

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
MODERN PARASAL İKTİSAT PROGRAMI



SİGORTA SEKTÖRÜ & BANKASÜRANS

Yusuf YAVUZ
25727525

Doç. Dr. Senem ÇAKMAK ŞAHİN

İSTANBUL,2026

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
MODERN PARASAL İKTİSAT PROGRAMI

SİGORTA SEKTÖRÜ & BANKASÜRANS

Yusuf YAVUZ
25727525

Doç. Dr. Senem ÇAKMAK ŞAHİN

Haziran 2026

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	4
BİRİNCİ BÖLÜM	5
1. SİGORTA KAVRAMI VE SİGORTACILIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ	5
1.2. Sigortacılığın Tanımı	5
1.2. Sigortacılığın Ortaya Çıkış Süreci	6
1.3. Sigortacılık Sisteminin İşleyişi	8
1.3.1 Sigortacılık Sisteminin Mikro İşleyişi	9
1.3.2. Sigortacılık Sisteminin Makro İşleyişi	11
İKİNCİ BÖLÜM	13
2.SİGORTACILIĞIN DAĞITIM KANALLARI	13
2.1. Acente	14
2.2. Broker	16
2.3. Diğer (Merkez)	19
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	21
3.BANKA SİGORTACILIĞI (BANKASÜRANS)	21
3.1. Banka Sigortacılığının Gelişimi	21
3.2. Dünyada Bankasürans	22
3.2. Türkiye’de Bankasürans	25
3.3 Bankasürans Uygulama Modelleri	28
SONUÇ	32
KAYNAKÇA	33

GİRİŞ

Banka sigortacılığı, bankaların sahip olduğu geniş müşteri portföyü ve dağıtım kanalları ile sigorta şirketlerinin risk yönetimi ve ürün çeşitliliğini bir araya getirerek hem kurumlara hem de müşterilere önemli avantajlar sunmaktadır. Bu model sayesinde müşteriler finansal ihtiyaçlarını tek bir noktadan karşılayabilirken, finansal kuruluşlar da rekabet avantajı elde etmektedir.

Türkiye’de ve dünyada giderek yaygınlaşan banka sigortacılığı uygulamaları, finansal kapsayıcılığın artırılması, tasarruf bilincinin geliştirilmesi ve risk yönetimi kültürünün yaygınlaştırılması açısından da önemli katkılar sağlamaktadır. Özellikle gelişmekte olan ekonomilerde bu modelin benimsenmesi, finansal sistemin derinleşmesine ve sürdürülebilir büyümeye destek olmaktadır.

Finansal sektör, küreselleşmenin etkisiyle sürekli gelişen ve dönüşen dinamik bir yapıya sahiptir. Bu dönüşüm sürecinde, bankacılık ve sigortacılık sektörleri arasındaki sınırların giderek belirsizleştiği ve iki sektörün birbirini tamamlayan bir yapıya dönüştüğü görülmektedir. Bu bağlamda ortaya çıkan banka sigortacılığı (bankasürans), finansal hizmetlerin çeşitlendirilmesi ve daha geniş kitlelere ulaştırılması açısından önemli bir model haline gelmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde sigorta kavramı ve sigortacılığın tarihsel gelişimi ele alınmıştır. İkinci bölümde sigortacılığın dağıtım kanalları incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise banka sigortacılığı (bankasürans) kavramı, işleyişi ve sektördeki önemi değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Banka Sigortacılığı, Sigorta Pazarlaması, Banka Sigortacılığı ve Kredi, Risk ve Bankasürans

BİRİNCİ BÖLÜM

1. SİGORTA KAVRAMI VE SİGORTACILIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ

Çalışmanın bu bölümünde, sigortacılığın tanımı ve kapsamı ayrıntılı biçimde ele alınacak; bunun yanı sıra sigortacılığın ortaya çıkış süreci tarihsel bir perspektifle incelenecektir. Ayrıca, sigorta sisteminin temel işleyiş mekanizmaları, faaliyetlerini nasıl sürdürdüğü ve bu süreçte yer alan unsurlar açıklanarak konu bütüncül bir çerçevede değerlendirilecektir. Bu bağlamda, sigortacılık kavramının gelişimi hem teorik hem de tarihsel açıdan ele alınarak kapsamlı bir temel sunulmaya çalışılacaktır.

1.2. Sigortacılığın Tanımı

Sigorta, bireylerin ve kurumların gelecekte ortaya çıkması muhtemel risklerin doğurabileceği mali kayıplara karşı korunmasını amaçlayan, belirli bir prim karşılığında işleyen bir güvence sistemidir. Bu sistem, riskin ekonomik sonuçlarının önceden planlanmış bir yapı içerisinde paylaşılması ve finansal yükün sigorta kuruluşuna devredilmesi esasına dayanır. Böylece sigortalı, belirsizlik içeren durumlara karşı daha güvenli bir konuma ulaşırken, olası zararların ekonomik etkisi de önemli ölçüde azaltılır. (Güvel E.A. ve Güvel A. Ö, 2012: 24). Literatürde sigorta kavramı farklı bakış açılarıyla ele alınıp, bazı yaklaşımlarda risk transferine dayalı bir mekanizma olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda sigorta, gerçekleşme ihtimali bulunan risklerin, belirli bir prim ödemesi karşılığında sigortacıya devredilmesi süreci olarak değerlendirilmektedir. Riskin gerçekleşmesi durumunda ise ortaya çıkan zarar, sigorta şirketi tarafından karşılanarak sigortalının ekonomik kaybı telafi edilmektedir. Bu yönüyle sigorta, yalnızca bireysel düzeyde finansal güvence sağlayan bir araç değil, aynı zamanda toplumsal ölçekte ekonomik istikrarın sürdürülmesine katkı sunan önemli bir sistem niteliği taşımaktadır. (Gönen ve Özudoğru, 2021: 56)

Sigorta olgusunun bütüncül bir şekilde değerlendirilebilmesi için, sistemin temel yapı taşlarından biri olan risk kavramının da açık ve net biçimde tanımlanması gerekmektedir. Risk, belirli bir tehlikeyle ilişkili olarak ortaya çıkması muhtemel kayıp ve zarar durumlarını ifade eden bir olasılık alanıdır. Bu bağlamda risk; malvarlığı kaybı, can kaybı, yaralanma, hastalık veya ölüm gibi istenmeyen sonuçların gerçekleşme ihtimalini içeren bir belirsizlik durumu olarak değerlendirilmektedir.

Farklı bir perspektiften ele alındığında risk, gerçekleşip gerçekleşmeyeceği kesin olmayan ancak meydana gelmesi hâlinde zarar doğurma potansiyeli bulunan tehditleri ifade etmektedir. Bireysel yaşamdan toplumsal düzene kadar geniş bir alanda sürekli varlığını sürdüren risk olgusu, insanların ekonomik ve sosyal faaliyetlerinin tüm aşamalarında karşılırlarına çıkabilmektedir. Bu durum, bireylerin belirsizlik algısını artırarak güven duygusunu zayıflatmakta ve geleceğe ilişkin kaygı düzeyini yükseltmektedir. Bu nedenle risk, sigorta sisteminin ortaya çıkışını gerekli kılan ve söz konusu mekanizmanın temel dayanağını oluşturan en önemli unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir. (Çipil, 2013: 23)

1.2. Sigortacılığın Ortaya Çıkış Süreci

Sigorta fikrinin tarihsel kökenleri incelendiğinde, insanlığın riskle baş etme çabasının çok eski dönemlere dayandığı görülmektedir. Bu durum, sigortanın yalnızca modern ekonomik sistemlerin bir ürünü olmadığını, aksine toplumsal ihtiyaçlardan doğan kadim bir paylaşım mekanizması olduğunu göstermektedir. Nitekim M.Ö. 1800’lü yıllarda Babiller döneminde uygulanan Hammurabi Kanunları, bu anlayışın ilk somut örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Söz konusu dönemde, özellikle kervan ticaretinde karşılaşılan saldırı ve zararlar bireysel bir yük olmaktan çıkarılarak, kervan sahipleri arasında paylaştırılmakta ve böylece riskin etkisi topluluk içinde dengelenmekteydi. Bu yaklaşım, günümüzdeki sigorta mantığının temelini oluşturan “riskin dağıtılması” ilkesinin erken bir yansımasıdır (Duygulu, 2012: 3)

Antik Yunan ve Roma uygarlıklarında ise ticaretin özellikle deniz yoluyla yoğunlaşması, risk yönetimine yönelik daha gelişmiş uygulamaların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu dönemde kullanılan “deniz ödöncü” sistemi, gemi sahiplerinin sefer öncesinde finansal bir borç almasına dayanmakta, geminin güvenli dönüşü halinde bu borç faiziyle birlikte geri ödenmekteydi. Ancak geminin batması gibi olumsuz durumlarda borcun ortadan kalkması, riskin finansal sonuçlarının önceden taraflar arasında paylaştırıldığını göstermektedir. Bu yapı, modern sigortacılığın risk transferi mantığıyla önemli ölçüde benzerlik taşımaktadır.

Aynı dönemde geliştirilen Rodos Kuralları kapsamında ortaya çıkan “müşterek avarya” ilkesi, sigorta düşüncesinin daha kurumsal bir aşamaya geçtiğini göstermektedir. Bu ilkeye göre, gemiyi kurtarmak amacıyla bilinçli olarak yapılan fedakârlıkların maliyeti tek bir kişiye yüklenmemekte, gemi ve yük sahipleri arasında ortaklaşa karşılanmaktaydı. Bu durum, bireysel zararların toplumsal bir sorumluluk anlayışıyla dengelendiğini ortaya koymaktadır.

Orta Çağ’a gelindiğinde ise sigorta uygulamalarının daha sistemli ve sözleşmeye dayalı bir yapıya dönüştüğü görülmektedir. 14. yüzyılda Cenevizlilerin yalnızca sigorta işlemlerine

özgü sözleşmeler geliştirmesi, bu alanın bağımsız bir ekonomik faaliyet haline gelmesinde önemli bir kırılma noktasıdır. Bu gelişme, sigortanın ticaretin doğal bir uzantısı olmaktan çıkarak, ayrı bir finansal disiplin olarak şekillenmeye başladığını göstermektedir. (Orhaner, 2013: 51)

15. Yüzyılda İspanya’da yapılan hukuki düzenlemelerle sigorta daha kurumsal bir çerçeveye oturtulmuştur. Özellikle 1435 ve 1436 yıllarında çıkarılan kararnameler, deniz taşımacılığına ilişkin risklerin belirli kurallar çerçevesinde yönetilmesini sağlamış ve sigorta uygulamalarını yazılı hukuk sistemine dahil etmiştir. Bu durum, sigortanın yalnızca ekonomik değil aynı zamanda hukuki bir güvence mekanizması haline geldiğini ortaya koymaktadır.

