T.C.

MARMARA ÜNİVERSİTESİ

BANKACILIK VE SİGORTACILIK ENSTİTÜSÜ

SİGORTACILIK ANABİLİM DALI

BRANŞLAR BAZINDA BANKA SİGORTACILIĞININ (BANKASÜRANS) SİGORTACILIK SEKTÖRÜNDEKİ PERFORMANSA ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

SANCAR AKCAN

İSTANBUL, 2022

T.C.

MARMARA ÜNİVERSİTESİ

BANKACILIK VE SİGORTACILIK ENSTİTÜSÜ

SİGORTACILIK ANABİLİM DALI

BRANŞLAR BAZINDA BANKA SİGORTACILIĞININ (BANKASÜRANS) SİGORTACILIK SEKTÖRÜNDEKİ PERFORMANSA ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

SANCAR AKCAN

Danışman: DOÇ. DR. NECLA TUNAY

İSTANBUL, 2022

ÖZET

BRANŞLAR BAZINDA BANKA SİGORTACILIĞININ (BANKASÜRANS) SİGORTACILIK SEKTÖRÜNDEKİ PERFORMANSA ETKİSİ

Küreselleşmeyle birlikte rekabet olgusunun giderek arttığı modern finansal piyasalar giderek büyük bir değişim yaşamakta ve birbirleriyle entegre şekilde çalışmalarını sürdürmektedirler. Bu süreçten etkilenen sektörler arasında sigortacılık sektörü de yerini almıştır ki, bankacılık sektörüyle güç birliği yaparak banka sigortacılığına (bankasürans) yönelmiştir. Banka sigortacılığı, Almanya ve Fransa'da anıldığı adıyla *allfinanz* ve *bancassurance,* sigortacılık ürün ve hizmetlerinin bir dağıtım kanalı olarak bankalar aracılığıyla müşterilere ulaştırılmasıdır. Tasarruflardaki değişmeler, finansal piyasalardaki rekabetçi ortam, sigortacılığa yönelik faaliyetlerin daha fazla müşteriye ulaşması gerekliliği gibi birçok husus bu iki sektörün güç birliği yapmasını sağlamış, banka sigortacılığı oluşturulan modellerle tüketicilere ulaşmaya başlamıştır.

Branşlar Bazında Banka Sigortacılığının (Bankasürans) Sigortacılık Sektöründeki Performansa Etkisi başlıklı yüksek lisans tez çalışmamızda banka sigortacılığının Türkiye ve dünyadaki gelişimi göz önüne alınarak Avrupa, Amerika, Afrika kıtası gibi birçok önemli coğrafyada yer alan ülkelerde branşlar bazında banka sigortacılığı uygulamaları, faaliyet raporları ve mevzuatların incelenmesiyle birlikte 1980'lerden itibaren banka sigortacılığının sigortacılık sektöründeki performansa etkisi ele alınmış, sigortacılık ve bankacılık sektörünün yapmış olduğu bu işbirliğinin baş aktör olan sigortacılık sektörünün performansını ne yönde etkilediği incelenmiştir. Çalışma kapsamında oluşturulan içindekiler bölümünde sigortacılık sektörünün yapısı, banka sigortacılığı kavramı, banka sigortacılığının geçmişten günümüze durumu ve özellikle 2000'li yıllardan sonra küreselleşmenin de artmasıyla birlikte ülke ekonomileri içerisindeki faaliyetlerine yönelik literatür sunulmuştur. Yapılan bu çalışma doğrudan ülkelerin yetkili kuruluşlarından alınan raporlar eşliğinde sonuçların değerlendirilmesi, aynı zamanda mevcut banka sigortacılığı literatürüyle desteklenerek yorumlanmasıyla hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Banka sigortacılığı, Performans, Sigorta Pazarlaması, Sigortacılık.

ABSTRACT

THE EFFECT OF BANK INSURANCE ON BRANCH BASIS ON PERFORMANCE IN INSURANCE SECTOR

Modern financial markets, in which the phenomenon of competition is increasing with globalization, are experiencing a great change and continue to work in an integrated manner with each other. The insurance sector has also taken its place among the sectors affected by this process, and it has turned to bancassurance (banassurance) by joining forces with the banking sector. Bancassurance, known as allfinanz and bancassurance in Germany and France, is the delivery of insurance products and services to customers through banks as a distribution channel. Many issues such as the changes in savings, the competitive environment in the financial markets, the necessity of reaching more customers for insurance activities, enabled these two sectors to join forces, and bancassurance started to reach consumers with the models created.

In our master's thesis titled *The Effect of Bank Insurance on Branch Basis On Performance In Insurance Sector* considering the development of bancassurance in Turkey and in the world, in countries located in many important geographies such as Europe, America and Africa, bancassurance practices on the basis of branches, annual reports and legislations were examined. The effect of bancassurance on the performance of the insurance sector since the 1980s has been discussed, and how this cooperation between the insurance and banking sector affects the performance of the insurance sector, which is the main actor, has been examined. In the contents section created within the scope of the study, the structure of the insurance sector, the concept of bancassurance, the status of bancassurance from the past to the present, and the literature on its activities in the national economies, especially with the increase of globalization after the 2000s. This study has been prepared by evaluating the results with the reports obtained directly from the authorized institutions of the countries, and also by supporting the current bancassurance literature and interpreting it.

Keywords: Bancassurance, Performance, Insurance Marketing, Insurance.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖZET iii
ABSTRACT iv
İÇİNDEKİLER v
TABLOLAR LİSTESİ viii
ŞEKİLLER LİSTESİ x
GRAFİKLER LİSTESİ xi
KISALTMALAR xii

GİRİŞ 1

I. BÖLÜM
KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Sigorta ve Sigortacılık 4
1.1.1.Sigorta Kavramının Tanımı ve Kapsamı 4
1.1.2.Sigortanın Amaçları ve İşlevleri 8
1.1.3.Sigorta Sözleşmesinin ve Sigorta Sisteminin Tarafları 9
1.1.4.Sigortanın Genel Prensipleri 11
1.1.5.Sigorta Türleri 12
1.1.6.Türkiye ve Dünyada Sigortacılığın Gelişimi ve Bugünü 15
1.2.Sigortacılıkta Dağıtım Kanalları 20
1.2.1.Doğrudan Dağıtım Kanalları 21
1.2.1.1.Direkt Satış 22
1.2.1.2.Çağrı Merkezi Aracılığıyla Pazarlama 23
1.2.1.3.İnternet Aracılığıyla Pazarlama 23
1.2.2.Dolaylı Dağıtım Kanalları 25
1.2.2.1.Acente 26
1.2.2.2.Broker 27
1.2.2.3.Banka Sigortacılığı 28

II.BÖLÜM
BANKA SİGORTACILIĞI (BANKASÜRANS) VE BANKASÜRANSIN YAPISAL ANALİZİ

2.1.Banka Sigortacılığı (Bancassurance) 31
2.1.1.Tarihsel Süreçte Banka Sigortacılığı 35
2.1.2.Banka Sigortacılığı Modelleri 37
2.1.3.Banka Sigortacılığı Stratejileri 42
2.1.4.Banka Sigortacılığı Ürünleri ve Dağıtım Kanalları 44
2.1.4.1.Banka Sigortacılığı Ürünler 44
2.1.4.2.Banka Sigortacılığı Dağıtım Kanalları 45
2.1.5. Banka Sigortacılığı Avantaj ve Dezavantajları 47
2.1.5.1.Banka Sigortacılığının Aktörleri Açısından Avantaj ve Dezavantajları 50

III. BÖLÜM
BANKA SİGORTACILIĞININ DÜNYA UYGULAMALARI

3.1.Dünyada Banka Sigortacılığının Mevcut Durum Değerlendirmesi 56
3.2.Dünyada Banka Sigortacılığına Yönelik Stratejik Tablo 59
3.2.1.İşbirliği Stratejisi ve Örnekleri 60
3.2.2.Bütünleştirici Strateji ve Örnekleri 61
3.2.3.Ortak Girişim Stratejisi 61
3.3.Dünyada Banka Sigortacılığı Uygulamaları 62
3.3.1. 1975-1985 Yılları Arası 62
3.3.2. 1985-2000 Yılları Arası 63
3.3.3. 2000 Yılından Günümüze 64
3.4.Avrupa Ülkelerinde Banka Sigortacılığı Uygulamaları 64
3.4.1.İngiltere 65
3.4.2.Fransa 69
3.4.3.İtalya 71
3.4.4.Hollanda 72
3.4.4.1.Allfinanz Uygulamaları 72
3.4.4.2.ABN - Amro 72

3.4.4.3.ING....73
3.4.4.4.Rabobank....74
3.4.4.5.Fortis....74
3.4.5.İspanya....75
3.5.Afrika Kıtası....76
3.6.Amerika Ülkelerinde Banka Sigortacılığı Uygulamaları....79
3.7.Asya Ülkelerinde Banka Sigortacılığı Pazarındaki Uygulamalar....83
3.8.Branşlar Bazında Değerlendirme....89

IV.BÖLÜM
TÜRKİYE'DE BANKA SİGORTACILIĞI

4.1.Türkiye'de Banka Sigortacılığı ve Performansının Değerlendirilmesi....100
4.1.1.Türkiye'de Banka Sigortacılığının Tarihi ve Gelişimi....101
4.1.2.Türkiye'de Banka Sigortacılığının Mevcut Durum Değerlendirmesi....103
4.2.Türkiye'de Banka Sigortacılığı Uygulamaları....112
4.2.1.Müşteriye Yönelik Stratejik Pazarlama....112
4.2.2.Satış Koordinasyonu....113
4.2.3.Çapraz Satış....113
4.2.4.Diğer....114
4.2.5.Şirketler Üzerinden Değerlendirmeler....114
4.2.5.1.Mapfre....117
4.2.5.2.TBIH....117
4.2.5.3.EUREKO....117
4.2.5.4.Liberty Mutual Group....118
4.2.5.5.HDI International....119
4.2.5.6.ERGO....119
4.2.5.7.AvivaSA Emeklilik A.Ş.....119
4.2.5.8.Diğer....120
4.3.Türkiye'de Banka Sigortacılığının Branşlar Bazında Değerlendirilmesi....121
GENEL DEĞERLENDİRME....135
SONUÇ....137
KAYNAKÇA....141

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 1: Sigorta Türleri 13
Tablo 2: Prim Üretimine Göre Acente Dağılımı (2015) 37
Tablo 3: Banka Sigortacılığı Modelleri ve Değerlendirilmesi 39
Tablo 4: Banka Sigortacılığı Stratejileri.....43
Tablo 5: Banka Sigortacılığının Bankalar Açısından Riskleri 49
Tablo 6: Banka Sigortacılığının Bankalara ve Sigorta Şirketlerine Getirdiği Değer Artışı 54
Tablo 7: Geleneksel ve Geliştirilmiş Banka Sigortacılığı 57
Tablo 8: Dünyada Banka Sigortacılığı Uygulamalarında Kullanılan Yaygın Modeller 59
Tablo 9: Dünya Toplam Prim Üretimi ve Pazar Payı 89
Tablo 10: Küresel Pazar Payı (1980'den 2030'a) 91
Tablo 11: Türkiye'de Sigorta Prim Üretimlerinin Satış Kanallarına Göre Dağılımı (2009-2018).....104
Tablo 12: Türkiye'de Sigorta Prim Üretimlerinin Bankalarca Branş Bazındaki Durumu (2018).....106
Tablo 13: Sigortacılıkta Yazılan Primlerin Satış Kanalı Bazında Dağılımı (2019) 107
Tablo 14: Yıllar İtibariyle Dağıtım Kanallarının Hayat Dışı Branşındaki Payları (2014-2019).....109
Tablo 15: Yıllar İtibariyle Dağıtım Kanallarının Hayat Branşındaki Payları (2014-2019).....110
Tablo 16: Banka Dağıtımını Kullanan Sigorta Şirketlerinin Hâkim Ortakları 115
Tablo 17: Genel Prim Üretimi (Mayıs 2021) 120
Tablo 18: Satış Kanalı Bazında Prim Üretimi (Mayıs 2021) 122
Tablo 19: Branş Bazlı Satış Kanalı Prim Üretimi (Zorunlu Trafik- Mayıs 2021) 123
Tablo 20: Satış Şekli Bazında Prim Üretimi (Mayıs 2021).....125
Tablo 21: Şirketlerin Prim Üretimi ve Pazar Payı (Mayıs 2015).....126
Tablo 22: Hayat Dışı Prim Üretiminde İlk 10 Şirket (Mayıs 2015).....127
Tablo 23: Satış Kanalı Bazında Genel Prim Üretimi (Mayıs 2015).....128
Tablo 24: Genel Prim Üretimi ve Paylar (Mayıs 2012) 129

Tablo 25: Genel Prim Üretiminde İlk 10 Şirket ve Pazar Payları
(Hayat Dışı-Mayıs 2012).....130
Tablo 26: Satış Kanalı Bazında Genel Prim Üretimi (Mayıs 2012).....130
Tablo 27: Hayat Branşında Bankasürans Üretimi Yapan-Yapmayan
Şirketlerin Brüt H/P Oranlarında 2014-2020 Yılları Arasındaki Değişimin Analizi.132
Tablo 28: Hayat Dışı Branşında Bankasürans Üretimi Yapan-Yapmayan
Şirketlerin Brüt H/P Oranlarında 2014-2020 Yılları Arasındaki Değişimin Analizi.133

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 1: Banka Sigortacılığı ile Sigorta Poliçesi Yaptırma Süreci.....31

GRAFİKLER LİSTESİ

Sayfa No.

Grafik 1: Dünya Toplam Prim Üretimi ve Pazar Payı (2018-2020) 90
Grafik 2: Küresel Pazarda Sigorta Dağıtımı-Hayat Branşı 92
Grafik 3: Küresel Pazarda Sigorta Dağıtımı-Hayat Dışı Branşı 93
Grafik 4: ABD Sigorta Dağıtımı-Hayat Branşı 94
Grafik 5: Avrupa Sigorta Dağıtımı-Hayat Branşı 95
Grafik 6: Asya-Pasifik Sigorta Dağıtımı-Hayat Branşı 96
Grafik 7: ABD Sigorta Dağıtımı-Hayat Dışı Branşı 97
Grafik 8: Avrupa-Orta Asya ve Afrika Sigorta Dağıtımı-Hayat Dışı Branşı 98
Grafik 9: Asya-Pasifik Sigorta Dağıtımı-Hayat Dışı Branşı 99
Grafik 10: Türkiye'de Sigorta Prim Üretimlerinin Satış Kanallarına Göre Dağılımı – Banka Sigortacılığı Kanalı (2009-2020) 105
Grafik 11: Türkiye'de Sigorta Prim Üretimlerinin Bankalarca Branş Bazındaki Durumu (2020) 107
Grafik 12: Sigortacılıkta Yazılan Primlerin Satış Kanalı Bazındaki Dağılımı-Banka Sigortacılığı (2019) 108
Grafik 13: Hayat Dışı Branştaki Dağıtım Kanalı Değişiklikleri (2014-2017-2020) 110
Grafik 14: Hayat Branştaki Dağıtım Kanalı Değişiklikleri (2014-2017-2020) 111
Grafik 15: Genel Prim Üretimi (Mayıs 2021) 121
Grafik 16: Banka Kanalı Bazında Prim Üretimi (Mayıs 2021) 123
Grafik 17: Bankasürans Payı Artışının Hayat Branşında Brüt H/P' ye Etki Analizi (2014-2020) 133
Grafik 18: Bankasürans Payı Artışının Hayat Branşında Brüt H/P' ye Etki Analizi (2014-2020) 135

KISALTMALAR

a.g.e. : Adı Geçen Eser

a.g.m. : Adı Geçen Makale

a.g.s. : Adı Geçen Site

a.g.t. : Adı Geçen Tez

Bağ-Kur : Esnaf ve Sanatkârlar ve Diğer Bağımsız Çalışanlar Sosyal Sigortalar Kurumu

BDDK : Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu

DGT : Direction Générale du Trésor

ECB : European Central Bank (Avrupa Merkez Bankası)

FED : Federal Reserved System (Merkez Bankalar Sistemi)

FSMA : The Financial Services and Markets Act

MFI : Para Akışı Endeksi

HMB : Hazine ve Maliye Bakanlığı

ISVAP : Istituto Per La Vigilanza Sulle Assicurazioni Private e Di Interesse Collettivo

SBD : Sigorta ve Reasürans Brokerleri Derneği

TDK : Türk Dil Kurumu

TSB : Türkiye Sigorta Birliği

GİRİŞ

İnsanların ihtiyaçlarının ortak şekilde tezahür etmesinden ötürü oluşan birçok hizmet sektörü bulunmaktadır. Günümüzden 4000 yıl evvel Babiller'in ve krallarının toplumsal yaşamda işgücüne yönelik karşılaştıkları kaza ve sosyal sorunlar neticesinde halkın mağduriyetini görmeleri, bu mağduriyetin kişinin yaşamına ve çalışmasına zarar verdiği büyük ölçüde tespit etmelerinden ötürü dünyada ilk kez sigortanın varlığı gündeme gelmiştir. İlk medeniyetler için sigorta toplum yaşamında kısıtlı imkânlarla toprağa bağlı şekilde yaşamını sürdüren halkı motive eden bir güçken, modern insan içinse hizmet kapasitesini artırarak hemen hemen aynı anlamlara gelen bir kavram olmuştur. Modern dünyanın karmaşası, kentleşmeye bağlı heterojen yaşam stiline geçiş, kalabalıklar içerisinde kaza ve risklerle karşı karşıya kalma durumunun artmasından ötürü birey her geçen gün sigortanın güvencesine daha fazla ihtiyaç duymaktadır. Sigorta bugünün dünyasında yaşamı destekleyen koruyucu ellerdir.[1]

Finansal sistemin önemli bileşenlerinden olan sigortacılık sektörü ülke ekonomisinde önemli bir yer edinmektedir. Sigortacılık sektörü faaliyetlerinin ekonomik performans üzerindeki etkisi ekonomik büyümeyi tetikleyen parametrelerdendir. Bu nedenle sigortacılık sektör gelişmeleri ülkeler açısından oldukça önemlidir. Bir ülkedeki ekonomik büyüme ve gelişmeye önemli katkıları olan sektörlerden biri de sigortacılık sektörüdür.

Sigorta (insurance), kelime manasıyla güvenceyi vurguladığı gibi, sigortacılık faaliyetlerinde insanların aradıkları temel niteliğin de güven olduğu belirtilmelidir. Özellikle 21.yüzyıl gibi rekabete dayalı bir dönemde hemen hemen birçok iş kolunda satış ve pazarlama stratejilerinin geliştirilmesinden ötürü satıcı olan taraf, alıcı olan kitleyi iyi tanıyarak bir ürünü çeşitli şekilde pazarlayabilmektedir. Böylece alıcı kitle ihtiyacı olmadan da bir ürünü alabilecek durumu gelebilmektedir. Sigortacılık gibi bireyin maddi manevi oluşan/oluşacak olası zararlarını karşılamaya yönelik güvence teminatı sunan bir alanda pazarlama politikalarının ötesinde müşterilerin aradığı güven olduğu için aracı kurumların bu noktada önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

[1] Donald W. COWELL, **The Marketing of Services,** London: Heineman Ltd, 1985, p.2

Potansiyel sigortacılık müşterisinin sektörden talep ettiği temel hizmet güvenilir bir aracılık hizmetidir.[2]

21.yüzyılda insana hizmet sunan her alanda belirli gelişmeler yaşandığı gibi sigortacılık alanında da gelişmeler yaşanmaktadır. Sigorta şirketleri müşterilerin farklı sigortalanma ihtiyaçlarını karşılamak, müşteri sadakatini artırmak ve aynı zamanda marka değeri oluşturmak adına kimi zaman yetersiz kalabilmektedirler. Bu durumda yeniliklerin uygulanma sürecinde de iş süreçlerinin yeniden gözden geçirilmesi ve olabildiğince yenilikle müşteri karşısına çıkılması önemlidir. Bir sektördeki yenilik yönetimi, özellikle farklı müşteri gruplarının kazanılması noktasında önemlidir. Gelişmiş ülkelere bakıldığında hizmet sektöründeki gelişmelerin temelinde daima yenilikçi ve stratejik bakış açısıyla sektöre yönelmenin olduğu görülecektir. Bu durum sigortacılık sektörü için de geçerlidir. Her ne kadar sigortacılık sektörü temel güven ihtiyacı üzerine kurulmuş olsa da bu ihtiyacın yanında sektörün yapısal olarak hizmet verme düşüncesi üzerine kurulu olduğu ve rakip mekanizmasını da barındırdığı düşünüldüğünde ayakta kalması adına yenilikçi uygulamalara gidilmesi gereklidir. Bu yenilikçi adımların en mühimi 20.yüzyılın ikinci yarısından sonra ortaya çıkan *bankasürans* faaliyetleridir. Banka sigortacılığı olarak da bilinen faaliyetleri sigortacılık sektörünün dağıtım araçlarına kazandırdığı yeniliğe dayanmakta olup, bankaları dağıtım aracı olarak bünyesine katmasıyla birlikte ortaya çıkmıştır. Banka sigortacılığında sigortacılığın deneyimleri, alansal profesyonelliği ve teknik birikimi, bankaların marka değeri ve müşteri sadakati ile birleştiğinde her iki çalışma sahasının büyük bir güç haline gelerek, avantajlı yönleriyle hizmet sektöründe yer almasını sağlayacaktır.[3]

Modern finansal piyasaların en önemli özelliği güvenilir aracılık sistemleri kurmak, bunu yaparken de modern bir yaklaşımla son derece farklı görevler üstlenen finans kuruluşlarıyla işbirliği yapma yoluna gitmektir. 2012 Küresel Sigorta Tüketici Anket verileri kapsamında modern finansal piyasaların son dönemde güven veren en önemli atılımlarından biri, yüksek oranla banka sigortacılığı seçilmiştir. Banka sigortacılığı, müşterilerin güven duydukları, şeffaf iletişim ve hizmet olanakları olan ve

[2] Erim SAKA, "Türkiye'de Sigortacılık Faaliyetleri ve Bankasürans". **Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi-BSPAD**, Cilt 1, Sayı 2, 2007, s.42

[3] Kerstin BERBERICH, "Bancassurance In Europe: Concept and Market Overview", **RiskInsights- For Life&Health Insurance Executives**, Vol.4, No.2, 2000, p.12

daima müşterileri oldukları bankaların sigortacılık ürünlerini pazarlamasıyla ortaya çıkmış bir bankacılık hizmetidir. Banka ve sigorta şirketlerinin kendi menfaat gruplarını göz önüne alarak işbirliği yapmalarıyla ortaya çıkan banka sigortacılığı, ilk olarak İspanya ve Fransa'da başlamış, ardından Avrupa ve tüm dünyaya yayılmıştır. İlk banka sigortacılığı faaliyetini gerçekleştiren Fransız sigorta şirketi ACM kredi koruma sigortası için aracıların devre dışı bırakılması ve banka müşterilerinin doğrudan sigortalanması prensibi ile çalışmaya başlamıştır. İspanya'da da benzer bir çalışma örneğiyle ilk olarak Banco De Bilbao Group'un Euroseguros şirketiyle birleşerek yaptığı çalışmayla başlayan banka sigortacılığı faaliyeti, genellikle ülke finans piyasalarının işlevselliğine bağlı olarak da talep görmeye ve desteklenmeye başlamıştır.[4]

Ekonomist Alfred Mill (2017) insanların temel ihtiyaçlarını karşılamak için doğaya çıktıkları dönemden, birbirleriyle alışveriş yapılan bir döneme geçildiği, şimdilerde ise her iki dönemden farklı şekilde ulusların birbirine açık küresel politikalarıyla şekillenen ortak kamusal alanda çeşitliliğin arttığı bir döneme gelindiğini, bu dönemin en önemli özelliğinin ise küresel ekonomiyi yönlendiren, insanları yoksullaştıran ve yaşamı tümüyle dönüştüren rekabet üzerine kurulu olduğundan bahsetmiştir. Rekabetin İkinci Dünya Savaşı'na yön veren dünya ülkeleriyle birlikte kızıştığını savunan Milli tüm sektörlerin de bu süreçten payını aldığını ve yenilenmek zorunda olduğunu savunmuştur.[5] Mill'in bahsettiği sektörlerden biri de hiç şüphesizdir ki sigortacılık sektörüdür. Banka sigortacılığı sigortacılık sektörünün son 50 sene içerisinde aradığı kan ve yenilik dinamiğidir. Bu tez çalışasında banka sigortacılığı sigortacılık sektöründeki performansa etkisi branşlar bazında ele alınarak değerlendirilmiştir. Yapılan bu değerlendirme hem dünya hem de Türkiye'deki banka sigortacılığının güncel durumuna yöneliktir. Böylelikle banka sigortacılığının sigortacılıktaki geleceğine yönelik çıkarımlar yapmak da amaçlanmıştır.

[4] Zeynep TURAN, **Bankasüransın Önemi,** 2014, http://www.sigortagundem.com/ (Erişim Tarihi: 05.05.2021)

[5] Alfred MILL, **Ekonomi 101 - Arz-Talep Dengesi ve Ekonomik Büyümeden Döviz Kurları ve Bankacılığa Kadar Ekonomi Hakkında Bilmeniz Gereken Her Şey.** Çev. N. Soysal, İstanbul: Say Yayınları, 2017, s.17

I.BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Sigorta ve Sigortacılık

Her işletme belli bir ürün ve hizmet satarak kar elde etmeyi ve böylelikle ayakta kalmayı amaçlamaktadır. Sigorta şirketlerinin ise verdikleri temel hizmet güvendir. Sigortacılık sektörü güven üzerine kuruludur. Zira sigorta kelimesi de Latince *siccurta* yani *güven*den dilimize geçmiştir. Sigortacılık sistemi aynı riskle karşı karşıya olan kişilerin önlem almak için bir araya gelmesiyle oluşmuş bir sistemdir. Hayat ve hayat dışı branşlarda gerçekleşen bu önlem, sigortacılığı sistematik bir çalışma alanı haline getirmiştir.[6] Çalışmamızın bu bölümü genel olarak sigorta ve sigortacılık alanındaki temel bilgilere ayrılmıştır.

1.1.1.Sigorta Kavramının Tanımı ve Kapsamı

İnsanoğlu var olduğu günden bu yana sürekli güvenlik ihtiyacıyla donatılmıştır. İnsanın fizyolojik temelli ihtiyaçlarından biri olan güvenlik, bugün ve gelecek için kişinin sağlıklı şekilde yaşaması, risk altında endişeli düşüncelerle yaşamını sürdürmemesi adına oldukça önemlidir. Günlük yaşamda karşılaşılabilecek her türlü fiziksel, sosyal, ekonomik vb. türden risk kişinin yaşamını, can ve malını etkileyebilmektedir. Bu duruma karşı önlem alma ve olası risklerin gerçekleşmesi durumunda uğranılacak zararın karşılanmaması kişinin yaşamına eskisi gibi devam etmesini engelleyecektir. Bu duruma sebebiyet vermemek adına geliştirilen sistemlerden biri *sigortacılık*tır.[7]

Antik dönemden itibaren varlığına dair izlere rastlanan sigortacılık kurumu, en ilkel haliyle de insanların kendilerini güvencede hissedebilmesi, toplum yaşamına adapte olabilmesi, can ve mülkiyeti üzerinde oluşabilecek bir zarar halinde, buna dair

[6] SAKA, **a.g.m.,** s.40
[7] Faleel JAMALDEEN, **Islamic Finance for Dummies,** New Jersey: John Wiley&Sons, 2012, p.2

kanunları karşılamasıyla insanlara güvence vermiş bir kurumdur. Sigortacılık, bireyin hem ekonomik hem de sosyal yaşamını sürdürülebilir kılmıştır. Bu açıdan ele alındığında sigortanın sosyolojik rolünün, ekonomik rolü ile başat gittiğini ifade etmek mümkündür.[8] Çalışmamızın bu bölümü genel olarak sigorta kavramına ilişkin literatüre ayrılmıştır.

Türk Dil Kurumu (2021) tanımına göre sigorta, İtalyanca *sicurta* kelimesinden dilimize geçen, *"bir şeyin veya bir kimsenin herhangi bir yönden ileride karşılaşabileceği zararı gidermek için önceden ödenen prim karşılığında bu işle uğraşan kuruluşla yapılan iki taraflı bağlantı sözleşmesi"* manasına gelen bir kelimedir. İtalyanca *sicurta* emniyet, güvenlik manasındadır. Kelimenin tam kökeni ise Latin kaynaklıdır. Latincedeki *sicuritas* ve *securus* endişesiz ve güvenli demektir. Cura (endişe) ve ön ek sa/se ile (yok etme, dâhil etmeme) birleştiğinde kelimeye anlamını vermektedir. Sigorta kelimesinin Latin ve İtalyan kökenli olarak yer aldığı en eski kaynak, 1851 tarihine aittir. Bianchi'nin hazırlamış olduğu Dictionnaire Turc-Français adlı sözlükte kelime *sikurta* şeklinde geçmekteydi. Yine buradaki anlam da güvenlik ve güvence ile ilgiliydi. Kimi kaynaklarda ise İtalyanca sigorta manasına gelen *assicurazione* kelimesinin İngilizce güvenlik manasına gelen *security* kaynaklı olarak dönüşüp bu şekilde ifade kazandığı yazmaktadır.[9]

Sigorta gelecekte karşılaşabilecek olumsuz durumlara karşın tedbir alma ve mağdurların zararlarını karşılayacak müşterek bir havuz oluşturmadır. Diğer bir deyişle, belli bir prim karşılığında sigortalının yaşamında olası riske karşı canının ve parayla ölçülebilir değerlerinin hasar koruması yapılmasıdır.[10] Açıklamalı Sigorta ve Reasürans Terimleri Sözlüğü'nde sigorta; aynı türden tehlike ile karşı karşıya kalan kişilerin belli bir miktar para ödeyerek toplanan tutar ile sadece o tehlikenin gerçekleşmesi sebebiyle

[8] Figen YILDIRIM ve Özlem Deniz BAŞAR, **Marka Sloganları Türkiye Sigorta Pazarı'na İlişkin İçerik Analizi**, İstanbul: Beta Yayınları, 2013, s.1
[9] TDK, **Türkçe Sözlük.** Ankara: TDK Yayınları, 2021, s.466
[10] Melahat HANCI, **Katılım Bankalarında Sigortacılık İşlemleri ve Uygulaması.** Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2007, s.4

kişinin uğrayacağı zararın karşılanmasını sağlayan risk transfer sistemi şeklinde tanımlanmıştır.[11]

Türk Ticaret Kanunu m.1401'de sigorta; *Sigorta sözleşmesi, sigortacının bir prim karşılığında kişinin para ile ölçülebilir menfaatini zarara uğratan tehlikenin, rizikonun, meydana gelmesi hâlinde bunu tazmin etmeyi ya da bir veya birkaç kişinin hayat süreleri sebebiyle ya da hayatlarında gerçekleşen bazı olaylar dolayısıyla bir para ödemeyi veya diğer edimlerde bulunmayı yükümlendiği sözleşme* şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanım göz önüne alınarak sigortanın ticari iş ve anlaşmalar dahilinde önemli olduğu, kanun koyucunun sigorta tanımından yola çıkılarak sigortanın taraflarına yükümlülükler getirdiği bilinmelidir.[12]

Sigorta yasalarla getirilen bir hukuki düzen olmayıp, ekonomik ve toplumsal yaşamın doğal bir sonucu olarak değerlendirilebilir.[13] Sigorta bir risk yönetim sistemidir. Gelecek odaklı olan bu risk yönetim sisteminde, bireyler ve işletmeler tarafından gelecekte karşılaşılması muhtemel risklerin olumsuz sonuçlarını ortadan kaldırma veya azaltma amacı bulunmaktadır. Sadece bireylere değil, ülke ekonomisinde kalkınmaya da olanak veren bu sistem, büyük ölçüde güvence üzerine kuruludur.[14]

Sigorta en geniş tanımıyla taraflar arasında yapılan özel bir sözleşme ile olası risklerin karşılanması için adım atılması, kişi hayatının veya organlarının, ya da para ile ölçülebilir değerlerinin sigorta kural, kanun ve yönetmeliklerince belirlenmiş tesadüfi rizikoların gerçekleşmesinden doğacak maddi hasarlarını karşılamak, aynı zamanda da bunları olası risklerden korumak adına yapılan işlemler bütünüdür.[15]

Literatürde sigorta tanımlamaları farklı şekillerde ifade edilmesine rağmen aynı özellikleri işaret ettiği görülmektedir. Tanımlar içerisinde ortak olan tek husus riske

---

[11] Kemal ÇUHACI, **Milli Reasürans, Açıklamalı Sigorta ve Reasürans Terimleri Sözlüğü**, İstanbul: Milli Reasürans T.A.Ş., 2004.
[12] Ali BAYRAKDAROĞLU, **Bankacılık ve Sigortacılık Ders Notu**, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İşletme Bölümü, 2013, s.101
[13] Altuğ ALTUN, **Sigortacılık Sektöründe Acentelerin Önemi.** İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2007, s.3
[14] Mehmet MURATOĞLU, **Türk Sigorta Sektöründe Dağıtım Kanalları Yapısı ve Şirket ile Acenteler Arasındaki İlişki Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma**. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, 2012
[15] JAMALDEEN, **a.g.e**., s.2

karşı ödenen bir prim ve gerçekleştiğinde ödenmesi gereken bir tazminatın varlığıdır. Bu nedenle sigortacılığın temel işleyişinin tanımda kesinleşmiş olduğu belirtilmelidir. Sigortacılık özünde kişinin yaşamındaki risklere karşı bir havuzda para biriktirmesi ve tehlike anında oluşacak hasarda bu havuzdaki parayı kullanmasıdır. Bu sistem diğer bir deyişle *risk transferi* olarak da tanımlanabilir.[16]

Sigorta kişiler arasındaki dayanışma türü olup, oluşacak hasar durumunda zarar görenin tek başına karşılayamayacağı zararları bir organizasyon aracılığıyla karşılama noktasında aralarında paylaşmalarıdır. Sigorta organizasyonunun *sigorta sözleşmesi, sigortacı (sigorta şirketi)* ve *sigorta ettiren*den oluşan üç tarafı bulunmaktadır. Riziko ile karşı karşıya kalan sigorta ettiren, sigorta yaptırmak amacıyla sigortacıya başvurur ve sigorta işlemi bir sözleşme çerçevesinde gerçekleşir.[17]

Sigorta tanımının belli başlı unsurları vardır. Bu unsurlar; rizikonun yasa veya sözleşmelerle belirlenmesi, sigorta konusunun para ile ölçülebilmesi, hasarın tesadüfiliği, birliktelik, hasarın maddi niteliği ve bu niteliğin para birimi ile ölçülebilmesi şeklindedir. Bu unsurlar çerçevesinde sigorta; konusu para ile ölçülebilen bir –tesadüfi oluşan maddi- hasarın, önceden yasa veya sözleşmelerle belirlenen çerçevede giderilmesidir. Bu unsurlar çerçevesinde sigorta; hasarları bir havuzda toplandığı, beklenmedik hasarların önlendiği, risk transferi sağlanan, tazminat ödeme yükümlülüğü içeren bir sistem olmaktadır. Sigorta sözleşmesi taraflara verdiği yükümlülükle birlikte para ile ölçülebilen hasar halinde bu hasarı gören, ancak önceden prim ödeyerek hasara karşı kendisini güvence altına alan sigortalıyı korurken, primi havuzda toplayan sigortacıya da hasarı karşılama yükümlülüğü getirmiştir.[18]

Sigorta önemli bir tasarruf kaynağı ve risk önleyicisidir. Sigortayla birlikte öncelikle oluşacak olası hasarın önlenmesi adına gerekli tedbirler alınır, ardından oluşan

[16] Mahir ÇİPİL, **Risk Yönetimi ve Sigortacılık,** Ankara: Nobel Yayıncılık, 2013, s.62
[17] YILDIRIM ve BAŞAR, **a.g.e.,** s.1
[18] Nuri Gül ÖMÜRBEK ve Fatma ALTIN, "Sigortacılık Sektöründe Bilgi Teknolojilerinin Uygulanmasına İlişkin Bir Araştırma". **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt 13, Sayı 3, 2008, s.109

hasarın giderilmesi sağlanır. Sigorta insanları ve işletmeleri, her türlü riske karşı korur. Sigortalıya sağladığı teminatla birlikte aynı zamanda da ekonomiye katkıda bulunur.[19]

1.1.2.Sigortanın Amaçları ve İşlevleri

Dünyada insanların yaşamlarını sürdürürken başlarına ani ve beklenmedik durumlar gelebilmekte, bu durumlar sebebiyle insanlar zarara uğrayabilmektedirler. Bu zararın boyutlarına bağlı olarak yaşanan maddi ve manevi kayıplar insan emeğinin heba olması anlamına gelirken, aynı zamanda da kişinin güvencesiz ve risk altında bir yaşam sürmesine sebep olabilmektedir. İnsanın sosyal ve ekonomik hareket sahası sürekli risk altındadır. Bu riskin en basit sebebi insanın bilinmeyen bir dünyada, korunmasız şekilde yaşamasından ötürüdür. Olası doğal afetler, kazalar veya dikkatsizlik sonucu olan her türlü olayda risk vardır. İnsanın malını, eşyasını, sağlığını kaybedebileceği, hatta ölümüne yol açabilecek durumlar onun ve yakınlarının yaşamdaki güvencelerinin yok olmasına sebep olabilmektedir. Bu ve bu gibi durumlar insanlar için sigortanın gerekli olmasının başında gelmektedir.[20]

Çipil (2013) sigortanın olası kayıplarda ülke ekonomisine getireceği maddi-manevi zararı ortadan kaldıran bir sistem olduğundan bahsetmiş ve sigortanın amaçlarını; hasara karşı güvence sağlama, endişe ve korkuyu azaltma, yatırım fonlarına kaynak sunma, hasarı önleme, kredi yükseltme olduğunu söylemiştir. Bununla birlikte sigortacılık sektörünün dünya çapında bir sektör olduğu düşünüldüğünde aynı zamanda istihdam sağlama amacı da göz ardı edilmemelidir.[21]

Sigortanın temel amacı kişilerin başına gelebilecek ve tek başlarına karşılayamayacakları zararları bir organizasyon aracılığıyla paylaşmaları ve böylece yaşamdaki risklere karşı kendi ölçülerinde bir risk yönetimi geliştirmeleridir. Bu organizasyon sigorta şirketi olup, sigorta ettiren ile arasındaki bağı temsil eden sigorta

---

[19] Habibe Yelda ŞENER ve Sema BEDHİOĞLU, "Türkiye Sigorta Pazarının Gelişimindeki Ana Unsurların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi EYİ 2013 Özel Sayısı,** 2013, s.524

[20] Şebnem G. KARASAR, **Temel Sigorta Bilgileri ve Sigorta Sektörünün Yapısal Analizi**, Bilyay Yayıncılık, İstanbul, 2006, s.17

[21] ÇİPİL, **a.g.e**., s.60

sözleşmesi bireysel ve ulusal çaplı faydaları barındırmaktadır. Bireysel anlamda güven yaratan ve hasarı önlemeye yönelik önlemler alan bu sistemde, ulusal çapta ise sigortanın ekonomide sermaye birikimine olanak sağladığı, ödemeler dengesine önemli ölçüde katkıda bulunduğu, gelir dağılımını iyileştirici etkisi olduğu gibi ülkedeki birçok kalkınma göstergesine dolaylı yoldan etki edecek amaçlar taşıdığı söylenebilir.[22]

Sigortacılık bireye, topluma ve devlete yönelik çeşitli işlevler taşımaktadır. Her şeyden evvel bireyi ve toplumu koruma ve güven ortamı sağlama işlevinde olan sigortacılık, tasarruf bilincini geliştirir ve ekonomide fon birikmesini sağlar. Birey ve girişimcilerin kredibilitesini artırır ve risklere karşı önlem almak adına atıl tutulan sermayeyi aza indirir. Sigortacının riski devralmasını sağlar ve oluşturduğu sektörle birlikte önemli bir istihdam ortamı yaratır.[23]

Muratoğlu (2012) sigortanın işlevlerini; fertlere ve kurumlara yaşamdaki risklere karşı öngörülebilirlik ve emniyet sağlaması, kredi teminine yardım etmesi, tasarrufu geliştirip sermaye hazırlaması, topluma huzur ve güven temin etmesi, dayanışma sağlaması, uluslararası ilişkileri geliştirmesi, finans istikrarını artırması, girişimcileri ve ticareti destekleyerek iş sürekliliği sağlaması, sosyal güvenlik programları üzerindeki baskıyı hafifletmesi, risklerin daha etkin yönetilmesini sağlaması ve finansal sistemin etkinliğini artırması şeklinde değerlendirmiştir.[24]

1.1.3.Sigorta Sözleşmesi ve Taraflar

Sigorta sözleşmesi diğer bir adıyla *poliçe*; sigorta şirketi ile sigortalı arasındaki sözleşmenin yazılı halidir. Sigorta şirketi veya sigortacının belli bir prim karşısında sigorta ettirenin para ile ölçülebilir menfaatini koruması, olası hasar halinde zararı tazmin etmeyi kabul etmesi, diğer bir deyişle kişiye güvence vermesinin teminatı

[22] G. Şebnem URALCAN, **Temel Sigorta Bilgileri ve Sigorta Sektörünün Yapısal Analizi**, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım, 2004, s.1
[23] İlknur KÜLEKÇİ, **Türk Sigortacılık Sektöründe Hayat Dışı Sigorta Şirketlerinin Etkinlik Analizi.** İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2018, s.14
[24] MURATOĞLU, **a.g.t.,** s.9-13

sigorta sözleşmesine dayanmaktadır. Sigorta sözleşmesi kapsamında rizikonun gerçekleşmesinden doğan hasarın karşılanması durumu temel alınmaktadır.[25]

Sigorta hukuku kapsamında sigortacılık sözleşmesinin tarafları *sigorta ettiren, sigortalı* ve *sigortacı* olmak üzere üçe ayrılmıştır. *Sigorta ettiren*, kendisi veya bir başkası (üçüncü şahıs) için sigorta himayesi tesis eden kişidir. Diğer bir deyişle hizmeti talep eden ve bu güvenceden faydalanacak olan kişiye sigorta sunandır. Sigorta sözleşmesinde sigorta ettiren ve sigortalı birleşebilmektedir.[26] Bu şekilde sigorta doğrudan kişinin kendisine aitken, Türk Ticaret Kanunu m.1406 kapsamında temsilen sigorta kavramına da yer verilerek, kişinin bir başkası adına temsilci yoluyla sigorta ettirilebileceği hususu da belirtilmiştir.

Sigortalı, prim denen bir ücret karşılığında para ile ölçülebilir bir menfaatini veya zarara uğrama rizikosunu bir sigorta sözleşmesine dayalı olarak sigortacıya devrettiren kişidir. Risk alışverişinin taraflarından olan sigortalı gerçek veya tüzel kişi olabilir. Riski devreden taraf olan sigortalı, vefat teminatı dışındaki durumlarda sigortadan doğan bütün haklardan da yararlanmaktadır.[27]

Sigortalının riskini poliçe aracılığı ve belirlenen prim karşılığında üstlenen kişi *sigortacı*dır. Risk devir işlemi adına yapılan sözleşme çerçevesinde sigortacı aldığı prim çerçevesinde sigortalının riskini ve bu riskten doğacak hasarın karşılanmasını üstlenir. Böylece zararın tazmin edilmesi adına da görevli kişi konumuna yükselir.[28]

Sigorta sözleşmesinin doğrudan tarafları *sigortalı, sigortacı* ve *sigorta ettiren* şeklinde belirtilmekle birlikte, dolaylı yoldan sözleşmenin taraflarından biri de *lehdar*dır. Sigorta sözleşmesinin tarafı olmayan, ancak sigortanın tarafı olan lehdar, ölüm teminatı yer alan sigortalarda aksi belirtilmedikçe sigortalının ölümü halinde tazminat alma hakkı elde edecek olan taraftır. Lehdar bir ya da birden fazla kişi olabilir.

[25] Murat ÖZBOLAT, **Temel Sigortacılık,** Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2014, s.80
[26] KARASAR, **a.g.e**., s.19
[27] ÖZBOLAT, **a.g.e.,** s.80
[28] ÖZBOLAT, **a.g.e.,** s.80

5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'na sözleşmede bir lehdar olmaması halinde, sigortalının varisleri lehdar sayılmaktadır.[29]

1.1.4.Sigortanın Genel Prensipleri

İnsanların güvenleri ve güvence alma güdüleri üzerine kurul olan sigortacılık alanı gelişigüzel kurallar üzerine inşa edilmemiştir. Sigortacılığın belli prensipleri bulunmaktadır. Hancı (2007) sigortacılığın genel prensiplerini *sigortalanabilir menfaat, tazminat prensibi, rizikonun varlığı prensibi, azami iyi niyet prensibi, hakların devri (halefiyet) prensibi, rücu prensibi* ve *yakın sebep* olarak sınıflandırmıştır: [30]

- *Sigortalanabilir Menfaat:* Türk Ticaret Kanunu m.1263 çerçevesinde sigortanın konusunun menfaat olduğu bildirilmiştir.[31] Dolayısıyla can ve maldan değil, bunlar üzerindeki menfaatler sigorta konusudur. Herhangi bir unsurun sigortalanabilmesi için öncelikle sigorta talep eden tarafın sigortalanabilir menfaati olmalıdır. Örneğin; can sigortası üzerinde bireyin sınırsız menfaat hakkı bulunmaktadır. Çünkü cana gelebilecek bir zarar kişinin yaşamındaki her türlü durumu etkileyebilecek ölçüde menfaatleri üzerinde toplamıştır.
- *Tazminat Prensibi:* Tazminat sigortalıyı alınan hasardan önceki duruma getirmek adına gerekli olan ayni veya nakdi unsurdur. Sigorta sözleşmesinde yer alan tazminat unsuru kişiyi zengin etmeyi değil, hasarını karşılamayı amaçlamaktadır.
- *Rizikonun Varlığı Prensibi:* Gerçekleşmesi kesin olmayan veya gerçekleşmesi muhtemel durumlarda zamanı önceden kestirilemeyen riziko, hasara sebep olan olaydır. Sigortalı ile sigortacı arasındaki sözleşmenin varlığı temelde rizikoya bağlıdır. Riziko sözleşme yapılmadan evvel gerçekleşmelidir.

---

[29] ÖZBOLAT, **a.g.e.,** s.80
[30] HANCI, **a.g.t.,** s.13-14
[31] **Türk Ticaret Kanunu Sigorta Hukuku 5.Kitap m.5 kapsamında;**
"Sigorta bir akittir ki bununla sigortacı bir prim karşılığında diğer bir kimsenin para ile ölçülebilir bir menfaatini halele uğratan bir tehlikenin (bir rizikonun) meydana gelmesi halinde tazminat vermeyi yahut bir veya birkaç kimsenin hayat müddetleri sebebiyle veya hayatlarında meydana gelen belli bir takım hadiseler dolayısıyla bir para ödemeyi veya sair edalarda bulunmayı üzerine alır."

- *Azami İyi Niyet Prensibi:* Sigorta sözleşmesi olası hasarın gerçekleşmesi durumunda zararın karşılanması adına yapılan bir sözleşme olduğu için sigortalanacak kişinin mağduriyetine karşı yapılmaktadır. Sigortacı bu nedenle sigortalıya sözleşmeye ilişkin tüm detayları ve sözleşme sonuçlarını ayrıntılarıyla açıklamalıdır.
- *Hakların Devri (Halefiyet) Prensibi:* Tazminat sigortası niteliğinde olmayan hayat ve ferdi kaza sigortaları haricinde, mala ilişkin sigortalarda sigorta ettirilen kişinin tazminatı sigortacı veya kendisini zarara uğratan kişiden alma hakkı bulunmaktadır. Her iki taraftan birden tazminat alması mümkün değildir.
- *Rücu Prensibi:* Sigortalının hem sigorta şirketi hem de kendisini zarara uğratan kişiden hakların devri prensibi gereği tazminat alamaması ilkesine karşın, sigorta şirketi ödediği tazminat kadar bir meblağ yerine sigortalının konumuna geçer ve zararı oluşturan taraftan tazminat isteme hakkını elde eder.
- *Yakın Sebep:* Sigortalının sigortacıda talepte bulunabilmesi için hasarın yakın sebebinin poliçede teminat altına alınan tehlike olması zorunludur.

Çipil (2013) ise sigortacılığın genel prensiplerini sigorta kapsamına neyin girip neyin girmediği şeklinde bir sınıflandırma içerdiğini ifade etmiş, bu prensiplerin; başta karşı karşıya kalınan riskin sigortalanabilir bir risk olması, sigorta sözleşmesine dayanması, bu sözleşmenin sigortalıya ödenen bir tazminat sonucunda sigortalıda sebepsiz zenginleşme yaratmaması, hasara neden olan üçüncü kişi olması durumunda sigorta şirketinin tazminatı bu kişiden talep edebilmesi, tazminat demesi yapılabilmesi için meydana gelen hasarın ilk sebebinin sigorta sözleşmesinin teminatlarının içinde yer alması şeklinde olduğunu belirtmiştir.[32]

1.1.5.Sigorta Türleri

Sigorta türleri can sigortaları (hayat sigortaları, sağlık sigortaları, ferdi kaza sigortaları), mal sigortaları (yangın sigortaları, nakliyat sigortaları, mühendislik sigortaları), kaza sigortaları, hukuksal koruma sigortaları ve tarım sigortaları olmak

[32] ÇİPİL, **a.g.e.,** s.62-64

üzere altı gruba ayrılabilir. Can sigortaları kişinin yaşamının tehlikeye girmesi veya ölüm halinde, kişiye ödenmesi gereken; mal sigortaları çeşitli rizikoların doğrudan ya da dolaylı olarak sigortalının mal varlığında yol açacağı hasarların oluşturacağı mali kayıpların yerine getirilmesi adına; kaza sigortaları nakliyat, yangın vb. durumlarda kişinin kaza halindeki kayıplarının yerine getirilmesi adına; hukuksal koruma sigortaları sigortalının taraf olduğu sözleşmeler veya hukuksal uyuşmazlıkların ortaya çıkması durumunda; tarım sigortaları ise ekinler, canlı hayvan, deniz ve su ürünleri, değerli hayvanlar, seracılık, yetiştirilen canlı hayvanlardan elde edilen ürünler gibi konularda yaşanan maddi kayıp ve zarara yönelik olarak kişiye ödenen sigortalardır.[33]

Hancı (2007) özel çıkarların ön planda olduğu, isteğe bağlı ve herkese açık olan, sözleşme esasına dayanan, aynı zamanda prim oranın riskin derecesine bağlı değerlendirildiği sigortaları *özel sigortalar* olarak ele alırken; genel çıkarların ön planda olduğu, zorunlu olan ve sadece belli gruplara açık olan, kanun esasına dayanan, aynı zamanda da prim oranı sigortalının gelir ve mesleğine göre belirlenen sigortaları *sosyal sigorta* olarak değerlendirmiştir. Tablo 1'de Hancı'nın sosyal ve özel sigortalara ilişkin sınıflandırması yer almaktadır.[34]

Tablo 1: Sigorta Türleri

Sosyal Sigorta	Özel Sigortalar
	1.Hayat Sigortası: İnsanlara yaşamı boyunca gelir ve güvence sağlayan, olası ölüm halinde arkada bıraktığı aile fertlerinin ekonomik durumlarının kötüye düşmesini önleyen sigorta türüdür.
	a)Tasarrufa Bağlı Hayat Sigortaları: Yaşlılığı güvence altına almak adına uygulanan sigorta türüdür.
	b)Ölüme Bağlı Hayat Sigortaları: Sigortalının ölmesi halinde geride kalan yasal varislerine ödeme yapan sigorta türüdür.
	c)Grup Hayat Sigortası: Tek bir poliçe altında, sigorta ettiren ile belirli bir ilişkisi bulunan çok sayıda kişiye güvence sağlayan bir hayat sigortası
1.Emekli Sandığı: **657 sayılı kanunla belirlenmiş güvenlik kuruluşları olan Emekli Sandığı'nın**	

[33] ALTUN, **a.g.e.,** s.27-34
[34] HANCI, **a.g.t.,** s.28-40

tüm kamu sektöründe çalışan memurlarının ölüm (dul ve yetim aylığı), yaşlılık (emekli aylığı), malullük (adi, vazife, harp malullüğü) rizikolarının karşılandığı sigorta yapılanmalarıdır.	türüdür. *d)Karma Hayat Sigortası:* Hem riziko hem de tasarruf özelliği olan bir sigorta çeşididir.
***2.Sosyal Sigortalar Kurumu:* 506 sayılı İş Kanunu'na göre hizmet sözleşmesi çerçevesinde yer alan Kamu kesimi çalışanları ile özel kesimde çalışanların rizikolarına tabi olan sigorta türüdür.**	*2.Hayat Dışı Sigorta:* Hayat dışı konuları içeren sigorta türüdür. *a)Yangın Sigortası:* Yangın sonucu meydana gelecek hasarları karşılayıcı sigorta türüdür. *b)Kaza Sigortası:* Sigortalının bir kaza sonrası uğrayacağı ekonomik ve işgücü yönlü hasarı önlemeye yönelik sigortadır.
***3.Bağ-Kur (Esnaf ve Sanatkârlar ve Diğer Bağımsız Çalışanlar Sosyal Sigortalar Kurumu):* Bağımsız çalışanların sosyal güvenliğini sağlayan sigorta kuruluşudur.**	*c)Nakliyat Sigortası:* Nakliyat sırasında bir mal veya değerinde şeylerin göreceği hasarı karşılayan sigortadır. *d)Mühendislik Sigortası:* İnşaat Tüm Risk Sigortası, Montaj Tüm Risk Sigortası, Makine Kırılması Sigortası ve Elektronik Cihaz Sigortası olmak üzere dört kapsamda ele alınan bir sigorta türüdür. *e)Tarım Sigortası:* Tarım alanına giren her türlü ürün veya araca ilişkin hasarın karşılanmasını sağlayan sigortadır. *f)Deprem Sigortası:* Deprem felaketi sonucunda bina sahiplerinin yaşayacakları hasara ilişkin sigortadır. *g)Malvarlığı Sigortası:* Kar sigortası ve alacak sigortası olmak üzere iki türdür.

