kurallarının ihlâl edildiği gerekçesiyle 21 Mart 2024’te Apple’a dava açmıştır. Adalet Bakanlığı, Apple’ın iOS üzerinden donanım ve yazılım özelliklerinde pazardaki rekabeti kısıtlayarak hâkim durumunu koruduğunu iddia ederek anti tröst düzenlemelerinin ihlâl edildiğini öne sürmektedir. Nitekim, son yıllarda yapılan soruşturma ve görüşmeler çerçevesinde, Apple’ın iMessage’den reklam uygulamalarına ve

ödeme sistemlerine kadar tüm uygulamalarının takip edildiği bilinmektedir.

Davada Adalet Bakanlığı tarafından odaklanılacak konular aşağıdaki gibidir:

- *Apple Watch 'un diğer akıllı saatlere kıyasla iPhone ile daha uyumlu çalışması,*
- *Apple 'ın rakiplerini iMessage'dan engellemesi,*
- *Apple Pay ile diğer finansal ödeme hizmetlerinin engellenmesi,*
- *Apple 'ın kendi uygulama ve hizmetlerini üçüncü taraf geliştiricilerin sağladığı hizmetlerden daha fazla tercih ederek bir tekel oluşturması (self-preferencing),*
- *Apple 'ın bulut oyun hizmetlerini (cloudgaming) AppStore'dan nasıl engellediği,*
- *Apple 'ın AirTag ile rekabet eden cihazlardan iPhone'un konum hizmetlerinin sınırlanması,*
- *Apple 'ın topladığı uygulama içi satın alma ücretleri.*

Nitekim FinTech ekosistemi özelinde, tıpkı Avrupa Komisyon'un Apple Pay soruşturmasına benzer nitelikte self-preferencing niteliğinde gerçekleşen uygulamalarla ödeme hizmetleri ekosisteminde tekel oluşturması (market tipping) ve üçüncü taraf hizmet sağlayıcıların pazara erişiminin kısıtlanması gibi rekabetçi endişelerin ele alındığı görülmektedir. Dava henüz derdest olmakla birlikte dava sonucunda nasıl bir sonuç çıkacağı ilerleyen zamanlarda netleşecektir.

3.3. Türk Rekabet Kurumu'nun Yaklaşımı: Soruşturmalar ve Raporlar

Rekabet Kurumu'nun FinTech ekosistemine olan yaklaşımı çalışmanın önceki kısımlarında değinilmiştir. Bu kapsamda, Rekabet Kurumu tarafından Aralık 2021'de Ödeme Hizmetlerindeki Finansal Teknolojilere Yönelik İnceleme Raporu yayınlanmış ve FinTech ekosisteminin önemli bir kısmını oluşturan ödeme hizmetleri özelinde ortaya çıkan rekabetçi endişeler (ödeme sistemindeki yerleşik aktörlerin pazara yeni giriş yapan teşebbüslere yönelik dışlayıcı davranışları vb.) ele alınmıştır.

İlgili raporda (2021) rekabet otoritelerinin rekabetçi endişelere karşı daha kapsayıcı, süratli ve öngörülebilir çözümler üretebilmesi adına yeni aktörlerin mevcut FinTech altyapılarından dışlanmasıyla ortaya çıkaracağı rekabet karşıtı etkilerin belirlenmesi gerektiği ve bu rekabetçi endişelere karşı yalnızca soruşturma ve yerinde inceleme açılıp cezai yaptırıma karar verilmesi değil, aynı zamanda etkin politikalar oluşturulması gerektiğinden

bahsedilmiştir. Rekabet hukukunun rolü ve önemi anlamında hem küresel camiada hem de Türkiye’de rekabet otoritelerinin FinTech ekosistemine yönelik konularda sessiz kalmayarak kamuoyunu yönlendiren politika çalışmaları geliştirmesi oldukça önemlidir.

Apple Pay örneğinde olduğu üzere, Rekabet Kurulu’nun 19.09.2018 tarihli ve 18-33/55-273 sayılı Google Android kararında büyük teknoloji teşebbüslerinin (BigTech) *bağlama uygulamaları* (bir teşebbüsün ürün veya hizmet sunmasının, tüketicinin başka bir ürün veya hizmeti satın almasına bağlanması) yoluyla rekabet ihlâline sebebiyet vermesi değerlendirilmiştir (Rekabet Kurumu, 2021). Ancak burada oluşan rekabet ihlâli finansal hizmetler alanında ortaya çıkmamış olsa da gelecekte ödeme hizmetleri alanında bağlama uygulamaları olarak ifade edilen hâkim durumun kötüye kullanılması yoluyla gerçekleşecek rekabet ihlâlleri şimdiden Türk rekabet otoritesinin çalışma kapsamına girmiştir. Dolayısıyla Rekabet Kurumu’nun BigTech platformları tarafından gerçekleştirilen tek taraflı dışlayıcı davranışlarının ödeme hizmetleri ve FinTech ekosistemi özelindeki yansımaları mercek altına alınmıştır.

Bir diğer örnekte, Rekabet Kurulu’nun 07.09.2017 tarih ve 17-28/462-201 sayılı Garanti Bonus kararında bonus markalı kredi kartı programı kapsamında bankalar arasındaki rekabete aykırı iş birlikleri incelenmiştir. Kurul, bankalar arasındaki alt lisanslama yasağı sözleşmeleri çerçevesinde ödeme kuruluşlarının üye işyeri edinme pazarından dışlanabileceği ve tüketici refahının bu durumdan olumsuz etkileneceği sebebiyle rakip bankalar arasındaki sözleşmelere 4054 sayılı Kanun’ın 5. maddesi kapsamında muafiyet tanınamayacağına karar vermiştir (Rekabet Kurumu, 2021). Benzer bir örnekte 12.06.2018 tarih ve 18-19/337-167 sayılı BKM Kart Verisi Saklama kararında; bankaların Bankalararası Kart Merkezi’ne sundukları entegrasyon ve altyapı hizmetlerini pazardaki diğer rakip teşebbüslere tanınamaması, pazar üzerindeki rekabetin kısıtlanması şeklinde değerlendirilmiş ve Bankalararası Kart Merkezi tarafından sunulan kart verisi saklama hizmetinin bireysel muafiyet rejiminden de faydalanamayacağı için sonlandırılmasına karar verilmiştir. Kararda dikkat çekici kısım, bankaların hizmet sağlayıcı ve banka dışı ödeme hizmeti sağlayan teşebbüslerin ise hizmet alıcı konumunda olması sebebiyle aralarında dikey yönlü bir rakiplik ilişkisinin bulunduğu belirtilmiştir. Nitekim açık bankacılık çözümleri ile burada bahsedilen sorunların çözülmesi mümkün hâle gelmiştir. FinTech ekosistemine yönelik rekabet hukuku içtihadı henüz sınırlı bir şekilde oluşmuş olsa da özellikle Garanti Bonus ve BKM kararları Rekabet Kurumu’nun konuya bakış açısının ortaya koyulması sebebiyle değerlidir (Dal, 2022). Her iki kararın

