

## BANKA FİRMALARI PİYASASI: MİKROEKONOMİK BİR YAKLAŞIM

Emin ERTÜRK\*

İktisadi hayatın en önemli uzantılarından biri de bankalardır. Bankalar, bir yönüyle diğer iktisadi birimler gibi ekonomik faaliyetlerde bulunarak toplumsal refahı ilgilendiren sonuçlara ulaşılmasına katkıda bulunurlar ve makro ekonominin alanı içine girerler. Ayrıca bu alandaki faaliyetleriyle ekonomik büyüklükleri etkilemektedirler. Diğer yönüyle bankaları tek tek birer iktisadi birimler olarak düşünmek ve onları bu durumlarıyla mikro ekonomik analize tabi tutmak gerekmektedir.

Bankalar, bu işle görevli otoriteler tarafından bir düzen çemberine alınmışlardır. Otoriteler banka endüstrisinin yapısında öngördükleri her değişikliğin sosyal refaha ne tür etkide bulunacağını önceden belirleme veya en azından öngörme sorumluluğu ile karşı karşıya bulunmaktadır. Bu sorumluluğu iki safhali olarak mütalâ etmek mümkündür. Bunlardan biri bankaların icraatının dayandığı mevcut ilişkiler ölçülebilir olmalı. İkincisi ise genel olarak kabul görmüş bu ölçme kriterleriyle banka faaliyet sonuçlarının ne kadar tutarlı olacaktır.

Bankaların ekonomik alanda faaliyette bulunmaları nedeniyle, fiyat teorisinin konusu içine alınabilirler. Bu da onları belli girdileri alan, bu girdileri kullanarak ortaya hizmet türünden ürün çıkaran kurumlar yapmaktadır. Bankaların çıktılarını diğer firma ürünleri gibi olmadığından yani hizmet alıp, hizmet sattıklarından diğer mikro ekonomik kurumlardan ayrılmaktadırlar. Nitekim bankalar diğer firmaların kuruluşta yaptığı bütün masrafları yapmakta (sabit masraflar), yine diğer firmalar gibi faaliyet masraflarında bulunmakta, fakat hem girdi olarak kullandıkları (emek dışında) mevduat, hem de çıktı olarak arzettikleri hizmetler (mal değil), diğer firmalardan farklılık arz etmektedir. Bu da bankaların kendilerine mahsus bir piyasa ve fiyat sistemi olduğunu ortaya koymaktadır.

Konuyu araştırırken bazı ön yargılarımız kuşkusuz olmuştur. Bunu bir örnek ile somutlaştırmak mümkündür. Meselâ Türkiye'deki banka piyasası modelinin oligopol olması, düşüncesi gibi. Araştırmalarımızın ilerlemesi ve Türkiye'deki kaynakların dışına taşmaması bizi bu konuda peşin bir yargının olamayacağını itirafa zorlamıştır. Nitekim bir ülkede banka piyasası monopollü rekabettir ya da oligopoldür diye kesip atmak kanımızca doğru değildir<sup>1</sup>. Çünkü bu piyasa hem iç ilişkileri, hem de dış iliş-

\* Dr.; Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Araştırma Gör.

1 Karacan, İhsan; "Türk Bankacılığında Rekabet ve Piyasa Modeli Üzerine" Banka ve Ekonomik Yorumlar (Haziran 1976), s. 51-61.

kileri bakımından özellikler arz etmektedir. Dolayısıyla bu ilişkilere dikkat edilmeden bir sonuca varmak mümkün değildir. Bunun hem teoride hem de yalnızca bir ülke veya bölge incelemelerinde gözönünde bulundurulması gereken bir gerçek olduğu inancındayız. Bunun dışında banka faaliyetlerinin analizinde diğer firmalarda yapılanlar aynen yapılabilecektir.

## 1. Firma Olarak Bankalar

Neoklasik teori bir firma olarak bankalar üzerinde ne girdi ne de çıktılar açısından fazla durmamıştır. Neoklasik teori daha çok portföy dengesi yaklaşımıyla meseleyi ele almağa çalışmıştır<sup>2</sup>.

Diğer firmalar gibi girdi ve çıktıları bulunan başka bir deyimle ürün ve objeleri olan bankaların da bir teorisinin yapılması gerekir. Çünkü bankalar, dışsal ve kendileriyle rekabet eden bir çevrede faaliyette bulunmaktadır. Diğer firmalardan farklı girdi kullanan ve farklı ürün üreten kurumlar olarak bankaların, bu yönden baktığımızda sadece kendi fonksiyonlarının icra edildiği bir piyasaları vardır, bu piyasanın da faaliyet alanı olarak diğer piyasalardan biçimsel hiç bir farklı yanı yoktur.

Bankalar, genelde mali piyasada faaliyette bulunan mali araçların bir alt setidir. Yani bankalar fazla fonu olanlardan bu fonları alarak fon ihtiyacı olanlara arz eden (bir fiyat karşılığında) kurumlar olmaktadır. Fakat bankalar tarafından alınan ve satılan ürünler onları diğer mali araçlardan ayırmamızı gerektirmektedir. Bankalar fonları toplarken, bazılarında faiz ödemesinde bulunmaz ya da çok az bir ödemede bulunur. Bu da bankaların diğer mali araçlardan farklı olarak bir risk ve güven dengesi oluşturmuş olmalarından kaynaklanmaktadır. Vadesiz mevduatın ödeme muamelelerinde genel kabul görmesi yüzünden, bankalar bir bakıma ulusal ödemeler ağının da en önemli halkasını oluşturmaktadırlar. Bankalar bu hizmeti bir minimum fiyatla yapmaktadırlar. Çünkü bu hizmetin bir sosyal maliyeti vardır. Banka firmalarının ekonomik teorisinin görevlerinden biri de, bankaları söz konusu maliyete karşı uyararak bu minimum fiyatın belirlenmesidir. Vadeli mevduat, vadesiz mevduat ve iştirak şeklinde yatırılmış olan diğer aktifler bankaların kazanç kaynağının esasını teşkil eder. Eğer bir banka, diğer koşullar aynı kalmak şartıyla, kredi/aktif rasyosunu artırmak isterse kredilerden elde ettiği marjinal hasılda bir düşmeyi de kabul etmek durumundadır.