Kaynak: Hancı, 2007: 28-40

Sigorta türleri sosyal sigortalar-özel sigortalar, can-mal-sorumluluk sigortaları, Türkiye'de uygulanan sigorta branşları ve diğer sigortalar olmak üzere dört ayrı kapsamda incelenebilir. Sigortaları sağlanan güvenliğin içeriğine göre farklı sınıflandırmalara ayırdığını belirten araştırmacı, sosyal ve özel sigorta ayrımında bilhassa özel sigortaları mal, sorumluluk ve can sigortaları olarak üçe ayırmış, can sigortaları kapsamında hayat, sağlık ve ferdi sigortalara yer verirken, mal sigortaları kapsamında ise yangın sigortaları, nakliyat sigortaları, kaza sigortaları, mühendislik sigortaları, tarım sigortalarına yer vermiştir. Türkiye'de uygulanan sigorta branşlarında

11.07.2007 tarihli ve 26579 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2007/1 Sayılı Sigorta Branşlarına İlişkin Tebliği gözeterek sigorta branşlarını hayat grubu ve hayat dışı grubu olarak iki kategoride değerlendirmiştir. Hayat branşındaki sigortalar; hayat, evlilik/doğum sigortası, yatırım fonlu sigortalar, sermaye itfa sigortası, fonların yönetimi işlemi, kaza sigortaları, hastalık/sağlık sigortaları iken; hayat dışı branştaki sigortalar ise kaza, hastalık/sağlık, kara araçları, raylı araçlar, hava araçları, su araçları, nakliyat, yangın, doğal afetler, genel zararlar, kara araçları sorumluluk, hava araçları sorumluluk, su araçları sorumluluk, genel sorumluluk, kredi, emniyet suiistimali, finansal kayıplar, hukuksal koruma ve destek sigortalarıdır. Diğer sigorta ayrımlarında ise tazminat ve meblağ sigortaları yer alır.[35]

1.1.6.Sigortacılığın Dünyada ve Türkiye'de Gelişimi ve Bugünü

Türkiye'de sigortacılığın tarihi Osmanlı Devleti döneminde tam olarak başlamıştır. 1850'li yıllarda Avrupa'da faaliyete başlayan sigortacılar, batılılaşmanın da etkisiyle Osmanlı topraklarında da sürdürmek adına girişimde bulunmuşlardır; ancak Osmanlı Devleti'nin dini yönden sigortacılığı sakıncalı bulmasından ötürü bu alanda büyük bir gelişme sağlanamamıştır. 1839 tarihinde ilan edilen Tanzimat Fermanı'yla birlikte batılılaşma sürecine resmi olarak girilmesi sigortacılık faaliyetlerini de resmen başlatmıştı. Bu dönemde sigorta acentelerinin tamamen azınlıklar tarafından yönetildiği, aynı şekilde sigortayı satın alanların da çoğunlukla azınlıklar olduğu görülüyordu. Osmanlı Devleti'nde kurulan ilk sigorta şirketi Osmanlı Umum Sigorta adıyla 1893 senesinde kurulmuştu. Osmanlı Bankası, Tütün Rejisi ve Duyun-ı Umumiye İdaresinden sermaye grubu ortaklığı olan bu şirket, kurumsallaşamamış bir yapıya sahipti. Bu nedenle etkin faaliyet gösterdiği de söylenemeyecektir.[36]

Baskıcı (2002) Osmanlı Devleti'nde sigortacılık faaliyetlerinin gelişememesinin en önemli sebebini yasal alt yapıdaki boşluk olarak görmektedir. Akit adı verilen sigorta

[35] Onur ŞEYRANLIOĞLU, **Banka Sigortacılığının (Bankasürans) Yapısal Analizi ve Bir Etkinlik Araştırması.** İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2015, s.23-30

[36] Levent SEZAL, "Türkiye Sigortacılık Sektörünün Değerlendirilmesi ve Faizsiz Sigortacılık Sisteminin Uygulanabilirliği". **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt 10, Sayı 52, 2017, s.1158

sözleşmeleriyle yapılan sigortacılık işleminde usullerin belirlenmesi ve tarafların bu usuller ışığında görev ve sorumluluklarını bilmeleri gereklidir. Osmanlı Devleti'nde bilinen ilk yasal düzenleme 1850 senesinde Ticaret Kanunu'nun deniz sigortasıyla ilgili 29.maddesinde yer almıştır. 1883'te acentelere ruhsat zorunluluğu getirilmiş, 1887 Nizamnamesinde ise sigortacılık kapsamında hiçbir husus yer almamıştır. Bu nedenle alt yapıda yeterince önem verilmeyen bir kurumun güvence sunması ve gelişmesi de mümkün olmadığı için Osmanlı Devleti'nde sigortacılık faaliyetleri gelişmemiştir. Bu durumun yanı sıra 19.yüzyılda Osmanlı Devleti içerisindeki genel mali durumun da bu gelişmeme ile yakından ilişkisi olduğu söylenebilir.[37]

12 Temmuz 1900 tarihinde 43'ü yabancı olmak üzere 44 şirketin bir araya gelmesiyle birlikte Yangın Sigorta Şirketlerinin Sendikası adı altında bir yapılanma kurularak sigortacılık faaliyetlerinin denetlenmesi adına bir adım atılmıştır; ancak daha evvel de belirtildiği üzere denetimin yetersiz kalmasından ötürü sigorta şirketleri kendi başlarına hareket ettikleri için bu kurum da işlevsiz hale gelmiştir. 1908 ve 1914 yılları arasında yabancı şirketler Osmanlı sınırları içerisinde sigortacılık faaliyetlerinde ön plana çıkmaya başlamışlar; 1914 yılındaki yasa ile yabancı şirketlere teminat gösterme ve vergi ödeme zorunluluğu gelmesiyle birlikte de Osmanlı-yabancı ortaklığına dayanan ilk sigorta şirketleri oluşmaya başlamıştır. [38]

Türkiye'de sigortacılık sektörünün gelişmesi ve modern anlamda diğer dünya ülkelerine uyumlu şekilde ilerlemesi adına Cumhuriyet'in ilanı önemli bir adım olmuştur. İnkılaplarla birlikte ülkede yeni bir dönemin başlamasında sigortacılık sektörü de önemli pay edinmiştir. 1923 İzmir İktisat Kongresi'nde alınan kararlarla finans alanında da millileşme anlayışı benimsenmiş ve bu sebeple birlikte 26 Ağustos 1924'de İş Bankası kurulmuştur. İş Bankası öncülüğünde 1 Nisan 1925 tarihinde ise ilk sigorta şirketi olan Anadolu Sigorta ve 1929'da ilk reasürans şirketi Milli Reasürans kurulmuştur. 1925 senesinde kurulan ilk sigorta şirketiyle birlikte sigortacılık da hız kazanmış, 1927 senesinde ilk sigortacılık kanunu olan 1149 sayılı Sigorta Teftiş ve Murakabesi Hakkında Kanun çıkarılmıştır. 1927 senesindeki ilk kanunun ardından

[37] Murat BASKICI, "Osmanlı Anadolu'sunda Sigorta Piyasası", **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi A.Ü.S.B.F. Dergisi,** Cilt 57, Sayı 4, 2002, s.2-3
[38] ÖZBOLAT, **a.g.e.,** s.66

Türkiye'de toplamda üç kez sigortacılık kanunu çıkarılmıştır. İkincisi 1959 tarihli 7397 sayılı Sigorta Şirketlerinin Murakebesi Hakkında Kanun, üçüncüsü ve sonuncusu ise 2007 tarihli 5684 sayılı Sigortacılık Kanunudur.[39]

Dünyada sigortacılığın başlangıcına dair ilk uygulama günümüzden yaklaşık 4000 yıl evvel Babiller döneminde görülmüştür. Babiller Sumu-Abum'un (M.Ö.2225-2212) çabalarıyla M.Ö. 2225 tarihinde Babil şehri etrafında toplanan Amurluların bir kısmının meydana getirdiği bir topluluktur. M.Ö. 20. Yüzyıla değin siyasi birliklerini tam olarak tamamlayamayan Babiller Amur hanedanının altıncı hükümdarı Hamurabi (M.Ö. 2123-2081) zamanında tam olarak bir devlet halini aldılar ve kanunlarını yaparak örgütlenmeye başladılar. Babil'in en önemli devlet adamı ve yöneticisi Hamurabi olduğu için devletin en önemli kanunu da Hamurabi Mecellesi olmuştur. Tanrının kendisini toplumu düzenlemek adına gönderdiğine inanan Hamurabi, ilahın temsilcisi sıfatıyla kanunlarını düzenlemiştir. Hamurabi Kanunları tam olarak 282 maddeden oluşmakta ve toplumdaki her konuya yönelik bilgilendirmeyi içermekteydi. Aile ilişkilerinden mirasa, köle hukukundan alım satım işlerine kadar her türlü hususta düzenlenen bu kanun, Babil'de toplumsal düzenin ve ahlakın korunmasına da yardımcı oluyordu. Hamurabi gibi toplumu ve toplum düzenini düşünen bir lider, toplumdaki insanların olası mal ve kaybına karşı mağdur duruma düşmemeleri, toplum yaşamından soyutlanmamaları ve diğer insanlarla bir arada sağlıkla yaşayabilmeleri adına sigortacılığa benzer bir sistemin de gerekliliğini düşünmüştü. Bu düşünce ilk defa Hamurabi Kanunlarında yer bulmuştu. Örneğin; Kanunda m.23'te soyulan kişinin mallarının tazmin edilmesi[40], m.120'de ise mallara zarar gelmesi halinde yine tazmin durumu[41] hakkında neler yapılabileceğine dair hüküm yer alır. Bu hükümlerde dikkat

[39] KÜLEKÇİ, **a.g.e.,** s.46-48

[40] **Hammurabi Kanunları m.23 kapsamında;**
"...soyguncu yakalanamazsa, soyulan kişi zararının miktarını yemin ederek söylerse o zaman soygunun yapıldığı yerin ya da toprakların ya da mekânın sahibi olan kişi ya da topluluk çalınan mallarını tazmin eder."

[41] **Hammurabi Kanunları m.120 kapsamında;**
"Herhangi bir kişi diğer bir kişinin evinde muhafaza için mısırlarını depolamışsa ve depolanan mısırlara her hangi bir zarar gelmişse ya da evin sahibi tahıl ambarını açmış ve bir miktar mısır almışsa veya özellikle mısırların kendi evinde depolandığını inkar ediyorsa; o zaman, mısırların sahibi tanrı'nın huzurunda (yeminle) hak iddia eder ve ev sahibi aldığı bütün mısırları sahibine geri verir."

çeken dinin adalet sisteminin temel belirleyicisi olduğu ve toplum yaşamındaki aksaklıkları giderme adına bu kurallara uyulması gerekliliğidir.[42]

M.Ö.600 yılında Hinduların da sigorta benzeri kredi anlaşmaları yapmaya başladıkları bilinmektedir. Çok basit içerikli olan, sadece güvence alma adına yapılan bu sözleşmeler sigorta düşüncesini geliştiren anlaşmalardı. Toplum içerisinde çalışan grupların zararı olması halinde toplumsal dengenin kaybolacağına dair düşünce bu anlaşmaları oluşturmuş; ticaret bilinci gelişene değin bu anlaşmalar sadece korunma ihtiyacının tezahürü şeklinde gerçekleşmiştir. [43]

İnsanlığın en eski medeniyetlerinden biri olan Yunan medeniyeti, antik dönemde din, edebiyat, felsefe ve daha birçok alanda öncü şekilde üretimde bulunan, bu nedenle günümüzü dahi etkileyecek bir birikimle hareket eden bir medeniyet yapısı oluşturmaktadır. Eski Yunan'ın gelişen kurumları bu döneme *medeniyet* adlandırılması verilmesini sağlamaktaydı. Bir antik dönem medeniyeti olan Eski Yunan'da insanlar arasındaki ilişkileri düzenlemek, toplumsal yaşamı kurallara dayandırmak ve medeniyetin sürekliliğini sağlamak adına hukuk sistemi de gelişmiştir. Bu gelişim noktasında insanların can ve mal güvenliğini korumaya yönelik önlemler de yer almaktadır. Özellikle inancın yaşamda önemli olduğu, bu nedenle hakkaniyet gözetildiği durumlar sigortacılık müessesesinin oluşumunda rol oynamıştı. Eski Yunan'da mülkiyetin önemli olduğu görülür. Toplumda insanlar hem bu dünya hem de öteki dünya için mal varlıklarıyla kabul görmektedirler. Yasalar her ne kadar doğrudan *mülkiyet devredilemez* demese de mülkiyetini kaybeden bireyin kötü bir suç işlediği, Tanrının bu suçtan ötürü kişiyi cezalandırdığı düşünüldüğü için mülkiyetini kaybeden kişiye iyi bir şekilde bakılmıyordu. Bu kişi köle konumuna, hatta daha aşağısına dâhil olmaktaydı. Bu nedenle kişinin olası durumlarda önceden ispatladığı haller çerçevesinde zararının giderilmesi durumları nadir de olsa vardı. Eski Yunan'da sigortacılığın izleri Solon kanunları dönemine rastlamaktaydı. Toplumsal yaşamda hakkaniyete önem veren Solon, kişinin bir başkası tarafından uğrayacağı zararı önceden gözetmesi veya devlet sistemi tarafından zarara uğraması halinde kaybının büyük

[42] Hammurabi Kanunları, m.23, 120
[43] ÖZBOLAT, **a.g.e.,** s.67

olacağını düşünerek onun canını bağışlama ve mülkiyeti üzerindeki zararı giderme yönünde kararlar çıkarmıştı.[44]

Bugünkü anlamda sigortacılıktan bahsedilebilmesi ancak 14.yüzyılda mümkün olmuştur. Gelişen ticari ilişkiler güvencenin önemini ön plana çıkarmış, dolayısıyla ticarette uğranan zararların boyutunun büyümesi sigortacılık düşüncesinin de öneminin idrak edilmesini sağlamıştı. İlk sigorta sözleşmesi deniz sigortası alanında yapılmıştı. İtalya'nın Cenova Limanı'ndan Mayorka'ya geçen Santa Clara adlı yük gemisinin yükünü temin etmek adına düzenlenen bu sigorta sözleşmesinden sonra ilk sigorta şirketi yine İtalya'ya kuruldu. 1424 senesinde kurulan şirketle birlikte sözleşme sayıları arttıkça kanun gerekliliği ortaya çıktı ve 1435 senesinde de ilk sigortacılık kanunu olan Barselona Fermanı yayınlandı. Denizcilik alanında başlayan bu sigortacılık serüveni, zamanda diğer kıyı ülkelerine de yayıldı. Sigortacılık verdiği teminatla birlikte kişilere diğer alanlarda da benzer bir sistemin geliştirilebileceğini düşündürdü. Özellikle 1666 senesinde Londra'da meydana yangın 13 bine yakın evin yanmasına sebep olduğundan bu dönemde can ve mal sigortalarına yönelik girişimler hızlanmıştır. 1684 senesinde Londra'da ilk yangın sigortası şirketi kurulmuştur.[45]

17.yüzyılın sonuyla birlikte dünyada sigortacılık faaliyetleri kapsamında da yeni bir dönem açılmıştır. Edward Lloyd adında bir kişinin sahip olduğu kahvehane birçok ticaret insanının buluşma alanı haline gelmiştir. Özellikle deniz ticaretiyle uğraşan tüccarlar bu kahvehanelerde buluşup uzun sohbetler yapmaktaydılar. Lloyd da bu durumu avantaja çevirerek sefere çıkan gemiler üzerine teminat sistemi oluşturmuştur. Underwriter sıfatıyla taraflar arasında sözleşmeler düzenleyen Lloyd, daha sonra kahvehanesini bir birlik haline getirmiştir. Bu birliğin en önemli özelliği üyelerin tüm varlıklarıyla sorumluluk taşımaları, sigortalı ile doğrudan temas etmemeleri ve genellikle broker sistemiyle muhatap olmalarıydı.

2018 yılı itibariyle Türkiye'de sigortacılık alanında faaliyette bulunan firma sayısı 62 olarak saptanmıştır. Bu firmaların 39'u hayat dışı şirketler, 23'ü hayat ve emeklilik şirketleri, 3'ü ise reasürans şirketidir. 2016 yıl sonu verilerinde gayri safi yurt

[44] Russ VERSTEEG, **Early Mesopotamian Law**, America: North Carolina, 2000, p.77
[45] Cahit NOMER ve Hüseyin YUNAK, **Sigortanın Genel Prensipleri**, İstanbul: Ceyma Matbaacılık,2000, s.29

içi hasılada primlerin oranı %1,6, kişi başına düşen prim tutarı ise 165 dolardır. 2018 yılı toplam prim üretimi, 54,6 milyar TL olarak hesaplanırken, direkt prim üretimi ise 50,4 milyar TL olarak hesaplanmıştır. Avrupa'ya bakıldığında ise 2016 yılı sonuna primlerin gayri safi mili hasıla içerisindeki oranı %6,7, kişi başına düşen prim tutarı ise 1620 dolar olmuştur. Daha basit bir dille ifade edildiğinde dünyada direkt prim üretimi genel sigortada %54 oranında iken, Türkiye'de bu oran %15'lere tekabül etmektedir.[46]

1.2.Sigortacılık Dağıtım Kanalları

19.yüzyılla birlikte sigortacılık kavramının nispeten yaygınlaşmasıyla birlikte aracılara ilişkin çeşitli tanımlamalar yapılmaya başlanmıştır. Sigorta sözleşmelerinin karmaşık olması, sigortacılık ediniminin soyut olması gibi sebeplerle birlikte sigorta şirketleri sigorta şirketleri kendi bünyelerinde yer alan çalışanlar ve yardımcı kişilerle birlikte sunacakları aracılık sistemini benimsemişlerdir. Böylece, sigortacı ile sözleşme yapmak isteyenleri bir araya getiren aracılar sisteme girmişlerdir.[47]

Sigorta ürünlerinin pazarlanmasında dağıtım kanalı seçimini etkileyen birçok husus bulunmaktadır. Bunların başında; kullanılacak araç ile seçilecek müşteri grubunun uyumlu olması, hedef pazar ve potansiyel müşterilerin önceden belirlenmesi, piyasa potansiyelinin dağıtım kanalına uygun olması, sahip olunan zaman ile araçların verdiği zaman olanaklarının seçim kararını etkilemesi, reklama ayrılan ödenek miktarının kullanılan araç ile doğrudan uyumlu olması gelmektedir.[48]

Sigortacılıkta dağıtım kanalları *geleneksel uzun kanallar* ve *kısa kanallar* olarak ele alınabilir. Uzun kanallar sigortacılığın her aşamasında profesyonelleşmiş kişilerin çalıştığı, bu nedenle daha az risk barındıran, rekabetin de daha az olduğu kanallardır. Bu sistemde mevcut veya potansiyel müşteriler, satış yönetimi sürecinde yer alan şubeler, acenteler ve brokerler ile muhataplık kurabilmektedirler. Kısa kanallarda ise müşteri ile direkt iletişim kurulduğu için daha kısa sürede sigorta işlemleri yürütülmektedir; ancak

[46] Ersin YENİSU, "Sigortacılık Sektörü ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği", **Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi,** Cilt 4, Sayı 2, 2019, ss.206- 217
[47] Mehmet ÖZDAMAR, **Sigorta Brokeri ve Hukuki Niteliği**. "Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi", Cilt 57, Sayı 3, 2008, s.526
[48] ÖZBOLAT, **a.g.e.,** s.68

bu kanal türü diğer kanala göre daha fazla risk barındırmaktadır. Bu kanalda müşterilerle direkt iletişim kuran şirket personelleri bulunmakta, komisyon üzerinden hizmetler yürütülmektedir.[49]

Mal ve hizmetin pazarlanmasında dağıtım kanalları oldukça önemlidir. Sigortacılıktaki dağıtım kanalları doğrudan ve dolaylı dağıtım kanalları olarak ele alınabilir. Doğrudan dağıtım kanalları sigortacılık hizmetinde doğrudan müşteriye ulaşılmasını sağlayan kanaldır. Bu kanallar arasında direkt satış, çağrı merkezi aracılığıyla pazarlama gibi kanallar bulunmaktadır ki bu şekilde sigorta şirketleri doğrudan hizmeti müşteri ile muhatap olarak satabilmektedirler. Dolaylı dağıtım kanallarında ise müşteri ile hizmet arasında bir aracı bulunmaktadır. Profesyonel olarak sigorta satışını sağlayan bu aracı acente, broker veya diğer aracılardan biri olabilir. Özellikle acentelerin profesyonel satışta aracılık rolleri oldukça büyüktür.[50]

1.2.1.Doğrudan Dağıtım Kanalları

Sigortacılık hizmetlerinde poliçelerin hazırlanmasından başlayarak hemen hemen her türlü hizmet aşamasında aracı kurum olmaksızın, müşterilerin doğrudan dağıtım sisteminde muhatap olan kanallarla işlemleri tamamladığı sistemdir. Ticari işlemlerde herhangi bir ürün veya hizmetin satışında ölçülebilir tepki sebebiyle doğrudan satış daha fazla tercih edilir. Doğrudan satışın temel amacı; direkt cevap talep ederek müşteri ve potansiyel müşterilerle ilişki kurmak, mevcut müşteri ilişkilerini güçlendirmek şeklindedir.[51]

Doğrudan dağıtım kanallarının tarihi geçmişi oldukça eskidir. Özellikle ilk yöntemlerde müşterilere mektup gönderme şekli kullanılmıştır. Daha sonra gelişen teknolojiyle birlikte telefon, bilgisayar ve diğer sistemler doğrudan pazarlama kanalları

[49] Mustafa ÇEMBERCİ, **Sigorta Pazarlaması ve Tüketicinin Bireysel Emeklilik Sistemine Bakış Açısını Test Etmeye Yönelik Bir Araştırma**. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2007, s.36-37
[50] NOMER ve YUNAK, **a.g.e**., s.33
[51] Ferudun KAHYA ve Mehmet KAHYA, **Sigorta ve Sigortacılık**, Beta Yayınları, İstanbul, 2017, s.10

içerisinde yerini almıştır. Doğrudan pazarlamada başvurulan en etkin araçlar; gazete, dergi, TV, kataloglar, broşürler vb. türdendir.[52]

Doğrudan dağıtım kanallarının çeşitli avantajları bulunmaktadır. Bu dezavantajlar; müşterilere genellikle daha basit sigorta poliçelerinin sunumunu yapma, müşteriye mesajın hızlı iletilmesi, yeni tip poliçelerin ekonomik yolla denenmesi, kampanya süreçlerinde başarılılık durumunun değerlendirilmesi, sigorta işletmesi ile müşteriler arasına aracısız diyalogun getirdiği avantajların yaşanması, geniş hareket serbestisi olması, satış faaliyetlerinin daha rahat kontrolünün sağlanması şeklinde sıralanabilir.[53]

Sigortacılıkta doğrudan dağıtım kanalları farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Özellikle satışta bire bir yüz yüze görüşme veya internet, telefon, posta olanaklarından faydalanılarak yapılan görüşmeler çerçevesinde *"sigorta şirketinin kendi pazarlama ve satış departmanları ile yaptığı dağıtım"* ve *"sigorta şirketlerinin iletişim araçlarını kullanarak yaptıkları dağıtım"* olmak üzere iki ayrı şekilde sınıflandırma yapılabildiği gibi; bu şekilde bir ayrım gözetmeksizin *"direkt satış", "çağrı merkezi aracılığıyla pazarlama"* ve özellikle günümüzde sıkça kullanılan *"internet aracılığıyla pazarlama"* gibi üçlü sınıflandırma da yapılabilmektedir.

1.2.1.1.Direkt Satış

Sigorta şirketlerinde özellikle yüz yüze iletişimin satış sürecindeki önemi bilindiği için direkt satış uygulamaları ön plandadır. Sigorta şirketleri kendi kurdukları departmanlarla potansiyel müşteri grubuna direkt satış yapabilmektedirler. Bu satış yönteminde bilhassa satış için görevlendirilecek personel eğitim seviyesi yüksek, yaptığı işin bilincinde olan, önceden sürece hazırlanmış kişiler olmalıdırlar. Yetenekli satış elemanlarının kişileri sıkmadan, ikna ve sigortanın önemini doğru şekilde ifade ederek yaptıkları bu satış *direkt satış*tır. [54]

[52] KAHYA ve KAHYA, **a.g.e**., s.12
[53] ŞEYRANLIOĞLU, **a.g.t**., s.82
[54] KAHYA ve KAHYA, **a.g.e**., s.15

1.2.1.2.Çağrı Merkezi Aracılığıyla Pazarlama

Telefonla pazarlama veya *tele-pazarlama* şeklinde de literatürde yer alan çağrı merkezi aracılığıyla pazarlama, haberleşme teknolojilerinin kullanıldığı, sigortacılık ürün ve hizmetlerinin çağrı merkezi üzerinden müşteri ve potansiyel müşterilere çağrı üzerine pazarlandığı bir doğrudan dağıtım kanalıdır. Bu hizmet türünde eğitilmiş personelden faydalanılarak hedef kitleye yönelik hizmet sunumu gerçekleştirilir. İşletmeden müşterilere veya müşterilerden işletmeye gelen çağrılarla süreç yönetilir. Bu görüşmelerde telefon her ne kadar görünmeyen bir mesafe gibi dursa da sesli iletişim kurulması iletişimi birebir kılmaktadır. Bu nedenle de iletişim kuracak ve ürün/hizmetleri karşı tarafa satacak olan personel daha evvelden sıkı bir eğitimden geçirilir. Bu eğitim sadece ürün ve hizmet içeriğine yönelik olmayıp, aynı zamanda da bu ürün ve hizmetleri karşı tarafa sunarken diksiyon ve konuşmanın etkililiğini de içermektedir.

Çağrı merkezi aracılığıyla pazarlama; iki yönlü iletişim sağlama, müşteri başına iletişim maliyetinin düşük olması, ürün hakkında yeterli bilgi sahibi olan ve araştırmacı olan müşterilerle daha kısa sürede işlemlerin halledilmesi, işletmeye yönelik istatistiklerin arama hacmine bağlı şekilde kaydedilmesi, başarı oranı ölçümü ve kısa zamanda bilgi alma, kampanya değişiklikleri vb. durumların daha kısa süre içerisinde duyurulması adına önemli faydalar sağlamaktadır.[55]

1.2.1.3.İnternet Aracılığıyla Pazarlama

Sanayi Devrimi 17.-18.yüzyılda buharlı makinelerin geliştirilmesiyle başlamış, çalışmaların ilerlemesine bağlı olarak çeşitli dönemlere ayrılmıştır. Bugünden geçmişe bakıldığında devrimin dört aşama geçirdiği görülür. Bugün gelinen aşama *dijital çağ* adı verilen dördüncü aşamadır. Başlangıcı 20.yüzyılın ortalarını bulan, ancak tam anlamıyla gelişimi söz konusu olduğunda milenyumla birlikte değerlendirilen bu dönemde

[55] KAHYA ve KAHYA, **a.g.e**., s.16

internetin varlığı, yapay zekâ, teknolojilerin robotik şekilde ilerlemesi dönemin en önemli gelişmeleri sayılmaktadır. Nesnelerin interneti olarak da ifade edilen bu dönemde insanların birbirleriyle iletişim kurma olanakları artmış, çevrimiçi ve hızlı iletişim imkânıyla birlikte yaşamın her alanına kolaylık gelmiştir. Bu kolaylıklardan biri de işletmelerin faaliyetlerini daha rahat şekilde pazarlayabilmeleri olmuştur. Dijital çağda internetin de olabildiğince hızlanması, her alanda olduğu gibi sigortacılık alanında da büyük bir gelişme yaşatmıştır. Sigorta şirketleri doğrudan hizmetlerini internet aracılığıyla hızlı ve pratik bir şekilde pazarlayabilecek duruma gelmişlerdir.[56]

E-sigortacılık; bir sigorta poliçesinin pazarlanması sürecinde sigorta şirketlerinin geçtiği süreçlerin en az birinde işlemlerini e-sistem üzerinden yürütmeleridir. İnternetin giderek yaygınlaştığı ve sağladığı kolaylıkla birlikte hizmet sürecinde müşteri ağını giderek genişlettiği bu dönemde internet aracılığıyla pazarlamada sigortacılık şirketleri de paylarını almışlardır. Özellikle sigorta yaptırmak isteyen birçok internet kullanıcısı bu süreçte genel bilgileri araştırma noktasında internetin zaman tasarrufundan yararlanmayı seçmektedir. Hizmet almak isteyen kişinin şirketlere teklif iletebilmesi veya onların bilgilendirmelerini alabilmesi adına internet doğru bir ortamdır. Müşteri birden çok şirkete e-sistemleri üzerinden ulaşarak teklif alabilmekte, böylece tüm teklifleri karşılaştırarak karara varabilmektedir.

Elektronik ticaretin sigorta sektörüne katkıları şu şekilde sıralanabilir: [57]

- Elektronik sigortacılıkla birlikte hizmetler daha esnek biçimde, daha kısa sürede müşterilere ulaştırılabilmektedir.
- Bilgi teknolojilerindeki olanakların kullanılmasıyla birlikte pazardaki rekabetle baş edebilme olanakları artmış ve engeller büyük oranda kaldırılmıştır. Elektronik ticaret sigortacılık sektörünün müşteriye ulaşmasındaki sorunları büyük ölçüde azaltmıştır.
- Hızlı bilgi akışıyla birlikte geleneksel değer zincirleri kırılarak, hizmet sürecine alternatif olanaklar kazandırılmıştır.

[56] KAHYA ve KAHYA, **a.g.e**., s.18
[57] ŞEYRANLIOĞLU, **a.g.t**., s.85

- Elektronik ticaretle birlikte sigortacılık alanındaki işletme maliyetleri daha aza inmiştir. Böylece finansal sistemler içerisinde maliyet avantajıyla da elektronik dağıtım bir adım öne geçmiştir.
- Müşteriler online poliçe üretimine katılabilmekte ve böylece kendilerinin yönlendirdikleri yeni iş modelleri kurulabilmektedir.
- Kasko, zorunlu trafik sigortaları, bireysel sorumluluk sigortaları gibi daha az danışmanlık gerektiren sigortalar daha hızlı ve basit şekilde internet üzerinden halledilebilmektedir.

Bul (2016) dijitalleşmenin sigorta sektörüne kazandırdıklarını; müşteriler üzerinde daha etkin hâkimiyet kurma, her şeyden evvel müşterileri tanıma, istek ve beklentilerini öğrenme, müşteri kayıp oranlarını kontrol etme, müşterilerin gözünden yeni ürün tasarlayabilme, büyük veri yaklaşımı odaklı hareket edebilme, işletme içinde yenilikçi ve yaratıcı düşünebilme, operasyonel verimlilik sağlama ve etkin süreç yönetimi sağlama şeklinde sıralamıştır.

Yurdakul ve Dalkılıç (2016) yaptıkları çalışmada Brezilya, Kanada, Orta ve Doğu Avrupa, Çin / Hong Kong, Fransa, Almanya, Hindistan, Meksika, Hollanda, Singapur, Güney Afrika, İspanya, İsviçre, İsveç, Birleşik Krallık ve ABD'den 10 bine yakın kullanıcıya erişerek sigorta sektöründe alışveriş yapmak isteyen kullanıcıların tercihleri yönünde bir araştırma yapmıştır. Bu araştırma sonucunda kullanıcıların yaklaşık %71'inin ürün ve hizmet satın alma sürecinde sıklıkla dijital dünyaya başvurdukları sonucuna ulaşmışlardır. Özellikle kullanıcıların interneti tercih etme sebeplerine bakıldığında birden çok dağıtım aracısıyla görüşebilmenin ve fiyat analizi yapabilmenin verdiği kolaylığı savundukları görülmektedir.[58]

1.2.2.Dolaylı Dağıtım Kanalları

Üretim ve tüketimin aynı anda gerçekleştiği hizmet sunumunda doğrudan dağıtım gerçekleşmektedir; ancak her zaman bu işlem aynı anda ve birbirinin devamı

[58] Müberra YURDAKUL ve Nilüfer DALKILIÇ, "Sigortacılık sektöründe dijital çağ". **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı 50, 2016.

şekilde gerçekleşmemektedir. Özellikle hizmetin üretim sürecinde aracı ve çeşitli temsilcilerle gerçekleşmesi halinde dağıtım kanalları çeşitlenir ve bu durumda dolaylı bir süreçten bahsedilir. Bu durum sigortacılık sektörü için de geçerlidir. Sigortacılıkta yer alan dolaylı dağıtım kanalları, hizmet üreten işletmeyi temsil ederek ürünün satışını gerçekleştirirler. İşletmenin merkez örgütü dışında kalan acente, broker ve banka sigortacılığı kanalları sigortacılıktaki dolaylı dağıtım kanallarıdır. Kimi kaynaklarda ise banka sigortacılığı yerine prodüktörler de bu kapsama alınmaktadır. Fakat burada ayrıca belirtilmelidir ki prodüktörler artık Türkiye'de görev yapmamaktadırlar. Bu ayrım içerisinde bilhassa acenteler işletme müşteri ilişkisinde süreklilik sağlaması noktasında daha işlevseldirler. Eğitilmiş acente personelleri, hizmetin tanıtılması ve reklamı adına bilhassa müşterinin ayağına giderek etkili satış gerçekleştirmektedirler. Sigortalının bir nevi danışmanlığını da üstelenen bu dağıtım kanalları, satış ve satış sonrası tüm işlemleri üstlenmektedirler. Türkiye'de yaygın olarak kullanılan dolaylı dağıtım kanalları acente, broker ve banka sigortacılığıdır.

1.2.2.1.Acente

5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'na göre *acente* m.2 kapsamında düzenlenmiştir. İlgili kanun maddesinde acente için "*Ticarî mümessil, ticarî vekil, satış memuru veya müstahdem gibi bir tâbi sıfatı olmaksızın bir sözleşmeye dayanarak muayyen bir yer veya bölge içinde daimî bir surette sigorta şirketlerinin nam ve hesabına sigorta sözleşmelerine aracılık etmeyi veya bunları sigorta şirketleri adına yapmayı meslek edinen, sözleşmenin akdinden önce hazırlık çalışmalarını yürüten ve sözleşmenin akdinden önce hazırlık çalışmalarını yürüten ve sözleşmenin uygulanması ile tazminatın ödenmesinde yardımcı olan…*" şeklinde bir tanımlama yapılmaktadır. Bu tanımlama, eski kanuna göre oldukça detaylıdır.[59]

Acenteler, sigorta şirketlerine bağlı olarak mesleki faaliyette bulunan, yetki ve sorumlulukları yasa ve mevzuatlarla belirlenmiş sigorta aracılarıdır. Acenteler yaptıkları hizmetler karşılığında, sigorta şirketlerinden komisyon almaktadırlar. Sigorta Murakabe

[59] KÜLEKÇİ, **a.g.e.,** s.27

Kanununa göre sigorta acentesi, gerçek ve tüzel kişilerden oluşmaktadır. Sigorta şirketi adına özleşme yapabilecekleri gibi aynı zamanda da aracılık faaliyetlerinde de bulunabilirler. Sigorta acenteleri *merkez*, *captive (kurumsal) acenteler, banka acenteleri, dernek veya vakıf acenteler, özel acenteler* olmak üzere beşe ayrılırlar. Merkez acenteler şirkete direkt gelen müşterilerin sigortalarının poliçelendirildiği, direkt işlerin komisyonsuz direkt partajdan çıkarıldığı acentelerdir. *Captive (kurumsal) acenteler* ise daha çok büyük holdingler bünyesinde yer alan kurumsal çalışan ve şirketlerin sigorta işlerini ihale ederek tasarruf sağlayan acentelerdir. *Banka acenteleri*, bankalar aracılığıyla sigorta ürün ve hizmetlerinin satıldığı, *dernek* veya *vakıf acenteleri*, sigorta şirketlerinin dernek veya vakıfların potansiyelinden faydalanmak adına verdikleri acentelikler, *özel acenteler* ise sözleşme yapmaya yetkili A tipi, teklif almaya yetkili B tipi olmak üzere gerçek ve tüzel acenteliklerdir. [60]

1.2.2.2.Broker

Broker İngilizce *insurance broker* şeklinde ifade edilen, Kara Avrupa'sında genellikle sigorta sözleşmelerinde aracılık yapan acente ve tellalı tanımlayan bir ifadedir. Dilimize geçtiğinde de simsarın (tellal) yerine kullanılmış, ancak simsar kelimesiyle anlamda karışıklık yaratmaması adına İngilizcedeki halini koruyarak devam ettirilmiştir. Kelime Almanya ve Avusturya'da *makler*, İsviçre ve diğer ülkelerde de *broker* şeklinde geçmektedir.[61]

Sigorta ve reasürans piyasasının profesyonel aracıları olan brokerler, bağımsız şekilde çalışmaktadırlar. Müşterilerden gelen sigorta istekleri doğrultusunda hareket eden brokerler, her bir sigorta şirketinden özel teklif alırlar ve bu teklifleri müşteri beklentileri çerçevesinde değerlendirerek hareket ederler. Hem sigortacı hem de sigortalı adına hareket eden brokerler, komisyonlarını da sigorta şirketlerinden alırlar.[62]

Sigorta brokerleri Müsteşarlıktan aldıkları brokerlik ruhsatı ile çalışırlar. Müsteşarlık brokerlik ile ilgili ruhsat işlemlerinde çeşitli sivil toplum ve meslek

[60] KAHYA ve KAHYA, **a.g.e**., s.20
[61] ÖZDAMAR, **a.g.m.,** s.530
[62] ÇEMBERCİ, **a.g.t**., s.33

kuruluşlarına görev verebilir. Broker çalışma sürecinde doğabilecek her türlü sigorta ihmallerinden sorumlu kişidir. [63]

1.2.2.3.Banka Sigortacılığı

AB 2002/92/EC sayılı Yönerge kapsamında sigorta dağıtımı ile ilgilenen bankalar *bağlı sigorta aracısı* olarak adlandırılmakta, m.2/7 çerçevesinde ise bankaların bu faaliyetleri yerine getirirken kendi asli mesleklerini icra edebilecekleri, aynı zamanda da bankacılık ürünlerinin satış ve pazarlamasını yapabilecekleri belirtilmiştir. Bankalar bu görev çerçevesinde birden fazla sigorta şirketinin ürünlerinin satış ve pazarlamasını yapabilmekte, ancak prim belirleme ve tahsilat yetkisine sahip olamamaktadırlar. Türkiye'de ise banka sigortacılığına yönelik olarak, bankaların sigortacılık faaliyetlerinde bulunabileceklerine ilişkin özel bir düzenleme yer almamaktadır. Sigortacılık Kanunu kapsamında diğer aracılar (acente vb.) ne şekilde bir aracılık hizmeti yapabileceklerse bankalar da bu çerçeveye dâhildir.[64]

Banka sigortacılığı diğer aracılık türlerine göre oldukça yenidir. Bu nedenle avantaj ve dezavantajları noktasındaki değerlendirmeler de çok çeşitlidir. Choudhury ve Singh (2016) hazırladıkları çalışmada müşterilerin sigorta konusunda bankalara yönelik güven duygularını ele almışlardır. Banka sigortacılığının güçlü bir dağıtım ağı olduğunu düşünen araştırmacılar buna rağmen banka müşterisinin almış olduğu hizmetlerle kıyaslandığında yeni bir hizmet türü olan sigortacılık hizmetine bakış açısını sorgulamışlar ve çeşitli faktörler ışığında bu güven durumunu değerlendirmişlerdir. Sigorta bir yatırım türüdür. Bu çalışma banka sigortacılığı konusunda köklü bir geçmişe sahip olmayan Hindistan'da gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında seçilen kişilere aldıkları hizmetten memnun olup olmadıklarına yönelik sorular yöneltilmiş ve kişiler bu hizmetten memnun olduklarını, bankaların müşterilerine hizmet sunarken yeterli

[63] KAHYA ve KAHYA, **a.g.e**., s.22
[64] SAKA, **a.g.e**., s.47

bilgilendirme yaptıklarını, sigorta şirketlerine kıyasla bankalardan daha yoğun bir ilgi gördüklerini belirterek, onların başarılı bir aracı olduklarını vurgulamışlardır.[65]

Sidley Austin LLP'nin (2014) yapmış olduğu bir araştırmaya göre yeni bir banka sigortacılığı dağıtım anlaşması müzakere edilirken hem bankaların hem de sigorta şirketlerinin ticari amaçlarını gerçekleştirmek adına ele alınması gereken konular şöyledir: [66]

- *Minimum Anlaşma Süresi / Münhasırlık:* Bankaların ve sigorta şirketlerinin ticari amaçlarına uygun şekilde anlaşmalarını belli bir süre ile sınırlandırmış olmaları, bu sınırlandırmanın de Rekabet Hukuku açısından olumlu karşılanması gereklidir. Tipik olarak, sigortacılar münhasır olan bir banka sigortacılığı düzenlemesine yalnızca maddi olarak yatırım yapacak ve peşin yatırım maliyetlerini telafi etmek için en az 5 yıllık bir minimum anlaşma süresi üzerinde pazarlık yapmaya çalışacaklardır. Bu sürenin fiili olarak da uygulanabilir olması gereklidir. Aksi durumda sınırlama Rekabet Hukuku'na aykırı sonuçlar doğuracaktır. Örneğin; Birleşik Krallık'ta, süresi 5 yılı aşan münhasır sigorta dağıtım anlaşmaları potansiyel olarak uygulanamaz ve bu nedenle 5 yıldan uzun sözleşmeler fiilen de kısır döngü yaratacak şekilde göz önüne alınır. Asya kentlerinde ise 15 yıla dayanan münhasırlık anlaşmaları yapıldığı görülür. Bu durum fiilen her iki alana da zarar vericidir.
- *Müşteri Sahipliği ve Mahremiyeti:* Bankaların banka sigortacılığı işlemine getirdiği temel değer müşteri veri tabanına erişim yeteneğidir. Bankalar bu sayede rekabet söz konusu olduğunda sigorta sektörünün üstünde hareket kabiliyetine sahiptirler. Bu nedenle bankalar genellikle, müşterilerin sahibinin kendileri olduğunu pekiştiren ve sigortacının müşteriyle temasını sınırlayan sözleşme hükümlerinde ısrar edeceklerdir. Bu noktada yapılan süreli anlaşmalarla sigorta şirketleri bankaların müşteri sahipliğinden dolaylı olarak faydalanacaklardır.

[65] Mousumi CHOUDHURY and Ranjiit SINGH, "Customers' Perception regarding Assurance of Bancassurance Channel". **Unauthentifiziert**, Vol.4, No.1, 2016, pp.85-102

[66] Sidley Austin LLP, **The global bancassurance market,** 2014, https://www.insiderengage.com/ (Erişim Tarihi: 01.06.2021), p.31

- *Yetki:* Kesin analiz yargı yetkisine ve bankanın üstlendiği role göre değişse de, bankanın bir sigorta aracısı olarak yetkilendirilmesinin gerekip gerekmediği ve sigortacının banka için ne ölçüde düzenleyici sorumluluk üstleneceği önemli bir yapısal sorudur.
- *Yanlış Satış Riski:* Bir sigortacının bakış açısından, ürününün banka aracılığıyla dağıtımıyla ilgili olarak uygun sistem ve kontrollere sahip olmasını sağlamak genellikle en önemli faktördür; çünkü bu konudaki başarısızlıklar banka sigortacılığı işleminden elde edilen herhangi bir finansal faydayı da önemli ölçüde aşındırabilir. Bu noktada bankaların ticari faydayı da göz önüne alarak sigortacı kimliğine girdikleri, yanlış riski önlemek adına ürün hizmet ve satış sürecinde sigortacılık eğitiminden geçen personellerle çalıştıklarını söylemek mümkündür.

Selvakumar (2015) bankaların sigorta şirketlerinden daha fazla müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati, güven, empati gibi önemli ölçütlere dikkat ederek çalıştıklarını, finansal gücü daha yüksek seviyede olan kurumların bu sayede daha güvenilir olduklarını ve aracılık rollerini de başarıyla üstlenebildiklerini savunmuştur.[67]

Sreedevi ve Auguskani (2014) banka sigortacılığı gibi yeni bir uygulamanın müşteriler tarafından ne denli talep göreceğine ilişkin bir araştırma yapmıştır. Bu araştırmada Hindistan'daki banka müşterileri üzerinde çalışma gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda halkın %38'inin banka sigortacılığı poliçesini kendi bankalarından aldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ankete katılanların yaklaşık yüzde 50'si, özel sektör bankalarının, sundukları kaliteli hizmetler ve özel sektör tarafından benimsenen agresif satış politikaları nedeniyle banka sigortacılığında daha iyi olduğuna inanmaktadır. Araştırma sonucunda kamu sektörünün ise banka sigortacılığında daha geri planda oldukları görülmüştür. Müşteriler özellikle özel bankalar aracılığıyla sigorta işlemlerini bankalar aracılığıyla gerçekleştirmekte ve bundan da memnuniyet duymaktadırlar.[68]

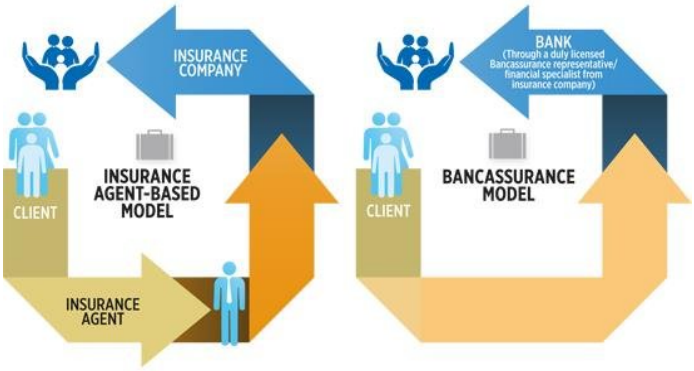
[67] James SELVAKUMAR, "Impact of service quality on customer satisfaction in public sector and private sector banks". **Purushartha**, Vol.8, No.1, 2015, pp. 1–12
[68] Verya SREEDEVI and P. Lovelin AUGUSKANI, Auguskani, "Preference of Bancassurance". **IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM),** Vol.16, No.1, 2014, pp.8-13.

II. BÖLÜM

BANKA SİGORTACILIĞI (BANKASÜRANS) VE BANKASÜRANSIN YAPISAL ANALİZİ

2.1.Banka Sigortacılığı (Bankasürans)

Fransızca bir terim olan bankasürans genellikle sigorta ürün ve hizmetlerini satan bankalar için kullanılan, 1980'li yıllardan sonra Fransa'da banka ve sigorta şirketlerinin güç birliğinde bulunmasıyla birlikte geliştirilen ve bankaların sigorta ürünleri dağıtıcısı olmasını ifade eden bir kavramdır. Kelime kökenine bakıldığında *bank* ve *assurance* kelimelerinin birleşiminden *bankassurance* teriminin oluştuğu görülmektedir. Kelimenin eski hali İtalyanca *banco* şeklindedir. Kelime söyleyiş kolaylığına bağlı olarak İngilizceye banka şeklinde geçmiştir. Banco esasıyla *gemilerde kürekçilerin oturduğu seki veya tezgâhtır*. Sigortacılık faaliyetlerinin temeli Venedik'teki deniz ticaretine dayanmaktadır. Venedik'in ortaçağdan itibaren denizcilikte ön plana çıkmasıyla birlikte dile giren kavramlardan biri de banka olmuştur. Yine İngilizce bir terim olan *assurance* ise sigorta manasındadır. Her iki kelime birleşiminden banka sigortacılığı manasına gelen *bancassurance* doğmuştur. [69]



Şekil 1: Banka Sigortacılığı ile Sigorta Poliçesi Yaptırma Süreci (Kaynak: BARUA,2004)

Bankanın yerleşik dağıtım kanalları aracılığıyla sigorta poliçelerini satmasını ifade eden yeni bir iş modeli olan banka sigortacılığı, sigorta şirketlerine iş sağlayacak

[69] Abheek BARUA, **Bancassurance: New Concept Catching up In India.** The Chartered Accoun, 2004, p.20

konsept bir yapılanmadır. Acente kanalı altında çalışan sigorta şirketleri ve bireysel sigorta acenteleri ile de rekabet halindedirler. Bu rekabetten sıyrılmak isteyen sigorta şirketleri için bankaların potansiyel müşterileri adeta yeni bir çözüm yolunu ifade etmektedir. Ürün ve hizmet kalitesini ön plana çıkaran banka sigortacılığı uygulaması, bankaların sigorta şirketlerinin deneyimlerinden, sigorta şirketlerinin ise bankaların müşteri portföyünden yararlanmasıyla oluşan ortak bir girişimdir.[70]

Banka sigortacılığı sigorta şirketlerinin bankalarla yaptıkları iş birliği sonucunda hayat-hayat dışı sigortaları ve emeklilik ürün ve hizmetlerini banka müşterilerinin hizmetine sunma olanağı bulmaları, likitlerin daha iyi değerlendirilmesini sağlayan önemli bir finans adımıdır. Sigorta şirketleri ve banka iş birliğinin banka sigortacılığı faaliyeti kapsamında birleşmesi sadece bir faaliyet birleşimi değil, finansal piyasaların da aynı zamanda entegre olma çalışmasıdır. Daha sonraki bölümlerde banka sigortacılığı faaliyetlerinin avantaj ve dezavantajlarından bahsedilirken de bu hususa değinilecek, bilhassa bu entegre iş yapmanın her iki sektörde riskleri üstlenme noktasındaki etkilerine de yer verilecektir. [71]

Dua ve arkadaşları (2019) banka sigortacılığına yönelik tanımlamasında öncelikle Hindistan'dan yola çıkmış ve burada piyasaların serbestleşmesinden sonra değişen ekonomik ortamda sigortacılık endüstrisinin bankacılık faaliyetleriyle birleştirildiği, bankaların hizmetlerinde çeşitlilik kazandıkları, yeni teknolojilerin her iki sahada da kullanıma uygun hale getirildiği, aynı zamanda milli gelirin de kalkındığı atmosferin banka sigortacılığıyla mümkün olduğundan bahsetmiştir. Araştırmacılara göre banka sigortacılığı 21.yüzyılda bankaların sigorta hizmeti sunmasından öte, ekonomik sahadaki büyük bir atılım ve yeniliktir.[72]

Banka sigortacılığı Almanca kökenli bir kavram olan *allfinanz* şeklinde de ifade edilmektedir. *Allfinanz* terimi *all* ve *finanz* kelimelerinin birleşiminden oluşmuş ve *bütün finans işlemlerinin yapıldığı yer anlamına gelen mekân* şeklinde dile yerleşmiştir. İtalya'da düzenleyici kurum ISVAP'ın 1995 yılında banka ve sigorta faaliyetlerini ortak

[70] Marjorie CHEVALIER, Carole LAUNAY and Bérangère MAINGUY, **Bancassurance: Analysis of Bancasurrance and Its Status around the World**. Focus, 2005, p.3
[71] BARUA, **a.g.e**., p.22
[72] Puja Dua etc. "Bancassurance model and its impact on Financial Inclusion: Review and Analysis". **IJRAR,** Vol.6, No.2, 2019, p.661

çatı altında birleştiren ve sistematik hale getiren çalışmalarının artmasıyla birlikte Avrupa ve devamında Almanya'da da etkinliğini artıran banka sigortacılığı faaliyetleri çerçevesindeki gelişmeler, tüm finans faaliyetlerinin banka ve sigorta kapsamında tek bir çatı altında halledileceğine yönelik algıyı güçlendirdiği için *allfinanz* terimi kullanılması doğru bulunmuştur.[73]

Banka sigortacılığı temelde bankacılık ve sigortacılığın birleşiminden oluşan, bununla birlikte altı temel ilke doğrultusunda gelişen bir entegre kavramdır: [74]

- *Uyumluluk:* Ülkelerin finansal denetim kurumlarının verdiği özgürlük çerçevesinde bankacılık ve sigortacılık hizmetleri arasındaki uyumlaştırma.
- *Maddi Altyapı:* Bankanın fiziksel tesisler, ekipman ve görünüm noktasında sigortacılık sektörüne entegre olabilmesi.
- *Güvenilirlik:* Bankaların sigorta şirketleri adına taahhüt edilen hizmeti güvenilir şekilde yerine getirebilmeleri.
- *Duyarlılık:* Müşterilerin istek ve beklentilerinin doğru şekilde algılanması ve yerine getirilmesi.
- *Güvence:* Müşterilerin tehlike, risk veya şüphelerden uzak şekilde güvence altında işlemlerini gerçekleştirebilmeleridir.
- *Empati:* Bankaların sigorta şirketleri adına sunacakları hizmette müşteri ile empati yaparak ticari bir kuruluş kimliğinden kimi zaman sıyrılarak işlem yapabilmeleridir.