16. Yüzyıldan itibaren ise sigortacılık, kurumsal şirketlerin ortaya çıkmasıyla birlikte modern yapısına doğru evrilmiştir. İngiltere’de ilk sigorta şirketlerinin kurulması, bu dönüşümün en önemli aşamalarından biri olarak kabul edilmektedir. O döneme kadar sigorta işlemleri daha çok tüccarların bireysel girişimleriyle yürütülürken, 1666 yılında meydana gelen Büyük Londra Yangını bu yapının yetersizliğini açıkça ortaya koymuştur. Binlerce yapının zarar görmesi, sigortanın bireysel girişimlerle değil, kurumsal ve sistemli bir yapı içinde yürütülmesi gerektiğini göstermiş ve modern sigortacılığın gelişimini hızlandırmıştır. (Baştürk, Çakmak ve Demirtaş, 2017:68)

17. Yüzyıldan itibaren yangın sigortacılığı alanında uzmanlaşan sigorta şirketlerinin kurulması, sigortacılığın kurumsal gelişiminde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Özellikle Londra, bu süreçte yalnızca İngiltere’nin değil, aynı zamanda dünya sigortacılığının da merkezi haline gelmeye başlamıştır. Şehrin artan ticari hacmi ve uluslararası bağlantıları, sigorta faaliyetlerinin daha organize bir yapıya kavuşmasına zemin hazırlamıştır. (Baştürk, Çakmak ve Demirtaş, 2017: 71)

Aynı yüzyılın sonlarına doğru Londra’nın küresel ticaretteki ağırlığının artması, özellikle deniz taşımacılığına yönelik sigorta ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. Bu dönemde Edward Lloyd tarafından Londra’da açılan kahvehane, başlangıçta denizcilerin ve tüccarların bir araya geldiği sıradan bir buluşma noktası niteliği taşımaktaydı. Ancak zamanla bu mekân, gemi ve yüklerini sigortalatmak isteyen kişiler ile bu riskleri üstlenmek isteyen sigortacıların karşılaştığı önemli bir merkez haline dönüşmüştür. Bu gelişim süreci, daha sonra “Lloyd’s” olarak bilinen yapının ortaya çıkmasına zemin hazırlamış ve bu kurum, zaman içinde yalnızca bir kahvehaneden, deniz sigortacılığı ve özel riskler alanında uzmanlaşmış uluslararası bir sigorta piyasasına

evrilmiştir. Bu dönüşüm, sigortacılığın bireysel ilişkilerden kurumsal ve küresel bir finansal sisteme geçişinin en çarpıcı örneklerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

Öte yandan, sigortacılığın gelişimine katkı sağlayan önemli isimlerden biri de Benjamin Franklin olmuştur. Hem bilim insanı hem de siyasetçi kimliğiyle tanınan Franklin, Amerika Birleşik Devletleri'nde sigorta sisteminin gelişmesi için aktif rol oynamıştır. Kurduğu sigorta girişimi, yalnızca yangın sonrası oluşan zararları karşılamakla kalmamış, aynı zamanda riskin azaltılmasına yönelik önleyici tedbirleri de teşvik eden bir yapı olarak dikkat çekmiştir. Bu yönüyle Franklin'in yaklaşımı, sigortayı yalnızca bir tazmin mekanizması olmaktan çıkararak, risk yönetimini de içeren daha kapsamlı bir sistem haline getirmiştir.

1.3. Sigortacılık Sisteminin İşleyişi

Tarihsel süreç içerisinde sürekli gelişim gösteren sigortacılık, günümüzde yalnızca finansal bir koruma aracı olmanın ötesine geçerek çok boyutlu bir sistem hâline gelmiştir. Modern ekonomik ve toplumsal yapının önemli bir bileşeni olarak sigorta, bireyler ve kurumlar açısından vazgeçilmez bir güvenlik mekanizması işlevi görmektedir. Ekonomik istikrarın sürdürülebilirliğine katkı sağlaması, toplumsal güven duygusunu güçlendirmesi ve beklenmedik olumsuzluklar karşısında maddi ve manevi kayıpları azaltması, sigortanın çağdaş dönemdeki stratejik önemini belirgin biçimde artırmaktadır.

Sigorta sistemi, gelecekte ortaya çıkabilecek risklerin ekonomik etkilerini minimize ederek hem finansal hem de psikolojik açıdan bir güven ortamı oluşturur. Bu özellik, sigortayı yalnızca zararların telafisini sağlayan bir yapı olmaktan çıkararak, aynı zamanda belirsizliklerle baş etme kapasitesini artıran bir risk yönetim aracı hâline getirmektedir. Dolayısıyla sigorta hem ulusal hem de küresel ölçekte ekonomik sistemlerin sürdürülebilirliğini destekleyen temel unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Aynı zamanda bireylerin ve kurumların geleceğe yönelik karar alma süreçlerinde daha öngörülebilir ve güvenli hareket etmelerine katkı sunmaktadır. (Güvel, 2012: 28)

Sigorta sistemi yalnızca bireysel koruma sağlayan bir yapı olarak değil, aynı zamanda işletmelerden devlet mekanizmalarına kadar uzanan geniş bir etki alanına sahip çok yönlü bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumda sigortacılığın en temel işlevi çoğunlukla risklere karşı finansal güvence sağlamak olarak algılansa da gerçekte bu sistem ekonomik düzenin devamlılığını destekleyen, üretim ve yatırım süreçlerini teşvik eden ve kriz dönemlerinde ekonomik kırılganlığı azaltan daha kapsamlı bir rol üstlenmektedir. Bu yönüyle

sigorta, yalnızca bireysel güvenliği değil, aynı zamanda toplumsal refahın ve ekonomik istikrarın korunmasını da mümkün kılan stratejik bir araç niteliği taşımaktadır. Bu çerçevede sigorta sektörü, finansal sistem içerisinde yalnızca risk transferini sağlayan pasif bir yapı olmaktan ziyade, ekonomik döngüye aktif biçimde yön veren bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Özellikle uzun vadeli fon birikimi sayesinde sigorta şirketleri, sermaye piyasalarının derinleşmesine katkıda bulunmakta ve finansal kaynakların daha verimli alanlara yönlendirilmesini mümkün kılmaktadır. Bu durum hem tasarrufların ekonomiye kazandırılması hem de yatırım kapasitesinin artırılması açısından önemli bir işlev görmektedir. (Dalkılıç ve Kule, 2022: 107)

Ayrıca sigorta sektörünün sağladığı güven ortamı, ekonomik aktörlerin daha cesur ve uzun vadeli kararlar alabilmesine olanak tanımaktadır. Belirsizliklerin azalması, girişimciliğin teşvik edilmesini ve yeni yatırım alanlarının oluşmasını desteklerken, ekonomik faaliyetlerin sürekliliğini de güçlendirmektedir. Özellikle kriz dönemlerinde sigorta mekanizmasının devreye girerek zararları telafi etmesi, ekonomik sistemin şoklara karşı dayanıklılığını artıran önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Tüm bu yönleriyle değerlendirildiğinde sigorta sektörü, yalnızca bireysel ve kurumsal riskleri yönetmekle kalmamakta; aynı zamanda ekonomik büyüme, finansal istikrar ve kalkınma süreçlerinin sürdürülebilirliğine katkı sağlayan stratejik bir yapı olarak işlev görmektedir. Bu nedenle sigortacılık, modern ekonomilerin vazgeçilmez bileşenlerinden biri olarak kabul edilmektedir.

1.3.1 Sigortacılık Sisteminin Mikro İşleyişi

Bireyler ve işletmeler, yaşam döngülerinin her aşamasında farklı nitelikte risklerle karşı karşıya kalabilmektedir. Bu risklerin ne zaman ortaya çıkacağı ya da fiilen gerçekleşip gerçekleşmeyeceği belirsizdir. Söz konusu belirsizlik durumu hem bireysel hem de kurumsal düzeyde güvenlik ihtiyacını artırmakta ve koruyucu mekanizmaların geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, olası zararların etkisini minimize etmenin en etkin yollarından biri, risklerin sigorta sistemi aracılığıyla teminat altına alınmasıdır.

Sigorta sistemi, yalnızca gerçekleşmesi muhtemel zararların ekonomik yükünü azaltan bir yapı olmanın ötesinde, aynı zamanda bireyler ve işletmeler açısından güçlü bir psikolojik güven ortamı oluşturmaktadır. Bu yönüyle sigorta, beklenmedik olaylar karşısında toplumsal dayanışmayı destekleyen işlevsel bir mekanizma olarak da değerlendirilmektedir.

Bireyler açısından trafik kazaları, sağlık sorunları, ani gelir kayıpları, ölüm ve işsizlik gibi riskler sürekli bir tehdit unsuru oluştururken; işletmeler için yangın, patlama, hırsızlık, iş kazaları ve üretim süreçlerindeki aksamalar gibi yüksek maliyet doğurabilecek riskler söz konusudur. Bu tür risklerin gerçekleşmesi, bireylerin ekonomik varlıklarında ciddi kayıplara yol açabildiği gibi, işletmelerin üretim kapasitesi ve finansal sürdürülebilirliğini de olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu noktada sigorta, bir risk yönetim aracı olarak devreye girerek ortaya çıkan zararların finansal etkisini üstlenmekte ve taraflara önemli bir koruma sağlamaktadır. Bu işleviyle sigorta, modern ekonomik ve toplumsal yapının vazgeçilmez unsurlarından biri hâline gelmektedir. (Baştürk, Çakmak ve Demirtaş, 2017: 47)

Toplumda zaman zaman karşılaşılan yanlış bir algı, sigorta şirketlerinin her türlü hasarı koşulsuz olarak karşılamakla yükümlü olduğu yönündedir. Bu yaklaşım, bireyleri ve işletmeleri risk önleme konusunda gevşek davranmaya yöneltebilmekte ve gerekli tedbirlerin alınmaması durumunda oluşan zararların daha ağır sonuçlar doğurmasına zemin hazırlayabilmektedir. Oysa sigortacılığın temel mantığı, yalnızca gerçekleşen zararları tazmin etmek değil; risklerin ortaya çıkma ihtimalini azaltmaya yönelik önleyici bir bakış açısı geliştirmektir. Bu çerçevede sigortacılık, pasif bir ödeme mekanizmasından ziyade, aktif risk yönetimi yaklaşımını esas alan dinamik bir sistem olarak tanımlanmalıdır.

Sigorta sistemi, aynı zamanda risklerin analiz edilmesi ve bu risklere karşı uygun stratejilerin geliştirilmesi sürecini de içermektedir. Bu kapsamda yapılan değerlendirmeler sayesinde, risklerin gerçekleşme ihtimali tamamen ortadan kaldırılamasa dahi, doğuracağı zararların boyutu önemli ölçüde azaltılabilmektedir. Etkin bir risk yönetimi yaklaşımı hem bireylerin hem de işletmelerin beklenmedik durumlara karşı daha dirençli hale gelmesini sağlamakta ve ekonomik kayıpların kontrol altına alınmasına katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle sigorta, yalnızca zarar sonrası devreye giren bir tazminat sistemi değil, aynı zamanda zarar oluşmadan önce koruyucu etki gösteren bütüncül bir risk yönetim yapısıdır. (Özbolat, 2006: 29)

Sigorta mekanizması, bireysel veya kurumsal düzeyde ortaya çıkan maddi kayıpların tek bir taraf üzerinde yoğunlaşmasını engelleyerek, bu yükün geniş bir sigortalı kitle arasında paylaşılmasını mümkün kılar. Böylece riskin ekonomik etkisi kolektif bir yapı içerisinde dağıtılarak daha yönetilebilir hale getirilir. Bu durum hem bireysel mali yüklerin hafifletilmesine hem de toplumsal ölçekte risklerin dengeli biçimde paylaşılmasına katkı sunar. Aynı zamanda sigorta sistemi, ekonomik güvenliğin yanı sıra toplumsal dayanışma ve ortak sorumluluk bilincinin kurumsallaşmasına da aracılık etmektedir.