gösterdiği sonuçlar ışığında, pazara yeni giren FinTech teşebbüslerine karşı pazardaki yerleşik aktörler (geleneksel oyuncular ve BigTech platformları) tarafından uygulanan tek taraflı dışlayıcı davranışlar yoluyla hâkim durumun kötüye kullanılması uygulamalarının rekabete aykırı etkilerine değinilmiş ve FinTech pazarındaki ürün ve/veya hizmetlerdeki çeşitlilik vurgulanmıştır. Pazarın nitelikleri ve yapısal durumu göz önünde bulundurulduğunda, her iki karar özelinde de AB’de uygulanan PSD2 direktifi ve Türkiye’de uygulanan 6493 sayılı Kanun ve TCMB yönetmelikleri benzeri düzenleyici kuralların oluşturularak banka dışı ödeme hizmet sağlayıcılarının bankacılık altyapılarına erişimi konusunda açık bankacılık rejiminin oluşturulması şart gözükmemektedir. Nitekim FinTech alanında, yalnızca rekabet hukuku kural ve araçlarının kullanılması yoluyla pazardaki rekabet ortamının ve tüketici refahının tesis edilmesi mümkün gözükmemektedir. Bu doğrultuda son zamanlarda FinTech ekosistemine ilişkin ikincil mevzuat çalışmalarının ve sektör raporlarının oluşturularak iyi uygulama (best practice) niteliğindeki tavsiyelerin ve rekabete aykırı uygulamaların gösterilmesi yoluna gidildiği görülmektedir.

3.4. Karşılaştırmalı Hukuk Yönünden Rekabet Otoritelerinin Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi

Yukarıda AB, ABD ve Türk rekabet otoritelerinin FinTech ekosistemine ilişkin yaklaşımları mercek altına alınmış olup çeşitli benzerlikler olduğu kadar çeşitli farklılıkların da bulunduğu görülmüştür.

AB yaklaşımında daha çok sektörel regülasyon ve ikincil mevzuat alanında çalışmaların yapıldığı görülmekle birlikte bu alana ilişkin rekabet hukuku çerçevesinde incelenmesi gereken örnek niteliğinde Komisyon kararları, taahhüt sunulmasına karar verilmesi ve birleşme devralmalara karar verilmesi gibi sınırlı alanlarda mevcuttur. Nitekim Carmona ve diğerlerine göre (2018) FinTech ekosisteminin henüz yeni ve gelişmekte olan bir ekosistem olması sebebiyle rekabet otoriteleri tarafından rekabet ihlalleri durumunda nasıl bir içtihat oluşturulması gerektiği üzerinde mutabık olunmamıştır. Ancak hâlihazırdaki rekabet incelemelerinin sonuçlanması ve sektörün giderek büyümesi sebebiyle rekabet hukuku alanında bir içtihadın gelişmekte olduğu görülmüştür (Dal, 2020). AB rekabet otoritesinin yaklaşımın daha çok sektör spesifik düzenlemeler üzerine kurulduğu ve rekabet incelemeleri çerçevesinde teşebbüsler tarafından taahhütler sunulması yoluyla Komisyon’un kararlar aldığı görülmektedir. Ayrıca son zamanlarda “düzenleyici deney alanı” uygulamalarının hayata

geçmesiyle sektördeki aktörlerin geliştirdikleri ürün ve/veya hizmetlerin test edilmesinin sağlandığı görülmektedir.

ABD yaklaşımı ise AB ve Türkiye yaklaşımlarına kıyasla daha düşük regülasyon üzerine kurulmuştur. ABD yaklaşımı, Kıta Avrupası hukuk sisteminin uygulanmakta olduğu AB ve Türk hukuk sisteminden tamamen farklı olup Anglo-Sakson kökenli hukuk düzeni içerisinde yer almaktadır. Nitekim rekabet hukuku uygulamaları da hukuk rejimlerinin farklı olması sebebiyle farklılaşmaktadır. ABD örneğinde Adalet Bakanlığı ve Federal Ticaret Komisyonu FinTech ekosistemine ilişkin sıkı denetimler ve soruşturmalar gerçekleştirmeye başlamıştır. Müdahale araçlarının kullanımında sektör spesifik düzenlemeler yer almamakla birlikte, ABD Adalet Bakanlığı tarafından açılan davalar ve birleşme/devralma işlemlerinin sıkı gözetimi yoluyla rekabetçi endişelere neden olan birleşme/devralma işlemlerinin engellenmesi gibi metotlar benimsenmiştir. ABD bünyesinde henüz bir açık bankacılık altyapısının oluşturulmadığı bilinmekle beraber FinTech ekosistemi özelinde serbest piyasa öncülüğünde bir gelişimin tercih edildiği görülmektedir (Kurtoğlu, 2021).

Rekabet Kurumu ise son yıllarda PSD2 direktifine uyum çalışmaları bağlamında TCMB'nin ikincil mevzuat çalışmalarını hızlandırmış ve FinTech ekosisteminin mevcut rekabet hukuku araçlarıyla düzenlenmesinin yetersiz olması sebebiyle sektör spesifik düzenlemelerini hızlandırmıştır. Nitekim son zamanlarda FinTech ekosistemindeki gelişmeler sonucunda Rekabet Kurumu'na muafiyet izni tanınması amacıyla çeşitli başvurular gerçekleştirilmiş ve Kurum muafiyet başvurularının FinTech ekosisteminde neden olacağı fiili ya da potansiyel rekabetçi endişelerin giderilmesi amacıyla tedbirler almaya başlamıştır. FinTech ekosistemi özelinde hem BDDK'nın hem de TCMB'nin ikincil mevzuat düzenlemelerinin tamamen TCMB güdümünde oluşturulması yönünde çalışmaların gerçekleştirildiği bilinmektedir. PSD2 direktifi benzeri açık bankacılık çözümlerinin oluşturulmasına yönelik çalışmalar devam ettiği bilinmekle birlikte ülkemiz özelindeki Finansal Teknolojiler Daimî Alt Çalışma Grubu özelinde yürütülecek faaliyetlerin de Rekabet Kurumu çalışmalarına olumlu yönde etki edeceği düşünülmekte ve FinTech ekosistemi üzerindeki olumlu çıktılarının olması beklenmektedir (Dal, 2022).