Banka sigortacılığı banka ve sigortacılık alanının ortak deneyimlerinin bir araya geldiği, büyük oranda sigortacılık eylemlerinin bankacılık pazarında müşteriye ulaşmasını ifade etmektedir. Teunissen (2008) bu modeli bileşenleriyle şu şekilde açıklamaktadır: [75]

- *Saf Distribütör:* Bu modelde banka, birden fazla sigorta şirketinin ürünlerini sunan aracı olarak hareket etmektedir. Sigorta şirketi genellikle bankaya dağıtım

[73] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.4
[74] Denya RAJASEKAR and Temriz KUMARI, "Bancassurance and its service quality dimensions: A study on customer attitude". **International Journal of Applied Engineering Research**, Vol.9, No.14, 2014, p.2593
[75] Mark TEUNISSEN, "Bancassurance: Tapping into the Banking Strength". **The Geneva Papers**, No. 33, 2008, p.408-410

komisyonları öder ve bu komisyonlar poliçe sahiplerinden alınan giriş ve yönetim ücretleri ile dengelenir.

- *Stratejik İttifak:* Bir banka ile sigorta şirketi arasında özel ittifak kurulabilmesi, bankanın sigorta şirketini seçebilmesini, aynı zamanda bu sigorta şirketine bağlı hizmet verebilmesini sağlarken, her iki tarafın da kazan-kazan tekniği ile kazanmasını da sağlamaktadır.
- *Ortak Girişim:* Bu iş modelinde, banka ve sigortacı, müştereken sahip olunan bir sigorta şirketi veya distribütörü (az ya da çok dengeli hisseler yoluyla) kurar ve böylece yeni bir varlık yaratır.
- *Finansal Holding Şirketi:* Bir holding şirketi hem bir bankaya hem de bir sigortacıya sahiptir. Her iki yapılanmayı tek bir noktada birleştirir.

Banka sigortacılığı hem bankacılık hem de sigortacılık alanındaki temel bilgilerin entegre olmasından oluşan yeni bir çalışma modelidir. Sigortanın farklı iş sınıfları—Hayat, Sağlık, Mülk, Motor, Kaza, Deniz ve Havacılık—en geniş insan faaliyetlerini kapsar. Sigorta kullanımını teşvik etmenin en doğal yolu onu bir ihtiyaç olarak insan yaşamına entegre etmekten geçer. Bir ürün satın almak isteyen tüketici, öncelikle bu ürünün kendisi için bir gereklilik olduğuna inanmalıdır. Sigorta da bu mantıkta tüketiciye sunulmalıdır. Sigorta ihtiyacı olmadan bir tüketicinin sigorta talep etmesi, ancak sık karşılaştığı bir kurumun kendisine bunun bir ihtiyaç olduğunu sunmasıyla ilişkilidir. Bankanın bakış açısına göre, borçlunun hem hayatı hem de sağlığı, krediye hizmet verebilmek için kilit öneme sahiptir. Bu nedenle bankalar farklı amaçlar için de kendilerini ziyaret eden müşterilerine sigorta ürünlerini satmak adına çeşitli vasıtalar oluştururlar. Bu vasıtalarla banka sigortacılığı, normal sigorta şirketlerinin sunduğu hizmeti çok daha fazla hızlandırma fırsatına ve şansına sahip olur.[76]

[76] BARUA, **a.g.e**., p.22

2.1.1.Tarihsel Süreçte Banka Sigortacılığı

Sigortacılık her ne kadar sunduğu güvence ve toplanan havuzdaki primle birlikte finansal gücü yüksek bir sektör olarak görünse de sigortacılığın potansiyel müşterilere ulaşma sorunu bulunmaktadır. Bankaların potansiyel müşterilerini sigortacılık sektöründe kullanabildiği banka sigortacılığı, tam olarak sigortacılık sektöründe yer alan bu sorununun çözümlenmesini sağlamıştır. 1975 senesinde sigortacılıkta başlayan pazarlama arayışları, sigorta aracılarını ve şirketlerini bankalarla işbirliğine yönlendirmiştir. 1965 senesinde İngiltere'de ilk olarak *Barclays Life* adıyla kurulan bir şirkette gayri resmi şekilde hem bankacılık hem de sigortacılık faaliyetleri yürütülmüştür. Ancak şirket bir süre sonra her iki faaliyeti bir arada yürütemediği için iflas etmiştir. Barclays Life öncesinde İspanya ve Fransa'da da bu şekilde girişimler denense de sigortacılıktaki etkin denetim şirket kurulmasını önlemiştir. İngiltere'deki girişimin de başarısızlıkla sonuçlanması sonrasında Fransa'da 1970'lerde *Assurances du Credit Mautuel* adlı sigorta şirketi benzer bir girişimde bulunmuş ve kredi sigortası ürünlerini müşterilerine aracısız sunmaya çalışmış; ancak bankacılıkta yetkin olmaması bu girişimin de kısa süre sonra olumsuz sonuçlanmasına sebep olmuştur. 1980'lere değin Avrupa'da sigorta ve bankacılık sektöründeki entegrasyon çalışmaları bir nevi deneme-yanılma metodu ile ilerler. 1980'lere gelindiğinde ise *Banco de Bilbao Group* adlı banka sigortacılık faaliyetlerini düzene koymak amacı ile bir sigorta şirketini satın alır. Fakat kısa bir süre banka sigortacılığı faaliyetlerinde sürdürmüşse de ülkenin yasal düzeninin getirdiği yasaklarla faaliyetler devam etmemiştir.[77]

1980'lerin başında, bankalar "Nora-Mine Raporu"nda "yarının çelik endüstrisi" olarak anılmaya başlandı. Özellikle İngiltere'de bankaların finans piyasalarında oynadıkları rol göz önüne alınarak bankacılık alanında yeniliğe gidilmesi isteniyordu. 1981 senesinde "désintermédiation", yani bankacılık yasası işletmelerin finansal piyasalara doğrudan erişimlerine izin vererek bankaları ticari işlerindeki paylarından onları uzaklaştırdı. Bu süreçte Fransız bankaları geleneksel sigorta şirketlerine oranla daha az ağırlıklı olarak komisyona dayalı, daha şeffaf ve daha esnek ürünler

[77] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.6

pazarlamaya başladılar. 1990'larla birlikte TSB kendi sigorta iştiraki olan tek banka oldu; diğerleri yavaş yavaş sigorta şirketleri ile anlaşmaya gittiler.[78]

İngiltere'de 1989 yılında, bankaların kendi sigorta şirketleri ile veya bağlı olarak, yıllık bağlantısız (yani kârlı) hayat sigortaları ve yıllık primlerinin %2'si, birim bağlantılı yıllık primlerin %7'si ve yıllık primli bireysel emekliliklerin %1'i satılmıştır. 1992 yılında ise bu rakamlar %3, %10 ve %3 olarak değişmiştir. 1993 yılında NatWest ve Abbey National gibi bankaların banka sigortacılığı konusuna eğilimi arttıkça bu alan gittikçe yaygınlaşıyordu. 1989-91 döneminde, bir bütün olarak banka sigortacılığı satış noktalarından gelen prim gelirlerinin oranı, bireysel emeklilik için %75-200 arasında, bağlantılı güvence ürünlerinde ise %50-60 arasında artması da bu durumu doğruluyordu. Fransa'da ise 1985 yılında, Caisse Nationale de Prévoyance (Postane, Kamu Hazinesi ve tasarruf bankası Caisses d'Epargne de l'Ecureuil) dahil banka şube ağları, 75 milyar Frank cirosunun %25'ini toplamıştı. 1992 senesine gelindiğinde bu oran %46'lara çıkmıştı. Hayat sigortasıyla ilgili ürünlerin bankalarca dağıtılması, cironun 1980'den 9 kat arttığını gösteriyordu.[79]

1980'li yılların sonunda İspanya'da Banco De Bilbao Grubu'nun Euroseguros SA'nın satın almasıyla birlikte banka sigortacılığı alanında gelişme yaşanmıştır. Ardından Avrupa'da yasal çerçevenin banka sigortacılığını desteklemesiyle 1991 senesinde Belçika'da, devamında Asya ve Afrika'da gelişmelerle birlikte banka ve sigortacılık alanının güç birliği somut şekilde ilerlemiştir.[80]

Banka sigortacılığı faaliyetleri için Avrupa'daki mevzuat düzenlemeleri ve hayat sigortası ürünlerinin bankalar aracılığıyla satılması önemli bir dönüm noktası olmuştur. Fransa ve Belçika'da tam bütünleşme modeli, İspanya, Portekiz ve İtalya'da ortak girişimlerin (joint venture) kurulması git gide çeşitli banka sigortacılığı modellerinin kabul görmesiyle yaygınlaşmasını sağlamıştır. Dünyada İngiltere, Fransa, İtalya, Belçika gibi ülkeler ekseninde gelişen banka sigortacılığı faaliyetleri oradan Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelere yayılmıştır. Asya'da ise Kore, Çin, Tayland, Malezya gibi

[78] Gleen MORGAN etc., "Bancassurance in Britain and France: Innovating Strategies in the Financial Services". **The Geneva Papers on Risk and Insurance**, No.19, 1994, p.181
[79] MORGAN etc., **a.g.m**., p.182
[80] BARUA, **a.g.e**., p.27

ülkelerde nispeten gelişen bir sektör olduğu, 2000 sonrasında ise bilhassa Doğu'da Hindistan'ın banka sigortacılığı faaliyetlerinde gelişim gösterdiği görülmüştür. [81]

2.1.2.Banka Sigortacılığı Modelleri

Sigortacılıkta prim üretiminde en aktif grup hiç şüphesizdir ki acentelerdir. Sigortacılık sektörünün geleneksel profesyonelleri olan acenteler en işlevsel çalışan aracılardır. Sigorta ve Reasürans Brokerleri Derneği'nin (2016) yapmış olduğu araştırmaya göre 2015 senesi için sigorta acentelerinin yıllık prim üretim oranlarına bağlı olarak gruplandırıldığı tablo aşağıda verilmiştir.[82]

Tablo 2: Prim Üretimine Göre Acente Dağılımı (2015)

Acente Sayısı	Yıllık Prim Üretim Aralığı	Toplam Acente Sayısı İçerisindeki Oranı	Toplam Sigorta Pazar Payı (tahmini)
92	10 milyon TL ve üzeri	0,50%	5,40%
243	5-10 milyon TL arası	1,30%	6,60%
3.208	1-5 milyon TL arası	17,50%	33,80%
2.861	0,5-1 milyon TL arası	15,60%	7,80%
2.810	0,25-0,5 milyon TL arası	15,30%	3,30%
4.862	0,25 milyon TL'den aşağı	26,50%	2,80%
4.258	Üretimi olmayan	23,20%	-
TOPLAM			
18.334	Tüm Acenteler	100%	59,80%

Kaynak: SBD, 2016

Sigorta ve Reasürans Brokerleri Derneği'nin (2016) yapmış olduğu araştırmaya göre 2015 senesinde prim üretimine göre en fazla acente sayısı 0,25 milyon TL'den aşağı, üretimi olmayan ve 1-5 milyon TL arası grubu ifade etmektedir. Toplam prim üretiminde 92 acentenin 10 milyon TL ve üzerinde prim üretiminde bulunması ve bu grubun yaklaşık tüm üretimlerin %50'sini karşılaması da oldukça önemli bir orandır. Sigortacılık sektörünün dağıtım aracıları kapsamına bakıldığında halen en önemli oranın acenteler olduğu, bu durumun da sektör profesyonelliğiyle ilgili olduğu savunulmaktadır.[83]

[81] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.7
[82] SDB, Prim Üretimine Göre Acente Dağılımı. 2016, http://www.sbd.org.tr/tr/basinodasi/Yayin2015.pdf (Erişim Tarihi: 05.05.2021), s.1
[83] SDB, **a.g.e**., s.1

Bir sigorta acentesi olarak bankaların ne şekilde çalıştıkları, işlevsellikleri ve banka sigortacılığı faaliyetlerini ne şekilde yürüttükleri önemli bir meseledir. Nitekim sigorta şirketlerinin bankalara yaptıkları eleştirilerin başında bilhassa bankaların kendileri gibi disiplinli ve yetkinlik çerçevesinde bu faaliyetleri gerçekleştiremeyecekleri hususu gelmektedir. Oysa hem bankalar hem de sigorta şirketleri temelde bir pazarlama faaliyeti yapmaktadırlar; ancak uzmanlık alanı göz önüne alındığında bankaların sigortacılık sektörüne dahil olarak bir sigorta acentesi şeklinde ne şekilde çalıştığı, potansiyel müşteriye sunduğu hizmet ve bu hizmetin sigortacılık kapsamında işlevselliği ise tartışma konusu olmuştur.

Sigorta ürünlerinin dağıtımı amacı olan iki finansal kurumunun (bir banka ve bir sigorta şirketi) arasındaki ilişki seçeneklerinin belirlenmesi, aralarındaki bir sonraki ilişki düzeyine de gelinmesini sağlar; yani hukuki ilişkilere dönüştürülmesi izler. Hem teoride hem de pratikte, banka ve sigorta firmalarının güç birleşiminden oluşan *banka sigortacılığı* aşağıdaki sözleşmelerle vücuda gelir: [84]

- *Stratejik İttifak:* Sigorta şirketi ile banka arasındaki bu tür yasal ilişkilerde, iki kurum arasındaki ilişki bankanın yalnızca sigorta şirketinin ürünlerini satması, ancak diğer sigorta hizmetlerini yerine getirmemesi (örneğin - sigorta şirketinin hizmet işlevi veya hasarın tasfiyesi ile ilgili kuralları belirlememesi) şeklinde yürütülür.
- *Tam Entegrasyon:* Banka ile sigorta şirketi arasındaki bu tür bir anlaşma, bankacılık ve sigorta hizmetlerinin tam entegrasyonunu ifade eder. Burada bankacılık kurumu, sigorta ürünleri satan tek kurumdur. Bu, müşterilerin finansal ihtiyaçlarını karşılayan, tedarikçi olarak hareket eden bankanın kendi markası altında yapılır. Bu tür anlaşma, bankanın sigortacınınkine benzeyen ek bir ana faaliyete sahip olmasını önceden belirlenmesi sonucu oluşur.
- *Karma Modeller:* Bu faaliyette pazarlama yaklaşımı sigorta şirketinin çalışanları tarafından yürütülür ve banka çalışanları potansiyel müşteriler oluşturmaktan sorumludur. Bu oluşum, bankanın veri tabanının sigortacıya verildiği anlamına gelir. Bu karma yaklaşım daha az teknik yatırım gerektirir.

[84] Valentina NİNOVA, "Bancassurance – Application and Advantages for the Insurance Market in Bulgaria". **Journal of Innovations and Sustainability.** Vol.4, No.2, 2018, p.12

Jongeneel (2011) çalışmasında banka sigortacılığı modellerini iş modeli olarak dört grupta ele alırken aynı zamanda her modelin piyasa koşullarındaki eksiklik ve avantajlarını da değerlendirmiştir. Bu değerlendirme Tablo 3'te sunulmuştur. [85]

Tablo 3: Banka Sigortacılığı Modelleri ve Değerlendirilmesi

İş Modeli	Açıklama	Piyasa Koşulları	Avantajlar	Eksiklikler
Dağıtım Anlaşması	-Banka, birden fazla sigorta şirketinden bağımsız sigorta ürünleri sunan bir distribütör olarak hareket eder.	-Genellikle düzenleyici kısıtlamalar, bankaların birden fazla sigorta şirketi ile çalışmasını gerektirir. -Müşteriler danışman bağımsızlığını tercih ediyor.	-Model, sınırlı ön yatırım gerektirir. -Küçük kurulum süresi -Model, tek bir sigorta şirketi ile kilitlenmeyi önler.	-Müşteri veri tabanları paylaşılmadığından banka ve sigortacı entegre bir müşteri görünümünden yoksundur. -Sigortacı, ürünlerin kime hedeflendiği konusunda çok az kontrole sahiptir. -Model, bankacılık müşterileri için uygun ürün özelleştirme süreçlerini desteklememektedir.
Stratejik İttifak	Banka sadece tek bir sigorta şirketinden ürün satmaktadır.	Düzenleme veya vergi uygulamaları, bankacılık ve sigortacılık faaliyetlerinin yakın bir şekilde entegrasyonuna izin vermeyebilir.	-Banka, en uygun sigorta şirketini seçerek sigortacılar arasındaki rekabetten yararlanabilir. -Model hala nispeten düşük ön yatırımlar gerektiriyor -Müşteri veri tabanı paylaşımına izin verir	- İlgili taraflar hala ayrı varlıklar olarak faaliyet gösterdiğinden düşük düzeyde entegrasyon vardır. -Bilişim, MIS ve satış gücünde bazı yatırımlar gereklidir. -Müşteriler ürün yönetiminden kimin (yani bankanın veya sigortacının) sorumlu olduğunu bilmedikleri için yönetim sorunları ortaya çıkabilir.

[85] JONGENEEL, **a.g.e.,** p.10

Ortak Girişim	Hem banka hem de sigortacı müşterek bir şirket kurar.	Düzenlemeler yüksek düzeyde entegrasyona izin verir ve sigorta ürünlerinin şube personeli tarafından satılmasını veya banka ile sigorta şirketi arasında müşteri verilerinin alışverişini engellemez.	- Banka ve sigorta şirketi, ürün ve müşterilerin karşılıklı mülkiyetine sahiptir. - Veritabanı birleşmeleri yoluyla genişletilmiş müşteri veritabanı -Güçlü ve uzun vadeli taahhüdün yanı sıra her iki taraftan da yatırım	-Model önemli miktarda ön yatırım gerektiriyor. -Sigortacı, dağıtım kanalı stratejileri üzerinde kontrol eksikliği hissedebilir. -Gücü dengelemek ve ilgili taraflar arasındaki katkıları ayırmak daha zor. -Daha karmaşık bir model yapısı nedeniyle nispeten yavaş pazar arzı.
Mali Hizmetler Grubu	Banka ve sigorta şirketi bir ana şirkete tabidir.	Ortak girişimde piyasa koşullarıyla karşılaştırılabilir	-Ürünlerin ve sistemin tam entegrasyonu ile operasyonel faydalar -Paylaşılan müşteri veritabanlarının kullanımında sınır yok -Aynı kurum kültürü -Finansal ürünlerin tam yelpazesini sağlayan tek noktadan alışveriş	-Bu model, önemli ön yatırımları gerektirir. -Entegre varlıklardan biri düşük performans gösterirse marka seyreltme riski. -Bürokrasinin bir sonucu olarak ölçek büyütme verimsizliklere neden olabilir

Kaynak: Jongeneel, 2011

Bir sigorta acentesi olarak bankalar belli bir komisyonla aracılık görevini üstlenmekte, tıpkı acente ve brokerler gibi sigortacılık faaliyetlerini şirket üstünden sözleşme ile devralmaktadırlar. 5684 sayılı kanunda yalnızca zorunlu sigortalar ve hayat sigortaları faaliyetlerini yürüten acenteler ve zorunlu sigortalar veya hayat sigortaları ile sınırlı olmaksızın faaliyet gösteren acenteler olmak üzere iki tür acentelerin varlığından bahsedilmiştir. Bu iki tür acentelerde sigortacılık faaliyetlerinin sınırlandırıldığı görülmektedir. Oysa Bankacılık Kanunu m.4 kapsamında bankalara tanınan faaliyetler incelendiğinde sigorta acenteliği faaliyetlerinin bu kapsamda olduğu ve herhangi bir faaliyet sınırlandırmasında da olmadığı görülmektedir. Bankalar sigorta şirketleriyle

işbirliğini kanunlar çerçevesinde gerçekleştirdikten sonra sigortacılık eğitimi alan uzman en az bir kişiyle acente görevini üstlenerek çalışabilmektedirler. [86]

Tunay ve Demirci (2013) yaptıkları çalışmada bankasürans faaliyetlerinin Türkiye'de sigorta şirketlerinin ve bankaların performansına etkisini araştırmışlardır. Yapılan çalışmada araştırmacılar sigorta sektörü bazında 2000'lerin başlarına, firma bazında ise 2000'lerin ortalarına kadar giden verilerini göz önüne almışlar ve değerlendirmelerini bu şekilde temellendirmişlerdir. Performans ölçütü olarak hem bankalarda hem de sigorta şirketlerinde öz kaynaklar üzerinden getiri (return on equity / ROE) ve aktifler üzerinden getiri (return on assets / ROA) ölçütleri göz önüne alınan çalışmada bankasürans verilerine erişilebilen 2006 ile 2012 dönemi verileri üzeri kullanılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda Türkiye'de hızlı gelişen banka sigortacılığı faaliyetlerinin hem sigorta şirketleri hem de bankalara olumlu yansıdığı gözlemlenmiştir.[87]

Pehlivan (2013) banka sigortacılığı modellerini *bankalar aracılığıyla sigorta ürünlerinin satışını yapmak adına bir dağıtım anlaşması yapılmasına dayalı model* ile *ortak yeni bir şirket kurarak banka müşterilerine yönelik sigorta ürünlerini geliştirmek ve satmaya dayalı model* olmak üzere iki şekilde sınıflandırmaktadır. Birinci modelde bankalar ile sigortalar bir anlaşma yapmakta ve doğrudan sigortacılık faaliyeti bankalar üzerine tanımlanmaktadır. Daha çok ABD modeli olarak da anılan bu banka sigortacılığı modelinde hisse katılımı söz konusu değildir. Modelin en önemli avantajı bankaların potansiyel müşterilerine yönelmesiyle verimlilik artışının sağlanabilmesidir. İkinci modelde ise bankalar ve sigorta şirketleri bir güç birliği yoluna girerek geleneksel acente veya broker aracılığı yapan şirketlerden farklı şekilde sadece banka kanalıyla satılacak sigorta ürünleri geliştirilir. Süreç sonunda genellikle bankaların bu şirket hisselerinin büyük bir kısmına veya tamamına sahip oldukları görülmektedir.[88]

Tunay (2014) banka sigortacılığı modellerini; ABD, Almanya, İngiltere gibi ülkelerde yaygın şekilde benimsenen bankaların sigorta şirketlerinin ürünlerini dağıtım

[86] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.9
[87] Necla TUNAY ve Server DEMİRCİ, " Bankasürans Uygulamalarının Türkiye'de Sigorta Şirketlerinin ve Bankaların Performanslarına Etkisi". **I. Uluslararası Sigorta ve Aktüerya Kongresi**, 2013, ss.51-57
[88] Pınar PEHLİVAN, "Türkiye'de Banka Sigortacılığının Önemi". **I. Uluslararası Sigorta ve Aktüerya Kongresi,** 2013, s.33

anlaşmalarıyla geliştirdiği *dağıtım modeli,* bir ya da birkaç sigorta şirketinin bankalarla çeşitli oranlarda ortaklık kurmasıyla sürdürülen *ortaklık modeli*, iki dağıtım organının birleşmesinden oluşan, İngiltere ve İrlanda'da sıklıkla kullanılan *tam bütünleşme modeli* ve banka ile sigorta şirketinin hisse senetleri değişimine dayanan *karşılıklı hisse devri modeli*, bankanın tamamen sigorta şirketine sahip olduğu *birleşme modeli,* bankanın yeni bir sigorta şirketi kurduğu *yeni şirket modeli* ve bir şirketler topluluğunun hem bankaya hem de sigorta şirketine sahip olmasıyla birlikte bu iki yapılanma odağında banka sigortacılığı faaliyetlerini gerçekleştirdiği *mülkiyet modeli* olmak üzere yedi modelde ele almıştır.[89]

2.1.3.Banka Sigortacılığı Stratejileri

Finansal istikrar açısından bakıldığında her ikisi de ekonominin bel kemiğinde yer alan kurumlar olan bankalar ve sigorta şirketlerinin etkinlik alanlarının kesişmesi bir güç birliği oluşturduğu gibi, sektördeki olası sorunların da birbirine karışmasına sebebiyet verebilmektedir. Örneğin; sigortacının doğrudan sahiplik bağlantıları veya kredi riskleri banka işbirliğinde doğrudan bankayla da ilişkili gibi bir tablo önümüze sunabilir. Bu noktada avantajları kadar riskleriyle de banka sigortacılığının uygulaması zor ve profesyonellik isteyen bir alan olduğu belirtilmelidir. [90]

Banka sigortacılığı uygulamalarında izlenen yol mevcut ülkedeki sosyo-ekonomik durum, müşteri potansiyeli, kültürel özellikler vb. birçok konu ile ilgili şekilde yürütülmektedir. Banka sigortacılığındaki uygulama durumunda da risk yönetimi çerçevesinde geliştirilen iş modellerine bağlı stratejiler belirlenir ve pazara bu şekilde giriş yapılır. Kimi ülkeler dağıtıma odaklanırken, kimi ülkelerde ise çoklu kanal stratejileri üzerinden uygulamaların geliştirildiği görülmektedir. Banka sigortacılığında bankaların belirledikleri çeşitli stratejiler aşağıdaki Tablo 4'te sunulmuştur.[91]

[89] TUNAY, **a.g.e**., s.38-39
[90] BARUA, **a.g.e**., p.12
[91] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.10

Tablo 4: Banka Sigortacılığı Stratejileri

Stratejiler	Uygulama Bağımsız İşletme
Mülkiyetlik	Bağımsız işletme Joint venture İştirak Banka şubelerinde sigorta temsilcilerinin konumlandırılması Bankanın bir lisanslı broker olarak faaliyet göstermesi
Satış Noktaları	Bankanın bir lisanslı broker olarak faaliyet göstermesi Sigorta acenteleri tarafından banka sigortasının kısıtlanması Çoklu kanal aracılığıyla satış şubeler, doğrudan mailler, internet
Ürünler	Müşteri ihtiyaçlarına uyarlanan yoğun istekli ürünler Müşterilerin ömür döngüsü özelliklerine göre bütünleştirilmiş ürünler
Müşteri Veritabanı	Bankanın müşteri veri tabanının paylaşımı sınırlandırılmıştır Bankalar müşteri veri tabanlarını sigorta partnerleriyle doğrudan paylaşır
Ürün Tedarikçileri	Ürünler banka sigortacılığı tarafından üretilir Banka sadece dağıtımla ilgilidir, ürünler tek ya da çoklu tedarikçiler tarafından sağlanır.
Yönetim	Sigorta partnerleri tarafından yapılır Bankanın sigorta iştirakleri (yan kuruluşları) tarafından yapılır.

Kaynak: Şener, 2010: 34

Banka sigortacılığı faaliyetlerinde genellikle altı tür strateji uygulanmaktadır. Bu stratejiler arasında en fazla tercih edileni müşteri veri tabanıdır. Banka çalışanı veya uzman kişi özel müşteri veya potansiyel müşterilerle bu veri tabanı üzerindeki bilgiler dâhilinde iletişime geçmektedir. Müşterilerin satın aldıkları ürün ve hizmetlerin bilinmesi, bankanın yeni faaliyet alanı geliştirmesinde de oldukça etkilidir.[92]

[92] Habibe Yelda ŞENER, **Banka Sigortacılığında Müşteri Değerinin Artırılmasına Yönelik Bir Model Önerisi.** Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, 2010, s.34

2.1.4.Banka Sigortacılığı Ürünleri ve Dağıtım Kanalları

Sigortacılık ürün ve hizmetlerinin pazarlama ve satışını gerçekleştiren banka sigortacılığı, bu hizmeti yerine getirirken çeşitli dağıtım kanalları kullanmaktadır. Çalışmamızın bu bölümü banka sigortacılığı ürünleri ve dağıtım kanallarına ayrılmıştır.

2.1.4.1.Banka Sigortacılığı Ürünleri

Bankalarda sunulan sigorta ürünlerini dört grupta ele almıştır. Bunlar; borç ödeme sigortaları, sermaye geri ödeme sigortaları, kredi sigortaları gibi sigortaları kapsayan *finansman ve geri ödeme ürünleri*, bankaların mudileri için tasarlanan *mudi sigortaları*, tüketicinin temel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olan *basit standart sigorta ürünleri* ve fonlu hayat sigortaları ürünleri, vadeli sigorta ürünleri gibi özel kapsamda değerlendirilebilecek *diğer sigorta ürünlerini* kapsamaktadır.[93]

Banka sigortacılığı ürünleri piyasalara göre çeşitlenebilmektedir. Piyasada satış modeli, ürün seçimi, dağıtım kanalı gibi dinamikler ürünün türünü de etkileyebilmektedir. Ürünün piyasalara göre çeşitlenmesinde *işlemsel ürünler, ihtiyaca yönelik ürünler* ve *danışmanlık ürünleri* gibi üç tür sınıflandırma bulunmaktadır. İşlemsel ürünlerde daha basit düzeyde ürünler hedeflenir. Örneğin; ferdi kaza sigortası veya acil sağlık sigortası hedeflenen ürünlerden bazılarıdır. İhtiyaca yönelik ürünler ise daha kapsamlı ve geliştirilmiş, özellikle kişinin ihtiyaçları göz önüne alınarak entegre edilmiş ürünlerdir. Bunlar; kredi kartı koruma, ferdi kaza ve seyahat sigortası, emeklilik sigortası gibi ürünlerdir. Danışmanlık ürünlerine gelince ileri düzeydeki bu banka sigortacılığı ürünleri özellikle satışında profesyonel uzmanların yer aldığı, banka ve sigorta şirketlerine daha fazla kar getiren ürünlerdir.[94]

2.1.4.2.Banka Sigortacılığı Dağıtım Kanalları

[93] ŞEYRANLIOĞLU, **a.g.t**., s.108
[94] Daniel FRIED, "Rise of Bancassurance an Asia experience, HSBC Insurance", **International Insurance Society, Taiwan**, 13-16 Temmuz 2008, http://slideplayer.com/slide/6117440/ (01.05.2021).

Sigortacılıkta potansiyel müşteriye ulaşmak adına birçok dağıtım kanalı bulunmaktadır. Bunların başında doğrudan dağıtım kanallarından olan direkt satış, çağrı merkezli satış, internet pazarlaması gelirken, dolaylı dağıtım kanalı olarak ise acente ve brokerler ön plana çıkmaktaydı. Dolaylı dağıtım kanallarından biri de aynı zamanda banka sigortacılığı uygulamalarıydı. Bankalara gelince banka sigortacılığı faaliyetleri kapsamında dağıtım kanallarının genellikle sigorta şirketleri ile işbirliği çerçevesinde yürütülecek şekilde düzenlendiği görülmektedir. Bankacılık Kanunu çerçevesinde bankaların bu faaliyet kapsamında en az bir teknik bilgisi olan yani sigortacılık eğitimi almış personel ile faaliyetlere başlaması gerekliliğinden ötürü dağıtım kanallarında da profesyonellik ön plana çıkmaktadır. [95]

Akkoyun (2017) banka sigortacılığı dağıtım kanallarını; kariyer acenteleri, uzman danışmanlar, banka çalışanları gibi çeşitli gruplara ayırarak ele almıştır. Araştırmacının sınıflandırmasına bağlı olarak banka sigortacılığı dağıtım kanalları aşağıdaki şekilde ele alınabilir: [96]

- *Kariyer acenteleri/komisyoncu:* Sigorta şirketleriyle anlaşmaları olan bireysel çalışanlardır. Bu çalışanlar banka sigortacılığı konusundaki uzmanlıklarıyla sigorta şirketi çalışanı haline gelirler. Diğer çalışanlardan ayrılan en önemli yanları bağımsız olmaları ve komisyonla çalışmalarıdır.
- *Uzman danışmanlar:* Sigorta şirketlerine bağlı olarak çalışan uzman danışmanlar genellikle kurumsal müşterilere hizmet veren profesyonellerdir.
- *Maaşlı kişiler:* Bankaların maaşlı personelleri banka sigortacılığı eğitimleri alarak bu alanda çalışabilmektedirler. Genellikle kurumsal müşterilerin dışında kalan müşteri potansiyeliyle ilgilenmektedirler.
- *Banka çalışanları:* Bankalarda kredide veya veznede çalışan kişiler olan banka çalışanları özellikle banka sigortacılığı faaliyetlerinin tanıtım aşamasında görev alabilmektedirler. Bankaya gelen potansiyel müşterilerin kendi işleriyle ilgilenirken, aynı zamanda diğer hizmetler konusunda da onlara bilgilendirme sağlarlar.

[95] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.16
[96] BARUA, **a.g.e**., p.25-29

- *Kurumsal acenteler ve brokerler:* Karmaşık sigorta işlemlerinde sigortaların anlaştıkları acente ve brokerler vardır. Bankalar genellikle iş bazında bu acente ve brokerlerle işbirliğine gitmektedirler.
- *Direkt iletişim:* Bankaların özellikle reklam kanalıyla müşterilerle iletişim kurmasıdır. İletişimin aktif tarafı reklamı gören ve hizmeti talep eden müşteridir.
- *İnternet:* İnternet bankacılığı üzerinden yapılan banka sigortacılığı faaliyetlerini kapsamaktadır.
- *E-broker:* İnternet aracılığıyla geliştirilen e-broker sistemiyle brokerler potansiyel müşterilere ulaşabilmektedirler.
- *Diğer:* Banka sigortacılığı faaliyetlerinin halen birçok kesim için tanınmaması sebebiyle bankalar seminer, toplantı, e-posta sistemleriyle de dağıtım kanallarını çeşitlendirebilmektedirler.

Bankalar dağıtım kanallarını belirledikten sonra sigorta şirketleriyle birlikte faaliyet alanını ve bu alana ilişkin kuralları sistematik hale getirme adına çalışırlar. Bu aşama dağıtımın basit düzeyde yürütüldüğü aşamadır. Bir sonraki aşamada bankaların sigorta temsilcileriyle bankalarda satış yaptıkları görülür. Bu aşamada görevlendirilen satış temsilcisi veya uzmanın profesyonel olması gereklidir. Aksi durumda bankanın potansiyel müşteri kazanmasının yanı sıra kaybetme riski de bulunmaktadır. Uzmanlaşmış bir personelin banka satış kültürünü aldığı, aynı zamanda sigortacılık ürün ve hizmetleriyle de entegre bir yaşama geçtiği görülecektir. Tamamen entegre olmuş bir sistem sonunda başarı gelecektir.[97]

2.1.5.Banka Sigortacılığının Avantaj ve Dezavantajları

Ülkemizde sigorta sözleşmelerinin akdedilmesine aracılık eden bir kurum olarak bankanın göreli kullanımı aşağıdaki avantajlara sahiptir: [98]

- Bankaların sık sık kendilerini ziyaret eden müşterilere kolay erişim olanağı olması, hizmet veren banka ile iletişime geçen müşterinin sigortayla ilgili olanlar

[97] William XINJIANG, "Bank Insurance: A Perspective of International Experiences", **CNK,** 2005, p.1
[98] NINOVA, **a.g.m.,** p.19

da dahil olmak üzere finansal ihtiyaçlarına doğrudan yanıt bulması imkanı sunar. Her bireyin (fiziksel veya yasal) belirli finansal ihtiyaçları vardır ve bankalar, müşterilerinin finansal durumu hakkında bilgi sahibi olan kurumlardır. Banka çalışanları, sigorta ürünleri sunarak müşterilerine çeşitli alternatifler iletir; onların danışman olarak hareket edebilirler.

- Ticari bankalar aracılığıyla yapılan sigorta sözleşmeleri, banka çalışanlarının sigorta piyasası ve bununla ilgili her şeyden tam olarak haberdar olmadıkları varsayıldığından, sigorta ürünlerini açıklayacak müşteriler ve banka çalışanları tarafından özellikle anlaşılması için özel olarak tasarlanmıştır. Bu nedenle personelleri eğitmek mantıklıdır, ancak ticari bankaların temel işlevi, fonların tahsisi ve toplanmasıdır. Bankalar asıl çalışma alanlarını göz ardı etmeyecek şekilde, ikincil faaliyet olarak sigortacılığa eğildiklerinde pazarlama hizmetleriyle kar elde edeceklerdir.
- Sigorta ürünlerinin bankacılık ağları aracılığıyla satışı, sigorta ürünlerinin dağıtımı ile ilgili harcamalarda (kira, aydınlatma, ısıtma vb. idari-işletme harcamalarında) bir azalmaya yol açmayacak şekilde faaliyetlerin sürdürülmesi şeklinde ilerlemelidir.

Gonulal ve arkadaşları (2012) banka sigortacılığının avantajlarını hayat ve hayat dışı sigorta kapsamında değerlendirmiştir. Bu değerlendirme sonucunda hayat sigortası kapsamında avantajları araştırmacılar şu şekilde açıklarlar: borçlunun ölmesi halinde hem bankalar hem de borçlunun bakmakla yükümlü olduğu kişiler risk altındadırlar. Hayat sigortası, hem teminatlı hem de teminatsız kredi vermenin tehlikelerini azaltmak için kullanılabilir. Ayrıca borçlu öldükten sonra bir kredide temerrüde düşme riski anlaşılır bir şekilde yükselir. Kredinin teminatlı olup olmamasına bağlı olarak durum farklı olma eğilimindedir. Kredi, Emlak kredisinde olduğu gibi uygun şekilde güvence altına alınmışsa, bankanın krediyi desteklemek için Hayat sigortasına pek ihtiyacı olmayabilir. Teminatın kendisinin genellikle kredi anaparasının geri ödenmesini garanti etmeye yeterli olması beklenir. Bu durumda, borçlunun bakmakla yükümlü olduğu kişiler için daha fazla endişe kaynağı olması muhtemeldir; bu kişiler, yalnızca iyi durumda olabilecek kişiyi kaybetmekle kalmayıp, aynı zamanda borçlunun bakmakla yükümlü olduğu kişileri de ilgilendirmektedir. Araştırmacılar banka sigortacılığının

olumsuz yönünü ele alırken ise işsizlik sigortası üzerinden bir örnekle durumu ele alırlar. Mülkiyet tarafından teminat altına alınmış parayı ödünç veren bankanın bakış açısından, iki kritik risk şunlardır: (1) borçlunun hizmet için gerekli olan geliri kaybetmesi ve sonunda krediyi geri ödeyememesi ve (2) mülkün değerinin altına düşmesidir. Açıktır ki kredinin değeri, mülkün değeri çok düşerse, ancak borçlu ödemeleri sürdürürse, bu risklerden sadece biri meydana gelirse, bankanın maddi olarak zarar görmesi olası değildir ve borçlu ödemeleri durdurur, ancak değer kredi seviyesinin üzerinde kalırsa, mülk satılabilir ve kredi geri alınabilir.[99]

Banka sigortacılığı uygulamasını olumlu veya olumsuz etkileyebilecek faktörler dâhili veya harici olabilir. Marzai (2019) bu faktörleri *dış faktörler* ve *iç faktörler* kapsamında *yapısal* ve *kültürel faktörler* olmak üzere iki kapsamda açıklamıştır: [100]

- *Dış faktörler,* kurumdan etkilenemeyen olayları ve kontrol edilebilen iç faktörleri içerir. Dış faktörler şunlar olabilir: politik, ekonomik ve finansal ortam, sahadaki mevzuat, uluslararası ekonomik durum, ana güç, vb. Sigortacılar ve bankalar arasındaki işbirliğini etkileyen en önemli faktörlerden biri yasal düzenlemedir. Bankalar yasalar el verdiği sürece sigortacılık faaliyetlerini sürdürebilmektedirler.
- *İç faktörler* ise yapısal ve kültürel olmak üzere iki türe ayrılmaktadır. *Yapısal faktörler* şunlardır: banka / sigorta entegrasyonunun derecesi; ürünlerin tipolojisi ve izlenmesi, bankacıların eğitim ve ücret sistemi; Alandaki ulusal düzenlemeler banka sigortası ortaklıklarının türlerinin yapılandırılmasında belirleyici bir rol; bankacılık sisteminin sigorta şirketlerine göre hâkim konumu. *Kültürel faktörler* ise olumlu bir banka algısının varlığı; düşük hayat sigortası penetrasyon oranı; önemli gelişme potansiyeli; kamu emekliliğine karşı güvenilir bir alternatifin görece yokluğu şeklinde sıralanabilir.

Banka sigortacılığının dezavantajlarını riskler kapsamında değerlendiren çalışmaların sayısı da bir hayli fazladır. Yusupova (2019) Rusya'da banka sigortacılığı

[99] Serap GONULAL, Nick GOULDER and Rodney LESTER, "Bancassurance—A Valuable Tool for Developing Insurance in Emerging Markets". **Policy Research Paper**, 2012, p.6196.
[100] Elda MARZAI, " The impact of lending on bancassurance activity". **Proceedings of the 13th International Conference on Business Excellence**, 2019, p.174

üzerine yapmış olduğu çalışmasında bankaların risklerini bir tablo ile sunmuştur. Bu tablo aşağıda verilmiştir.[101]

Tablo 5: Banka Sigortacılığının Bankalar Açısından Riskleri

Kredili			**Kredisiz**		
Bekleme döneminde borçlunun sigorta poliçesini iptal etmesi nedeniyle ücret kaybı	İflas veya sigorta şirketi ile olan sözleşme uyuşmazlıkları nedeniyle kaybedilen sigorta tazminatı İflas veya sigorta şirketi ile sözleşmeden doğan uyuşmazlıklar nedeniyle kaybedilen sigorta tazminatı	Borçlunun sigorta şirketini kendi takdirine göre seçmesi nedeniyle, banka tarafından kaydedilenler dışında ücret kaybı	Müşterinin bankanın önerdiği sigorta şirketi ile yaşadığı sıkıntılardan dolayı	Müşterilere gereksiz hizmetlerin satışı nedeniyle	Müşteri hizmetleri almayı reddettiği için gelir kaybı

Kaynakça: Yusupova, 2019

Banka sigortacılığının bankalar açısından en önemli avantajı hiç şüphesizdir ki bankaların rekabet ortamında sigortacılık ürün ve hizmetleri üzerinden ek kar sağlamaları, şubelerin maliyet etkinliğinde maliyetlerin düşmesi, müşteri ihtiyaçlarının sağlanmasıyla daha fazla müşteri kazanma olanağının elde edilmesidir. Sigorta şirketleri açısından düşünüldüğünde bankaların güven veren imajının ve marka değerlerinden faydalanılması, bankaların geniş müşteri portföylerinin kullanılması, sigorta şirketlerinin geleneksel acentelere aşırı bağlılıklarının azaltılması, yeni ürün ve hizmetlerin daha kolay şekilde tanıtılması, piyasa bölümleme ve piyasa geliştirmenin sağlanması şeklindedir. Son olarak müşteriler açısından bir değerlendirme yapıldığında hem bankacılık hem de sigortacılık ürün ve hizmetlerine daha kısa yoldan erişim sağlanması önemli avantajlar arasında sayılabilir. [102]

[101] Olga A. YUSUPOVA, " Analysis of Credit Institutions Risks In The Bancassurance Market". **Digest Finance,** Vol.24, No.1, 2019, pp.3–12
[102] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.18

2.1.5.1.Banka Sigortacılığının Aktörleri Açısından Avantaj ve Dezavantajları

Pehlivan (2013) banka sigortacılığının sigorta şirketleri, bankalar ve tüketiciler açısından avantajları olduğundan bahsetmiştir. Bu süreçte sigorta şirketlerinin en büyük avantajı banka kanalıyla birlikte potansiyel müşterilere ulaşma imkânı yakalamalarıdır. Bankaların potansiyel müşterileri bu güç birliğinde doğrudan sigorta şirketleri için de müşteri kitlesi haline gelmektedirler. Bunun yanı sıra sigorta şirketlerinin dağıtım kanalının çeşitlenmesi, bankaların itibarından faydalanarak satış olanaklarını artırmaları, yerel mevcut bir banka ağıyla birlikte hızlı bir şekilde yeni bir pazara adapte olma imkânı edinmeleri ve bu iş birliğinden ötürü daha az personel çalıştırarak aynı zamanda tasarruf sağlama olanaklarının da artması sigorta şirketleri için kazanç olarak görülebilecek hususlardır. Bankalar ise bu süreçte müşteriye tek seferde birden fazla ürün ve hizmet sunabilmekte, müşteri memnuniyetini ve sadakatini geliştirebilmektedirler. Aynı zamanda elde ettikleri gelirlerle rekabetin yüksek olduğu günümüzde komisyon gelirlerini artırmaktadırlar. Son olarak tüketici açısından sürece bakıldığında ise tüketicinin hem bankacılık hem de sigortacılık hizmetlerine tek kanaldan ulaşabilme imkânı kazanması, dağıtım masraf ve maliyetlerinin düşük olmasından ötürü sigortacılık ürünlerinin daha ucuza alınabilmesi, bankaların emniyetini kullanarak işlem yapabilmesi ise onlar adına en önemli avantajlar olarak sayılabilecektir.[103]

Pask'a (2003) göre banka sigortacılığı faaliyetleri hem bankaların hem de sigorta şirketlerinin pazarlama maliyetlerini daha aza indirerek ekonomiye küçük ölçekli de olsa katkı sağlamaktadır. Bankaların ve sigorta şirketlerinin belli güvence ve teminatlarla kendilerine çekmek istedikleri müşteriler adına güç birliğinde bulunmaları her iki hizmet türünde de pazarlama maliyetini belli oranda düşürerek banka sigortacılığı adı altında tek bir faaliyet grubunda pazarlama maliyeti oluşturmaktadır.[104] Kirui (2012) ise banka sigortacılığı faaliyetlerinin oluşturduğu yeni piyasanın avantajlarını; güvenilirlik, müşteri tabanı, aşırı bağlılığın azalması, yeni ürünler, hizmetler, piyasa bölümleme, piyasa geliştirme, maliyet düşürme gibi yönleriyle

[103] PEHLIVAN, **a.g.m**., s.33-34
[104] Adrian PASK, "Bancassurance: Details Measure Its Success in Various Countries, Society of Actuaries", **News Direct Newsletter**. 2003, p.8

değerlendirmiştir. Araştırmacıya göre banka sigortacılığı faaliyetleriyle oluşan bu yeni Pazar sigorta şirketlerinin mevcut ürün ve hizmetlerini daha az efor ve maliyetle sunabilecekleri, aynı zamanda bankaların güvenilirliklerinden faydalanabilecekleri, pazarlama maliyetlerinin daha düşük olduğu, müşteri tabanının geniş olduğu, maliyetlerin ulaşılan müşteri sayısıyla kıyaslandığında önemli avantaj sağladığı bir düzene işaret etmektedir.[105]

Chevalier ve arkadaşları (2005) banka sigortacılığı faaliyetlerinin bankaların güvenilirliği ve marka değerine fayda sağladığından bahsetmiş, bankaların bu dağıtım kanalını da bünyelerine katarak müşteri portföylerini genişlettiklerini savunmuştur. Sigorta şirketlerinin de acentelere olan bağlılıklarını azaltan banka sigortacılığı piyasayı doğru şekilde bölümlendirerek hem pazarlama faaliyetlerinden verim alabilmekte hem de satış maliyetlerini düşürebilmektedir.[106]

Oradea Üniversitesi'nden araştırmacı Corneliu (2020) hazırlamış olduğu makalede 2001 yılında Basel Komitesi tarafından desteklenen operasyonel riske ilişkin danışmanlık belgesinde, sigortanın bankaların operasyonel risklerinin finansal etkisini azaltmanın bir aracı olarak görülebileceği kabul ettiğini belirtmiş, sigorta piyasasının kendi gelişiminin yanında bankalarla kurduğu iş birliğinin daha küçük sermayelerle yapılan iş birliklerinin operasyonel riskleri düşürdüğünü savunmuştur.[107]

Kirui (2012) bankaların banka sigortacılığı işine girmelerinin özellikle müşteri potansiyeline sunulan hizmet noktasında önemli avantajları olduğundan bahsetmiş ve bu avantajları şu şekilde sıralamıştır: [108]

- *Rekabet:* Sigorta ürünlerinin pazarlanmasında bankaların sigorta şirketlerine kıyasla müşteri portföyünün yüksek olması rekabet anlamında bankaların ön plana geçmesini sağlamaktadır.
- *İşlem masrafları:* Banka sigortacılığı faaliyetleri bankaların maliyet etkinliğine katkı sağlayarak şube maliyetlerini düşürmektedir.

[105] Denya KIRUI, **Bancassurance: A Perspective.** East Africa Re., 2012, p.10
[106] Marjorie CHEVALIER, Carole LAUNAY and Berangere MAINGUY, **Bancassurance: Analysis of Bancassurance and Its Status Around the World**, Focus, France: SCOR VIE., 2005.
[107] Bente CORNELIU, "Insurance of Banking Operational Risk". **University of Oradea The Faculty of Economics,** 2020, p.312
[108] KIRUI, **a.g.e**., p.11

- *Müşteri ihtiyaçları:* Müşterilerin yatırım tercihleri orta vadeli yatırım araçlarından uzun vadeli yatırım araçlarına doğru ilerlemekte, bu noktada bankalar her türlü müşteri ihtiyacına yönelik alternatif seçenekler sunabilmektedirler.
- *Müşteri tutma:* Banka müşterileri sadakat yönünden sigorta şirketi müşterilerine göre daha avantajlı gruptadırlar. Bu noktada banka sigortacılığıyla birlikte bankalar da daha fazla müşteri tutma olanaklarına sahip olurlar.
- *Yaygın şube ağı:* Bankaların yaygın şube ağının bulunmasından ötürü çeşitli sigortacılık faaliyetleri için de özel şube tahsis edebilme olanakları yüksektir.

Banka sigortacılığı faaliyetlerinin avantajlarına odaklanan çalışmaların bir kısmı bu çalışma sahasını profesyonel pazarlama hizmetleri çerçevesinde değerlendirmekte ve bu nedenle de pazarlamanın aktörleri çerçevesinde bir avantaj değerlendirmesi yapmaktadır. Bu değerlendirmede özellikle banka ve sigorta sektörünün işbirliğinde bankacılığın marka değerinin yüksek olmasının banka sigortacılığı uygulamalarına yön vereceği, sigorta sektörünün de bu çerçevedeki avantajlardan faydalanarak potansiyel müşterilere ulaşabileceği düşünülmektedir. Marka değeri, bir markanın piyasa koşullarında yaptığı ismin müşterilere hizmet sunma sürecinde göz önüne alındığı değerdir. Rekabet koşullarının sıkı olduğu günümüzde marka değeri bir sektördeki rekabetle de baş edebilmeyi sağlayan önemli bir parametredir. Banka sigortacılığı faaliyetlerinin en önemli avantajı bankalar için marka değerinden yola çıkarak sigortacılık ürün ve hizmetlerini piyasada rekabet koşullarından daha az etkilenerek müşteriye sunabilmeleridir.[109]

Violaris (2001) banka sigortacılığı faaliyetlerinin sigorta şirketleri açısından sağladığı avantajları şu şekilde değerlendirmiştir: [110]

- *Güvenilirlik:* Bankaların güven veren imajının ve bankacılık marka değerinin kullanılması.
- *Müşteri tabanı:* Bankaların geniş müşteri portföyünün kullanılması

[109] Alan YASUOKA, **Prospects for Bancassurance: Trends Towards Integration of Banking Services and Insurance Sales**. Nomura Research Institute, No.85, 2005.
[110] Yukia VIOLARIS, **Bancassurance in Practice**, Germany: Munich Re Group, 2001

- *Aşırı bağlılığın azaltılması:* Sigorta şirketlerinin geleneksel acentelere olan bağlılıklarının azaltılmasına olanak vermesi.
- *Yeni ürünler:* Bankalarla yapılan işbirliği sayesinde sigorta şirketlerinin yeni ürün geliştirme olanağına sahip olması.
- *Hizmetler:* Sigorta şirketlerinin sundukları hizmetleri bankalarla paylaşması ve bankaların desteğinden faydalanabilmesi.
- *Piyasa bölümleme:* Etkin pazarlama ile birlikte piyasa bölümlemesi yoluna gidilmesi.
- *Piyasa geliştirme:* Sigorta ürün satışı için piyasa geliştirme imkânının edinilmesi.
- *Maliyet indirgeme:* Sigorta şirketlerinin ürün pazarlama ve satış maliyetlerinin düşmesi.

