



Ticaret Bankacılığı'nda Yeni Bir Boyut: Kobi Bankacılığı Ve Türkiye Değerlendirmesi

Hakan ÇELİKKOL*
Mediha Mine ÇELİKKOL**
Yasemin Deniz KOÇ***

Özet: Ekonomik ve sosyal yaşam içerisinde taşıdıkları önem ve sahip oldukları avantajlara karşın, KOBİ'lerin önemli rekabet sorunları bulunmaktadır. Bu sorunların odağını ise finansal konular oluşturmaktadır. KOBİ'lerin finans temelli sorunlarının çözülmesi, yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri ve gelişip büyümelerini sağlamada finans sektörünün ana aktörü bankalara büyük sorumluluk düşmekte, finansal çözüm ortağı olarak özel hizmetler sunmaları gerekmektedir. Buna ilişkin olarak, ülkemizde faaliyet gösteren bazı Ticaret Bankaları, son yıllarda klasik bankacılık hizmetleri içerisinde “KOBİ Bankacılığı” adı altında hizmet ve ürünler sunmaya başlamıştır. Çalışmada, öncelikle KOBİ'ler ve ekonomideki öneminden kısaca bahsedilmiş, daha sonra KOBİ-Ticari Banka ilişkisi, KOBİ Bankacılığı ve başarı faktörleri ile Türkiye'de uygulamadaki durum üzerinde durulmuştur.

Anahtar kelimeler: KOBİ, Ticaret Bankası, KOBİ Bankacılığı

The New Dimension Of Commercial Banking: Sme Banking And Turkish Case

Abstract: Although, SMEs have countless advantages in economic and social life, they face important competition problems. The main point of these problems derives from financial aspects. In order to solve finance-based difficulties of SMEs, to help them survive in the intense competition environment and, provide them with a healthy and sustainable growth strategy, banks, as leading players of the financial industry, carry an important portion of responsibilities. At this respect, banks in Turkey have recently initiated to provide such services called SME banking. In this study, in addition to bank and SME relations, SME banking in Turkey has been examined.

Keywords: SME, Commercial Banking, SME Banking

GİRİŞ

2001 Krizi sonrasında Türk bankacılık sektörü, ekonomide kaydedilen gelişmelerin de etkisiyle birlikte hızlı bir değişim ve iyileşme sürecine girmiştir. Ancak, bu süreçte faiz oranlarında yaşanan düşüş, bankaların kar marjlarını daraltmış ve bireysel / kurumsal müşteri portföylerini genişletmek ve pazara daha derinlemesine girmek üzere yeni yatırım alanları arayışlarını gündeme

* Yrd.Doç.Dr., Dumlupınar Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü

** Dr., Art & Craft, Mali İşler Alan Sorumlusu

*** Arş.Grv., Dumlupınar Üniversitesi UBYO, Bankacılık-Finans Bölümü

getirmiştir. Ülke ekonomilerinin büyük ölçekli işletmelerden ziyade KOBİ'ler üzerinde yükseldiği günümüzde, doğal olarak bankaların KOBİ'lere olan ilgisi de artmış ve bankalar, KOBİ'lerin karşısına yeni pazarlama anlayışları ve stratejileri ile desteklenmiş cazip finans paketleriyle çıkmaya başlamıştır. Bu yönelimde kuşkusuz, bankalara ek yükümlülükler getirmekle birlikte, KOBİ portföyünün getireceği avantajları barındıran Basel II'nin etkisi de bulunmaktadır. Çünkü Basel II kriterlerine göre, net satışları 50 milyon Euro'dan az olan işletmeler KOBİ olarak tanımlanmaktadır ve bu tanıma göre Türkiye'deki işletmelerin büyük çoğunluğu KOBİ kapsamına girmektedir.

Konuya ilişkin olarak, ülkemizde faaliyet gösteren bazı Ticaret Bankaları, son yıllarda klasik bankacılık hizmetleri içerisinde “KOBİ Bankacılığı” adı altında hizmet ve ürünler sunmaya başlamıştır. Dünyanın neresinde olursa olsun, KOBİ'lerin bankalardan olan beklentilerini genel anlamda; müşteri olarak saygı görmek, iş yapabilme kolaylığı, dinlenilmek, açık iletişim, dürüstlük ve dostluk olarak özetlemek mümkündür. KOBİ Bankacılığı faaliyetleri de bu beklentiler üzerine kurulmuş olup, amaç KOBİ'ler temelinde sunulacak hizmetler ile müşteri portföyünü genişleterek, kazanç elde etmektir.

Literatürde KOBİ Bankacılığına ilişkin yapılan çalışmalar incelendiğinde, konunun son yıllarda artan önemine paralel olarak, uluslararası alandaki teorik çalışmaların büyük oranda 2000'li yıllardan sonra başladığı görülmektedir. KOBİ Bankacılığına ilişkin uluslararası literatür tarandığında, ulaşılan başlıca çalışma ve etkinlikler aşağıda sunulmuştur:

- Warner, 2007 yılında KOBİ Bankacılığının ortak kuralları ile ilgili bir çalışma yapmıştır (Warner, 2007).
- Barcelona/İspanya'da düzenlenen “SME Banking Europe 2007: Unlocking the Future” isimli uluslararası panelde, KOBİ Bankacılığında yaşanan son eğilim ve gelişmeler, KOBİ Bankacılığına yönelik ürün portföyü geliştirme, KOBİ Bankacılığında elektronik ödeme sistemleri, KOBİ'lerin pazar payının genişletilmesi, kredi riski yönetimi ve kartların gelişimi gibi konular tartışılmıştır (SME Banking Europe, 2007).
- 2006 tarihinde Macaristan'da “Orta ve Doğu Avrupa'da KOBİ Bankacılığı” konulu bir panel düzenlenmiştir. Bu panelde, önemli bir büyüme gösteren KOBİ'lerin daha özel hizmetlere ihtiyaç duydukları ve bankaların KOBİ müşterilerinin büyüme beklentilerini destekleyecek ürünler geliştirmek zorunda oldukları tespitinde bulunulmuştur ([SME Banking in the Central and Eastern Europe](#), 2006).
- 2006 tarihinde Tayland'da KOBİ'lerin finansmanı, finansmanda gelecek

eğilimler ve KOBİ Bankacılığı uygulamalarını içeren bir seminer düzenlenmiş ve KOBİ'lerin KOBİ Bankacılığı ağları ile tanışması sağlanmıştır (APEC...,2006).