Nitekim, bahsedilen üç örnekte de FinTech ekosistemindeki rekabetçi endişeler serbest piyasanın akışına bırakılmamış ve özellikle büyük teknoloji teşebbüslerinin hâkim durumda oldukları pazarlardaki piyasa gücü üzerinden FinTech pazarındaki aktörlere yönelik tek taraflı dışlayıcı davranışları, pazara giriş engelleri ve pazar kapaması gibi endişeler karşısında somut ve temkinli adımlar atılarak rekabete aykırı davranışların engellenmesi ve inovasyonun tesis edilerek FinTech alanındaki rekabet ortamının tesis edilmesi hedeflenmiştir. Dolayısıyla rekabet otoritelerinin FinTech pazarına yaklaşımı konusunda BigTech platformlarının oluşturduğu rekabetçi endişelere karşı ortak bir tutum belirlendiği gözlemlenmiştir.



4. MEVCUT REKABET HUKUKU ARAÇLARI VE İÇ DENETİM, İÇ KONTROL SİSTEMLERİ ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRMELER

4.1. Mevcut Rekabet Hukuku Araçlarının Yeterliliği ve Yeni Nesil Rekabet Araçlarının Uygulanabilirliği

FinTech sektörüne ilişkin fiili ya da potansiyel rekabetçi endişelerin çoğunluğu henüz gerçekleştirilmemiş ya da rekabe otoriteleri tarafından tespit edilmemiş olsa da bu tür ihlallerin gelecekte ortaya çıkma ihtimali rekabetçi endişeler üzerinde durulmasını gerektirmektedir. Ancak burada bahsedilen rekabetçi endişelere karşı mevcut rekabet hukuku araçlarının yeterliliği ve etkinliği hakkında tartışmalar bulunmaktadır (Carmona vd., 2018). Buradaki zorluklardan en önemli iki tanesi aşağıdaki gibidir:

- *İlgili pazarın ve ilgili ürün pazarının tanımlanması,*
- *Pazar gücünün değerlendirilmesi.*

Bir teşebbüsün hâkim durumda olup olmadığının incelenmesinde ve dolayısıyla pazar gücünün değerlendirilmesinde ilk adım ilgili pazarın belirlenmesidir. İlgili pazarın tanımı son derece dikkatli bir şekilde yapılmak durumundadır. Nitekim rekabet otoritesi tarafından açılan bir soruşturmada, hakkında soruşturma açılan teşebbüsün kendisi lehine hâkim durum kazandıracak nitelikte bir pazar payına sahip olup olmadığının değerlendirildiği ilk bölüm ilgili pazar tanımının yapıldığı bölüm olmaktadır. FinTech hizmetleri bakımından düşünüldüğünde, geleneksel rekabet hukuku yollarıyla yapılan ilgili pazar tanımlarının ve pazar gücünün dijital finansal hizmetler alanında uyarlanması konusu oldukça güçtür (Carmona vd., 2018). Nitekim pazar payı, fiyat politikası ve kâr marjı gibi geleneksel ölçütler, FinTech hizmetlerinin sunulmasında arz-talep dengesi arasındaki korelasyonu açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Ayrıca, FinTech ekosisteminin istikrarlı ve sabit bir piyasa olmaması, sürekli değişkenlik göstermesi ve aktörlerin, ürün/hizmet çeşitliliğinin farklılığı gibi sebeplerden dolayı rekabet otoriteleri tarafından gerçekleştirilen analizler geçici ve temkinli bir yaklaşımla ele alınmaktadır. Nitekim rekabetçi endişeler, teşebbüslere rekabet avantajı sağlayan belirleyici faktörlerin ne olduğuna bağlı olarak değişkenlik göstermektedir.

FinTech ekosisteminin mevcut durumu, rekabetçi endişelerin mevcudiyetine yönelik kesin neticelere ulaşılması ve işbu rekabetçi endişelere karşı geniş ölçekli rekabet hukuku araçlarının uygulanabilirliği açısından hâlen oldukça değişken bir sektördür. Dolayısıyla karşılaşılan her türlü rekabetçi endişelere, mevcut rekabet hukuku araçlarıyla yaklaşılması hem tüketici refahı üzerinde hem de piyasadaki mevcut inovasyonun zayıflatılması yönünde olumsuz çıktılara sebep olabilecektir. Hâkim durumun kötüye kullanılması örneklerinde olduğu gibi geleneksel yöntemlerle belirlenen pazar gücü ve ilgili pazar tanımı doğrultusunda geleneksel uygulamada rekabetçi endişelere neden olan teşebbüs davranışları, konu FinTech ekosistemi olduğunda daha temkinli bir yaklaşım gerektirmektedir. Nitekim pazar gücünün yanlış tespit edilmesi, ilgili pazar tanımı ve ilgili ürün tanımlarının hatalı yapılması gibi sonuçlar FinTech ekosistemi özelinde telafi edilme imkânı olmayan çıktılar doğurabilecektir. Dolayısıyla rekabet otoritelerinin işbu alandaki yaklaşımı, idari yaptırım ve para cezası uygulamakla mükellef olan bir “gözetim otoritesi” şeklinde görülmektense, piyasanın adil ve inovatif bir şekilde işlemesi adına iyileştirici önlemler ve yapısal tedbirler alan bir “düzenleyici otorite” olarak görülmesinde fayda bulunmaktadır. Bu süreç zarfında rekabetçi endişelerin giderilebilmesi adına, işbu çalışma kapsamında Türk rekabet hukuku uygulaması ve FinTech ekosisteminin geliştirilmesi adına aşağıdaki politikaların uygulanması önerilmektedir:

• **FinTech Ekosistemine İlişkin Pazar Araştırmaları ve Sektörel Raporlar:**

Rekabet otoriteleri tarafından rekabetçi endişelere yönelik ihlâl tespit edilmeden önce hem dijital pazarların hem de FinTech ekosistemine dahil olan ödeme sistemleri gibi pazarların geniş bir çerçevede incelenmesi yoluyla pazar hakkında hem finansal hem de hukuki analizler yapılması gerekmektedir. Dijital finansal hizmetler pazarında rekabeti endişelerin neden olduğu yapısal ve davranışsal nitelikli sorunların çözümünde pazar araştırmalarının ve sektörel raporların önemli oldukça büyüktür. Nitekim küresel nitelikte danışmanlık şirketlerinin (KPMG, PwC vb.) sektör spesifik raporları ve dünyadaki rekabet otoriteleri tarafından yayımlanmış çalışma belgeleri (CMA’nın FinTech raporu vb.) pazarın yapısal ve davranışsal nitelikteki rekabetçi endişelerinin ortaya çıkarılmasında büyük rol oynamaktadır. Keza, Rekabet Kurumu sektörel raporların yayımlanmasına ayrı bir önem vermekte ve sektör spesifik çalışma belgelerini kamuoyuna duyurmaktadır. Finansal hizmetlerin dijitalleşmesi süreciyle ilgili olarak Rekabet Kurumu Aralık 2021’de Ödeme Hizmetlerindeki Finansal Teknolojilere Yönelik İnceleme Raporu yayınlanmış ve FinTech ekosisteminin önemli