Bu yönüyle sigorta, tarihsel olarak dar topluluklar içinde görülen dayanışma pratiklerinin modern ve sistematik bir uzantısı olarak değerlendirilebilir. Geçmişte akrabalık ve komşuluk ilişkileri üzerinden yürütülen sınırlı dayanışma mekanizmaları, günümüzde sigorta sistemi aracılığıyla daha geniş toplumsal kesimlere yayılmış, kurumsal ve sürdürülebilir bir yapıya dönüşmüştür. (Soyşekerci, 2024: 250)

Sonuç olarak sigorta sistemi, risklerin ortaya çıkmasını engelleyen bir yapı olmamakla birlikte, gerçekleşen risklerin ekonomik etkisini minimize eden ve bireyler ile kurumları ciddi finansal sarsıntılardan koruyan dengeleyici bir mekanizma niteliği taşımaktadır. Bu yönüyle sigorta, yalnızca finansal bir güvence aracı değil; aynı zamanda ekonomik istikrarı destekleyen, toplumsal refahı güçlendiren ve yaşamın sürdürülebilirliğine katkı sağlayan temel bir kurumsal yapı olarak değerlendirilmektedir.

1.3.2. Sigortacılık Sisteminin Makro İşleyişi

Sigorta, yalnızca risklerin paylaşılmasını sağlayan bir mekanizma olmanın ötesinde, ekonomik sistemin işleyişine doğrudan etki eden stratejik bir unsur niteliği taşımaktadır. Özellikle kredi piyasaları bağlamında sigortanın üstlendiği rol oldukça belirgindir. Kredi ilişkilerinde borçlunun yükümlülüklerini yerine getirememe ihtimali önemli bir finansal risk olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle krediye konu olan varlıkların veya ödeme yükümlülüklerinin sigorta teminatı altına alınması hem finansmana erişim sürecini kolaylaştırmakta hem de kredi veren kuruluşların karşılaşılabileceği tahsilat riskini azaltmaktadır. Sigorta güvencesi, finansal kurumlara daha yüksek bir güven ortamı sağlayarak kredi süreçlerinin daha istikrarlı bir yapıda ilerlemesine katkıda bulunmaktadır. Bu durum, finansal piyasalarda kredi hacminin genişlemesini desteklerken ekonomik canlılığın sürdürülebilirliğini de güçlendirmektedir.

Bu çerçevede sigortanın ekonomik işlevi, yalnızca hasar sonrası tazminat sağlamakla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda finansal piyasaların derinleşmesine, yatırım kanallarının çeşitlenmesine ve ekonomik büyümenin ivme kazanmasına doğrudan katkı sunmaktadır. Dolayısıyla sigorta hem finansal güvenliği tesis eden hem de kalkınma süreçlerini destekleyen temel bir ekonomik araç olarak değerlendirilmektedir.

Sigorta sistemi, bireyler ve işletmeler açısından riskleri üstlenerek zararları telafi eden bir güvence yapısı olmasının yanı sıra, makroekonomik düzeyde de önemli işlevler üstlenmektedir.

Sektör tarafından toplanan primlerin oluşturduğu fonlar, finansal sisteme yönlendirilerek yatırım faaliyetlerinin finansmanında kullanılmakta ve ekonomik hareketliliğin artmasına katkı sağlamaktadır. Bu yönüyle sigorta sektörü, yalnızca koruyucu bir yapı değil, aynı zamanda ekonomik büyümeyi destekleyen önemli bir finansal kaynak olarak öne çıkmaktadır. (Güvel, 2012: 30)

Büyük ölçekli sanayi ve ticaret faaliyetlerinin sürdürülebilirliği, büyük ölçüde sigorta sisteminin sağladığı finansal güvenceye bağlıdır. Sigorta, yatırımcıların ve girişimcilerin karşılaşılabileceği potansiyel kayıplara karşı koruma sağlayarak risk algısını azaltmakta ve daha yüksek ölçekli yatırımların hayata geçirilmesini teşvik etmektedir. Bu durum, ekonomik girişimlerin genişlemesine ve sermaye yoğun projelerin artmasına zemin hazırlamaktadır. Ayrıca uluslararası ticaret açısından bakıldığında, sigorta teminatı ülkeler arası ekonomik ilişkilerin daha güvenilir bir zeminde yürütülmesine katkı sağlamaktadır. Özellikle nakliyat sigortaları, küresel ticaretin güvenliğini artırarak mal ve hizmet akışının kesintisiz şekilde devam etmesini mümkün kılmaktadır. Bu sayede işletmelerin dış pazarlara erişimi kolaylaşmakta ve ekonomik entegrasyon süreci hız kazanmaktadır. (Cesur, 2024: 155)

Sigorta sektörünün küresel risk yönetimi açısından önemli bir diğer boyutu ise reasürans mekanizmasıdır. Sigorta şirketleri, üstlendikleri riskleri uluslararası reasürans kuruluşlarına devrederek büyük ölçekli zararların tek bir kurum üzerinde yoğunlaşmasını engellemektedir. Bu yapı, riskin daha geniş bir finansal havuza yayılmasını sağlayarak sistemin dayanıklılığını artırmakta ve sigorta sektörünün sürdürülebilirliğini güçlendirmektedir.

Sigorta şirketlerinin prim gelirleri zaman içerisinde önemli bir fon birikimine dönüşmektedir. Bu kaynaklar âtıl şekilde tutulmak yerine çeşitli yatırım araçlarına yönlendirilerek ekonomik sisteme yeniden kazandırılmaktadır. Böylece sigorta sektörü, sermaye piyasalarının derinleşmesine, altyapı yatırımlarının finansmanına ve ekonomik büyümenin desteklenmesine doğrudan katkı sunmaktadır. Günümüz ekonomilerinde uzun vadeli yatırımların hayata geçirilmesi büyük ölçüde istikrarlı finansman kaynaklarına bağlıdır; bu noktada sigorta sektörü önemli bir tamamlayıcı rol üstlenmektedir. (Özbolat, 2006: 26)

Sonuç olarak sigorta sektörü, hem mikro düzeyde birey ve işletmeleri koruyan hem de makro düzeyde ekonomik istikrarı ve kalkınmayı destekleyen çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Hasar sonrasında devreye giren tazminat mekanizması sayesinde üretim süreçlerinin kesintiye uğraması engellenmekte, işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri mümkün hale gelmektedir. Bu yönüyle sigorta, yalnızca bir güvence sistemi değil, aynı zamanda üretim sürekliliğini ve ekonomik istikrarı destekleyen stratejik bir sektör olarak değerlendirilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2.SİGORTACILIĞIN DAĞITIM KANALLARI

Sigorta hizmetleri, sahip oldukları yapısal özellikler nedeniyle hem yoğun rekabet ortamına açık hem de teknolojik gelişmelerden doğrudan etkilenen bir sektör görünümü arz etmektedir. Bunun yanında, sigortacılık faaliyetlerinde güven ilişkisi ve müşteri ile kurulan birebir iletişimin belirleyici rol oynaması, dağıtım kanallarının niteliğini diğer hizmet sektörlerinden farklılaştırmaktadır. Özellikle hizmetlerin soyutluk ve ayrılmazlık özellikleri, sigorta ürünlerinin pazarlanması ve dağıtımında yüz yüze ilişkiyi önemli kılmakta; bu durum doğrudan dağıtım kanallarının sektör içerisindeki ağırlığını artırmaktadır (Evren, 2007:109; Öztürk, 2003: 52).

Doğrudan dağıtım, genel olarak sigorta şirketlerinin herhangi bir aracıya başvurmaksızın poliçe satışını gerçekleştirdiği yöntemleri ifade etmektedir. Bu yöntem, şirketlerin kendi bünyelerinde oluşturdukları satış organizasyonları aracılığıyla poliçe pazarlaması yapmalarını kapsadığı gibi, müşterilere doğrudan ulaşarak satış faaliyetinde bulunmalarını da içermektedir. Bu kapsamda doğrudan satış, sigorta şirketlerinin kendi satış ekipleri vasıtasıyla yürüttüğü ve tüm organizasyonunun şirket tarafından planlanıp denetlendiği bir dağıtım modeli olarak ortaya çıkmaktadır. Böylelikle sigorta şirketleri, üretimden pazarlamaya kadar uzanan tüm süreçler üzerinde yönetim ve denetim yetkisini elinde bulundurmaktadır. Nitekim oluşturulan direkt satış ekipleri aracılığıyla hem ticari hem de bireysel sigorta ürünlerinin pazarlanması mümkün olmaktadır (Evren, 2007: 109).

Sigortacılık sektörünün güven esasına dayanması, dağıtım kanallarının işleyişinde müşteri-satıcı ilişkisini daha da önemli hale getirmektedir. Sigorta ürünü satın alan kişiler, yalnızca poliçe edinmekle kalmamakta; aynı zamanda uzun yıllar devam etmesi beklenen bir hizmet ilişkisine dahil olmaktadır. Bu nedenle sigortalılar açısından kurumsal güvenilirlik, hizmet sürekliliği ve kişisel iletişim büyük önem taşımaktadır. Uluslararası ölçekte faaliyet gösteren büyük şirketlerde, müşteri ilişkilerinin çoğunlukla uzun süreli ve kişisel bağlar üzerinden yürütüldüğü görülmektedir. Buna karşılık Türkiye’de doğrudan satış kanallarında görev yapan personelin sık değişmesi, sigortalıların ihtiyaç duyduğu güven ortamını ve hizmet devamlılığını zayıflatabilmektedir (Yücesan, 1999: 38).

Doğrudan dağıtımın bir diğer görünümü olan doğrudan pazarlama ise sigorta şirketlerinin mevcut ve potansiyel müşterilerle doğrudan iletişim kurarak ürün tanıtımı ve satış faaliyetlerini yürütmesini ifade etmektedir. Son yıllarda, teknolojik gelişmelerin hız kazanması ve rekabet

koşullarının yoğunlaşmasıyla birlikte doğrudan pazarlama faaliyetlerinin sigortacılık sektöründe daha yaygın şekilde kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Bu süreçte, hedef kitlenin doğru belirlenmesi, müşteri özelliklerinin analiz edilmesi ve satın alma davranışını etkileyen motivasyon unsurlarının incelenmesi, pazarlama stratejilerinin başarısı bakımından önem taşımaktadır (Emgin ve Söngü, 2004: 5). Dolayısıyla, günümüz sigortacılık uygulamalarında doğrudan dağıtım ve pazarlama yöntemleri, müşteri ilişkilerinin geliştirilmesi ve rekabet avantajı sağlanması bakımından stratejik bir konuma sahiptir. Sigorta sözleşmelerinin kurulması sürecinde tarihsel olarak acente ve broker olmak üzere iki temel aracı yapı öne çıkmaktadır.