- Ocak 2005'de Dubai'de “Geleneksel KOBİ Bankacılığı Konferansı” düzenlenmiştir (www.maec.gov.ma/future/documents/Initiativesen/...).
- The Boston Consulting Grup'tan Juniac (2004) tarafından yapılan çalışmada, KOBİ Bankacılığı gelirlerinin ve kar marjlarının büyük ve cazip olduğu, KOBİ Bankacılığı faaliyetlerinde başarı sağlamak için ise güçlü dağıtım kanalları, güçlü ilişkisel yönetim, talebe göre özel müşteri bölümlerinin oluşturulması, bankacılık ve sigortacılıkta mevcut müşterilere ek hizmetler satılması olmak üzere 4 kilit faktörün gerçekleştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.
- Datamonitor tarafından 2004 yılında, son yıllarda hızlı bir büyüme gösteren ve etkili bir rekabet alanı olan KOBİ Bankacılığını konu alan bir rapor yayınlanmıştır. Bu raporda, KOBİ'lerin bankacılık hizmetlerine daha hızlı ve kolay ulaşmalarını sağlayacak teknolojilerin Amerika'daki KOBİ'ler tarafından kullanım durumu ve sağlayacağı fırsatlar ortaya konulmuştur. Buna göre, KOBİ Bankacılığı, uzun banka kuyruklarına karşıdır ve hizmetlerin daha kolay ve etkili bir şekilde ulaşmasını sağlayacak teknolojik çözümler sunmaktadır (www.datamonitor-market-research.com/Merchant2/...). Aynı yıl yine Datamonitor tarafından hazırlanan bir başka raporda ise, KOBİ Bankacılığının Asya-Pasifik'teki durumu incelenmiş ve raporda KOBİ'lerin Asya ekonomisinin %95'ini oluşturduğu, ancak finansal işlemlerini geleneksel yöntemlerle yürüttükleri vurgulanarak, KOBİ Bankacılığının kapsamı ve gelişimi detaylarıyla açıklanmıştır (www.friedlnet.com/product_info.php?products_id=...).
- Hamilton ve Fagerström 2003 yılında yaptıkları çalışmada, bankaların doğru ulaşım stratejileri ile KOBİ'lerle mutlaka bütünleşmek zorunda olduklarını, bu bütünleşme ile maliyetlerin düşürülüp, müşteri deneyimlerinin ve gelirlerin artırılacağına savunmuşlardır (www.forrester.com/ER/Research/Report/Summary/...).
- Fielding ve Messey (2003)'in öncülüğünde Compecon Ltd. tarafından İrlanda'da yayınlanan raporda, İrlanda'da KOBİ Bankacılığının kapsamı ve rekabet durumu ayrıntılarıyla açıklanmıştır. İrlanda'da KOBİ Bankacılığının önündeki engel olarak, KOBİ'lerin banka değiştirmelerinin maliyetli olması ve bu nedenle banka değiştirmede isteksiz davranmaları gösterilmiş ve bu durumunun rekabet eksikliği doğurduğu vurgulanmıştır.
- Freeman (2002), Dürüst Ticaret Yasası araştırmaları kapsamında, Rekabet

- Komisyonunun KOBİ Bankacılığı araştırmalarına atıfta bulunmuştur. Ülkemizde ise, KOBİ Bankacılığının henüz başlıbaşına bir konu olarak ele alınmamakla birlikte, ağırlıklı olarak çeşitli konferans, seminer ve panel benzeri platformlarda tartışıldığı ve açılım getirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu konuda ulaşılan başlıca çalışma ve görüşler aşağıda özetlenmiştir:
- 13-14 Aralık 2007 tarihleri arasında düzenlenen ‘‘Büyüme ve Kalkınma İçin KOBİ Stratejileri’’ konulu V. KOBİ Zirvesi’nde, Erçel KOBİ’lerin finansman darboğazları kapsamında Banka–KOBİ ilişkilerini, karşılıklı beklentileri ve yapılması gerekenleri, Dildar ise KOBİ Bankacılığında mevcut durum ve bu kapsamdaki yapılan faaliyetleri ele almıştır (www.kobizirvesiorg.tr/sunumlar/FinansmanI/...).

Hazine Müsteşarlığı Dış Ekonomik İlişkiler Genel Müdürlüğü’nün Kasım 2007 tarihli ‘‘KOBİ Kredileri İzleme Raporu (1999-2005)’nda, bankaların KOBİ Bankacılığını en gözde yatırım alanı olarak seçtikleri ve önceleri sadece birkaç kamu bankasının portföyüne aldığı KOBİ’lerin, günümüzde kamu ve özel tüm bankaların gündemindeki ilk sırayı oluşturduğu vurgulanmaktadır (www.hazine.gov.tr/KobiRapor...)

- 7 Haziran 2007 tarihinde KOBİDER tarafından düzenlenen ‘‘III. Yeni Finansman Yöntemleri ve KOBİ Bankacılığı Zirvesi’’nde KOBİ’lerin finansal sorunları ve zmne yönelik katkılar ele alınmıştır (www.kobider.org.tr/kobi_yazi.htm).
- ten (2007), özellikle krizlerden sonra ve faizlerin düşmesiyle birlikte, KOBİ’lerin bankalar için potansiyeli yüksek müşteriler haline geldiğini ve bankaların müşteri tabanlarını genişletmek ve pazara daha derinlemesine girmek için büyümek istedikleri bu alana ‘‘KOBİ Bankacılığı’’ adını verdiklerini belirtmekte ve Basel II ile KOBİ Bankacılığı arasındaki ilişki üzerinde durmaktadır (www.haber1.com/preview...).
- 13-14 Aralık 2006 tarihinde gerçekleştirilen ‘‘KOBİ’lerde Sürdürülebilir Rekabet Gücü ve İnovasyon’’ konulu IV. KOBİ Zirvesi’nde, KOBİ Bankacılığı; ‘‘Dünya’da ve Türkiye’de KOBİ bankacılığı, Basel II kriterleri, bankaların KOBİ’lere yönelik faaliyetleri, KOBİ finans payımı arttırma yöntemleri, KOBİ’ler için bankacılık ve bankacılık dışı finansman yöntemleri’’ alt başlıklarında Erçel, Saracoğlu, Uğraş, Dildar, Açıkalin, Aras, Sönmez, Savaş ve Boz tarafından ele alınmıştır (www.tosyov.org.tr/zirve.doc).
- Karadere (2006), KOBİ Bankacılığının bankalar için büyüme ve kar hedefleri

açılarından önemli bir iş kolu haline geldiğini, dolayısıyla KOBİ Bankacılığının KOBİ'lerin beklentileri yönünde yapılan çalışmalarla destekleneceğini ve rekabetin “ilişki bankacılığı”nda yoğunlaşacağını belirtmektedir (www.dunyagazetesi.com.tr/news...).

- Gülerdi (2005), 9-11 Haziran 2005'te düzenlenen “Uluslararası KOBİ Destekleri Konferans ve Fuarı”nda, “KOBİ Bankacılığı”nı; KOBİ'lerin güçlü ve zayıf yönleri, finansal sorunları, KOBİ Bankacılığında ne anlamalıyız? (unsurlar, beklentiler), KOBİ Bankacılığının temel sorunları (kredi değerliliğinin tespiti), KOBİ'lerin bankalardan beklentileri, KOBİ bankacılığında 4 temel başarı faktörü, KOBİ Bankacılığında beklenen 2 temel sorun (olası gelişmeler), teminatlama, kredi değerliliğinin tespiti (Basel II) başlıklarıyla ele almıştır.
- 11-12 Aralık 2004 tarihinde düzenlenen “I. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi'nde, “KOBİ Bankacılığı” konusuna Şenver, İsfendiyaroğlu, Arabacı, Şahin ve Kayhan tarafından açılım getirilmeye çalışılmıştır (<http://kobi04.iku.edu.tr/...>).

Bu çalışmada, yeni bir kavram olarak “KOBİ Bankacılığı”nın ne anlama geldiği, ne tür hizmetler içerdiği ve ülkemizdeki mevcut durumun ne olduğunun ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, öncelikle KOBİ'ler ve ekonomideki öneminden kısaca bahsedilmiş, daha sonra KOBİ-Ticari Banka ilişkisi, KOBİ Bankacılığı ve Türkiye'deki durum üzerinde durulmuştur.

KOBİ'LER VE EKONOMİDEKİ ÖNEMİ

Farklı özellikler göstermelerine rağmen, ülke ekonomilerinin ortak noktalarından biri KOBİ'lerin toplam işletmelerin büyük çoğunluğunu oluşturmasıdır. Gelişmiş ülkelerde (ABD, Almanya, Japonya, İngiltere, Fransa, İtalya, Hindistan, G.Kore, Tayland ve Singapur'un 2004 yılı verilerinin ortalaması alınmıştır) toplam işletmelerin %98'ini KOBİ'ler oluştururken, toplam istihdamın %62'si, toplam yatırımların %38'i, yaratılan katma değer %45'i, toplam ihracatın ise %30'u yine bu işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Toplam kredilerden aldıkları pay ise %34 dolayındadır. Bu veriler ışığında, sosyal ve ekonomik anlamda, KOBİ'lerin istihdam yaratmadaki rolü, bölgesel ve yerel kalkınmaya katkıları ve ekonomideki önemi günümüzde tüm çevreler tarafından kabul edilmektedir. Bununla birlikte, KOBİ'leri tanımlamada dünya ölçeğinde üzerinde fikir birliğine varılmış ortak bir ölçüt bulunmamakta, ülkeden ülkeye ve yapılan çalışmanın amacına bağlı olarak, hatta bazen aynı ülke içinde bile bir fikir birliğine varılamamaktadır (Ercan, 2005; www.europa.eu.int; Yonar, 2006).

