



T. C.

MARMARA ÜNİVERSİTESİ

BANKACILIK VE SİGORTACILIK ENSTİTÜSÜ

SİGORTACILIK ANABİLİM DALI

SİGORTACILIK BÖLÜMÜ

**FINANSAL KRİZLERİN BALKAN ÜLKELERİ VE  
TÜRKİYE'DEKİ E-SİGORTACILIK ÜZERE ETKİLERİNİN  
KARŞILAŞTIRILMASI**

**(Yüksek Lisans Tezi)**

Hayırlayan: Belma DRPLJANIN

Istanbul, 2015



T. C.

MARMARA ÜNİVERSİTESİ

BANKACILIK VE SİGORTACILIK ENSTİTÜSÜ

SİGORTACILIK ANABİLİM DALI

SİGORTACILIK BÖLÜMÜ

**FINANSAL KRİZLERİN BALKAN ÜLKELERİ VE  
TÜRKİYE'DEKİ E-SİGORTACILIK ÜZERE ETKİLERİNİN  
KARŞILAŞTIRILMASI**

**(Yüksek Lisans Tezi)**

Hayırlayan: Belma DRPLJANIN

Danışman: Doç.Dr. Ayşe Gül BÖLÜKBAŞI

Istanbul, 2015



T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü

Aşağıda belirtilen lisansüstü tez, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği hükümlerinde belirtilen esaslar çerçevesinde jüri önünde savunulmuş ve jüri tarafından başarılı bulunmuştur.

TEZ BAŞLIĞI : Finansal Krizlerin Balkan Ülkeleri ve Türkiye'deki  
E - Sigortacılık Üzere Etkilerinin Karşılaştırılması

TÜRÜ : Yüksek Lisans

TEZİ HAZIRLAYAN : Belma DRPLJANIN

ANABİLİM DALI : Sigortacılık

SAVUNMA TARİHİ : 03.09.2015

JÜRİ ÜYELERİ :

GÖREVİ

ADI SOYADI

İmza

Danışman

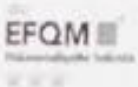
Doç.Dr.Ayşe Gül BÖLÜKBAŞI

Üye

Prof.Dr.Niyazi BERK

Üye

Doç.Dr.Zeynep Dina ÇAKMUR YILDIRTAN



Marmara Üniversitesi Göztepe  
Kampusu Bankacılık ve  
Sigortacılık Enstitüsü 34722  
Kadıköy - İSTANBUL

0 (216) 347 69 51 (Faks)  
0 (216) 418 20 88

[hse@marmara.edu.tr](mailto:hse@marmara.edu.tr)  
<http://hse.marmara.edu.tr>

Ayrıntılı bilgi için: İSOYADI Unvan Memur  
Cemal KURŞUN

## TAAHHÜTNAME

Marmara Üniversitesi  
Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Müdürlüğüne,

Finansal kârların Balkan ülkeleri ve Türkiye'deki Estgortacılık üzere  
tezlerinin karşılaştırılması başlıklı tezime ilişkin olarak;

1. Tezimin fikir/hipotezi tümüyle tarafıma/tez danışmanıma/tez danışmanım ve tarafıma aittir.
2. Genel bilgiler ve tartışma kısmında yer alan tüm cümleler bana aittir. Kısmen veya tamamen kopyalama yapılması durumunda alınan kaynak belirtilmiştir.
3. Şekil, resim ve tablolar tarafıma oluşturulmuştur. Başka eserlerden yararlanılmış ise kaynak belirtilmiştir.
4. Tüm deneysel çalışma/araştırma anabilim dalımızda veya tez önerisinden itibaren açıkça belirtilen diğer kurumlarda bizzat yaptığım özgün çalışmamdır.
5. Materyal metod ve bulgular kısımlarında kullanılan tüm bilgiler özgün çalışmam aittir. İlgili fotoğraf, grafik ve tablolar bu çalışmanın bilimsel bulgularını içermektedir ve hiç bir kopyalama yapılmaksızın tarafıma oluşturulmuştur.
6. Tezin tümünde kaynaklar dışında tam kopyala-yapıştır usulüyle hazırlanmış metin yer almamaktadır.

Yukarıda belirtilen hususların doğruluğunu, aksi durumun tespiti halinde her türlü hukuki ve cezai sorumluluğun tarafıma ait olduğunu beyan, kabul ve taahhüt ederim.

Öğrencinin Adı Soyadı: Belma Depljanin  
Tarih: 17.06.2015  
İmza: Belma Depljanin

## TAAHHÜTNAME

### Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Müdürlüğüne,

Danışmanı olduğum Belma Dr. Plj. Anın isimli öğrenci tarafından kaleme alınan Finansal Krizein Banka Ülkelerine Tarihlerdeki başlıklı teze ilişkin olarak e-spor-balık üzerine etkilerinin araştırılması

1. Tezin fikir/hipotezi tümüyle tarafıma ve/veya öğrencime aittir.
2. Tezde yer alan deneysel çalışma/araştırma danışmanlığım altında bizzat öğrencimin yaptığı özgün bir çalışmadır.
3. "Genel Bilgiler" ve "Tartışma" bölümlerinde yer alan bilgi ve yorumlar danışmanlığım altında öğrencim tarafından yazılmıştır. Bu bilgilerin kısmen veya tamamen kopyalanması halinde kaynak belirtilmesine dikkat edilmiştir.
- 4 "Bulgular" bölümünde sunulan verilerin tamamı fotoğraf, grafik ve tablo gibi görsel materyal dahil öğrencimin özgün çalışmasına aittir.

Yukarıda belirtilen hususların doğruluğunu beyan ederim.

Danışmanın Adı Soyadı: Dr. Dr. Ayşe Gül Bülkücü  
Tarih: 9.10.2015  
İmza: [Signature]

## ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Balkan ülkeleri ve Türkiye'de elektronik güvenlik gelişimini vurgulamak ve onun sigorta, elektronik sigorta ve finansal krizin teorik olarak mali kriz koşullarında karlı kullanımını olanağını açıklamaktır.

Bu eser üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde sigortanın teorik kavramı anlatılmaktadır. Sigortanın teorik kavramını gözden geçirmek şu şekilde mümkündür: sigorta sözleşmesini, sigorta sınıflandırmalarını, riskin ayrılmaz kavramını ve sigorta riskinin sınıflandırılmasının analize etmektedir. Özel vurgu elektronik sigorta üzerindedir. Aynı zamanda elektronik sigortanın gelişimindeki mevcut eğilimlerine bir bakış verilmiştir. Finansal krizin elektronik sigortanın gelişim akımlarını etkilediği gibi, ayrıca tarihsel gelişimine ve kriz kavramına dikkat çekmektedir. Yani onun özünün anlaşılması ve sigorta piyasasını özellikle elektronik sigortasını hangi şekilde etkilemektedir.