bir kısmını oluşturan ödeme hizmetleri özelinde ortaya çıkan rekabetçi endişelerin yapısal ve davranışsal boyutlarını ele almıştır. Çalışmamız kapsamında, FinTech’e özgü sektörel incelemelerin daha sistematik hâle getirilmesini ve yalnızca ödeme sistemleri alanını değil; aynı zamanda borçlanma ve kitle fonlaması alanlarını, yatırım danışmanlığı ve kişisel finans yönetimi alanlarını, sigortacılık sektörü alanlarına özgü (InsurTech) sektörel raporları da kapsayarak kamuoyuna duyurulması önerilmektedir. Burada bahsedilen alanların Rekabet Kurumu tarafından çalışılarak duyurulmasındaki güçlüklerden biri, şüphesiz bu alanların henüz gelişmekte olan pazarlar olması sebebiyle Türkiye’deki uygulamalarının henüz hayata geçmemesinden kaynaklanmaktadır. Sektörel raporlara ek olarak, FinTech ekosisteminde tek taraflı davranış yoluyla pazara giriş engellerinin önüne geçilmesi bakımından ödeme hizmetlerinde rekabete aykırı davranışlara yönelik kılavuz oluşturularak rekabetçi endişelerin ne gibi durumlarda ortaya çıktığının ve bunların neden rekabetçi endişe oluşturduklarının açıklandığı, uygulamaya yönelik olarak teşebbüslerin uyum ve iç denetim departmanlarının faydalanacağı bir kılavuzun kamuoyuyla paylaşılması önem arz etmektedir.

•**Ex Ante Müdahale Mekanizmaları:** Ex ante müdahale mekanizmaları, pazardaki yapısal ve davranışsal rekabetçi endişelere karşı *önleyici* müdahale mekanizmasını öngören tedbirler olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim rekabet ortamının bozulmasının beklenmeden müdahale edilmesi, FinTech ekosistemi gibi dinamik bir pazarda geleneksel rekabet hukuku araçlarıyla kıyaslandığında daha etkili olacağı düşünülmektedir. Nitekim ex ante müdahaleye, Avrupa Birliği’nde yürürlüğe giren Dijital Pazarlar Tüzüğü en güncel ve en somut örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. AB rekabet hukukunun temel yazılı belgesi olan ABİDA’nın 101. ve 102. Maddeleri uyarınca Komisyon yalnızca ex-post nitelikte rekabet hukuku araçlarıyla müdahalede bulunabilirken Dijital Pazarlar Tüzüğü ile beraber “kapı bekçileri” kavramının oluşturulmasıyla ex ante nitelikte müdahaleleriyle “kapı bekçileri” niteliğinde olan teşebbüslere rekabet hukuku kapsamında -ihlâl gerçekleşmeden önce- yükümlülükler getirilmesinin önü açılmıştır (Kaya, 2023). Dolayısıyla Türk rekabet hukuku uygulamasında, Dijital Pazarlar Yasası gibi ex ante nitelikte mevzuat çalışmalarının hayata geçirilmesi teşvik edilmeli ve rekabetçi endişeler bağlamında yalnızca ex post nitelikte olan rekabet hukuku araçlarının benimsenmesi anlayışı bırakılmalıdır.

•**Düzenleyici Deney Alanı Yaklaşımı:** Düzenleyici deney alanlarına yönelik açıklamalar çalışmanın önceki kısımlarında detaylıca ele alınmış olup deney alanı yaklaşımının Türk rekabet hukuku mevzuatı anlamında henüz ele alınmadığı bilinmektedir. Ülkemizdeki ödeme hizmetleri alanında düzenleyici deney alanı kurulması ve yönetilmesi adına faaliyet esaslarının ve uygulama aşamalarının belirlenmesinde fayda görülmektedir. Aynı şekilde düzenleyici deney alanlarının oluşturulması adına yasal altyapının sağlanması ve bu alanlara ilişkin yetki ve sorumlulukların belirlenmesi önerilmektedir.

•**Açık Bankacılık ve Veri Taşınabilirliği Çözümleri:** Açık bankacılık çözümleri çalışmamızın önceki bölümlerinde detaylı bir şekilde açıklanmakla birlikte yeni nesil rekabet hukuku politikasında taşıdığı önem itibarıyla rekabetçi endişeler karşısında ciddi bir reçete olacağı düşünülmektedir. Nitekim FinTech ekosisteminde oluşan rekabetçi endişelerin ortadan kaldırılması amacıyla, hesap bilgilerini elinde bulunduran geleneksel aktörlerin (bankalar), hesap bilgilerinin belirli teknik ve hukuki standartları sağlayan hizmet sağlayıcı teşebbüslerle paylaşılmasını zorunlu tutan ve söz konusu teknik standartların önceden belirlenmesi suretiyle muhtemel *interoperability* (birlikte çalışabilirlik) sorunlarını ortadan tamamen kaldıran açık bankacılık çözümleri oldukça etkili bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır (Yüksel, 2022). Nitekim PSD2 direktifiyle uyumlu olarak son zamanlarda TCMB'nin ikincil mevzuat çalışmalarında açık bankacılık çözümlerine ilişkin yasal altyapı sağlanmaya çalışılmakta ve PSD2 ile tam uyum oluşturulmaya çalışılmaktadır. Ödeme sistemleri mevzuatında zorunlu erişim yükümlülüğünün tanınması, açık bankacılık çözümlerine tam uyumun sağlanması gelecekteki rekabetçi endişelerin ortadan kaldırılmasında etkili bir çözüm olacaktır. Çapraz veri kullanımı sebebiyle ortaya çıkan rekabetçi endişeler bakımından ise verinin rekabetçi bir avantaj sunan bir rekabet parametresi olarak ele alınması durumunda, başka pazarlardaki hâkim durum niteliğindeki pazar güçlerini FinTech ekosistemine aktaran büyük teknoloji teşebbüslerinin davranışları pazara girişi zorlaştıracığı düşünülmektedir. Bu gibi durumlara karşı geleneksel rekabet hukuku araçlarıyla müdahale edilmesi hâkim durum niteliğinin belirlenmesi ve pazar gücünün tespit edilmesi bakımından zorluklar doğurmakla beraber etkili çözümler geliştirmeyecektir. Nitekim rekabet ihlâli yaşandıktan sonra ex post niteliğindeki müdahaleler ancak taahhüt mekanizmasının kabul edilmesi gibi iyileştirici tedbirleri gündeme getirebilir. Fakat yine de yapısal bir çözüm sunmayacaktır. Dolayısıyla teşebbüslerin sahip