Bir firma olarak bankanın analiz edilebilmesi için mikro ekonomiye konu olan diğer firmalar gibi faaliyette bulunduğu ölçek, bankanın aktif portföyünün kompozisyonu, bankanın pasiflerinin kompozisyonu, bankanın verdiği kredilerin faiz oranı, vadeli ve vadesiz hesaplardan elde ettiği hasılanın ele alınması gerekir. Ancak bizim konumuz bankaları analiz etmek olmadığı için bunlar üzerinde ayrı ayrı durmayacağız. Şimdilik bu kısa bilgileri vermekle yetiniyoruz.

Monopolü rekabet teorisi, bankacılığın yapısını ve piyasayı bir birinden ayıran açıklayıcı bilgilerle, banka piyasalarının analizine anlamlı bir katkıda bulunmuş-

2 Klein A.M.; "A Theory of the Banking Firm", Journal of Money, Credit and Banking (May 1971), s. 206. Stiglitz, J.S.; "Pareto Optimality and Competition", The Journal of Finance, (May-1981), s. 235-49.

tur. Bankacılığın yapısıyla banka piyasası terimlerini birbirinden ayırmak gerekir. Bankacılığın yapısı denildiğinde belli bir bölgede yerleşen bankaların hepsini içine alan bir sistemi ifade ediyoruz. Piyasa yapısıyla ise belli bir piyasaya ürününü arz eden firmaların tümünü kastetmekteyiz<sup>3</sup>.

Monopolü rekabet teorisine kadar bu iki terimin anlamı hayli bulanıktı ve bankalar da Marshallian mantıkla ele alınarak kısmi denge çözümlemesine gidiliyordu. Sorunun aydınlanması Chamberline'i beklemiştir. Chamberline dikkatini, malın bir takım fiziksel ve tamamen teknik karakterinden uzaklaştırarak, tüketicilerin zihninde o malın ikame edilebilme durumuna çevirdi. Malların ikame edilebilme durumları o malları üreten firmaların bir pazar veya endüstri oluşturmalarına engel olamıyordu. Böylece geleneksel piyasa ve endüstri nosyonu da bir yerde yıkılıyordu. Çünkü yeni anlayıştan farklı olarak, ürünlerin biçimsel ve teknik içeriklerinin aynı olması, piyasa için şarttı: Bankalara uygulandığı taktirde bu görüş, karşımıza banka firmalarını ve onların arz etmekte oldukları hizmetleri çıkarılmaktadır. Böylece bankalar bir endüstridir ve ürünleri de banka hizmetleridir. Bu endüstri yalnızca bankalardan oluşmuştur ve bütün bankalarda bu endüstriye aittir.

## 2. Banka Firmasının Girdileri ve Çıktıları

Bankaların esas olarak iki tip girdileri vardır. Bunların başında kuruluşta yatırılmış öz sermaye, ikincisi ise çeşitli vadelerle bankaya akan mevduattır. Shull Bankaları bu bakımdan bir havuza benzetmektedir<sup>4</sup>. Banka girdilerini aşağıdaki şekilde formüle edebiliriz.

Toplam Fonlar  $TF = Q + \sum M_i$ ; Mevduat ise  $M_i = kTF$  dir, yani mevduat toplam fonların belli bir oranıdır. Burada  $k = \frac{M_i}{F}$  dir.

Formüle  $TF$  toplam fonları;  $Q$  öz sermayeyi  $M_i$  de çeşitli mevduatları göstermektedir. Toplam fonlar ve öz sermaye çeşitli aktifler arasında dağılmaktadır.  $k$  katsayısı ise toplam fonlarla mevduat arasındaki ilişkiyi göstermektedir.

Bankalar girdi olarak sadece fon kullanmazlar. Diğer firmalar gibi sabit ve değişen sermayeye de ihtiyaç duyarlar.

Bankaların çıktılarına gelince onları temelde iki kategori halinde ele almak mümkündür. Biri çeşitli vade ve faizle verilen krediler, diğeri ise bankaların müşterilerine sağladıkları hizmettir. Bankalar danışmanlık görevinde yapmakta ve bunun karşılığında bir kazanç elde etmektedirler. Fakat bankaların ürünü dendiği zaman akla, krediler gelmektedir. Bankaların arz ettiği tahvillerde yine bankaların çıktısı sayılabilir. Kredilere  $K_N$  tahvillere  $T_K$  dersek (çeşitli tip krediler ve tahviller) ban-

3 Alhadeff, D.A.; "Monopolist Competition and Banking Markets" Monopolistic Competition Theory (Ed. Kuennel, R.E.) 1967, s. 361.

4 Brucker, Eric; "A Microeconomic Approach to Banking Competition", Journal of Finance, 1970, s. 1133.

kanın hasılat fonksiyonu<sup>5</sup>

$$H = H(K_1 \dots\dots K_n ; T_1 \dots\dots T_k) \text{ şeklinde olacaktır.}$$

Bankanın kâr fonksiyonunu belirleyebilmek için maliyet fonksiyonunun da belirlenmesi gerekmektedir. Böylece maliyetle hasılat arasındaki fark bize bankanın kârını verecektir.