2.1. Acente

Acenteler, sigorta şirketleri adına hareket eden ve şirketin temsilcisi konumunda bulunan yapılardır. Sigorta şirketleri, bireylere ulaşmak, sigorta sözleşmeleri yapmak ve prim tahsilatı gibi işlemleri yürütmek için acentelerden yararlanırlar. Sigortacılık, yalnızca poliçe satışından ibaret olmayıp taraflar arasında sürekli iletişim ve takip gerektiren bir faaliyettir. Bu nedenle acenteler, sigorta sözleşmesinin kurulmasından sözleşme süresince devam eden işlemlere kadar sigortacı adına önemli görevler üstlenirler. (Gökbunar ve Kayalı, 2001: 6)

Sigorta acenteleri; müşterilerle görüşme yapmak, poliçe veya teminat belgesi düzenlemek, prim toplamak ve hasar durumlarında sigortalıya rehberlik etmek gibi hizmetler sunarlar. Yetkileri doğrultusunda belirli sınırlar içinde hasar ödemesi yapabilmeleri de mümkündür. Bu yönüyle acenteler, sigorta şirketi ile sigortalı arasında köprü görevi gören önemli araçlardır. (Dursun ve Gürsev, 2016: 557)

Sigorta acenteleri, sigortacılık sektöründe faaliyet gösteren araçlar olarak ticari hayat içerisinde önemli bir işlev üstlenmektedirler. Bu nedenle, öncelikle sigortacılık faaliyetlerinin hukuki çerçevesine ilişkin genel açıklamalarda bulunulması yerinde olacaktır. Türk sigortacılık mevzuatına göre, yalnızca sigortacılık işlemleri ile bu faaliyetlerle doğrudan bağlantılı işlerde bulunmak amacıyla kurulmuş tüzel kişiler sigortacılık faaliyetinde bulunabilmektedir. Nitekim 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'nun 3/1. maddesi uyarınca, sigortacılık alanında faaliyette bulunacak kuruluşların "anonim şirket" veya karşılıklı sigortacılık esasına dayanan sigorta yapmak üzere "kooperatif" statüsünde teşkil edilmesi zorunludur. (Uraz, 1997: 3)

Sigorta sözleşmesinin taraflarından biri sigortacı iken, karşı tarafta "sigorta ettiren" yer almaktadır. Sigorta sözleşmesinin kurulabilmesi bakımından özel bir ehliyet şartı öngörülmemiştir. Dolayısıyla, medeni hakları kullanma ehliyetine sahip ve fiil ehliyetini haiz

her gerçek veya tüzel kişinin sigorta sözleşmesi akdedebilmesi mümkündür. Sigorta ettiren, kendi ekonomik veya şahsi menfaatini teminat altına almak amacıyla sözleşme yapmışsa aynı zamanda sigortalı sıfatını da taşımaktadır. Bununla birlikte, sigorta sözleşmesinin üçüncü kişi lehine kurulması da mümkündür. Bu durumda, sigorta sözleşmesinin tarafı olan sigorta ettiren ile menfaati koruma altına alınan sigortalı farklı kişilerden oluşmaktadır. (Yücesan, 1999: 43).

Bu ayrıma örnek olarak grup sigortaları gösterilebilir. Özellikle işverenlerin çalışanlarının tamamını tek bir poliçe kapsamında sigorta ettirmesi halinde, tek bir sigorta ettiren karşısında birden fazla sigortalının bulunduğu görülmektedir. Bu tür sözleşmeler, sigorta ilişkisinin kolektif nitelik kazanmasına imkân sağlamaktadır.

Sigorta sözleşmesinin esaslı unsurlarından biri de “sigorta menfaati” dir. Sigorta menfaatinin hukuken korunmaya değer ve ekonomik açıdan para ile ölçülebilir nitelikte olması gerekmektedir. Aksi hâlde, sigorta sözleşmesinin konusundan söz edilemez. Bunun yanında, sigorta hukukunda “tehlike” kavramı (hayat sigortalarında ise olay), sigortacının tazminat veya belirlenen meblağı ödeme borcunu doğuran olguya işaret etmektedir. Bu olayın gerçekleşip gerçekleşmeyeceği önceden bilinmeyebilir yahut gerçekleşmesi kesin olmakla birlikte ne zaman meydana geleceği öngörülemez olabilir.

Son olarak “prim”, sigortacının üstlendiği riziko karşılığında sigorta ettiren tarafından ödenen bedeldir. Başka bir ifadeyle prim, tehlikenin gerçekleşmesi hâlinde ödenecek sigorta tazminatı veya sigorta bedelinin finansmanını sağlayan ekonomik karşılıktır. Bu yönüyle prim ödeme borcu, sigorta sözleşmesinin ivazlı niteliğinin temel göstergelerinden birini oluşturmaktadır.

2.2. Broker

Brokerlik, çoğunlukla sigorta yaptırmak isteyen tarafın menfaatlerini gözeten aracilar olarak faaliyet gösteren yapıları ifade etmektedir. Özellikle bazı hukuk sistemlerinde, sigorta alanında çalışan bu aracıları genel faaliyetlerinden ayırmak amacıyla “broker” kavramı geliştirilmiştir.

Türk sigorta sektöründe de brokerlik kavramı dış hukuk sistemlerinden etkilenecek uygulama alanı bulmuştur. Her ne kadar brokerlerin faaliyet alanı belirli ölçüde acentelik ve tellallık ile benzerlik gösterse de hukuki statüleri ve fonksiyonları bakımından bu yapılardan ayrılmaktadır. Broker, sözleşmenin kurulmasına aracılık eden bir yapı olmakla birlikte klasik anlamda yalnızca tarafları bir araya getiren bir tellal gibi hareket etmez. Bunun yerine, risk analizi yapma, uygun sigorta ürünlerini belirleme, teklif karşılaştırma ve müşteriye danışmanlık sunma gibi daha kapsamlı görevler üstlenir. (Bozkurt, 2006: 351).

Brokerlik kurumunun ayırt edici yönlerinden biri bağımsızlık unsurudur. Broker, herhangi bir sigorta şirketine bağlı olmaksızın faaliyet gösterdiğinden, temel olarak müşterinin ihtiyaçlarını merkeze alan bir hizmet sunar. Bu yönüyle sigorta şirketinin ürünlerini pazarlayan acentelerden ayrılır. Ayrıca brokerlik, yalnızca sigortacılık alanına özgü bir faaliyet olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle Türk hukukunda klasik tacir yardımcıları arasında değerlendirilen komisyoncu, acente veya tellal kategorileri içinde doğrudan yer almamaktadır.

Broker kavramı, isim benzerliği nedeniyle sermaye piyasalarında faaliyet gösteren borsa brokerleri ile de karıştırılabilmektedir. Ancak iki yapı arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Borsa brokerleri, yatırım araçlarının alım satımına aracılık eden ve sermaye piyasalarında müşteri temsilciliği yapan profesyonellerdir. Sigorta brokerleri ise sigorta ilişkisi çerçevesinde faaliyet gösterir ve temel uzmanlık alanları risk yönetimi ile sigorta sözleşmeleridir.

Brokerin hukuki niteliği bakımından gerçek kişi veya tüzel kişi olarak faaliyet gösterebilmesi mümkündür. Her iki durumda da brokerin tacir sıfatını taşıdığı kabul edilmektedir. Bu durum brokerlerin ticaret hukukundan doğan hak ve yükümlülüklerle tabi olmasını beraberinde getirir. Gerçek kişi brokerlerin ticari işletmeye sahip olması gerekirken, tüzel kişi brokerlerin ise belirli şirket türleri çerçevesinde kurulmaları zorunlu tutulmaktadır. Uygulamada brokerlik faaliyetlerinin çoğunlukla anonim şirket veya limited şirket yapısı altında yürütüldüğü görülmektedir. Brokerlik sözleşmesi, hukuki niteliği bakımından farklı hukuk sistemlerinde değişik şekillerde değerlendirilmektedir. Örneğin, İsviçre hukukunda brokerlik sözleşmesi isimsiz sözleşmeler arasında kabul edilirken, Türk hukukunda açık yasal dayanağa sahip bir sözleşme türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar brokerlik faaliyeti Türk hukukunda

özel olarak düzenlenmiş olsa da sözleşmenin yapısı incelendiğinde tek tip bir sözleşme ilişkisine indirgenemeyecek kadar karmaşık bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. (Kırkbeşoğlu ve Hood, 2016: 1-29)

Broker ile sigorta ettiren arasındaki ilişki, farklı sözleşme türlerine ait unsurları bir arada barındırmaktadır. Broker tarafından risk analiz raporunun hazırlanması, eser meydana getirme niteliği taşıdığı için istisna sözleşmesine benzer özellikler göstermektedir. Bunun yanında müşterinin ihtiyaçlarına uygun sigorta tekliflerinin araştırılması, alternatiflerin sunulması ve sözleşmenin kurulmasına aracılık edilmesi faaliyetleri tellallık ilişkisinin özelliklerini çağrıştırmaktadır. Ayrıca poliçe öncesi belgelerin incelenmesi, sözleşme sürecine ilişkin bilgilendirme yapılması ve sözleşme sonrasında müşteriye gerekli bilgi akışının sağlanması ise hizmet sunumuna dayalı borç ilişkileriyle benzerlik göstermektedir.

Ancak brokerlik ilişkisinin bütünü birlikte değerlendirildiğinde, en baskın hukuki karakterin vekâlet sözleşmesine yakın olduğu söylenebilir. Bunun temel nedeni brokerin çoğu durumda sigorta ettiren adına hareket etmesi, onun menfaatlerini gözetmesi ve belirli işlemleri temsil yetkisi çerçevesinde gerçekleştirebilmesidir. Broker yalnızca tarafları buluşturan pasif bir aracı değil, aynı zamanda sigorta ettirenin risk yönetimi sürecini aktif şekilde yöneten profesyonel bir danışmandır. Bu yönüyle klasik aracılık ilişkilerinden ayrılmaktadır.

Broker ile sigortacı arasındaki ilişki ise ilk bakışta tellallık veya aracı acentelik yapısına benzer görünmektedir. Bununla birlikte broker, ne acente gibi doğrudan sigorta şirketi adına hareket eder ne de tellal gibi yalnızca tarafların bir araya gelmesini sağlar. Brokerin esas farklılığı, sigorta ettirenin temsilcisi olarak onun adına ve hesabına işlem yapabilme yetkisine sahip olmasıdır. Bu durum brokerin hukuki konumunu çift taraflı ilişki içinde özgün bir noktaya taşımaktadır. (Bozkurt, 2006: 351).

Dolayısıyla brokerlik, mevcut aracılık modelleriyle tam anlamıyla örtüşmeyen kendine özgü bir hukuki yapı ortaya koymaktadır. Sigorta brokeri, klasik ticaret hukuku sistematığında yer alan diğer aracılık kurumlarından farklı olarak yalnızca sigortacılık alanına özgü işlev gören özel nitelikli bir tacir yardımcısıdır. Bu özellik nedeniyle brokerlik ilişkisi, geleneksel sözleşme tipleri içerisinde tam karşılık bulamamaktadır.

Bu durum aynı zamanda Türk sigorta mevzuatı ile Türk Ticaret Kanunu arasındaki sistematik uyumsuzluğun da bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Sigortacılık alanında yapılan yeni düzenlemelerin ticaret hukuku hükümleriyle daha bütüncül biçimde uyumlaştırılması halinde brokerlik kurumunun hukuki niteliği daha net bir zemine oturtulabilirdi. Böyle bir yaklaşım

yalnızca brokerlik kurumunun sistematik yerini güçlendirmekle kalmayacak, aynı zamanda ticaret hukukunda daha önce düzenlenmiş olan sigorta tellallığı kurumunun da uygulamada daha etkin hale gelmesine katkı sağlayabilecekti.

Sonuç olarak brokerlik, sigortacılık sektöründe yalnızca aracılık işlevi gören basit bir mekanizma değil; uzmanlık, bağımsızlık ve profesyonel danışmanlık unsurlarını bir araya getiren özel bir faaliyet alanıdır. Bu nedenle brokerler, sigorta piyasasında hem müşterilerin daha bilinçli karar almasına katkı sağlamakta hem de piyasa rekabetinin gelişmesine destek olmaktadır.

2.3. Diğer (Merkez)

Sigorta sektöründe dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte dağıtım kanalları önemli bir dönüşüm sürecine girmiştir. Özellikle online direkt satış modellerine erken dönemde uyum sağlayan sigorta şirketlerinin belirli pazarlarda önemli avantajlar elde ettiği görülmektedir. Bu şirketler çoğunlukla fiyat hassasiyeti yüksek müşteri segmentlerine hitap ederek maliyet avantajı üzerinden rekabet gücü kazanmıştır. Bununla birlikte sigorta hizmetlerinin doğası gereği, tüm müşteri gruplarının yalnızca dijital kanallarla tatmin edilmesi mümkün görünmemektedir. Bu nedenle sektörde giderek daha fazla kabul gören yaklaşım, farklı müşteri beklentilerini aynı anda karşılayabilen çok kanallı dağıtım modelidir. (Aktaş, 1992:94).