Avrupa Birliği, KOBİ tanımları konusunda gerek ulusal gerekse Birlik bazında karışıklılığa neden olmamak üzere yeni bir tanım geliştirmiş ve bu KOBİ tanımı 1 Ocak 2005 tarihinde güncellenmiştir. Konsey kararı çerçevesince belirgin bir şekilde ortaya konulan KOBİ tanımı, çalışan kişi sayısı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık kriterlerinden oluşan ölçütleri kapsamaktadır (Özkan, 2006). AB'de KOBİ'ler üçlü alt sınıflandırmaya gidilerek aşağıdaki tabloda gösterildiği gibi tanımlanmıştır (www.europa.eu.int).

Tablo 1: Avrupa Birliği'nde KOBİ Tanımı

KOBİ Tanımı	Çalışan Sayısı	Yıllık Ciro	veya	Bilanço Büyüklüğü
Mikro Ölçekli İşletme	10'dan az	2 milyon Euro'ya kadar		2 milyon Euro'ya kadar
Küçük Ölçekli İşletme	50'den az	10 milyon Euro'ya kadar		10 milyon Euro'ya kadar
Orta Ölçekli İşletme	250'den az	50 milyon Euro'ya kadar		43 milyon Euro'ya kadar

Kaynak: www.europa.eu.int

AB'de sosyo-ekonomik fonksiyonları ile KOBİ'ler, şüphesiz ekonominin en dinamik sektörü ve ekonomik gelişmenin temel taşıdır. Avrupa Komisyonu'nun Şubat 2005'te yayınladığı KOBİ'ler ile ilgili raporda; 2002 yılında AB'deki işletmelerin %91,3'ünü çok küçük işletmelerin, %7,3'ünü küçük işletmelerin, %1,2'sini orta işletmelerin ve %0,2'sini büyük işletmelerin oluşturduğu belirtilmektedir. Diğer bir ifade ile, AB işletmelerinin %99,8'i KOBİ statüsündedir. İstihdamın da 2/3'ünü yine KOBİ'lerin oluşturduğu dikkate alındığında, KOBİ'lerin rekabet üstünlüğü ve istihdam yaratmada AB geleceğinin temelini oluşturduğu ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, KOBİ'lerin desteklenmesi ve kurulmalarının teşvik edilmesi, AB'nin sanayi politikaları arasında önemli bir yere sahip bulunmaktadır (www.traccess.tubitak.gov.tr; Yonar, 2006).

AB'nin KOBİ tanımına uyum sağlanması hususu, Türkiye'nin AB'ye adaylık sürecinde Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanarak ülkemize sunulan İlerleme Raporlarında ve 2003 yılında Türkiye için hazırlanan Katılım Ortaklığı Belgesi'nin kısa vadeli tedbirleri arasında da vurgulanmaktadır (DPT, 2004). Bu amaçla Türkiye'de, KOBİ'lerin AB'ye entegrasyonlarının sağlanması ve rekabet yeteneklerinin geliştirilebilmesi için uygulamada eşitlik, genellik ve birlik sağlanmasına yönelik olarak AB ile uyumlu bir KOBİ tanımı oluşturulmaya çalışılmış (www.netkobiturkiye.com) ve KOBİ'ler ilgili yönetmelik (Resmi Gazete, Sayı: 25997) uyarınca aşağıdaki tabloda gösterildiği gibi tanımlanmıştır.

Tablo 2: Türkiye'de KOBİ Tanımı

KOBİ Tanımı	Çalışan Sayısı	Yıllık Ciro veya Bilanço Büyüklüğü (YTL)
Mikro İşletme	10'dan az	1.000.000
Küçük İşletme	50'den az	5.000.000
Orta Büyüklükte İşletme	250'den az	25.000.000

Türkiye'de, KOBİ'ler tüm işletmeler içinde %99.8, istihdamda %76.7, toplam yatırımlarda %38, yaratılan katma değerde %26.5 ağırlığa sahip bulunmakla birlikte, finansal desteklerden sadece %5 dolayında pay almakta, ihracatın da ancak %10'unu gerçekleştirmektedir (Ercan, 2005).

Daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlamaları, daha düşük yatırım maliyetleriyle istihdam olanağı yaratmaları, ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenmeleri, talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kolay uyum gösterebilmeleri, bölgelerarası dengeli kalkınmayı sağlama ve gelir dağılımındaki çarpıklıkları asgariye indirmedeki etkileri, girişimciliği teşvik etmedeki rolleri, büyük işletmelerin vazgeçilmez destekleyicisi ve tamamlayıcısı olmaları, politik ve sosyal sistemlerin denge ve istikrar unsuru olmaları ve demokratik toplumun ve liberal ekonominin ana sigortalarından biri olmaları nedeniyle KOBİ'ler, ülkemiz ekonomisinin temel dinamikleri arasında yer almaktadır (<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/001.html>). Ancak, KOBİ'lerimizin finansman, yönetim, kurumsallaşma, pazarlama/dışa açılma, nitelikli personel, Ar-Ge, kalite-standardizasyon, markalaşma ve teknolojik altyapı gibi kritik rekabet faktörleri açısından pekçok açmazları bulunmaktadır. Bu açmazların odak noktasında ise finansman sorunu yer almaktadır. Dolayısıyla, KOBİ'lerin öncelikli olarak finansman sorunlarının giderilmesi, bu işletmelerin daha rekabetçi ve daha dinamik işletmelere dönüştürülmesi açılarından büyük önem taşımaktadır (Çelikkol, 2007).

KOBİ - TİCARİ BANKA İLİŞKİSİ

KOBİ - Banka ilişkilerine ilişkin olarak literatürde farklı veya karşıt görüşler bulunmaktadır. Örneğin; Binks ve Ennew, ilişkinin son yıllarda ilerleme katettiğini öne sürerken, bazı finansçılar ilişkinin daha da kötüleşme eğiliminde olduğunu iddia etmektedir. Ibbotson ve Moran tarafından yapılan başka bir çalışma ise, KOBİ'lerin büyük bir çoğunluğunun bankacılık ilişkilerinde maliyetleri ön planda tuttuğunu, buna rağmen bu ilişkiden her ki tarafın da çeşitli faydalar elde ettiğini göstermiştir. Buna göre, incelenen çok sayıda KOBİ, bankaların işletmelerinin büyümelerini desteklediğini ve şube yöneticilerinin anlayışlı olduğu ve işletme gereksinimlerine olumlu katkı yaptığı inancını taşıdıklarını ifade etmiştir. Ancak, Carter'in 2000 yılında elde ettiği bulgular ise,

KOBİ'lerin ancak %42'sinin bankaların kendilerine sundukları destekler konusunda tatmin olduklarını göstermektedir (Ibbotson and Moran, 2003).

