

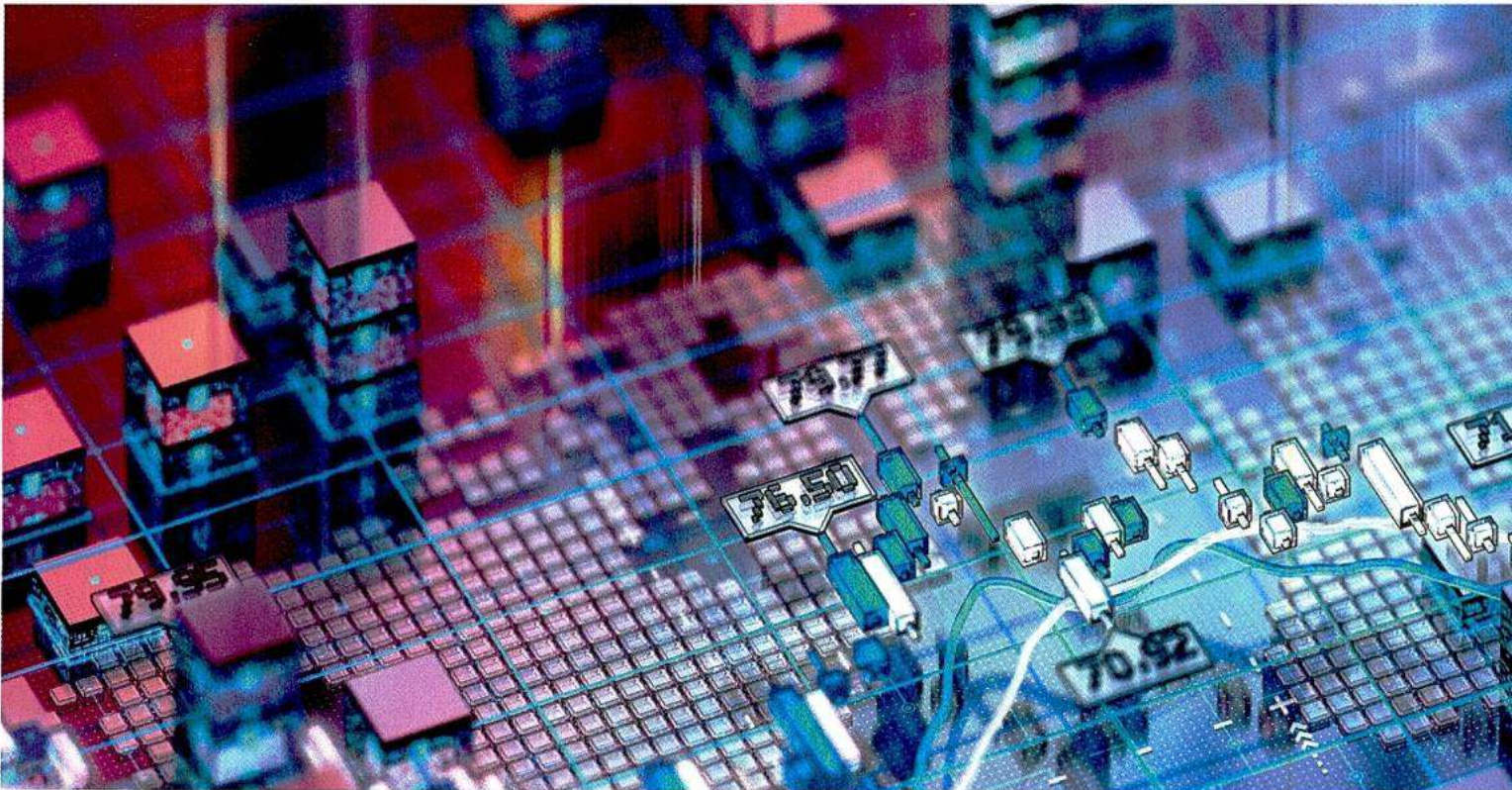
DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN YENİ FENOMENİ

CHATGPT VE REKABET HUKUKU



Muhammet Demirel
Rekabet Uzman Yardımcısı

Büyük teknoloji şirketlerinin ChatGPT'ye büyük yatırımlar yapmaya başlaması, diğer sohbet tabanlı yapay zekâ robotlarının veriye erişimi hususunda birtakım endişeleri beraberinde getirmektedir.



2022 yılının Kasım ayında OpenAI tarafından piyasaya sürülen ChatGPT, kısa sürede 100 milyon gibi büyük bir kullanıcı kitlesine ulaşarak internetin yeni ilgi odağı haline geldi. Piyasaya sürülmesiyle birlikte büyük bir kullanıcı kitlesine erişen ChatGPT'nin hızla artan bu popülerliği pek çok rekabet otoritesinin radarına takılmış durumda. Bu yazımızda insan makine etkileşiminin yeni fenomeni ChatGPT'yi ele alacağız.

ChatGPT Nedir?