oldukları verilerden kişisel veri niteliğinde olmayanlara açık erişimin sağlanması (*data openness*) ve kişisel veriler bakımından Avrupa Birliği’nde uygulanan Dijital Pazarlar Tüzüğü’nde öngörüldüğü gibi veri taşınabilirliği hakkı (*data portability right*) ve birlikte çalışabilir sistemleri destekleyen hukuki kurallar oluşturulmalıdır (Yılmaz, 2022). Mevcut geleneksel rekabet araçlarının önüne geçilmek suretiyle rekabet ortamını aktif bir şekilde teşvik eden, pazara yeni giren aktörlerin önünü açan ve tüketici refahını destekleyen çözümlerin geliştirilmesi oldukça önemli olmaktadır. Bu kapsamda; FinTech ekosistemine veri taşınabilirliği kurallarının getirilmesi ve kişisel veri niteliğinde olmayan verilere açık erişimin sağlanması yoluyla yenilikçi ve rekabetin gelişeceği bir ortam oluşturulabilir (Digital Competition Expert Panel, 2019). Özellikle *data openness* ile birlikte anonimleştirilmiş ya da kişisel olmayan veriye erişimin sağlanması dijital pazarlar özelinde oluşan rekabetçi endişelerin önüne geçebilir. Özellikle BigTech platformlarının FinTech ekosistemine adım atmasıyla veri yoğunlaşması, FinTech pazarının BigTech platformları tarafından tek bir oyuncunun domine edeceği şekilde etkilenmesine yol açabilir. Market tipping olarak ifade edilen tekelleşme riski göz önüne alındığında, *data openness* çözümü rekabet ortamının yeniden tesis edilmesinde rol oynayabilir (Digital Competition Expert Panel, 2019).

4.2. Dijital Finansal Hizmetlerde Rekabetçi Endişelerin Giderilmesinde İç Denetim ve İç Kontrol Sistemlerinin Rolü

Yukarıdaki bölümde yeni nesil rekabet hukuku araçları ile ilgili olarak politika önerilerinde bulunulmuş ve rekabet hukuku perspektifinden uzaklaşmadan ex ante çalışmaların ve ikincil mevzuat çalışmalarının önemi ile açık bankacılık ve veri taşınabilirliği çözümlerinin olası faydaları üzerinde durulmuştur. Bu gibi araçlara ek olarak iç sistemler olarak ifade edilen iç kontrol sistemlerinin ve iç denetim faaliyetlerinin üzerinde durularak teşebbüslerin kurumsal olgunluğunun geliştirilmesinden bahsetmekte de fayda görülmektedir. Nitekim rekabetçi endişeler yalnızca rekabet otoriteleri tarafından denetlenmesi ve gözetilmesi beklenen olgular olmamakta, aynı zamanda teşebbüslerin kendi içlerinde etkin bir kurumsal risk yönetimi ve verimli bir iç kontrol mekanizması oluşturmalarını da ilgilendirmektedir. Keza rekabetçi endişeler rekabet hukukunun alanına giren riskleri içinde barındırarak teşebbüsler için bir “uyum riski” (compliance risk) oluşturmakta ve teşebbüslerin yönetim kurumu ve üst yönetim fonksiyonlarını doğrudan ilgilendirmektedir. Nitekim rekabetçi endişeler doğuran rekabet hukuku temelli riskler “genel risk” niteliğinde olup teşebbüsün belirli bir bölümünü ve belirli

kişileri değil, teşebbüsün tamamını etkilemektedir. Bu sebeple, iç denetim ve iç kontrol sistemleri, yalnızca finansal raporlama ve süreç denetimi yönünden değil; aynı zamanda rekabet hukukuna uyum ve rekabetçi endişeler oluşturan rekabet hukuku risklerinin önceden tespit edilmesinde kritik öneme sahip olmaktadır. Kurumsal risk yönetimi ve etkin iç kontrol sistemlerinin oluşturulmasıyla; rekabet risk haritalamalarının yapılması, veri kullanım ve veri paylaşımı süreçlerinin şeffaflığı ve teşebbüsler arasındaki iletişim periyodik olarak değerlendirilebilir. İç kontrol sistemleriyle birlikte iş süreçlerine uygun politika ve prosedürlerin oluşturulması yoluyla proaktif kontrol noktalarının oluşturulup tanımlandığı bir yapı oluşturularak teşebbüsün rekabet hukuku risklerinden kaçınabilmesi mümkün hâle gelmektedir. Örnek olarak şirket nezdinde rekabet uyum prosedürü oluşturulması ve tüm iş süreçlerinin rekabet kurallarına uyumun bu prosedür üzerindeki iş akışları ve yasaklar doğrultusunda belirlenmesi teşebbüsün rekabetçi endişelere karşı iç sistemleri özelinde tedbirler almasına önemli bir örnektir.

Özellikle, açık bankacılık çözümleri çerçevesinde müşterilerin finansal nitelikteki verilerine erişim ve veri taşınabilirliği kapsamında veri paylaşımı süreçlerinde uygulanan iç kontroller, rekabet hukukuna uyum sağlanması konusunda iç sistemlerin iyileştirilmesine örnek olarak verilebilir. İç kontrol sistemlerinin periyodik olarak gözden geçirilmesine yarayan iç denetim faaliyetleriyle rekabetçi endişelere neden olabilecek risklerin tespit edilmesinde RegTech ve SupTech teknolojilerinin kullanılması yoluyla algoritmaların işleyişinin düzenli olarak gözden geçirilmesi sağlanabilir.

Rekabetçi endişeler doğuran rekabet hukuku temelli risklerin yönetilmesi yalnızca rekabet otoritelerinin bir görevi olmayıp aynı zamanda kurum kültürü içerisindeki iç sistemlerin etkin bir şekilde tesis edilmesiyle de doğrudan ilgilidir. Bu kapsamda, FinTech ekosisteminde faaliyet gösteren oyuncuların iç sistemlerini ve kurumsal yönetim mekanizmalarını dijitalleşmenin finansal hizmetlerde ortaya çıkardığı rekabetçi endişelere göre uyarlamaları teşebbüsün kendi içinde alacağı önlemler açısından önem arz etmektedir.

5. SONUÇ

Dijital finansal hizmetler pazarındaki rekabet hukuku sorunlarının işlendiği tez çalışmamız kapsamında, öncelikli olarak finansal hizmetlerin dijitalleşmesi süreci incelenmiş ve dijitalleşmenin tanımı üzerinde durulmuştur. Finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecine giden tarihsel arka plan incelenmiş ve dünyadaki finansal krizlerin FinTech ekosisteminin

gelişimindeki rolü incelenmiştir. Dijitalleşme ile ortaya çıkan yeni iş modelleri incelendikten sonra Rekabet Kurumu verileri ışığında Türkiye’deki dijital okuryazarlık ve dijitalleşme trendleri değerlendirilmiştir.

Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde, dijitalleşme ile finansal hizmetlerde ortaya çıkan FinTech, InsurTech ve BigTech aktörleri açıklanmış olup işbu aktörlerin finansal piyasalarda sunduğu finansal hizmetler ve işbu finansal hizmetlerin karakteristik özellikleri değerlendirilmiştir. FinTech ekosisteminin kendine özgü doğası açıklandıktan sonra FinTech alt sektörleri incelenmiş ve FinTech dünyasındaki aktörler üzerinden örnekler verilmiştir.

Ardından, açık bankacılık ve veri paylaşımına ilişkin tartışmalar üzerinden FinTech ekosistemindeki güncel konulara değinilmiş olup platform modeli ve hizmet modeli bankacılık faaliyetlerinin karakteristik özellikleri değerlendirilerek dünyadan ve Türkiye’den örnekler verilmiştir. Çalışmanın devamında Türkiye’deki dijital finans uygulamalarına detaylı bir şekilde değinilmiş olup kamu-özel sektör iş birlikleri, Türkiye’de açık bankacılık düzenlemeleri, TR Karekod düzenlemeleri, TCMB ve BDDK düzenlemeleri gibi güncel konular FinTech ekosisteminin gelişimi çerçevesinde açıklanmıştır.

Dijitalleşmenin FinTech ekosistemi üzerinde neden olduğu hukuki risklere kısaca değinildikten sonra çalışmanın asıl sorunu olan finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde ortaya çıkan rekabet hukuku sorunlarına değinilmesi amacıyla rekabet hukukunun temel kavramları, rekabeti kısıtlayıcı ve engelleyici anlaşmalar, hâkim durumun kötüye kullanılması üzerinden Türk rekabet hukukunun temel ilkeleri uygulamadan örnekler verilerek açıklanmıştır. Özellikle Rekabet Kurulu kararları, sektör spesifik raporlar, OECD, Avrupa Komisyonu ve Rekabet Kurumu raporları, çalışmanın bu kısmında incelenmiş olup uygulamadan verilen örneklerle birlikte ortaya konmuştur.

Rekabet hukukunun temel kavramları açıklandıktan sonra, FinTech ekosistemindeki rekabetçi endişeler ve bu endişelerin FinTech ekosistemindeki rekabete aykırı etkileri detaylı bir şekilde incelenmiştir. İnceleme esnasında platformun yapısına dayalı rekabetçi endişeler ve veri kullanımına ilişkin rekabetçi endişeler şeklinde ayırım yapılarak rekabet hukuku sorunlarının hangi alanlarda ortaya çıktığı kategorize edilerek derlenmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen veriler kapsamında; rekabetçi endişelerin ekseriyetle hâkim durumun kötüye kullanılması şeklinde somutlaşan büyük teknoloji teşebbüslerinin davranışları sonucu ortaya çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda büyük teknoloji teşebbüslerinin; hâkim durumda

oldukları pazarlardaki pazar güçlerini FinTech ekosistemine aktarmak suretiyle pazara giriş yönünde engeller oluşturmaları, self-preferencing (kendini önceliklendirme) şeklinde gelişen davranışları, veriye dayalı hâkimiyetleri ve tek taraflı davranışları yoluyla sömürücü kötüye kullanma uygulamaları sonucunda rekabetçi endişelerin oluştuğu tespit edilmiştir.

FinTech ekosisteminin sürekli değişken bir yapı sergileyerek günden güne değişiklik göstermesi gerek rekabet otoritelerinin gerekse de akademik çalışmaların bu alanın rekabet dinamikleri açısından tanımlanmasına yönelik temkinli bir yaklaşım benimsenmesine neden olmakla birlikte, özellikle sektör raporları ve ikincil mevzuat çalışmaları niteliğindeki *soft* düzenlemeler ile bir yandan sektörün devlet müdahalesine açık olmasının sağlanması bir yandan da sektöre esneklik tanınması gerekliliği üzerinde durulmuştur. Çalışmanın devamında, finansal hizmetlerin dijitalleşmesi sürecinde (özellikle ödeme hizmetleri pazarında) ortaya çıkan rekabetçi endişelere yönelik rekabet otoritelerinin güncel yaklaşımları üzerinde durulmuş ve ABD, AB ve Türkiye örnekleri üzerinden rekabet otoritelerinin konuya yaklaşımı karşılaştırmalı hukuk metoduyla değerlendirilmiştir.

Elde edilen veriler ışığında FinTech ekosisteminde ortaya çıkan rekabetçi endişelerine karşı geleneksel rekabet hukuku araçlarıyla baş edilemeyeceği değerlendirilmiş olup yeni nesil rekabet hukuku araçlarının uygulanabilirliği ve uyarlanması üzerinde durularak açık bankacılık çözümlerinin teşvik edilmesi, sektörel raporların oluşturularak teşebbüslere ve uygulayıcılara kılavuz niteliğindeki çalışma belgeleriyle yol gösterilmesi, ex ante düzenlemeler ile rekabetçi endişelere karşı önleyici nitelikte tedbirler alınması ve veri taşınabilirliği hakkının Türk mevzuatına uyarlanması konuları üzerinde durularak Türkiye'deki dijital finansal hizmetler pazarlarında rekabetçi endişelerin giderilerek iyileştirici önlemlerin alınması için öneriler sunulmuştur. Politika önerilerine ve rekabet hukuku değerlendirmelerine ek olarak, teşebbüslerin kendi iç sistemleri aracılığıyla rekabet hukuku temelli risklerle başa çıkmaları açısından iç kontrol sistemlerinin ve iç denetimin önemine değinilmiştir. Teşebbüslerin kurumsal olgunluğunun ve kurumsal risk yönetimi yapılarının geliştirilmesinin rekabet hukuku risklerinin yönetilmesinde vazgeçilmez olduğu vurgulanmıştır.

FinTech ekosistemindeki yapısal ve davranışsal rekabetçi endişeler, henüz açık ve kesin bir şekilde tanımlanacak kadar olgunlaşmamış olsa da gelecekteki muhtemel rekabete aykırı etkilere karşı şimdiden önlemler alınmasında fayda görülmektedir. Nitekim pazarın dinamik, değişken yapısı ve serbest piyasanın kurallarına bırakılamayacak kadar hassas olması gibi durumlar, rekabet ortamının tesis edilmesinde devlet müdahalesinin vazgeçilmez olduğunu

göstermektedir. Aksi halde tekellerin FinTech ekosisteminde telafi edilemeyecek nitelikte zararlar doğuracak uygulamalar ile tüketici refahını ve toplumsal refahı zedelemesi kaçınılmazdır.