C maliyeti, M mevduatı, S sermayeyi, E emek girdisini göstermekte iken maliyet fonksiyonu

$$C = C(M_1 \dots\dots M_p \dots\dots S_1 \dots\dots S_g ; E_1 \dots\dots E_t)$$

şeklinde olacaktır.

Hasılatla maliyet arasındaki fark bize kârı vereceğine göre, kâr fonksiyonumuz

$$P = [H(K_n \dots\dots T_k), C(M_i \dots\dots K_p \dots\dots X_f)]$$

$$- F(K_i \dots\dots T_i \dots\dots M_i \dots\dots S_g \dots\dots X_t) \text{ olacaktır.}$$

Görüldüğü gibi bu fonksiyon n ürün üreten bir firmanın şartlı maximizasyonu-  
dur. Bankanın marjinal hasılat fonksiyonu ise,

$$MH_n = f(K_n, T_k, M_p, K_g, X_t) \text{ olacaktır.}$$

Son eşitlik n. inci tip kredinin marjinal hasılat fonksiyonu olmaktadır. Bu da bütün kredi, mevduat ve mevduat dışı girdilerin bir fonksiyonudur. Kredi hacmini değiştirirken bütün girdilerle çıktılar arasındaki karşılıklı ilişkileri dikkate almak gerekir.

### 3. Çeşitli Hizmet Arzedan Kurumlar Olarak Bankalar

Bankalar çeşitli hizmetler arzederler; bu yüzden de onları büyük bir finansman mağazasına benzetebiliriz<sup>6</sup>. Banka ürününün tanımına götüren bir ilk adım olarak, sözkonusu finansman mağazasında arzedilen hizmetlerin bir sınıflandırmasını yapmak uygundur.

Bankaların hizmet setlerinden biri müşterilerine arzettikleri kredidir. Kısa vadeli işletme kredileri bankaların teklif ettikleri en önemli hizmetlerden biridir. Buna ilave olarak söz konusu müşterilere orta hatta uzun vadeli işletme kredisi de verebilirler. Yine bu işletmelerin tahvillerini alabilirler. Bankalar aynı zamanda tüketim, ipotek kredileri arzederler, mahalli idarelere veya devlete de kredi verebilirler. İkinci bir hizmet seti mevduat hesapları ve emniyet kasaları şeklinde muhafaza hizmetidir. Üçüncü bir hizmet seti vadeli ve tasarruf mevduatlarını kamuya yararlı alanlara sevkettir. Dördüncü bir hizmet şekli ise çekle ödemeleri sağlayan vadesiz hesaplardır. Beşinci olarak ta bankalar, diğer bankalara, müşterilere bilgi toplama ve onlar için bazı şeyleri biriktirme, danışmanlık gibi hizmetler yaparlar.

5 Groady, D.B. and Kyle, R.; "The Simultaneity of Bank Decision Making Market Structure and Bank Performance" The Journal of Finance (March 1979), s. 3, Karacan, İhsan, "Bankacılık Endüstrisinde Fiyatlandırma", *Maliye Dergisi*, (Mayıs-Haziran 1979), s. 40-49.

6 Alhadeff, a.g.m., s. 362.

Yukarıdan beri belirtmeye çalıştığımız bu hizmet listesi bankaların birbirinden ayrılabilen ürünler arz ettiklerini açıklamakta, bu da bankaları çok ürünli firmalar olarak görmemiz gerektiğini ortaya koymaktadır. Chamberline doğrultusunda söylersek bankaları basit çok ürünli firma olarak değil, ürünlerinin karakteristikleri açık olarak birbirinden ayrılabilen çok ürünli firmalar olarak görmemiz gerekir. Bankaları çok ürünli firmalar olarak görmemiz gerektiğinin bir nedeni de, müşteri zihninde birbiriyle ikamesi mümkün olmayan hizmetler üretebilmesidir. Çok ürün üretme tabiatı bankaları tek bir endüstri olmaktan çıkarmaktadır. Yani bir bölgede tek banka yapısı varken bu yapıda bankalar, birkaç piyasada birden bölünme durumunda kalacaklar ve o piyasalara dayalı faaliyette bulunacaklardır.

#### 4. Banka Olmayan Mali Araçların Banka Ürünlerini İkamesi

Chamberline sonrası literatür bankaları, çok ürün üreten firmalar olarak görmekte ve banka olmayan mali araçlarla rekabet ettiklerini vurgulamaktadırlar. Mali araçlar bankaların çoğu ürünleri için ikame edilebilen ürünlere sahiptirler. Bu alandaki çalışmalar John Gurley ve Edward Shaw ile başlamıştır. Buna rağmen, banka olmayan mali araçları banka piyasa yapıları analizinin dışında tutmak gerektiği görüşünde olanlar da vardır.

Bu alanda iki görüş önemli yer tutmaktadır. Bir görüşe göre, bankaların her ürününün yerine ikame olabilecek başka ürünler, banka olmayan mali araçlar tarafından üretilemez. İkinci bir görüşe göre bankaların sunduğu hizmet takımını sunan tek bir banka olmayan mali aracı yoktur. Bu "takım" görüşü çeşitli şekillerde yorum açıktır. Bir yoruma göre müşteri söz konusu hizmet takımının arz edildiği yeri tercih etmektedir. Banka olmayan mali araçlar bu bakımdan eksiklik içinde olduklarından izahların dışında tutulmaları gerekir. Dikkat edildiği gibi bu yorum banka olmayan mali araçları bankaların fonksiyonlarını icra edebilecek kurumlar olarak göstermektedir. İkinci bir yorumda ise müşterilerin, bankanın tek tek ürünleriyle ilgilendiğini vurgulayarak takım anlayışının olmadığını dolayısıyla banka olmayan mali araçların tek tek ürünlerle ikame edilebilen ürünler arz edebileceğini belirtmektedir.