KOBİ'lerin finansal kaynaklara ulaşmaları, farklı finansman alternatiflerinden yararlanma ve bu alternatifler arasında denge kurmaları büyük işletmelere göre çok daha zordur. Bu zorluklar, KOBİ'ler ve onlara finansal destek sağlayan kuruluşlar arasındaki ilişkilerin düzeyini etkilemektedir (Korkmaz ve Cura, 2006). KOBİ'lerin yararlanabilecekleri başlıca finansman kaynakları olarak; finansal sistemden sağlanan fonlar (banka ve özel finans kurumu kredileri, finansal kiralama ve faktoring yoluyla finansman, tüketici finansman şirketlerinden sağlanan fonlar, sermaye piyasalarından sağlanan fonlar vb.), ticari borçlar (senetli ve senetsiz), ortak ve iştiraklere olan borçlar, devlet destekleri ve özkaynaklar sayılabilir. Ancak, KOBİ'ler özkaynak yetersizliği, otofinansmana gidebilecek ölçüde kar sağlayamama, kamuyu bilgilendirme ve düzenli rapor hazırlama konusundaki yetersizliklerden dolayı sermaye piyasasından fon sağlama gereklilerini yerine getirememesi ve banka dışı finans kurumlarının ülkemiz finans sistemi içerisinde küçük bir yer teşkil etmesi gibi nedenlerden dolayı fon ihtiyaçlarını karşılamada büyük zorluklar yaşamaktadır. Dolayısıyla, KOBİ'ler açısından en kritik finansman kaynağının bankacılık sektöründen alınan krediler olduğu bir gerçektir. Bununla birlikte, Türkiye'de KOBİ'lerin banka kredilerine erişiminde, gerek ülke ekonomisindeki istikrarsızlıklar gerekse kendilerine özgü bazı koşullardan kaynaklanan bir takım problemler bulunmaktadır. Yönetim ve örgüt yapılarındaki eksiklikler, finansal yönetim zafiyetleri, muhasebe normlarına uygun mali tablo üretememe, özkaynak yetersizliği, yüksek risk taşıma ve KOBİ'lere yönelik kredi istihbarat faaliyetlerinin görece olarak daha pahalı olması bankaları yıllar boyunca daha çok büyük işletmelere yönlendirmiş, KOBİ'lere kredi verme konusunda çekimser davranmalarına neden olmuştur. Bu nedenle, açılan kredilerde de miktar, vade, faiz oranı, teminat ve kredinin geri ödemesiz süresine ilişkin ağır kredi koşulları ortaya çıkmakta, istenen ağır teminat ve kefalet koşulları sağlansa bile, sağlanan kaynakların finansman maliyeti yüksek olmaktadır (Aygen, 2006; Yüksel, 2005; Yörük, 2001).

KOBİ'lerin, toplam banka kredilerinden aldığı paya ilişkin kesin bir istatistik tam olarak bilinmemekle birlikte bu kredilerin toplam krediler içerisindeki payının %10'un altında olduğu tahmin edilmektedir. BDDK'nın '2002 Yıllık Rapor'unda yer alan bankacılık sektöründeki kredilerin büyüklük dağılımına göre, KOBİ'lerin toplam kredilerden aldığı pay yaklaşık %6-8 dolayındadır. Bu oran ABD'de %43, Almanya'da %35, Hindistan'da %15, Japonya'da %50, İngiltere'de %27, Güney Kore'de %47, Fransa'da %48 dolayındadır. Bu istatistikler, Türkiye'de KOBİ-Banka kredi ilişkilerinin zayıf olduğunu ve KOBİ kredilerinin şu anki payının ancak 3-5 katına çıktığı takdirde diğer ülkeler düzeyine ulaşabileceğini göstermektedir (Yılmaz, 2003).

Bu bağlamda, KOBİ sahip/yöneticilerinin finansman konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları, kredi almak için gerekli fizibilite, finansal planlama ve maliyet hesaplama çalışmalarını yeterince yapamamaları ve bunları yapabilecek uzmanları kısıtlı bütçeleri yüzünden istihdam edememeleri gibi nedenler KOBİ'lere yönelik bankacılık faaliyetlerinin gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Yüksel, 2005; Yörük, 2001). Bunların üzerine son yıllarda bankalar arasında yaşanan yoğun rekabet de eklenince, bankacılık sisteminde dikkatler, yüksek risk taşımakla birlikte ekonominin belkemiğini oluşturan bu işletmelere yönelmiştir. Ve bankalar, gelişme ve büyüme potansiyeline sahip, ancak finansman temelli açmazları bulunan bu işletmelerin kaynak ihtiyacına çözüm bulmak üzere, klasik ticari bankacılık uygulamalarını geliştirerek, KOBİ'lere özel hizmet ve ürünler geliştirmeye başlamışlardır. Uygulamada “KOBİ Bankacılığı” olarak isimlendirilen bu faaliyetler, ticaret bankacılığının KOBİ'lere özel bir alt türü şeklinde değerlendirilmektedir.

KOBİ BANKACILIĞI VE BAŞARI FAKTÖRLERİ

Türkiye'nin globalleşme ve AB'ye uyum sürecinde, ekonomik ve sosyal hayatın temel dinamiğini oluşturan KOBİ'lerin ülkemizin kalkınma ve refahı için desteklenmesi ve sağlıklı büyümelerinin sağlanması gerekmektedir. Bu amaçla, KOBİ'lerimizin yoğun rekabetten olumsuz etkilenmelerini önlemek üzere, finansal sıkıntılarının giderilmesinde ve onlara özgü danışmanlık hizmetleri verilerek yönlendirilmelerinde finansal aracılara önemli görevler düşmektedir. Bu doğrultuda, son dönemlerde bazı bankalar, sınırlı finansman olanakları ve yüksek kaynak maliyeti ile karşı karşıya kalan KOBİ'lerin finansal çözüm ortağı olmak ve her türlü finansman ihtiyaçlarını karşılamak üzere ticari bankacılık faaliyetleri içerisinde KOBİ'lere özel bir yer ayırmakta ve bu faaliyetlerini “KOBİ Bankacılığı” adı altında programlamaktadır (Göktaş, 2006). Bununla birlikte, diğer bazı bankalar ise KOBİ Bankacılığı kavramını kullanmayıp, daha genel bir ifade olarak “İşletme Bankacılığı” veya “Kurumsal Bankacılık” faaliyetleri içerisinde tüm işletmelere yönelik ürünler geliştirmekte ve hizmetler sunmaktadır.

Mevcut durum dikkate alındığında, yaygın şube ağı, güçlü ve kalıcı müşteri ilişkileri yönetimi, müşteri ve ürün farklılaştırması ile yaygın çapraz satış imkanları bankaların KOBİ Bankacılığı faaliyetlerinin dört temel başarı faktörünü oluşturmaktadır (Gülerdi, 2005).

Tablo 3: KOBİ Bankacılığında Başarı Faktörleri

Yaygın Şube Ağ	– Yerinde Hizmet / Müşteriye Yakınlık – Yerel İhtiyaçlara Göre Hizmet – Yerel Özelliklere Göre Yönetim
Güçlü ve Kalıcı Müşteri İlişkileri Yönetimi	– Müşteri “Çat Kapı” girmek ister – Müşteri “Yönlendirmek” ister – Müşteri “İlgi ve Dostluk” bekler – Müşteri “Güven Duymak” ister – Müşteri “İstikrar” ister
Müşteri ve Ürün Farklılaştırması	– Küçük Sanayi İşletmeleri – Küçük Ticari İşletmeler – Esnaf ve Sanatkarlar – KOBİ’ler (Bu kesimlere yönelik farklı ürün, fiyat, yaklaşımlar)
Yaygın Çapraz Satış İmkanları	– Bireysel Yatırımların Yönlendirilmesi – Bireysel Kredi Ürünleri – Bireysel Bankacılık Hizmetleri – Kısa ve Uzun Vadeli Finansman İmkanları – Aracılık Hizmetleri

Kaynak: Gülerdi, 2005.