KAYNAKLAR

- Ahern, D. M. (2022). The role of sectoral regulators and other state actors in formulating novel and alternative pro-competition mechanisms in fintech. *Fintech Competition: Law, Policy, and Market Organisation* (Hart Publishing 2023) pp, 307-330.
- Alessandro Palmieri, P. H. D. (2021). OPEN BANKING AND COMPETITION: AN INTRICATE RELATIONSHIP 1. EU and Comparative Law Issues and Challenges Series, 217-237.
- Amanda Cliffe (2022), To what extent does European law ensure a level playing field for fintechs in the payment services sector?, *European Competition Journal*, 18:1,168-203, DOI: 10.1080/17441056.2021.1979776
- Arner, D. W., Barberis, J., ve Buckley, R. P. (2015). The evolution of Fintech: A new post-crisis paradigm. *Geo. J. Int'l L.*, 47, 1271.
- Ayata, Ü. Z. (2018). Büyük Yenilik Büyük Değişiklik Gerektirir mi?: Avrupa Birliği Rekabet Hukukunun Büyük Veri İle İmtihanı. *Banking & Commercial Law Journal/Banka ve Ticaret Hukuk Dergisi*, 34(4).
- Borgogno, O., ve Colangelo, G. (2019). Data sharing and interoperability: Fostering innovation and competition through APIs. *Computer Law & Security Review*, 35(5), 105314.
- Brodsky, L., ve Oakes, L. (2017). Data sharing and open banking. *McKinsey & Company*, 1097, 1105.
- Canpolat, Yaşar K. (2022). Ödeme Hizmetleri, Elektronik Para ve Değişim Rüzgârı. Yazıcı, S. (Ed.). (2022). *FinTech ve InsurTech ile Finansın Dönüşümü* (2.baskı) içinde (s. 363-389) İstanbul: Birleşik Ödeme Akademisi.
- Carmona, A. F., Lombardo, A. G. Q., Pastor, R. R., Quirós, C. T., García, J. V., Muñoz, D. R., ve Martin, L. C. (2018). Competition issues in the area of financial technology (Fintech). *Policy Dep. Econ. Sci. Qual. Life Policies Eur. Parliam.*
- Cengiz, E. K., ve Oduncu, F. (2023). Fintek Kavramı İle İlgili Yapılan Uluslararası Çalışmaların Bibliyometrik Analizi. *Topkapı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 75-92.

- Clements, R. (2022). Entry Barriers in Fintech. Chapter in" Fintech Competition," Konstantinos Stylianou et al. eds.(Forthcoming, 2023 London: Bloomsbury-Hart).
- Çelik, Ö. (2022). Finansal Hizmetler İçin Fırsat ve Tehditler. Yazıcı, S. (Ed.). (2022). FinTech ve InsurTech ile Finansın Dönüşümü (2.baskı) içinde (s. 51-63) İstanbul: Birleşik Ödeme Akademisi.
- Çelik, Tuğba. (2019). "Elektronik Ticaret ve Rekabet Hukuku Kapsamında Çoktarafli Pazar Yerleri." Maltepe University (Turkey), Turkey (<https://www.proquest.com/dissertations-theses/elektronik-ticaret-ve-rekabet-hukuku-kapsaminda/docview/3086284027/se-2>).
- Dal, C. (2020). Rekabet Hukuku Perspektifinden Yıkıcı İnovasyon ve Finansal Teknolojiler, Rekabet Kurumu 13. Dönem Uzmanlık Tezleri, Ankara
- De Lis, S. F., ve Ortún, P. U. (2018). Digital transformation and competition in the financial sector. Revista de Información Comercial Española, 19(2), 1-14.
- Digital Competition Expert Panel. (2019). Unlocking digital competition. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5c88150ee5274a230219c35f/unlocking_digital_competition_furman_review_web.pdf
- Esen, U. (2022). API Teknolojileri, Açık Finans ve Verinin Demokratikleşmesi. Yazıcı, S. (Ed.). (2022). FinTech ve InsurTech ile Finansın Dönüşümü (2.baskı) içinde (s. 153-173) İstanbul: Birleşik Ödeme Akademisi.
- European Commission: Directorate-General for Competition, Montjoye, Y.-A. d., Schweitzer, H., ve Crémer, J. (2019). Competition policy for the digital era, Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2763/407537>
- Frost, J., Gambacorta, L., Huang, Y., Shin, H. S., ve Zbinden, P. (2019). BigTech and the changing structure of financial intermediation. Economic policy, 34(100), 761-799.
- FSB .(2017).Financial Stability Implications from Fintech. Financial Stability Board. <https://www.fsb.org/uploads/R270617.pdf>
- FSB .(2019). FinTech and market structure in financial services: Market developments and potential financial stability implications. Financial Stability Board. <https://www.fsb.org/uploads/P140219.pdf>

Genç, S., ve Küçükçolak, R. A. (2020). Türkiye'de fintek sektörü. İSTANBUL Ticaret Üniversitesi Working Paper Series, 1(1), 48-60.

Günel, M. (2022). Para Banka ve Finansal Sistem (6. Baskı). Ankara: Yenibinyıl Yayınları.

Gürkaynak, G. (2022). Rekabet Hukuku (1. Baskı). Ankara: Seçkin Hukuk.

Güven, P. (2008). Rekabet Hukuku (2. Baskı). Ankara: Yetkin Yayınları.

İliman, T., ve Tekeli, R. (2018). Türkiye ve ABD’de Düzenleyici ve Denetleyici Kuruluşlar. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(1), 378-395. Bottom of Form

Karabudak, H. B., Göka, E. K., Korkmaz, G., ve Özben, A. S. (2024). Dijital Pazarlara İlişkin Türk Hukukundaki Düzenlemelerin ve Düzenleme Çalışmalarının Uluslararası Örnekler Işığında Rekabet Hukuku ve Politikası Çerçevesinde Değerlendirilmesi, TEPAV, Ankara

Karagülle, A. (2020). Dijital Platformlarda Pazar Gücünün Belirlenmesi, Rekabet Kurumu 13. Dönem Uzmanlık Tezleri, Ankara

Kart, A. (2024). Elektronik Ticarete Rekabet Hukuku Üzerinden Cezalandırma Politikaları ve Avrupa Birliği Dijital Piyasalar Yasası Örneği, Kırıkkale Hukuk Mecmuası, 4(2), 433-457.

Kaya, A. N. (2023). Ab Dijital Piyasalar yasasi'nin türk rekabet hukukuna muhtemel Etkileri. (Order No. 31016008, Marmara Üniversitesi (Turkey)). PQDT- Global, 104. Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/ab-dijital-piyasalar-yasasinin-türk-rekabet/docview/3059431552/se-2>

Ketizmen, M., ve Kart, A. (2019). Kişisel veri ve rekabet hukuku kapsamında “Big data”. Kişisel Verileri Koruma Dergisi, 1(1), 64-76.