Aslında sorunun özü, acaba banka olmayan araçları dahil etsek mi yoksa dışarda tutsak mı ikame ürünlerini daha iyi açıklarız da yatmaktadır. Bankaların yalnız başına arz edicisi oldukları hizmetler dışında bazı alanlarda banka olmayan mali araçları rakip olarak görme durumundadırlar.

#### 5. Bankaların Hetorejen Yapısı

Bankalar arasında da homojenlik yoktur. Bazı bankalar yukarıda saydığımız hizmet listesinin hepsini arz edemez. Çünkü buna gücü yetmez. Özellikle küçük bankalar büyük bankaların yapabileceği çok şey bakımından şanssızdırlar. Müşterilerin ve işletmelerin davranışları da bankaların homojenliğini bozar. Bütün bankalar işletme kredisi arz ederken bazı bankalar bu krediyi toptancılara bazıları ise perakendecilere verebilirler. Bankalar portföylerinden verdikleri kredi oranıylada farklı politika güdebilmektedirler. Bazı bankalar, özel müşterilerine borç verme yanlısındırlar. Bazı bankalar ulusal çapta şirketlere kredi verirken az dikkat eder, bazıları çok; bazı bankalar müşterilerine bazı hizmetleri zorlanmadan sunarken bazıları da çok

pahalı olduğu için bu hizmeti arz edemezler. Bazı müşteriler prestij meselesi yaptığı için büyük bankalarla çalışırken bazıları da küçükleri tercih eder. Bazı mevduat sahipleri mesafeyi dikkate alarak evlerine en yakın bankayı tercih eder. Bu ve bunun gibi örneklerle bankaların arz ettiği hizmetler hetorejen bir yapı arz eder. Bu hetorejen ürün arzı banka piyasasındaki firmaların yapılarının da hetorejen olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum da gösteriyor ki hetorejen hizmet arzı yalnızca banka olmayan mali araçlarla bankalar karşılaştırıldığı zaman ortaya çıkmamakta, fakat bankaların sunduğu hizmetlerde de görülebilmektedir.

## 6. Banka Piyasasının Türü

Bankalarla ilgili uygulamalar ülkelere göre bir takım farklılıklar arz etmektedir. Onun için biz burada piyasa modelini belirlemede kullanılabilecek temel prensipler neler olabilir, onlar üzerinde duracağız. Belli bir ülkenin modeli üzerinde yapılacak herhangi bir çalışma bu prensiplere göre bankaları aksak rekabet piyasalarından birine oturtabilecektir.

Piyasa türünün belirlenmesinde dikkate alınacak prensipler şöyle belirlenebilir. Firma sayısı, firmaların endüstriye giriş ve çıkışlarının tahdide tabi tutulup tutulmadığı, piyasadaki firmaların ürünü talep edenlerin sayısı ve nihayet ürünlerin hemojenlik durumu.

Aksak rekabet piyasaları içinde banka firmalarının faaliyette bulunduğu piyasa sayısı belirlerken, mikro ekonominin inceleme alanı içinde bulunan iki model en uygun olmaktadır. Bunlardan biri monopollü rekabet piyasası diğeri ise oligopol piyasasıdır. Bu piyasalar hakkında kısa bilgiler vermektten fayda umuyoruz.

**Monopollü Rekabet:** Firmalar çok sayıdadırlar. Piyasaya giriş ve çıkışlar serbesttir. Ürün heterojenleştirilmiştir. Yani aslında hemojen olan ürünler bankalar arası rekabet vasıtalarıyla başkalaştırılmıştır. Fakat bu durum ürünlerin (hizmetlerin) birbiri yerine ikamesini engelleyememektedir. Mala başka olma niteliği veren banka müşterilerinin kanaatleri olmaktadır. Bu da bankalara bir çeşit monopol gücü vermektedir. Söz konusu piyasada rekabet fiyat dışı unsurlardır. (Şube, ikramiye, reklam vs.) Bu piyasada dengede, marjinal maliyetin marjinal hasılatı kestiği nokta, uzun dönem ortalama maliyetin minimum noktasının solunda olduğu için kapasite israfı vardır. Monopollü rekabetle ilgili bu kısa bilgileri verdikten sonra oligopol'den kısaca bahsedelim.

Oligopol'de firma sayısı az olmakla beraber genellikle ikiden çoktur. Firmalar birbirlerinin davranışlarını kontrol ederler. Firmalardan birkaçı piyasayı etkiliyecek büyüklüktedir. Bu piyasada rekabet daha çok fiyat üzerindedir. Dolayısıyla piyasada açık ya da gizli anlaşmalar firmalar arası rekabeti önlemektedir. Fiyat savaşı yüzünden yeni firmaların piyasaya girişi güçlüklerle karşılaşmaktadır.

Ülkemizde, banka piyasası bu iki piyasa türünün bir karışımıdır yani hem monopollü rekabet hem de oligopolistik özellikler taşımaktadır. Firma sayısı ve fiyat dışı unsurlarla rekabette, monopollü rekabete; kartelleşme ve büyük firmaların oluşu ve piyasaya giriş ve çıkışın yasaklanması bakımından da oligopole yaklaşmaktadır<sup>7</sup>.

7 Artun, Tuncay, Türkiye'de Bankacılık, Tekiş Yayınevi I. B. İstanbul 1980, s. 57-60. Ayrıca bak. Karacan, a.g.e., s. 51-61.