KOBİ bankacılığının genel çerçevesinden de anlaşılacağı üzere, KOBİ'lerin beklentileri sadece finansal destekler ile sınırlı değildir. Bu beklentileri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

- **Danışmanlık (rehberlik):** KOBİ'lere ilişkin bilgi ve danışmanlık hizmetlerinin en yararlı ve hızlı bir şekilde sunulması için bilgi bankalarının ve danışma hatlarının kurulması, KOBİ'lerin günlük ihtiyaçlarından ileriye dönük planlarına, piyasa bilgilerinden dış ticaret işlemlerine kadar her konuda pratik çözümlerin sunulması ve üniversiteler ile KOBİ'lerin buluşturulması çalışmalarını kapsamaktadır (KOBİ Gelişim, 2006).
- **Güven ve istikrar:** Müşteriler tüm bankacılık işlemlerinde karşılıklı güven içerisinde açık, anlaşılır ve doğru bilgilendirilmek ve bankaların hizmetlerini zamanında, doğru ve eksiksiz yerine getirmesini ister. Bankalar ise bankacılık etik ilkeleri gereği bu istekleri yerine getirmekle yükümlüdür (TBB, 2001).
- **Uygun fiyatlama:** Fiyat, gelir ya da kardan farklı olarak sunulan hizmetin imajının önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Müşterinin ürünü algılamasına, markayı ve ürünü değerlemesine yardımcı olur. Ürünün fiyatlanmasında, maliyet ve rakiplerin tutumu en önemli noktaları oluştururken, müşterilerin fiyata karşı olan duyarlılıkları fazla olup, kendi maliyetlerini minimize etmek isterler (Özcan, ?).

- **Kalıcı ve uzun vadeli ilişki:** Bankalar açısından müşteriler ile uzun süreli ilişkiler kurmak karlı sonuçlar doğuracaktır. Yapılan bir araştırmaya göre, yeni bir müşteri elde etmenin, mevcut müşteriye satış yapmaya göre altı kat daha maliyetli olduğu görülmüştür. Bankalar hem bu maliyete katlanmak istemez, hem de müşteri sadakati yaratarak karlılığı artırmayı amaçlar. Müşteriler ise kurulacak uzun süreli ilişki ile, kullandıkları hizmetten elde ettikleri faydayı maksimize etmek isterler. Bununla birlikte, uzun süreli bir ilişki, yılların güveni ve tutarlı bir hizmet kalitesi sayesinde müşterilerin kendisini iyi hissetmesini de sağlayacaktır (Öztürk, 2002).
- **Süreçlerin hızlı işlemesi:** Müşterilere bankacılık hizmetlerinin güvenli ve kaliteli bir şekilde sunulması, sistemdeki çeşitli unsurların bütünsel bir bakış açısıyla nasıl işlediğine bağlı olarak büyük önem arz etmektedir. Müşteriler hizmetlerin ulaşma sürecinin kısalmasını isterken, bankalar bilişim teknolojilerindeki gelişmelerden yararlanarak bu hızı yakalamaya çalışmaktadır. Süreçlerin hızlı ve güvenli işlemesi sayesinde, daha hızlı ve doğru verilere dayanan kararlar alınması kolaylaşmaktadır.
- **Alternatif teminat olanakları:** KOBİ'lerin bankalarla ilişkilerinde karşılaştıkları en önemli sorun, kredi başvurularında kendilerinden istenen teminatlarda yaşanmaktadır. Finans kuruluşları, riskli gördükleri KOBİ'lerle kredi ilişkisine girme karşılığında yüksek teminatlar istemekte, bu da KOBİ'leri kısır döngüye sokmaktadır. Eğer işletme, kazandıklarını sermayesine ekleyip varlıklarını arttırmamışsa kredi alma şansı azalmakta, bazen de hiç kalmamaktadır (Oktay ve Güney, 2002).

KOBİ BANKACILIĞI KAPSAMINDA SUNULAN HİZMETLERDEN SAĞLANACAK KARŞILIKLI YARARLAR

KOBİ'lerin ihtiyaçlarına yönelik olarak bankaların klasik ticari bankacılık işlemlerinin bir boyutu olarak yürüttükleri KOBİ Bankacılığı faaliyetlerinden, KOBİ – Banka ilişkilerinde sağlanacak karşılıklı yararlar aşağıda kısaca özetlenmiştir (Bornheim and Thomas, 1998):

- **Daha düşük sermaye maliyeti:** Berger ve Udell (1995) ile Petersen ve Rajan (1994, 1995) tarafından yapılan çalışmalarda da belirtildiği üzere, KOBİ – Banka ilişkilerinin boyutu atıkça, borçlanma maliyetleri de düşecektir.
- **Daha fazla kredi edinebilme:** Petersen ve Rajan'a göre bankalar ile ilişkilerde, zaman geçtikçe KOBİ'lerin elde edebileceği kredi tutarı artacaktır. Dolayısıyla, bankalar da daha fazla kredi satmış olacaktır.
- **Daha az teminat gereksinimi:** Berger ve Udell (1992, 1995) ile Boot ve Thakor (1994) tarafından elde edilen bulgulara göre, ilerleyen bir KOBİ –

Banka ilişkisinde, gereksinim duyulan teminatlar azalacaktır.

- **Piyasada olumlu imaj:** Petersen ve Rajan (1994), uzun bir KOBİ – Banka ilişkisinin, bu piyasaya olumlu bir imaj kazandıracığını öne sürmektedir. Bu durum, banka açısından KOBİ'leri kendine çekmeyi sağlarken, krediye uygunluğun belirlenmesinde de KOBİ'lere avantaj sağlayacaktır. Bununla birlikte, Sharpe (1990), sadece ilişkinin süresinin müşterinin krediye değer olup olmadığını belirlemede yeterli olmadığını, dolayısıyla ilişkinin süresine göre krediye uygunluk ayırımının yapılamayacağını savunmuştur.
- **Daha fazla bilgi ve itibarın sağlanması:** KOBİ – Banka ilişkisinin ilerlemesi ve daha fazla hizmetin sunulmasına paralel olarak, banka müşterisi hakkında daha fazla bilgi sahibi olacaktır. Bu da bankanın geçen süre içerisinde, müşterisinin itibarına dayalı olarak, onu daha iyi değerlendirmesine olanak sağlayacaktır.

Görüldüğü üzere, KOBİ Bankacılığı, sadece KOBİ müşteri portföyünün ihtiyaçlarının giderilmesi ve desteklenmesini değil, aynı zamanda üstün servis kalitesinden kaynaklanan tatminin yaratılmasını da amaçlamaktadır. Bu üstün servis kalitesi, uzun süreli kalıcı müşteri ilişkilerini yaratacaktır (Ibbotson and Moran, 2003). Böylece, KOBİ Bankacılığının etkin olarak uygulanmasıyla, KOBİ'lerin müşteri olarak saygı görmek, iş yapabilme kolaylığı, bankaların onları dinlemesi, açık iletişim ve dürüstlük, dostluk ve yardım gibi beklentileri karşılanmış olacaktır. Dolayısıyla, KOBİ'lere yönelik bankacılık hizmetleri sadece kredi vermek olmaktan çıkacak, içerisinde sektörel destek paketlerinden KOBİ'lerin bilgi ve beceri eksikliklerinin giderilmesine kadar bütün ürün ve hizmetleri barındıran bir hal kazanacaktır (KOBİ Gelişim, 2006).

TÜRKİYE'DE KOBİ BANKACILIĞI FAALİYETLERİ

Bankalar ile küçük ve orta büyüklükteki müşterileri arasında yıllar boyu süregelen zayıf ilişkilerden dolayı, bankalar KOBİ müşteri tabanında varlıklarını sürdürmede oldukça zorlanmışlardır (Ibbotson and Moran, 2003). Bununla birlikte, Türkiye'de son yıllara kadar KOBİ'lere kredi verme konusunda son derece isteksiz davranan bankalar, önceki bölümlerde de açıklanan nedenlerden dolayı bu işletmeler ile daha iyi ilişkiler geliştirmenin yollarını aramaya başlamışlardır. Bu amaçla, büyüme evrelerinde farklılaşan talep ve ihtiyaçlarını karşılayacak finansman kaynağı bulmakta zorlanan KOBİ'lere yönelik yeni pazarlama anlayışları ve stratejileri geliştirmeye ve KOBİ'lerin karşısına avantajlı ürün ve hizmetlerle çeşitlendirilmiş cazip finans paketleriyle çıkmaya başlamışlardır. Bu finans paketleri ile, KOBİ'lerin üretim kapasitelerini yenilemek ve arttırmak, ihracat yapan işletmelerin uluslararası platformlarda rekabet olanağını artırmak ve markalaşma yolunda önlerini

açmak amaçlanmaktadır. Buna ek olarak bankalar, KOBİ'lerin bilgi ihtiyaçlarını karşılamak için danışmanlık hizmetlerini de paketlerine eklemeye başlamışlardır (Taner, 2005).