Banka sigortacılığı faaliyetlerinin sektör aktörleri açısından değerlendirildiği çalışmalarda çoğunlukla banka sigortacılığı faaliyetlerinin banka ve sigorta şirketlerinin performanslarına etki ettiği yönündeki avantaj değerlendirmelerinin daha fazla olduğu görülmektedir. Alan yazın çalışmaları uzun vadede ülkelerdeki banka sigortacılığı faaliyet raporlarının değerlendirilmesiyle birlikte sektörlerin başlı başına gelişim kaydettiğini göstermektedir. Sinha (2005) ve Karunagaran'ın (2006) çalışmaları bu konuda önemli iki örnektir. Bu çalışmalarda özellikle 2000 sonrasında Hindistan'da yükselişe geçen banka sigortacılığı faaliyetleri ele alınmaktadır. Hindistan'da hayat sigortası şirketlerinin ürünlerinin %35'i mal ve sorumluluk sigortası şirketlerinin ürünlerinin %25'inin bankalar aracılığıyla satıldığı görülmüştür. Hem bankaların hem de sigorta şirketlerinin kendilerine sürdürülebilir bir gelir kaynağı olarak gördükleri banka sigortacılığı, aynı zamanda her iki yapılanmanın da performansını büyük ölçüde artırmıştır. Diğer bir deyişle iki yapılanma *kazan kazan* sistemiyle bireyselde elde edemedikleri başarıyı entegre çalışma sistemleriyle elde etmişlerdir. Karşılıklı kurumsal risklerini ortaya koyan bu iki yapılanma, geleneksel acentecilik ilişkilerinde bireye sağlanamayan güvenin bankalar aracılığıyla sunulmasını sağlamış, sermaye artışıyla birlikte Hindistan ekonomisini de canlandırmıştır.[111]

[111] Alan KARUNAGARAN, "Bancassurance: A Feasible Strategy for Banks in India? Reserve Bank of India", **Occasional Papers**, Vol.27, No.3, 2006, p.160-161

ECB'nin 2009 raporuna göre nüfustaki emeklilerin oranında beklenen artış ve Avrupa bölgesi ülkelerinin çoğunda insanları kamudan özel hayat sigortasına geçmeye teşvik etmek için yürütülen emeklilik reformları, hayat sigortacılarının ekonomide oynadığı rolü artırmıştır. Hayat sigortası ve emeklilik fonlarına yatırılan Avrupa bölgesi hane halkı varlıklarının miktarı 1999'un başında 2,5 trilyon Euro'dan 2008 sonunda neredeyse 5 trilyon Euro'ya yükselmiştir. Hane halkının bir payı olarak toplam finansal varlıklar, hayat sigortası ve emeklilik fonu yatırımları aynı dönemde% 23'ten% 31'e çıkmıştır.[112]

Banka sigortacılığının son olarak Deloitte raporunda yer alan avantaj sıralamasına bakıldığında, 2020 yılına ait bu raporda banka sigortacılığının en önemli avantajı bankalara ve sigorta şirketlerine getirdiği değer artışı olarak görülmüş ve avantajlar bir tablo ile listelenmiştir. İlgili tablo aşağıda sunulmuştur.[113]

Tablo 6: Banka Sigortacılığının Bankalara ve Sigorta Şirketlerine Getirdiği Değer Artışı

Bankalar	Sigorta Şirketleri
-Müşterilerin çeşitlenmiş finansal ürün ihtiyaçlarının karşılanması **-İstikrar ve sadakat** **-Finansal ürün hattını zenginleştiren ürünlere sahip olunması** **-Performans ve hizmet verimliliği** **-İş büyümesi**	-Bankaların müşteri avantajlarının elde edilmesi -Banka prestijinden faydalanılması -Kar avantajı -Şirket satış kanallarının artırılması -Ürün türüne bağlı gelir kaynağını artırma

Kaynak: Deloitte, 2020

Banka sigortacılığı sistemi özellikle sigorta dağıtım kanalları açısından çeşitli dezavantajlar oluşturmaktadır. Banka sigortacılığının dezavantajlarına yönelik bir araştırma yapıldığında karşımıza çıkan literatürde bilhassa diğer dağıtım kanallarının geleceğe yönelik beklentilerinin banka sigortacılığı faaliyetleriyle birlikte düşüşe geçtiği gözlemlenmiştir. Türkiye Sigorta Birliği'nin 2012 senesinde yapmış olduğu bir çalışmaya göre sigorta acenteleri sigortacılığın hizmet kalitesi, güven, sadakat, tecrübe

[112] ECB, **Financial Stability Review.** pp.160-169, 2009, www.ecb.europa.eu/ (Erişim Tarihi: 03.05.2021)
[113] Deloitte, **Çin'in Banka Sigortacılığı Faaliyet Raporu,** Deloitte Yayınları, 2020, s.4

ve teknik bilgi birikimi ile yapılabilecek bir meslek olduğuna inanmakta, bu nedenle banka sigortacılığı faaliyetlerini kendi büyümeleri adına bir tehlike olarak görmektedirler.

Sigorta şirketleri, hane halkı ve firmaların karşı karşıya olduğu riskleri teminat altına alarak bu sektörlerin bilançolarının istikrarına katkıda bulunmaktadır. Ancak, sigortacılar ve finansal olmayan sektörler arasındaki bağlantılar, zaman zaman potansiyel finansal istikrar endişelerine yol açabilir. Örneğin, bir sigortacının temerrüdü - zaman zaman meydana gelen bir olay - bu sektörlerde Mali sıkıntıya neden olabilir. Bu, örneğin, ülkedeki en büyük ikinci hayat dışı sigorta şirketi olan HIH'nin başarısızlığının, HIH'den sigorta teminatı satın alan bazı şirketlerin iflasına yol açtığı durumlardan biri 2001 yılında Avustralya'da meydana geldi. Bir sigortacının temerrüdü veya sigorta kapsamının geri çekilmesi, firmaların sigorta kapsamının gerekli olduğu belirli işleri yürütmesini imkânsız hale getirebilmektedir.[114]

Marsiglia ve Falautano (2005) banka sigortacılığının dezavantajları konusunda hazırladıkları çalışmada konuyu kurumsal sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik noktasında ele almışlardır. 15 Ekim 2004 tarihinde Roma'da gerçekleştirilen ve The Geneva Association ve Ania ile ortaklaşa MPS sigorta direği tarafından düzenlenen Finans ve Sigorta Hizmetleri konusundaki bir forumda sunulan notlarından bilgiler paylaşan yazarlar, banka sigortacılığının uzun vadede bankaların kurumsal sosyal sorumluluklarına zarar verebileceklerini savunmuşlardır. Bu görüşe göre bankalar kendi içerisinde bir değer paradigması oluşturmuşlardır. Sigortacılık sektörünün mevcut risklerini üstlenmek kısa vadede kar getirse de uzun vadede banka müşterisinin bankalara olan güven ve görülen imajına zarar verebilecek türdendir.[115]

[114] ECB, **a.g.e.,** p.165
[115] Emanuele MARSIGLIA and Isabella FALAUTANO, "Corporate Social Responsibility and Sustainability Challenges for a Bancassurance Company". **Geneva Papers**, No.30,2005, pp. 485-497

III.BÖLÜM

BANKA SİGORTACILIĞININ DÜNYA UYGULAMALARI

3.1.Dünyada Banka Sigortacılığının Mevcut Durum Değerlendirmesi

2019 yılı sonu itibariyle dünyada toplam 6,2 trilyon ABD doları prim üretilmiş olup, bu primin 2,9 trilyon ABD doları hayat, 3,3 trilyon ABD doları ise hayat dışı branşlarda gerçekleşmiştir. Bu üretimin neredeyse %90'lık kısmı gelişmiş ülkelerde gerçekleşmiş olup, prim üretiminde Amerika ve Avrupa başı çekmektedir. Gelişmekte olan ülkelerdeki prim üretimi ise toplam üretimin %8'lik civarını ancak temsil etmektedir. Prim üretimi göz önüne alındığında dünyada sigortacılık sektörünün ne denli büyük bir Pazar olduğu açıkça görülebilmektedir. Bunun yanında bu pazar potansiyelinden istifade etmek isteyen birinci finans aktörlerinin de bankalar olacağı aşikârdır.[116] Çalışmamızın bu bölümü bankaların aktör konumunda olduğu banka sigortacılığının dünyadaki durumuna ilişkin bilgi vermeye ayrılmıştır. [117]

Sigorta hizmetlerinin çok daha fazla kişiye ulaşma imkânının olduğu banka sigortacılığı faaliyetleri dünyada 1960'lı senelerde bireysel girişimlerle birlikte gayri resmi şekilde başlamıştır. 1970'li yıllarla birlikte Avrupa'da yasal çerçevenin de oturması banka sigortacılığının giderek bilinmesini sağlamıştır. Barclays Life şirketiyle birlikte İngiltere'de başlayan banka sigortacılığı uygulamaları hüsranla sonuçlansa da bankalar sigorta pazarına dâhil olma fikrinden vazgeçmemişlerdir. Sırasıyla İngiltere, Fransa ve İspanya'daki çeşitli banka girişimleri gittikçe banka sigortacılığının bilinirliğini artırmış ve gelişimini hızlandırmıştır. Özellikle 1990 senesinde İtalya'daki Amato kanunları da banka sigortacılığı önündeki yasal engelleri kaldırarak süreci olumlu şekilde etkilemiştir. [118]

2000'li yıllara değin banka sigortacılığı bankalar ile sigorta şirketlerinin tekdüze işbirliğine dayanan geleneksel sistemde ilerlerken, 2000 sonrasında banka sigortacılığı

[116] Swiss Re. **Insurance Raport 2020**. www.swissre.com (Erişim Tarihi:01.05.2021)
[117] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.20
[118] BARUA, **a.g.e**., p.12

alanındaki faaliyetlerin hız kazanması bu sistemin de geliştirilmesini sağlamıştır. Her iki sistem arasındaki farklar Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7: Geleneksel ve Geliştirilmiş Banka Sigortacılığı

	Geleneksel Banka Sigortacılığı	Genişletilmiş Banka Sigortacılığı
İşbirliği	Başarılı deneyimli işbirliği ve sigorta ürünlerinin tek tedarikçi	İşbirliği bağlantılarını daha az vurgulama (sadece dağıtım) sigorta ürünlerinin çoklu tedarikçisini vurgulama
Müşteriler	Banka Müşterileri	Ayrıca banka dışı müşteriler
Kanallar	Çoğunlukla ya banka personeli ya da sigorta acentesi olarak tek kanala odaklanma	İnternet, doğrudan pazarlama ve tele pazarlamanın yer aldığı çoklu kanal
Ürünler	Genelde basit hayat sigorta ürünleri	Hayat dışı ürünler yanında daha kompleks ürünler

Kaynak: Şener,2010: 36

Banka sigortacılığının geleneksel modelde sürdürüldüğü ve daha sonrasında yaygınlaşmasıyla birlikte genişletildiği iki model; işbirliği, müşteriler, kanallar ve ürünler noktasında ele alınıp değerlendirilebilir. Bu değerlendirmede geleneksel banka sigortacılığının tek tedarikçi üzerinden yürütüldüğü, banka müşterilerine sunulduğu, kanal olarak genellikle ya banka personeli ya da sigorta acentesi gibi tek kanal odaklı olarak yürütüldüğü ve ürünlerin basit düzeyde sigorta ürünleri kapsamında olduğu belirtilmiştir. Genişletişmiş banka sigortacılığında ise işbirliğinin yaygınlaşmasıyla birlikte tedarikçiler çoğalmış, tek tedarikçi odaklı faaliyetlerin sürdürülmesi kuralı yıkılmıştır. Müşteri olarak banka dışı müşteriler de sürece dahil edilmiş, kanal olarak özellikle gelişen teknolojiyle birlikte çeşitlenen bir kanal ağı olduğu görülmüştür. Ürünler de hayat dışı ürünleri de içine alacak çerçevede çeşitlenmiştir.[119]

ECB'nin (Avrupa Merkez Bankası) 2009 senesinde yayınlamış olduğu rapora göre Avrupa'da özellikle son birkaç yılda bankaların faaliyetlerinde sigorta poliçelerinin sayısı gittikçe artmıştır. Örneğin, FSR'de analiz edilen Avrupa bölgesindeki 19 büyük ve karmaşık bankacılık grubundan (LCBG'ler) 14'ü önemli sigorta faaliyetlerine sahip finansal şirketler olarak kabul edilir. LCBG'lerden 8'i, sigortacılık faaliyetlerini düzenli

[119] ŞENER, **a.g.t**., s.36

olarak mali hesaplarında ayrı olarak raporlamaktadır. Sigorta faaliyetlerinin toplam işletme gelirine ortalama katkısı 2008'de ve 2009'un ilk yarısında yaklaşık% 7 olmuştur. Bu durum da göstermektedir ki bankalar sigortaların kendi faaliyetlerinin üstünde sigortacılık faaliyeti gerçekleştirmektedirler.[120]

2009'un ikinci çeyreğine ilişkin dahili ECB verilerine dayanan bazı geçici tahminler, Avrupa bölgesi sigorta şirketlerinin ve emeklilik fonlarının, euro bölgesi MFI'leri (para akışı endeksi) tarafından ihraç edilen yaklaşık 435 milyar Euro'luk borçlanma senetlerine sahip olduğunu göstermektedir. Bu, Euro bölgesi MFI (Dünya Bankası)leri tarafından ihraç edilen toplam borçlanma senetlerinin yaklaşık% 10'unu temsil etmektedir. Aynı zamanda, Avrupa bölgesi sigortacıları ve emeklilik fonları, Avrupa bölgesi MFI'leri (para akışı endeksi) tarafından ihraç edilen yaklaşık 37 milyar Euro'luk kote edilmiş hisseye sahipti ve bu, Avrupa bölgesi MFI'leri (para akışı endeksi) tarafından ihraç edilen toplam hisse miktarının% 8'ini temsil ediyordu.[121]

Dünyada banka sigortacılığının gelişiminde mevcut bankaların ve sigorta firmalarının etkinlik durumu göz önüne alınmaktadır. Günümüzde bankaların sadece kendi alanlarında finansal işlerle meşgul olmamaları, aynı zamanda birçok alanda finansal işbirliği üzerinden işlemler yapmaları banka sigortacılığının da giderek büyümesini sağlamıştır. Bugün birçok gelişmiş ülkede sigorta ürün ve hizmet satışında acente ve bankaların hemen hemen ortak pay ile dağıtımda yer aldığı görülmektedir.

Avrupa'da banka sigortacılığı ve diğer sigorta aracılarına ilişkin faaliyetleri düzenleyici mevzuat AB 2002/92/EC sayılı Yönerge ile temele oturtulmuştur. Yönerge m.2/7 çerçevesinde *bağlı sigorta aracısı* tanımında da yer aldığı gibi sigorta aracıları asli mesleklerini sürdürürken mevzuat çerçevesinde sigorta faaliyetlerini de yerine getirebilmekte, bu faaliyetle birlikte kendi sahalarına da katkı sağlayabilmektedirler. Yönerge m.4'de aracıların bu faaliyetleri sürdürürken oluşabilecek Pazar yoğunluğuna karşı tam önlem alabilmeleri adına gerçekleşecek her türlü hatalı işleme karşı tam sorumlulukları olduğu belirtilmiştir.[122]

[120] ECB, **a.g.e.,** p.164
[121] ECB, **a.g.e.,** p.165
[122] BERBERICH, **a.g.m**., p.12

Dünyadaki birçok ülkede bankaların faaliyet alanlarının artması ve yasal düzenlemelerin yapılması banka sigortacılığının büyüyüp gelişen bir saha olmasına yol açmıştır. Kurumlar arası yapılan menfaat antlaşmalarıyla birlikte Avrupa'daki birçok ülkenin banka sigortacılığında giderek geliştiği gözlemlenirken, ülkelerin gelişmişlik durumlarına paralel olarak banka sigortacılığı ürün ve hizmetlerini sundukları görülmektedir. Örneğin; Litvanya, Hırvatistan, Bulgaristan gibi ülkeler yeni gelişmeye başlasalar da düşük fiyatlı basit hayat sigortası ürünleri satarak banka sigortacılığına giriş yapmışlardır. Zaman içerisinde bu ülkelerde de bankaların sigortacılıktaki faaliyet alanlarının gelişeceği düşünülmektedir.

3.2.Dünyada Banka Sigortacılığına Yönelik Stratejik Tablo

Banka sigortacılığı ülkeler arasındaki farklılıklarla birlikte genel olarak; *dağıtım anlaşmaları, ortak girişim* ve *tam bütünleşme stratejileri* gibi üç model üzerinden ilerlemiştir. Bu üç model dünya üzerinde genel olarak en sık başvurulan işbirliğine dayanmakla birlikte bu modellerin yanında *karşılıklı hisse devri, birleşme, yeni şirket kurulması, mülkiyet* gibi modellerde bulunmaktadır.

Tablo 8: Dünyada Banka Sigortacılığı Uygulamalarında Kullanılan Yaygın Modeller

MODEL	TANIM	AVANTAJLARI	DEZAVANTAJLARI	KULLANAN ÜLKELER
[Bağımsız] Dağıtım Anlaşması	Banka, sigorta şirketinin bir aracısı olarak hareket eder.	Herhangi bir sermayeye ihtiyaç olmadan faaliyet hemen başlar.	Yeni ürünlerin oluşturulmasında esneklik yoktur, kurumsal kültürde farklılık bulunabilir.	Amerika, Almanya, İngiltere, Japonya ve Güney Kore
Ortak Girişim	Banka bir veya daha fazla sigorta şirketiyle ortaklık içindedir.	Uzmanlık transferi söz konusudur	Uzun dönemde yönetilmesinde zorluk bulunan bir süreçtir.	İtalya, İspanya, Portekiz, Güney Kore
Tam Bütünleşme	Yeni bir şubenin oluşması söz konusudur.	Aynı kurumsal kültür oluşur.	Oldukça fazla miktarda yatırım gerektirir.	Fransa, İspanya, Belçika, İngiltere, İrlanda

Kaynak: Chevalier etc., 2005

Chevalier ve arkadaşları (2005) 1990'lı yıllarla birlikte esnek piyasa yapılanması, piyasaya girişteki engellerin ortadan kalkması ve rekabetin de gelişmesiyle

birlikte özellikle Güney Avrupa ülkelerinde başlayarak kıtalar ötesinden gelişen banka sigortacılığı uygulamalarının giderek homojen nitelik kazandığını söyler. Fransa ve İtalya'da başlayan bu model sigortacılığında daha sonra ABD'de başlayan dağıtım anlaşmaları üzerine kurulu modelle birlikte başka bir boyut kazandığı görülür. Bu sırada banka sigortacılığı faaliyetlerinin ilk olarak başladığı, ancak sekteye uğradığı İngiltere ve gelişimde önemli yeri olan İspanya'da tam bütünleşme modeliyle uygulamaya geçilmiştir. Genel görünümde de özetle üç modelin ön plana çıktığı söylenebilmektedir.[123]

3.2.1.İşbirliği Stratejisi ve Örnekleri

Sağlam ve rekabetçi bir bankacılık sistemi, bir ülkenin ekonomik canlılığı için çok önemlidir. Bankalar, geleneksel olarak, nispeten uzun vadeli, likit olmayan varlıkları finanse etmek için likit, kısa vadeli yükümlülükler kullanarak borç verenler ve borç alanlar arasında aracılık etme gibi önemli bir işlevi yerine getirmişlerdir. Bankalar, hem küçük hem de büyük yatırımcılar için bir likit tasarruf aracı sağlayarak ve borçlularının risklerini değerlendirmek ve çeşitlendirmek için özel beceriler geliştirerek, ekonomik büyümenin finansmanında önemli bir rol oynamışlardır.[124]

İşbirliği stratejisine dayalı model, özellikle dünyada ABD, Almanya, Japonya ve Güney Kore gibi ülkelerin benimsediği bir banka sigortacılığı modeli olarak tanınmakta olup *dağıtım modeli* adıyla da bilinmektedir. Bu modelde banka sigorta şirketinin bir aracısı olarak hareket etmektedir. Bir sermaye olmadan faaliyetlerin hemen başladığı modelde kredi sigortası ve hayat sigortasıyla bağlantılı sigortalar daha çok pazarlanmaktadır. Bu modelin uygulandığı ABD'de banka sigortacılığının yeterince gelişmediği görülmüştür. Elbette bu gelişmemişlik doğrudan modelle ilgili değildir. ABD'de 1999 senesinde Gramm-Leach-Bliley Act'in imzalanmasına kadar banka sigortacılığı yapmanın yasak olmasının da durumla ilgisi bulunmaktadır.[125]

---

[123] CHEVALIER etc., **a.g.e.,** p.1

[124] Namy KETCHA, Deposit insurance system design and considerations. 1999, https://www.bis.org/publ/plcy07o.pdf (Erişim Tarihi: 03.05.2021)

[125] BERBERICH, **a.g.m.,** p.14

Bu banka sigortacılığı modelinin en önemli avantajı daha evvel de bahsedildiği üzere herhangi bir sermayeye ihtiyaç olmaksızın hemen faaliyetlerin başlamasıdır. Başlangıç aşamasında tasarrufla harekete geçen modelin en önemli dezavantajı da katı bir sistemle uygulanması, bilhassa yeni ürünlerin oluşturulmasında esneklik olmamasıdır.[126]

3.2.2.Bütünleştirici Strateji ve Örnekleri

Bütünleştirici strateji modeli diğer bir deyişle tam bütünleşme modeli, banka ve sigorta şirketinin ortak anlaşmasıyla yeni bir girişim üzerinden hareket etmelerini içeren, dolayısıyla iki disiplin alanının uzmanlıklarını yeni bir projede birleştirmelerine dayanan bir modeldir. Bu modelin en önemli avantajı bankacılık ve sigortacılığın yeni bir kültürle oluşması, bu nedenle tek bir alanın kurallarına bağlı kalmamalarıdır. Fransa, İspanya, Belçika, İngiltere ve İrlanda'da uygulanan bu modeldeki en önemli dezavantaj ise yeni bir oluşum olması sebebiyle başlangıç aşamasında oldukça fazla yatırım gerektirmesidir.[127]

3.2.3.Ortak Girişim Stratejisi

Bankaların bir veya birden fazla sigorta şirketiyle ortaklık anlaşması yapmasına dayanan bu model; İtalya, İspanya, Portekiz, Güney Kore gibi ülkelere uygulanabilmektedir. Bu modelin en önemli avantajı uzmanlık transferinin olması, diğer bir deyişle ortaklık girişimiyle birlikte bankalar işbirliği yaptıkları sigorta şirketleriyle beraber ortak bir çerçevede buluşarak, çoğunlukla onların uzman kadrosundan yararlanarak çalışmalarını şekillendirmeleridir. Modelin dezavantajı ise uzun dönemde yönetilme sorunu olmasıdır. Hem Bankacılık hem de sigortacılık alanlarının kendi

[126] Elena KALOTYCHOU, "De Facto Versus De Jure Bank-Insurance Ventures In the Greek Market". **The Geneva Papers on Risk and Insurance,** No.14, 2007, p.92
[127] KALOTYCHOU, **a.g.m**., p.92

içerisinde iki ayrı disiplin olması, bu disiplinlerin kendi kurallarının olması uzun vadede entegrasyonuna bağlı sorunlar oluşmasına sebep olabilmektedir.[128]

3.3.Dünyada Banka Sigortacılığı Uygulamaları

Banka sigortacılığının ortaya çıktığı 1960'lı yıllardan itibaren bugüne değin gelişiminde üç ayrı dönemin olduğu görülmektedir. Bu dönemler; 1975-1985, 1985-2000 ve 2000 sonrası dönemlerdir. Çalışmamızın bu bölümünde genel olarak tarihi dönemler ve bölgelere bağlı olarak banka sigortacılığı uygulamalarına yer verilmiştir.

Fields ve arkadaşları (2007) yaptıkları çalışmada 1997-2002 seneleri arasında banka sigortacılığı birleşimlerinin finansal kapasiteler üzerindeki etkisini araştırmışlar ve çalışmayı yaparken ülkeleri ABD ve ABD dışı ülkeler olarak sınıflandırmışlardır. Çalışma sonucunda elde edilen veriler banka sigortacılığı birleşmelerinin önemli bir risk değişimi oluşturmadığı, özellikle yüksek CEO sahipliği olan firmalar için birleşimde pozitif kazançlar oluşturduğunu ispatlamıştır.[129]

Banka sigortacılığı uygulamaları genel hatlarıyla 1970'lerde pazarlama alanında işbirliği ile başlamış, 1985'li yıllara değin bu şekilde devam etmiştir. 1985'ten 2000'lere değin ise sigorta ve bankacılık faaliyetleri entegrasyon çalışmaları üzerinden yürütülmüştür. 2000'li yıllardan sonra banka sigortacılığı faaliyetlerinin hem bankacılık hem de sigortacılık sektörüne aktif katkı yaptığı göz önüne alınarak daha profesyonel çalışma dönemi başlamış ve müşteri odaklı sürece geçilmiştir.[130]

3.3.1. 1975-1985 Yılları Arası

Tarihte ilk banka sigortacılığı antlaşması Belçika'daki CGER Bank tarafından yapılan mortgage üzerinden yapılan sigorta antlaşmasıdır. Bu antlaşma 1860 senesinde gerçekleşmiş, o dönemki yasal düzenlemelerle birlikte yeterince başarı elde

[128] KALOTYCHOU**, a.g.m**., p.92
[129] L. Paige FIELDS, Donald R. FRASER and James W. KOLARI, Is Bancassurance a Viable Model for Financial Firms?, **The Journal of Risk and Insurance**, Vol.74, No.4, 2007, pp.777-794.
[130] BERBERICH, **a.g.m**., p.15

edememiştir. Bu nedenle uzunca bir süre bankalar sigortacılık faaliyetlerinde bulunmamışlardır. Banka sigortacılığı alanındaki çalışmaların tam anlamıyla başlaması ise İngiltere'de 1965 senesinde Barclays Life şirketinin uygulamalarıyla olmuştur. Bu uygulamanın da başarısız olmasının ardından Fransa'da 1970'li yıllarda tekrar banka sigortacılığına yönelik girişimler başlamış, Fransız hükümeti yasal düzenlemelerini de bankalara izin verecek şekilde düzenledikleri için bu tarih önemli bir dönüm noktası olmuştur.1985 senesine değin Fransa'da ve beraberinde İspanya'da banka sigortacılığı uygulamalarının istikrarlı şekilde sürdürülmesi bu faaliyet alanının da gelişmesinde önemli bir başlangıç sayılmıştır. Bu dönem henüz banka sigortacılığı için bir giriş mahiyeti taşıdığından ötürü basit düzeydeki sigorta ürünlerinin banka müşterilerine önerilmesi ve satışı şeklinde ilerlenmiştir. Özellikle kredi sigortası ürün olarak yoğunlukla satılmıştır. [131]

3.3.2. 1985-2000 Yılları Arası

1985 – 2000 seneleri arasında banka sigortacılığı geleneksel sistemde ilerlemiş ve yaygınlaşmıştır. Diğer bir deyişle sigorta ürün ve hizmetlerinin satışında bankaların iyi birer aracı olabilecekleri fikri bu dönemde uygulama alanına kavuşmuştur. 1990 senesinde İtalya'daki Amato kanunlarıyla birlikte ülkeler yasalarını bankaların finansal kabiliyetlerini yükseltecek şekilde değiştirme yoluna gitmişlerdir. Bu da banka sigortacılığını olumlu şekilde etkilemiştir. Yine İtalya'da 1995 senesinde ISVAP'ın banka sigortacılığına yönelik getirdiği düzenlemeler banka ve sigorta şirketlerinin faaliyetlerini yine önemli ölçüde düzenlemiştir. 2000'li yıllara değin özellikle Avrupa bazlı şekilde banka sigortacılığında gelişme olduğu görülmektedir. Bankalar kredi veren kuruluşlar olmaktan çıkmış, müşterilerine ulaşarak sigorta ürünlerini satmaya başlamışlardır. Hem hayat sigortalarında hem de genel sigortalarda geleneksel banka sigortacılığı uygulamalarına bağlı şekilde yol alınmıştır. [132]

Chen ve Tan (2011) yaptıkları çalışmada 1989-2004 seneleri arasında Avrupa'daki banka sigortacılığı faaliyetlerini risk ve kazanç noktasında incelemişlerdir.

[131] BARUA, **a.g.e**., p.20-22
[132] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.22

Bu incelemede banka ve sigorta şirketlerinin birleşimine dayanan 72 yapılanma örnek olarak ele alınmıştır. Yapılan çalışma sonucunda bulgular göstermiştir ki dünya endeksleri, ülke piyasa endeksleri ve ülke bankacılık endekslerinde toplam risk göreceli olarak sabit kalırken, dünya endeksleri ve ülke bankacılık endeksleri açısından da sistematik risklerin aynı kaldığı tespit edilmiştir. Ülke bankacılık endekslerindeki sistematik riskin ülke içi işlemlerde azaldığının da tespit edildiği çalışmada verilen dönem itibariyle pozitif kazanç etkisinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.[133]

3.3.3. 2000 Yılından Günümüze

2000'li yıllardan sonra dünyada banka sigortacılığı faaliyetlerini artması Avrupa dışında da bu anlamda büyük bir atılım olmasını sağlamıştır. Bu süreçten itibaren özellikle Avrupa merkezli şekilde geliştirilmiş banka sigortacılığı uygulamalarına yönelme başlamıştır. Sadece banka müşterileri değil, banka dışı müşterileri de çekecek şekilde stratejiler yapılmış; karmaşık sigorta ürünlerini internet teknolojisinden de faydalanacak çeşitli dağıtım ağıyla müşterilere ulaştırmak amaçlanmıştır. [134]

3.4.Avrupa Ülkelerinde Banka Sigortacılığı Uygulamaları

Shiu (2004) yaptığı çalışmada Avrupa'da sigortacılık sektörünü etkileyen faktörleri ele almış ve 1986-1999 yılları arasındaki verilerden yola çıkarak likiditenin, beklenmeyen enflasyon oranının, faiz oranı düzeyinin ve sigorta işlemlerinden elde edilen kârların sektörü büyük oranda etkilediği sonucuna ulaşmıştır.[135] Bankalar sigortacılık sektörünü etkileyen faktörleri göz önüne alarak banka sigortacılığında düzenlemeler yapmışlardır. Bahsedilen tarihler arasında özellikle basit düzeyde sigorta ürünlerinin satışına yönelme sağlanmış, ürün ve hizmetler olabildiğinde banka müşterilerine yönelik stratejilerle sunulmuştur. Gelişmiş ülkelerde finansal risklerin

[133] Zhian CHEN and Jianzhong TAN, "Does Bancassurance Add Value for Banks? – Evidence from Mergers and Acquisitions Between European Banks and Insurance Companies", **Research in International Business and Finance**, Vol.25, No.1, 2011, pp.104-112.
[134] BARUA, **a.g.e**., p.24
[135] Yase SHIU, "Determinants of United Kingdom General Insurance Company Performance", **British Actuarial Journal**, No. 10, 2004, pp.1079-1110

daha az olması, yeniliklerin de daha fazla uygulanmasını sağlamıştır. Özellikle 2000'li yıllardan sonra Avrupa'da karmaşık sigorta ürünlerinin teknolojik gelişmelerle birlikte bir pazarlama aracıyla birlikte sunulması, dolayısıyla banka müşterisinden daha fazla sayıda müşteri hedeflemesi yoluna gidilmesiyle satışına gaye güdülmüştür. [136]

Avrupa'da banka sigortacılığının düşük seviyede olduğu ülkeler de bulunmaktadır. Bunlardan biri Ukrayna'dır. Bagmet ve arkadaşlarının (2015) yaptıkları çalışmada 2002-2013 seneleri arasındaki veriler göz önüne alındığında Ukrayna'da banka sigortacılığının gelişememe sebepleri yasama sorunları (etkin bir düzenleme olmaması), varsayımsal sorunlar (sigorta şirketlerinin bankalara bağımlılığındaki riskler), Bankaların ve sigorta şirketlerinin bilgi ve teknoloji alanının karşılaştırılabilirliği sorunları, müşterilerle etkileşim alanındaki sorunlar (sigorta şirketlerinin bankalarda akreditasyonu) sayılabilir.[137] Bu sebepler ışığında geniş çerçevede bir değerlendirme yapıldığında 2000 sonrasında özellikle birçok portföylerden müşterilerin hedeflenmesi, dağıtım kanallarının çeşitlenmesi ve müşterilere ulaşmada farklı uygulamaları izleme yoluna gidilmesi tamamen banka sigortacılığını geliştirmek adınadır. [138]

Çalışmamızın bu bölümünde Avrupa kıtasındaki ülkelerden başlayarak diğer kıtalardan da örnekler üzerinden banka sigortacılığına yönelik uygulamalar ele alınacaktır.

3.4.1.İngiltere

Banka sigortacılığına yönelik tarihteki ilk girişimi gerçekleştiren İngiltere 1965 senesinde kurulan *Barclays Life* adlı şirketle birlikte banka sigortacılığı faaliyetleri konusunda önemli bir adım atmış olsa da o dönem için ülkenin içinde bulunduğu mali ve yasal düzende bu şirketin gayri resmi çalışma biçimini resmiyete dökmesi oldukça zordu. Bu sebeple ömrü kısa olan *Barclays Life'*ın ardından Avrupa'da banka

[136] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.21
[137] Kim BAGMET etc."Bank-Insurance Integration Level In Ukraine: Science-Methodological Approach". **The Journal of Applied Business Research**. Vol.31, No.6, 2015, pp.2253-2268
[138] BARUA, **a.g.e**., p.30

sigortacılığının önünü açan yasal mevzuatın gelişmesi İngiltere'de de banka sigortacılığı faaliyetlerinin gelişmesini sağlamıştı. İngiltere'de mevcut düzende sigortacılık faaliyetleri ile bankaların finans piyasalarındaki konumu göz önüne alınarak banka sigortacılığı faaliyetlerini değerlendirmek önemlidir. İngiltere hayat sigortalarının satışında IFA adı verilen bireysel finans danışmanları ön plana çıkmaktadır. Müşterilere bağımsız danışmanlık yapan bu aracılar yatırım ürünlerine hâkimdirler. Bu danışmanların yanında hayat sigortalarının sunumunda *appointed representatives* veya *tied agents* adı verilen münhasır acentelerin ve bankaların ön plana çıktığı görülür. FSMA m.39 uyarınca bu acenteler yalnızca bağlı bulundukları sigorta şirketlerinin ürünlerini satabilirken, bankalar ise anlaşma yaptıkları sigorta şirketlerinin ürünlerini satmaktadırlar. Hayat dışı sigorta satışında ise brokerler, *price aggregators* adı verilen internet tabanlı teknoloji danışmanları ve yine bankaların etkinlik sahasında olduğu gözlemlenmektedir. Avrupa'nın en büyük prim üretimine sahip olan İngiltere sigortacılık piyasası göz önüne alındığında bankalarla işbirliğine girerek önemli bir adım atmıştır. Aracıların faaliyet özgürlüğü ve ulaşabildikleri kitleye kıyasla bankalar prim sağlama ve geliştirmede çok daha aktif yer almaktadırlar. [139]

İngiltere prim üretimi baz alındığında Avrupa'nın en büyük, dünyanın ise üçüncü büyük ülkesidir. 1997 senesinden itibaren finans piyasalarının denetimini üstlenen FSA'nın 1999 senesinden itibaren sigorta faaliyetlerine ilişkin denetim sürecini de üstlenmesiyle birlikte banka ve sigorta şirketlerinin birleşmesine yönelik fikirler hızlanmıştır. İngiltere'nin sahip olduğu teknolojiyle birlikte müşteri hizmetlerinde çok kapsamlı bakış açısı banka sigortacılığı faaliyetlerinde de ön plana çıkmış, müşterilere ulaşabilecek alternatif yöntemler geliştirilmiş ve böylece bankaların tek başına hayat sigortasında topladıkları prim, genel primin %90'ına ulaşmıştır. Bankaların sattıkları sigorta ürünlerine bakıldığında genel tablo basit ürünlerin yoğunlukta olduğunu göstermektedir. Bankaların müşterileri özellikle küçük ölçekli işletmeler ve bireysel müşterilerdir. [140]

FSMA (The Financial Services and Markets Act) çerçevesinde İngiltere'de banka sigortacılığı faaliyetlerinin denetlenmesi ve düzenlenmesi sağlanmaktadır. FSMA

[139] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.23
[140] BARUA, **a.g.e**., p.37-38

prensipleri sigortacılık ve sigortacılığa yönelik faaliyetlerin sistemli şekilde ilerlemesi adına aracıların sigortacılıktaki rollerini belirlemiştir. Bu rollerden en önemlisi aracı kurumların için minimum sermaye gereksinimi 10.000 Sterlin ve aracılık faaliyetlerinden elde ettikleri yıllık gelirin %5 olması; müşteri varlıklarını hesaplarında tutmayan aracıların ise minimum sermaye gereksinimi ise 5.000 Sterlin ve aracılık faaliyetlerinden elde ettikleri yıllık gelirin %2,5 olması şartı getirilmiştir.

FStech 2019 kapsamında İngiltere'nin en başarılı ve müşteri memnuniyetinde en yüksek oranlara sahip bankası seçilen Barclays Bank, sunduğu hizmet ve olanaklarla sektörde oldukça tanınmıştır. Londra merkezli bankanın açıklanan 2007 verileri toplam net gelirin yıllık 23 bin milyon Euro olduğunu göstermektedir. Ticari bankacılık, yatırım bankacılığı ve yatırım yöneticiliğinde etkin çalışan Barclays; Avrupa, Kuzey Amerika, Orta Doğu, Latin Amerika ve daha birçok kıta ve ülkede bulunan finans gruplarıyla dünyanın önde gelen finans şirketlerinden biridir.[141]

Barclays Life Insurance hem hayat hem de hayat dışı sigorta ürünlerini banka şubeleri aracılığıyla sunmaktadır. Dağıtım kanalı karmasında özellikle internet ve mobil satış son yıllarda en fazla tercih edilen dağıtım türüdür. Müşteriler ve potansiyel müşterilerle kurulan stratejik bağ sigorta ürünlerinin tanınması, içeriklerinin bilinmesi ve ardından satın alma davranışına yönlendirilmesi üzerinedir. Özellikle ticari bankacılıkta iyi olunması sebebiyle tüzel kişiliklere verilen sigorta hizmeti bir hayli fazladır.[142]

Lloyds Bank, Birleşik Krallık'ın merkezi Londra'da bulunan, en büyük perakende bankalarından biridir. Galler ve İskoçya'da da merkezleri bulunan Lloyds Bank, 2016 yılında açıklanan rakamlarla yıllık 16,6 milyar Euro net gelir elde etmektedir. 45.856 kişiye istihdam sağlayan bu yapılanma, hizmet ağıyla da finansal gelişimini sürdürmektedir.[143]

FSA'nın 2005 senesinde yaptığı bir araştırmada ÜFE (ödeme koruma sigortası) kapsamında müşterilerine adil davranmadıkları tespit edilen Lloyds, 2011 senesinde

[141] Barclays, **Who We Are**. www.barclays.com ,2021 (Erişim Tarihi: 01.05.2021)
[142] Barclays, **a.g.e.**
[143] LLOYDS BANK, **Home-Business,** www.lyodsbank.com, 2021 (Erişim Tarihi: 01.05.2021)

hakkında açılan soruşturma kapsamında mahkemeye çıktı ve durumun gerçekliği doğrulandı. 2012'de açıklama yapan Lloyds yetkilileri müşterilerin zararını karşılamak adına 3,6 milyar sterlin ayırdıklarını beyan ettiler. 2015 senesinde ise Lloyds'un sahibi grup olan Lloyds Banking Group ilgili dava sonucunda sigorta taleplerinin yanlış yönetilmesi sebebiyle 17 milyon sterlin para cezasına çarptırılmıştır.[144]

Lloyds'un banka sigortacılığı uygulamalarına bakıldığında ticari kimliğinin ön plana çıkmasından ötürü tüzel kişiliklere verilen hizmetin daha fazla olduğu, sigorta ürün ve hizmetlerinde özellikle şirketlere yönelik çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bu nedenle hayat dışı branşlarda daha yoğun şekilde hizmet verilmektedir.[145]

2001 Senesinde kurulmuş olan HBOS Birleşik Krallık'ın sahip olduğu en önemli finans ve sigorta şirketlerinin başında gelmektedir. Halifax PLC ve İskoçya Bankası ortaklığından oluşan HBOS ilk kurulduğu dönemde İngiltere'nin ipotek kreditörüydü. Açılımı Halifax Bank of Scotland olan HBOS, Lloyds Banking Group tarafından satın alındı. İngiltere'de Mortgage kredilerini yönlendiren HBOS, 2008'de küresel krizden nasibini aldı ve el değiştirdi. 2015 senesinde FSA düzenlediği raporda HBOS'un finansal sistemdeki kriz yoğunlaştıkça piyasa şoklarına ve nihai başarısızlığa karşı savunmasız kaldığı için başarısız olduğunu duyurmuştur.[146]

2015 senesine değin banka sigortacılığı ürün ve hizmetlerinde hayat dışı branşlarda yoğun şekilde hizmet veren HBOS, bu hizmetlerini geleneksel şekilde müşterileriyle sürdürdüğü gibi çağrı sistemi ve internet üzerinden de hizmet sunarak sürdürmüştür. Özellikle kredi sigortasında internet üzerinden oldukça talep almakta ve bu taleplere yine kısa sürede yanıt sağlayabilmektedir.[147]

---

[144] BBC News, **Lloyds hit by record £117m fine over PPI handling**. 2015, www.bbc.com.tr (Erişim Tarihi: 01.05.2021)
[145] LLOYDS BANK, **a.g.e.**
[146] The Telegraphy, **Lloyds shares tumble as HBOS slumps to £10bn loss**. 2017, www.thetelegraphy.co.uk (Erişim Tarihi: 02.05.2021)
[147] The Telegraphy, **a.g.s.**

3.4.2.Fransa

Fransa'da IMD'den etkilenilerek oluşturulan Code des assurances adındaki sigorta kanunu, sigorta etkinliklerini yasal çerçevede düzenlemekte ve sigortacılığın sistematik bir çerçeve kazanmasını sağlamaktadır. Kanun çerçevesinde sigorta aracılarının asgari 115.000 Euro değerinde finansal teminat göstermesi, daha evvel iflas etmemiş olması, saygın olması gibi çeşitli kriterler belirtilmekte ve sigorta aracılığı ciddi bir kurum olarak görülmektedir. Bu çerçevede sigorta aracılarının ayrıca kara para ve terör gibi finansal dengeyi bozacak durumlarda güvenlik önlemi alarak süreçle baş edecek güçte olmaları gerektiği belirtilmiştir. Kanun çerçevesinde sigortacılık sektöründeki gelişmeler doğrudan bankalarla işbirliği yapılmasını kolaylaştırmıştır. Nitekim bankalar hem maddi kriterleri yerine getirmekte hem de aranan saygınlığı ve güvenlik teminatını sunmaktadır. [148]

1970'li yılların başında ilk banka sigortacılığı işlemlerini gerçekleştiren ACM, hayat ve genel sigortacılık alanında çalışmaktaydı. ACM müşterilerine aracısız şekilde hizmet sunmakta, özellikle kredi sigortası hizmeti vermekteydi. Oldukça eski olan ACM'nin uygulamaları kendi müşterileriyle sınırlıydı ve risk almayan uygulamalar üzerinden ilerlemekteydi.

Fransa'da banka sigortacılığı uygulamalarındaki bir diğer uygulama biçimi banka kontrollü sigorta şirketi uygulamasıdır. Bu uygulamada sigorta şirketlerinin sermayelerinin büyük bir kısmı bankaların kontrolünde olmaktaydı. Bu şekildeki uygulama aslında sigorta şirketlerinin, özellikle küçük sermayeye sahip şirketlerin bankaların desteğini alarak ayakta kalması adına yapılmaktadır. Genellikle gelişmemiş ülkelerde izlenen bir yol olsa da Fransa'da da özellikle sermaye sıkıntısı çeken sigorta şirketleri bu şekilde uygulamalarla ayakta kalmaktadırlar. [149]

Fransa'da banka sigortacılığı uygulamalarında sıklıkla banka ve sigorta şirketi birleşiminin piyasaya hâkim olduğu modellerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bunun temel sebebi Fransa'da bulunan dört çeşit sigorta aracılarının aktifliğinde genel sigortaların da sigorta şirketlerinin de eşit oranda piyasada ürün dağıtımında

[148] BARUA, **a.g.e**., p.88
[149] BARUA, **a.g.e**., p.89

bulunmasıdır. Fransa'da sigorta şirketi aracıları; les agents généraux d'assurance (genel), (registre du commerce et des sociétés (brokerler), les mandataires d'assurance (sigorta şirket temsilcileri), les mandataires d'intermédiaires d'assurance (aracı temsilciler) olmak üzere dört sınıfa ayrılabilir. ORIAS'a ait 2014 verileri gerçek ve tüzel kişiler toplamında çalışan sigorta şirketleri ile sigorta aracı kuruluşların başa baş etkinlik gösterdiğini belirlemiştir; hatta sigorta aracıları olan bankaların faaliyet oranı daha yüksektir. 2014 senesinde genel sigorta acenteleri toplamda 12 bine yakın faaliyette bulunurken, aracılar 15 bine yakın faaliyette bulunmuşlardır. Aracı kurumlar arasına bankalar ve La Banque Postale adı verilen banka gibi faaliyette bulunan kuruluşların da sayısı oldukça fazladır. Banka ve sigorta şirketlerinin piyasadaki aktif durumu banka sigortacılığı faaliyetlerinde de iki yapılanmanın güç birliği ile süreci ortak yönetmesinde etkili olmuştur.[150]

Fransa sigortacılık kanunu olan CDA'da madde R512-9 kapsamında sigorta şirketleri ile bankaların işbirliği sürecinde çalışan personel ve hizmetin tüm sorumluları için işbirliğinin profesyonellik içermesi gerektiği belirtilmiştir. Kanunun sigorta çalışanına dayattığı kriterler, bankaların iş birliklerinde anlaşma çerçevesinde hareket etmelerini, bu anlaşmalarda banka potansiyeli ile sigortacılığın bilgi ve birikimini kullanmayı gerekli kılmaktadır. Bankaların potansiyel müşterileri olsa da bu müşterilere erişimde sigortacılık profesyonelliği kullanılmalıdır. İlgili kanun maddesi gereğince; çalışan personel en az 150 saat alanında staj yapmış olmalı, sigorta şirketi veya aracısında en az iki yıl beyaz yakalı olarak görev yapmalı, sigorta yönetimi konusunda en az dört yıl deneyimli olmalı ve çeşitli akademik yeterlilikleri olmalıdır. Aracıların Direction Générale du Trésor (DGT) ve ORIAS'a kayıtlı olmaları ve her yıl kaydın yenilenmesi gereklidir. Bu gereklilikler banka personelinin sigorta satışındaki yetersizliğini gösterdiği için uygulamada dağıtım anlaşmalarına dayanan işbirliği yapılması gereklidir.

Yukarıda bahsedilen uygulamalar haricinde Fransa'da banka sigortacılığı alanında yüksek nüfuza sahip, kurum kültürünü benimseyen ve bir imaj yaratma gayesiyle birlikte sigortacılıkta büyüyen şirketlerin hâkim olduğu bir yapılanma dikkat

[150] ORIAS. **ORIAS Raport**. 2014, www.orias.fr (Erişim Tarihi: 03.05.2021)

çekmektedir. Bu nedenle özellikle tam bütünleşme modeline gidilir. Banka ve sigorta şirketleri bir araya gelerek yeni bir yapılanma kurar ve bu şekilde hizmet satışı gerçekleştirirler. Bu sistem büyük yatırım getirse de uzun vadelidir. Bu şekilde piyasada imaj elde eden firmaların geliştirilmiş banka sigortacılığı uygulamalarıyla, özellikle teknoloji alt tabanlı şekilde faaliyetlerinde ilerledikleri görülmektedir. [151]

3.4.3.İtalya

Amato Law Kanunu'yla birlikte 1990 yılından itibaren İtalyan bankaları sigortacılık alanında satış faaliyetlerine başlamışlardır. 10 sene içerisinde büyük bir aşama kaydedilmiş ve 2004 senesine gelindiğinde bankaların hayat sigortası prim üretimlerinde 66 milyar Euro'ya ulaştıkları görülmüştür. 2000'li yıllardan sonra banka sigortacılığı faaliyetlerinde özellikle gözlemlenen ortak girişimlerin sayısında artışa gidilmesidir. Poste Vita %7 pazar payına sahipken Generali,Banca Intesa Calleo Intesa Vita ile ortak girişimde bulunmuş ve %25 Pazar payına yükselmiştir. Allianz %12, AIP ise %9 pazar payıyla Generali'den sonraki önemli pazar payına sahip girişimler olmuşlardır. [152]

Fiordelisi ve Ricci (2011) yaptıkları çalışmada 2005-2006 seneleri arasında stokastik sınır analizi ile bankacılık ve sigortacılık sektörü verilerini kullanarak İtalya'da banka sigortacılığı performansına yönelik araştırmada bulunmuşlardır. Yapılan çalışmada bulgular uzun vadede banka sigortacılığı faaliyetlerinin bir dağıtım kanalı olarak her iki yapılanmayı da (banka ve sigorta sektörü) uzun vadede karlılık açısından olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Maliyetlerde verimlilik sağlayan banka sigortacılığı belirtilen dönemler arasında rekabet sürecine olumlu katkı sağlamıştır.[153]

---

[151] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.29
[152] BARUA, **a.g.e**., p.99
[153] Franco FIORDELISI and Ornella RICCI, "Bancassurance Efficiency Gains: Evidence from the Italian Banking and Insurance Industries", **The European Journal of Finance**, Vol.17, No.10-11, 2011, pp.789-810.