Her ülke için aynı hüküm yaklaşık olarak verilebilecektir. Fakat monopollü rekabet piyasası bankaların faaliyette bulunduğu piyasa olarak, genellikle gelişmiş ülkelere oligopol de az gelişmiş ülkelere daha uygun olabilecektir kanaatini taşıyoruz.

Serbest piyasa sisteminin en önemli koşulu sistemi oluşturan parasal kurumların rekabet yönünden oldukça homojen bir yapıya sahip olmalarıdır. Türkiye'de parasal mali kurumların, mali yapılarındaki stok ve akım hesaplarının ilişkilerindeki farklılıklara kurumların faaliyet konuları ve yasal statülerindeki farklılıklar homojenlik şartını önemli ölçüde bozmakta rekabet güçleri değişik, homojen olmayan ünitelerden oluşan bir banka sistemini karşımıza çıkarmaktadır. Sistemin bu homojen olmayan özelliği, çeşitli yerlerden mikro düzeyde yapılacak araştırmalarla ortaya konulabilir. Sistemi oluşturan belirli gruptaki bankalar topluluğunun stok ve akım hesapları ilişkilerindeki farklılıkları göstermek için rasyolardan yararlanılır.

Bakanlar kurulu kararıyla serbest bırakılmasına rağmen bankalararası anlaşmalarla belirli sınırlamalar konulan faiz sistemini, bu uygulama biçimi ile değerlendirmek için oldukça erkendir, ama bu haliyle oligopole yaklaştıkları da bir gerçektir.

Serbest faiz uygulamasının esas amacı faizi fonksiyonlarını icra edebilecek duruma getirmektir. Faiz oranlarının serbest olması bankalar arası rekabeti kızıştıracak, enflasyon oranının üzerine çıkan faiz oranları yatırımlar için maliyet unsuru olmağa başlayacak işsizliğin artmasına neden olacaktır. Bunun önemli bir sonucu da servet çözülmesidir.

## 7. Banka Piyasasında Rekabet

Bankalar arasında rekabet birebir bir rekabet değildir. Her banka, piyasadaki diğer bankalarla rekabet etme durumundadır ve farklı rekabet eden kurumlar setiyle piyasada karşı karşıyadır. Hem diğer bankalarla rekabet eder, hem de onlarla piyasayı paylaşır.

Piyasada rekabet eden banka firması, rekabet şartlarında maliyet ve hasılat fonksiyonlarını belirler. Firmanın başarısı piyasadaki çalışma kabiliyetine bağlıdır. Şartlar lehine ise başarır, aleyhine ise kaybetme durumuyla karşı karşıya demektir. Artan rekabet şartlarında banka, fonları için daha fazla ödemek zorunda kalır, kredileri ise daha düşük bir fiyatla arzeder. Bunlardan birincisi bankanın maliyet, ikincisi ise hasılat fonksiyonu ile ilgilidir. Rekabette meydana gelen değişme, hem daha fazla kâr elde etmesini, hem de bankanın piyasadaki ömrünü etkiler<sup>8</sup>.

Bankalar mevduatı kendilerine çekmek için çok çeşitli yollara başvurmuşlardır: Fazla ve pahalı işçi istihdam etmek, karşılıksız mal ve hizmet arzetmek, reklam harcamalarında bulunmak gibi. Aksak rekabet piyasalarının önemli özelliklerinden biri de zikrettiğimiz son aracın başvuru en önemli rekabet aracı olmasıdır.

Rekabetin arkasında yatan gerçek şudur: Her zaman piyasada kurulan firmalar alternatif fiyat politikaları ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Eğer monopolist

8 Smith, P.F.; Money and Financial Intermedition, The Theory and Structure of Financial Systems, Prentice Hall, New-Jersey, 1978, s. 167-170.

fiyat politikası güderlerse bu, ekonomik teorinde öngördüğü gibi, yüksek fiyatlar ve yüksek kârlar diğer firmaları piyasaya çekecek, yeni firmalar endüstriye girerken, endüstrinin ürettiği mal ya da hizmet genişleyecek ve kârlar rekabet seviyesine doğru itilmeye başlanacaktır.

Piyasa yapısına ve piyasaya girişlere bakarak rekabet seviyesini tesbit etmek mümkündür. Piyasa yapısına Y, dışardan girişlere de G dersek, rekabet seviyesini veya rekabet yoğunluğunu göstererek<sup>9</sup>

$R_Y = F(Y, G)$  fonksiyonunu yazabiliriz.

Bu faktörlerdeki değişimin rekabet üzerindeki etkisi şöyledir:

Rekabet	Piyasaya Girme	Yapı
Şartlarında = -	Tehlikesinde	± Etkisindeki
Değişme	Değişme	Değişme
(dR)	= - dG	± dY

dG potansiyel rekabet eksidir ve işareti, girme tehlikesi ile rekabet şartları tersine değişeceği için negatiftir. dY hem negatif hem de pozitif olabilir. Piyasadaki firmaların birleşmesi rekabeti azaltacağı için işaret negatif olacaktır.

Bankalar arasındaki farklılıklar piyasadaki fiyatları etkileme dereceleriyle belirlenebilir. Rekabetin çok yüksek olduğu piyasalarda firmalar piyasa fiyatlarını yalnız başlarına etkilemede çok az bir etkiye sahiptirler. Böyle durumlarda arz ve talep fonksiyonları tam elastikiyete daha yakındır. Fakat bankalar piyasasında rekabet güçlü olmadığı takdirde sözkonusu fonksiyonlar inelastik olmaktadır. Bankalar arasında imaj olarak da olan farklılığın bulunması arz ve talep fonksiyonlarının inelastik olmasına yetmektedir.