Özellikle 2000 ile 2010 yılları arasında Amerika Birleşik Devletleri araç sigortası pazarında faaliyet gösteren şirketler incelendiğinde, kârlılık ve büyümeyi aynı anda sürdürebilen şirketlerin sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Bu dönemde öne çıkan GEICO, Progressive Corporation ve USAA gibi şirketlerin ortak özelliği, dijital sigortacılık modellerine erken aşamada yatırım yapmalarıdır. Söz konusu şirketler online satış kanallarını etkin kullanarak operasyonel maliyetlerini düşürmüş ve fiyat odaklı müşteri kitlesine daha kolay ulaşabilmiştir.

Ancak doğrudan satış modelinin başarılı örneklerine rağmen sigorta müşterilerinin önemli bir kısmı hâlen fiziksel temas ihtiyacı duymaktadır. Sigorta ürünleri çoğu zaman karmaşık yapıda olduğundan, müşteriler satın alma kararında birebir iletişim kurabilecekleri kanalları daha güven verici bulabilmektedir. Örneğin oto sigortalarında satışların önemli bir bölümünün hâlen acenteler aracılığıyla gerçekleşmesi, müşteri davranışlarında kişisel temasın önemini koruduğunu göstermektedir. Benzer şekilde bazı müşteriler poliçelerini online ortamda araştırmalarına rağmen satın alma işlemini fiziksel bir ofiste tamamlamayı tercih etmektedir. Bu durum, güven algısının yalnızca dijital deneyimle değil, fiziksel varlık ve kurumsal görünürlükle de desteklendiğini ortaya koymaktadır. (Evren, 2007: 109).

Bu gelişmeler doğrultusunda, başlangıçta yalnızca online modele ağırlık veren sigorta şirketlerinin fiziksel ofis yatırımlarına yöneldiği gözlemlenmektedir. Buna karşılık geleneksel acente ağına dayalı çalışan şirketler ise çağrı merkezi, mobil uygulama ve internet tabanlı hizmet altyapılarını geliştirmeye başlamıştır. Böylece sektör, tek kanallı yapıdan uzaklaşarak daha bütünleşmiş hizmet modellerine yönelmektedir.

Sigorta şirketlerinin dağıtım stratejilerini belirlerken öncelikle ne ölçüde çok kanallı bir yapı benimseyeceklerine karar vermeleri gerekmektedir. Bu karar, şirketin operasyonel modeli, yatırım alanları ve hedef müşteri kitlesi üzerinde doğrudan etkili olmaktadır. Direkt dağıtıma dayalı çalışan şirketler genellikle internet sitesi, mobil uygulama ve çağrı merkezi gibi dijital

altyapılara yatırım yaparak müşteri deneyimini hız ve erişilebilirlik üzerinden optimize etmeye çalışmaktadır. Bu modelde fiyat rekabeti belirgin olduğundan düşük maliyet avantajı ön plana çıkmaktadır. Bunun yanında yüksek hizmet kalitesi sunabilen şirketler, fiziksel acente ihtiyacı duymadan çözüm arayan müşterileri de çekebilmektedir.

Bazı şirketler dijital kanalların yanı sıra yukarıda yer alan stratejik lokasyonlarda fiziksel ofisler açarak hibrit bir model geliştirmektedir. Böylece hem online kolaylığı sunulmakta hem de müşterilere kurumsal güven duygusu pekiştirilmektedir. Bunun yanında direkt satış ile acente kanalını birlikte kullanan şirketler, müşteri segmentasyonu açısından daha geniş bir kapsama ulaşabilmektedir. Bu yaklaşım, hem birebir danışmanlık ihtiyacı olan müşterileri hem de işlemlerini dijital ortamda bağımsız şekilde yürütmek isteyen kullanıcıları aynı sistem içinde buluşturmaktadır. Ancak böyle bir entegrasyon, yalnızca satış süreçlerinin değil ürün tasarımlarının, bilgi sistemlerinin ve operasyonel altyapının da yeniden yapılandırılmasını gerekli kılmaktadır.

Son dönemde öne çıkan bir diğer model ise bağımsız acentelerin dijital sisteme daha güçlü şekilde entegre edilmesidir. Bu modelde sigorta şirketi, kendi dijital platformuna gelen müşteri trafiğini bağımsız acentelere yönlendirebilmekte ve böylece hem teknolojik altyapısını değerlendirmekte hem de acente ağını sistemin bir parçası hâline getirmektedir. Hatta bazı durumlarda şirketler, bağımsız acentelerin dijital varlığını güçlendirmek amacıyla yazılım desteği ve teknik altyapı desteği sağlayabilmektedir.

Bu yaklaşım bağımsız acenteler açısından önemli bir dönüşüm fırsatı yaratmaktadır. Geleneksel satış yöntemleriyle sınırlı kalan acenteler, teknoloji desteği sayesinde yeni nesil müşteri beklentilerini daha iyi anlayabilmekte ve dijitalleşen pazarda rekabet güçlerini koruyabilmektedir. Aynı zamanda sigorta şirketi ile bağımsız acente arasındaki ilişkinin daha entegre ve sürdürülebilir bir zemine taşınması mümkün hâle gelmektedir. (Dursun ve Gürsev, 2016: 557)

Sonuç olarak sigorta sektöründe dağıtım kanalları artık birbirinin alternatifi değil, birbirini tamamlayan yapılar olarak değerlendirilmektedir. Müşteri beklentilerinin çeşitlenmesi ve dijitalleşmenin hız kazanması, sigorta şirketlerini çok kanallı dağıtım modellerine yöneltmektedir. Gelecekte başarılı olacak şirketlerin yalnızca güçlü dijital altyapıya sahip olanlar değil, aynı zamanda dijital ve fiziksel temas noktalarını dengeli biçimde bir araya getirebilen kurumlar olacağı öngörülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.BANKA SİGORTACILIĞI (BANKASÜRANS)

Çalışmanın ilk iki bölümünde sigortacılık kavramının ortaya çıkış serüveni ve kullanım sektörlerinin temelleri incelenmeye çalışılmıştır. Bu bölümde ise sigortacılığın temel yapı taşlarından olan banka sigortacılığı kavramı incelenecektir.

3.1. Banka Sigortacılığının Gelişimi

Banka sigortacılığı (bancassurance), finansal hizmetler sektöründeki yapısal dönüşümün bir sonucu olarak ortaya çıkan ve bankacılık ile sigortacılık faaliyetlerinin entegrasyonunu ifade eden bütünleşik bir dağıtım modelidir. Bu modelin gelişimi, özellikle gelişmiş ekonomilerde finansal aracılık sisteminin yeniden yapılanmasıyla yakından ilişkilidir. Söz konusu süreçte bankalar, klasik bankacılık fonksiyonlarının ötesine geçerek sigorta ürünlerinin pazarlanması ve dağıtımında etkin bir kanal haline gelmiştir. (Saka, 2017: 2).

Küreselleşme, finansal piyasaların serbestleşmesi, sermaye hareketlerinin hızlanması, teknolojik ilerlemeler ve düzenleyici çerçevelerdeki uyumlaştırma çalışmaları, finansal sistemin dönüşümünü hızlandıran temel unsurlar olmuştur. Özellikle Avrupa Birliği sürecinde yürütülen finansal entegrasyon politikaları, mali piyasaların homojenleşmesini desteklemiş; finansal kurumlar arasındaki rekabeti artırmış ve sektörler arası sınırların giderek belirsizleşmesine yol açmıştır. Bu yapısal dönüşüm, bankacılık sektöründe birleşme ve satın alma faaliyetlerinin artmasına, ürün çeşitliliğinin genişlemesine ve yenilikçi finansal hizmetlerin gelişmesine zemin hazırlamıştır. (Tunay, 2014: 36).

Bu dönüşüm sürecinin bankacılık sektörü üzerindeki en önemli etkilerinden biri gelir yapısında meydana gelen değişimdir. Geleneksel faiz gelirlerinin toplam gelir içindeki payı görece azalırken, faiz dışı gelir kalemleri stratejik bir önem kazanmıştır. Sigorta ürünlerinin bankacılık kanalları üzerinden sunulması, bankaların komisyon bazlı gelirlerini artırmış; böylece kârlılık üzerindeki baskıyı azaltarak gelir çeşitliliğini güçlendirmiştir.

Banka sigortacılığının tarihsel gelişimi incelendiğinde, sürecin 1970’li yıllarda pazarlama iş birlikleri ile başladığı, 1985–2000 döneminde operasyonel ve hizmet bazlı entegrasyonun güçlendiği ve 2000’li yıllardan itibaren müşteri odaklı, tam bütünleşmiş finansal hizmet modeline evrildiği görülmektedir. Bu evrim, finansal hizmetlerin tek bir kanal üzerinden bütünleşik şekilde sunulmasına imkân tanımıştır. (Karacan, 1994: 228).

Uygulamanın ilk kurumsal örnekleri Fransa ve İspanya’da ortaya çıkmıştır. Fransa’da sigorta şirketleri ile bankalar arasında kurulan stratejik iş birlikleri sayesinde kredi sigortası ürünlerinin doğrudan bankacılık kanalları üzerinden müşterilere sunulması bu modelin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. İspanya’da ise 1980’li yılların başında bankaların sigorta şirketlerini bünyelerine katmalarıyla süreç hız kazanmış; ancak düzenleyici müdahaleler nedeniyle belirli dönemlerde faaliyetler kısıtlanmıştır. (Chevalier, 2012: 4).

Bunu takiben Belçika’da 1989 yılından itibaren banka sigortacılığı uygulamaları yaygınlaşmış, Almanya ve İtalya gibi büyük Avrupa ekonomileri ise bu modele daha sonraki aşamalarda dahil olmuştur. Türkiye’de ise özellikle hayat sigortası ürünlerine yönelik vergi teşvikleri, banka sigortacılığı modelinin gelişimini destekleyen önemli bir unsur olarak öne çıkmış ve benzer uluslararası örneklerle paralel bir gelişim sürecine katkı sağlamıştır. (Chevalier, 2012: 4).

3.2. Dünyada Bankasürans

Banka sigortacılığı uygulamaları ilk olarak Avrupa’da ortaya çıkmış ve başlangıçta ağırlıklı olarak hayat sigortası ürünleri üzerinden gelişim göstermiştir. Zamanla hayat dışı sigorta ürünlerinin de sürece dahil olmasıyla birlikte bu model, sigorta piyasalarında giderek daha geniş bir kullanım alanı bulmuştur. Bununla birlikte Avrupa ülkelerinde banka sigortacılığı için tek tip bir modelden söz etmek mümkün değildir. Her ülke, kendi finansal yapısı, sigorta piyasasının özellikleri ve düzenleyici otoritenin yaklaşımı doğrultusunda farklı uygulama modelleri geliştirmiştir. (Yolalan, 2008: 49)

Bu bağlamda Fransa ve Belçika’da bankalar ile sigorta şirketlerinin tam entegrasyonuna dayanan modeller ön plana çıkarken; İspanya, Portekiz ve İtalya gibi ülkelerde daha çok ortak girişim yapıları tercih edilmiştir. Almanya’da ise bankaların sigorta ürünlerini doğrudan üretmekten ziyade, sigorta şirketleriyle yaptıkları dağıtım anlaşmaları aracılığıyla aracılık faaliyetinde bulunduğu bir model benimsenmiştir. Dolayısıyla Avrupa genelinde banka sigortacılığının etkinliği ve pazar payı, uygulanan modele bağlı olarak farklılık göstermektedir. (Turan, 2014: 7)

Fransa örneğinde, 1980’li yıllardan itibaren hayat sigortası ürünlerinin önemli ölçüde büyüdüğü, ilerleyen süreçte ise bankaların hayat dışı sigorta ürünlerinin satışında da aktif rol üstlendiği görülmektedir. Fransız bankaları, çoğu zaman bağımsız sigorta şirketleriyle pazarlama anlaşmaları yapmış ya da karşılıklı ortaklık yapıları oluşturmuştur.