İkinci bölümde, Balkan ülkeleri ve Türkiye'de elektronik sigortanın gelişimine finansal krizin etkilerini detaylı anlatılmaktadır. Bu ülkelerde elektronik sigortanın işlemesi, mevcut olan aşamaları, gelişim eğilimleri, elektronik sigortanın kullanımının şekli ve onun temel kayramları analize edilmiştir. Mevcut durumun daha iyi tanıtılması ve mali krizin elektronik sigorta üzerindeki etkilerini göstermek için sayısız örnekler ve istatistikler sunulmuştur.

Son olarak, üçüncü bölümde, Balkan ülkeleri ve Türkiye'de mali krizde elektronik sigortanın karlı kullanımı için bir çok pratik öneri sunulmuştur.

## **ABSTRACT**

The aim of this study is to indicate the development of electronic insurance in the countries of Balkan and Turkey, as well as to indicate the possibility of its profitable usage under the conditions of financial crisis, on the theoretical basis of insurance, electronic insurance and financial crisis.

This thesis consists of three parts. The first part presents the theoretical concept of insurance. Overview of the theoretical concept of insurance is possible through the overview of the concept of insurance through analyzing the insurance contract, insurance classifications, inseparable concept of risk and classification of insurance risk. Special emphasis is on the electronic insurance, as a contemporary direction of the development of insurance, from general information and types of the electronic insurance to analyzing markets of Turkey and the Balkans, regarding the development of the electronic insurance. It also gives an overview of the current trends in the development of the electronic insurance, or of prevailing directions of the development of the electronic insurance. As the financial crisis has inevitably affected the directions of such flows of the development of the electronic insurance, special attention is paid to its historical development, to the concept of crisis, or to the overview of its essence and the ways it affects the insurance market, in particular the electronic insurance.

In the second part is presented the detailed impact of the financial crisis on the development of the electronic insurance in the Balkans and in Turkey. Analyzed is the functioning of the electronic insurance in these countries, the stages in which it is currently stated, as well as the tendencies of its development, the method of usage of the electronic insurance, together with the basic features. In terms of better demonstration of the current state and real impact of the financial crisis on the electronic insurance, presented are numerous examples and statistics.

Lastly, in the third part are offered practical recommendations for profitable usage of the electronic insurance under the conditions of financial crisis in the countries of Balkan and Turkey.

# İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
İÇİNDEKİLER .....	VIII.
TABLolar LİSTESİ .....	XI.
GRAFİKLER LİSTESİ .....	XII.
GİRİŞ.....	XIII.

## I BÖLÜM

### TEMEL KAVRAMSAL AÇIKLAMALAR

1.1. Sigorta Kavramı .....	15
1.1.1. Sigorta Sözleşmeleri .....	19
1.1.2. Sigorta Sınıflandırılması .....	24
1.2. Risk Kavramı .....	25
1.2.1. Riskin Tanımı ve Kapsamı .....	26
1.2.2. Sigorta İşlemlerinde Risklerin Sınıflandırılması .....	28
1.2.3. Sigortanın Risk Sınıflandırılması .....	30
1.3. Elektronik Sigortacılığının Teorik Temelleri.....	32
1.3.1. Elektronik Sigortacılık Hakkında Genel Bilgiler.....	32
1.3.1.1. E-Sigortacılığının Tanımı Kapsamı Ve Araçları.....	32
1.3.1.2. E-Sigortacılığının Türleri .....	33
1.3.2. E-Sigortacılığının Mevcut Durumu .....	35
1.3.2.1. Türkiye’de Mevcut Durumu .....	35
1.3.2.2. Balkan Ülkelerinde Mevcut Durumu .....	36
1.3.3. Elektronik Sigortacılıkta Mevcut Eğilimler .....	37
1.3.3.1. Trend Sigortalı Sayısındaki Büyüme .....	37
1.3.3.2. Trend Geliştirilmiş Hizmetler .....	37
1.3.3.3. Trend Multimedya ve Etkileşim .....	38



1.3.3.4.	Trend İnternet Üzerinden Sigorta Sektörünün Dışından Şirketlerle İşbirliği...	38
1.3.4.	Sigorta sektöründe e – ticaretin faydaları.....	38
1.3.5.	Sigorta Ürünlerinin E-Sigortaya Uygunluğu.....	40
1.4.	Finansal Krizler .....	42
1.4.1.	Finansal Krizlerin Tarihsel Gelişimi .....	42
1.4.2.	Finansal Krizlerin Kavramı .....	43
1.4.3.	Finansal Krizlerin Çeşitleri .....	48

## **II BOLUM**

### **BALKAN ÜLKELERDE VE TÜRKİYE’DE E-SİGORTACILIK ve BU ÜLKELERİN FİNANSAL KRİZLERİN ETKİLERİ**

2.1.	E Sigortacılığın İşleyişi .....	50
2.1.1.	Türkiye Ve Balkan Ülkelerinde Sigorta Piyasasının Analizi .....	51
2.2.	E-Sigortanın Sigorta Sektöründe Kullanımı .....	56
2.2.1.	Sigorta şirketlerinin web siteleri.....	56
2.2.1.1.	Online pazarlama desteği; .....	57
2.2.1.2.	Geleneksel ve internet ürünlerinin online dağıtım; .....	57
2.2.1.3.	Online yönetim .....	57
2.2.2.	Üretim Portalları.....	58
2.2.3.	Point of Sale portalları .....	60
2.2.4.	Elektronik Pazar .....	61
2.2.5.	Online risk marketi .....	61
2.2.6.	Ters ihaleler (güvence talep ihaleleri) .....	62
2.3.	E-sigorta Ürünlerinin Özellikleri .....	63

## III BÖLÜM

### BALKAN ÜLKELERİNİN VE TÜRKİYE'NİN FİNANSAL KRİZ ORTAMDA KARLI ELEKTRONİK SİGORTACILIK – TÜRKİYE VE BALKAN ÜLKELERİ KARŞILAŞTIRILMASI

3.1. Elektronik Sigortanın Pazarı Ve Dağıtım Kanalları.....	66
3.1.1.    İnternet sigorta ürünlerinin dağıtım kanalı.....	68
3.1.2.    Sigorta Ürünlerin Diğer Dağıtım Kanalları.....	68
3.1.3.    Bankalar Sigorta Ürünlerinin Dağıtım Kanalı Olarak.....	70
3.2.    Dağıtım Kanalların Riski.....	71
3.3.    Elektronik Sigorta Pazarının SWOT Analizi.....	83
3.4.    Elektronik İşlemlerin Koruma Teknolojisi:.....	86
3.4.1.    Kriptografi.....	86
3.4.2.    Dijital imza ve hash fonksiyonları.....	87
3.4.3.    Dijital sertifika ve ortak anahtarın altyapısı.....	87
3.4.4.    Biyometri.....	87
3.4.5.    Son kullanıcıya internet satış.....	89
3.5.    Türkiye ve Balkan ülkelerinde araştırması.....	90
3.5.1.    Araştırmanın Amacı.....	90
3.5.2.    Araştırmanın Kapsamı.....	90
3.5.3.    Araştırma Verileri.....	90
3.5.4.    Hedef Kitle.....	90
SONUÇ.....	95
Anket Formu - Elektronik Sigortacılık.....	98
KAYNAKÇA.....	101