Türkiye'de KOBİ'lere yönelik bankacılık faaliyetlerinin mevcut durumunun ortaya konulabilmesi amacıyla, Mayıs 2007 itibariyle faaliyette bulunan toplam 25 adet (3 adet kamusal sermayeli, 14 adet özel sermayeli ve 8 adet yabancı sermayeli) Ticaret Bankasının web sitesi incelenmiş ve bu bankalar, sundukları hizmetler arasında “İşletme Bankacılığı”, “KOBİ Bankacılığı” ve “Kurumsal Bankacılık” tanımlamalarını kullananlar olarak üçlü bir ayırımı gidilerek Tablo 4'te gösterilmiştir:

Tablo 4: Ticaret Bankalarının Sundukları Hizmetlerde “İşletme Bankacılığı”, “Kurumsal Bankacılık” ve “KOBİ Bankacılığı” Ayırımı

Banka İsmi	Mülkiyet Yapısı	İşletme Bankacılığı	Kurumsal Bankacılık	KOBİ Bankacılığı
Adabank	Özel Sermayeli Mevduat Bank.	İşlem Yok	İşlem Yok	İşlem Yok
Akbank	Özel Sermayeli Mevduat Bank.	?	?	?
Alternatif Bank	Özel Sermayeli Mevduat Bank.		?	?
Anadolu Bank	Özel Sermayeli Mevduat Bank.		?	
Arap Türk Bank	Türkiye'de Kurulmuş Yab. Banka		?	
Citi Bank	Türkiye'de Kurulmuş Yab. Banka		?	
Denizbank	Türkiye'de Kurulmuş Yab. Banka	?	?	
Deutsche Bank	Türkiye'de Kurulmuş Yab. Banka		?	
Finansbank	Türkiye'de Kurulmuş Yab. Banka	?	?	?
Fortis Bank	Türkiye'de Kurulmuş Yab. Banka	?		
Garanti Bank.	Özel Sermayeli Mevduat Bank.		?	?
Halkbank	Kamusal Sermayeli Mevduat B.		?	?
HSBC Bank	Türkiye'de Kurulmuş Yab. Banka	?	?	
Oyakbank	Özel Sermayeli Mevduat Bank.	?	?	
Şekerbank	Özel Sermayeli Mevduat Bank.		?	?
Tekfenbank	Özel Sermayeli Mevduat Bank.		?	
Tekstil Bank	Özel Sermayeli Mevduat Bank.		?	
Turkland Bank	Türkiye'de Kurulmuş Yab. Banka		?	
Turkishbank	Özel Sermayeli Mevduat Bank.		?	
Türk Ekonomi B	Özel Sermayeli Mevduat Bank.	?	?	
Türkiye İş B.	Özel Sermayeli Mevduat Bank.		?	
Millennium B.	Türkiye'de Kurulmuş Yab. Banka	Aynı yok	Ayrım yok	Ayrım yok
Vakıfbank	Kamusal Sermayeli Mevduat B.		?	?
Yapı Kredi B.	Özel Sermayeli Mevduat Bank.		?	?
Ziraat Bankası	Kamusal Sermayeli Mevduat B.		?	

Kaynak: Tabloda yer alan bankaların web siteleri (07.01.2007).

Tablo 4 incelendiğinde, Türkiye'de faaliyette bulunan Ticaret Bankaları içerisinde, Adabank'ta halihazırda hiçbir bankacılık işleminin yapılmadığı, Millennium Bank'ta ise işletmelere yönelik hizmet ve ürünlerde özel bir ayrıma gidilmeyerek tüm faaliyetlerin “bankacılık hizmetleri” adı altında toplandığı görülmektedir. Fortis Bank, işletmelere yönelik faaliyetlerinde “İşletme Bankacılığı” tanımlamasını kullanırken, diğer 22 Ticaret Bankası sunduğu hizmet ve ürünleri genel olarak “Kurumsal Bankacılık” faaliyetleri adı altında toplamakta ve bu gruplamanın altında ya da yanı sıra “İşletme Bankacılığı” ve “KOBİ Bankacılığı” tanımlamalarını da kullanmaktadır. “Kurumsal Bankacılık” tanımlamasını kullanan 22 bankanın 6 tanesi (Akbank, Denizbank, Finansbank, HSBC Bank, Oyakbank, Türk Ekonomi Bankası) aynı zamanda “İşletme Bankacılığı”, 8 tanesi ise (Akbank, Alternatif Bank, Finansbank, Garanti Bankası, Halkbank, Şekerbank, Vakıfbank ve Yapı Kredi Bankası) yine aynı zamanda “KOBİ Bankacılığı” şeklinde bir ayrıma gitmektedir.

Tablo 5'te, Türkiye'de KOBİ'lere yönelik faaliyetlerinde “KOBİ Bankacılığı” nitelendirmesini kullanan bankaların bu kapsamda sundukları hizmetler gösterilmiştir.

	BANKA İSMİ / MÜLKİYET YAPISI	HİZMET TÜRLERİ
1	ALTERNATİF BANK / Özel Sermayeli Mevduat Bankası	- Nakit Yönetimi - Yatırım Ürünleri - Krediler - İşletme Finansmanı - Dış Ticaret Finansmanı - Orta ve Uzun Vadeli Finansman - Diğer Hizmetler - KOBİ Bilgi Köşesi
2	AKBANK Özel Sermayeli Mevduat Bankası	- KOBİ'lere Özel Çözümler (Taksitli Ticari, Makina Ekipman, Hammadde Alım, Taşıt / Filo, Konut / İşyeri, Yurt Dışı Fuar Destek, Bilişim Destek, Eczane, Turizme Destek, Taksitli İhracat, Değişken Faizli Taksitli KOBİ Kredileri) - Kral KOBİ Kredisi
3	FİNANSBANK / Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Banka	- Nakit Yönetimi - Yatırım Ürünleri - Krediler - Üye İş Yeri Hizmetleri - Alternatif Hizmet Kanalları - Sektörel Çözümler (İmalat, Taahhüt, Turizm, Tarım, Ticari Araç Destek Paketleri) - İşbirlikleri - Danışmanlık - Destek Ürünler