İngiltere’de ise sigorta piyasası yüksek prim üretimiyle dikkat çekmektedir. Finansal hizmetlerin düzenlenmesinde 1997 yılında tüm denetim yapısının tek bir çatı altında toplanması

(FSA), 1999 yılında ise sigorta denetiminin bu yapıya dahil edilmesi, finansal sektörler arasındaki entegrasyonu hızlandırmıştır. Buna rağmen İngiltere’de banka sigortacılığının payı özellikle hayat dışı sigortalarda görece sınırlı kalmış, bankalar daha çok mortgage ve konut sigortası gibi ürünlere odaklanmıştır. Ayrıca bankaların gelişmiş dijital kanalları (telefon bankacılığı, internet vb.) etkin biçimde kullanarak maliyet avantajı sağlamaya çalıştığı görülmektedir. Buna karşın kurumsal sigorta segmentinde bankaların payı oldukça düşük seviyededir ve bu alan daha çok sigorta brokerleri tarafından domine edilmektedir. (Turan, 2014: 7)

Hollanda’da ise bankacılık ve sigortacılık arasındaki sınırların büyük ölçüde ortadan kalkmasıyla birlikte bütünleşik finansal hizmet yapısı yaygınlaşmıştır. Özellikle hayat sigortası ve emeklilik ürünlerinde bankaların önemli bir başarı elde ettiği görülmektedir. Allfinans yaklaşımı çerçevesinde geliştirilen çoklu dağıtım stratejileri; brokerler, doğrudan pazarlama ve çağrı merkezleri gibi kanalların birlikte kullanılmasını mümkün kılmıştır. Bu durum hem maliyetlerin azalmasına hem de hizmet etkinliğinin artmasına katkı sağlamıştır. (Berberich, 2000: 15).

İtalya’da banka sigortacılığı, 1990 yılında yürürlüğe giren Amato Yasası ile önemli bir ivme kazanmıştır. Söz konusu düzenleme, bankaların sigorta şirketlerine yatırım yapabilmesine olanak tanıyarak sektörün gelişimini hızlandırmıştır. 2000’li yıllara gelindiğinde İtalya’da banka sigortacılığı ciddi bir pazar hacmine ulaşmış, büyük sigorta şirketlerinin önemli bir kısmı banka kanallarıyla faaliyet göstermeye başlamıştır. Pazar yapısında hem bağımsız faaliyet gösteren bankalar hem de ortak girişim modelleri etkili olmuştur.

Almanya’da ise düzenleyici çerçevenin daha korumacı olması nedeniyle banka sigortacılığı sınırlı bir gelişim göstermiştir. Bankaların sigorta faaliyetleri genellikle ayrı tüzel yapılar aracılığıyla yürütülmekte ve sıkı denetim mekanizmalarına tabi tutulmaktadır. Mevcut yapıda bankalar çoğunlukla sigorta şirketleriyle pazarlama iş birlikleri kurmakta, ancak tam entegrasyon modeli yaygınlık kazanmamaktadır. Bu durum, Alman sigorta piyasasında dağıtımın daha çok geleneksel yapılar üzerinden gerçekleşmesine neden olmaktadır. (Kasapoğlu, 2007: 35).

Amerika Birleşik Devletleri’nde ise toplam sigorta prim üretimi yüksek olmasına rağmen banka sigortacılığı oldukça sınırlı bir gelişim göstermiştir. Bunun temel nedeni, uzun yıllar boyunca sektöre yönelik yasal kısıtlamalar ve eyalet bazlı düzenleyici yapıdır. Her eyaletin ayrı lisanslama sürecine sahip olması, ulusal düzeyde bütünleşik bir modelin oluşmasını zorlaştırmıştır. Buna rağmen bankalar, rekabet koşulları ve müşteri ihtiyaçlarındaki değişim

doğrultusunda sigorta ürünlerini stratejik bir alan olarak değerlendirmeye başlamıştır. Ancak Avrupa'ya kıyasla banka sigortacılığı daha sınırlı bir yapıda kalmıştır. (Erkan, 2005: 42).

Kanada'da da benzer şekilde düzenleyici kısıtlamalar banka sigortacılığının gelişimini sınırlamıştır. Bankaların geniş şube ağlarını sigorta dağıtımında kullanması büyük ölçüde engellenmiş, sigorta satışlarının önemli bir kısmı broker ve acente kanallarına bırakılmıştır. Bu durum, Kanada sigorta piyasasında broker ağırlıklı bir yapı oluşmasına neden olmuştur.

Brezilya'da ise daha esnek düzenleyici ortam sayesinde banka sigortacılığı önemli ölçüde gelişme göstermiştir. Bankalar farklı stratejiler benimseyerek doğrudan satış, ortaklık veya aracılık modelleri üzerinden sigorta dağıtımını gerçekleştirmiştir. Bu çeşitlilik, banka sigortacılığının başarı oranını artıran önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

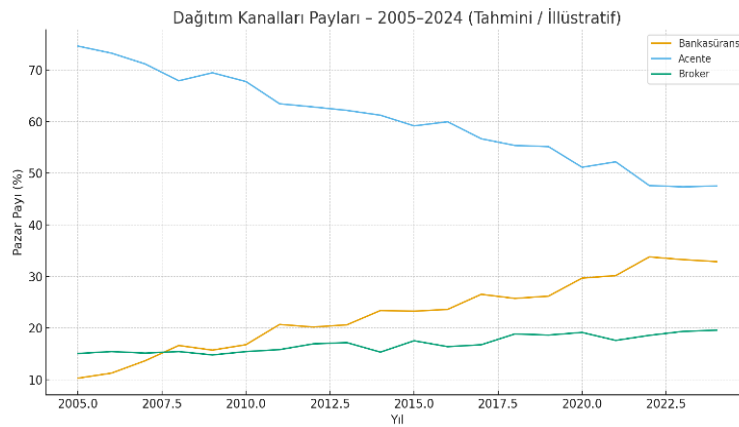
Asya pazarında ise Tayland, Güney Kore, Malezya, Çin, Endonezya ve Hindistan gibi ülkelerde banka sigortacılığı giderek daha etkin hale gelmiştir. Özellikle Hindistan'da 2000'li yıllardan itibaren sektörde önemli bir büyüme gözlemlenmiştir. Çin'de düzenleyici kurumların 2003 yılında gerçekleştirdiği liberalizasyon süreci banka sigortacılığını desteklemiş, ancak 2010 sonrası getirilen bazı kısıtlamalar dağıtım kanallarındaki banka payını azaltmıştır. Malezya ise Asya bölgesinde banka sigortacılığının en güçlü olduğu ülkelerden biri olup, hayat sigortası ürünlerinin yaklaşık yarısı bankalar aracılığıyla pazarlanmaktadır. (Turan, 2014: 5).

3.2. Türkiye’de Bankasürans

Bankacılık sektörü, 2025 yılı itibarıyla Türkiye’de bankasürans faaliyetlerinin temel taşıyıcısı olmayı sürdürmektedir. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu verilerine göre 2025 yılı itibarıyla bankacılık sektörünün toplam aktif büyüklüğü 44,97 trilyon TL seviyesine ulaşmıştır. Buna karşılık sigortacılık ve bireysel emeklilik alanında faaliyet gösteren kurumların finansal büyüklüğü daha sınırlı kalmakla birlikte, sektör istikrarlı büyümesini sürdürmektedir. Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu tarafından yayımlanan 2025 yılı ilk yarı verilerine göre sektörün toplam aktif büyüklüğü 3,0 trilyon TL’ye, brüt prim üretimi ise 601 milyar TL’ye ulaşmıştır. Bu göstergeler, sigorta sektörünün ölçek bakımından bankacılık sektörünün gerisinde kalmasına rağmen finansal sistem içerisindeki önemini giderek artırdığını ortaya koymaktadır.

Türkiye’de sigorta ürünlerinin dağıtım yapısı branş bazında farklılaşmaktadır. Hayat dışı sigorta ürünlerinde üretimin önemli bölümü geleneksel olarak acente kanalı üzerinden gerçekleşirken, hayat sigortalarında banka dağıtım kanalı belirgin biçimde baskın konumdadır. Bu durum, bankacılık sektörünün güçlü müşteri ağı, yaygın şube organizasyonu ve mevcut finansal ürün portföyü sayesinde sigorta ürünlerinin satışında önemli bir avantaj elde ettiğini göstermektedir. (Pamukçu, 1996: 59)

Şekil 1: Türkiye’de Sigortacılık Uygulama Kanallarının Büyüme Trendi



Kaynak: Türkiye Sigorta Birliği (<https://www.tsb.org.tr>) 2024 yılı kapanış verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 1’de görüldüğü üzere 2005 yılında yaklaşık %10 seviyesinde olan pay, 2010 sonrasında hızlı bir büyüme göstermiş ve 2024 yılına doğru %25–30 bandına yaklaşmıştır. Bu gelişim, Türkiye’de özellikle konut kredileriyle bağlantılı hayat sigortaları ve bireysel bankacılık ürünlerinin yaygınlaşmasıyla uyumlu bir seyir izlemektedir.

Türkiye’de banka sigortacılığının gelişimi, bankacılık sektörünün finansal gücü ile sigorta sektörünün dağıtım ihtiyaçlarının kesişiminden doğmuştur. Özellikle büyük holding yapılarının bankacılık faaliyetlerini desteklemek amacıyla finansal iştirakler oluşturması, zaman içerisinde banka, sigorta ve emeklilik şirketlerini aynı çatı altında toplayan bütünleşik finansal grupların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu dönüşüm sonucunda bankalar, yalnızca kredi ve mevduat işlemleri yürüten kurumlar olmaktan çıkarak çoklu finansal hizmet sağlayıcılarına dönüşmüştür. (Genç, 2002: 58).

Tablo1: Türkiye’de Bankasürans Modeli ile Faaliyet Gösteren Bankalar

Sigorta Şirketi	Banka / Finansal Kuruluş
Ak Sigorta	Akbank
Anadolu Sigorta	İş Bankası
Allianz	Yapı Kredi
Eureko Sigorta	Garanti BBVA
BNP Paribas Cardif	TEB
Türkiye Sigorta	Ziraat Bankası, Halkbank, VakıfBank
Neova Sigorta	Kuveyttürk

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği (<https://www.tbb.org.tr>) verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bankasürans modeli, taraflar açısından karşılıklı ekonomik fayda üreten bir yapı sunmaktadır. Bankalar bakımından sigorta ürünlerinin satışı, faiz dışı gelirlerin çeşitlendirilmesine katkı sağlayan komisyon gelirleri yaratmaktadır. Tablo 1’de yer aldığı gibi çoğu banka kendi sigorta faaliyetlerini aynı çatı altında yöneterek bu durumdan da fayda sağlamaktadır. Ayrıca kredi bağlantılı sigorta ürünleri aracılığıyla kredi riskinin belirli ölçüde transfer edilmesi mümkün hale gelmektedir. Bankaların müşterileriyle kurduğu uzun vadeli ilişki ağı ise çapraz satış imkânlarını artırarak müşteri sadakatini güçlendirmektedir. Sigorta şirketleri açısından ise bankacılık kanalı, düşük dağıtım maliyetiyle geniş müşteri segmentlerine erişim sağlayan güvenilir ve etkin bir satış ağı işlevi görmektedir.