## **TABLULAR LİSTESİ**

**Tablo 1. Türk sigortacılık sektörü hakkında genel bilgiler**

**Tablo 2. Temel Sigortacılık Göstergeleri (31.12.2013)**

**Tablo 3. Temel Sigortacılık Göstergeleri (31.12.2013)**

**Tablo 4. 2011 ve 2012 yıllarında bazı Avrupa Ülkeleri ve Balkan Ülkeleri ve Türkiye karşılaştırmalarının göstergeleri**

**Tablo 5. AB-27 ülkeleri ve belli Balkan Ülkeleri için temel göstergeler**

**Tablo.6. Elektronik sigortayı kullananlar**

**Tablo 7. Sigortacının profili**

**Tablo 8. Sigorta seçimi için sıralama kriterleri**

**Tablo 9. Sigorta işinde olan bir aile üyesi**

## **GRAFİKLER LİSTESİ**

**Grafik 1. Sigorta ürünlerinin interneten üzerinden pazarlanmaya uygunluğu**

**Grafik 2. ABD'de online satışlarının dağılımı**

**Grafik 3. Türkiye Sigorta kuruluşlarının toplam karı**

**Grafik 4. Türkiye ve Balkan ülkelerinde toplam sigorta primleri (As % Of GDP)**

**Grafik 5. Neden insanlar online poliçelerini satın almaktadırlar.**

**Grafik 6. Sigorta sektörünün gelişim göstergelerinin karşılaştırılması**

**Grafik 7. Prim ve BDP ilişkilerinin oran olarak ifadesi**

## GİRİŞ

Bu çalışmanın amacı, Balkan ülkeleri ve Türkiye'de elektronik sigorta gelişimini vurgulamak ve onun sigorta, elektronik sigorta ve finansal krizin teorik olarak mali kriz koşullarında karlı kullanımını olanağını açıklamaya çalışmıştır.

Bu çalışmanın ilk hipotezi Balkan ülkeleri ve Türkiye'de elektronik sigortanın geliştirilmesidir. İkinci hipotez de sigorta sektöründe elektronik sigorta karlı kullanımının, Balkan ülkeleri ve Türkiye birçok seçenek olmasıdır. Üçüncü hipotez ise bu ülkelerde finansal krizin elektronik sigorta üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi ile ilgilidir.

Ayrıca bu çalışmada ki, araştırma sorusu Mali krizin etkileri Balkan ülkeleri ve Türkiye'de elektronik sigortanın karlı çalışması için nasıl kullanılabilir.

Çalışmanın metodolojisi, öncelikle ikincil kaynaklara, akademik kaynaklara ve Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin resmi raporların nitel analize dayanmaktadır. SWOT analizi bu piyasalarda elektronik sigorta piyasası ile ilgili araştırmaları özetlemek için kullanılacaktır. Karşılaştırmalı analizi yöntemi de bir önceki döneme kıyasla bu ülkelerin piyasaları ve onlarda oluşan değişiklikleri karşılaştırmak için kullanılacaktır. İndüksiyon ve tümdengelim (kesinti) hipotezleri araştırmak ve analiz etmek için kullanılacaktır. Aynı zamanda elektronik sigorta kullanımı düzeyi ve bu ülkelerin piyasalarındaki mali kriz koşullarında sigorta kullanıcıların elektronik sigortaya yönelik düşünceleri hakkında ankete olacaktıdır.

Bu eser üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde sigortanın teorik kavramı anlatılmaktadır. Sigortanın teorik kavramını gözden geçirmek şu şekilde mümkündür: sigorta sözleşmesini, sigorta sınıflandırmalarını, riskin ayrılmaz kavramını ve sigorta riskinin sınıflandırılmasının analize etmektedir. Özel vurgu elektronik sigorta üzerindedir, sigorta gelişiminin, modern yönü olarak. Aynı zamanda elektronik sigortanın gelişimindeki mevcut eğilimlerine bir bakış verilmektedir. Finansal krizin elektronik sigortanın gelişim akımlarını etkilediği gibi, ayrıca tarihsel gelişimine ve kriz kavramına dikkat çekilmiştir. Yani onun özünün anlaşılması ve sigorta piyasasını özellikle elektronik sigortasını hangi şekilde etkilemektedir.

İkinci bölümde, Balkan ülkeleri ve Türkiye'de elektronik sigortanın gelişimine finansal krizin etkilerini detaylı anlatılmaktadır. Bu ülkelerde elektronik sigortanın işlemleri, mevcut olan aşamaları, gelişim eğilimleri, elektronik sigortanın kullanımının şekli ve onun temel kayrakları analize edilmiştir. Mevcut durumun daha iyi tanıtılması ve mali krizin elektronik sigorta üzerindeki etkilerini göstermek için sayısız örnekler ve istatistikler sunulmaktadır.

Son olarak, üçüncü bölümde, Balkan ülkeleri ve Türkiye'de mali krizde elektronik sigortanın karlı kullanımı için bir çok pratik öneri sunulmuştur.



# I BÖLÜM

## TEMEL KAVRAMSAL AÇIKLAMALAR

### 1.1. Sigorta Kavramı

Sigorta temel olarak ekonomik güvenlik, hizmet etkinliği, insanları ve mallarını çeşitli tehlikelerden koruyan sistem olarak tanımlanabilmektedir. Bu şekilde bir bütün olarak ekonomide ve toplumda gerekli güvenlik oluşturmaktadır. Sigorta kapsamında ayrıca sigorta sözleşmesinin tamamlanması da içerilmektedir. Bu terim aynı zamanda sigortalı olayın meydana gelmesinden sonra sigortalı sigortacı tarafından sigorta toplamı ödenmesi anlamına gelmektedir.

Çeşitli kapsama formları, ya da koruma türü sayesinde, sigorta faaliyeti günlük yaşamda bulunmaktadır. Tüzel kişiler ve bireyler sürekli hasara neden olabilecek gelişmelere maruz kalabilmektedir. Sigorta bu tür olaylardan korunmak, iş ve günlük yaşamda güvenliği sağlamak için bir ekonomik zorunluluktur.

Sigortaya üç farklı bakıştan bakılabilmektedir :

- Ekonomik
- Yasal
- Teknik

Ekonomik yönü istenilen amaçların elde edilmesi için ifade edilmektedir – burda söz konusu olan güvenlik görevleridir: sigortalıyı dolaylı yada dolaysız yoldan koruma, yani ana amaç olarak onun mülkünü korumak, ardından geliştirme ve toplumsal rolü sağlamaktadır.