Fiyat dışı gözlemlerin, bankaların talep ve arz fonksiyonlarının şekillenmesindeki rolü, diğerlerine kapalı olan iki bankalı bir piyasa modeliyle izah edilebilir. Bu bankaların (A ve B) aynı kıymetleri teklif ettikleri varsayılmıştır. Aynı piyasayı paylaştıkları için, aynı külfet ve nimetle karşılaşacaklardır.

Her iki kurum da kredileri için aynı piyasa fiyatıyla karşılaştıklarında ( $r_a = r_b$ ), talep fonksiyonları piyasa talep fonksiyonunun elastikiyetine sahip olacak, piyasa payları da birbirine eşit olacaktır. ( $P_a = P_b$ ). Firmaların ürünlerine olan talep kredilere tatbik edilen faiz oranlarının fonksiyonu olacaktır. A'nın talep fonksiyonu  $D_a = f(r_a - r_b)$ .

Bu fonksiyon yerleşme durumundan etkilenmektedir. Kredi talep edenlerin firmalara uzaklığı, firmaların paylarını etkileyecektir. A'nın kredisini elde etmek için müşterinin katlanacağı maliyet, B'nin, piyasanın hepsine sahip olmasına neden olabilir. Bu durumda  $P_a = 0$ 'dır. Arzetme maliyetleri artarsa A'nın talep fonksiyonunun eğimi artar, azalır azalır. Uzaklık maliyetleri farkı sıfırsa bu durumda her iki kurum aynı yerleşme konumunda demektir ve ürünler arasındaki farklılıklar elimine edilmiştir. Bu durumda A'nın talep fonksiyonu tamamen elastik olacak ve piyasa tam rekabet piyasasına çok yakın olacaktır<sup>10</sup>.

9 Yeats, A.J.; "A Framework for Evaluation of Potential Competition" The Journal of Finance, (May 1981), s. 235-37. Ayrıca bak. Groady ve Kyle, a.g.m. s. 3-13.

10 Smith, a.g.e., s. 160-170.

Rakiplerden birinin fiyatlarındaki değişme kurumun talep veya arz fonksiyonlarında kaymaya neden olacaktır. B nin fiyatındaki artma A nın talep fonksiyonunu sağa, aksi durumda ise sola kaydıracaktır.

Firmalardan birinin fiyatındaki değişimin diğer kuruma yönelen talepte meydana getirdiği değişme *çapraz elastikiyet* ile izah edilebilir. Bilindiği gibi çapraz elastikiyet, firmalardan birinin ürününün fiyatındaki değişimin diğer firmanın arzettiği ürün miktarında ne kadar bir değişmeğe neden olacağını ölçer. Çapraz elastikiyete  $e_c$  dersek

$$e_c = \frac{\frac{\Delta K_b}{K_b}}{\frac{\Delta r_a}{r_a}}$$

olacaktır.  $K_b$  B bankasının kredi arzındaki değişmeyi gösterir.

#### a) Mevduat Talebinde Rekabet

Küçük çek hesaplarında olduğu gibi tek tek banka hizmetleri için talepte coğrafi uygunluk önemli bir bileşkedir. Yerleşme etkisini sözkonusu etmemiz bizi banka şubeleri arasında hesapların dağılımının dengesine aniden sokar. Toplam talep sabit varsayılarak dikkatlerimizi banka piyasasına yeni bir giriş veya birleşmelerin üzerinde yoğunlaştırıyoruz. Başka bir deyimle bankaların hizmet yükümlülüğünde bir değişme veya bir bölgenin yapısı, yalnız hesapların bankalar arasında dağılımını etkiler, hesapların toplam boyutunu ve sayısını etkilemez.

Müşteri banka şubesini seçerken, en az maliyetle alacağı hizmete dikkat eder, bunu da kurulacak yakın ilişkinin başlangıçtaki maliyeti belirler<sup>11</sup>.

Elbette bir müşterinin bir banka şubesini seçiştir bunlar kesin olarak belirleyicilik rolü oynamayabilir. Bankaya giden fertler arasındaki farklılıklar, zamanın değeri, tüketilen banka hizmetlerinin terkibi, muamele maliyetleri ve hizmet kalitelerinin değerlendirilmesi de beklenmelidir. Sonuçta ölçülebilen maliyet unsurları bütün Z grubu için aynı ise (bir bölgede olduğu gibi) bu grubun üyeleri farklı banka şubelerini seçebilir. Bu arada belli bir şubenin müşteriler tarafından seçimi, belirleyici olamayabilir.

Bankaların topladıkları mevduat karşılığında müşterilerine sundukları hizmetler müşterilerinin banka seçmesinde önemli rol oynar. Bu demektir ki, müşteri mukayese ederken, bankaların kendisine sunacağı hizmeti, ya da bankanın mevduatı karşılığında müşteri için katlandığı maliyeti dikkate almaktadır. Mesafe de banka seçiştir önemli rol oynar. Mevduat toplama yarışında bankaların yaşını da dikkate almak gerekmektedir. Eskiden kurulmuş bir banka veya şubesi yeni kurulan bir banka ve şubesine nazaran avantajlı durumdadır. Yeni şubelere mevduat ancak tedricen akabilecektir. Dolayısıyla bankanın müşterilerini cezbetmesi, yaşı ve yay-

11 Ederington, L.H. ve Skogtad, S.L.; "Measurement of Banking Competition and Geographic Markets", Journal of Money, Credit and Banking, Vol IX, N. 3, (August 1977), s. 469-70. Ayrıca bak. Chase, S.B. Financial structure and Regulation, some Knotty problems, Journal of Finance (May 1971), s. 585-96.