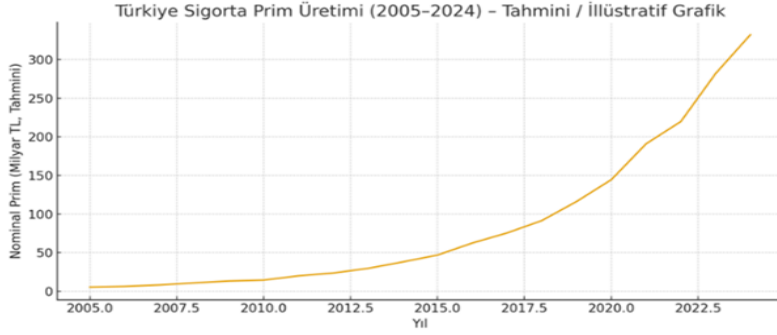
Bununla birlikte Türkiye sigorta sektörünün önemli ölçüde bankalar ve büyük holdingler tarafından kontrol edilmesi, sektörün bağımsız sermaye birikimi oluşturma kapasitesini sınırlayan yapısal bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Gelişmiş ekonomilerde sigorta şirketleri çoğunlukla uzun vadeli fon birikimi sağlayan ve finansal piyasalara sermaye aktaran kurumlar niteliği taşıırken, Türkiye’de finansal ilişkinin ağırlıklı olarak bankalar lehine şekillendiği gözlenmektedir. Bu durum, sigorta şirketlerinin bağımsız finansal derinlik kazanmasını güçleştirmekte ve yaratılan fonların önemli kısmının ana ortaklık yapıları içerisinde yönlendirilmesine neden olmaktadır.

Diğer taraftan banka ve holding bünyesinde faaliyet gösteren sigorta şirketleri, dağıtım ağının genişletilmesi, operasyonel verimlilik sağlanması ve finansal sinerji oluşturulması bakımından önemli avantajlar sunmaktadır. Entegre finansal hizmet modeli kapsamında müşteri verilerinin etkin kullanımı, ürün çeşitlendirmesi ve çapraz satış stratejileri ölçek ekonomisi yaratmaktadır. Buna karşın yalnızca sigortacılık faaliyetlerine odaklanan bağımsız şirketler açısından yoğun rekabet, düşük kârlılık oranları ve güçlü dağıtım ağı oluşturma maliyetleri sektörel dezavantajlar yaratmaktadır.

Türk bankacılık ve sigortacılık sektörleri arasındaki entegrasyonun kurumsal temelleri, büyük ölçüde 2001 finansal krizini izleyen yeniden yapılandırma sürecinde atılmıştır. 2001 Türkiye ekonomik krizi sonrasında gerçekleştirilen reformlar neticesinde bankacılık sistemi daha sağlam bir sermaye yapısına kavuşmuş; bunu izleyen düzenleyici çerçeve değişiklikleri ile sektörler arası iş birlikleri daha sistematik hale gelmiştir. Özellikle 2005 tarihli Bankacılık Kanunu ile 2007 tarihli Sigortacılık Kanunu, finansal sektörün kurumsal kapasitesini güçlendiren önemli dönüm noktaları olmuştur. (Pehlivan, 2013: 35).

Küresel ölçekte yaşanan finansal dalgalanmalar da Türkiye sigorta sektörünün gelişim dinamiklerini etkilemiştir. 2008 küresel finans krizi sonrasında sektör hızlı bir toparlanma göstermiş, özellikle hayat dışı sigorta branşlarında 2014 yılına kadar istikrarlı büyüme eğilimi sürmüştür. Buna karşılık hayat sigortalarında 2012 sonrası dönemde daha dalgalı bir büyüme görünümü ortaya çıkmıştır. Bu gelişmede, 2013 yılında bireysel emeklilik sistemine getirilen %25 devlet katkısı önemli rol oynamıştır. Söz konusu teşvik, tasarruf amaçlı hayat sigortalarından bireysel emeklilik ürünlerine yönelimi hızlandırarak hayat sigortalarının görece cazibesini azaltmıştır. Ayrıca küresel ekonomik belirsizlikler ile yurtiçi siyasi ve makroekonomik riskler sonucunda döviz kurlarında yaşanan artışlar, sigorta ürünlerine yönelik talebi sınırlayan diğer temel unsur olmuştur. (Tütüncü, 2014: 23).

Şekil 2: Türkiye’de Bankasürans Modelinin Büyüme Trendi



Kaynak: Türkiye Sigorta Birliği (<https://www.tsb.org.tr>) 2024 yılı kapanış verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

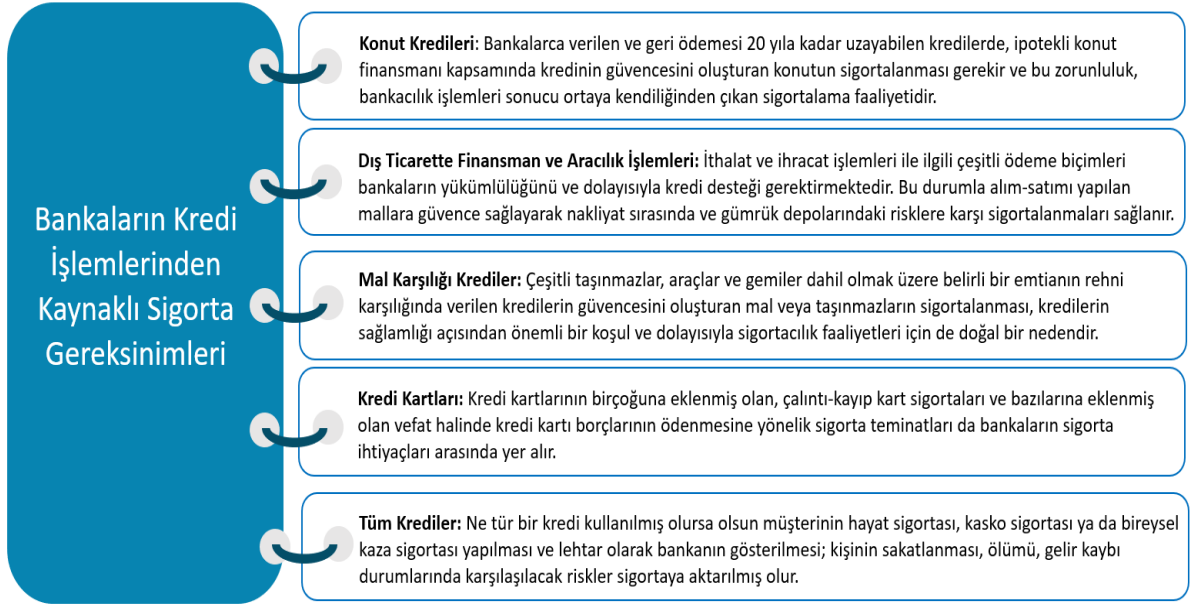
Şekil 2’de görüldüğü üzere Sigorta sektörü 2005 yılında nispeten küçük bir hacimle faaliyet göstermeye başlamış, 2015 sonrasında büyüme hızı kazanmıştır. 2020 yılından itibaren ise enflasyon ve prim fiyatlamalarındaki artışların etkisiyle büyüme eğrisi daha da dikleşmiş ve sektör, 2024 yılına gelindiğinde oldukça yüksek bir nominal hacme ulaşmıştır.

Sonuç olarak, Türkiye’de bankasürans modeli bankacılık sektörünün finansal gücü, müşteri erişim kapasitesi ve dağıtım avantajları sayesinde özellikle hayat sigortacılığı alanında baskın konuma ulaşmıştır. Her ne kadar acenteler toplam dağıtım yapısı içerisinde önemini korusa da finansal sistem içerisindeki entegrasyonun derinleşmesiyle birlikte banka sigortacılığının sektör içindeki payının giderek artması beklenmektedir. Avrupa ülkeleri ile karşılaştırıldığında entegrasyon düzeyi daha sınırlı olsa da Türkiye’de bankacılık ve sigortacılık sektörleri arasındaki stratejik iş birliklerinin güçlenerek devam ettiği görülmektedir.

3.3 Bankasürans Uygulama Modelleri

Sigorta şirketleri açısından banka sigortacılığı, düşük sigorta penetrasyonu ve geleneksel dağıtım kanallarının sınırlılıkları nedeniyle stratejik bir büyüme alanı olarak değerlendirilmektedir. Bu model sayesinde sigorta şirketleri, bankaların mevcut müşteri ağı, kurumsal itibarı ve yaygın hizmet altyapısından yararlanarak daha geniş müşteri segmentlerine ulaşabilmektedir. Bankacılık ve sigortacılık faaliyetlerinin bütünleşmesi, operasyonel maliyetlerin azaltılması ve finansal sinerjinin artırılması bakımından önemli avantajlar sunmaktadır. Bu nedenle bankasürans, finansal hizmetler sektöründe verimlilik artışı sağlayan bütünleşik bir iş modeli olarak kabul edilmektedir. (Şener ve Erdoğan, 2009: 95).

Tablo 2: Bankaların Kredi İşlemlerinden Kaynaklı Sigorta Gereksinimleri



Kaynak: Sezal, L. (2018) <https://dergipark.org.tr/tr/pub/fpeyd/article/607035>: (Erişim Tarihi: 22 Nisan 2026)

Banka sigortacılığı uygulamaları ülkelerin finansal sistemlerinin yapısına, sigorta sektörünün gelişmişlik düzeyine ve tüketici davranışlarına bağlı olarak farklılık göstermektedir. Tablo 2’de görüldüğü üzere Gelişmiş piyasalarda, müşteri segmentasyonunun daha detaylı yapılabilmesi sayesinde hayat ve hayat dışı branşlarda daha karmaşık ve kişiselleştirilmiş sigorta ürünlerinin dağıtımı mümkün olmaktadır. Buna karşılık gelişmekte olan ülkelerde banka sigortacılığı penetrasyonu görece düşük düzeyde seyretmekte olup, finansal kapsayıcılığın artmasıyla birlikte bu alanın büyüme potansiyeli taşıdığı öngörülmektedir.

Bankasürans modellerinin tercih edilmesinde pazar yapısı, müşteri tercihleri, yasal düzenlemeler ve finansal kurumların stratejik yönelimleri belirleyici rol oynamaktadır. Bunun yanında satış noktalarının niteliği, müşteri veri tabanlarının kapsamı, sunulan ürün çeşitliliği, yönetsel yapı ve ürün sağlayıcıları arasındaki iş birlikleri de model seçiminde etkili olmaktadır. Her ülkenin finansal sistemine özgü koşullar nedeniyle banka sigortacılığı uygulamaları farklı biçimlerde gelişmektedir.