Yasal yönü sayısız hukuki ilişkileri düzenlemeyi gerektirir, sigorta sözleşmesinden başlayarak tazminatın ödenmesine kadar.

Teknik yönü risk ciddiyetini değerlendirmek için bir mekanizma olarak görülen sigorta davranışlarını düzenleyen bir parçasıdır, onların yer ve zamanda eşitlenmesi, bütçe

primleri, tüm bunları en modern-istatistiksel matematik ve diğer yöntemleri kullanarak gerçekleşmesi gerekmektedir.<sup>1</sup>

Tüzel ve bireylere, yan etkilerden ve sigortalı durumda oluşan bozukluklar veya sigortalı riskin gerçekleştiği takdirde sigorta sigortalılara finansal koruma sağlamaktadır. Risk, zarar, hasar, tazminat gibi terimler doğrudan güvenlik sağlayan sigorta kavramı ile ilişkilidir. Bu genel anlam sigortanın anlamını en iyi yansıtır, modern koşullarda bir kaç önemli faktörlerde bu anlamlara eklenmiştir, örneğin, genel olarak ekonomik ve sosyal süreçlerin istikrar katkısıdır.

Bilimsel kaynaklarda sigorta hakkında bir dizi yorumlarla karşılaşabilmektedir. Örneğin, ünlü Alman teorisyen Peter Koch "sigorta bazı olayların zararlı etkilerinden korumak için hizmet vermektedir"<sup>2</sup> olduğunu belirtmektedir. Friedhelm Nikola göre sigorta tarafından nakit bazlı hizmet güvencesini ve bazı durumlarda parasal tazminatı kapsamaktadır.<sup>3</sup>

Yorumlar ekonomisler, avukatlar veya aktüerler tarafından verilmesine bağlı değişmektedir, ama aynı zamanda sigorta işleri ülkenin sosyal-politik özellikleri bağlıdır. Bu nedenle, herhangi bir sigorta yorumlanması için nispeten olduğunu söyleyebilmektedir.

Başlangıçtan itibaren bu güne kadar, sigortanın anahtar amacı bir çok tehlikeye karşı sigortalı kişiye ve mülküne ekonomik koruma sağlamaktır, yani onları tehdit risklerinden korumayı sağlamaktadır. Bu rol herhangi bir hasar oluşumunda sonra veya sigortalı tehlike oluşumundan ve sigorta davasından sonra sigortalı miktarın ödenmesini ifade edebilmektedir.

Ekonomik korumanın önemi tamamen anlaşılabilir, çünkü insan, ekonomik ve toplum güvenliği onların hayatta kalabilmeleri için önkoşuldur. Hayat toplumunun ihtiyaçları için toplum sigortayı yaratmıştır. Yaratılan sigorta günümüzde toplumun ve bireylerin

---

<sup>1</sup> Predrag ŠULEJIĆ, Ratko VUJOVIĆ, Dragan MRKIŠIĆ, Nebojša ŽARKOVIĆ, *Osnovi osiguranja*, Univerzitet "Singidunum", Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje, Beograd, 2006, str. 3.

<sup>2</sup> Peter KOCH, *Versicherungswirtschaft: ein einführender Überblick* (6. Auflage), Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe, 2005, str. 1.

<sup>3</sup> Friedhelm NICKEL, Monika FORTMANN, *Wortebuch der Verisicherung* (2. Überarbeitete Auflage), Verlag Versicherungswirtschaft,



genel, sağlık, çalışma yeteneğini koruma, daha iyi çalışma koşullarını sağlama ve genel olarak ekonomiyi geliştirmeye yönelik tüm eylemleri destekler.

Sigortanın temel teknik görevi az sayıdaki sigortalının kaybı tüm sigortalı üyelerine dağıtılmaktadır, çeşitli hasara uğramış sigortalılara fondan sağlanan katkılarla, yani tüm üyelerin ödediği primlerden tazminat ödenmektedir. Sigortada riskler eşitlenmektedir ve kabul edilebilecek, yani tolere edilebilir düzeyde dengelenmektedir. Risklerin kltnesi, yani bütün sigortalılara eşit ve küçük paylarda dağıtılması sigortanın teknik özünü temsil etmektedir.

Sigorta özünde aynı risklere maruz kalmış kişilerin ortaklaşmasını temsil etmektedir. Sigortanın temeli karşılıklılık ilkesinden oluşmaktadır. Mal sigortasının temeli topluluk kullanıcıları veya sigortalı malların sahibi sigorta riskine maruz kalması oluşturmaktadır. Sigortada topluluğu sigortalı kişiler temsil etmektedir. İnsan ne kadar uğraşsada çeşitli tehlikelerin doğasından dolayı o risklerin gerçekleşmesini engellemek, onların olumsuz sonuçlarıyla mücadele etmek, tamamen ortadan kaldırmak, yada tüm hasar ve kazaları ortadan azaltmak mümkün değildir. Bununla birlikte, uygun bir çözüm bulunmuştur. Bu anlamda sigorda doğrudan ve dolaylı korumada önemli bir ektir. Artık söz konusu olan teknik koruma değil, ekonomik korumadır. Kendi organizasyonu ile çalışan sigorta kurumu hasar görmüş emelentlerin yenilenmesi önceden belirlemektedir.<sup>4</sup>

Sigortacılar aldıkları önlemlerle veya önlemler için alınan tavsiyeler yardımıyla önemli lde sıklığı ve hacmi açısından hasar azaltmaktadırlar. Sigortayla hasar aşağıdaki şekilde azaltılmaktadır:

- primlerin değerlendirilmesi
- İnceleme ve Gözetim
- hasar için uzmanlar etkisi
- Sigortacılar Derneği<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> „*Priručnik za praksu u osiguranju i reosiguranju*“, “DDOR Novi Sad”, Novi Sad, 1996, str 21.

<sup>5</sup> Stanley HANSELL, *Intoduction to insurance* (Second edition), LLP, London, 199, str 7

Kötü özelliklere sahip riske daha yüksek bir prim, daha küçük primi iyi özelliklere sahip risklere hesaplayarak sigortacılar sigortalıları gelişmeleri iyileştirmeye yönlendirebilir, bu da hasar oluşumu etkiler. Bu durum şu örnekte görülür: yangın sigortası, modern yangın ekipmanlarının kurumu prim indirimlerinde önemli avantaj sağlamaktadır. Sigortacılar sık sık sigorta için önerilmiştir yerleri kontrol ederek ve denetçilere güvenlik ve diğer tedbirlerle ilgili tavsiyelerde bulunmaktadırlar. Verilen tavsiyelere uyulduğu durumda hasarın oluşması riski azalmaktadır veya hasarın oluşması durumunda hasar az olacaktır. Bu cihazlarda da aynıdır. Sigorta anlaşması imzalanmadan önce ekipmanların cihazları kontrol için çok detaylı bir kontrol programı olmaktadır. Kontrollerle cihazların iyi durumda olmaları sağlanmaktadır, ve bununla beraber hasar oranı azalmaktadır. Sigortada ve bağımsız işletmelerle ilgilenen uzmanlar hasar oluştuğu zaman işe başlarlar ve onların verdiği tavsiyeler hasarın bir daha oluşmaması için çok önemlidir. Sigortacılar derneğinin çeşitli formları olmaktadır, istatistik tutmak onların danışmanlık çalışmaları ve onların sayesinde doğrudan hasar riski azalmaktadır.