gün şube sayılarına da bağlıdır. Türkiye'deki bazı büyük bankaların çok sayıda küçük bankaya nazaran kabul görmesinin nedenlerinden biri de budur. Buna göre bir Z bölgesinde müşterilerin iki banka şubesindeki hesaplarının bankalar arasında dağılımı fonksiyonel olarak şöyle gösterilebilir<sup>1 2</sup>.

$$\frac{S_{zk}}{S_{zi}} = f \left( \frac{D_{zk}}{D_{zi}}, \frac{G_k}{G_i}, \frac{DD_k}{DD_i}, \frac{T_{1k}}{T_{2i}} \right)$$

$S_{zk}, S_{zi}$  : i ve k şubelerince Z bölgesinden elde edilmiş mevduatın yüzdesi

$D_{zk}, D_{zi}$  : Z bölgesinden şubelerin uzaklıkları

$G_k, G_i$  : şubelerin yaşı

$DD_k, DD_i$  : fiyatlar yada bankaların sunduğu hizmetler

$T_{1k} \dots T_{nk}$  : bankaların sundukları çeşitli kıymetler.

Şüphesiz her banka şubesinin payı bölgedeki diğer şubeler tarafından da etkilenebilir. Farzedelim ki bölgede n banka vardır<sup>1 3</sup>. Böylece

$$\sum_{j=1}^n S_{zi} = 1 \text{ dir. Tek bir bankanın payı } S_{zi} = \frac{1}{\sum S_{zi}}$$

Müşterilerin banka seçimleriyle ilgili bir model saptayarak mevduat için bankalar arasında bir bölgede rekabetin derecesini direkt olarak tahmin etmek, birleşme ve yeni girişlerin etkilerini belirlemek mümkündür.

Ekonomik teoriye göre, alış ile satış arasındaki fiyat farkının marjinal maliyetin üzerinde maksimizasyonu, e'nin ters bir fonksiyonudur. Firma talep eğrisinin fiyat elastikiyeti

$$P = \left( \frac{e}{1 + e} \right) MC \text{ den dolayı } e = \frac{P}{MC - P} \text{ dir.}$$

Talep elastikiyetinin yukarıdaki eşitliklerden çıkarılabileceğine dikkat edilmelidir. Piyasa yapısının etkisini aydınlatmak için bütün bankaların tek şube olduğu varsayılmıştır. Bankaların tek rakip karşısında fiyatlarını değiştirmediklerini varsayıyoruz. Gerçekte bir banka bir değil birçok rakip banka talep eğrisiyle karşı karşıyadır.

Bu ifadeler dikkatlerimizi elastikiyetler üzerinde toplamamıza yardım ediyor. Spesifik olarak elastikiyetteki değişmeler bize (a) rakip banka şubelerinin sayısı (b) bölgenin alanları arasında hesapların başlangıçtaki dağılımı, ayrıca, (c) hesapların başlangıçta bankalar arasındaki dağılımı hakkında bilgi sağlar.

#### b) Kredi Arzında Rekabet ve Monopole İlişki

Marjinal maliyet banka tarafından teklif edilen kredi hacminin bir fonksiyonudur. Banka, kredilerini marjinal hasılatın marjinal maliyeti aştığı bütün piyasalara arzeder. Fakat denge marjinal maliyetle marjinal hasılatın eşitlendiği noktada oluşur.

12 Smith, a.g.e., s. 158.

13 Ederington ve Skogstat; a.g.m., s. 472-75.

Banka performansının faaliyet ölçüsü olarak teklif edilen kredi/aktif rasyosu, krediler üzerine tatbik edilen faiz oranında olduğu gibi diğer output performansını da ölçer. Fakat alternatif ölçümlerin her ikisinde belli karakteristiklerle şekillenir ve o karakteristikler bu ölçümleri, rekabete karşı monopolü belirlemede daha az uygulanabilir kriterler haline getirir.

Krediler üzerine tatbik edilen faiz oranlarının farklı talep elastikiyeti uyardığını görmek mümkündür. Faiz oranlarıyla, talep elastikiyeti arasında mevcut olan bu ters ilişkinin herhangi bir anda hüküm süren tahvil faiz oranlarıyla karşılaştırıldığında, sabit olduğu ortaya çıkar.

Kredi faizlerinde zamanla meydana gelen mutlak artmalar monopol gücünde artma olarak yorumlanabilir. Fakat bu tek rekabet faiz oranı davranışıyla ters ilişki anlamına gelir. Mesela, spesifik kredi kategorilerine uygulanan faizde bir artma, tahvil faiz oranlarında yüzde değişmeden ister büyük, küçük yada eşit olsun, monopol gücünde artma yada azalmayı ortaya koyar.

Kredi aktif rasyosu sık sık bir bankanın performansının bir göstergesi olarak kullanılmaktadır. Kredi aktif rasyosundaki değişmeler talep elastikiyetinde de değişmelere neden olur. Bununla beraber yukarda da belirtildiği gibi kredi aktif rasyosundaki değişmeler, hem arz-yapısal değişme hemde yöresel talep değişmeler tarafından belirlenir. Yapısal etkileri belirleyebilen bir yöntem yoktur. Mesela aynı Lerner monopol gücüne sahip iki banka olabilir, ama kredi aktif rasyoları farklı ise rekabet güçleri de farklı olacaktır.