3.4.4.Hollanda

Hollanda bankaları özellikle hayat sigortalarının satışında büyük ivme kat etmişlerdir. Allfinanz stratejisini çokça benimsendiği ve özellikle çoklu dağıtım kanallarının kullanıldığı Hollanda bankalarında bilhassa telefonla bankacılık üzerinden sigorta ürünleri satılmaktadır. Banka personeli bu amaçla özel eğitimler almakta ve yetiştirilmektedir. Bankalar kendi personellerini bu şekilde eğiterek uzun vadeli olarak bu alana hizmet etmek adına taktikler geliştirilmektedir.[154]

3.4.4.1.Allfinanz Uygulamaları

Allfinanz uygulamaları çoklu dağıtım kanalları üzerinden sigorta ürün ve hizmetlerinin dağıtılmasına dayanmaktadır. Bu sistemde özellikle hayat sigortası ürünleri işbirliği içerisinde brokerlar ve direkt mailler aracılığıyla sunulmaktadır. Hayat dışı ürünlerde ise teknolojik yöntemler üzerinden daha fazla uygulama sağlanmaktadır.[155]

3.4.4.2.ABN - Amro

Merkezi Amsterdam'da bulunan, 1991 tarihinde kurulmuş bir banka olan ABN-Amro Hollanda işini satın alan Fortis'in batmasının ardından, Hollanda hükümeti tarafından Fortis Bank Nederland ile birlikte kamulaştırılmıştır. Varlık yönetimi, Ticari bankacılık, Yatırım bankacılığı, Özel bankacılık ve Perakende bankacılık alanlarında faaliyet gösteren banka 2018 senesi itibariyle 2.325 milyar Euro net gelire sahiptir. [156]

ABN-Amro'nun banka sigortacılığında özellikle tüzel kişi ağırlıklı şirketlere yönelik ürün ve hizmet sunduğu bilinmektedir. Geleneksel ve teknolojik yöntemlerin bir

[154] BERBERICH, **a.g.m.,** p.15
[155] CHEVALIER, LAUNAY and MAINGUY, **a.g.e**., p.33
[156] BARUA, **a.g.e**., p.99-102

arada kullanıldığı bu kuruluş sigortacılık sektörüne yönelerek özellikle gelirlerini artırma gayesinde olmuştur. [157]

3.4.4.3.ING

Dünyanın en büyük dokuz ekonomisinde faaliyet gösteren ING, birçok ülkede %75 dolayında perakende bankacılık izine sahiptir. ING, birçok pazarda hayat sigortası ürünlerini kendi bankacılık kanalları aracılığıyla dağıtmaktadır. ING banka sigortacılığı faaliyetlerini gerçekleştirirken olgun sigorta pazarları olan Belçika, Hollanda gibi pazarlarda Postbank10, ING Bank ve Record Bank aracılığıyla pazarlamaktadır. Polonya gibi ülkelerde ING Banks Slaski ve Hindistan'da ING Vysya Bank aracılığıyla kendi bankacılık kanallarını da kullanmaktadır. Japonya, Çin, Güney Kore, Malezya ve Orta Avrupa'da çeşitli dağıtım anlaşmaları imzalamış, Avustralya, Yeni Zelanda, Güney Kore ve Hindistan'da stratejik hisseler satın alarak ortak girişimler kurmuştur.[158]

ING, Asya/Pasifik'te banka sigortacılığının geliştirilmesinde çok aktif bir oyuncu olmuştur. 2000'lerin başında Avustralya ve Yeni Zelanda'da, Avustralya'nın en büyük bankalarından biri olan ANZ ile bir fon yönetimi ve hayat sigortası ortak girişiminde bulunmuştur. 2004 yılında Güney Kore'de Kookmin Bank ile aynı şekilde Japonya'da 33 banka ile dağıtım anlaşması imzalamıştır. 2007 yılında China Construction Bank (CCB), yine aynı yıl Malezya Halk Bankası Berhad ile yapılan anlaşmalar Asya'da banka sigortacılığının gelişimine olanak sağlamıştır. [159]

Hayat ve hayat dışı sigorta ürünlerinin satışını gerçekleştiren ING özellikle son yıllarda pratik ve hızlı uygulamalar üzerinden sigorta satışını hayatın her alanında bir ihtiyaç olarak gösterme stratejisi ile ilerlemektedir. ING'nin hem işletmelere hem de bireylere yönelik stratejileri birbirinden oldukça farklıdır. İşletmelere yönelik stratejilerde işletmelerin müşteri memnuniyetini artıracak, aynı zamanda uzun vadeli risklerde onları koruyacak çözüm önerileri ön plana çıkarılır. ING, müşteri hizmet ve

[157] BARUA, **a.g.e**., p.110
[158] TEUNISSEN, **a.g.m.,** p. 414
[159] TEUNISSEN, **a.g.m**., p. 415

beklentilerini önemseyerek özellikle sigortacılık hizmeti için özel bir çalışma disiplini oluşturmuştur. [160]

3.4.4.4.Rabobank

Rabobank, Hollanda'da bulunan Hollandalı çok uluslu bir bankacılık ve finansal hizmetler şirketi olup, 89 yerel Hollandalı alt banka yapılanmasından oluşan bir çokuluslu şirkettir. Rabobank, toplam aktifler açısından Hollanda'nın en büyük ikinci bankasıdır. Raiffeisen-Bank ve Boerenleenbank adıyla 1895'te kurulan bu köklü banka, 2018 verilerine göre net 3.004 milyar Euro gelire sahiptir. [161]

Rabobank özellikle tarım alanında sigortacılık faaliyetlerine yönelmiş, işletmelere yönelik hizmetlerini öncelikli olarak ele almıştır. Ürün hizmet skalası yüksek olan Rabobank, her türlü sigorta acenteciliği işlevini de üstlenmektedir. [162]

3.4.4.5.Fortis

Kanada, Amerika Birleşik Devletleri, Orta Amerika ve Karayipler, Hollanda gibi birçok ülkede temsilciliği bulunan Fortis, 1987 senesinde kurulan bir holdingdir. Türkiye dâhil birçok ülkede sigortacılık hizmetleri vermektedir. Bu hizmetler genellikle sigorta şirketi banka antlaşmalarına dayalı olup özellikle hayat dışı alanlarda yoğunlaşmaktadır. [163]

Hollanda bankaları özellikle hayat dışı sigorta ürünlerinde ve emeklilik ürünlerinde ön plana çıkmaktadır. Çoğu finansal grup Allfinanz stratejisini benimsemiştir. Çoklu dağıtım antlaşmalarıyla bankalar müşteri potansiyellerini artırmaktadırlar. Bunun yanında özellikle sigortacılık ürün ve hizmetlerine yönelik olan

---

[160] Jee COOPER and Asie LEE, "Success in Bancasurrance-The Message from 24.000 Customers. The Bancassurance Bulletin". **The Bancassurance Bulletin**, No.1, January-May, U.K. Ernst&Young, 2013, p.4
[161] BARUA, **a.g.e**., p.111
[162] COOPER and LEE, **a.g.e**., p.6
[163] BARUA, **a.g.e**., p.112

talepten ötürü maliyet ve zaman tasarrufu ön plana çıkarılarak çağrı merkezi ve internet aracılığıyla satış da daha fazla artmıştır. [164]

3.4.5.İspanya

26/2006 tarihli ve 17 Temmuz 2006 tarihli özel sigortalar ve reasüransların arabuluculuğuna ilişkin kanun ile düzenlenen sigorta brokerlerinin müşteri odaklılığına dayalı olarak İspanya'da banka sigortacılığı alanındaki çalışmalar hız kazanmıştır. Bankalar sigortacılık faaliyetlerine daha fazla önem vermeye başlamışlar, müşteri odaklı hizmet anlayışından özel personel yetiştirmeye değin birçok alanda özel çalışmalar yürütmüşlerdir. [165]

İtalya ve İspanya sigorta piyasaları banka sigortacılığı alanındaki çalışmalar neredeyse birbirine benzerdir. İtalya'da hayat poliçelerinin %49'unu ve hayat dışı poliçelerin %3'ünü, İspanya'da hayat poliçelerinin %70'ini ve hayat dışı poliçelerin %13'ünü banka sigortacılığı yönetmektedir. İspanya'da hayat dışı işlerde daha düşük bir aracılığın varlığı, bu pazarlarda güçlü alternatif kanalların (acenteler ve brokerler) mevcudiyetine bağlıdır. İspanya'da özellikle 2006 senesinden sonra aracılığa ilişkin yeni kanun düzenlemeleri İspanya'daki hem hayat, hem de hayat dışı sigorta alanlarında bankaların rolünü daha da artırmak politikası gütmektedir. [166]

Ayrıca bu bölümde bahsedilmeyen birkaç Avrupa ülkesindeki banka sigortacılığı uygulamalarına da değinmek gereklidir. Bu ülkelerden biri de Letonya'dır. Letonya'da 1990'larda piyasa ekonomisinin oluşmasıyla birlikte özel sermayeli bankaların ve sigorta şirketlerinin kurulmasıyla birlikte banka sigortacılığı çalışmaları hız kazanmıştır. Parex bank ve Parex Insurance Company, Baltic Transit Bank ve Latgarants gibi tamamen veya kısmen aynı hissedarlara ait bankalar ve sigortacılar güç birliği yaparak banka sigortacılığı çalışmalarını hızlandırmışlardır. Bunun üzerine banka ve sigorta işbirliğine yönelik çalışmalar da giderek artmıştır. Bankalar perakende kredi faaliyetlerini genişletmeye, sigorta poliçeleri için gerekli belgeleri düzenlemeye

[164] COOPER and LEE, **a.g.e**., p.7
[165] BARUA, **a.g.e**., p.113
[166] COOPER and LEE, **a.g.e**., p.7

başlamışlardı. Mortgage piyasasının büyüme döneminde bankalar ipotek sigortası için ekstra talep yarattı ve sigortalı hane halkının penetrasyon oranı büyümesini başlattı. Bankalar belirli sigorta şart ve koşulları standartlarına ihtiyaç duydular ve sigortacıları ayarlamalar ve risk kapsamı genişlemesine zorladılar. Sigortacılar, kredi kurumlarından ek gelir akışı gözlemlediler ve bankaların istek listesini kabul etmeye cazip geldiler. Hızla büyüyen ipotek ve araç kiralama pazarında piyasa eğilimlerine uyum sağlayan sigorta şirketleri, işbirliği konusunda anlaşmak için bankalara başvurdu. Bu süreçten itibaren Letonya'da da banka sigortacılığı faaliyetleri hız kazandı. Müşterilerinden finansal ve ipotek risklerini teminat altına almak için sigorta poliçesi talep eden bankalar için banka sigortacılığı faaliyetleri *tek noktadan alışveriş* anlayışı ile ek gelir akışı sağlayan bir sistem haline gelmiştir.[167]

Kamaric ve Pavic (2018) Avrupa'daki banka sigortacılığı uygulamalarına yönelik genel bir değerlendirme yapmışlardır. Özellikle hayat dışı sigorta alanında banka sigortacılığının etkilerini araştırmışlardır. Çalışmada Avrupa ülkelerinde banka sigortacılığı performansı ile banka sigortacılığı payı, pazar payı, brüt yazılı prim büyüme oranı, hasar büyüme oranı, sigorta yoğunluğu, primin GSYİH içindeki payı, reasürans payı ve sigorta şirketi sayısı gibi değişkenler incelenmiştir. 2009 senesine ait veriler üzerinden yapılan çalışmada banka sigortacılığı faaliyetlerinin uygulamada bankaların hayat sigortalarında başarılı olduklarını, hayat dışı sigortalarda ise düşük oranda seyrettiklerini ortaya koymuştur.[168]

Banka sigortacılığının Avrupa'daki mevcut genel görünümüne bakıldığında 2008 krizinden sonra borç dönüşümü içerisine giren Avrupa'da finansal düzenlemelere rağmen banka sigortacılığı açısından en yüksek payın sahibi konumunda olduğu görülmektedir. BNP Paribas, Crédit Agricole, ING ve ABN Amro gibi Avrupalı bankacılık devleri hayat sigortası ve uzun vadeli tasarruflarda banka sigortacılığında en fazla paya sahip bankalardır. Danışmanlık firması Timetric özellikle Almanya, Fransa,

---

[167] Evija DUNDURE and Biruta SLOKA, "Market Enviroment Factors Influence on Development of Bancassurance in Latvia". **Regional Formation and Development Studies.** Vol.2, No.28, 2019, pp.54-66

[168] Tomislava Pavic KRAMARIC and Ivan PAVIC, **Does Bancassurance Affect Performance of Non-life Insurance Sector ? Case of EU Countries**.2018, https://www.semanticscholar.org/paper/Does-Bancassurance-Affect-Performance-of-Non-life-Kramaric-Pavi%C4%87/9ccab9f8e8af89e03448218f9c005dfefaf73177 (Erişim Tarihi: 06.06.2021).

Birleşik Krallık, İtalya ve İspanya'nın en pasta payına sahip ülkeler olduğunu, ancak Avrupa merkezli bakıldığında Polonya ve Türkiye'nin de yakın zamanda banka sigortacılığı kapsamında patlama yaşayacak ülkeler olduğunu belirtmiştir.

3.5.Afrika Kıtası

Kenya'daki banka sigortacılığı sektörü, Aralık 2015'e kadar sadece 26 ticari bankanın banka sigortacılığı uyguladığını gösteren katı kurallarla düzenlenmekteydi. Sigorta sektörüne bakıldığında ise yine Aralık 2015'te toplamda 47 sigorta şirketinin faaliyette olduğu görülmekteydi. Banka sigortacılığı uygulamaları 2000'lerin başında Kenya'da tanıtıldığında tüm bankalar arasında yalnızca 26 bankanın bu uygulamayla birlikte daha fazla müşteriye ulaşma fikrini benimsedikleri görülmüştü. Nitekim bankaların bir kısmı bu uygulamayı sağlıklı şekilde yürüteceklerine inanmadıkları gibi ülkedeki sigortacılık sektörünün mevcut durumunu da göz önüne alarak yapılacak yatırımın kazanç getireceğine de inanmıyorlardı. Belirtilen 26 banka ise faaliyetlerinde müşteri ihtiyaçlarını ön plana almak ve yeni pazarlara girerek karlı çıkmak adına bu adımı benimsiyorlardı.[169]

Kenya bankacılık sektörü, Kenya Merkez Bankası (CBK) tarafından yayınlanan farklı kurallar arasında Kenya Merkez Bankası Yasası, Bankacılık Yasası, Şirketler Yasası tarafından kontrol edilmektedir. Bankacılık sistemi, Aralık 2015'in sonuna doğru 43 ticari banka, 52 mikro finans kurumu ve 116 Forex Bürosu içeriyordu. Teknolojideki yeni gelişmeler dünyaya yayıldığı gibi Kenya'daki bankacılık sektörünü de etkiliyordu. Kenya Merkez Bankası'nın (CBK) ve bankacılık yasasının rehberliği bu çerçevede gelecek yenilikleri olumlu karşılıyordu. Rotich (2016) hazırlamış olduğu çalışmada banka sigortacılığını uygulayan 26 banka verilerini göz önüne alarak banka sigortacılığı performansı üzerine bir araştırma yapmıştır. Yapılan araştırmada bankaların öncelikle müşteri tercihleri üzerine araştırmalar yaparak sigortacılık alanında deneyim elde edip banka sigortacılığı üzerine çalışmalar yaptıklarını, bu çalışmaların bankaların

[169] E. Cheptoo ROTICH, **Effects Of Marketing Intelligence on Sales Performance Of Bancassurance Among Financial Institutions in Kenya**. Kenya: University Of Nairobi, 2016

performansını artırdığı gibi müşterilerin de memnuniyetini kazandığı sonucuna ulaşmışlardır.[170]

Penda ve Tarh (2019) Kamerun'da banka sigortacılığının gelişimini ele aldıkları çalışmalarında Kamerun'da zayıf bir sigortacılık sistemi olduğunu, sigorta sözleşmelerinin bankalar tarafından düzenlenmesinde halkın yeterince sisteme güven duymadıklarını, ülkenin genel yapısından kaynaklı olarak sigortacılık sektörünün de uygulamada bankalara destek vermesi gerektiğini vurgulamıştır.[171]

Tunus'ta gelir konvansiyonel aracılık faaliyetleri zaman içerisinde daralma yarattığı için bankaların farklı konularda faaliyetlerini sürdürme arayışları başlamıştır. Bu arayışlarda banka sigortacılığı önemli bir çıkış yolu olmuştur. 2003-2011 seneleri arasına bakıldığında sigortacılık faaliyetlerinde banka sigortacılığının faaliyet gelişiminin %60 oranında arttığı gözlemlenmiştir. Tunus'ta banka sigortacılığının gelişiminin ülkedeki düzenleyici ve ticari ortamla yüksek oranda ilişkilidir.[172]

Uganda'da bankacılık faaliyetleri FIA aracılığıyla düzenlenmektedir. FIA'nın yayınladığı bankacılık mevzuatının 37.maddesinde "*Bir finans kuruluşu, doğrudan veya dolaylı olarak kendi menfaati için faaliyette bulunamaz. Ancak aracı hizmetlerle faaliyette bulunabilir"* ifadesiyle bankalara ancak sigortacılık faaliyetini sigorta şirketleri yararına yapmaları halinde izin verilmiştir.2016 senesinde mevzuatta değişikliğe gidilmiş ve Merkez Bankası'nın izni, Sigorta Düzenleme Kurulu tarafından yapılan düzenleyici prosedür ve bu prosedüre uyan bankaların banka sigortacılığı faaliyetlerinde bulunmalarına izin verilmiştir. Finansal Kurumlar Yasası'nın değiştirilmesiyle Uganda Bankası'nın, bankaların resmi olarak Sigorta Şirketlerinin Acenteleri olarak lisanslanmıştır. FIA tarafından banka sigortacılığı faaliyetlerine yönelik öneriler de yayınlanmıştır. Bu önerilerde; sigorta satmak isteyen bankaların Sigortacılıkta Yeterlik Belgesine (COP) müşteri ilişkileri sorumlusu barındırması,

[170] ROTICH, **a.g.e**., p.2
[171] Akama Samuel PENDA and Bande Gulbert Mbah TARH, " The Vialibity Of Bancassurance: It's Development and Significance In Cameroon." **International Journal Of Advanced Research (IJAR)**. Vol.7, No.6, 2019, pp. 1067-1090
[172] Mohammed NURULLAH and Sotiris K. STAIKOURAS, "The Separation of Banking from Insurance: Evidence from Europe". **Multinational Finance Journal,** Vol.12, No.3-4, 2008, p.160

bankaların genel merkez ve yardımcı şubeleri ile bu faaliyeti gerçekleştirmeleri gibi hususlar yer almıştır.[173]

Angola, Fildişi Sahili, Gana, Kenya, Mozambik, Nijerya, Güney Afrika, Tanzanya, Uganda ve Zambiya gibi Sahra altı Afrika'daki on Afrika ülkesindeki bankalar, hızlı bir şekilde bir sigorta dağıtım kanalı olarak büyümek için iyi bir konumdadırlar. Güney Afrika banka sigortacılığı piyasası, bölgedeki açık ara en sofistike ve olgun piyasadır. Fildişi Sahili, Kenya ve Mozambik gibi diğer ülkeler ise aynı şekilde yükselişe geçmişlerdir. Bölgede banka sigortacılığının gelişmesini sağlayan önemli bir faktör, bu alandaki deneyimlerini Sahra altı Afrika'da kullanmaya başlayan uluslararası ve bölgesel bankacılık ve sigorta gruplarının (çoğunlukla Güney Afrika kökenli) varlığıdır. [174]

Afrika kıtası kapsamında banka sigortacılığı faaliyetlerine ilişkin bir değerlendirme yapıldığında faaliyetlerin genellikle sahra altı ülkelerinde yoğunlaştığı; Barclays, Ecobank ve Standard Chartered gibi uluslararası bankaların bölgedeki faaliyetlerinin artması, aynı zamanda da AIG, Kenyan Alliance ve Jubilee Insurance gibi sigorta gruplarının da bölge pazarına yatırımlarının hızlanmasıyla birlikte geleneksel sigorta acentelerinin yerini işi bilen bankalar almıştır. Sadece Kenya'ya dahi bakıldığında 2012 senesinde 250 civarında olan sigortayla ilgili ürün satan bankaların sayısı bir sene sonra 593'e çıkmıştı. Deloitte'un 2015 tarihli bir raporu Afrika kıtasında, özellikle de sahra altında Merkez Bankası'nın faiz oranı marjlarını daraltma dürtüsüyle birlikte banka sigortacılığının daha fazla ilerleyeceğini öngörmekteydi.[175]

3.6.Amerika Ülkelerinde Banka Sigortacılığı Uygulamaları

Toplam prim üretiminde dünya sıralamasında birinci olan Amerika Kıtası'nda bu sıralamaya karşın banka sigortacılığı faaliyetlerinin yeterince gelişmediği, bu durumun temel sebebinin ise 1999 senesiyle birlikte gelen yasal sınırlamalar olduğu

[173] Olga C.W. JONGENEEL, **Bancassurance: Stale or Staunch? A pan-European country analysis**, Erasmus University Rotterdam, 2011, p.26
[174] COOPER and LEE, **a.g.e**., p.8
[175] BARUA, **a.g.e**., p.126

söylenebilir. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki banka sigortacılığında yasal prosedür şu şekildedir: elli eyalette tek bir banka sigortacılığı birimi bulunmalı, bu birim faaliyetini gerçekleştirirken elli eyaletten de izin almak zorundadır. Kanunlar ayrıca sigortacılık ürünlerinin pazarlamasına da belli limitler koymuşlardır. Bu nedenle ABD'deki prim üretimine kıyasla banka sigortacılığı Avrupa'nın gerisinde kalmıştır.[176]

1999'da Gramm-Leach-Bliley Yasası'nın imzalanmasıyla banka sigortacılığına 1999'dan beri izin verilmesine rağmen, ABD'nin yasal sınırlamaları sebebiyle Kuzey Amerika'da özellikle banka sigortacılığı faaliyetleri yok denecek kadar azdır. 2008 senesinde bankaların (Kuzey Amerika'daki) hayat sigortası satışı %2 civarındayken, günümüzde ise %5 civarında olduğu tahmin edilmektedir.[177]

Brezilya ve Meksika gibi ülkeler elverişli bir düzenleyici ortamdan ve bankalarla ortaklık kurarak büyük müşteri tabanlarını başarıyla ele geçiren büyük yabancı oyuncuların varlığından yararlanan Latin Amerika eyaletlerinin çoğunda nispeten yüksek bir banka sigortacılığı penetrasyonu vardır. 2013 yılında Latin Amerika'da banka sigortacılığı kanalına bakıldığında %80 oranında faaliyetlerin Brezilya'da yoğunlaştığı, ülkenin pazar lideri olduğu görülmektedir. Brezilya'nın en büyük dört bankası olan Banco Bradesco, Itaú Unibanco, Banco do Brasil ve Caixa Economica Federal özellikle faaliyetlerin yoğunlaştığı bankalar arasındadır. Banka sigortacılığının Brezilya'daki başarısının önemli bir nedeni düşük pazar penetrasyonudur. Haziran 2014'de %4,2 olan pazar penetrasyonu Latin Amerika ülkelerinin üzerinde, %8-10 arasında orana sahip olan Avrupa ülkelerinin altındadır. Latin Amerika için genel oranın yüksek olması da Brezilya'nın başarısını göstermektedir. [178]

Kanada'ya bakıldığında da tıpkı ABD'deki gibi yasaların banka sigortacılığı faaliyetleri önünde önemli bir engel olduğu görülmüştür. Ülkede 2001 senesinde Finansal Tüketici Ajansı tarafından gelen kısıtlamalar özellikle bankaların sigortacılık ürünleri satarak sigorta şirketlerinin düşeceği zor durumu önlemeye yöneliktir. Bu nedenle bankaların faal oldukları hayat sigorta pazarının %80'i acente ve brokerlerin

[176] Nurhan ERKAN, **Finansal Bütünlesme, Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu**, 2005, https://www.eurekosigorta.com.tr/kurumsal/hakkimizda/eureko-hakkimizda/about (Erişim Tarihi: 03.05.2021)
[177] TEUNISSEN, **a.g.m**., p.410
[178] COOPER and LEE, **a.g.e**., p.10

elindedir. Bu nedenle de banka sigortacılığında yeterli bir gelişim olduğu da söylenememektedir. [179]

ABD ve Kanada'dan farklı olarak Brezilya'da ise bankaların sigortacılık faaliyetlerinde bulunmaları adına yeteri kolaylık sağlanmakta, bankaların direkt olarak kendilerinin veya kurdukları ortaklıkların sigortacılık faaliyetlerinde bulunması desteklenmektedir. Hayat sigortasında pazarın %55'lik oranına bankalar hâkimdir. Hayat dışı branşta ise bankaların oranları %10 civarındadır. [180]

Latin Amerika'da banka sigortacılığı, iyileşen makroekonomik ve elverişli vergi koşulları, finansal liberalizasyon ve yabancı banka sigortacılığı nedeniyle istikrarlı bir şekilde büyümüştür. 2005 senesine hayat sigortası %28, hayat dışı sigorta ise %2 oranında bankalar aracılığıyla yapılıyordu. Bu hızlı artışa katkıda bulunan ana faktörler, sigortacıların maliyetli acente dağılımından uzaklaşma isteği, yaşanan bir deregülasyon süreci ve bankaların gelir tabanlarını genişletmeye yönelik yoğun ilgisidir.[181]

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki bankalarda banka sigortacılığı örneklerine geldiğimizde buradaki dört banka üzerinden uygulamalardan bahsedilebilir. Bu bankalar; JP Morgan Chase Bank, Wells Fargo Bank, Bank Of America Merrill Lynch ve Citibanktır. ABD'nin 200 seneyi aşkın bir geçmişe sahip olan bankası JP Morgan Chase ilk olarak Manhattan'da faaliyete başlamış, ardından diğer eyaletlere kurulmuş ve yayılmıştır. Banka hazine hizmetleri ve yatırımcı hizmetleri, kurumsal ve yatırım bankacılığı hizmetleri sunmaktadır. *Ömür boyu ilişkiler* mottosuyla hizmet sunan bankanın İstanbul'da da bir şubesi bulunmaktadır. [182]

JP Morgan banka sigortacılığında özellikle Hollandalı sigorta şirketi Aegon ile işbirliği içerisine girerek JP Morgan Chase üzerinden sigortacılık ürün ve hizmet sunumu gerçekleştirmektedir. ABD'nin ve dünyanın en büyük bankalarından biri olan JP Morgan, bu iş birliğiyle birlikte sigorta poliçelerinden aktif şekilde kar elde etmekte,

[179] COOPER and LEE, **a.g.e**., p.12
[180] COOPER and LEE, **a.g.e**., p.13
[181] TEUNISSEN, **a.g.m**., p.411
[182] BARUA, **a.g.e**., p.130

aynı zamanda da 2015 senesinden itibaren marka imajıyla sektörde sigorta ürün hizmet satışında akla gelen ilk bankalardan biri olmaktadır. [183]

Wells Fargo Bank, Wells Fargo & Company gruba ait bir bankadır. William Fargo ve Henry Wells tarafından kurulan banka 2020 verilerine göre 3,30 milyon Amerikan doları net gelire sahip olup ABD'nin en büyük üçüncü bankası olma özelliğini taşımaktadır. ABD'de her üç haneden birine hizmet verdiği düşünülen banka toplum bankacılığı, toptan bankacılık ve servet yönetimi şeklinde üç grupta hizmet vermektedir. Toplum bankacılığı kapsamında sigorta hizmetleriyle de ilgilenen banka özellikle 2000 sonrası dönemde banka sigortacılığı alanında çalışmalara başlamıştır. [184]

Wells Fargo ABD'deki her üç haneden birine hizmet veren bir bankadır. 2015 itibariyle girdiği finansal çıkmaz öncesinde banka sigortacılık faaliyetleriyle de ilgilenmekteydi. Özellikle hayat dışı branşlarda sigorta hizmeti sunan banka müşterilerini her çevreden seçiyor, geniş bir ağ üzerinden hizmet vermek amacıyla çalışıyordu. Kurulan Wells Fargo Insurance internet üzerinden sigorta satış işlemleriyle büyük kar elde ediyordu.[185]

Bank Of America Merrill Lynch ise ABD'nin yine köklü bankalarından biri olup geçmişi 1904 senesine değin uzanır. 35'ten fazla ülkede ve ABD bazında 50 eyalette aktif hizmet veren banka; Tüketici Bankacılığı, Servet ve Varlık Yönetimi, Global Bankacılık ve Uluslararası Piyasalar şeklinde hizmetlerini sunmaktadır. Bireysel müşterilere ev kredileri, taşıt kredileri gibi kredi hizmetleri sunan banka, özellikle gelişmiş ağı sayesinde banka sigortacılığı alanında da çalışmalara katılmıştır. [186]

1812 senesinde The City Bank of New York adıyla New York'ta kurulan Cities, daha sonra ABD ulusal bankacılık sistemine dâhil olarak büyümüştür. Tüketici Bankacılığı; Kredi kartları, Perakende bankacılık ve Ticari Bankacılık olarak üç alt gruba ayrılan hizmet portföyüyle müşterilerine hizmet sunan banka ticari hizmetler

[183] COOPER and LEE, **a.g.e**., p.14
[184] BARUA, **a.g.e**., p.139
[185] COOPER and LEE, **a.g.e**., p.15
[186] BARUA, **a.g.e**., p.140

çerçevesinde banka sigortacılığı faaliyetleri de yapmaktadır. Özellikle kredi sigortacılığı ve tüzel şirketlerin sigorta işlemleri için banka sigortacılığı hizmeti vermektedirler. [187]

3.7.Asya Ülkelerinde Banka Sigortacılığı Pazarındaki Uygulamalar

Asya ülkelerinde gerek ekonomik gelişmişlik durumu gerekse yasal prosedürler göz önüne alındığında banka sigortacılığının 2000'li yıllarla birlikte tanınmaya başladığı, öncesinde bilinmediği ve uygulanmadığı söylenebilir. Nitekim banka sigortacılığının aynı zamanda müşteri memnuniyeti odaklı bir uygulama olması, aslında Asya ülkeleri için yeterli derecede üzerine düşünülen bir çalışma alanı olmasını engellemiştir. Ülkelerdeki ekonomik durum sigortacılık faaliyetlerinin de yeterli derecede gelişmesini engellerken, bankaların faaliyet alanını geliştirerek üstlenecekleri bu yeni iş sahasının da gelişimini önemsiz kılmıştır; fakat 2000 sonrası tabloda Tayland, Güney Kore, Malezya, Çin, Endonezya, Hindistan gibi ülkelerde sigorta pazarının bankacılıkla işbirliği yapmaya başladığı örneklerin sayısı gittikçe artmıştır. Elbette bu durumun oluşmasında ekonomik dönüşüm de önemli bir etken olarak sayılmalıdır. Özellikle Çin ve Hindistan'ın tarım ağırlıklı üretimlerini sanayi alanına kaydırmaları, sigorta ihtiyacının artmasının ve banka sigortacılığı faaliyetlerinin de yaygınlaşmasının önünü açmıştır. [188]

Hindistan'da sigorta endüstrisi ağırlıklı olarak geleneksel acenteler üzerinden ilerlemektedir. Sigorta sektörü yıllardır tamamen kamu sektörü kuruluşlarının tekelinde olduğundan, rekabet baskısının olmaması nedeniyle sektörde yavaş bir büyüme yaşanmıştır. Yeni dağıtım kanallarını keşfetme baskısının olmadığı, bu nedenle geleneksel sistem üzerinden ilerleyen sigortacılık düzenleyici kurum IRDA'nın faaliyete geçmesiyle birlikte sektöre yeni bir bakış açısı getirmiştir. IRDA sigortacılık satış faaliyetlerine internet pazarlaması, karşılaştırmalı alışveriş ve diğer uygulamaları da ekleyerek sektöre ruh getirmiştir. 2006 yılının sonunda yılda %8,5 oranında büyüme kaydeden Hindistan ekonomisi ilk büyüme aşamasında birincil finansal ihtiyaçların bankacılık sistemi tarafından karşılandığını gösteriyor, aynı zamanda ekonomi daha

[187] COOPER and LEE, **a.g.e**., p.15
[188] BARUA, **a.g.e**., p.144

yüksek kaidelere geçtikçe, sigorta, türevler vb. dâhil olmak üzere diğer bankacılık dışı finansal ürünlere olan ihtiyacın şiddetle artacağını da hissettiriyordu. Swiss Re'nin 2002 araştırması da bu savı kanıtlıyor, Asya'da banka sigortacılığı penetrasyonunun somut olarak artmasının beklendiğini vurguluyordu.[189]

Hindistan'da, Birinci Narasimham Komitesi'nin tavsiyelerini takip eden finansal reformların benimsenmesinden sonra finans alanında birçok yenilikçi atılıma geçilmiştir. Özellikle bankaların kiralama ve vadeli finansman, sermaye piyasası / hisse senedi piyasası ile ilgili faaliyetler, kiralama satın alma, gayrimenkul finansmanı vb. çalışmalarla finans piyasalarını canlandırıcı faaliyetler içerisinde bulundukları görülmektedir. Hükümetin de desteğiyle başlayan bu faaliyetler bankaların müşterilerine çoklu hizmet sunmalarını sağlarken, aynı zamanda alınan sonuçlarla finans reformunun ülkeyi canlandırmasında doğru stratejilerin güdüldüğünü gösteriyordu. Hindistan Merkez Bankası, bankacılık sisteminin düzenleyici otoritesi olarak, bankaların faaliyetlerini doğru zamanda çeşitlendirme ihtiyacını kabul ederek, sigorta sektörüne de girmelerine izin vermiş ve böylelikle Hindistan'da banka sigortacılığı faaliyetleri hız kazanmıştır. Sigorta Düzenleme ve Geliştirme Kurumu (IRDA), 2000 yılından sonra Hindistan'daki sigortacılık faaliyetlerini düzenleme noktasında atılan bu adımı da onaylamıştır. Hindistan'ın kıta olarak büyüklüğü göz önüne alındığında, çok düşük bir sigorta penetrasyonu ve düşük yoğunluğu olmasına rağmen, kurum doğru stratejiyle banka sigortacılığından verim alınacağına inancıyla bu alandaki çalışmalara onay vermiştir.[190]

IRDA faaliyet raporuna göre Hindistan'da özel reformlarla birlikte kamu sektörü kuruluşlarındaki poliçe satışları 2005-2006 döneminden sonra gittikçe değer kaybetmiş, onun yerine banka sigortacılığı faaliyetleri yükselişe geçmiştir. Hayat sigortası piyasası, 2005-2006 yılında %27,78'lik bir büyüme kaydetmiş, 82.854,8 milyar Hindistan rupisine ulaşmıştı; fakat 2005-06 yılında 1,05,875,8 milyar Hindistan rupisi primi kaydetmiştir. Sektör açısından, özel sigortacılar birlikte geçen yıl kaydedilen %147,65'in üzerine, %95,19'luk bir büyüme kaydedilmiş; kamu sektörü, % 18,25'in (daha büyük taban) üzerine %20,85'lik bir büyüme kaydetmiştir. Özel sektörde agresif

[189] BARUA, **a.g.e**., p.148
[190] KARUNAGARAN, **a.g.m.,** p.10

pazarlama yöntemlerinin belirlenmesiyle kamu sektöründe hayat dışı poliçe satışında da aynı dönemlerde büyük bir düşüş yaşanmıştır. Hayat dışı poliçe satışında %80'lerdeki oran 2006 sonunda %73,66'ya düşmüştür. Karunagaran (2006) kamu teşekküllerindeki bu düşüşe kıyasla finansal süpermarket olarak nitelendirdiği bankaların ise sigorta satışındaki başarılarının her geçen gün arttığını savunmaktadır. Faaliyetlerin hızlandığı 2005-2006 döneminde sadece bankaların sigorta işlemlerinden %16,87'sini üstlenmeleri bu durumu kanıtlar niteliktedir. Karunagaran (2006) bu faaliyetlerin daha fazla gelişmesi noktasında en önemli sorumluluğun bankalara ait olduğunu savunmakta, bankaların nitelikli personel yetiştirmeleriyle birlikte bu durumun mümkün olacağına inanmaktadır.[191]

Bhat ve Dixit (2005) Hindistan'da çalışan başına düşen işin banka sigortacılığı değişkeni ile %5 gibi önemli bir düzeyde negatif korelasyon gösterdiği, bu nedenle bankalar için iş oranının düşük olduğunu, banka sigortacılığı faaliyetiyle birlikte bankaların verimlilik kazanmaları adına da bu faaliyetin desteklendiğinden bahsetmiştir.[192]

Kale (2019) Hindistan'ın Maharashtra eyaletindeki Kolhapur kentindeki bankaların sigortacılık faaliyetlerine yönelik müşteri değerlendirmelerini göz önüne almış ve değerlendirmişlerdir. Yapılan çalışmada müşteri değerlendirmeleri hizmetten memnuniyet, personel hakkında görüş, iş için tavsiye, dokümantasyon sürecinden memnuniyet, müşterilerin genel memnuniyeti gibi başlıklar üzerinden yorumlanmıştır. Hindistan için henüz yeni yeni uygulanan banka sigortacılığının genel anlamda müşteri memnuniyetini kazanan bir uygulama olduğu ortaya çıkarılmıştır.[193]

Bir milyar nüfusa sahip olan Hindistan'ın 2004-2005 senesi için mali tablosuna bakıldığında % 23 civarında bir tasarruf oranına sahip olup, bunun % 40'ından fazlasını bankadaki mevduat, %14,9'unu sigorta fonu ve %13'ünü ihtiyat / emeklilik fonu oluşturduğu görülmektedir. Bu tabloda mevduat olarak tutulan kişisel tasarrufların

[191] KARUNAGARAN, **a.g.m**., p.2
[192] Ramesh BHAT and Mohammed R. DIXIT, "Bancassurance : Exploiting an opportunity with partnerships", **Vikalpa**, Vol.30, No.3, 2005, pp.111-115.
[193] Ganesh KALE, "Measuring Channel Partners Experience in Bancassurance:An Empirical Study". **International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)**, Vol.3, No.4, 2019, pp.2456-2470

düştüğü, giderek sigorta yatırımlarına kaydığı gözlemlenmiştir. Bankaların kar marjının düşmesine de sebep olan bu durum Hindistan'da acil bir önlem planı olarak da banka sigortacılığı faaliyetlerine doğru geçiş yapılmasının bir sebebidir.[194]

Singh ve Choudhury (2017) yaptıkları çalışmada Assam'ın Guwahati Şehrindeki State Bank of India'nın farklı şubeleri aracılığıyla SBI Life'ın hayat sigortası poliçesi satın alan müşterilerin deneyimlerini ölçmeye yönelikti. Bu çalışmada müşterilerin bankasürans kanalının güvenilirliği, yanıt verebilirliği, empatisi ve güvencesi konusunda değerlendirmeleri ele alınıyordu. Bu değerlendirmeler sonucunda müşterilerin bu yapılanmadan memnun kaldıkları, banka sigortacılığı uygulamalarına güvenerek başvurdukları sonucuna ulaşılmıştır.[195]

Çin'in finansal düzenleyici kurumlarından CIRC ve CBRC, 2003 senesinde banka sigortacılığı faaliyetlerini liberalleştirmiş ve böylece Çin'de bankalar hızlı bir şekilde sigorta ürünlerinin satışına başlamışlardır; fakat ilerleyen senelerde hayat branşında bankaların payının neredeyse %95'e yaklaşması sigorta şirketleri için bir alarm verilmesine sebep olmuş, böylece düzenleyici kurumlar Kasım 2010 senesinden itibaren hayat sigortasının bankalar aracılığıyla satışını yasaklamışlardır. Böylelikle banka sigortacılığı faaliyetleri de büyük oranda düşüşe geçmiştir.[196]

Fan ve Lee (2010) yaptıkları çalışmada Çin'de banka sigortacılığı uygulamalarını ele almış ve başarı derecesini değerlendirmiştir. Yapılan çalışmada Delphi Metodu ve Analitik Ağ Süreci (ANP) kullanılarak banka sigortacılığının kilit başarı faktörlerinin bir çerçevesi oluşturulmuş ve ardından her bir kilit başarı faktörünün performansını belirlemek için Önem Performans Analizi (IPA) uygulanmıştır. Çalışmada 2010 ve öncesindeki seneler için banka sigortacılığında istenen verimin alınamadığı, banka sigortacılığının performansını artırmak için bankaların başlangıçta sigorta sözleşmesi başına daha düşük yönetim maliyeti, içsel gelişim, banka dağıtımına

[194] BHAT and DIXIT, **a.g.m.,** p.117
[195] SINGH and CHOUDHURY, **a.g.m.,** p.68
[196] TURAN, **a.g.m.,** p.5

daha düşük prim sigortası sağlama ve pazarlama ortaklığı faktörlerine yatırım yapması gerektiği vurgulanmıştır.[197]

Çin'deki bankaların banka sigortacılığı alanındaki hizmetleri genellikle paralellik gösterir. Nitekim Çin henüz yeni yeni banka sigortacılığı faaliyetlerine geçtiği için uygulamada çok çeşitlilik görülmemektedir. Burada uygulamalarından bahsedilecek olan bankalar; Industrial and Commercial Bank of China (ICBC), China Construction Bank (CCB) ve Bank of China'dır. Industrial and Commercial Bank of China (ICBC) 1984 senesinde Çin'in Pekin kentinde kurulmuştur. ICBC dünyanın 42 ülkesinde, 17.000 şubesiyle hizmet vermekte olan, Forbes 2015 – Dünyanın en büyük şirketleri arasında da birinci seçilen şirketler grubuna aittir. Bireysel Bankacılık, Kurumsal Bankacılık, Finansal Varlık Hizmetleri olarak üç ana bölümde hizmet veren banka, banka sigortacılığı alanında da faaliyet göstermektedir. Banka özellikle çevrimiçi sigorta hizmeti sunmaktadır. Başta kendi müşterileri olmak üzere tüm müşterileri hedef kitlesine dâhil eden bankanın özellikle teknolojik uygulamaları takip ederek ilerlediğini söylemek mümkündür. Düşük maliyetli basit düzeyde sigorta ürün ve satışında çevrimiçi seçenekler üzerinden ilerlenir. Daha karmaşık ürün satışında ise müşterilerle geleneksel yöntemlerle görüşmeler sağlanır. [198]

China Construction Bank (CCB) büyük ölçekli bir anonim ticaret bankası olarak 1954 senesinde hizmetlerine başlamıştır. Çin- Pekin merkezli olarak faaliyetlerini sürdüren banka ayrıca 29 ülkede daha hizmet vermektedir. Varlık yönetimi, finansal kiralama, güven hayat sigortası, mülk ve kaza sigortası, yatırım bankası ve daha birçok alanda gösterdiği faaliyetleriyle birlikte ayrıca son yıllarda banka sigortacılığı alanında da faaliyet göstermektedir. Banka hayat sigortası ve genel sigorta hizmeti sunmakta, bu hizmeti sunarken geleneksel uygulamalarla birlikte kullanıcılarına çevrimiçi hizmet de sunmaktadır. AIA International Limited (Bermuda'da sınırlı sorumluluğa sahiptir) ve FWD Life Insurance Company (Bermuda) Limited (Bermuda'da sınırlı sorumluluğa

[197] Camile FAN and Yui H. LEE, "Key Factors Influencing Bancassurance Success -Mainland China Evidence". **J. Service Science & Management**, No.3, 2010, pp.520-528
[198] BARUA, **a.g.e**., p.155

sahiptir) tarafından atanan ve yetkilendirilen banka sunduğu hizmetlerle birlikte geniş kitlelere ulaşmaktadır. [199]

Bank of China; 1905'de Daging Bank olarak faaliyete başlamış,1912 senesinde yeni ismini almıştır. Çin'in en uluslararası ve çeşitlendirilmiş bankası olan Bank of China birçok alanda ürün ve hizmet sunumu gerçekleştirmektedir. Çok çeşitli kredi ürünleri sunmasından ötürü ayrıca sigortacılık alanında da çalışmalarını sürdürmeye başlamıştır. Özellikle kredi sigortası hizmeti önemlidir. Türkiye'de de şubeleri bulunan bankanın özellikle Çin'deki sigortacılık faaliyetleri çok kapsamlıdır. [200]

Mamun ve Islam (2012) Bangladeş'te banka sigortacılığı faaliyetleri konusunda yaptığı araştırmada Bangladeş'te sadece birkaç sigorta şirketi ve banka, ödenmemiş kredi kredisi menkul kıymetleştirme ve vade garantisi gibi mevcut ürünlere fiilen eklentiler olan banka sigortacılığı faaliyetlerinin önemsiz bir kısmını yaptığını, özellikle dağıtım anlaşmaları üzerinden bu faaliyetin geliştirilmeye çalışıldığını, Banka sigortacılığının geliştirilmesi için kurumun yasal çerçevesi, dağıtım ağı, ortak seçimi, sunulan ürünler, tüketici davranışı, eğitim, yönetim ve ücretlendirme şemasında başarıya ulaşmak için kilit faktörlere yatırım yapılması gerektiğini savunmuştur.[201]

Asya'da banka sigortacılığı faaliyetlerinin yükselişe geçtiği görülmektedir. ABD sigorta grubu MetLife, İngiltere'nin Prudential grubu ve Japonya'nın MS&AD grubu bölgede banka sigortacılığı hâkimiyetini ellerinde bulundurmaktadırlar. Yabancı yatırımcılarla birlikte bölgede en hızlı büyüyen pazar ise Hindistan, Kore, Singapur, Endonezya ve Filipinler'e aittir. Çin ise bölgeye liderlik etmekte ve 108 bankasının 54'üyle banka sigortacılığı faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Sigortacılık faaliyetlerine geçen banka sayısı ise her geçen gün artmaktadır. Çin'in banka sigortacılığı pazarı 2014'ten 2018'e %15'e yakın bir yıllık birleşik büyüme oranına sahip olarak aynı zamanda gelişiminde de önemli bir aşama kaydettiğini de göstermiştir. [202]

---

[199] BARUA, **a.g.e**., p.159
[200] COOPER and LEE, **a.g.e**., p.17
[201] Muhammed Z. MAMUN and Fahim ISLAM, "Prospects of Bancassurance In Bangladesh: Possible Synergy and Potentials". **University of Dhaka,** 2021
[202] BARUA, **a.g.e**., p.160

3.8.Branşlar Bazında Değerlendirme

Banka sigortacılığı 1975 yılından itibaren Avrupa'da uygulanmaya başlanan, özellikle ülkelerin yasal ölçüde verdikleri izne bağlı olarak gelişen, 1990'lı yıllardan itibaren ise Avrupa dışında da gelişme gösteren bir sigorta dağıtım türüdür. Mart 2020 itibariyle Türkiye dâhil tüm dünyada Dünya Sağlı Örgütü tarafından (WHO) Covid-19'un Pandemi ilan edilmesine değin sigortacılık alanında banka sigortacılığının giderek yükselen bir ivme kazandığı görülmüştür; ancak bu süreçte 2020'deki özel sebepler birçok sektörü etkilediği gibi sigortacılık sektöründeki prim üretimini ve buna bağlı olarak da bankaların bu üretimdeki payını etkilemiştir. Bu aşamaya gelinceye değin dünyaya ilişkin yapılan değerlendirmeler; Avrupa merkezli olarak banka sigortacılığının geliştiğini, ABD'de yasal düzenin yeterince gelişime izin vermediğini, Çin, Hindistan ve Türkiye gibi ülkelerde ise yavaş yavaş gelişen bir pazar olduğunu göstermektedir. [203]

Dünyanın en büyük reasürans şirketlerinden biri olan Swiss Re her sene dünyadaki prim üretimini ve bu üretime dayalı detayları yayınlamaktadır. Aşağıda Swiss Re tarafından yayınlanan dünyadaki prim üretimine yönelik son üç senenin sonuçları gösterilmiştir.

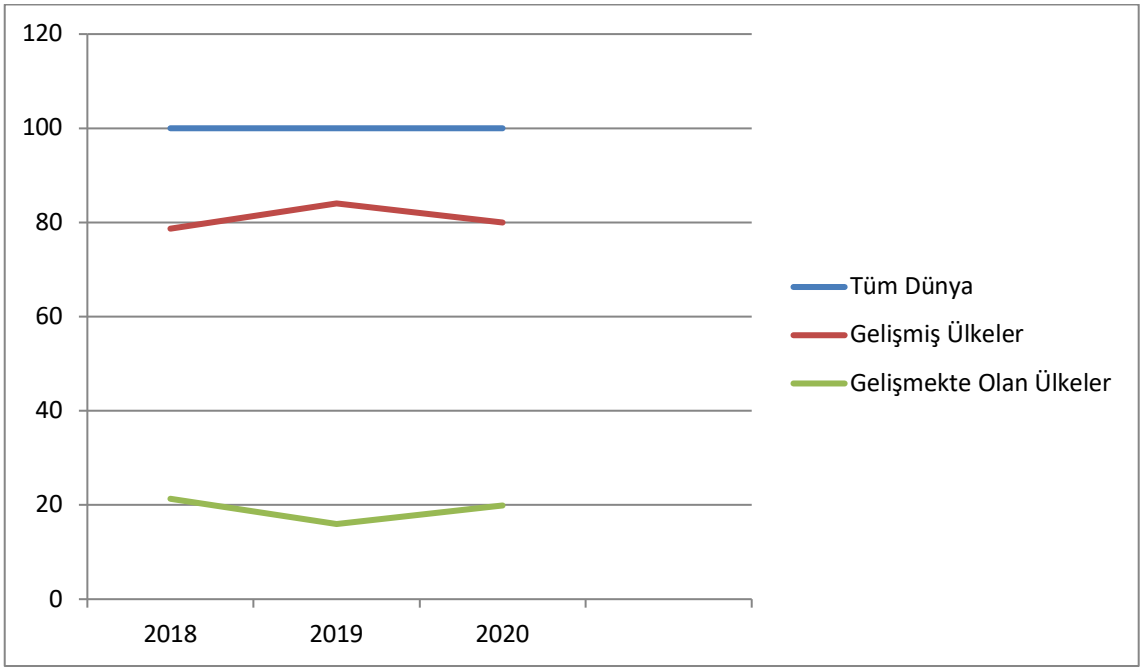
Tablo 9: Dünya Toplam Prim Üretimi ve Pazar Payı (2018-2020)

	2018 Toplam Prim Üretimi (Milyon Dolar)	**2018 Dünya Pazar Payı (%)**	**2019 Toplam Prim Üretimi (Milyon dolar)**	**2019 Dünya Pazar Payı (%)**	**2020 Toplam Prim Üretimi (Milyon dolar)**	**2020 Dünya Pazar Payı (%)**
Tüm Dünya	6,149,020	100	6,292,600	100	6,066,387	100
Gelişmiş Ülkeler	5,227,763	78,68	5,288,071	84,04	5,044,17	80,04
Gelişmekte Olan Ülkeler	921,257	21,32	1,004,529	15,96	977,822	19,96

Kaynak: Swiss Re, 2021

[203] BARUA, **a.g.e**., p.169

Swiss Re raporuna göre dünyadaki prim üretiminde en önemli payı gelişmiş ülkeler almaktadır. 2018'den 2019 senesine geçişte prim üretimi artarken, 2020 senesinde pandemi koşullarından ötürü prim üretimi tekrar düşüş eğilimine geçmiştir. Gelişmekte olan ülkeler ise prim üretiminde ancak gelişmiş ülkelerin ¼'ü oranında üretim sağlayabilmektedirler. [204]



Grafik 1: Dünya Toplam Prim Üretimi ve Pazar Payı (2018-2020)

2018 yılı itibariyle dünya prim üretiminde %31'lik pay ile ilk sırada Kuzey Amerika yer almaktadır. Kuzey Amerika'nın ardından ikinci sırada %30 ile Avrupa, %18 ile gelişmiş Asya Pasifik ülkeleri, %11 ile Çin gelmektedir. Çin tek başına %11'lik oranla oldukça önemlidir. Çin'in 2030 yılına değin bu şekilde ilerlemesi beklenirken, ABD ile arasındaki farkı ise zamanla kapatacağı düşünülmektedir. TSB'nin 2030 yılına yönelik tahmini Tablo 10'da sunulmuştur. [205]

[204] TSB, **a.g.e.**, 2021, s.4
[205] BARUA, **a.g.e.**, p.188

Tablo 10: Küresel Pazar Payı (1980'den 2030'a)

Küresel Pazar Payı	1980	2018	2030
ABD	%42	%28	%25
Çin	%0	%11	%20
Japonya	%16	%8,5	%7,1
Birleşik Krallık	%7,4	%6,5	%4,7
Fransa	%5,5	%5	%3,5
Almanya	%8,6	%4,7	%3,5
Güney Kore	%0,4	%1,9	%3,3
İtalya	%0,3	%3,4	%3,2
Kanada	%1,8	%3,3	%2,7
Tayvan	%2,7	%2,5	%2,4
Diğer	%15,3	%25,2	%24,6

Kaynak: TSB, 2021

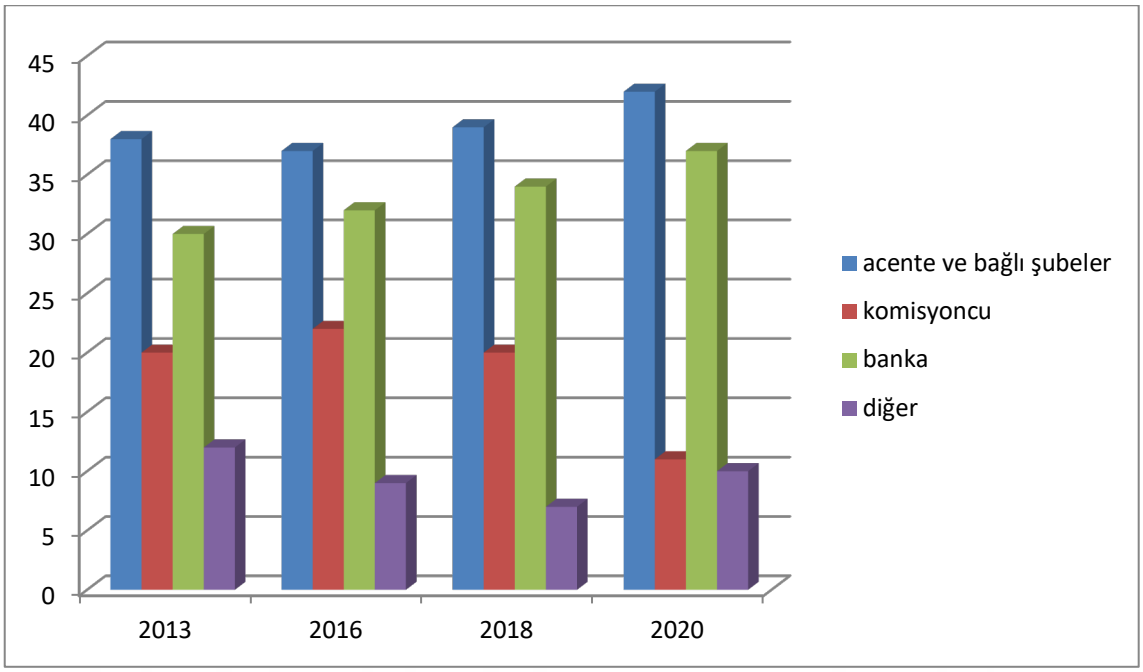
TSB'nin tahminlerine bakıldığında 1980 senesinde ABD'nin %42 oranındaki payının 2030 senesinde %25'e düşmesi ve Çin'in ise 1980 senesinde küresel pazarda olmayan prim üretim payının %20'ye çıkması beklenmektedir.