Birinci rolü mülküyeti korumak olan sigortanın ek olarak geliştirme rolü olmaktadır. Bu primlerin peşin olarak ödenmesinden, tazminatın ise hasar gerçekleştikten sonra ödenmesinden kaynaklanmaktadır.

Özel nedenler ve çok büyük nakit fırsatlarıyla sigorta etkinliği çok sayıda ülkede kanunlara uygun yönetilmektedirler. Yani sigorta fonlarının yatırımı sınırlıdır (yüzdeler yatırım fonları tarafından belirlenir, yasaklamalar ve bazı yurtdışı yatırımları ile ilgili kısıtlamalar, yurtdışında yatırım yapabilmek için gerekli izinler ve bu gibi).

Sigorta şirketlerinin yatırımları üzerine uyguladığı sıkı kontrolü Amerika Ülkeleri, Kanada ve diğer ülkeler uzun süredir bulunmaktadır. İngiltere’de millet meclisi sigortacılardan daha çok özgürlük vermektedir, sigorta yatırımcılarından yatırımlarının özel bir hesapta tutmaları istenmektedir. Ayrıca yatırım çeşiti ve yatırımlarının büyüklüğü ile özel bir istekleri olmamaktadır. Ama yine de bazı durumlarda millet meclisi yatırımların çeşiti ve yatırımların korunmasıyla ilgili haklarını korumaktadır.<sup>6</sup> Sigorta genel olarak topluma çok önemli bir destek sağlamaktadır. Sigorta etkinliği ne kadar fazla gelişmiş olursa devletin yükümlülükleri azalır yani sosyal güvenlik fonları

---

<sup>6</sup> CEA - European Insurance Committee <http://cea.assur.org.nerdydata.com/html>

vatandaşlara karşı yükümlülükleri azalmaktadır. Bu nedenden dolayı her gelişmiş ülke sigortanın sağladığı ekonomik korumanın büyümesini teşvik etmektedir. Çünkü bu şekilde ülkenin sosyal fonları üzerindeki yük azaltılmaktadır. Hatta devlet bazı durumlarda primin bir kısmını karşılama veya sigorta müteahhitlerine vergi indirimi sağlamaktadır.

### **1.1.1. Sigorta Sözleşmeleri**

Sigorta sözleşmesinde sözleşmecilerden biri sigorta müteahhiti belli bir miktarı (sigorta primleri) ödemeyi taahhüt etmektedir. Bu koşullar sözleşme ile belirlenmiştir. Sözleşmede diğer aktif taraf ise sigortalı olayı gösteren bir olay olursa sigortacı sigortalıya (sigortalı veya üçüncü kişiye) tazminat ödemek veya sözleşme ile kararlaştırılmış miktarı ödemek ile yükümlüdür.<sup>7</sup>

Sigortanın bu tanımından anlaşılacağı gibi sigortacının yükümlülükleri hedefe ve sigorta çeşitine göre üçlüdür. Mülkiyet sigortasında sigortacının ilk yükümlülüğü tazminatı ödemeyi sayabilmektedir. İkinci, hedefi tazminat olmayan sigortalarda (kişisel sigortalarda) sigortacının yükümlülüğü sözleşme ile kararlaştırılmış olan miktarı ödemektir. Sigortacının üçüncü yükümlülüğü ‘‘Farklı bir şey yapmak’’, örneğin sigorta kapsamında hasarın telafi edilmesi için sözleşmede kararlaştırılmışlar ise veya sorumluluk sigortası varsa bu sigorta sigortalıyı üçüncü kişilerden koruyacaktır.

Kendi özelliklerine göre sigorta sözleşmesi aşağıdakilere aittir:

- adlandırılan sözleşmeler
- iki taraflı – zorunlu ve navlun sözleşmeler
- kalıcı yararlarla olan sözleşmeler

Sözleşmenin teknik sonucu ise şunlara aittir:

- erişime göre sözleşmeler ( yapışma)
- şansa bağlı sözleşmeler (şansa bağlı anlaşmalara aittir çünkü tazminat yada sözleşme ile kararlaştırılmış miktarın ödenmesi sadece hasarın oluşmasına bağlıdır yani bir risktir. Eğer hasar olmazsa taminatta ödenmez)
- resmi sözleşmeler (sigorta sözleşmesi iki tarafın sigorta poliçesini imzalamasıyla sonuçlandırılır)

---

<sup>7</sup> Mirko VASILJEVIĆ, *Poslovno pravo*, Beograd 2004, str. 565.

Sigorta sözleşmesinin geçerli olması için bazı temel unsurları kapsamayı gerektirmektedir. Bu unsurlar aşağıdakiler:

- sigortalanan kişilerin veya nesnelere belirlenmesi
- riskin belirlenmesi
- sigortanın ne kadar süreceğini ve kapsama dönemini belirlemek
- sigorta durumu belirlemek
- sigorta miktarını belirlemek
- sigortanın faydalarını belirlemek
- sigortanın primini belirlemek.<sup>8</sup>

Sigorta sözleşmesinde kişiler. Sigorta sözleşmesinde genel olarak iki taraf bulunmaktadır, sigortacı ve sigortalı kişi. Sözleşmede sigortalı kişi hasarın oluştuğu durumda hasara uğrayacak kişidir. Hasarın oluştuğu durumda sigortalı kişi tazminat veya sözleşme ile kararlaştırılmış miktarı istemeye hakkı vardır. Sigortacı sigorta sözleşmesindeki ikinci kişidir. Sigortacı sözleşme ile belirtilmiş hasarın oluşması durumunda sigortalıya tazminatı veya sözleşme ile belirtilmiş miktarı ödeyecek kişidir.<sup>9</sup> Eğer sigorta sözleşmesi üçüncü kişinin faydalanacağı şeklinde imzalanmış ise o kişi sigorta kullanıcısıdır (örneğin: ölüm sigortası) bu hem kişisel sigortada hemde mülkiyet sigortasında bulunabilmektedir. Sigortalı terimi sigorta sözleşmesiyle belirlenmiş hasarın hayatında gerçekleşmiş kişiyi ifade eder ve bu durumun oluşmasında sonra sigortacı sigortalıya tazminatı ödemek ile zorunludur.