## 8. Rekabetin Tabiatı

Kısa dönemde piyasadaki aşırı kârlar rekabete yol açar. Kârların cezbettiği yeni firmalar, eski firmaların maliyet ve hasılat fonksiyonlarını etkiler. Rekabet hem fiyatlar (r) hemde fiyat artışı (c) unsurlar üzerinde cereyan eder. Bu işlem piyasadaki aşırı kârlar mevcut olduğu müddetçe devam eder. Piyasaya girme iki yolla olur: Birincisi eski bir firmanın satın alınması ikinci olarakta piyasadaki yeni bir firmanın kurulmasıyla. Piyasaya girme olmadığı takdirde aşırı kârlar devam eder. Piyasaya girişi sınırlama coğrafi olabileceği gibi kurumsal bir takım engellerle de olabilir. *Kuşkusuz bir banka firmasını en fazla kendisiyle aynı fonksiyonları icra eden öteki bankaların kararları etkiler.* Mevduata ödenen faiz üzerine bazı sınırlamalar getirilse bile bir banka grubu arasındaki rekabet aşırı kârların elimine olacağı sonucuna bizi götürebilir.

Bir bankanın pozisyonunu kredi verme ya da mevduat toplamada değiştirmesi diğer bankaların maliyet ve gelir fonksiyonlarını da etkiler. *Kredi piyasasında fiyatlar üzerinde rekabet hasılat fonksiyonunda aşağı kayma sonucu aşırı kârlarda bir azalmaya götürür. Mevduat üzerinde rekabet ise, maliyet fonksiyonunu yukarıya doğru kaydırarak yine aşırı kârların elimine olmasına yol açar.* Bu tip rekabet bizi uzun dönem dengesine doğru sürükleyecek ve marjinal bankanın ortalama hasılatı ile ortalama maliyetini eşitleyecektir<sup>14</sup>.

Eğer yasaklama varsa ve bankalar vadesiz mevduata faiz verme ihtiyacı duymuşlarsa bu mevduatın bankalara akması vadeli mevduattan daha fazla olacaktır.

14 Smith, a.g.e., s. 176-180.

Faizlere tavan konması halinde bankalar rekabet için hizmet çeşitlerini artırmaya yönelmektedirler. Fiyat dışı rekabetin de bazı mahsurları vardır. Bu durumda bazı müşteriler getirdiğinden az, bazıları daha fazla maliyetli olacaktır. Vadeli mevduat konsantrasyonla ters istikamette değişirken belli bir bölgedeki banka sayısı da doğru olarak değişir.

Fiyat dışı unsurlarda rekabet şeklini takip etmek daha zordur. Çünkü sözkonusu unsurlar hem maliyet hemde hasılat fonksiyonlarının eğimini ve durumunu etkiler. Banka rekabetini yeni şubeler açarak, çalışma saatlerini artırarak veya reklama başvurarak artırabilir, veya karşı hareket veya hizmetlerle spesifik bir piyasada selektif değişiklikler yaparak rekabetini sürdürebilir. Eğer bankanın bu girişimleri başarılı olursa, faaliyet masraflarını artırarak kurumun arz ve talep fonksiyonlarını kaydırabilirler. Rakiplerin misilleme yapmaları, rekabeti başlatan bankanın kazançlarını kaptırmasına yol açabilir. Fakat bu durum faaliyet masraflarının artmasına mani olamayacaktır. Fiyat dışı rekabet bankaları uzun dönem dengesine götürür. Bu da piyasadaki fazla kârın bir kısmının fiyat dışı rekabet sonucu maliyetlere gitmesine neden olur; çünkü bu durumda fiyat dışı hizmetler daha pahalıya mal olmaktadır. Banka olmayan mali araçlar bazı durumlarda bankalarla rekabet edebildikleri için, banka piyasasını dışardan etkileyebilmektedirler.

## 9. Rekabetin Karşısındaki Engeller

Daha önce sözünü ettiğimiz piyasaya yeni bankaların girmesine mani olan engeller yanında, rekabeti önleyen fakat fiziki görünümü olmayan bir takım engeller vardır, özellikle bunlar rekabeti önlemede bazan daha başarılı olabilmektedirler.

Rekabet eden bankalar arasında şahsi veya direk bağlar vardır; açık veya kapalı olarak bu bağlar rekabeti engellemektedir. Ticaret birlikleri, diğer işletme grupları, aralarında bir takım bağlar oldukları için bankaların rekabeti üzerinde baskıda bulunmaktadır. Eğer piyasa daha az bankadan oluşuyorsa bu kooperatif davranış ihtimalini arttırır.

## 10. Optimum Ölçek ve Birikim Sorunları

Uzun dönem denge çözümünün istikrar varsayımı piyasasının kafi derecede büyük olduğunu ve optimum ölçeğe ulaşabileceğini ima etmektedir. Her banka genişleyerek maliyetlerini düşürebilir. Açık rekabet, ölçekleri tayin etmekle beraber burada karşımıza bir güçlük çıkmaktadır ve bunun çözümü de bazan çok bulanıktır. Bir yanda korunmaya muhtaç küçükler diğer tarafta rekabetin avantajları yer almaktadır. Dolayısıyla bir tercih yapma durumu ortaya çıkmaktadır. Bankalarda ölçeğin büyümesinin faaliyet maliyetlerini azaltması beklenebilir. Mali kurumlarda ölçek ekonomilerinin olmadığını bulmak zordur. Çünkü bu piyasada sayıları fazla olan küçükler, sayıları az olan çok büyük ölçekli bankalardan etkinlik bakımından daha zayıftır. Ölçekte ve birikimde büyümenin esas tehlikesi, etkinliği devam ettirmek için, rekabetin potansiyel esasının düşürülmesi tehlikesinde yatar<sup>15</sup>.

15 Smith, a.g.e., s. 197.