Swiss Re 2020 raporuna göre Avrupa ülkelerinde prim üretiminde ilk sırada %5,82'lik Pazar payı ile Birleşik Krallık bulunmaktadır. Ardından sırasıyla %4,17 ile Fransa, %3,88 ile Almanya, %2,67 ile İtalya, %1,33 ile Hollanda, %1,13 ile İspanya gelmektedir. Türkiye ise küresel üretimde Avrupa içerisinde %0,17'lik paya sahiptir. Dünya Pazarında Avrupa ülkelerinin prim üretimi son üç yılda %28-30 oranlarında değişmektedir. Yine kişi başına düşen prim üretiminde Kuzey Amerika 7090 Dolar ile birinci, 3820 Dolar ile Asya-Pasifik ikinci, 3332 Dolar ile Avrupa- Orta Doğu ve Afrika ise üçüncü sırada yer almaktadır. Avrupa Birliği ülkelerinde 2020 yılı itibariyle prim üretimi hayat branşında 690,755 Milyon Euro, hayat dışı branşta ise 444,150 Milyon Euro civarındadır. [206]

Banka sigortacılığının dünyadaki aktif rolünü ele almak adına özellikle dağıtım kanallarının senelere bağlı olarak ne ölçüde sigortacılık sektöründeki işlevlerinin değiştiğini de gözlemlemek önemlidir. Sigorta dağıtım eğilimleri bölgelere ve ürüne göre değişiklik göstermekle birlikte sektörde genellikle acentelerin büyük bir ağırlığı

[206] TSB, **a.g.e**., 2021, s.4

olduğu, yüz yüze satış gücünün ise daha yüksek olduğu görülür. Bu durum teknolojinin yaygınlaşmasıyla birlikte her ne kadar internet tabanlı pazarlamayı hayatımıza sokmuş olsa da insanların sigorta ürün ve hizmetine yönelimdeki güven arayışı duygusundan ötürü halen yüz yüze satışın oranı ilk sırada yer almaktadır. [207]

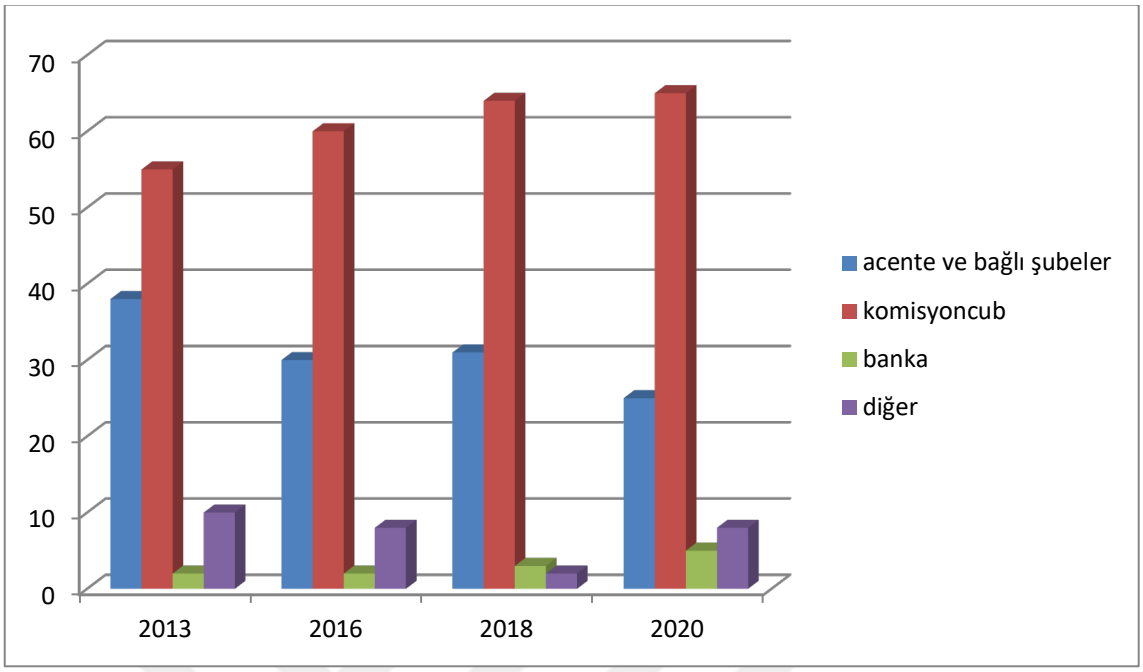


Grafik 2: Küresel Pazarda Sigorta Dağıtımı-Hayat Branşı

Kaynak: McKinsey&Company, 2021

Yukarıdaki grafikte hayat sigortasının küresel düzeyde dağıtımında 2013, 2016, 2018 ve 2020 senelerindeki dağıtıcıları gösterilmiştir. 2013 senesinde acente ve bağlı şubeler %38'lik payla birinci sırada yer alırken, banka sigortacılığı payları %30 ile ikinci sıradaydı. 2016 senesinde 3 sene sonra acente ve bağlı şube payları %37 iken, banka sigortacılığı %32'lik payla yükselişe geçmiştir. 2018 senesine gelindiğindeyse acente payları %39 olurken, banka sigortacılığı hayat branşında %29'a gerilemiştir. 2020 yılında ise acente payı %42'ye yükselirken, banka sigortacılığı payı ise %37'ye çıkmıştır. [208]

[207] TSB, **a.g.e**., 2021, s.4
[208] TSB, **a.g.e**., 2021, s.4



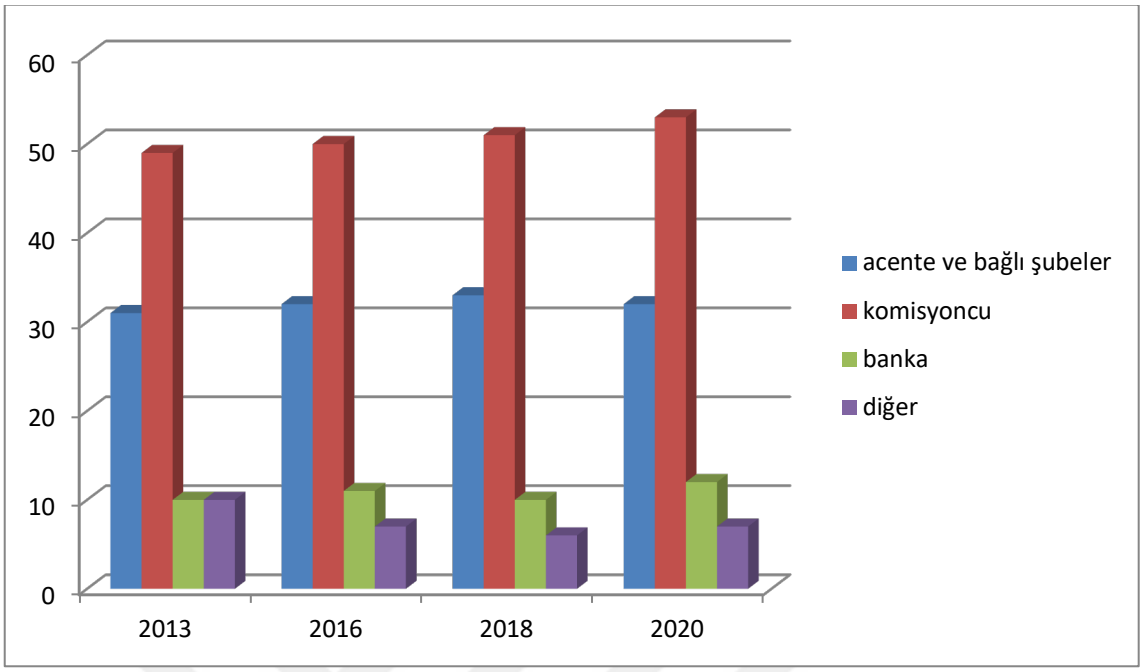
Grafik 3: Küresel Pazarda Sigorta Dağıtımı-Hayat Dışı Branşı

Kaynak: McKinsey&Company, 2021

Hayat dışı branşa bakıldığında brokerlerin daima dağıtım kanallarında öncü oldukları görülmektedir. 2013 senesinde brokerler %50, acenteler ise %38 pay alırken, 2018 senesine gelindiğinde %54 brokerler, %34 ise acenteler pay almaya başlamıştır. 2020 yılına gelindiğindeyse banka payı %5 oranına çıksa da istenen düzeyde gelişmemiştir. %5'lik pay ise Avrupa ülkelerindeki banka sigortacılığı faaliyetlerinden kaynaklıdır.[209]

McKinsey&Company 2021 araştırmasına göre seneler içerisinde ülke bazlı şekilde sigorta dağıtımına bakıldığında ABD'de doğrudan kanalların hâkim olduğu, ürün karmaşıklığı nedeniyle sigortacılıkta genel eğilimin geleneksel satış kanallarının benimsenmesiyle sürdürüldüğü görülmektedir. Hayat sigortası kapsamında ABD için bir değerlendirme yapıldığında, brokerlerin dağıtımdaki gücü ilk sırada gelmektedir. [210]

[209] TSB, **a.g.e**., 2021, s.4
[210] TSB, **a.g.e**., 2021, s.4



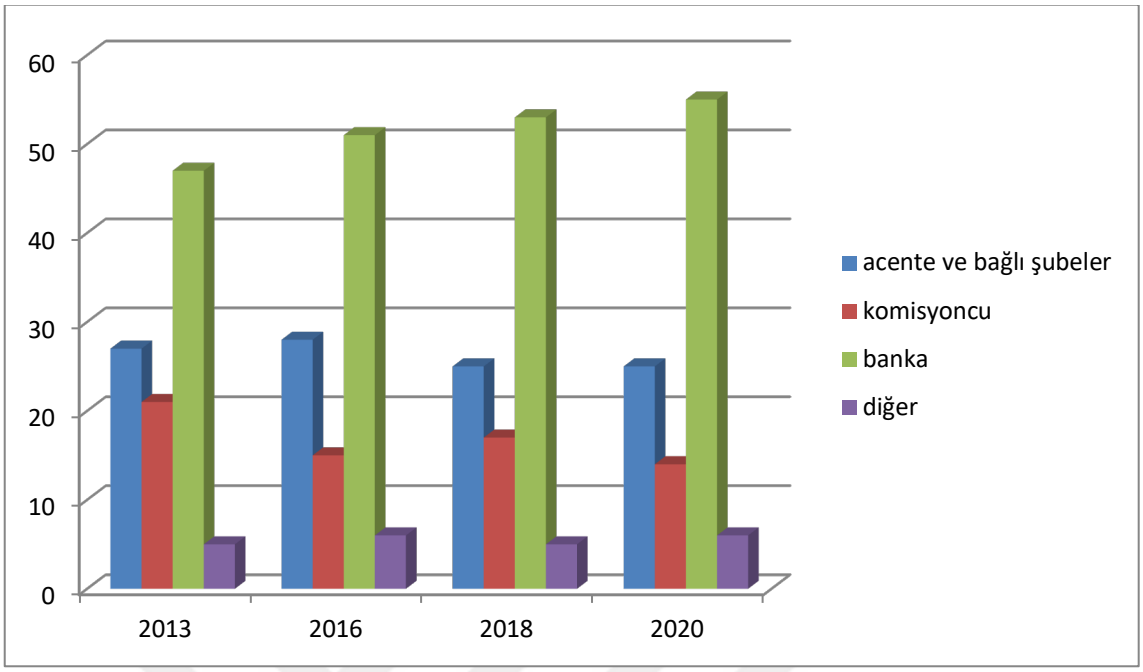
Grafik 4: ABD Sigorta Dağıtımı-Hayat Branşı

Kaynak: McKinsey&Company, 2021

ABD'de hayat branşında 2013 senesinde en yüksek pay %49 ile brokerlere aitti. Banka sigortacılığı ise %10 paya sahipti. Seneler içerisinde broker payının arttığını, 2016 senesinde %50, 2018'de ise %52 olduğu, banka sigortacılığı payının ise %10 ile sabit kaldığı görülmektedir. 2020 senesine gelindiğindeyse bu pay %12 seviyesine çıkarak yükselişe geçmiştir. [211]

Avrupa içerisinde ülke bazlı bir inceleme yapıldığında İtalya'da ve Birleşik Krallık'ta banka sigortacılığının çok daha yüksek bir paya sahip olduğu görülecektir. Bankalar özellikle sigorta ürünlerini sürdürülebilir kılma noktasında banka sigortacılığı kanalını tercih etmektedirler. [212]

[211] TSB, **a.g.e**., 2021, s.4
[212] TSB, **a.g.e**., 2021, s.4

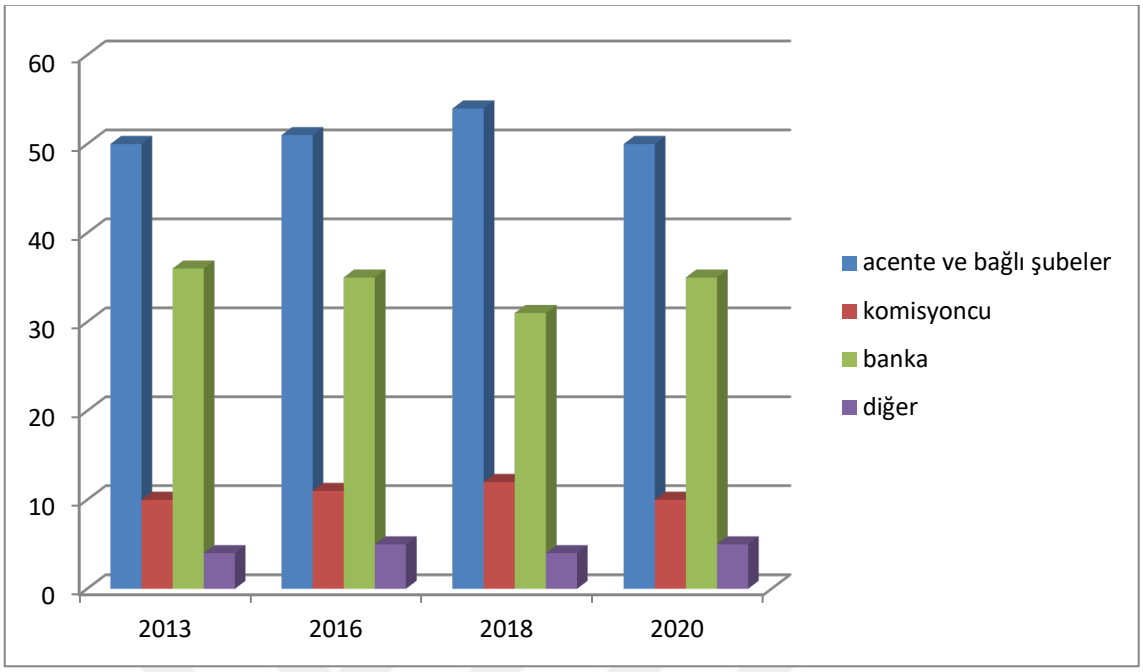


Grafik 5: Avrupa Sigorta Dağıtımı-Hayat Branşı

Kaynak: McKinsey&Company, 2021

Avrupa, Orta Doğu ve Afrika üçgeninde 2013 senesinde acente ve bağlı şubeler %27, broker %21, banka sigortacılığı %47 orana sahipken, 2017 senesinde acente ve bağlı şubeler %25, broker %19, banka sigortacılığı %51 orana sahip olmuştur. 2018 senesine gelindiğinde ise banka sigortacılığı %52 pay ile dağıtımda öncü konuma yükselmiştir. 2020 yılına gelindiğinde Avrupa'da banka sigortacılığının payı iki sene içerisinde %3 oranında artmış ve %55'e yükselmiştir. Acente ve bağlı şube payı aynı kalırken, komisyoncu payı düşüşe geçmiştir.[213]

[213] TSB, **a.g.e**., 2021, s.5



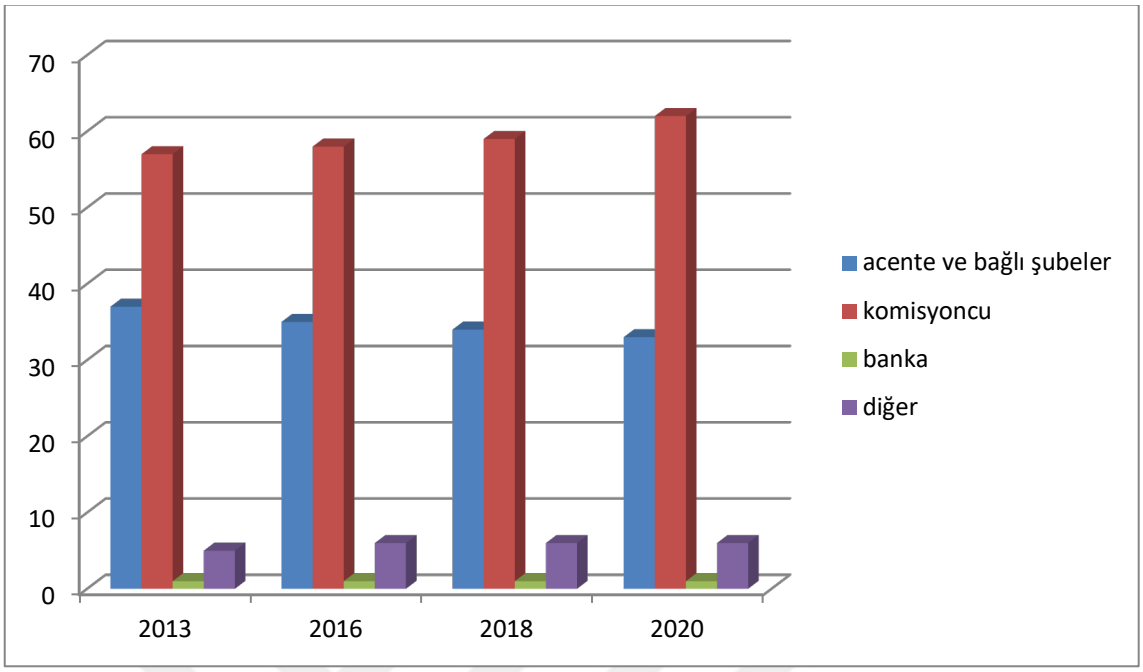
Grafik 6: Asya-Pasifik Sigorta Dağıtımı-Hayat Branşı

Kaynak: McKinsey&Company, 2021

Asya – Pasifik bölgesinde 2013 senesinde acente ve bağlı şubeler %50, brokerler %10, banka sigortacılığı %36 paya sahipken, 2016 senesinde acente ve bağlı şubeler %51, brokerler %11, banka sigortacılığı %35 paya sahip olmuştur. 2018 senesine gelindiğindeyse acente ve bağlı şubeler %54, brokerler %12, banka sigortacılığı %31 paya sahip olmuştur. 2020 senesinde acente ve bağlı şubeler %50, brokerler %10, bankalar %35 ve diğer unsurlar %5 dağılım göstermiştir. Bankaların payı bu süreçte yedi sene içerisinde oynamalar yaşasa da sabit şekilde yükselişe geçmiştir denilebilir.[214]

Hayat dışı branşa bakıldığında ABD, Avrupa-Orta Doğu-Afrika, Asya ve Pasifik'te banka sigortacılığının payının her geçen gün yükseldiği bir tablo ortaya çıkmaktadır.

[214] TSB, **a.g.e**., 2021, s.6

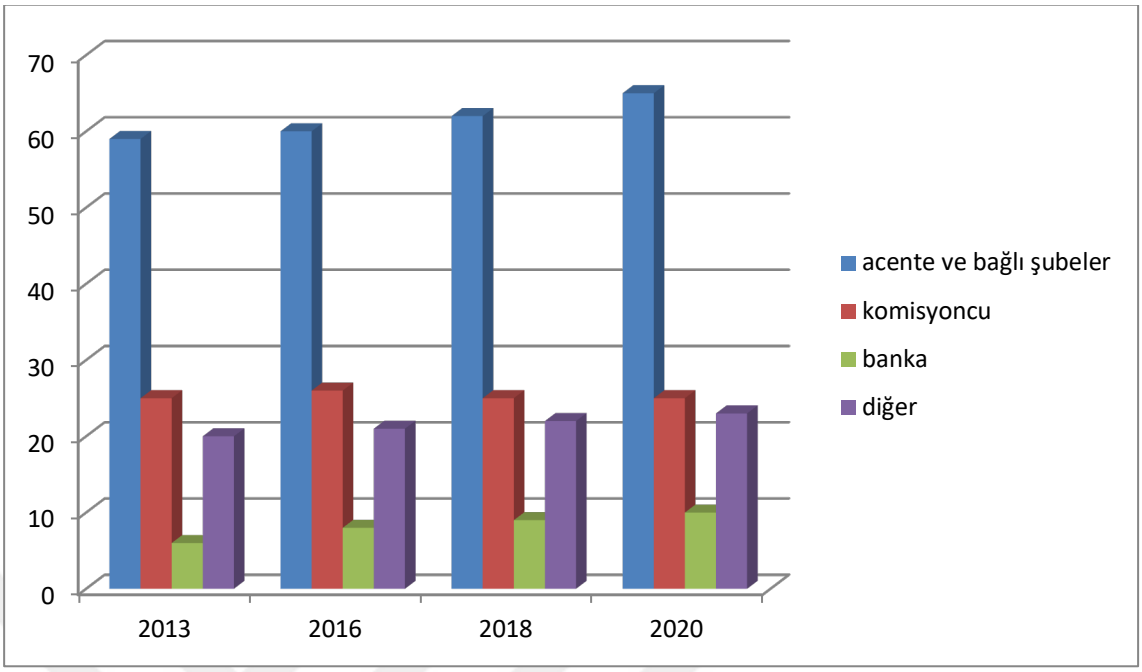


Grafik 7: ABD Sigorta Dağıtımı-Hayat Dışı Branşı

Kaynak: McKinsey&Company, 2021

ABD'ye 2013 senesi için hayat dışı branşta en büyük payın %57 ile brokerlere ait olduğu görülür. 2016 senesinde %58, 2018 senesinde yine %59 ile brokerlerin payı oldukça yüksektir. 2020 senesinde ise yine brokerlerin üstünlüğü %62 paya yükselmiştir. Banka sigortacılığı ise yasal sebeplerden ötürü sabit ve düşük düzeydedir.[215]

[215] TSB, **a.g.e**., 2021, s.7

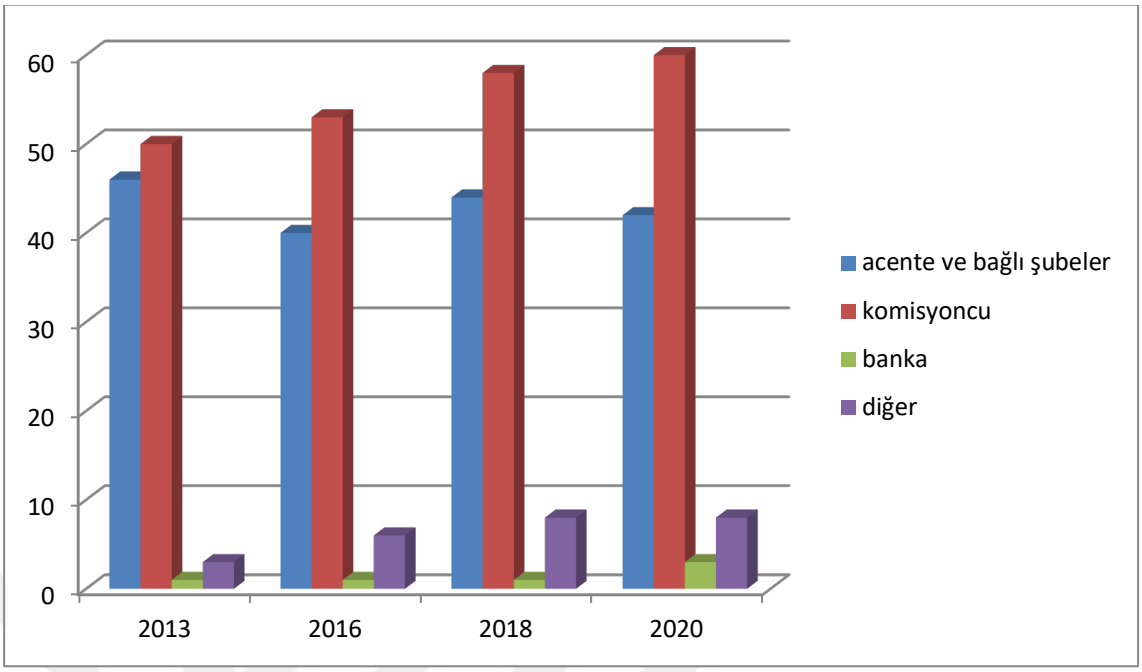


Grafik 8: Avrupa-Orta Asya ve Afrika Sigorta Dağıtımı-Hayat Dışı Branşı

Kaynak: McKinsey&Company, 2021

Avrupa-Orta Asya ve Afrika'da 2013 senesinde hayat dışı branşlarda %59 ile en yüksek oran acenteye aittir. Bu durum 2017 ve 2018 senesinde de devam etmiştir. Hayat dışı branşta banka payı 2020 senesinde %10'da seyretmiştir. [216]

[216] TSB, **a.g.e**., 2021, s.8



Grafik 9: Asya-Pasifik Sigorta Dağıtımı-Hayat Dışı Branşı

Kaynak: McKinsey&Company, 2021

Asya-Pasifik bölgesinde 2013 senesinde %50 ile en yüksek pay brokere aittir. 2016 senesinde bu oran %53'e, 2018 senesinde ise %58'e çıkmıştır. 2020 senesinde ise broker payı %60'lardayken, banka sigortacılığı payı %3'e yükselmiştir.[217]

[217] TSB, **a.g.e**., 2021, s.9

IV. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE BANKA SİGORTACILIĞI

4.1.Türkiye'de Banka Sigortacılığı ve Performansın Değerlendirilmesi

Türkiye'de 2001 krizinden sonra yasal ve yapısal reformların, 2005 yılında ise Yeni Bankacılık Kanunu eşiğinde gelişen yeni düzenin de bir yansıması olarak hız kazanan banka sigortacılığı faaliyetleri; bankaların ve sigorta şirketlerinin yaptıkları güç birliğinin göstergesi bir yapılanmadır. Özellikle 2000'lerden sonra güçlü yabancı banka ve sigorta şirketlerinin Türkiye'deki önemli şirketleri satın alarak alt yapı ve hizmetlerinde yeni bir anlayış gütmesiyle banka sigortacılığı faaliyetleri geçmişe kıyasla daha fazla duyulmaya ve ilgi çekmeye başlamıştır. Bu ilgi çekme sürecinde yabancı yatırımcıların uyguladıkları satış politikaları ön plana çıkmıştır. Özellikle bankalar verdikleri kredi türüne bağlı olarak zorunlu tuttukları sigortalarla (ipotekli kredilerde hayat sigortası, ipoteksiz kredilerde çeşitli mal ve sorumluluk sigortaları vb.) birlikte sigortacılık faaliyetlerine yönelik adeta potansiyel bir kitle yaratma eğilimine girmişlerdir. Bu durum da geçmişe kıyasla banka sigortacılığının daha fazla bilinmesini ve merak edilmesini, beraberinde faaliyetlere talebinin artmasını sağlamıştır.[218]

Türkiye'de banka sigortacılığı faaliyetlerinin gelişmesinde 2000'ler sonrası oldukça önemlidir. 2005 senesinde Yeni Bankacılık Kanunu'nun uygulamaya girmesi, 2007 senesinde Sigortacılık Kanunu'nun kabulüyle birlikte banka sigortacılığı uygulamasının çerçevesi yasal zeminde oturtulmuş, bu durum da faaliyetlerin hızlanmasının önünü açmıştır. Bugüne gelindiğinde sigortacılığın esas çalışma alanı kapsamında prim üretiminde en yüksek paya acenteler sahip olsa da son 10 seneye ait veriler bankaların paylarının giderek yükseldiğini, banka penetrasyonun hızlı bir şekilde artış eğiliminde olduğunu göstermektedir. [219]

[218] ŞENER, **a.g.e**., s.36
[219] ŞENER, **a.g.e**., s.36

4.1.1.Türkiye'de Banka Sigortacılığının Tarihi ve Gelişimi

Türkiye'de AB standartları çerçevesinde bankaların sigorta aracısı olmasına ilişkin bağlı sigorta acentesi başlığı altında ayrı bir tanımlama yapılmamış (AB 2002/92/EC sayılı Yönerge'ye atıf), doğrudan bankalar için de diğer aracılar gibi bir tanımlama üzerinden gidilmiştir. Sigortacılık Kanunu çerçevesinde bankaların aracı rollerinin kapsamına yer verilmiş, faaliyetlerin temel belirleyicisi ilgili kanun olmuştur. Kanun m.23/10'da[220] Türk bankalarının kendi esas çalışma sahalarının yanında sigortacılık faaliyetlerini de yerine getireceklerinden bahsedilmiştir (Sigortacılık Kanunu, m.23/10). AB ülkelerinden farklı olarak Türkiye'de bankaların sigortacılık faaliyetlerinde bulunurken levhaya sicil kayıtları gerekmemektedir[221] (Sigortacılık Kanunu, m.23/3). Bankalar bu faaliyeti sürdürürken sigortacılık alanının teknik yapısı ve deneyimlerinden de faydalanacak şekilde faaliyette bulunmalılardır. Sigorta Acenteleri Yönetmeliği de teknik personelin ne şekilde olması gerektiğini belirtmiştir[222]

Saka (2017) Türkiye'de sigortacılık faaliyetlerini ele aldığı çalışmasında 2010-2016 seneleri arasında Türkiye'de faaliyet gösteren bankasürans şirketlerinin birleşme ve devralma biçimine yönelik bir tablo oluşturmuştur. Bu tabloda 21 yeni oluşumlu şirket olduğu dikkat çekmektedir. Bu şirketler arasında işlem değeri 912 milyon dolar olan Yapı Kredi Sigorta, 341,1 milyon dolar olan Fiba Sigorta, 220 milyon dolar olan Aksigorta, 231 milyon dolar olan Deniz Emeklilik ve Hayat, 252 milyon dolar olan Acıbadem Sigorta bulunmaktadır. İlgili tarihler arasında bilhassa 2013 senesinde yüksek bütçeli satın alma işlemi Yapı Kredi Sigorta'nın %93,9'unun Allianz SE tarafından 912,9 milyon ABD dolarına satın alınması işlemi gerçekleşmiştir Özellikle 2005 senesinden sonra gözlemlenen İngiliz, Alman ve Hollanda menşeli devir ve satın

---

[220]Sigortacılık Kanunu m.23/10 çerçevesinde;
"Bankalar ile özel kanunla kurulmuş ve kendisine sigorta acenteliği yapma yetkisi tanınan kurumlar hariç olmak üzere, sigorta acenteleri, bireysel emeklilik işlemleriyle ilgili aracılık ile Müsteşarlığın uygun göreceği sigortacılıkla bağlantılı diğer aracılık faaliyetleri dışında başka bir ticari faaliyette bulunamaz."

[221] Sigortacılık Kanunu m.23/3 çerçevesinde;
"Bankalar ile özel kanunla kurulmuş ve kendisine sigorta acenteliği yapma yetkisi tanınan kurumlar hakkında bu maddenin birinci fıkrasında yer alan Levhaya kayıt zorunluluğu ile Müsteşarlıktan belge almaya ilişkin ikinci fıkrası hükmü uygulanmaz."

[222] Sigorta Acenteleri Yönetmeliği, m.13/2 çerçevesinde;
"Kanunun 23 üncü maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca acentelik faaliyeti yapacak olan bankalar ile özel kanunla kurulmuş ve kendisine sigorta acenteliği yapma yetkisi tanınan kurumlar, her yılın Şubat ayı sonuna kadar acentelik faaliyeti yürütülen birimleri ile teknik personele ilişkin bilgileri TOBB'a bildirir."

almaların giderek arttığıdır. Saka ayrıca hazırlamış olduğu çalışmada 2010-2016 seneleri arasında prim üretimi büyüklüklerine göre sigorta şirketleri ve dağıtım faaliyetlerindeki anlaşmalı bankaları da sıralamıştır. Bu sıralama içerisinde ilk onda yer alan sigorta şirketleri ve bankalar; Allianz Sigorta A.Ş. (Yapı Kredi, HSBC Bank), Anadolu Anonim Türk Sigorta Şirketi (İş Bankası), Axa Sigorta A.Ş. (Denizbank, HSBC Bank, Alternatif Bank, Burgan Bank, ICBC Bank, Odea Bank, Nova Bank ve Garanti Bankası), Mapfre Sigorta A.Ş. (Faaliyet Raporunda Belirtilmemiştir), Sompo Japan Sigorta A.Ş. (QNB Finansbank, Millenium Bank, ING Bank, Tekstil Bank), Aksigorta A.Ş. (Akbank A.Ş.), Güneş Sigorta A.Ş. (Türkiye Vakıflar Bankası), Ziraat Sigorta A.Ş. (Ziraat Bankası), Eureko Sigorta A.Ş. (Garanti Bankası), Groupama Sigorta A.Ş. (Finansbank, Anadolu bank, İller Bankası, PTT Bank) şeklinde sıralanabilir.[223]

Türkiye'de banka sigortacılığın mevcut seyrine ilişkin olumlu senaryolar kadar sürece ilişkin eleştiriler de bulunmaktadır. Acenteler tarafından pek çok defa bankaların sigorta aracılığı faaliyetleri konusunda kısıtlama getirilmesi talep edilmektedir. Bunun temel sebebi elbette ki sigortacılığın kendi profesyonel alanını korumak istemesi, müşterileriyle kurduğu bağ sebebiyle bankacılık çalışma disiplininde bu bağın olmadığını iddia etmesiyle ilgilidir. Aslında bu görüşü yorumlayan birçok literatür görüşüne bakıldığında ise Türkiye'de son 10 yılda bankasürans faaliyetlerinde özellikle hayat dışı branşlardaki artışla birlikte acentelerin faaliyet alanında giderek sınırlama olduğunu düşündükleri görülmektedir. Diğer bir deyişle acenteler bu sınırlamayı kendi gelecekleri adına talep etmektedirler; ancak banka sigortacılığı çalışma sistemiyle birlikte gelişen teknolojinin de hizmet sektörüne yaptığı etki göz önüne alındığında bu şekilde bir kısıtlamanın işbirliğini işlevsiz hale getireceği de düşünülmektedir. [224]

[223] SAKA, **a.g.e**., s.47
[224] ŞENER, **a.g.e**., s.40

4.1.2.Türkiye'de Banka Sigortacılığının Mevcut Durum Değerlendirmesi

Türkiye'de banka sigortacılığına yönelik faaliyetlerin genel çerçevesine bakıldığında kanunların bankalarla ilgili özel bir düzenleme yapmadıkları, Sigortacılık Kanunu m.23/10 çerçevesinde bankaların da sigortacılık faaliyetlerinde bulunabilecekleri belirtilmiştir. Bu doğrultuda Avrupa bankalarının sigortacılık işlemleriyle uğraşabilmesi için ilgili levhaya sicil kayıtları gerekirken Türkiye'de ise bu tarz bir zorunluluk olmadan bankaların sigortacılık faaliyetlerini gerçekleştirebilme özgürlükleri bulunmaktadır. Yalnızca kanunda yer alan çeşitli maddeler göz önüne alınarak bankaların sigorta aracıları gibi benzer faaliyetleri gerçekleştirebilmeleri için belli şartları taşımaları gerekli görülmüştür. [225]

Sigorta ürünlerinden elde edilecek komisyonların bankalara süreklilik arz eden bir gelir akışı sağladığı, bu nedenle de bankaların net şube maliyetlerinin azaldığı ve son 20 yılda kar mekanizmasının yüksek derecede çalışmasını sağlayan banka sigortacılığı faaliyetleri Türkiye'de risk alabilen güçlü bankaların bu alanda çalışmaya başlamalarıyla birlikte başlamıştır. Türkiye Sigortalar Birliği verilerine göre son 20 yılda banka sigortacılığı faaliyetleri ve bu faaliyetlerin hacminde düzenli bir artış sağlanmıştır. 2009 senesinde sigorta sektörü toplam prim üretiminde %18 civarında olan banka sigortacılığı payı, on sene sonra 2019'da neredeyse %25 oranlarına yaklaşarak önemini artırmıştır. Ayrıca genel grafiğe bakıldığında da payların her geçen yıl %18'in üzerinde olduğu ve 10 senelik sürede de daima bu oranın altında seyretmediği görülmektedir.[226]

Ülkemiz için görece yeni bir iş alanı olan banka sigortacılığı finansal bütünleşmenin son yıllardaki durumu analiz edildiğinde yeni olduğu kadar da karlı bir anlaşma olma özelliği taşımaktadır. Resmi veriler ve beraberinde çeşitli yöntemler ışığında dönemsel yapılan akademik analiz çalışmaları banka sigortacılığı faaliyetlerinin sigorta hizmeti almak isteyen tüketiciler tarafından bankaların pazarlamasıyla tercih edildiğini, uzun vadede ülke ekonomisine de kar sağlayan bir *kazan-kazan sistemi* üzerine oturtulduğunu göstermektedir.

---

[225] ŞENER, **a.g.e**., s.44
[226] ŞENER, **a.g.e**., s.46

Yakın tarihe ilişkin veriler göz önüne alındığında 2009-2020 dönemleri arasında Türkiye Sigorta Birliği (TSB) resmi istatistikleri sigorta prim üretimlerinde bankaların payının her geçen sene arttığını göstermektedir. Tablo 11'de TSB verileri sigorta prim üretimlerinin satış kanallarına göre dağılımını 2009-2020 aralığında göstermektedir.[227]

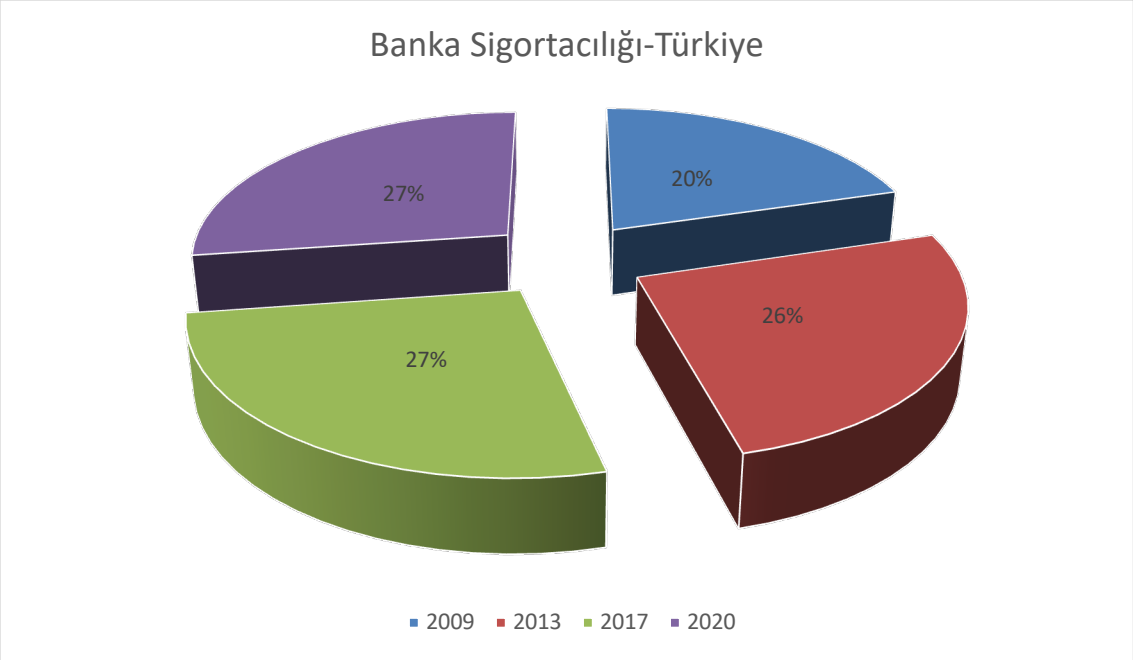
Tablo 11: Türkiye'de Sigorta Prim Üretimlerinin Satış Kanallarına Göre Dağılımı (2009-2020)

SIRA	YIL	MERKEZ	ACENTE	BANKA	BROKER	TOPLAM	BANKA PAYI (%)
1	2009	1.215.816.011	7.695.718.222	2.311.345.605	1.213.091.421	12.435.971.259	18,59
2	2010	1.222.463.136	8.497.241.218	3.105.994.377	1.303.695.537	14.129.394.268	21,98
3	2011	1.381.905.291	10.138.138.914	3.985.786.044	1.659.250.933	17.165.081.182	23,22
4	2012	1.338.565.935	11.943.292.256	4.504.097.011	2.040.694.423	19.826.649.625	22,72
5	2013	1.566.471.686	14.496.136.046	5.670.226.977	2.496.781.024	24.229.615.733	23,40
6	2014	1.990.461.708	15.310.275.593	5.868.604.918	2.820.210.463	25.989.552.682	22,58
7	2015	2.339.634.342	18.295.973.861	6.913.862.024	3.476.427.404	31.025.897.631	22,28
8	2016	2.600.918.840	24.719.570.282	8.843.682.096	4.322.625.721	40.486.796.939	21,84
9	2017	4.356.755.076	25.911.945.708	11.313.963.269	4.972.025.491	46.554.689.544	24,30
10	2018	6.034.633.144	29.910.594.126	12.265.312.445	6.443.040.653	54.653.580.368	22,44
11	2019	11.364.527.036	34.919.222.212	14.235.968.452	8.721.881.592	69.241.599.291	24,12
12	2020	14.571.913.139	37.968.452.103	16.364.997.643	13.698.526.036	82.603.888.921	24,82

Kaynak: TSB, 2020

TSB 2020 verilerine göre son 12 yıllık süreçte sigorta prim üretimlerinde bankaların en yüksek pay dönemi 2020 senesinde %24,82 pay oranı ile gerçekleşmiştir. Genel tabloya bakıldığında bankaların prim üretimlerinde daima bir yükselme grafiği olduğu görülmektedir. 2013-2014 seneleri arasında belirgin bir artış olmasa da bir gerileme de söz konusu değildir. 2020 döneminde sigorta prim üretimlerinde geleneksel satış kanallarından biri olan acenteler en yüksek orana sahipken, ikinci sırada ise bankalar bulunmaktadır.[228]

[227] TSB. **Türkiye Sigorta Birliği Resmi İstatistikleri,** 2018, www.tsb.org.tr (Erişim Tarihi: 02.05.2021)
[228] TSB, **a.g.m.,**2018, s.1



Grafik 10: Türkiye'de Sigorta Prim Üretimlerinin Satış Kanallarına Göre Dağılımı – Banka Sigortacılığı Kanalı (2009-2020)

Yukarıdaki tabloda gösterilmemekle birlikte TSB verilerine göre 2020 senesinde branşlar bazında bir değerlendirme yapıldığında bankaların sigorta poliçesi düzenlemesinde; ferdi kaza, sağlık kasko, yangın, hırsızlık, tarım, mühendislik, trafik, sorumluluk, hayat, finansal kayıp, hukuk koruma, kefalet ve diğer branşlar olarak dağılımı söz konusudur. Bu dağılımda toplam üretim miktarı içerisinde en yüksek branş (2018 senesi için) 51.372.573.763 ile hayat dışı sigortasına aittir. 2019 senesi ve 2020 senesinde de hayat dışı branşlarda yükselme devam etmiş, 2019 senesinde 57.909.406.021 TL hayat dışı branşlarda prim üretimi gerçekleşmiştir. 2019 yılında hayat dışı brüt prim üretimi %21'lik artışla, hayat branşı brüt prim üretimi ise %64'lük artışla enflasyonun üstünde bir büyüme kaydetmiştir. 2020 senesinde ise hayat dışı branşlarda üretim 61.971.873.717 TL olarak gerçekleşmiş, geçen seneye kıyasla yine yükselmiştir. Branşlar bazında –bankalar için- dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.[229]

[229] TSB, **a.g.m.,**2018, s.1

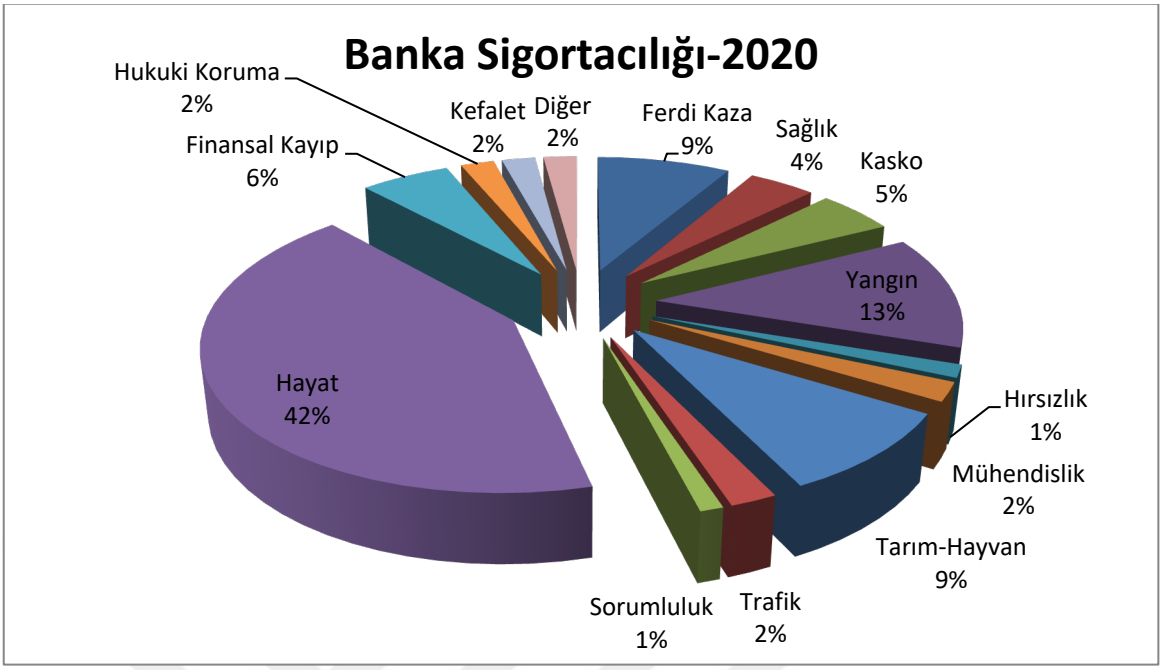
Tablo 12: Türkiye'de Sigorta Prim Üretimlerinin Bankalarca Branş Bazındaki Durumu (2018-2020)

2018			
Branş	**Üretim**	**Branş**	**Üretim**
Ferdi Kaza	1.035.522.877	Trafik	318.571.796
Sağlık	624.852.930	Sorumluluk	149.128.490
Kasko	720.681.811	Hayat	5.372.573.763
Yangın	1.914.844.269	Finansal Kayıp	86.521.522
Hırsızlık	225.155.147	Hukuk Koruma	39.024.142
Mühendislik	341.075.436	Kefalet	31.654.955
Tarım / Hayvan	1.299.531.912	Diğer	106.173.395
TOPLAM		12.265.312.445	
2020			
Branş	**Üretim**	**Branş**	Üretim
Ferdi Kaza	1.100.836.838	Trafik	318.039.939
Sağlık	630.092.292	Sorumluluk	150.922.208
Kasko	700.873.847	Hayat	6.028.071.902
Yangın	1.781.928.822	Finansal Kayıp	87.928.293
Hırsızlık	220.827.929	Hukuk Koruma	39.028.938
Mühendislik	338.938.173	Kefalet	30.937.632
Tarım/Hayvan	1.302.037.289	Diğer	108.039.826
TOPLAM		14.235.968.452	

Kaynak: TSB, 2020

TSB 2018 verilerine göre bankaların 2018 senesinde branşlar bazında en yüksek üretimde bulunduğu saha hayat dışı sigortalarıdır. Hayat dışı sigortalarının ardından sırasıyla yangın, tarım/hayvan, ferdi kaza ve diğer sigortalar gelmektedir. 2018 yılında banka şubelerince yaklaşık 12,2 Milyar TL sigorta prim üretimi yapılmış; bu üretim içerisinde oransal dağılım ise şu şekilde olmuştur: %43'ü hayat, %15'i yangın, %10'u ferdi kaza, %10'u Tarım, %6'sı Kasko, %5'i Sağlık, %3'ü Mühendislik, %3'ü Trafik; %6'sı diğer branşlardır. Bankalar tarafından yapılan prim üretiminde branş farklılığı ve üretim miktarı ile verilen kredi arasında bir ilişki bulunmaktadır.[230] 2020 verilerinde ise bankalar tarafından en yüksek prim üretiminin hayat sigortasında 6.028.071.902 TL gerçekleştiği, ardından en yüksek grubun yangın sigortası olarak 1.781.928.822 TL olduğu, üçüncünün ise 1.302.037.289 TL ise tarım/hayvan sigortası olduğu görülmüştür. Bu çerçevede iki senelik artışın benzer alanlarda gerçekleştiği söylenebilir. Yine branşlar bazında %46'lık pay hayat branşına aittir.

[230] TSB, **a.g.m.,**2018, s.1



Grafik 11: Türkiye'de Sigorta Prim Üretimlerinin Bankalarca Branş Bazındaki Durumu (2020)

Türkiye'de 2009 senesinde 12.4 Milyar TL sigorta prim üretimi bulunmakta; bu üretimin %10'u merkez, %61,5'i acente, %8,5 banka ve kalan %10'u broker kaynaklı olmaktadır. 2018 senesine gelindiğinde 55 Milyar TL sigorta prim üretimine yükselme sağlanmış, bu üretimde ise yaklaşık % 11'i merkez, % 55'i acente, % 23'ü banka ve kalan %11'i broker payı olmuştur. Banka payı 12 sene içerisinde büyük oranda yükselirken, diğer kaynakların oranlarında gerileme yaşanmıştır.[231]

Tablo 13: Sigortacılıkta Yazılan Primlerin Satış Kanalı Bazında Dağılımı (2019)

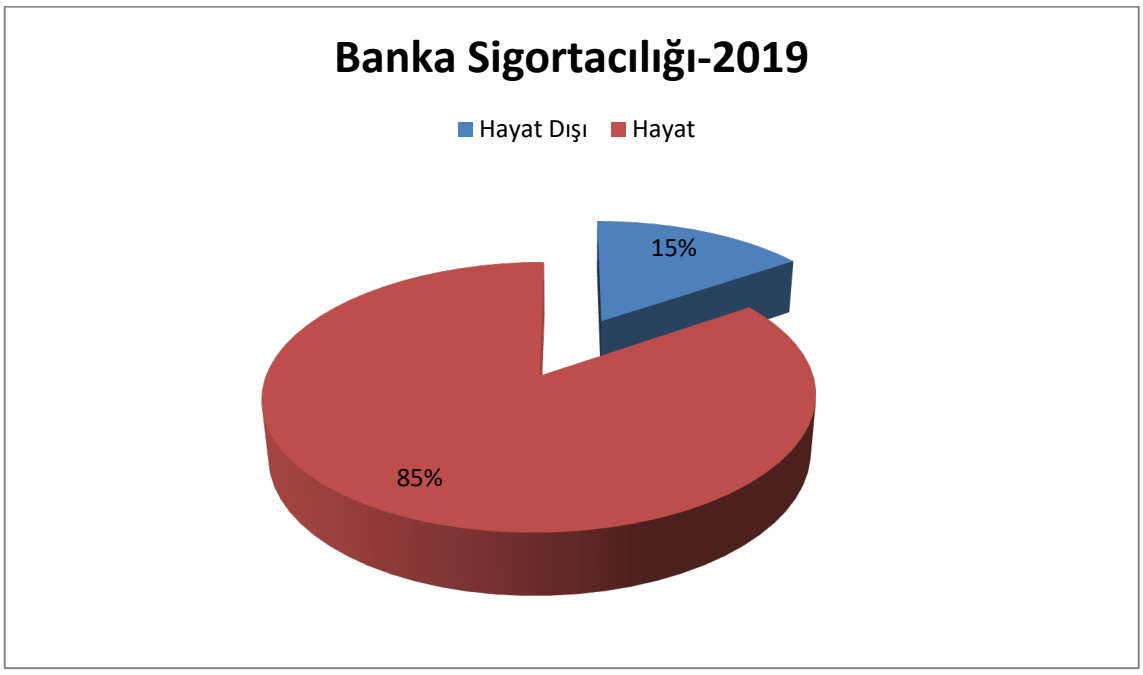
BRANŞ	Tüm Şirketlerin Yazılan Primlerinin Branş ve Satış Kanalı Payları (%)				
	Merkez	Acente	Banka	Broker	Diğer
Kaza	2,7%	31,0%	60,3%	3,4%	2,5%
Hastalık/Sağlık	9,0%	53,1%	9,6%	28,3%	0,0%
Kara Araçları	0,8%	82,4%	9,4%	7,4%	0,1%
Raylı Araçlar	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Hava Araçları	7,5%	28,6%	51,6%	6,3%	6,0%
Su Araçları	5,3%	45,6%	9,9%	34,1%	5,1%
Nakliyat	7,8%	53,1%	4,7%	32,2%	2,1%
Yangın ve Doğal Afetler	6,6%	41,8%	27,3%	21,3%	3,1%

[231] TSB, **a.g.m.,**2018, s.1

Genel Zararlar	10,4%	35,9%	37,0%	11,1%	5,6%
Kara Araçları Sorumluluk	7,9%	77,5%	2,1%	4,6%	7,9%
Hava Araçları Sorumluluk	18,4%	12,9%	49,8%	17,5%	1,4%
Su Araçları Sorumluluk	11,2%	3,5%	0,8%	84,4%	0,0%
Genel Sorumluluk	8,4%	38,8%	11,1%	34,1%	7,6%
Kredi	13,6%	10,3%	8,3%	62,8%	4,9%
Kefalet	4,6%	20,3%	40,8%	31,5%	2,9%
Finansal Kayıplar	10,3%	24,5%	31,5%	31,8%	2,0%
Hukuksal Koruma	0,2%	73,3%	23,1%	3,3%	0,0%
Destek	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
TOPLAM HAYAT DIŞI	6,8%	60,2%	15,2%	13,8%	4,1%
TOPLAM HAYAT	5,9%	9,0%	83,4%	1,7%	0,0%
GENEL TOPLAM	6,7%	51,8%	26,4%	11,8%	3,4%

Kaynak: HMB, 2019

Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın 2019 verilerine göre sigortacılıkta yazılan primlerin branşlar bazında dağılımında dağıtım kanallarının aktifliği tabloda gösterilmiştir. Tabloya göre bankaların en yüksek branşı %60,3 ile kaza sigortası alanında olmuştur. İkinci sırada %51,6 ile hava araçları, üçüncü sırada %49,8 ile hava araçları sorumluluk, dördüncü sırada %40,8 ile kefalet sigortası bulunmaktadır. Bankalar 2019 senesinde banka sigortacılığı faaliyetleri kapsamında %83,4 oranında hayat sigortasında, %15,2 oranına ise hayat dışı sigortada faaliyet göstermişlerdir.[232]



[232] HMB. **2019 Yılı Piyasa Raporu.** 2019, www.hmb.gov.tr (Erişim Tarihi: 02.05.2021)

Grafik 12: Sigortacılıkta Yazılan Primlerin Satış Kanalı Bazında Dağılımı-Banka Sigortacılığı (2019)

TSB 2014-2019 verilerine bakıldığında hayat dışı branşlarda dağıtım kanallarının payları Tablo 14'te gösterilmiştir.