Tablo 3’te görüldüğü üzere Literatürde bankasürans faaliyetlerinin genel olarak üç temel model çerçevesinde şekillendiği kabul edilmektedir. Bunlar dağıtım anlaşmaları, ortak girişim ve tam bütünleşme modelleridir. Dağıtım anlaşmalarında banka, sigorta şirketinin ürünlerini kendi

satış ağı üzerinden müşterilere sunmakta; ancak iki kurum arasında mülkiyet ilişkisi bulunmamaktadır. Ortak girişim modelinde banka ve sigorta şirketi ortak sermaye ile faaliyet yürütürken, tam bütünleşme modelinde banka ile sigorta şirketi aynı finansal grup çatısı altında bütünleşik biçimde faaliyet göstermektedir. Bunlara ek olarak karşılıklı hisse sahipliği, satın alma veya birleşme, yeni şirket kurulması ve doğrudan mülkiyet temelli modeller de uygulamada görülebilmektedir. (Koçyiğit ve Dağdaş, 2016: 51).

Tablo 3: Bankasürans Faaliyet Modelleri



Kaynak: Sezal, L. (2018) <https://dergipark.org.tr/tr/pub/fpeyd/article/607035>: (Erişim Tarihi: 22 Nisan 2026)

Bankaların temel faaliyet alanı, topladıkları mevduatları belirli bir getiri karşılığında reel ve tüzel kişilere kredi olarak kullandırmaktır. Bu sistemde bankalar, mevduat sahiplerine belirli bir vade sonunda anapara ve getiri ödemesi yapma yükümlülüğü taşıırken, kredi kullanan kişi ve kuruluşlar da aldıkları finansmanı geri ödeme planına uygun şekilde anapara ve faiz/kâr payı ile birlikte iade etmekle yükümlüdür. Kredi kullanan tarafların temel amacı; konut, taşıt veya ticari yatırım gibi finansman gerektiren ihtiyaçlarını karşılamak, üretim kapasitelerini artırmak ya da yeni yatırım olanakları yaratmaktır. (Gümüş ve Uzun, 2012: 76)

Bu bağlamda kredi sürecinde bankalar açısından krediye konu varlığın niteliği, kredi talebinde bulunan birey veya kurumların finansal geçmişi, piyasa itibarı ve ödeme kapasitesi büyük önem taşımaktadır. Bankalar, kendilerine ait olmayan fonları belirli bir süreyle kullandırdıkları için kredi tahsis süreçlerinde ayrıntılı risk değerlendirmesi yapmak zorundadır. Kredi başvurusuna

konu yatırımın fizibilitesi ile başvuru sahibinin mali yeterliliğinin incelenmesi, kredi risk yönetiminin temel unsurlarını oluşturmaktadır.

Bununla birlikte, gerekli finansal analizlerin yapılmasına rağmen kredi geri dönüşlerinde çeşitli riskler ortaya çıkabilmektedir. Ekonomik faaliyetlerin doğasında yer alan belirsizlikler, bankaların kredi alacaklarını zamanında tahsil edememe riskiyle karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Bu nedenle bankalar kredi risklerini azaltmak amacıyla çeşitli güvence mekanizmalarına başvurmaktadır. Kefalet talep edilmesi, ipotek tesis edilmesi, taşınır veya taşınmaz varlıkların teminat gösterilmesi bu yöntemlerin başında gelmektedir.

Sigorta ürünleri ise bankalar açısından kredi risk yönetiminde tamamlayıcı bir güvence mekanizması işlevi görmektedir. Özellikle kredi ile finanse edilen varlıkların olası risklere karşı sigortalanması ve kredi kullanan bireylerin hayat sigortası kapsamına alınması, bankaların maruz kaldığı kredi riskinin azaltılmasına katkı sağlamaktadır. Böylece sigorta, yalnızca bireyler için risk transfer aracı değil, aynı zamanda bankacılık sektöründe kredi güvenliğini destekleyen önemli bir finansal koruma mekanizması haline gelmektedir. Bu durum, banka sigortacılığı modelinin bankalar ve sigorta şirketleri arasındaki stratejik iş birliğini güçlendiren temel unsurlardan biri olarak öne çıkmasına neden olmaktadır.

SONUÇ

Sigortacılık çok eskilere inen köklere sahiptir. Sistemin yeniden yaygın bir biçimde gündeme gelmesi bir şans ve fırsat olarak banka sigortacılığıyla kabul edilebilir. Günümüzde hayat, hayat dışı ve emeklilik alanlarında faaliyet gösteren sigorta şirketleri, bankaların yaygın şube ağıları sayesinde ürünlerini geniş bir potansiyel müşteri kitlesine ulaştırabilmektedir. Bankacılık sisteminin sahip olduğu dağıtım kanalları, toplam sigorta üretiminde acentelerden sonra ikinci sırada yer alsa da özellikle hayat sigortalarında bankasürans kanalı, acentelere kıyasla belirgin biçimde daha etkin bir satış kanalı hâline gelmiştir.

Türkiye’de kişi başına düşen yıllık sigorta primi yaklaşık 30 dolar düzeyindeyken, gelişmiş ekonomilerde bu tutar 1.000 dolar civarındadır. Prim üretimindeki bu fark, Türkiye sigorta pazarının hâlâ önemli ölçüde büyüme alanı barındırdığını ve bankasürans modelinin önümüzdeki dönemde genişleyebilecek önemli bir potansiyel taşıdığını göstermektedir.

Son yıllarda sürdürülebilir finans kavramı ve ESG (Çevresel, Sosyal, Yönetişim) kriterlerine uyumlu sigorta ürünleri hem yatırımcıların hem de müşterilerin ilgisini daha fazla çekmeye başlamıştır. Bu çerçevede, çevre ve toplumsal sorumluluk odaklı ürün geliştirme ve yatırım faaliyetlerinin önümüzdeki yıllarda artarak devam etmesi beklenmektedir.

2025 yılı, bankasürans sektörü açısından dijitalleşme, teknoloji yatırımları ve stratejik iş birliklerinin öne çıktığı, buna karşılık artan operasyonel maliyetler ve yüksek enflasyonun kârlılık üzerinde baskı yarattığı bir dönem olmuştur. Gelecek dönemde sürdürülebilir finans yaklaşımı ve dijital inovasyon temelli stratejilerin hayata geçirilmesiyle, bankasürans modelinin daha da güçlenmesi ve sektör içindeki payının artması olası görünmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, M. (1992) Sigorta İstihsalciliği, Londra Çeltüt Matbaacılık
- Bozkurt, T. (2006). Türk Hukukunda ve Uygulamada Tellallık. Ankara. Yetkin Yayınevi
- Cesur, E. (2024). Dijital Çağda Sigortacılık: Teknoloji, İnovasyon ve Dijitalleşme Sürecinde (TİDS) İhtiyaç Duyulan Beceriler ve Yetkinlikler Üzerine Bir Değerlendirme. MAS Journal of Applied Sciences, 9(1), 152–166.
- Chevalier, M., Launay, C., & Mainguy, B. (2012). Bancassurance: Analysis of bancassurance and its status around the world. Scor Vie.
- Çil Koçyiğit, S., & Dağdaş, E. (2016). Banka Sigortacılığı ve Banka Sigortacılığında Müşteri Tatmin Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, 51(1), 1–27.
- Çipil, M. (2013). Risk Yönetimi ve Sigortacılık. Ankara. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Dalkılıç, N., & Kule, D. (2022). Dijital Sigortacılık Uygulamalarında Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Araştırma. Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi, 7(13), 107–125.
- Dursun, T., & Gürsev, S. (2016). Pazarlamada Dağıtım Kanalları Yönetimi ve Lojistik Merkezlerin Gelişiminde Kümeleme Yaklaşımı. Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 12(45), 555–568.
- Duygulu, E. (2012). Sigorta işletmeciliği. Ankara. Detay Yayıncılık.
- Emgin, Ö., & Süngü, A. (2004). Pazarlama Kavramı İçinde Tutundurma Fonksiyonu. Mevzuat Dergisi, 78, 1–21.
- Erkan, N. (2005). Finansal Bütünleşme. Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu.
- Evren, G. N. (2007). Türkiye’de Sigortacılık Sektörünün Pazarlama Karması Açısından İncelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Genç, Ö. (2002). Sigortacılık sektörü ve Türkiye’de sigorta sektörünün fon yaratma kapasitesi. Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayınları.
- Gökbunar, R. A., & Kayalı, C. (2001). Sigorta Aracılarının Mesleki Yeterliliği ve Eğitimi. Reasürör, 41, 6–18.

- Gönen, N. V., & Özüdođru, H. (2021). Sigortacılıkta Dijitalleşme: Sigorta Sektöründeki Müşteriler ve Acente Çalışanları Üzerine Bir Uygulama. *Third Sector Social Economic Review*, 56(4), 2962–2978.
- Gümüş, S. & Uzun, M. S. (2012). Türk Sigorta Sektörünün Analizi ve Banka Kaynaklı Sigorta Pazarlaması. İstanbul. Hiperlink Yayınları.
- Güvel, E. A., & Güvel, A. Ö. (2012). Sigortacılık. Ankara. Seçkin Yayıncılık.
- Hayırsever Baştürk, F., Çakmak, D. & Demirtaş, B. (2017). Sigortacılığa giriş. Ankara. Akademi Yayınları.
- Karacan, A. İ. (1994). Sigortacılık ve Sigorta Şirketleri. İstanbul. Bağlam Yayınları.
- Kırkbeşoğlu, E., & Hood, J. (2016). An Analysis Of The Carrying Capacity and Life Process Risks Of UK and Turkish Insurance Intermediaries. *Journal Of Risk Research*, 1–29.
- Özbolat, M. (2006). Temel sigortacılık. Ankara. Seçkin Yayıncılık.
- Pamukçu, B. (1996). Yeni Bir Finansal Yapı: Banka Sigortacılığı (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.
- Pehlivan, P. (2013, 6–7 Haziran). Türkiye’de Banka Sigortacılığının Önemi. 1. Ulusal Sigorta ve Aktüerya Kongresi Bildiriler Kitabı, 32.
- Saka, E. (2017). Dünyada ve Türkiye’de Bankaların Sigortacılık Uygulamaları (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.
- Soyşekerci, S. (2024). Sigortacılıkta Dijitalleşme ve Siber Güvenlik İhlalleri. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal (SMART Journal)*, 7(50), 2449–2455.
- Şener, H.Y., & Erdoğan, B.Z. (2009, 14–17 Ekim). Banka sigortacılığının Etkinliğinin Arttırılmasına Yönelik Keşifsel Bir Araştırma. 14.Ulusal Pazarlama Kongresi Bildirileri, 95–96.
- Turan, Z. (2014). Bankasüransın önemi. Sigorta Gündem. Erişim adresi: <http://www.sigortagundem.com> 22.04.2026
- Türkiye Sigorta Aracıları Sektör Araştırma Raporu. (2025). Erişim adresi: <http://sbd.org.tr/tr/basinodasi/yayin2025.pdf> 11.04.2026
- Tütüncü, Z. (2014). Banka kanalı BES'teki Etkisini Arttırmaya Devam Ediyor. İstanbul. Banka Sigorta Dergisi, Haziran, 23.

Uraz, Ç. (1997). Sigorta Pazarlamasında Uygulamaya Dönük Bazı Yaklaşımlar. Axa Oyak Sigorta Seminer Notları.

Yayla, Ş. O. (2019). Sigortacılık Sektöründe Kârlılık Analizi: Bir Firma Örneği (Yüksek lisans tezi). İstanbul. Altınbaş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yurdakul, M., & Dalkılıç, N. (2016). Sigortacılık Sektöründe Dijital Çağ. Kütahya. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 50, 49–67.

Yücesan, M. (1999). Dünyada ve Türkiye’de Aracılık Sistemleri ve Öneriler. İstanbul. Reasürör, 31, 34–48.

Yararlanılan İnternet Siteleri:

<https://www.tsb.org.tr> erişim tarihi: 10.04.2026

<https://www.tbb.org.tr> erişim tarihi: 10.04.2026