Risk gelecekteki belirsiz olaydır. İlgilenen kişilerin özel iradesine bağlı olmayan, ama onun sigortalanmasını hukuk, kamu ve ahlak düzeni izin vermektedir. Bazı durumlarda riskin gelecekteki belirsiz olay olmasından istisna edilebilir, yani sigorta sözleşmesi imzalanmadan öncede oluşan hasarları karşılayabilir ama bu durumda bazı belirli koşullar vardır, o koşullar şunlardır: sözleşmeye imzalayacak kişilerin hasarın gerçekleştiğine dair bilgilere sahip olmaması gerekmektedir veya hasarın gerçekleştiği ile ilgili bilgiye sahiptirler ama hasarın büyüklüğü hakkında bilgileri yoktur. Sigortanın

<sup>8</sup> Mirko VASILJEVIĆ, **Poslovno pravo**, Beograd 2004, str 568.

<sup>9</sup> Djordje ĆOBELJIĆ, **Privredno pravo**, Beograd 1974, str. 356.

karşılacağı riskler şu şekilde belirlenir: doğru listeleme ve risk çeşitini belirleme. Riskler genellikle şu şekilde ayrılırlar: birincil ve ek olanlar.

Konu eğer mülkiyet sigortası ise, sigorta sözleşmesinde nesne olarak her tür nesne olabilir. Risk taşıyan taşınır yada taşınmaz nesnelere (.mobilya, bitkileri, hayvancılık, binalar, daireler, vs). Söz konusu olan kişisel sigorta ise sigortanın kapsadığı konu sağlık veya kaza sonucu vucutta oluşan yaralanmalar, ama oluşan yaralanmaların türü sigorta sözleşmesinde belirtilmesi gerekmektedir. Eğerki bir kişi başkalarının (örneğin: çocuklarından, küçüklerden, işçilerden) yatıklarından sorumlu ise veya hasar oluşacak neslerden sorumlu ise tehlikeli nesnelere (motosiklet vs) o kişi onlardan sigortalanabilir.

Sigortalı vaka (olay) riskin gerçekleşmesi olasılığı olan olaydır ve bu önceden sigorta sözleşmesinde belirtilmiştir. Bu riskin gerçekleşmesi durumunda sigortacının ana sorumluluklarını karşılamasıdır. Bu ana sorumluluk şudur tazminatı ödemek, sigorta sözleşmesinde belirlenen miktarı ödemek veya farklı birşey yapmaktır(örneğin bitki sigortası (şehirden korunan bitki), bu durumda sigortalı bitkilerdir ve şehirden kaynaklanan hasarlardan sigortalanmaktadır).

Tazminat miktarı hasarın oluşumundan sonra sigortacının sigortalıya ödeyeceği en yüksek miktardır. Bu miktar ya sigorta sözleşmesiyle yada konuyla belirtilmiştir. Söz konusu olan eğer kişisel sigorta ise bu durumda sabit bir miktar vardır. Ama söz konusu olan mülkiyet sigortası ise tazminat miktarı riskin oluşumundan sonra belirlenen hasar derecesine bağlıdır. Belirlenecek miktar hasara uğramış nesnenin gerçek değerinden büyük olamaz, yani tazminat miktarı hasara uğramış nesnenin değeri kadardır.

Sigorta primi hasarın oluşumundan sonra sigortacının sigortalıya taksitle veya tamamını birden ödediği tazminattır. Sigorta priminin yüksekliği sigorta sözleşmesinde önceden belirlenmiştir. Mülkiyet sigortasında primin yüksekliğinin belirlenmesi şunlara bağlıdır: sigorta edilen nesnenin değeri, sigortanın süresi ve sigorta riskinin çeşiti. Bunlar göze alınarak ve riskin türüne bağlı sigorta priminin yüksekliği belirlenmektedir. Yani risk ne kadar büyük olursa sigorta priminin miktarı da ona göre belirlenir. Sigorta primi normalde önceden ödenmektedir.

Sigorta sözleşmesinde belirtilen sigorta süresine bağlı primin üç farklı türü vardır:

- tasarruf primleri
- risk primi
- tablo

Sigortanın bir yıldan daha fazla süreceği şeklinde anlaşma sağlandıysa primler her yıl ödenir ve bu tür tasarruf primidir. Risk primi anlaşılan sigorta süreci için ödenen prim türüdür. Tablo prim türü primin tamamen birden ödenme türüdür.

**Tarafların yükümlülükleri.** Sigorta sözleşmesi imzalanmadan önce müteahhit (sigortalı) sigortacıya değerlendirilen risk ile ilgili bilinen veya bilinmesi gereken bütün koşulları belirtmesi gerekmektedir. Müteahhitin belirtmesi gereken koşullar sigorta edilen nesneye ve sigorta riskine bağlıdır. Bu yükümlülüklerin daha kolay ve çabuk yürütülmesi için sigortacının hazırlamış olduğu naketlerin çok büyük rolü olmaktadır. Eğer müteahhit bilinmesi gereken koşulları sigortacıya isteyerek veya bimeddiği için belirtmez ise belirtmes ise ortaya belirli sonuçlar çıkmaktadır. Sözleşme imzalanmadan önce müteahhit bu koşulları belirmiş olsaydı ve sigortacı bu koşulları biseydi sözleşmeyi imzalamaz iseydi bu durumda sigortacı sözleşmenin iptal edilmesini isteyebilmektedir.

Müteahhitin sigorta sözleşmesinde temel yükümlülüğü sigorta primini ödemesidir. Sigorta primi sözleşmede belirtilen tarihte ve şekilde ödenilir yani ödeme şekli tamamı birden yada taksitle ödenilebilmektedir. Primlerin belirtilen tarihte ödenmemesi durumunda sigorta türüne bağlı ortaya belirli sonuçlar çıkmaktadır.

Reasürans sigorta özel bir sigorta şeklidir. Sigortacı belirlenen sigorta ile büyük risk aldıysa veya sigorta büyük meblağlar halinde ise sigortacı bu riski başka bir sigortacı ile paylaşmak için reasürans sözleşmesi imzalamaktadır. Bu anlaşma ile ikinci sigortacı (reasürör) riskin bir kısmını veya tamamını sigorta sözleşmesi ile kendi üzerine almaktadır. Reasürör sigortacıdan, aldığı riskin büyüklüğüne orantılı primden belli bir yüzde almaktadır. Yukarıda belirtilenden anlaşıldığı gibi reasüransın yeniden sigortadan başka birşey olmadığı anlaşılır, sigortanın sigortası, bu durumda reasürör sigortacının sigortacısıdır. Bu durumda reasürör sadece sigortacı için değil sigortalı için öneme sahiptir. Çünkü bu durumda sigortalı oluşan zararın bedeline daha kolay tahsil eder ne kadar da oluşan zararın bedelini karşılamak sigortacının yükümlülüğü olsada. Sigortalı

kendi haklarını reasürörde sadece bir durumda isteyebilir o da eğer sigortacı onun haklarını yani zararını karşılamaz ise.<sup>10</sup>

Risk tarafların özel iradelerinden bağımsızdır ve geleceği belirsiz olayı temsil etmektedir. Onun sigortalanmasına kanun, kamu düzeni ve ahlak izin verir. Mülkiyetin sigortalanması için risk altın olduğu belirlenmesi gerekmektedir. Mülkiyet sigortasında risk altında olan taşınır veya taşınmaz, bütün eşyalar sigortalanabilmektedir. Kişisel sigortada ise sözleşmenin konusu olarak sağlık veya bir kaza sonucu oluşabilecek yaralanmalar olabilmektedir. Ama sigorta konularının sigorta sözleşmesinde kesinlikle belirtilmesi gerekmektedir.