Tablo 14: Yıllar İtibariyle Dağıtım Kanallarının Hayat Dışı Branşındaki Payları (2014-2020)

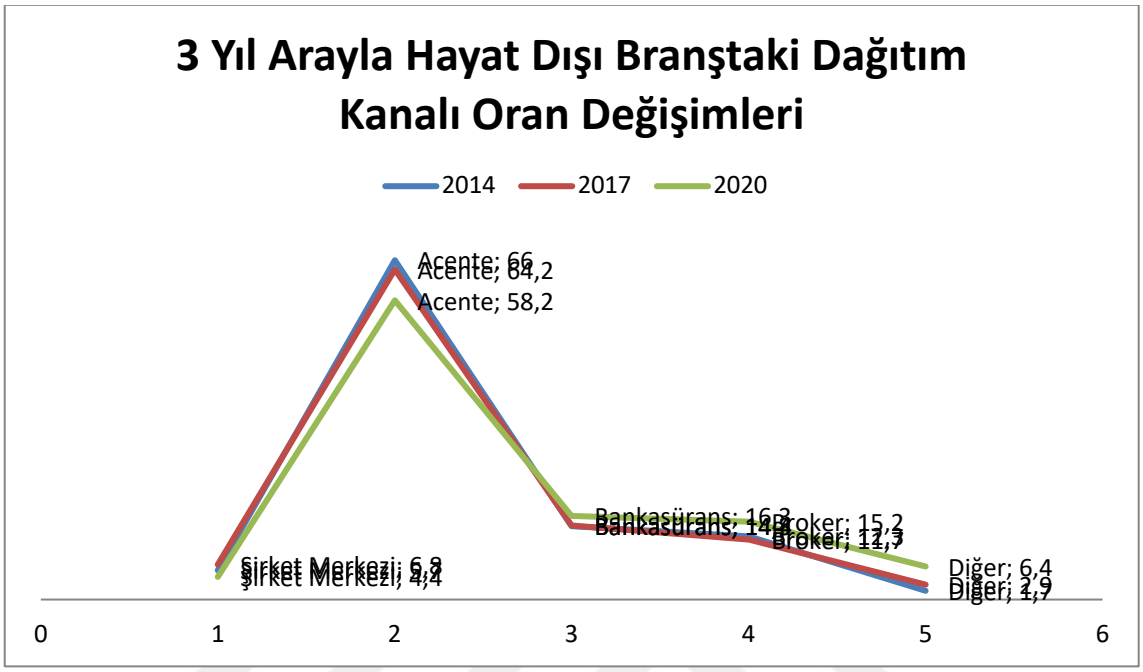
	2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020	
	Milyon TL	**%**	**Milyon TL**	**%**	**Milyon TL**	**%**	**Milyon TL**	**%**	**Milyon TL**	**%**	**Milyon TL**	**%**	**Milyon TL**	**%**
Şirket Merkezi	1.291	5,7	1.563	5,8	1.769	5,2	2.685	6,8	3.487	7,3	3.945	6,9	3.592	4,4
Acente	14.995	66,0	18.015	66,0	24.441	68,9	25.489	64,2	29.338	61,6	34.835	60,1	35.891	58,2
Bankasürans	3.256	14,3	3.908	14,3	4.665	13,1	5.742	14,4	6.893	14,4	8.770	15,2	9.929	16,3
Broker	2.794	12,3	3.359	12,3	4.133	11,6	4.639	11,7	6.088	12,7	7.978	13,7	8.993	15,2
Diğer	372	1,7	417	1,6	438	1,2	1.156	2,9	1.929	4	2.354	4	3,565	6,4
Toplam	22.708	1	27.262	1	35.446	1	39.711	1	47.735	1	57.882	1	61.97	

Kaynak: TSB, 2020

Tablo 14'e göre 2014 senesinde hayat dışı branşlarda en yüksek oran %66 ile acentelere aittir. Acentelerden sonra banka sigortacılığı faaliyetleri %14,3 civarına olup, onun ardından en yüksek oranın %12,3 ile brokerlere ait olduğu görülür. 2015 senesine gelindiğinde payların milyon TL bazında değiştiği görülse de oranlar aynı kalmıştır.2019 senesinde ise en yüksek oran %60,1 ile acentelere ait olup banka sigortacılığı payı ise %15,2 şeklindedir. 2014 senesinden 2019'a gelinceye değin 5 sene içerisinde hayat dışı branşlarda banka sigortacılığı payının arttığı, acentelerin payının ise azaldığı görülmektedir.[233] Son olarak 2020 senesine bakıldığında acente payının düşük bir oranda gerilediğini, buradan gelen payın banka ve broker ve diğer paylarında

[233] TSB. **Yıllar İtibariyle Dağıtım Kanallarının Hayat ve Hayat Dışı Branşındaki Payları.** 2020, www.tsb.org.tr (Erişim Tarihi: 01.05.2021)

yükselişe geçtiği görülmektedir. Banka payı 2020 yılında bir önceki yıla oranla %1,1 oranında artmıştır.



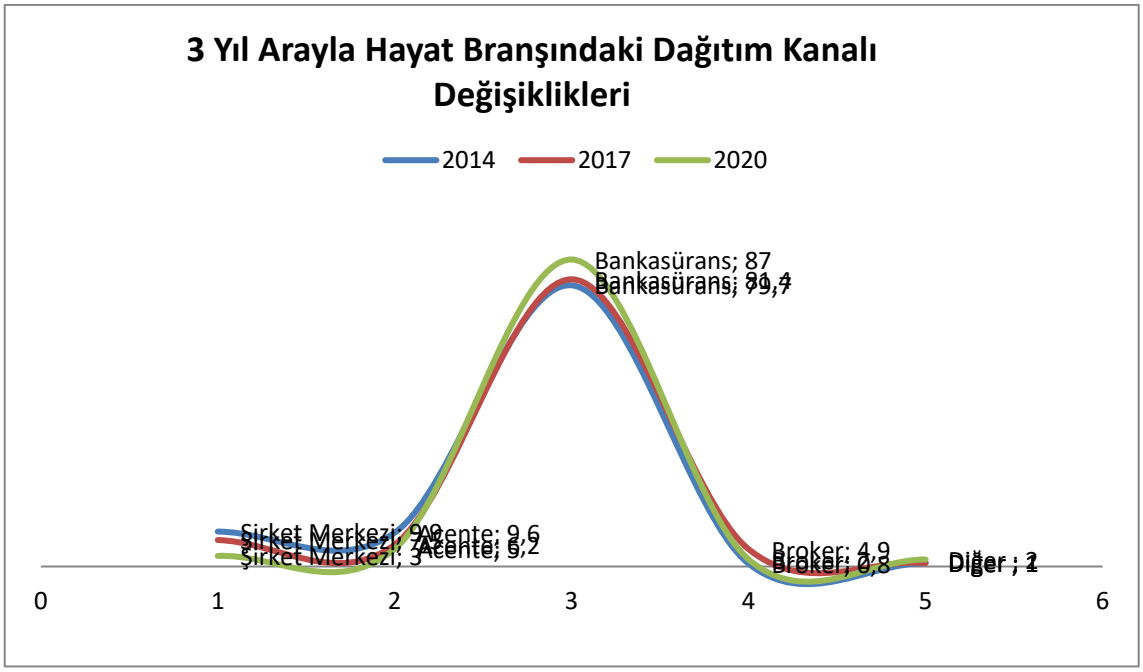
Grafik 13: Hayat Dışı Branştaki Dağıtım Kanalı Değişiklikleri (2014-2017-2020)

Tablo 15: Yıllar İtibariyle Dağıtım Kanallarının Hayat Branşındaki Payları (2014-2020)

	2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020	
	Milyon TL	**%**	**Milyon TL**	**%**	**Milyon TL**	**%**	**Milyon TL**	**%**	**Milyon TL**	**%**	**Milyon TL**	**%**	**Milyon TL**	**%**
Şirket Merkezi	324	9,9	357	9,5	392	7,8	515	7,5	566	8,2	668	5,9	1,41	3
Acente	315	9,6	280	7,5	278	5,5	423	6,2	627	9,0	1.020	6,9	1,56	5
Bankasürans	2.613	79,7	3.005	80,0	4.179	83,0	5.572	81,4	5.373	77,6	9.478	83,4	10.211	87
Broker	26	0,8	117	3,1	189	3,75	333	4,9	355	5,1	190	1,7	1,20	2
Diğer	2	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	3.093	0,1	0,05	2
Toplam	3.280	1	3.760	1	5.039	1	6.844	1	6.922	1	11.360	1	14.431	1

Kaynak: TSB, 2020

2014 senesinde hayat branşlarda banka sigortacılığı payı %79,7 iken, şirket merkezlerinin payı %9,9, acentelerin payı ise %9,6 şeklindedir. 2015 senesinde bu oran banka sigortacılığı için %80'e çıkarken, şirket merkezinde %9,5'e düşmüş, aynı şekilde acentelerde %7,5'e düşmüştür. 2019 senesine gelindiğinde banka sigortacılığı payı %83,4'e çıkarken, aynı şekilde acente ve diğer aracıların payı düşmeye devam etmiştir. 2020 verilerindeyse banka sigortacılığının payının geçen sene %83,4'ten %87'ye çıktığı bir senede %3,6 oranında yükseldiği görülmektedir. [234]



Grafik 14: Hayat Branştaki Dağıtım Kanalı Değişiklikleri (2014-2017-2020)

Türkiye'de dağıtım kanallarının hayat ve hayat dışı branşlardaki payları göz önüne alındığında özellikle hayat branşındaki payı her geçen gün artmaktadır. Türkiye'de 2018 senesi itibariyle 15.800 sigorta acentesi bulunmaktadır. Bankasürans oranlarının giderek artışı özellikle acentelerin sayıca azalmasına sebebiyet vereceği görüşü de yaygındır. Bu durumun sigortacılık sektörüne sağladığı fayda kadar, sektörün devamlılığı açısından ne şekilde bir süreç beklediği konusunda ilgilileri düşündürmektedir.[235]

[234] TSB, **a.g.m**.,2020, s.1
[235] TSB, **a.g.m**.,2020, s.1

4.2.Türkiye'de Banka Sigortacılığı Uygulamaları

Türkiye'de bankaların güçlü finansal yapılarıyla birlikte sigortacılık sektörüyle işbirliği içerisine girmesiyle başlayan banka sigortacılığı faaliyetleri giderek gelişmektedir. Özellikle 2010 senesinden sonra beş senelik bir süreçte banka sigortacılığında toplam prim üretim %62 oranında bir artış kaydederek diğer aracılar arasındaki payı gittikçe yükseltmiştir. Çalışmamızın bu bölümünde Türkiye'de banka sigortacılığının gelişimine bağlı olarak banka sigortacılığı uygulamaları değerlendirilecektir. Bu değerlendirme; müşteriye yönelik stratejik pazarlama, satış koordinasyon, çapraz satış, diğer uygulamalar ve şirketler üzerinden yapılan değerlendirmelerle ele alınacaktır. [236]

4.2.1.Müşteriye Yönelik Stratejik Pazarlama

Yoğun rekabet ortamında ayakta kalmak isteyen her hizmet sektörü gibi sigortacılık sektöründe de müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerine uygun şekilde hizmet sunma oldukça önemsenmiştir. Aynı durum sigorta ürünlerini pazarlayan bankalar için de geçerlidir. Bankalar müşterilerini tanıyarak, onların ihtiyaçları, sigorta ürünlerinden beklentilerini göz önüne alarak çeşitli pazarlama teknikleri geliştirirler. Diğer bir deyişle ihtiyaca yönelik olarak ürün ve hizmetlerin karşılığını bulacağı bir pazarlama biçiminden hareketle çok daha başarılı sonuçlar alınması sağlanacaktır. Müşteriye yönelik stratejik pazarlamada; [237]

- Hem kar maksimizasyonu sağlamak hem de müşteri ihtiyaçlarına yanıt vermek amacıyla hizmet karmalarına eklemeler yapılır. Örneğin; bankalar sundukları sigorta hizmetleri için danışa servisleri oluşturabilir, müşterilerin ürün ve hizmetlerden faydalanmadan evvel sorularını yanıtlayabilirler.
- Bankalar karlı görmedikleri sigortacılık ürünlerinin satışından çekilebilir, böylece daha dar alanda hizmet sunarak avantaj elde etmeye çalışabilirler.

[236] ŞENER, **a.g.e**., s.49
[237] ŞENER, **a.g.e**., s.55

- Talepteki dalgalanmalara bakarak üretim-pazarlama ve finans olanaklarını geniş ölçüde büyüterek ve değiştirerek yol alabilirler.
- Hizmet konumlandırma yaparak müşterinin zihnindeki hizmet imajına uygun şekilde pazarlama yapabilirler.
- Hizmetlerin özelliklerinde, sunuşunda, fiyatında, dağıtım kanallarında, tutundurma çabalarında değişikliklere giderek farklı bir marka imajı yaratabilirler.

Bahia ve Nantel (2000), müşterilerin perakende bankacılıktaki algılarını ölçmek için özel bir ölçek (Banka Hizmet Kalitesi (BSQ)) önermişler ve bu ölçekle yapılan çalışma sonucunda müşterilerin *etkinlik ve güvence, erişim, fiyat, maddi varlıklar, hizmet portföyü ve güvenilirlik* olmak üzere altı boyuttan oluşan bir hizmet beklentileri olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bankalar bu hizmet beklentilerini karşılama noktasında özel bir çaba harcarken aynı zamanda bu başlıklar altında rekabetle başa çıkabilmek adına stratejik pazarlamaya da başvurmak zorundadırlar. [238]

4.2.2.Satış Koordinasyonu

Bankalar da birer işletmelerdir. Kar amacı güden her işletme gibi bankaların da kar elde etme süreçleri belli aşamalardan oluşmaktadır. Bu aşamaların biri de satış koordinasyon aşamasıdır. Satış koordinasyon ekipleri sipariş sürecinin başarılı bir şekilde yürütülmesi konusunda birbirine bağlayan operasyonel bir süreçtir. [239]

4.2.3.Çapraz Satış

Müşteriye aradıklarının ötesinde ek ürünler satmanın bir yolu olan çapraz satış, bankacılıkta da sıkça kullanılan, kar artışına olanak sağlayan bir satış tekniğidir. Bu satış tekniğinin bankacılıkta kullanılmasının temel sebebi; müşteri güvenini artırmak,

[238] ŞENER, **a.g.e**., s.58
[239] ŞENER, **a.g.e**., s.59

finansal maliyetler olmadan ek ürün veya hizmetlerin tanıtımını sağlamak, "popüler olmayan" malların satışı olarak sıralanabilir. [240]

Popli ve Rao (2009) 20 farklı bankanın müşterilerinin Banka sigortacılığına yönelik tepkilerini incelemiştir. Bu incelemenin temel amacı Hindistan'da banka şubeleri ağı aracılığıyla sigorta ürünlerini çapraz satmak için daha fazla strateji tasarlaya yöneliktir. Yapılan çalışma sonucunda banka müşterilerinin sigortacılık üzerine bankaya bilgi almak üzere geldiklerini ve bu süreçte müşterilerin başta taşıt ve Hayat Sigortası ürünleri olmak üzere sigorta ürünlerinden yararlandıklarını ortaya koymuştur. Bu durum çapraz satışın ne denli önemli boyutta sonuçlar ortaya çıkardığını da göstermektedir.[241]

4.2.4.Diğer

Banka sigortacılığı uygulamaları özellikle son yıllarda internet bankacılığı, internet üzerinden satış gibi alanlarda önem kazanmıştır. Bu nedenle de bankalar web sitelerini olabildiğince teknolojiye ve kolay kullanıma uygun bir hale getirmiş, sitelerini düzenleyerek kullanıcıların sigorta hizmetine yönelik tüm soruları bulabilecekleri, araştırma yapabilecekleri şekilde dizayn etmişlerdir. Aynı zamanda 7/24 canlı bağlantı ve müşteri hizmetlerinin olması yine bankaların sigortacılık hizmetlerinde de finansal hizmetler kadar kaliteli hizmet sunmalarını sağlamıştır. [242]

4.2.5.Şirketler Üzerinden Değerlendirmeler

Banka sigortacılığını destekleyici şekilde mevzuatlardaki değişiklikler yabancı yatırımcıların dikkatini çekmekte ve yatırımcılar bu doğrultuda Türk sigorta şirketleri ile ortaklık kurarak ortaklıklarla faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bu da özellikle marka imajı yüksek olan şirketlerin sigorta sektörüne girerek kar elde etmelerini sağlarken, hizmet alıcısı olan vatandaşın da sigortanın gerekliliğine inanması ve yatırım yapmasını sağlamaktadır.

---

[240] Bülent KARAN, "Banka Sigortacılığı: Bir Swot Analizi". **Reasürör Dergisi,** Sayı 80, 2010, s.17
[241] KARAN, **a.g.m**., s.17
[242] ŞEYRANLIOĞLU, **a.g.t**., s.101

Tablo 16: Banka Dağıtımını Kullanan Sigorta Şirketlerinin Hâkim Ortakları

Allianz Sigorta A.Ş.	**Allianz SE (64,39)**
Anadolu Anonim Türk Sigorta Şirketi	Milli Reasüras T.A.Ş. (57,3)
Axa Sigorta A.Ş.	Axa Holding A.Ş. (92,61), T.C.Ziraat Bankası A.Ş. (7,31)
Mapfre Sigorta A.Ş	Mapfre Internatıonal S.A. (99,75)
Sompo Japan Sigorta A.Ş	Sompo Japan Nipponkoa Insurance Inc. (90,01), European Bank For Reconstruction and Development (9,99)
Aksigorta A.Ş.	Hacı Ömer Sabancı Holding A.Ş. (36,00),Ageas Insurance International NV (36)
Güneş Sigorta A.Ş.	Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O. 36,35
Ziraat Sigorta A.Ş.	T.C. Ziraat Bankası A.Ş (99,97)
Eureko Sigorta A.Ş.	Achmea B.V (99,99)
Groupama Sigorta A.Ş.	Groupama S.A. (69,16)
Ziraat Hayat ve Emeklilik A.Ş.	T.C. Ziraat Bankası A.Ş. (99,97)
Halk Sigorta A.Ş.	Türkiye Halk Bankası A.Ş.(100)
Neova Sigorta A.Ş.	Turkkapital Holding B.S.C.C. (53), Kuveyt Türk Katılım Bankası (6,99)
HDI Sigorta A.Ş.	Talanx International Aktiengesellschaf (100)
Ergo Sigorta A.Ş.	ERGO Grubu Holding A.Ş. (100)
Acıbadem Sağlık ve Hayat Sigorta A.Ş	Burau Ventures Sdn Bhd (90)
Ray Sigorta A.Ş.	TBIH Financial Services Group N.V. (81,59)
Anadolu Hayat Emeklilik A.Ş.	Türkiye İş Bankası A.Ş. (62,15)
Zurich Sigorta A.Ş.	Zurich Insurance Company (99,99)
Metlife Emeklilik ve Hayat A.Ş.	Metlife Global Holding II GmbH (99,98)
Allianz Yaşam ve Emeklilik A.Ş.	Allianz Sigorta A.Ş. (80), Yapı Kredi Finansal Kiralama A.O. (19,92)
Garanti Emeklilik ve Hayat A.Ş.	Türkiye Garanti Bankası A.Ş. (84,91)
Halk Hayat ve Emeklilik A.Ş.	Türkiye Halk Bankası AŞ (100)
Vakıf Emeklilik A.Ş.	Vakıflar Bankası T.A.O (53,90)
Ankara Anonim Türk Sigorta Şirketi	T.C. Emniyet Genel Müd. Polis Bakım Yardım Sandığı (99,83)
AIG Sigorta A.Ş.	AIG MEA Holdings Limited (99,99)
Cigna Finans Emeklilik ve Hayat A.	Cigna Nederland Gamma B.V (50,99) Finansbank (49)
Unico Sigorta A.Ş.	Kibele B.V (99,75)
Türk Nippon Sigorta A.Ş	Harel Insurance Investments and Financial Services Ltd (100)
Aegon Emeklilik ve Hayat A.Ş	Aegon Turkey Holding B.V (100)
Ethica Sigorta A.Ş.	M. Murat Akdoğan (67)
Generali Sigorta A.Ş.	Generalı Turkey Holdıng B.V (99,90)
Liberty Sigorta A.Ş.	Lıberty Seguros Companıa De Seguros Y Reaseguros S.A. (99,44)
Dubai Starr Sigorta A.Ş.	Oman Insurance Company (P.S.C) (50,98)
SBN Sigorta A.Ş.	Şekerbank T.A.Ş (100)
Işık Sigorta A.Ş.	Asya Katılım Bankası A.Ş. (67,52)
BNP Paribas Cardif Emeklilik A.Ş.	BNP Paribas Cardif (100)
Groupama Emeklilik A.Ş.	Groupama S.A. (56,67)
NN Hayat ve Emeklilik A.Ş	NN Continental Europe Holdings B.V. (99)
Allianz Hayat ve Emeklilik A.Ş.	Allianz Europe B.V. (86)
Ace European Group Ltd. Türkiye Şubesi	ACE European Group Limited (100)

BNP Paribas Cardif Hayat Sigorta A.Ş.	BNP Paribas Cardif (100)
Orient Sigorta A.Ş.	Orient Insurance Company PSC (100)
BNP Paribas Cardif Sigorta A.Ş.	BNP Paribas Cardif (100)
Coface Sigorta A.Ş.	Coface SA (99,99)
Euler Hermes Sigorta A.Ş.	Euler Hermes SA (99,99)
Demir Hayat Sigorta A.Ş.	Demir Finansal Grup Holding A.Ş. (100)
Fiba Emeklilik ve Hayat A.Ş.	Fiba Holding A.Ş.
Turkland Sigorta A.Ş.	Cynvest S.A.L. Holding (55)
Katılım Emeklilik ve Hayat A.Ş.	Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş (50) Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. (50)
Axa Hayat ve Emeklilik A.Ş.	Axa Holding A.Ş. (92,61)
Türk P&I Sigorta A.Ş.	Ziraat Sigorta A.Ş. (16,66), Türkiye Halk Bankası A.Ş. (16,66)
Mapfre Yaşam Sigorta A.Ş.	Mapfre Genel Sigorta A.Ş. (99,50)
Gulf Sigorta A.Ş.	Türsab Seyahat Acentaları Hizmetleri Tic.Ltd.Şti. (98)
Asya Emeklilik ve Hayat A.Ş	Asya Katılım Bankası A.Ş. (97,99)
Magdeburger Sigorta A.Ş.	Allianz Sigorta A.Ş. (80)

Kaynak: TSB, 2020

Tablo 16'da Türkiye'de hizmet veren sigorta şirketlerinin hangi şirketler üzerinden oluştuğu görülmektedir. Örneğin; Ziraat Bankası, Ziraat Hayat ve Emekliliği; Türk Halk Bankası, Halk Hayat ve Emeklilik yapılanmasını oluşturmuştur. Şirketlerin birleşmesi veya bir araya gelerek dağıtım antlaşmaları yapmalarıyla oluşan bu yapılanmaların sayısı her geçen gün artmaktadır. Özellikle bankaların oluşturdukları sigorta yapılanmaları banka sigortacılığı açısından çok daha önemlidir.

4.2.5.1.Mapfre

Mapfre, Madrid merkezli bir İspanya çokuluslu şirketidir. *Mutualidad de la Agrupación de Propietarios de Fincas Rústicas de España*'nın kısaltması olan Mapfre 1933 senesinde kurulmuştur. Latin Amerika'daki en büyük hayat dışı sigorta şirketinin başında gelen grup 2007 senesinde Çukurova Holding'in hisselerinin %80'ini alarak şirketin hâkim ortağı haline gelmiştir. 1948 yılında, Türkiye Kredi Bankası A.Ş. ve çeşitli girişimciler sayesinde kurulan T.Genel Sigorta yerine gelen Mapfre Sigorta 2016 senesinden itibaren bu isimle adını sürdürmektedir. Fitch Ratings tarafından AA+(TUR)

finansal güçlülük notu ile derecelendirilen, birçok kalite yönetim sisteminden onay alan marka Türk ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.[243]

4.2.5.2.TBIH

TBIH Financial Services BV, faaliyet konusu emeklilik sigortası ve genel sigorta olan Amsterdam ve Hollanda merkezli bir gruptur. 1998 senesinde kurulan grup hayat sigortası, leasing ve ihtiyaç kredileri alanlarında faaliyet göstererek büyümüştür. Hisselerinin %60'ı Vienna Insurance Group'a ait olan sigorta grubu ayrıca dünyanın birçok yerinde de ortaklıklar kurmuştur. Örneğin; Romanya'da tüketici kredisinde en başarılı grup unvanına sahiptir. [244]

4.2.5.3.EUREKO

Achmea'nın Türkiye'deki üyesi olan EUREKO Sigorta, 1989'da Garanti Sigorta olarak kurulan sigorta ağı 2007'de bu adı alarak hayat dışı tüm branşlarda ürün ve hizmet sunumu gerçekleştirmekte, aktif olarak beş ülkede hizmet vermektedir. Everest Re, Mapfre Re, Odyssey Re, Korean Re, Sompo Japan Re, Munich Re ve Swiss Re gibi firmalar ile yoğun olarak çalışan, aynı zamanda Garanti BBVA ile geliştirmiş olduğu iş birliği sayesinde dağıtım kanalında önemli avantajlar elde eden firmanın sigortacılık faaliyetlerinde temel gayesi; dijitalleşen, çağa ayak uyduran, veriye dayalı, müşteri deneyimi sonucu olan, ekosistemle ve iş ortaklarıyla entegrasyona dayanan çalışmalar yapmaktır.[245]

4.2.5.4.Liberty Mutual Group

[243] Mapfre. **Tarihçe,** 2021, https://www.mapfre.com.tr/sigorta-tr/biz-kimiz/mapfre-genel-sigorta/mapfre-genel-sigorta/tarihcemiz/ (Erişim Tarihi: 05.05.2021)
[244] ŞEYRANLIOĞLU, **a.g.t**., s.102
[245] Mapfre. **Tarihçe,** 2021, https://www.mapfre.com.tr/sigorta-tr/biz-kimiz/mapfre-genel-sigorta/mapfre-genel-sigorta/tarihcemiz/ (Erişim Tarihi: 05.05.2021)

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üçüncü en büyük mülk ve kaza sigortası şirketi olan, 1912 senesinde Massachusetts Çalışanları Sigorta Birliği adıyla kurulan ve merkezi Boston'da olan grup; Arjantin, Brezilya, Şili, Çin (Hong Kong dâhil), Kolombiya, Ekvador, Hindistan, İrlanda, Malezya, Polonya, Portekiz, Singapur, İspanya, Tayland, Türkiye'de faaliyet göstermektedir. 2020 yılı verileriyle 758 milyon dolar net gelire, 145.377 milyar dolar toplam öz varlığa ve 25.957 milyar dolar toplam öz kaynağa sahip olan ve 113 binin üzerinde çalışanıyla faaliyet gösteren grup aynı zamanda bünyesinde Helmsman Management Services, Liberty County Mutual Insurance Company, Liberty International Underwriters (LIU), Liberty Mutual Surety (LMS), Liberty Mutual Reinsurance (LMR) Liberty Specialty Markets (LSM) ve Liberty Seguros gibi şirketleri de barındırmaktadır.[246]

4.2.5.5.HDI International

HDI-Gerling International Holding AG. 2006 yılı itibarıyla Almanya'nın 3. büyük sigorta grubu olan ve dünyanın 150 ülkesinde hizmet veren Talanx AG bünyesinde yer alan bir sigorta şirketler grubudur. Kökeni 1903 tarihli Alman Sınai Şirketleri tarafından Sorumluluk Sigortaları Birliği'ne dayanmaktadır. Talanx AG., dünya üzerinde yaklaşık 150 ülkede faaliyet göstermekte olup, en önemli yapılanmalarından biri olan HDI International, Almanya Hannover merkezlidir. [247]

39,5 milyar EUR (2019) prim üretimi bulunan Talanx, dünyanın önde gelen reasürans şirketlerinden Hannover Re; bankasürans uzmanı Targo, PB, Neue Leben; ve Polonya'lı Warta gibi önemli grupları da bünyesine barındırmaktadır. erecelendirme kuruluşu Standard & Poor's, Talanx Sigorta Grubuna A + / istikrarlı ("güçlü") finansal güç derecesini vermiştir.[248]

---

[246] Liberty Mutual. **About Our Company,** 2021, https://www.libertymutualgroup.com/about-lm/corporate-information/overview (Erişim Tarihi: 05.05.2021)
[247] ŞEYRANLIOĞLU, **a.g.t**., s.110
[248] HDI International. **Sigortacılıkta Yeni Bir Dönem**. 2021, https://www.hdisigorta.com.tr/hdi-hakkinda/hdi-international-ag (Erişim Tarihi: 02.05.2021)

4.2.5.6.ERGO

Munich Re'ye ait bir sigorta şirketleri grubu olan ERGO Group, Avrupa ve Asya başta olmak üzere 30'dan fazla ülkede faaliyet göstermekte olup, özellikle Avrupa'da sigortacılık alanında başta gelen isimlerden biridir. 1997 senesinde Almanya merkezli olarak kurulan grup hayat sigortası, sağlık sigortası, hayat dışı ve kaza sigortası, yasal gider sigortası, seyahat sigortası ve daha birçok sigorta türünde hizmet vermektedir. [249]

4.2.5.7.AvivaSA Emeklilik A.Ş.

AvivaSA Emeklilik 2007 senesinde Hacı Ömer Sabancı Holding ile Belçikalı sigorta şirketi olan Ageas'ın ortaklığıyla kurulan, %20'lik hissesi AVISA koduyla Borsa İstanbul'da işlem gören bir sigorta şirketidir. Özel sektör firmalar arasında %18,6 oranında pazar payı, 29,4 milyar TL'yi aşkın fon büyüklüğü ile Türkiye'deki sigortacılık alanında önemli bir dilime sahip olan AvivaSA Emeklilik, her geçen gün büyümektedir.[250]

4.2.5.8.Diğer

Burada adı sayılan sigorta yapılanmalarının yanı sıra Anadolu Anonim Türk Sigorta Şirketi, Şeker Sigorta, Sompo Sigorta ve daha birçok yapılanma her geçen gün banka sigortacılığının yaygınlaşmasında önemli markalardır. Bu markaların banka sigortacılığındaki faaliyetlerdeki önemi bir sonraki başlıkta sunulacaktır.

[249] ŞEYRANLIOĞLU, **a.g.t**., s.111
[250] ŞEYRANLIOĞLU, **a.g.t**., s.120

4.3.Türkiye'de Banka Sigortacılığının Branşlar Bazında Değerlendirilmesi

Türkiye Sigorta Birliği'nin Mayıs 2021 raporlarına bakıldığında 38.469.653.338 milyon TL sigorta primi üretildiği, bu miktarın 32.361.519.791 milyon TL'sinin hayat dışı branşta, 6.108.133.547 milyon TL'sinin ise hayat branşında olduğu görülmüştür. Diğer bir deyişle prim pay dağılımı içerisinde %84,1 ile en fazla hayat dışı branşında satış gerçekleşmiştir. 2020'nin mayıs ayında ise 33.107.365.813 milyon TL prim üretildiği, bu üretimin 27.396.486.294 milyon TL'sinin hayat dışı branşta yer aldığını yani %82,8'inin hayat dışı branşta toplandığını bir senede dahi, %1,3'lük bir payla hayat dışı branşta prim üretiminin arttığı görülmüştür.[251]

Tablo 17: Genel Prim Üretimi (Mayıs 2021)

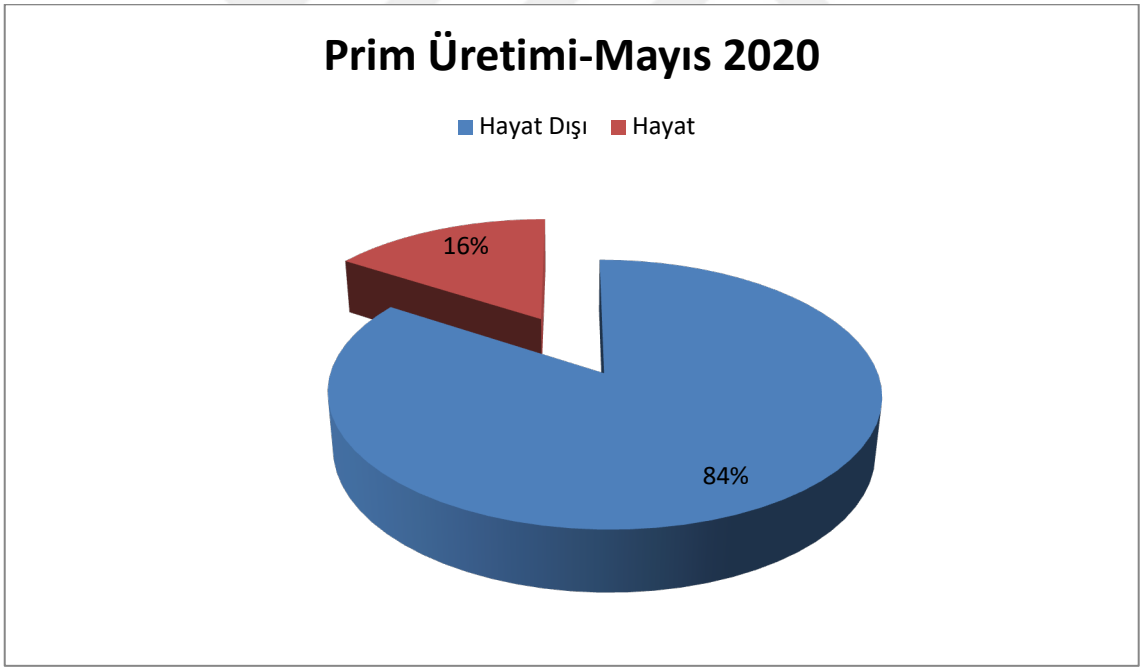
Branş	**Direkt**		**Endirekt**		**Toplam**	
	Yurt İçi	**Yurt Dışı**	**Yurt İçi**	**Yurt Dışı**	**Yurt İçi**	**Yurt Dışı**
Kaza	849.510.848	827.987	3.052.267	11.076.951	852.563.115	11.904.937
Hastalık-Sağlık	5.266.488.214	807.055	342.028.663	6.272.367	5.608.516.877	7.079.422
Kara Araçları	4.755.421.550	12.725.788	9.363.568	9.324.986	4.764.785.117	22.050.774
Raylı Araçlar	30.962	0	0	0	30.962	0
Hava Araçları	51.063.813	0	197.481	4.701.622	51.261.294	4.701.622
Su Araçları	263.270.510	2.138.535	53.830.151	22.640.450	317.100.661	24.778.985
Nakliyat	675.776.105	2.437.778	3.875.077	10.408.359	679.651.182	12.846.136
Yangın ve Doğal Afetler	4.457.756.653	9.457.816	189.436.478	242.780.009	4.647.193.131	252.237.825
Genel Zararlar	4.207.670.989	15.102.878	784.427.303	133.184.080	4.992.098.292	148.286.958
Kara Araçları Sorumluluk	6.472.367.775	4.050.309	1.443.540.692	45.022.776	7.915.908.467	49.073.085
Hava Araçları Sorumluluk	59.123.700	0	1.712.028	1.548.704	60.835.727	1.548.704
Su Araçları	34.291.178	0	1.078.343	998.751	35.369.521	998.751
Genel Sorumluluk Toplam	1.096.215.882	1.712.940	64.508.289	78.156.235	1.160.724.171	79.869.175
Kredi	195.065.231	27.785.018	2.343.869	3.501.668	197.409.101	31.286.686
Kefalet	60.958.038	45.706	593.342	2.740.780	61.551.380	2.786.485
Finansal	250.102.131	88.046	12.393.057	1.890.472	262.495.188	1.978.518

[251] TSB. **Genel Sigorta Prim Üretimi,** 2021, www.tsb.org.tr (Erişim Tarihi: 01.05.2021)

Kayıplar						
Hukuksal Koruma	101.770.836	23.201	506.366	0	102.277.202	23.201
Destek	297.136	0	0	0	297.136	0
Hayat Grubu Toplam	5.940.398.911	27.437.623	140.205.405	91.608	6.080.604.316	27.529.231
Hayat Dışı Toplam	28.797.181.552	77.203.056	2.912.886.974	574.248.210	31.710.068.526	651.451.265
Hayat Toplam	5.940.398.911	27.437.623	140.205.405	91.608	6.080.604.316	27.529.231
Genel Toplam	34.737.580.463	104.640.678	3.053.092.379	574.339.818	37.790.672.842	678.980.496

Kaynak: TSB, 2021

Branşlar bazında Mayıs 2021'de en fazla prim üretimi hayat dışı branşlarda gerçekleşmiş olup, bu branşlar kapsamında birinci sırada 6.472.367.775 milyon TL ile kara araçları sorumluluk sigortası, ikinci sırada 5.266.488.214 milyon TL ile hastalık-sağlık sigortası ve üçüncü sırada 4.755.421.550 milyon TL ile kara araçları sigortası bulunmaktadır.[252]



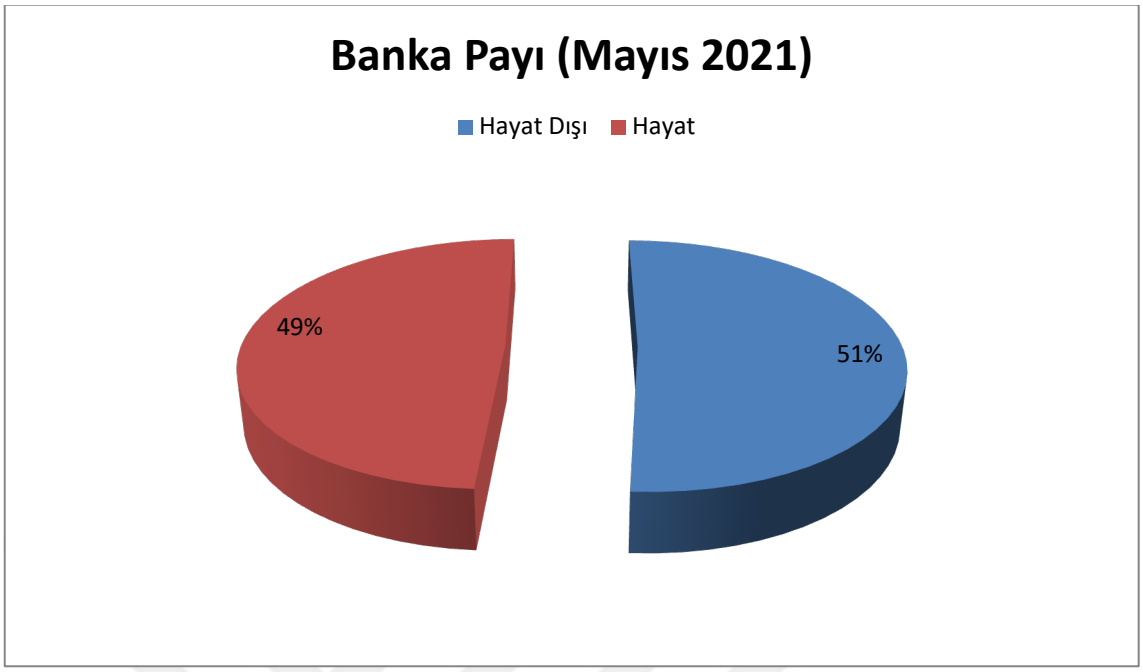
Grafik 15: Genel Prim Üretimi (Mayıs 2021)

[252] TSB, **a.g.e.,** 2021

Tablo 18: Satış Kanalı Bazında Prim Üretimi (Mayıs 2021)

Branş	Kanallar					Toplam
	Merkez	Acente	Banka	Broker	Diğer	
Kaza	21.859.912	291.005.197	502.537.064	40.213.178	8.852.701	864.468.052
Hastalık-Sağlık	584.150.228	2.960.951.862	467.801.096	1.573.296.067	29.397.046	5.615.596.299
Kara Araçları	31.255.900	3.914.387.801	476.833.988	356.530.571	7.827.631	4.786.835.890
Raylı Araçlar	0	30.962	0	0	0	30.962
Hava Araçları	19.652.238	20.480.975	3.338.275	7.592.325	4.899.103	55.962.917
Su Araçları	30.049.733	111.659.995	18.583.851	109.149.097	72.436.970	341.879.646
Nakliyat	59.315.719	367.018.540	32.200.518	226.026.476	7.936.066	692.497.319
Yangın ve Doğal Afetler	487.004.412	1.928.073.979	1.164.389.663	1.086.103.070	233.859.833	4.899.430.957
Genel Zararlar	741.940.498	1.294.267.409	1.952.177.306	328.564.438	823.435.600	5.140.385.251
Kara Araçları Sorumluluk	689.646.525	5.928.210.798	185.426.218	409.945.602	751.752.410	7.964.981.553
Hava Araçları Sorumluluk	5.558.991	15.093.140	6.915.287	30.677.379	4.139.634	62.384.431
Su Araçları	6.040.592	897.558	207.039	27.145.988	2.077.094	36.368.272
Genel Sorumluluk Toplam	159.784.683	479.533.172	84.130.422	487.004.129	30.140.939	1.240.593.346
Kredi	18.674.984	21.645.744	13.446.384	169.083.137	5.845.538	228.695.787
Kefalet	7.134.852	25.747.581	8.106.532	23.314.840	34.060	64.337.865
Finansal Kayıplar	32.496.021	67.716.524	53.440.328	105.195.772	5.625.060	264.473.706
Hukuksal Koruma	632.282	66.926.336	27.517.759	7.125.127	98.900	102.300.404
Destek	0	0	297.136	0	0	297.136
Hayat Grubu Toplam	2.895.197.572	17.493.647.573	4.997.348.868	4.986.967.195	1.988.358.584	32.361.519.792
Hayat Dışı Toplam	640.880.139	676.666.955	4.728.201.428	58.007.577	4.377.448	6.108.133.547
Toplam	3.536.077.711	18.170.314.528	9.725.550.296	5.044.974.772	1.992.736.032	38.469.653.339

Kaynak: TSB, 2021



Grafik 16: Banka Kanalı Bazında Prim Üretimi (Mayıs 2021)

Tablo 18'de sunulan veriler ışığında Mayıs 2021 itibariyle kaza sigortasında en büyük payın bankalara ait olduğu görülür. Satış kanalı olarak bankalar %58,1'lik bir paya sahiptirler. İkinci sırada %33,7 ile acente, ardından %4,7'lik pay ile broker ve %2,5'lik pay ile merkez gelmektedir. Hastalık –sağlık sigortasında en fazla pay %52,7 ile acentelere aittir. Bankaların bu alandaki payı ise %8,3'tür. Kaza araçlarında da aynı şekilde en büyük pay acentelere aittir. Acenteler %81,8'lik paya sahiptirler. Bankaların satış kanalı olarak diğer sigorta türlerindeki paylarına bakıldığında raylı araçlarda %0, hava araçlarında %6, su araçlarında %5,4, nakliyatta %4,6, yangın ve doğal afetlerde %23,8, genel zararlarda %38, kara araçları sorumlulukta %2,3, hava araçları sorumlulukta %11,1, su araçları sorumlulukta %0,6, genel sorumlulukta %6,8, kredide %5,9, kefalette %12,6, finansal kayıplarda %20,2, hukuksal korumada %26,9, destekte %100 şeklindedir. Genel tabloya bakıldığında ise Hayat grubunda toplam %77,4, hayat dışı grupta ise %15,4 oranına sahiptir. Satış kanalının aktifliği noktasında birinci sırada %472 ile acenteler gelirken, bankalar %25,3 ile ikinci sırada yer almaktadır. Broker

%13,1 ile üçüncü, merkez %9,2 ile dördüncü ve diğer satış kanalları ise %5,2 ile beşinci sırada yer almaktadır.[253]

Tablo 19: Branş Bazlı Satış Kanalı Prim Üretimi (Zorunlu Trafik - Mayıs 2021)

Şirket Adı	Merkez	Acente	Banka	Broker	Diğer	Toplam
Chubb European Group SE Merkezi Fransa Türkiye İstanbul Şubesi	0	0	0	0	0	0
Aksigorta AŞ	82.957.147	568.695.811	11.822.063	69.646.611	0	733.121.633
Allianz Sigorta AŞ	82.540.027	477.354.792	17.286.514	12.837.270	0	590.018.603
Anadolu Anonim Türk Sigorta Şirketi	1.088.893	547.217.919	53.801.712	43.045.499	98.031.949	743.185.972
Ankara Anonim Türk Sigorta Şirketi	54.325.974	139.188.081	473.210	7.742.909	0	201.730.174
Atradius Crédito y Caución S.A. de Seguros y Reaseguros, İstanbul Şubesi	0	0	0	0	0	0
Unico Sigorta AŞ	28.999.024	75.160.697	1.336	6.086.326	72.898	110.320.281
Axa Sigorta AŞ	83.756.758	246.518.711	929.706	7.186.123	0	338.391.298
BNP Paribas Cardif Sigorta AŞ	0	0	0	0	0	0
Coface Sigorta AŞ	0	0	0	0	0	0
Corpus Sigorta AŞ	35.588.874	72.617.209	0	2.594.948	0	110.801.031
Dubai Sigorta AŞ	0	0	0	0	0	0
Euler Hermes Sigorta AŞ	0	0	0	0	0	0
Eureko Sigorta AŞ	29.368.239	7.893.514	18.331.286	241.320	0	55.834.359
Generali Sigorta AŞ	970.799	2.748.992	1.503	11.614	26.375.942	30.108.850
Groupama Sigorta AŞ	31.924	31.766.582	547	1.791.281	32.236.774	65.827.108
Türkiye Sigorta AŞ	78.044.244	585.131.860	30.476.019	40.614.236	0	734.266.358
HDI Sigorta AŞ	335.105	154.129.129	1.888.893	5.624.913	0	161.978.041
Bereket Sigorta AŞ	242.577	49.903.471	4.912.491	6.192.245	52.111.707	113.362.490
Magdeburger Sigorta AŞ	4.890	82.069.073	0	753.776	29.041.713	111.869.451
Mapfre Sigorta AŞ	52.898.548	91.995.855	59.977	9.894.556	0	154.848.937
Neova Sigorta AŞ	100.707	383.823.377	11.529.273	224.709	71.141.872	466.819.938
Orient Sigorta AŞ	0	0	0	0	0	0

[253] TSB, **a.g.e.,** 2021

Ray Sigorta AŞ	453.817	92.491.712	0	11.556.149	38.605.448	143.107.125
Şeker Sigorta AŞ	7.343.609	74.800.259	1.254.852	3.417.070	0	86.815.789
Sompo Sigorta AŞ	484.108	287.110.012	1.275.848	34.831.240	82.140.497	405.841.705
Doga Sigorta AŞ	293.834	295.193.386	505.758	34.489.310	76.988.806	407.471.094
Koru Sigorta AŞ	1.413.693	138.887.360	0	11.301.808	42.906.650	194.509.510
Gulf Sigorta AŞ	0	0	-595	0	-712	-1.308
Türk Nippon Sigorta AŞ	23.029	109.443.479	0	34.702.663	41.358.918	185.528.089
Türk P&I Sigorta AŞ	0	0	0	0	0	0
Zurich Sigorta AŞ	48.842.236	11.486.993	2.536.069	19.833.816	0	82.699.114
Ethica Sigorta AŞ	2.252.469	382.539.683	0	0	69.055.714	453.847.866
Quick Sigorta AŞ	77.070.204	541.318.220	0	15.340.354	1.872.243	635.601.021
SS Atlas Karşılıklı Sigorta Kooperatifi	0	0	0	0	0	0
SS TMT Karşılıklı Sigorta Kooperatifi	0	0	0	0	0	0
Bereket Katılım Sigorta AŞ	0	0	0	0	0	0
Ana Sigorta AŞ	610	7.411.406	0	0	0	7.412.016

Kaynak: TSB, 2021

Satış kanalı açısından bir değerlendirme yapıldığında zorunlu trafik sigortası kategorisinde Euroka Sigortanın ürünlerinin %32,8'ini, Gulf sigortanın %45'ini, Türkiye sigortanın %4,2'sini bankalar aracılığıyla sattıkları görülecektir.[254]

Tablo 20: Satış Şekli Bazında Prim Üretimi (Mayıs 2021)

Branş	**Yazılan Primlerin Satış Şekli Bazında Dağılımı**			
	Tele Satış	**E-Ticaret**	**Geleneksel**	**Toplam**
Kaza	55.309.046	4.330.312	804.828.694	864.468.052
Hastalık-Sağlık	4.330.312	804.828.694	864.468.052	4.330.312
Kara Araçları	17.985.694	10.887.944	4.757.962.252	4.786.835.890
Raylı Araçlar	0	0	30.962	30.962
Hava Araçları	0	0	55.962.917	55.962.917
Su Araçları	-39.927	0	341.919.573	341.879.646
Nakliyat	0	1.049	692.496.270	692.497.318
Yangın ve Doğal Afetler	7.789.300	7.531.777	4.884.109.879	4.899.430.956
Genel Zararlar	4.164.966	2.811.583	5.133.408.703	5.140.385.252
Kara Araçları Sorumluluk	5.943.333	10.838.975	7.948.199.246	7.964.981.554
Hava Araçları Sorumluluk	0	0	62.384.431	62.384.431
Su Araçları	0	0	36.368.272	36.368.272
Genel Sorumluluk Toplam	19.633	72.476	1.240.501.237	1.240.593.346
Kredi	0	0	228.695.787	228.695.787
Kefalet	208	0	64.337.657	64.337.865

[254] TSB, **a.g.e.,** 2021

Finansal Kayıplar	5.814	13.126	264.454.766	264.473.706
Hukuksal Koruma	173.565	74.397	102.052.441	102.300.403
Destek	0	0	297.136	297.136
Hayat Grubu Toplam	101.210.862	40.222.206	32.220.086.725	32.361.519.793
Hayat Dışı Toplam	235.464.707	843.658.785	5.029.010.055	6.108.133.547
Toplam	336.675.568	883.880.991	37.249.096.780	38.469.653.339

Kaynak: TSB, 2021

Satış şekli bazında bir değerlendirme yapıldığında Mayıs 2021 verileri kaza sigortasında %93,1 ile ilk sırada geleneksel yöntemlerle satış yapıldığını, hastalık sağlık sigortası branşında %99,8 oranında geleneksel yöntemlerle satış yapıldığını, kara araçları branşında %99,4 oranında geleneksel yöntemlerle satış yapıldığını; raylı araçları, hava araçları, su araçları ve nakliyat branşlarında %100 geleneksel yöntemlerle satış yapıldığını, yangın ve doğal afetler branşlarında %99,7 oranında geleneksel yöntemlerle satış yapıldığını, genel zararlar branşında %99,9 oranına geleneksel yöntemlerle satış yapıldığını, hava araçları sorumluluk branşında %99,8 oranında geleneksel yöntemlerle satış yapıldığını; hava araçları sorumluluk, su araçları sorumluluk, genel sorumluluk, kredi, kefalet, destek ve finansal kayıplar branşında geleneksel yöntemlerle satış yapıldığını, hukuksal koruma branşında %99,8 oranında geleneksel yöntemlerle satış yapıldığını göstermektedir. Genel tabloya bakıldığında hayat dışı grubun %99,6'sının, hayat grubunun ise %82,3'ünün geleneksel yöntemlerle satışının yapıldığı görülecektir.[255]

2015 senesi Mayıs ayı için prim üretimine bakarak beş senelik bir zaman diliminde prim üretimindeki değişimlerin gözlemlenmesi sağlıklı olacaktır. Aşağıdaki tabloda Mayıs 2015 senesi için şirketlerin prim pazar payı sunulmuştur.[256]

Tablo 21: Şirketlerin Prim Üretimi ve Pazar Payı (Mayıs 2015)

Branş	Toplam Üretim (TL)	Pazar Payı %
Kaza	466.386.420	4,16%
Hastalık-Sağlık	1.663.551.508	14,83%
Kara Araçları	2.222.348.026	19,81%
Raylı Araçlar	2.222.348.026	19,81%
Hava Araçları	5.767	0,00%
Su Araçları	17.288.650	0,15%
Nakliyat	68.890.524	0,61%

[255] TSB, **a.g.e.,** 2021

[256] TSB. **Genel Sigorta Prim Üretimi,** 2015, www.tsb.org.tr (Erişim Tarihi: 01.05.2021)

Yangın ve Doğal Afetler	236.040.450	2,10%
Genel Zararlar	1.866.780.472	16,64%
Kara Araçları Sorumluluk	1.585.061.835	14,13%
Hava Araçları Sorumluluk	2.488.374.957	22,19%
Su Araçları	2.259.285.620	20,14%
Genel Sorumluluk Toplam	23.152.197	0,21%
Kredi	9.626.708	0,09%
Kefalet	325.809.142	2,90%
Finansal Kayıplar	88.269.360	0,79%
Hukuksal Koruma	11.028.601	0,10%
Destek	97.791.138	0,87%
Hayat Grubu Toplam	**1.563.712.277**	**12,2%**
Hayat Dışı Toplam	**11.216.365.429**	**87,8%**
Toplam	**12.780.077.707**	**100,0%**

Kaynak: TSB, 2015

2015 verilerine göre şirketlerin pazar payı en fazla hayat dışı prim üretiminde olmuş, %87,8 oranında toplam prim üretimi üzerinden pay edinilmiştir. Hayat grubunda ise toplam prim üretiminin %12,2'si gerçekleşmiştir.