4	GARANTİ BANKASI/ Özel Sermayeli Mevduat Bankası	<ul style="list-style-type: none"> - Nakit Yönetimi - Yatırım Ürünleri - KOBİ Kredileri - Dış Ticaret - Leasing - Şubersiz Bankacılık - KOBİ Sigorta - KOBİ'lere Özel Hizmetler (Sektörel destek paketleri, KOBİ Danışmanlık, Oda Anlaşmaları, Kredi Garanti Fonu, KOBİ Proje Kredileri, KOBİ Rehberi, Anadolu Sohbetleri, Basel-II Toplantıları, KOBİ Girişim)
5	HALKBANK / Kurumsal Sermayeli Mevduat Bankası	<ul style="list-style-type: none"> - Nakit Yönetimi - Yatırım Ürünleri - KOBİ Kredileri - Sektörel Çözümler (İmalat, Teknoloji, Turizm, Tarım, Nakliye, Eczacı, Girişimci, Franchising Destek Paketli) - Alternatif Hizmet Kanalları - E-Ticaret - Kredi Garanti Fonu - Destek Ürünler - KOBİ Sigorta - Leasing - Girişim Sermayesi
6	ŞEKERBANK / Özel Sermayeli Mevduat Bankası	<ul style="list-style-type: none"> - İhtiyaç Kredileri (KOBİ Franchising, KOBİ İşletme, KOBİ Hammadde, KOBİ Demirbaş, KOBİ Teknolojik Destek, KOBİ İşyeri, KOBİ Ticari Araç, KOBİ Kalite Belgesi, KOBİ Ücret, KOBİ Tanıtım Kredileri) - Sektörel Destek Paketi - Diğer Nakit/Gayri Nakit Krediler - Tahsilat Hizmetleri - Ödeme Hizmetleri - Yatırım Ürünleri - Dış Ticaret Hizmetleri - Alternatif Dağıtım Kanalları - Sigortacılık Paketleri - Diğer Destek Ürünler - KOBİ Destek Hattı
7	VAKIFBANK/ Kurumsal Sermayeli Mevduat Bankası	<ul style="list-style-type: none"> - KOBİ Kredileri - İşletme Kredileri - Hammadde Alımı Kredisi - İşyeri Edindirme Kredisi - Esnaf Destek Kredisi - Plaka Kredileri - Araç Kredileri - KOSGEB Destekli Sıfır Faizli Alternatif Kredisi - Tarım Sektörü Kredileri - Üç Sezon Vadeli Turizm Destek Kredisi - Franchising Kredisi - Vakıf Yatırım Kredisi - POS Üye İşyeri Kredisi - Ticari Bankomat 7/24 Kartlarımız - Business Card - Ticari Kredi Kartı

8	YAPI KREDİ BANK./ Özel Sermayeli Mevduat Bankası	<ul style="list-style-type: none">- Krediler- Nakit Yönetimi- Ticari Kartlar- Yatırım Ürünleri- İşletme Rehberi- Üye İşyeri hizmetleri- Sınırsız Bankacılık
---	--	---

Kaynak: Tabloda yer alan bankaların web siteleri (07.01.2007).

Tablo 5'te görüldüğü üzere, ülkemizde faaliyette bulunan Ticaret Bankalarının “KOBİ Bankacılığı” kapsamında sundukları ürün ve hizmetlerin; nakit yönetimi, tahsilat ve ödeme hizmetleri, yatırım ürünleri, girişim(cı) sermayesi, sabit ve değişken faizli kısa-orta ve uzun vadeli kredi destek paketleri, gayri nakdi krediler, taşıt, hammadde, makina, teknolojik destek, işyeri ve yurtdışı fuar destek kredileri, sektörel destek ve çözümler, danışmanlık hizmetleri, şubesiz bankacılık, e-finans ve e-ticaret hizmetleri, sigorta, dış ticaret, factoring, leasing ve franchising destek paketleri ile ticari kredi kartı gibi konularda yoğunlaştığı görülmektedir.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

KOBİ pazarı, sahip olduğu potansiyel ile bankalar için önemli bir rekabet alanı olmuştur. Ancak, bu rekabet, bankaların mevcut ürün ve hizmetlerini çeşitlendirip iyileştirilmelerini ya da KOBİ'lere yönelik yeni ürün ve hizmetler geliştirmelerini gerektirmektedir. Bu bağlamda, Ticaret Bankacılığının yeni önem kazanan ve gelişen bir boyutu olarak ortaya çıkan KOBİ Bankacılığı faaliyetleri, bankalar ve KOBİ'lerce karşılıklı kazanımlar elde edilmesinde büyük önem taşıyor hale gelmiştir.

Bu konuya ilişkin olarak, ülkemizde faaliyette bulunan Ticaret Bankalarının, işletmelere sundukları hizmet ve ürünler için genel olarak “Kurumsal Bankacılık” tanımlamasını benimsedikleri ve “Kurumsal Bankacılık” faaliyetleri altında veya bu tanımlamanın yanısıra “İşletme Bankacılığı” ya da “KOBİ Bankacılığı” tanımlamalarını da kullandıkları görülmektedir. “Kurumsal Bankacılık” tanımlamasını kullanan 22 bankanın 6 tanesinde aynı zamanda “İşletme Bankacılığı” ayrımı yapılmakta, ancak gerek “Kurumsal Bankacılık” gerekse “İşletme Bankacılığı” adı altında sunulan hizmet ve ürünlerde büyük oranda benzerlikler olduğu göze çarpmaktadır. Bu 22 bankanın 8 tanesinde ise, sunulan hizmet ve ürünler açısından özellikle “KOBİ Bankacılığı” şeklinde bir ayrıma gidilmektedir. Nitekim, uygulamada KOBİ bankacılığı şeklindeki bu ayrıştırma ile, KOBİ'lere sunulan nakdi ve gayrinakdi kredilerin yanısıra, piyasa ve sektörlerdeki son gelişmelere yönelik finansal ve yönetsel danışmanlık hizmetleri verilmeye başlandığı, finansal planlama amaçlı nakit yönetim programlarının uygulanmaya konulduğu, internet üzerinden erişime olanak sağlayan ücretsiz KOBİ portalları oluşturulduğu ve gelecekte

ortaya çıkabilecek risk ve fırsatlara karşı müşterilerin bilgilendirilmesi gibi hizmetler sunulmaya başlandığı da görülmektedir. Ayrıca, KOBİ'leri genel bir kategori altına yerleştirmenin ve tümü için tek bir ürün paketi hazırlamanın mümkün olmadığından hareketle, farklı sektörlerdeki KOBİ'lerin ihtiyaçlarına yönelik farklı ürün paketleri hazırlanmaya başlamıştır. Bu çabaların sonucunda, pazarda yaşanan yoğun rekabet KOBİ'lere fayda sağlamış, bu işletmeler bir yandan finansman imkanlarını genişletirken diğer yandan muhasebe yazılımları, ihale takvimleri, fuarlar ve ücretsiz danışmanlık hizmetlerine boğulmuştur. Bir anlamda KOBİ'lere sadece üretim yapmak / üretim imkanlarını arttırmak ve verimli çalışmak kalmıştır. Bankacılık sektöründe son dönemde mevduatın krediye dönüş oranının %70 seviyelerine yükselmesi de, gelinen noktayı açıklamada önemli bir veri olarak kabul edilebilir.

Ancak, ülkemizde faaliyette bulunan Ticaret Bankalarının KOBİ Bankacılığı yönelimli faaliyetlerinde sözü edilen olumlu gelişmeler yaşanmakla birlikte, KOBİ – Banka ilişkilerinde karşılıklı fayda yaratma boyutunda henüz arzu edilen noktaya ulaşılmadığı görülmektedir. Hatta, söz konusu bankaların web siteleri incelendiğinde, kimi bankalarda sunulan hizmet ve ürünlerin özellikleri açısından KOBİ – büyük işletme bağlamında henüz önemli farklılıkların oluşmaması, KOBİ Bankacılığı şeklindeki ayrımın bu bankalarca yalnızca isimlendirme açısından yapıldığı izlenimi vermektedir. Bu da KOBİ Bankacılığı şeklindeki tanımlamanın bazı Ticaret Bankalarınca KOBİ'leri kendilerine daha fazla çekebilmek amacıyla kullanıldığını düşündürmektedir. Dolayısıyla, ancak karşılıklı beklenti ve ihtiyaçların daha iyi anlaşılması ile birlikte, KOBİ – Banka ilişkileri sıklaşıp süreklilik arzettikçe ve bu ilişkilerin boyutu derinleştikçe, sunulan hizmet ve ürünlerin büyük ölçekli işletmelere sunulan hizmet ve ürünlerden farklılaşacağı ve KOBİ'lere özel çözümler getiren finans paketleri olarak dizayn edileceği düşünülmektedir.