Sigorta sözleşmesinin imzalanması durumunda iki tarafında belirli yükümlülükleri olmaktadır. Müteahhitin yükümlülüğü sigortanın primini ödemektedir. Sigorta edilen risk (olay) olursa sigortacının yükümlülüğü sigortalıya belirlenen tazminatı ödemektir. Sigortalının ödemek ile yükümlü olduğu primin yüksekliği riske oranlı olarak belirlenmesi gerekmektedir.

Sigortanın önemli hedefi de mal ve kişilere ekonomik koruma sağlamaktır. Sigortalı olayın gerçekleşmesi durumunda hasarlı ve yıkık şeylerin zararını karşılamak anlamına gelmektedir.

Diğer yandan psikolojik etkiye sahiptir. Çünkü bir güvenlik duygusu yaratmaktadır. Riskin gerçekleşmesi durumunda zararlarının karşılanacağını bilmek sigortalıya başka bir güvenlik duygusu sağlamaktadır.

Sigorta önleyici tedbirleri kapsamaktadır. Bu nedenle sigortacılar sigorta sözleşmesi imzalanmadan önce hasarı azaltacak veya yok edecek tedbirleri gözönünde bulundurmaktadırlar. Örneğin: eğer sigortalı kişi sigorta edilen şeyleri korumaz veya hasarın gerçekleşmesine tedbirsizlik yüzünden dolayı da olsa sebep olursa tazminat hakkını kaybetmektedir. Veya örneğin sigortalı eşyaların korunmasında sorumlu kişi hasarın oluşmasını engeller veya hasarı azaltır ise böyle bir durumda bile tazminat hakkına sahiptir.

---

<sup>10</sup> Brana KOMLJENOVIC I Ana KOMLJENOVIC, **Poslovno i finansijsko pravo**, Banja Luka 2010, str.186.

### 1.1.2. Sigorta Sınıflandırılması

Sigorta artık birçok şekillerde meydana gelmektedir. Bu belli ortak özelliklere göre sınıflandırmada ve gruplandırmada büyüyen bir ihtiyacı ortaya getirmektedir. Bölünme amaçlarının sigorta belirli türler için görüş, ekonomik, hukuki ve teknik noktasına çalışma, teorik ve pratik çözümlerin uygulanmasını kolaylaştırmaktadır.

Çok geniş bir kapsamı vardır, sigorta çeşitli kriterler temelinde bölünmüş durumda. Bölünmeler de ülkenin ekonomik planlama ve sigorta düzenlemesine bağlıdır. Sigorta yeni şube oluşturulmasına kendi değişkenliğine göre sınıflandırma bolluğu, ekonomik ve toplumsal ilişkilerin yeni alanları kapsamaktadır.<sup>11</sup>

Kapsamlı literatüre dayalı aşağıdaki kriterler söz edilebilmektedir :

- Konu yaşam ve diğer sigorta hakkında olup olmadığı mı - hayat ve hayat dışı sigorta,
- Sigorta konusu - mülkiyet sigortası ve hayat sigortası,
- Tazminat sırasında gerçek ya da hayali ihtiyaçlarına göre olup olmadığı mı – zararlı sigorta ve hayat sigortası
- Risk tezahürü yeri - deniz, kara ve hava güvenliği,
- Sigorta oluşturulmasının yolu - Gönüllü sigorta ve zorunlu sigorta,
- Risklerin modu dağılımı dayanarak - Sigorta, koasürans ve reasürans,
- Sigortanın özellikleri - sigorta hukuku, halkın sigortası,
- Toplumun örgütlenme biçimi - primi sigorta ve karşılıklı sigorta,
- Devletin katılım derecesine göre - sosyal güvenlik ve piyasa ilkelerine çalışmasını sağlamak - ticari sigorta,

Bölünme seviyeleri de farklı olabilir. Böylece birçok isimler karşılaşıyor: gruplar, alt gruplar, dallar, tür, alttür, sigorta ve benzeri biçimleri.

Bölünme düzeyleri onun amaçlarına bağlıdır, yani bu amacı.

---

<sup>11</sup> Mile BIJEIĆ, **Osiguranje i reosiguranje**, Tectus, Zagreb, 2002, strp. 136.



Hayat sigortası, hayat sigortası bölünüyor, rant sigortası, hayat sigortası, gönüllü emeklilik sigortası ve hayat sigortası diğer türleri ile ek sigortasıdır. Hayat sigortasını sağlayan kapsama biçimi ödemek, ödenen sigorta primlerinin temelinde sigortalı veya belirli bir kişinin ölümü halinde sigortalı miktarına göre belirlenen bir kişi, (sigortalı veya diğer sigortalı bireyler), ya da belirli bir süre yaşama durumunda, kabul edilmiştir, kabul eden ise yıllık sayısı. Modern koşullarda poliçe sahibi genellikle tek bir sözleşmedir – karışık sigorta - Güvenlik her iki tip sunuyoruz. Rant sigortası sigorta tazminatı belirli razf üzerinde, bir sözleşmeye belirtilen normal rant şeklinde ortaya çıktığı hayat sigortasının özel bir türüdür.

Hayat dışı sigortası, kaza sigortası, sağlık sigortası, kasko, yangın ve diğer risklere karşı mülkiyet sigortası, diğer mülkiyet sigortası nedeniyle yüz için motorlu taşıtların kullanımı, sorumluluk sigortasının genel sorumluluk sigortası vardır.

Mülkiyet sigortası, sorumluluk sigortası, kredi sigortası ve ulaşım içerir ve en önemli alttür makine kırılması, hırsızlık ve soygun, kapsamlı kasko, inşaat, iş kesintisi, temizlik, hayvanlar, vb yangın sigortasına sahiptir.

Bu sigorta meydana geldiği formları ile genel kabul görmüş anlaşmada olduğu gibi vurgulamak önemlidir. Hiçbir bölünme nihai değildir, ve onları sürekli doldurulan uygulama.