Tablo 22: Hayat Dışı Prim Üretiminde İlk 10 Şirket (Mayıs 2015)

Şirket	Toplam Üretim (TL)	Pazar Payı %
Allianz Sigorta AŞ	1.537.018.839	13,70%
Anadolu Anonim Türk Sigorta Şirketi	1.484.241.341	13,23%
Axa Sigorta AŞ	1.248.617.223	11,13%
Mapfre Genel Sigorta AŞ	755.648.226	6,74%
Aksigorta AŞ	723.939.192	6,45%
Groupama Sigorta AŞ	648.195.883	5,78%
Güneş Sigorta AŞ	556.314.954	4,96%
Ziraat Sigorta AŞ	517.280.321	4,61%
Eureko Sigorta AŞ	409.264.007	3,65%
Sompo Japan Sigorta AŞ	345.167.598	3,08%

Kaynak: TSB, 2015

2015 senesinde toplam prim üretiminde yer alan ilk 10 şirketin o seneki toplam üretimin %73,34'ünü karşıladığı görülmektedir. Üretilen toplam prim miktarı ise ilk 10 şirket bazında 8.225.687.585 TL olup, tüm şirketler toplamında ise 11.216.365.429 TL'dir. Burada tablo olarak sunulmamakla birlikte TSB 2015 verileri içerisinde karşılaştırmalı

olarak yer alan tabloya göre bir önceki senede de aynı şirketler ilk 10 içerisine dâhil olmuş ve toplam pazar payının %75,22'sini almışlardır.[257]

Tablo 23: Satış Kanalı Bazında Genel Prim Üretimi (Mayıs 2015)

Branş	Merkez	Acente	Banka	Broker	Diğer	Toplam
Kaza	36.671.468	179.050.461	229.213.126	20.098.105	1.353.261	466.386.420
Hastalık-Sağlık	369.277.749	682.566.072	117.245.115	494.452.506	10.067	1.663.551.508
Kara Araçları	16.343.527	1.861.023.258	205.202.457	138.459.616	1.319.167	2.222.348.025
Raylı Araçlar	0	5.767	0	0	0	5.767
Hava Araçları	5.027.143	9.796.576	390.418	1.462.336	612.177	17.288.650
Su Araçları	6.905.149	33.847.689	7.366.841	17.767.758	3.003.086	68.890.524
Nakliyat	21.993.392	131.378.639	8.172.283	69.354.685	5.141.450	236.040.449
Yangın ve Doğal Afetler	183.628.010	880.713.915	458.865.413	299.426.484	44.146.648	1.866.780.471
Genel Zararlar	108.325.531	697.533.955	499.511.231	110.157.693	169.533.425	1.585.061.835
Kara Araçları Sorumluluk	35.856.708	2.301.895.681	34.925.445	107.480.365	8.216.760	2.488.374.958
Hava Araçları Sorumluluk	5.393.265	5.926.384	3.609.424	7.748.203	474.921	23.152.197
Su Araçları	1.732.585	190.009	43.292	7.660.821	0	9.626.708
Genel Sorumluluk Toplam	32.408.110	153.204.118	35.792.743	100.529.514	3.874.658	325.809.142
Kredi	23.108.296	8.131.316	11.340.464	40.681.440	5.007.844	88.269.360
Kefalet	5.854.316	1.396.030	1.169.552	2.602.945	5.758	11.028.601
Finansal Kayıplar	13.513.864	41.811.805	17.633.262	24.759.057	73.150	97.791.139
Hukuksal Koruma	189.654	26.587.348	16.491.515	1.058.176	1.493	44.328.185
Destek	1.631.490	0	0	0	0	1.631.490
Hayat Grubu Toplam	159.240.625	109.055.423	1.249.660.498	45.084.947	670.785	1.563.712.278
Hayat Dışı Toplam	867.860.259	7.015.059.023	1.646.972.580	1.443.699.703	242.773.864	11.216.365.429
Toplam	1.027.100.884	7.124.114.446	2.896.633.079	1.488.784.650	243.444.649	12.780.077.707

Kaynak: TSB, 2015

Mayıs 2015 verilerine göre hayat dışı sigortalarda bankalar yangın ve doğal afetler branşında 458.865.413 TL, genel zararlar branşında 499.511.231 TL prim üretimi yaparak en fazla bu iki branşta prim üretimine katılmışlardır. Kaza sigortası branşında

[257] TSB, **a.g.e.,** 2015

%49,1 oranıyla en fazla prim üretimini bankalar üstlenmiştir. Hayat grubundaki prim üretiminde ise 79,9% oran ile bankalar ilk sırada yer almaktadır.[258]

2012 senesindeki prim üretim oranlarına bakılarak 2012, 2015 ve 2021 senesine ait verileri karşılaştırma amacı güderek bankaların branş bazında performans artışını gözlemleme hedeflenmektedir. Aşağıdaki tabloda Mayıs 2012 senesine ait genel prim üretimi ve payları verilmiştir.[259]

Tablo 24: Genel Prim Üretimi ve Paylar (Mayıs 2012)

Branş	2012-5 Prim Üretimi (TL)	Pay %
Kaza	271.841.889	3,22
Hastalık-Sağlık	1.139.586.219	13,51
Kara Araçları	1.811.960.050	21,48
Raylı Araçlar	241.620	0,00
Hava Araçları	10.083.160	0,12
Su Araçları	51.144.889	0,61
Nakliyat	179.317.284	2,13
Yangın ve Doğal Afetler	1.091.306.141	12,94
Genel Zararlar	867.793.581	10,29
Kara Araçları Sorumluluk	1.481.018.397	17,56
Hava Araçları Sorumluluk	24.659.471	0,29
Su Araçları	316.012	0,00
Genel Sorumluluk Toplam	181.536.790	2,15
Kredi	39.334.925	0,47
Kefalet	10.001.306	0,12
Finansal Kayıplar	53.482.715	0,63
Hukuksal Koruma	23.490.528	0,28
Destek	1.589.489	0,02
Hayat Grubu Toplam	**1.196.891.604**	**14,19**
Hayat Dışı Toplam	**7.238.704.465**	**85,81**
Toplam	**8.435.596.069**	**100,00**

Kaynak: TSB, 2012

Mayıs 2012 senesine ait genel prim üretim oranları en fazla prim üretiminin %85,81 oranında hayat dışı branşlarda gerçekleştiğini, bu oranın da 7.38.704.465 TL olduğunu göstermiştir. Bu oranın şirketler bazında dağılımı ise aşağıda sunulmuştur.[260]

[258] TSB, **a.g.e.,** 2015
[259] TSB. **Genel Sigorta Prim Üretimi,** 2012, www.tsb.org.tr (Erişim Tarihi: 01.05.2021)
[260] TSB, **a.g.e.,** 2012

Tablo 25: Genel Prim Üretiminde İlk 10 Şirket ve Pazar Payları (Hayat Dışı-Mayıs 2012)

Şirket	Toplam Üretim (TL)	Pazar Payı %
Anadolu	977.192.425	% 13,50
Axa	940.820.221	% 13,00
Allianz	596.535.371	% 8,24
Ak	592.798.003	% 8,19
Yapı Kredi	470.551.413	% 6,50
Mapfre Genel	394.805.419	% 5,45
Groupama	393.314.219	% 5,43
Gunes	355.512.667	% 4,91
Eureko	305.182.658	% 4,22
Ergo	301.550.651	% 4,17
Toplam	5.328.263.045	%73,61

Kaynak: TSB, 2012

Mayıs 2012 verilerine göre genel prim üretiminde (hayat dışı) en fazla Pazar payına sahip şirket Anadolu sigortadır. %13,50 ile birinci sırada yer alan Anadolu sigortadan sonra %13 ile ikinci sırada Axa sigorta gelmektedir.[261]

Tablo 26: Satış Kanalı Bazında Genel Prim Üretimi (Mayıs 2012)

Branş	Merkez	Acente	Banka	Broker	Toplam
Kaza	9.780.551	105.438.472	90.859.537	12.992.004	219.070.565
Hastalık-Sağlık	177.936.222	389.588.605	136.903.567	247.624.313	952.052.707
Kara Araçları	13.733.345	1.539.149.886	152.561.436	106.515.384	1.811.960.050
Raylı Araçlar	51.042	178.171	-	12.407	241.620
Hava Araçları	3.746.810	4.313.407	701.121	1.321.823	10.083.160
Su Araçları	- 1.703.985	28.073.558	7.413.042	17.362.274	51.144.889
Nakliyat	19.003.814	97.862.271	9.734.461	52.716.738	179.317.284
Yangın ve Doğal Afetler	97.246.460	522.772.292	297.912.867	173.374.522	1.091.306.141
Genel Zararlar	83.475.251	449.091.294	245.940.177	89.286.859	867.793.581
Kara Araçları Sorumluluk	19.576.972	1.384.017.114	21.582.491	55.841.820	1.481.018.397
Hava Araçları Sorumluluk	5.458.328	5.436.492	4.852.377	8.912.274	24.659.471
Su Araçları	-	76.980	-	239.032	316.012
Genel Sorumluluk Toplam	23.988.789	88.621.486	13.790.150	55.136.365	181.536.790

[261] TSB, **a.g.e.,** 2012

Kredi	13.579.228	6.023.927	2.377.180	17.354.589	39.334.925
Kefalet	4.932.562	1.024.884	1.704.761	2.339.099	10.001.306
Finansal Kayıplar	8.139.826	19.245.319	14.963.729	11.133.841	53.482.715
Hukuksal Koruma	139.354	17.122.187	5.537.787	691.200	23.490.528
Destek	1.589.489	-	-	-	1.589.489
Hayat Grubu Toplam	**27.471**	**18.097.560**	**783.649**	**309.240**	**19.217.920**
Hayat Dışı Toplam	**480.674.057**	**4.658.036.344**	**1.006.834.683**	**852.854.544**	**6.998.399.629**
Toplam	**480.701.528**	**4.676.133.904**	**1.007.618.332**	**853.163.784**	**7.017.617.549**

Kaynak: TSB, 2012

Mayıs 2012 verilerine göre kaza branşında %48,13'lük pay ile en fazla prim üretimi acentelere, %41,46 oranıyla ikinci sırada ise bankalara aittir. Bankalar yangın ve doğal afet branşında da aynı şekilde %47,90 ile acenteler birinci sırada iken, %27,30 oranları ile ikinci sıradadırlar. Finansal kayıplar branşında da %27,90 ile acentelerden sonra ikinci sırada yer alırlarken, hukuksal koruma branşında da 23,57% oranıyla ikinci sırada yer almışlardır. Mayıs 2012 senesinde hayat dışı branşlarda prim üretiminde toplamda 66,56% oran ile acenteler birinci, %14,39 ile bankalar ikinci, %12,19 ile broker üçüncü ve %6,87 ile merkez dördüncü sırada yer almıştır. Hayat branşında %94,17 ile acenteler birinci sırada yer alırken, %4,08 ile bankalar ikinci sırada yer almışlardır.[262]

[262] TSB, **a.g.e.,** 2012

Tablo 27: Hayat Branşında Bankasürans Üretimi Yapan-Yapmayan Şirketlerin Brüt H/P Oranlarında 2014-2020 Yılları Arasındaki Değişimin Analizi

HAYAT BRANŞI (E+H)	BANKASÜRANS YAPAN ŞİRKETLERİN			BANKASÜRANS YAPMAYAN ŞİRKETLERİN		BANKASÜRANS PRİMİ /TOPLAM PRİM % 40 VE ÜZERİ OLAN ŞİRKET		BANKASÜRANS PRİMİ / TOPLAM PRİM ORANI % 80 VE ÜZERİ OLAN ŞİRKET	
YILLAR	SAYISI	BANKASÜRANS PRİM PAYI ORTALAMASI	BRÜT H/P ORTALAMASI	SAYISI	BRÜT H/P ORTALAMASI	SAYISI	BRÜT H/P ORTALAMASI	SAYISI	BRÜT H/P ORTALAMASI
2020	17	69%	42,40%	4	369,20%	13	30,80%	11	28,50%
2019	18	69%	44,90%	4	290,20%	15	32,40%	11	30,30%
2018	18	69%	55,00%	4	244,20%	14	37,70%	11	34,80%
2017	17	73%	47,60%	4	148,90%	13	36,20%	11	34,00%
2016	18	75%	50,06%	4	104,90%	15	53,30%	12	40,50%
2015	20	67%	76,30%	5	239,60%	15	46,20%	11	34,40%
2014	19	72%	70,60%	5	186,30%	16	67,00%	12	44,60%
ORTALAMA	**18**	**71%**	**55%**	**4**	**226%**	**14**	**43%**	**11**	**35%**

Kaynak: TSB 2021

Yukarıdaki tabloya göre Hayat Sigortacılığı Branşında bankasürans üretimi yapan şirketler ile yapmayan şirketlerin teknik karlılığını açıklayan en önemli verisi olan, brüt hasar/ prim oranına göre analizi yapılmıştır. Analizde 2014-2020 yılları arasında satış kanalı bazında sigorta şirketlerinin üretim payı oranları ve brüt hasar prim oranları dikkate alınmıştır. Buna göre çıkarımlar aşağıdaki gibidir;

i) 2014 yılında bankasürans üretimi yapan hayat sigorta şirketi sayısı 19 iken 2020 yılında 17' ye düşmüş, bu şirketlerin bankasürans payları ortalaması %72 iken 2020 yılında %69'ya düşmüştür. Bununla beraber brüt hasar prim ortalaması 2014 yılında %70,60 iken 2020 yılına kadar ciddi bir iyileşme gösterip %42,40 ortalamasına ulaşmıştır.

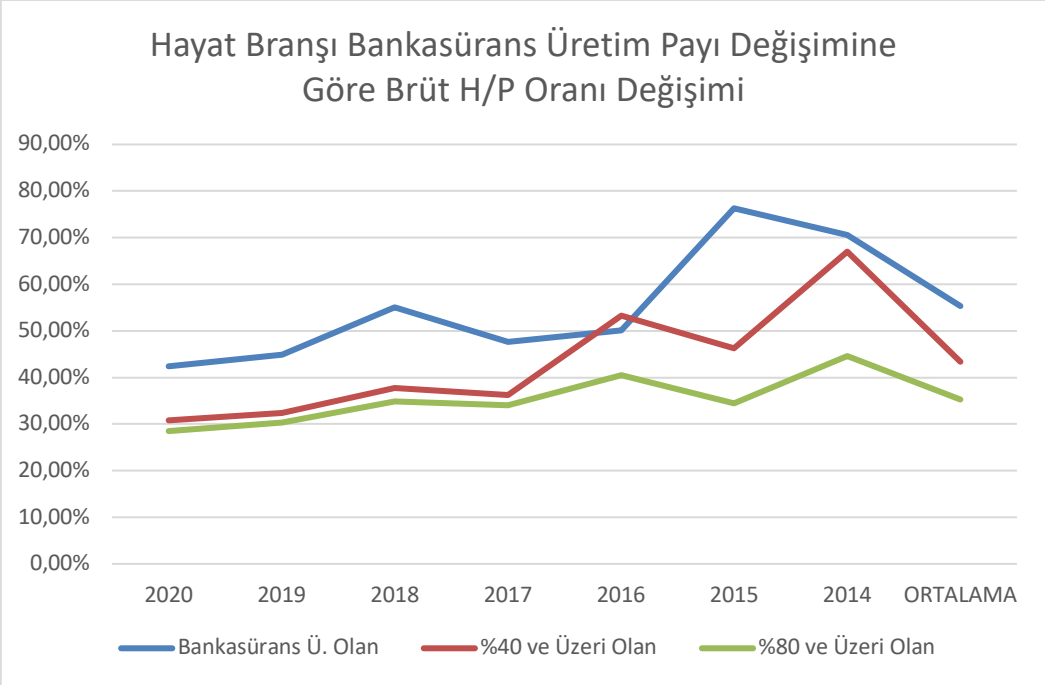
ii) Bankasürans üretimi yapmayan şirket sayısı 2014'de 5 iken, 2020 yılında 4 adettir. 2014 yılında bu şirketlerinde brüt hasar prim ortalamaları %186,30 iken, 2020 yılında daha da kötüleşmiş ve %369,20' ye ulaşmıştır.

iii) Bankasürans prim üretimi payı, toplam prim üretim içindeki payından %40 ve üzeri olan sigorta şirketlerinin brüt hasar prim ortalaması oranı 2014 yılında %67 iken, 2020 yılında %30,80'e ulaşacak şekilde iyileşme göstermiştir.

iv) Bankasürans prim üretimi payı, toplam prim üretim içindeki payından %80 ve üzeri olan sigorta şirketlerinin brüt hasar prim ortalaması oranı 2014 yılında %44,60 iken, 2020 yılında %28,50'e ulaşacak şekilde iyileşme göstermiştir.

Buna göre hayat branşında belli baz üretimine ulaşmış şirketlerin, banka kanalından üretimi artırdıkça brüt hasar prim oranlarının teknik anlamda iyileşme gösterdiğini çıkartabiliriz.

17 no' lu grafikte bu gelişim gösterilmektedir.



Grafik 17: Bankasürans Payı Artışının Hayat Branşında Brüt H/P' ye Etki Analizi (2014-2020)

Tablo 28: Hayat Dışı Branşında Bankasürans Üretimi Yapan-Yapmayan Şirketlerin Brüt H/P Oranlarında 2014-2020 Yılları Arasındaki Değişimin Analizi

HAYAT DIŞI BRANŞ (E+H+HD)	BANKASÜRANS YAPAN ŞİRKETLERİN			BANKASÜRANS YAPMAYAN ŞİRKETLERİN		BANKASÜRANS PRİMİ /TOPLAM PRİM % 40 VE ÜZERİ OLAN ŞİRKET		BANKASÜRANS PRİMİ / TOPLAM PRİM ORANI % 80 VE ÜZERİ OLAN ŞİRKET	
YILLAR	SAYISI	BANKASÜRANS PRİM PAYI ORTALAMASI	BRÜT H/P ORTALAMASI	SAYISI	BRÜT H/P ORTALAMASI	SAYISI	BRÜT H/P ORTALAMASI	SAYISI	BRÜT H/P ORTALAMASI
2020	26	32%	48,70%	28	67,50%	8	21,90%	5	15,40%
2019	32	37%	50,60%	27	61,60%	13	28,80%	7	13,80%
2018	32	37%	56,80%	25	70,30%	12	21,90%	9	14,40%
2017	32	35%	44,70%	25	73,00%	12	8,70%	7	20,00%
2016	33	35%	53,10%	22	74,60%	11	23,50%	9	16,50%
2015	33	34%	64,50%	21	71,90%	11	31,50%	8	20,50%
2014	33	31%	57,80%	21	71,90%	10	39,50%	5	22,90%
ORTALAMA	**32**	**34%**	**54%**	**24**	**70%**	**11**	**25%**	**7**	**18%**

Kaynak: TSB 2021

* 100.000 TL ALTI PRİM ÜRETİMİ OLAN ŞİRKETLER DİKKATE ALINMAMIŞTIR.

** EUREKO SİGORTA 2020 YILINDA SATIŞ KANALI BAZINDA PRİM DAĞILIMI ORANINI PAYLAŞMAMIŞTIR.

*** GROUPAMA SİGORTA 2020 YILINDA BRÜT HP ORANI (-) %476 OLDUĞUNDAN DİKKATE ALINMAMIŞTIR

Yukarıdaki tabloya göre Hayat Dışı Branşında bankasürans üretimi yapan şirketler ile yapmayan şirketlerin brüt hasar/ prim oranı analizi yapılmıştır. Analizde 2014-2020 yılları arasında satış kanalı bazında sigorta şirketlerinin üretim payı oranları ve brüt hasar prim oranları dikkate alınmıştır. Buna göre;

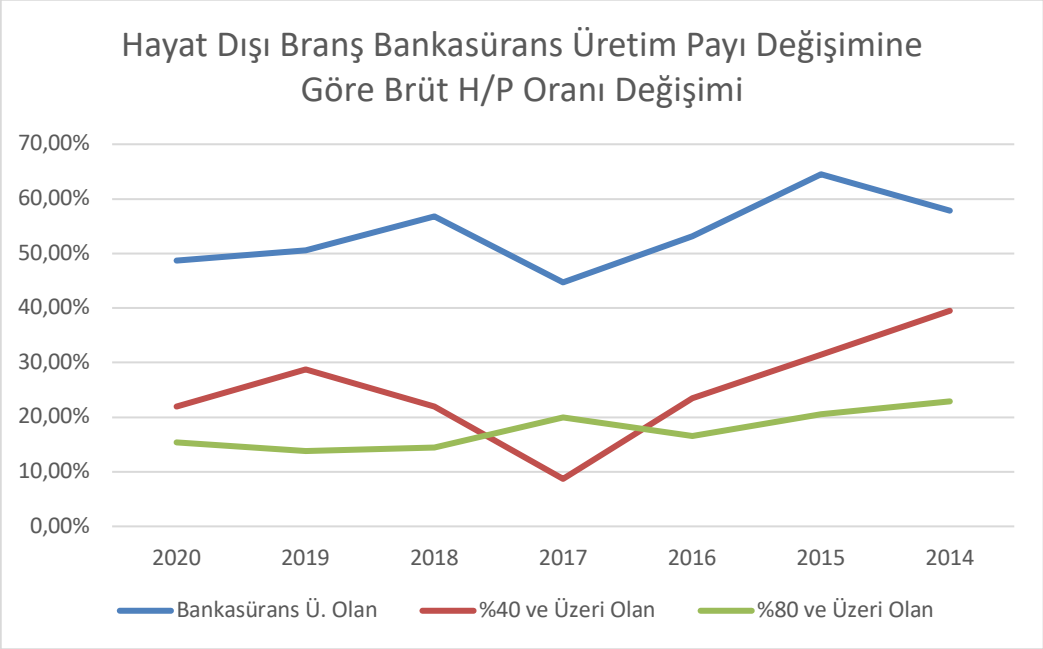
i) 2014 yılında bankasürans üretimi yapan hayat dışı sigorta şirketi sayısı 33 iken 2020 yılında 26' ya düşmüş, bu şirketlerin bankasürans payları ortalaması %31 iken 2020 yılında %32 ye yükselmiştir. Bununla beraber brüt hasar prim ortalaması 2014 yılında %57,80 iken 2020 yılına kadar +%10 puanlık iyileşme ile %48,70 ortalamasına ulaşmıştır.

ii) Bankasürans üretimi yapmayan şirket sayısı 2014' de 21 iken, 2020 yılında 28'e çıkmıştır. 2014 yılında bu şirketlerinde brüt hasar prim ortalamaları %71,90 iken, 2020 yılında ve %67,50 olmuştur.

iii) Bankasürans prim üretimi payı, toplam prim üretim içindeki payından %40 ve üzeri olan sigorta şirketlerinin brüt hasar prim ortalaması oranı 2014 yılında %39,50 iken, 2020 yılında %21,90'e ulaşacak şekilde iyileşme göstermiştir.

iv) Bankasürans prim üretimi payı, toplam prim üretim içindeki payından %80 ve üzeri olan sigorta şirketlerinin brüt hasar prim ortalaması oranı 2014 yılında %22,90 iken, 2020 yılında %15,40 olmuştur.

Buna göre hayat dışı branşlarda belli baz üretime ulaşmış şirketlerin, banka kanalıyla üretimleri arttıkça brüt hasar prim oranlarının teknik anlamda iyileşme gösterdiğini, bunun yanında banka müşterilerine yönelik ürünler tasarlayan, bu kanala yatırım yapan şirketlerin pozitif yönde ayrıştığı ifade edilebilir.



Grafik 18: Bankasürans Payı Artışının Hayat Dışı Branşında Brüt H/P' ye Etki Analizi (2014-2020)

GENEL DEĞERLENDİRME

Banka sigortacılığına yönelik olumlu bakış açıları olduğu kadar, uygulamada başarısızlık getireceği yönündeki düşünceler de bir hayli fazladır. Özellikle Türkiye'de sigorta acenteleri banka sigortacılığının çeşitli uygulamalarla sigortalı ve sigorta şirketlerine mağduriyet yaşattıklarını savunmakta, bu nedenle de sistemi eleştirmektedirler. Bu eleştiriler genellikle haksız rekabet üzerine yoğunlaşmaktadır. Bankaların müşteri potansiyeli sigorta şirketlerine kıyasla bir hayli fazladır. Bu nedenle bankalar banka sigortacılığı faaliyetleri kapsamında potansiyel müşterilerine kredi kullanımı sırasında sigortayı kendilerinden sağlamalarını zorunlu şart olarak sunabilmektedirler. Bankaların yüksek komisyon elde etmek adına öne sürdükleri bu şart sigorta sektörü açısından etik bulunmamakta, özellikle bu yönüyle eleştirilmektedir. Bunun yanında eleştiri alan iki diğer hususdan birincisi bankaların sigorta priminin yüksek hesaplanması için yanlış uygulamalar gerçekleştirmeleri, diğeri ise bankalarda sigorta işlemiyle ilgilenen personelin yeterliliği şüphesi hakkındadır. Sigorta şirketleri sigorta primi hesaplaması sırasında yüksek hesaplama amacıyla yanlış uygulamalar

yaptıklarında insanların sigorta şirketlerine olan güveni de bu durumdan etkilenmekte ve sarsılmaktadır. Bu durum sektöre antipati oluşturarak potansiyel müşterinin de hizmet almaktan kaçınmasına sebebiyet verebilmektedir. Bunun yanında sigorta şirketleri kendi profesyonel alanlarında bankacıların sonradan dağıtım aracı olduklarını, bu nedenle hizmet veren personelin de yeterince bilgi sahibi olmadığını, yeterli bilgi ve eğitime sahip olmadıklarını savunurlar. Sigortacılık ürün satışının normal bir pazarlama çalışmasından daha fazla öneme sahip olduğunu savunan sigorta şirketlerine göre personelin doğrudan bu satış işleminde görevlendirilmesi işlemlerin gereğinden fazla zaman almasına, aynı zamanda hatalı işlemlerin de yapılmasına yol açmaktadır.[263]

[263] PEHLİVAN, **a.g.m**., s.33-34

SONUÇ

Finansal deregülasyon ve küreselleşmenin ortaya çıkmasıyla birlikte bankacılık sektöründe rekabet her geçen gün kızışmaktadır. Bu rekabetle beraber bankaların ayakta kalması adına farklı finansal alanlarla etkileşim halinde olmaları, aynı zamanda farklı ürün ve hizmet üretimi sahalarına geçmeleri tavsiye edilmektedir. Bu tavsiyeler ve bankaların sigorta sahasıyla etkileşimi sebebiyle bankacılıkta son 20 senede büyük bir ivme kazanan *banka sigortacılığı* (bankasürans) hem yeni, hem de bankacılık ve sigortacılık sektörüne hareket kazandıran bir hizmet alanı olmuştur.

Banka sigortacılığı, müşterilere sigorta poliçesi satmak için banka ve sigorta şirketlerinin bir araya geldiği bir iş modelidir. Bu modelde sigorta poliçeleri bir bankanın yerleşik dağıtım kanalları aracılığıyla müşterilerine ulaşmakta, böylece bankacılık ile sigortacılık sektörü bütünleşik yeni bir sektör yaratmaktadır. Banka, sigorta poliçesi satarak faiz dışında gelir elde eder. Buna ücretli gelir denir. Bu gelir banka için tamamen risksizdir, çünkü banka sadece sigorta şirketine iş sağlamak için bir aracı rolü oynamaktadır. Bankaların ekstra kazanç sağladıkları, sigorta sektörünün ise mevcut hizmetini sunarken daha çok kişiye ulaşabildiği banka sigortacılığı modeli, oldukça gelişmiş ve her iki sektöre de kar sağlayan bir çalışma modelidir. Yenilikçi ürünlerin piyasaya sürülmesi, artan sayıda konut ipoteği finansmanı seçeneğine eşlik edecek hayat sigortası ürünleri ihtiyacı, müşterilerin teminat alma konusundaki farkındalıkları banka sigortacılığının kısa sürede yaygınlaşmasını ve gelişmesini sağlamıştır.

Dünyada banka sigortacılığına yönelik uygulamalara bakıldığında özellikle üç tür uygulama olduğu görülmektedir. Bankanın sigorta şirketini bir aracısı kabul ettiği bağımsız denetim antlaşması, bankanın bir veya birden fazla sigorta şirketiyle dağıtım anlaşmasında olduğu ortak girişim ve banka ile sigorta şirketinin birleşerek yeni bir oluşum kurdukları tam bütünleşme antlaşması şeklindedir. Genel bir değerlendirme yaptığımızda 1975 senesinde aktif olarak başlayan –Avrupa'da- banka sigortacılığı 1985 senesine değin bankaların kendi faaliyetlerine ek olarak sigortacılık faaliyetlerini kendi müşterilerine ek olarak sundukları bir sigorta satış tekniği şeklinde ilerlemiş,

1900'lı yıllarla birlikte yaygınlaşmaya ve sistematik bir hal almaya başlamıştır. 1990'lı yıllardan 2000'li yıllara değin Avrupa merkezli olarak ilerleyen banka sigortacılığı, 2000'li yıllardan sonra küreselleşmenin de etkisiyle yaygınlık kazanmıştır. Avrupa genelinde bakıldığında ilk etapta *Barclays Life* adlı şirketle İngiltere'de başlayan banka sigortacılığı, bu ülkede zaman içerisinde daha da gelişmiş, 1997 senesinden itibaren finans piyasalarının denetimini üstlenen FSA'nın 1999 senesinden itibaren sigorta faaliyetlerine ilişkin serbestlik sunmasıyla ülkede rağbet görmeye başlamıştır. İngiltere'de bulunan *Barclays Life Insurance, Lloyds Bank, HBOS* gibi yapılanmalar özellikle banka ve banka gücünün birleşimiyle oluşan yeni sigortacılık yapılanmalarıyla başta şube üzerinden hizmet vermekle birlikte internet şubesi ve internetin sağladığı kolaylıklarla banka sigortacılığını daha da yaygın hale getirmişlerdir. Elbette ki bu husus İngiltere ile sınırlı değildir. İtalya, Fransa ve Hollanda gibi ülkelerde de birçok banka hem banka yapılanmasında hem de kurduğu işbirliği ile sigorta yapılanmasıyla internet teknolojilerini de kullanarak banka sigortacılığını yaygınlaştırmışlardır.

Çalışmamız kapsamında branşlar bazında dünya değerlendirmesinde; ABD, Avrupa-Orta Doğu-Afrika ve Asya-Pasifik olmak üzere üç ayrı bölge sınıflandırması yapılmış ve bu şekilde banka sigortacılığının mevcut durumu yorumlanmıştır. 2020 yılında gelişmiş ülkelerin dünyadaki prim üretiminde %80'lik, gelişmekte olan ülkelerin ise %20'lik paya sahip oldukları görülmektedir. Bu üretim karşısında hangi dağıtıcıların ne tür bir payının olduğunun bilinmesi, sigortacılık sektörünün geleceği hakkında da fikir sahibi olmamızı sağlayacaktır. Hayat branşı kapsamında bakıldığında acentelerin payı birinci sıradadır; ancak banka sigortacılığı yaklaşık 4 senelik bir sürede %2 pay artışına gitmiş ve gelecek vaat etmiştir. Hayat dışı branşta ise küresel pazarın hâkimi brokerlerdir. ABD yasal çerçevelerin yeterli izni sunmaması sebebiyle banka sigortacılığında istenen düzeyde değildir. Avrupa, Orta Doğu ve Afrika üçgeninde neredeyse %50'lik bir pay banka sigortacılığına ait olup, küresel pazarın hemen hemen büyük bir kısmında Avrupa'daki banka sigortacılığı faaliyetleri sebebiyle pay alınabilmektedir. Asya – Pasifik bölgesinde ise acenteler ilk sırada olmakla birlikte yeni yeni gelişen bir banka sigortacılığı pazarı dikkat çekmektedir. Hayat dışı branşlarda ABD'de en yüksek pay brokerlere, Avrupa, Orta Doğu ve Afrika üçgeninde acentelere, Asya-Pasifik'te ise yine brokerlere aittir. 1980 senesinden 2000'lere değin sigorta

pazarındaki değişimlerle birlikte ABD'de banka sigortacılığında henüz istenen aşamada olunmadığı görülürken, Avrupa'nın banka sigortacılığını besleyen kanal olduğu, Asya-Pasifik'te ise ilerleyen zaman içerisinde oranların daha da yükseleceği tahmin edilmektedir.

Türkiye'de bankaların 2000'li yıllardan itibaren sigorta satışındaki payı yükselmektedir. TSB'nin yayınlamış olduğu raporlara göre dönemsel olarak %1-2'lik oynamalar olmakla birlikte genel seyirde banka sigortacılığı giderek artış eğiliminde olduğu gözlemlenmektedir. 2009 senesinde %18,59 olan banka payı, 2018 senesinde %22,44'e yükselmiştir. Dolayısıyla dağıtımda acentelerin başı çektiği sıralamada, banka sigortacılığı da her geçen gün kendi payını artırmaktadır.

Türkiye'de mevcut durumda en yüksek prim üretimi hayat dışı branşlarda gerçekleşmektedir. Hayat sigortalarının ardından sırasıyla yangın, tarım/hayvan, ferdi kaza ve diğer sigortalar gelmektedir. Primlerin satış kanalı bazında değerlendirmesi yapıldığında, 2019 verileri bankaların en fazla kaza sigortasında satışta bulunduklarını, hatta %60'lık oranın bankalarda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hayat dışı branşlarda ise acentelerin faaliyetleri ağırlıklıdır. Yine veriler Mayıs 2021verileri incelendiğinde hayat grubunda birinci sırada acentelerin, ikinci sırada bankaların olduğu; hayat dışı grupta ise bankaların birinci sırada olduğu görülmektedir. Satış kanalı bazında bir değerlendirme yapıldığında branşa bağlı olarak bankaların da payında değişimler olmaktadır. Örneğin; zorunlu trafik sigortası kategorisinde Eureko Sigortanın ürünlerinin %32,8'ini, Gulf Sigortanın %45'ini, Türkiye sigortanın %4,2'sini bankalar satmaktadır.

Türkiye'de hayat sigortacılığı uygulamalarında ise müşteriye yönelik stratejik pazarlama, satış koordinasyon, çapraz satış ve internet tabanlı satışın uygulandığı görülmektedir. Türkiye'de banka sigortacılığında satış şekli daha çok satış grubundaki ürün ve hizmete bağlı olarak değişmektedir. Örneğin; Mayıs 2021 verileri kaza sigortasında %93,1 ile ilk sırada geleneksel yöntemlerle satış yapıldığını, hastalık sağlık sigortası branşında %99,8 oranında geleneksel yöntemlerle satış yapıldığını, kara araçları branşında %99,4 oranında geleneksel yöntemlerle satış yapıldığını göstermiştir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında; Banka sigortacılığının mevcut gelişimine bakıldığında Avrupa'da en yüksek banka sigortacılığı penetrasyon oranına sahip

olunduğu, penetrasyon oranı düzenleyici kısıtlamalar nedeniyle Kuzey Amerika'da faaliyetlerin daha düşük seviyede seyrettiği, Asya'da, özellikle Çin ve Hindistan'da ise finansı düzenleyici otoritelerin destekleyici tutumu sayesinde yükselişe geçen olumlu bir tabloda olduğu söylenebilir. Türkiye ise gelişmekte olan bir ülke olarak banka sigortacılığında her geçen gün aşama kaydetmektedir. Özellikle hayat branşlarında banka sigortacılığı hâkimiyetinin gelecek dönemlerde hayat dışı branşlarda da gerçekleşeceğine yönelik tahmin yürütülebilir.

Hem hayat dışı hem de hayat branşında bankasürans kanalında başarı yaratacak formül banka ve sigorta şirketi tarafında aşağıdaki gibidir;

- Uzun süreli iş birliği modelleri uygulanmalı,
- Hem banka hem sigorta şirketi kaliteli ve bilgi sahibi kişileri insan kaynağını bu kanala yönlendirmeli, tecrübesi olmayan insan kaynağını kullanmamalı, kanala kıt kaynak ayrılmamalı,
- Müşteriyi dinlemeli ve memnuniyeti ölçmeli,
- Müşteriye ve ihtiyaca uygun ürün tasarlanmalı,
- Banka içi tüm satış kanaları etkin kullanılmalı,
- Tüm banka satış gücündeki kişilerin minimum temel sigortacılık olmak üzere, profesyonel sigortacılık satış ve ürün eğitimleri verilmeli, sertifika sahipliği organize edilmelidir.
- Riskli branşlarda ve büyük sigorta bedelli işlemler için hem sigorta şirketi ve hem banka kanalı özel sigorta brokeri ekibi kurmalı veya profesyonel iş ortağı/danışman kullanmalıdır.
- Verim alabilmek ve olumlu hasar/prim oranına hızla ulaşabilmek için taraflar karşılıklı veri çalışması yapmalı, ürün bazında pazar payı kazanacak stratejiler oluşturmalıdır.
- Kar amaçlı hareket edip müşteri sadakatini ve marka itibarını zedeleyici uygulamalardan kaçınılmalıdır.

KAYNAKÇA

ALTUN, Altuğ, **Sigortacılık Sektöründe Acentelerin Önemi**. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2007

ARSEVEN, Haydar, "Sigortanın Tarihçesi ve Geri Kalmışlığımızın Nedenleri". İstanbul **Üniversitesi İktisat Mecmuası.** Sayı 43, 1987, ss.415-433

AvivaSA EMEKLİLİK. **Hakkımızda**, 2021, https://www.avivasa.com.tr/ (Erişim Tarihi: 06.06.2021).

BAGMET, Kim etc. "Bank-Insurance Integration Level In Ukraine: Science-Methodological Approach". **The Journal of Applied Business Research**. Vol.31, No.6, 2015, pp.2253-2268

BARCLAYS, **Who We Are**, 2021, www.barclays.com (Erişim Tarihi: 01.05.2021)

BARUA, Abheek, **Bancassurance: New Concept Catching up In India**. The Chartered Accoun, 2004

BASKICI, Murat, "Osmanlı Anadolu'sunda Sigorta Piyasası", **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi A.Ü.S.B.F. Dergisi**, Cilt 57, Sayı 4, 2002, ss.1-16

BAYRAKDAROĞLU, Ali, **Bankacılık ve Sigortacılık Ders Notu,** Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İşletme Bölümü, 2013.

BBC NEWS, **Lloyds hit by record £117m fine over PPI handling,** 2015, www.bbc.com.tr (Erişim Tarihi: 01.05.2021)

BERBERICH, Kerstin, "Bancassurance In Europe: Concept and Market Overview", **RiskInsights- For Life&Health Insurance Executives**, Vol.4, No.2, 2000, pp.10-19

BHAT, Ramesh and DIXIT, Mumammed R., "Bancassurance : Exploiting an opportunity with partnerships", **vikalpa,** Vol.30, No.3, 2005, pp.111-115.

BUL, Ali, **Sigorta Dağıtım Kanallarının Dijitalizasyonu**, 2016, www.researchgate.net (Erişim Tarihi: 11.04.2021).

CHEVALIER, Marjorie, LAUNAY, Carole and MAINGUY, Berangere, **Bancassurance: Analysis of Bancassurance and Its Status Around the World**, Focus, France: SCOR VIE., 2005

CHEN, Zhian & TAN, Jianziong, "Does Bancassurance Add Value for Banks? – Evidence from Mergers and Acquisitions Between European Banks and Insurance Companies", **Research in International Business and Finance,** Vol.25, No.1, 2011, pp.104-112.

CHOUDHURY, Moussumi and SINGH, Ranjith, Customers' Perception regarding Assurance of Bancassurance Channel. **Unauthentifiziert**, Vol.4, No.1, 2016, pp.85-102

COOPER, Jee and LEE, Asie, "Success in Bancasurrance-The Message from 24.000 Customers. The Bancassurance Bulletin". **The Bancassurance Bulletin,** No.1, January-May, U.K. Ernst&Young, 2013, pp.1-40

CORNELIU, Bente, "Insurance of Banking Operational Risk. University of Oradea" **The Faculty of Economics**, 2020, pp.312-318

COWELL,Donald W., **The Marketing of Services**, London: Heineman Ltd., 1985

ÇEMBERCİ, Mustafa, **Sigorta Pazarlaması ve Tüketicinin Bireysel Emeklilik Sistemine Bakış Açısını Test Etmeye Yönelik Bir Araştırma.** Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2007

ÇİPİL, Mahir, **Risk Yönetimi ve Sigortacılık,** Ankara: Nobel Yayıncılık, 2013

ÇUHACI, Kemal, **Milli Reasürans, Açıklamalı Sigorta ve Reasürans Terimleri Sözlüğü**, İstanbul: Milli Reasürans T.A.Ş., 2004

DELOITTE, **Çin'in Banka Sigortacılığı Faaliyet Raporu,** Deloitte Yayınları, 2020.

DUA, Puja etc., "Bancassurance model and its impact on Financial Inclusion: Review and Analysis". **IJRAR**, Vol.6, No.2, 2019, pp.661-669

DUNDURE, Evija and SLOKA, Biruta, "Market Enviroment Factors Influence on Development of Bancassurance in Latvia". **Regional Formation and Development Studies**. Vol.2, No.28, 2019, pp.54-66

ECB, **Financial Stability Review.** 2019, pp.160-169 www.ecb.europa.eu/ (Erişim Tarihi: 03.05.2021)

ERKAN, Nurhan, **Finansal Bütünlesme, Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu.**

EUREKO (2021). Tarihçemiz. https://www.eurekosigorta.com.tr/kurumsal/hakkimizda/eureko-hakkimizda/about (Erişim Tarihi: 03.05.2021)

FAN, Camile K. & LEE, Yui H., "Key Factors Influencing Bancassurance Success - Mainland China Evidence". **J. Service Science & Management**, No.3,2010, pp.520-528

FIELDS, L. Paige, FRASER, Donald R. & KOLARI, James W., "Is Bancassurance a Viable Model for Financial Firms?", **The Journal of Risk and Insurance**, Vol.74, No.4, 2007, pp.777-794.

FIORDELISI, Franco and RICCI, Ornella, "Bancassurance Efficiency Gains: Evidence from the Italian Banking and Insurance Industries", **The European Journal of Finance**, Vol.17, No.9-10, 2011, pp.789-810.

FRIED, Daniel, "Rise of Bancassurance an Asia experience, HSBC Insurance", **International Insurance Society, Taiwan,** 13-16 Temmuz 2008, http://slideplayer.com/slide/6117440/ (01.05.2021).

GONULAL, Serap O., GOULDER, Nick and LESTER, Rodley, "Bancassurance—A Valuable Tool for Developing Insurance in Emerging Markets". **Policy Research Paper,** No.6196, 2012

HANCI, Melahat, **Katılım Bankalarında Sigortacılık İşlemleri ve Uygulaması.** Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2007

HDI INTERNATIONAL, **Sigortacılıkta Yeni Bir Dönem**, 2021, https://www.hdisigorta.com.tr/hdi-hakkinda/hdi-international-ag (Erişim Tarihi: 02.05.2021)

HMB. **2019 Yılı Piyasa Raporu**, 2019, www.hmb.gov.tr (Erişim Tarihi: 02.05.2021)

JAMALDEEN, Faleel, **Islamic Finance for Dummies**, New Jersey John Wiley&Sons., 2012

JONGENELL, Olga C.W., **Bancassurance: Stale or Staunch? A pan-European country analysis,** Erasmus University Rotterdam, 2011

KAHYA, Ferudun ve Mehmet KAHYA, **Sigorta ve Sigortacılık**, Beta Yayınları, İstanbul, 2017.

KALE, P.Ganesh, "Measuring Channel Partners Experience in Bancassurance:An Empirical Study". **International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD),** Vol.3, No.4, 2019, pp.2456-2470

KALOTYCHOU, Elena, "De Facto Versus De Jure Bank-Insurance Ventures In the Greek Market". **The Geneva Papers on Risk and Insurance,** No.14, 2007, pp.91-109

KAMARIC, Tomislava Pavic and PAVIC, Ivan, **Does Bancassurance Affect Performance of Non-life Insurance Sector ?** Case of EU Countries, 2018,. https://www.semanticscholar.org/paper/Does-Bancassurance-Affect-Performance-of-Non-life-Kramaric-Pavi%C4%87/9ccab9f8e8af89e03448218f9c005dfefaf73177 (Erişim Tarihi: 06.06.2021).

KARAN, Bülent. "Banka Sigortacılığı: Bir Swot Analizi". **Reasürör Dergisi**, Sayı 80, 2010, ss.11-20

KARASAR, Şebnem G. **Temel Sigorta Bilgileri ve Sigorta Sektörünün Yapısal Analizi**, Bilyay Yayıncılık, İstanbul, 2006.

KARUNAGARAN, Alan, "Bancassurance: A Feasible Strategy for Banks in India? Reserve Bank of India", **Occasional Papers**, Vol.27, No.3, 2006, pp.125-162.

KETCHA, Namy, **Deposit insurance system design and considerations**, 1999, https://www.bis.org/publ/plcy07o.pdf (Erişim Tarihi: 03.05.2021)

KIRUI, Denya K., **Bancassurance: A Perspective**. East Africa Re., 2012

KÜLEKÇİ, İlknur, **Türk Sigortacılık Sektöründe Hayat Dışı Sigorta Şirketlerinin Etkinlik Analizi**. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2018

LIBERTY MUTUAL, **About Our Company,** 2021 https://www.libertymutualgroup.com/about-lm/corporate-information/overview (Erişim Tarihi: 05.05.2021)

LLYODS BANK, **Home-Business,** 2021 www.lyodsbank.com (Erişim Tarihi: 01.05.2021)

MAMUN, Muhammed Z. & ISLAM, Fahim, **Prospects of Bancassurance In Bangladesh: Possible Synergy and Potentials.** University of Dhaka, 2012

MAPFRE, **Tarihçe,** 2021, https://www.mapfre.com.tr/sigorta-tr/biz-kimiz/mapfre-genel-sigorta/mapfre-genel-sigorta/tarihcemiz/ (Erişim Tarihi: 05.05.2021)

MARSIGLIA, Emanuele & FALAUTANO, Isabella, "Corporate Social Responsibility and Sustainability Challenges for a Bancassurance Company". **Geneva Papers**, No.30, 2005, pp. 485-497

MARZAI, Elda, "The impact of lending on bancassurance activity". **Proceedings of the 13th International Conference on Business Excellence,** 2019, pp.171-181

MCKINSEY & COMPANY, Bankasürans Araştırmaları. https://www.mckinsey.com/tr/our-work/financial-services (Erişim Tarihi: 22.08.2021)

MILL, Alfred, **Ekonomi 101 - Arz-Talep Dengesi ve Ekonomik Büyümeden Döviz Kurları ve Bankacılığa Kadar Ekonomi Hakkında Bilmeniz Gereken Her Şey**. (N. Soysal, Çev.) İstanbul: Say Yayınları, 2017

MORGAN, Gleen etc., "Bancassurance in Britain and France: Innovating Strategies in the Financial Services". **The Geneva Papers on Risk and Insurance**, No.19, 1994, pp.178-195

MURATOĞLU, Mehmet, **Türk Sigorta Sektöründe Dağıtım Kanalları Yapısı ve Şirket ile Acenteler Arasındaki İlişki Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma**. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, 2012

NINOVA, Valentine, "Bancassurance – Application and Advantages for the Insurance Market in Bulgaria". **Journal of Innovations and Sustainability.** Vol.4, No.2, 2018, pp.9-23

NOMER, Cahit ve YUNAK, Hüseyin, **Sigortanın Genel Prensipleri**, İstanbul: Ceyma Matbaacılık, 2000

NURULLAH, Mohammed and STAIKOURAS, Sotiris K., "The Separation of Banking from Insurance: Evidence from Europe". **Multinational Finance Journal,** Vol.12, No.3/4, 2008, pp.157-184

ORIAS. **ORIAS Raport**, 2014, www.orias.fr (Erişim Tarihi: 03.05.2021)

ÖMÜRBEK, Nuri ve ALTIN, Fatma, **Sigortacılık Sektöründe Bilgi Teknolojilerinin Uygulanmasına İlişkin Bir Araştırma.** Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Vol.13, No.3, 2008, ss.105-127

ÖZBOLAT, Murat, **Temel Sigortacılık**, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2014

ÖZDAMAR, Mehmet, "Sigorta Brokeri ve Hukuki Niteliği". **Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi,** Vol.57, No.3, 2008, ss.525-559

PASK, Adrian, **Bancassurance: Details Measure Its Success in Various Countries, Society of Actuaries**, News Direct Newsletter. No.43, 2003, pp.8-42.

PEHLİVAN, Pınar, **Türkiye'de Banka Sigortacılığının Önemi.** I. Uluslararası Sigorta ve Aktüerya Kongresi, 2013, ss.31-39

PENDA, Akama Samuel and TARH, Bande Gulbert M., "The Vialibity Of Bancassurance: It's Development and Significance In Cameroon". **International Journal Of Advanced Research (IJAR).** Vol.7, No.6, 2019, pp. 1067-1090

POPLI, George S. and RAO, Daniel N., **An Empirical Study of Bancassurance: Prospects and Challenges for selling Insurance Products through Banks in India**. Working Paper Series, 2009

RAJASEKAR, Denya and KUMARI, Temriz H., "Bancassurance and its service quality dimensions: A study on customer attitude". **International Journal of Applied Engineering Research,** Vol.9, No.14, 2014, pp.2589–2600

ROTICH, E.Cheptoo, **Effects Of Marketing Intelligence on Sales Performance Of Bancassurance Among Financial Institutions in Kenya**. Kenya: University Of Nairobi, 2016

SAKA, Erim, "Türkiye'de Sigortacılık Faaliyetleri ve Bankasürans". **Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi-BSPAD**, Vol.1, No.2, 2017, ss.33-52

SDB., **Prim Üretimine Göre Acente Dağılımı**, 2016, http://www.sbd.org.tr/tr/basinodasi/Yayin2015.pdf (Erişim Tarihi: 05.05.2021)

SELVAKUMAR, James, "Impact of service quality on customer satisfaction in public sector and private sector banks". **Purushartha** Vol.8, No.1,2015, pp. 1–12

SERGİCİ, Erdoğan, **Sigorta ve Pazarlama: Makaleler,** İstanbul: İsviçre Sigorta ve Hayat Sigorta Yayınları, 2001

SEZAL, Levent, "Türkiye Sigortacılık Sektörünün Değerlendirilmesi ve Faizsiz Sigortacılık Sisteminin Uygulanabilirliği". **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi,** Vol.10, No.52, 2017, ss.1156-1167

SHIU, Yase, "Determinants of United Kingdom General Insurance Company Performance", **British Actuarial Journal,** No.10, 2004, pp.1079-1110

SIDLEY AUSTIN LLP, **The global bancassurance market.** 2014, https://www.insiderengage.com/ (Erişim Tarihi: 01.06.2021)

SINGH, Ranjit & CHOUDHURY, Moussumi, Measuring Customers' Perception in Bancassurance Channel Using Psychometric Scale. **DLSU Business & Economics Review**, Vol.26, No.2, 2017, pp. 67–86

SREEDEVI, Verya and AUGUSKANI, P.Lovelin, "Preference of Bancassurance". **IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM),** Vol.16, No.1, 2014, pp.8-13.

SWISS RE. **Insurance Raport** 2020. www.swissre.com (Erişim Tarihi:01.05.2021)

ŞENER, Habibe Yelda, **Banka Sigortacılığında Müşteri Değerinin Artırılmasına Yönelik Bir Model Önerisi.** Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, 2010

ŞENER, Habibe Yelda ve BEDHİOĞLU, Sema, "Türkiye Sigorta Pazarının Gelişimindeki Ana Unsurların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi EYİ 2013 Özel Sayısı,**2013, ss.523-534

ŞEYRANLIOĞLU, Onur, **Banka Sigortacılığının (Bankasürans) Yapısal Analizi ve Bir Etkinlik Araştırması.** İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2015

TDK, **Türkçe Sözlük.** Ankara: TDK Yayınları, 2021

TEUNISSEN, Mark, "Bancassurance: Tapping into the Banking Strength." **The Geneva Papers,** No.33, 2008, pp.408-417

THE TELEGRAPHY, **Lloyds shares tumble as HBOS slumps to £10bn loss**, 2017, www.thetelegraphy.co.uk (Erişim Tarihi: 02.05.2021)

TSB. **Genel Sigorta Prim Üretimi,** 2015, www.tsb.org.tr (Erişim Tarihi: 01.05.2021)

TSB. **Türkiye Sigorta Birliği Resmi İstatistikleri,** 2018, www.tsb.org.tr (Erişim Tarihi: 02.05.2021)

TSB. **Yıllar İtibariyle Dağıtım Kanallarının Hayat ve Hayat Dışı Branşındaki Payları,** 2020, www.tsb.org.tr (Erişim Tarihi: 01.05.2021)

TUNAY, Necla, "Türkiye'de Bankasürans Uygulamaları ve Türk Banka ve Sigorta Sektörlerine Dinamik Etkileri". **BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar**, Cilt 8, Sayı 1, 2014, ss.35-62

TUNAY, Necla ve DEMİRCİ, Server, "Bankasürans Uygulamalarının Türkiye'de Sigorta Şirketlerinin ve Bankaların Performanslarına Etkisi". **I. Uluslararası Sigorta ve Aktüerya Kongresi,** 2013, ss.51-57

TURAN, Zeynep, **Bankasüransın Önemi**, 2014, http://www.sigortagundem.com/ (Erişim Tarihi: 05.05.2021).

URALCAN, G. Şebnem, **Temel Sigorta Bilgileri ve Sigorta Sektörünün Yapısal Analizi**, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım, 2004

VERSTEEG, Russ, **Early Mesopotamian Law,** Carolina Academic Press, America: North Carolina, 2000

VIOLARIS, Yukla, **Bancassurance in Practice,** Munich Re Group, München – Germany, 2001

XINJIANG, William, "Bank Insurance: A Perspective of International Experiences", **Cnk,** 2005

YAMAMMOTO, Thomas G., "Telefonla Pazarlama", **Pazarlama Dünyası,** Sayı 38, 1993, ss. 16–22.

YASUOKA, Alan, **Prospects for Bancassurance: Trends Towards Integration of Banking Services and Insurance Sales.** Nomura Research Institute, 2005

YENİSU, Ersin, "Sigortacılık Sektörü ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği", **Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Vol.4, No.2, 2019, ss.206- 217

YILDIRIM, Figen ve BAŞAR, Özlem Deniz, **Marka Sloganları Türkiye Sigorta Pazarı'na İlişkin İçerik Analizi,** İstanbul: Beta Yayınları, 2013

YURDAKUL, Müberra ve DALKILIÇ, Nilüfer, "Sigortacılık sektöründe dijital çağ". **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,** Sayı 50, 2016, ss.49-67

YUSUPOVA, Olga A., “Analysis of Credit Institutions Risks In The Bancassurance Market”. **Digest Finance,** Vol.24, No.1, 2019, pp.3–12