Kömürcüoğlu, Ö. F., ve Akyazı, H. (2020). Finansal Teknolojilerdeki (Fintek) Gelişmeler: Fırsatlar ve Riskler. Karadeniz Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 1(1), 35-48.

Körpe, E. (2021). Dijital dönüşüm ile yeni finans çağı ve gelecek yaklaşımları. Uluslararası Bankacılık Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 4(2), 108-131.

- KPMG. (2018). The Pulse of Fintech 2018: Biannual Global Analysis of Investment. KPMG. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2018/07/h1-2018-pulse-of-fintech.pdf>
- KPMG. (2024). Türkiye Fintech Araştırması. <https://kpmg.com/tr/tr/home/insights/2025/03/turkiye-fintech-arastirmasi-2024.html>
- Kurdoğlu, B., ve Ata, Ç. D. (2021). Veri ekonomisi ve rekabet hukuku. Bilişim Hukuku Dergisi, 3(2), 266-337.
- Mainelli, M., ve Mill, S. (2016). Financial Innovation and Sustainable Development. Business & Sustainable Development Commission, London EC2R 7HG, United Kingdom.
- Mantzari, D., ve Chiu, H. Y. (2023). Regulating Fintech and BigTech: Reconciling the Objectives of Financial Regulation and Promoting Competition. Fintech Competition: Law, Policy, and Market Organisation (Hart Publishing, 2023) pp, 253-280.
- Mercangöz, Y. Ö. (2022). Teknoloji Çağında AB VE Türk Rekabet Hukuku Sistemlerinde İlgili Pazarın Belirlenmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 12(1), 445-488.
- OECD (2018). Financial Markets, Insurance and Private Pensions: Digitalisation and Finance https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2018/01/financial-markets-insurance-and-pensions-2018_9225d1bb/0021e92e-en.pdf
- OECD (2018). Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/a013f740-en>.
- OECD (2018). Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/a013f740-en>.
- OECD (2021). “Abuse of dominance in Digital Markets”, OECD Roundtables on Competition Policy Papers, No. 256, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/4c36b455-en>.

OECD (2022). OECD Handbook on Competition Policy in the Digital Age, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/c8c1841b-en>.

OECD (2023). “Leveraging technology in insurance to enhance risk assessment and policyholder risk reduction”, OECD Business and Finance Policy Papers, No. 38, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/2f5c18ac-en>.

OECD (2024). Global Insurance Market Trends 2024, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/5b740371-en>.

Okkaoğlu, Ç. (2020). Yoğunlaşma Kontrolünde Büyük Veri, Rekabet Kurumu 13. Dönem Uzmanlık Tezleri, Ankara

Olgun, B. (2022). Dijital Pazarlarda Veriye Erişim Sorunu ve Olası Çözümü, Rekabet Kurumu 14. Dönem Uzmanlık Tezleri, Ankara

Olgun, B. (2022). Rekabet Hukuku Perspektifinden Yıkıcı İnovasyon, Rekabet Kurumu 13. Dönem Uzmanlık Tezleri, Ankara

PwC. (2020). Açık Bankacılık: Dünya ve Türkiye. <https://www.pwc.com.tr/tr/sektorler/bankacilik/pdf/acik-bankacilik-dunya-ve-turkiye-v2.pdf>

Rekabet Kurumu (2023). Dijital Dönüşümün Rekabet Hukukuna Yansımaları. Ankara. Erişim adresi: <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/dijital-piyasalar-calisma-metni.pdf>

Rekabet Kurumu. (2008). İlgili Pazarın Tanımlanmasına İlişkin Kılavuz.

Rekabet Kurumu. (2013). Muafiyetin Genel Esaslarına İlişkin Kılavuz.

Rekabet Kurumu. (2014). Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz.

S&P Global Market Intelligence. (2018). 2018 US Fintech Market Report. S&P Global. <https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/documents/2018-us-fintech-market-report.pdf>

Saatçioğlu, C. (2005). Yeni ekonomi ve finansal piyasalar üzerindeki etkisi. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 19(1), 151-165.

Stulz, R. M. (2019). Fintech, bigtech, and the future of banks. Journal of Applied Corporate Finance, 31(4), 86-97.

Şahin, B. Ş., ve Cantürk, B. C. (2020). Türkiye’deki Hukuki Altyapı ve Ödeme Hizmetleri Yönergesi 2 Bağlamında API Teknolojisi ve Açık Bankacılık. Maliye ve finans yazıları, (114), 149-148.

Tunç, A. (2025). Türk Hukukunda Çevrimiçi Platformların Düzenlenmesi İhtiyacı. Adalet Dergisi, (74), 1027-1055.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (2016). Finansal İstikrar Raporu. Sayı 23. Ankara.

Tzanaki, A., Alekseeva, L., ve Azar, J. (2022). Common ownership in fintech markets. Fintech Competition: Law, Policy, and Market Organisation (Hart Publishing, 2023), George J. Stigler Center for the Study of the Economy & the State Working Paper, (329).

Usta, A. (2022). Blokzinciri ve Aracısızlaşma. Yazıcı, S. (Ed.). *FinTech ve InsurTech ile Finansın Dönüşümü* (2.baskı) içinde (s. 173-193). İstanbul: Birleşik Ödeme Akademisi.

Ünal, Ç. (2010). Rekabet Hukukunda Tek Taraflı Sömürücü Davranışlar. Rekabet Dergisi, (44), 111-164.

Yallı, A. (2024). Açık Bankacılık Uygulamaları, Potansiyel Etkileri ve Denetim Modeli Önerisi. Türkiye Bankalar Birliği. İstanbul

Yazıcı, S. (Ed.). (2022). *FinTech ve InsurTech ile Finansın Dönüşümü* (2.baskı). İstanbul: Birleşik Ödeme Akademisi.

Yılmaz, B. (2022). Kişisel verilerin korunması ve rekabet hukuku bağlamında veri taşınabilirliği hakkı (Order No. 31874599). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (3168509681). <https://www.proquest.com/dissertations-theses/kişisel-verilerin-korunması-ve-rekabet-hukuku/docview/3168509681/se-2>

Yuksel, B. (2020). Future of Fintech in Turkey in the Absence of Mandatory Open Banking Regulations and the Possible Role of Competition Law. SSRN Electronic Journal, s. 1-6.

Yüksel, B. (2022). Fintech Alanında Rekabetin Yeniden Tanımlanması. Yazıcı, S. (Ed.). *FinTech ve InsurTech ile Finansın Dönüşümü* (2.baskı) içinde (s. 417-434). İstanbul: Birleşik Ödeme Akademisi.