Tam adı Chatbot Generalized Pre-trained Transformer olan ChatGPT, 2015 yılında Elon Musk, Lya Sutskever, Wojciech Zaremba, Greg Brockman ve Sam Altman gibi girişimciler tarafından kurulan OpenAI isimli bir start-up tarafından piyasaya sürüldü. Amacı "yapay zekânın tüm insanlığa fayda sağlamasını temin etmek" olan OpenAI, ChatGPT de dâhil olmak üzere pek çok yapay zekâ modeli geliştirmiş durumda.

Aldığı girdiye dayalı olarak insan benzeri metinleri anlamak ve üretmek için tasarlanan ChatGPT, kendisini insanlarla doğal dilde etkileşimde bulunabilen ve metin tabanlı sohbeti yönetebilen bir yapay zekâ modeli olarak tanımlamaktadır. Özellikle kendisine sorulan teknik, bilimsel ve hukuki konulara yönelik belgelerin

“
ChatGPT'nin
iş süreçlerinde
rakipler ve pazarın
geleceği hakkında
bilgi toplamak
için gereken
zaman ve çabayı
önemli ölçüde
azaltmaktadır.”

”

tatmin edici ve genel anlamda güvenilir olması yerleşik arama motoru Google üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturmaktadır. Şu an için ChatGPT'nin yerleşik arama motorlarının yerini tutacağını söylemek pek mümkün görünmese de yapay zekânın önümüzdeki süreçte daha da geliştirileceği göz önüne alındığında; ChatGPT gibi sohbet tabanlı yapay zekâ robotlarının arama motorları üzerinde oluşturduğu rekabetçi baskıyı giderek artıracığını söylemek yanlış olmayacaktır.

İşletmeler Arasındaki Rekabetçi Sürece Katkısı

ChatGPT, girilen sorguyu anlama ve ilişkili cevaplar üretme becerisi sayesinde rekabetçi istihbarat ve pazar araştırması da dâhil olmak üzere işletmeler tarafından iş süreçlerine dâhil edilmeye başlanmıştır. Nitekim ChatGPT'ye rekabetçi istihbarat ve pazar araştırmasına olan katkısını sordüğümüzda; pazar trendlerini takip edebileceğini, işletmelerin rakiplerini analiz edebileceğini, tüketici geri bildirimlerini değerlendirebileceğini, ürün geliştirme süreçlerini destekleyebileceğini ve müşteri deneyimini geliştirebileceğini ifade etmiştir.

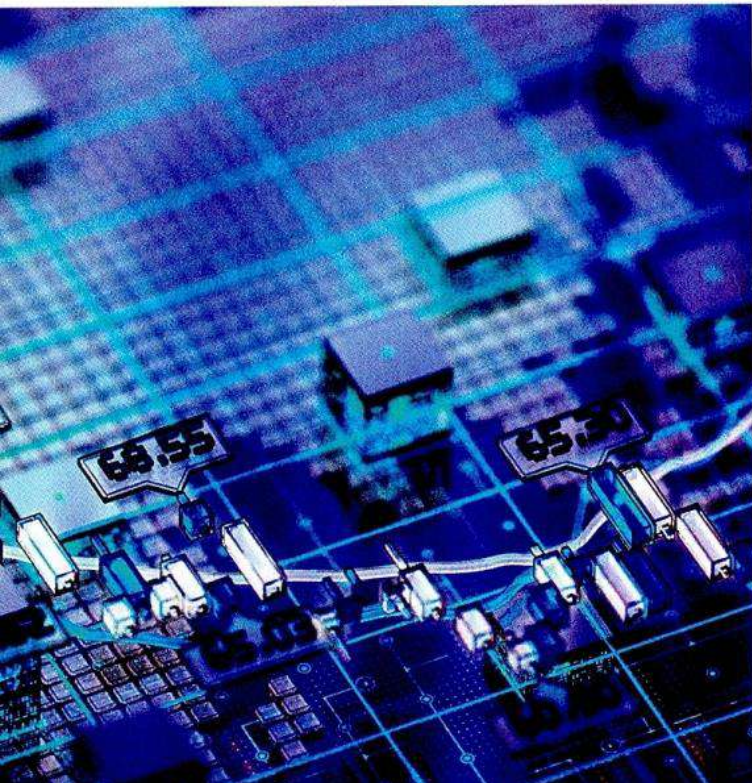
İş dünyasında giderek artan yapay zekâ kullanımının ChatGPT ile birlikte başka bir boyuta evrildiğini söylemek mümkün. Nitekim pazar araştırması ve rekabetçi istihbarat alanında bilgi elde etmek amacıyla büyük çaba harcayan işletmeler, ChatGPT sayesinde pazardaki bilgiye kolay ve hızlı bir şekilde erişir hale gelmekte ve rakipleri hakkında da detaylı bilgiye ulaşabilmektedir. ChatGPT'nin iş süreçlerine dâhil edilmeye başlanması, her şeyden önce rakipler ve pazarın geleceği hakkında

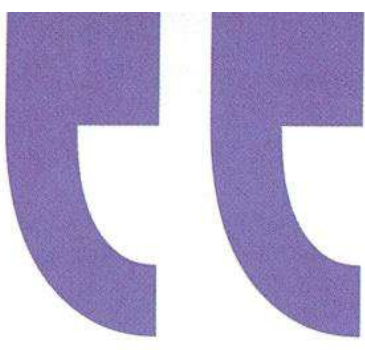
hazırlanmasında hızlı, tatmin edici ve insan benzeri cevaplar verebilmesi, ChatGPT'nin popülerliğini büyük ölçüde artırdı ve dünya çapında tanınır hale getirdi. Hızla büyüyen kullanıcı kitlesiyle ChatGPT şu anda en büyük ve en güçlü sohbet tabanlı yapay zekâ modeli olarak kabul ediliyor.