KOBİ Bankacılığı, gerek kavram gerekse uygulama olarak, literatüre henüz yeni girmekte olan bir konudur. Bu bağlamda, KOBİ Bankacılığı kavramını anlamak ve ülkemizdeki mevcut durumunu ortaya koymak amacıyla yapılan bu teorik çalışma, KOBİ'lerin bankalardan olan beklentileri veya KOBİ Bankacılığı faaliyetlerinden yararlanma durumlarına ilişkin istatistiki veriler ile desteklenerek ya da bankaların KOBİ Bankacılığı kapsamında bu işletmelere yönelik geliştirecekleri yeni ürün ve hizmetlerin tasarlanmasına yönelik olarak farklı boyutlarda yapılacak çalışmalara temel olabilir.

KAYNAKÇA

- Aygen, F. (2006). “AB'ye Giriş Sürecinde KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Alternatif Finansman Tekniklerinden Yararlanma Dereceleri Sakarya Örneği”, *KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi*, İstanbul.
- Bornheim, S.P. and Herbeck, T.H. (1998). “A Research Note on the Theory of SME-Bank Relationships”, *Small Business Economics*, Vol: 10, Issue 4.
- Çelikkol, H. (2007). “Türkiye'de KOBİ'lerin Finansmanına Yönelik Arayışlar Çerçevesinde KOBİ Borsalarının Uygulanabilirliği”, *Dayanışma Dergisi*, Sayı: 95.
- Ercan, M.K. (2005). “KOBİ Borsaları”, *Uluslararası Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde KOBİ'ler Sempozyumu*, Balıkesir Ün. Bandırma İİBF.
- Fielding, M. and Messey, P. (2003). *Competition in SME Banking Services in The Republic of Ireland*, Compecon Ltd., August 2003, Ireland.
- Freeman, P. (2002). "The Competition Commission Inquiry into SME Banking", *Economic Affairs*, Vol: 22.
- Göktan, H.B. (2006). “Şekerbank'tan KOBİ'lere Eğitim Desteği”, *III. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi*, İstanbul.
- Gülerdi, K. (2005). “KOBİ Bankacılığı”, *Uluslararası KOBİ Destekleri Konferans ve Fuarı*, 9-11 Haz. 2005, (<http://fusion.abigem.org/1019.pdf> (Erişim tarihi: 01.02.2007)).
- Hamilton, C. and Fagerström, T.M. (2003). (<http://www.forrester.com/ER/Research/Report/Summary/0,1338,16167,00.html>).
- Ibbotson, P. and Moran L. (2003). “E-Banking and SME/Bank Relationship in Northern Ireland”, *The International Journal of Bank Marketing*.
- Juniac, C. (2004). “Diamonds in the Rough SME Banking”, *FICCI Conference Bangalore*, 15 th September, The Boston Consulting Group.
- Karadere, N. (2006). “Garanti KOBİ'lere güveniyor” (www.dunyagazetesi.com.tr/news...).
- Korkmaz, T. ve Cura, G. (2006). “KOBİ'lerin Finansal Olanakları ve Finansal Yapıları: Zonguldak Çaycuma'daki KOBİ'lere Yönelik Anket Uygulaması”, *KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi*, İstanbul.
- Oktay, E. ve Güney, A. (2002). “Türkiye'de KOBİ'lerin Finansman Sorunu ve Çözüm Önerileri”, *21.Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu*, Doğu Akdeniz Ün., KKTC.
- Öten, S. (2007). “KOBİ Bankacılığı”, (<http://www.haber1.com/preview.php?nID=17349>, Erişim tarihi: 24.9.2007).
-

Özcan, M. (?) *KOBİ'lerde Pazarlama*, Ekin Kitapevi, Bursa.

Özkan, M. “Avrupa Birliği'nde KOBİ Tanımı” (www.danismend.com, Erişim tarihi: 17.02.2006).

Öztürk, S.A. (2002). *Hizmet Pazarlaması*, Birlik Ofset, 3. Basım, Eskişehir.

Resmi Gazete, “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik”, (S: 25997, Tarih: 28.11.2005, Kanun Kar. No: 2005/9617).

Taner, B.S. (2005). “Bankalar KOBİ'lerle Barışmak İstiyor”, *KOBİ Girişim Dergisi*.

Warner, J. (2007). "Common Sense Rules in SME Banking", *Independent, The (London)*, August 24 (<http://findarticles.com/p/articles/mi...>).

Yılmaz, F. (2003). *Türkiye'de Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ'ler)*, İktisadi Araştırmalar ve Planlama Müdürlüğü.

Yörük, N. (2001). “KOBİ'lerin Kredi Yoluyla Finansmanında Karşılaştıkları Sorunlar ve Tokat İlinde Bir Uygulama”, *I. Orta Anadolu KOBİ'lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları Kongresi*.

Yonar, Ö. “KOBİ'lerin Dünya Ekonomisindeki Yeri” (www.usakgundem.com, Erişim tarihi: 20.02.2006).

Yüksel, A. (2005). “Basel 2'nin KOBİ Kredilerine Muhtemel Etkileri”, *BDDK Araştırma Raporları*.

(2006). *APEC Financial Institutions Dealing with SME: Sustaining SMEs Development Through Banking Knowledge Sharing*, March 1-3, 2006, Bangkok, Thailand.

(2006). “KOBİ Bankacılığı: KOBİ'lerle Bankalar Yakınlaşıyor”, *KOBİ Gelişim Dergisi*, Sayı: 5, İstanbul.

(2004). *KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı*, DPT, Ankara.

(2007). *SME Banking Europe 2007: Unlocking the Future* (<http://www.eubusiness.com/Finance/sme-banking-europe>).

(2006). *SME Banking in the Central and Eastern Europe*, 24-25 October 2006, Budapeşte/Macaristan.

(2001). *TBB Bankacılık Etik İlkeleri*, Tebliğ No: 1012.

http://datamonitor-marketresearch.com/Merchant2/merchant.mvc?Screen=PROD&Product_Code=BFTC0941&Category_Code=

<http://www.europa.eu.int> (Erişim tarihi: 13.02.2006).

<http://www.europa.eu.int> (Erişim tarihi: 13.02.2006).

- http://www.friedlnet.com/product_info.php?products_id=3484&osCsid=600576279cb234c41f68f8fd7035dfcb%20-%2056k.
- <http://www.hazine.gov.tr/KobiRapor...>
- http://www.kobider.org.tr/kobi_yazi.htm.
- <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/bilgibankasi/ekonomi/001.html> (Erişim tarihi: 02.02.2007).
- <http://www.kobizirvesiorg.tr-/sunumlar/FinansmanI/...>
- <http://kobi04.iku.edu.tr/...>
- <http://www.maec.gov.ma/future/documents/Initiativesen/BMENA%20FFF%20IFC%20acility%20by%20USA.doc>.
- <http://www.netkobiturkiye.com> içinde: “KOBİ Tanımlama” (Erişim tarihi: 20.02.2006).
- <http://www.tosyov.org.tr/zirve.doc>.
- <http://www.traccess.tubitak.gov.tr> (Erişim tarihi: 13.02.2006).
- <http://www.abank.com.tr>, www.adabank.com.tr, www.anadolubank.com.tr, www.akbank.com.tr, www.citibank.com.tr, www.arabturkbank.com.tr, www.finansbank.com.tr, www.garanti.com.tr, www.denizbank.com.tr, www.deutschebank.com.tr, www.fortis.com.tr, www.halkbank.com.tr, www.hsbc.com.tr, www.isbank.com.tr, www.millenniumbank.com.tr, www.vakifbank.com.tr, www.turkishbank.com.tr, www.teb.com.tr, www.ykb.com.tr, www.tekstilbank.com.tr, www.tekfenbank.com.tr, www.mngbank.com.tr, www.oyakbank.com.tr, www.sekerbank.com.tr, www.ziraatbank.com.tr (Erişim tarihi: 07.01.2007).