ChatGPT'nin Arama Motorları Üzerinde Yarattığı Rekabetçi Baskı

ChatGPT'nin piyasada göstermiş olduğu bu başarı, pek çok büyük şirketi bu alana yönlendirirken Microsoft'un arama motoru Bing'e ChatGPT'yi entegre etme planı da işin rekabet boyutunu gittikçe kızıştırmış durumda.

ChatGPT'nin kendisine sorulan soruları hızlı bir şekilde topladığı kaynaklardan metin şeklinde cevaplaması, verilen cevapların





Büyük teknoloji şirketlerinin diğer oyunculara kıyasla veriye ulaşma imkânının daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle büyük teknoloji şirketlerinin ChatGPT'ye büyük yatırımlar yapmaya başlaması, diğer sohbet tabanlı yapay zekâ robotlarının veriye erişimi hususunda birtakım endişeleri beraberinde getirmiştir.



bilgi toplamak için gereken zaman ve çabayı önemli ölçüde azaltmış durumda. Geleneksel olarak bu bilgileri finansal raporlar, haberler, makaleler ve sosyal medya platformları gibi farklı kaynaklardan gelen verileri uzun süren ve masraflı bir süreç sonunda elde eden işletmeler şu anda yalnızca ilgili sorguyu girerek istenilen bilgilere kapsamlı bir şekilde ChatGPT aracılığıyla dakikalar içinde erişebiliyor.

Rekabetçi Endişeler

ChatGPT'nin rekabet endişelerine yol açıp açmayacağını söylemek için henüz erken olsa da dijital pazarların oldukça hızlı bir şekilde gelişip değişmesi dolayısıyla rekabet otoriteleri ChatGPT'yi yakın mercek altına almış durumda.

ChatGPT gibi sohbet tabanlı yapay zekâ robotlarını eğitmek için büyük miktarda veriye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu veriler genellikle büyük teknoloji şirketlerinin sahip olduğu veri havuzundan sağlanmaktadır. Bu nedenle büyük teknoloji şirketlerinin



diğer oyunculara kıyasla veriye ulaşma imkânının daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle büyük teknoloji şirketlerinin ChatGPT'ye büyük yatırımlar yapmaya başlaması, diğer sohbet tabanlı yapay zekâ robotlarının veriye erişimi hususunda birtakım endişeleri beraberinde getirmiştir. Nitekim sohbet robotu için en temel girdi olan veriye erişimin kısıtlanması durumunda ChatGPT ile rekabet edebilecek bir sohbet robotu geliştirme imkânı ortadan kalkacaktır.

Bununla birlikte ChatGPT, bünyesinde kişisel veriler de dâhil olmak üzere büyük bir veri toplama imkânına sahiptir. ChatGPT'nin özellikle son dönemde iş süreçlerine dâhil edilmesiyle de birlikte ChatGPT'nin topladığı verinin önemi daha artmaya başladı. Bunun yanında, elde edilen bu verilerin nasıl işlendiği hususu da yapay zekânın doğasından kaynaklı olarak oldukça karmaşık olduğundan veri üzerindeki gerek gizlilik gerekse rekabet karşıtı endişeler de artmış durumda.

Bu nedenle dünya üzerindeki pek çok rekabet otoritesi, ChatGPT'ye yönelik olarak inceleme başlattı. Bu

incelemeler, hem ChatGPT'nin elde ettiği verilerin rekabet süreçlerine olan etkisini anlamaya hem de kişisel verilerin korunmasına ilişkin olarak yürütülüyor. ChatGPT'nin uyandırdığı büyük ilgi, iş süreçlerinin karmaşıklığı ve giderek artan rekabet ve gizliliğe ilişkin endişeler ChatGPT'nin önümüzdeki günlerde rekabet otoriteleriyle daha fazla muhatap olacağını gösteriyor.

Sonuç

Yapay zekânın insanlığa sunmuş olduğu bir nimet olarak gösterilen ChatGPT, kısa sürede çok fazla sayıda kullanıcıya ulaştı ve ulaşmaya devam ediyor. ChatGPT'nin rekabet üzerinde yaratacağı risklerden bahsetmek için erken bir evrede olsak da rekabet hukukunun teknolojik gelişmelere uyum sağlaması ve rekabetçi bir dijital ekosistemin sürdürülebilirliğini sağlamak için kendini dönüştürmesi elzemdir. Bunu yaparken de geçmişte pek çok sorunun yaşandığı dijital pazarlardan elde edilen deneyimleri de göz önünde bulundurarak ChatGPT'yi yakından izlemek yerinde olacaktır.