## **1.2. Risk Kavramı**

Genel olarak konuşursak, tek risk kavramı işletmelerin iş faaliyetleri beklenen sonucu ile ilgili büyük veya küçük belirsizliği ifade ettiğini söyleyebilmektedir. Bu belirsizlik kararların hangi özüne dayalı yetmezlik ve bilgi kaypaklık kaynaklanmaktadır. Bu kararların çeşitli faaliyet veya işlemin gelecekteki sonuçların gerçekleştirilmesini hesaplamaktadır. Hedefe karar verirken karar için en kabul edilebilir ve en iyi alternatifi seçmektedir. Alternatiflerin seçimi olması bu yüzden kesinlikle onunla birlikte gider riski kabul anlamına gelmemektedir. Karar verici, karar verirken olabilecek bir riskten birini seçmez, onun yerine olabilecek alternatiflerden birini seçer, ancak bir alternatif seçimi de riski belirli bir düzeyde kabul etmek anlamına gelir, diğer sonuçları dikkate alarak (bunların arasında, belirli dezavantajlara sahip olan belirli bir fayda sağlayan pozitif ve negatif olduğu). Kararı dikkate alırken avantaj ve dezavantajları, seçilen

alternatif riski olmadan en küçük olması zorunda değildir. Seçim ve alternatifleri olası yararları yeterli tazminat sağlamak durumunda aksine, yüksek risk içeren bir alternatif olarak seçilebilmektedir. Alternatifleri seçerken dikkate tüm olumlu ve olumsuz sonuçları alınmaktadır. En iyi alternatifleri seçme çok karmaşık bir sorundur. alternatif seçimler :

- olası alternatifler,
- Sonuçlarından,
- Değerinden,
- Karara varmada dikkate alınması gereken gerçekleri,
- Uygulanan yöntemler .

Farklı durumlarda farklı seçim seçenekleri, çeşitli bilgiler ile ilgili olabilir. Farklı durumlarda seçim olanakları çeşitli ile ilgili olabilir, farklı bilgiler. Zamanla bazı alternatifler değiştirilebilir: önceki analizler yanlış olduğunu ortaya çıkabilir, yani bazı yeni değerleri görünebilmektedir. Aynı anda ve benzer koşullar altında alternatiflerin, değerlendirilmesi, değerlendirme için farklı üsleri var, farklı amaçları vardır ve farklı şekillerde aynı sürümünü değerlendirildiği farklı karar vericiler için farklı olabilir. Bu kabul edilebilirlik kararı da tanımsız anlamına gelmektedir. Risk analizi, potansiyel bireyler ya da şirketler tarafından sağlanan riskleri, yanı sıra verilerin, istatistiksel analizler, sistematik gözlem, teknik bilgi ve sezgi yoluyla herhangi bir tehlike ulaşma olasılığının değerlendirilmesi belirlenmesi anlamına gelmektedir.

### **1.2.1. Riskin Tanımı ve Kapsamı**

Geniş ve en genel belirleyici risk, ancak risk sadece değişikliklerin kavramı "belirsizlik ve risk içeren faktör, eleman, ya da kurs" zarar gören veya kaybeden ya da acı olasılığı olarak tanımlanır ama aynı zamanda insan hayatının segmentinde bağlı olarak değişir gibi faaliyetler farklı tanımlanmış ve değerlidir. <sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> "The American Heritage Dictionary", Fourth Edition copyright Houghton Mifflin Company. 2009.

Risk, gelecekte beklenen veya arzu edilen bir sonuçtan olumsuz yönde sapmanın olasılığı olarak nitelenebilir. Risk, tek bir oluşumun veya kaybın olasılığı olmayıp beklenenden farklı sonuçları gerçekleşmesi olasılığıdır.<sup>13</sup>

Uluslararası standarda göre ISO 31000: 2009 Risk hedeflerine ilişkin belirsizliğin etkisi olarak tanımlanabilmektedir. Bu tanım amaçlara ulaşılmasına ilişkin olumlu ve olumsuz etkilerini içermektedir. Ancak, risk tamamen olmak zorunda değildir kategoriler olarak görülebilmektedir. Bankaların riskle arası ne pasif nede defanzif , bankalar bilerek ve isteyerek risk altına giriyorlar çünkü karşılığını almayı amaçlıyorlar ki ve risksiz olamayacaktır. Aslında, risk yönetimi merkezi olarak görülen ve rekabet sigorta şirketi veya banka temeli olarak görülebilmektedir. Finansal kuruluşlar kendi uzmanlık, pazar konumu ve sermaye yapısını kullanıyor ve onu dönüştürerek riskini yönetmek ve piyasa zamanki yolda transfer edebilmektedir. Risk terimlerin tanımı: eyleminin olası varyantları belirsizliği gösteren (seçenekler) ve olası (kararsızca) belirten belirsizlik. Risk sadece somut bir alternatif bağlamında ele alınabilmektedir. Risk güvenli performans olumsuz etki anlamına gelmez olumsuz olan gerçekleşmenin belirsiz sonucunu değerlendirmektedir. Risk analizi çok zordur, ve onu zor yapan aşağıdaki beş faktördür:

1. sorunun tanımı ile ilgili belirsizlik,
2. gerçekleri değerlendirirken ortaya çıkan zorluklar,
3. ilgili değerleri keşfetme karmaşıklığı,
4. sürecinde katılımcıların öngörülemeyen davranışları,
5. belirsizliği değerlendirme süreci.

1. Sorun olan problemi gidermek için sorunu tanımlamakla ancak mümkündür. Süreç karar konusunda kararı vermek gerektiğininide içermektedir. Tanımlanır ve alternatifleri olmalıdır, sonra ve bu tür etkilerin göz önüne alınması gerekmektedir. Düşüncelerin karar vermeden önce çok büyük bir etkisi vardır. Riskli kararlarda yüksek oranda belirsizlik vardır.

---

<sup>13</sup> Ayse Gul BOLUKBASI, *Sigorta İşletmelerinde Risk Yönetimi*, Türkmen Kitapevi, 2. baskı, İstanbul, 2011

2. Bu verilerin doğruluğunu bilmek gereklidir. Bir önemli sorun, küçük olasılık tedavisidir. Durumun olasılıkları, biz çok küçük olduğunu bildiğimiz zaman en karmaşık durumu göstermektedir. Bu tamamen yeni bir teknoloji olduğu gibi geçmişten gelen veriler, ya da hiç veri mevcut değildir, çünkü göreceli sıklığına göre olasılık değerlendirilemeyen durumlar vardır. Hiçbir veri yoksa, bilgi pompalama modelleme, risk durumları olasılığı vardır. Modeller insan hatası tarafından karşılanacaktır.
3. Risk durumları ve onlara karar verme analizinde, kolayca manipüle edilebileceği karar verme düzeyindeki değerlendirme kararsız ilkeleri sorunları ile sayılmalıdır. İlkeler zaman içinde değiştirilebilmektedir.
4. İnsanların davranışları son derece çelişkilidir. Bazen, duyarlı ve akılcı oluyorlar, aynı zamanda aynı durumda ikinci kez karşılaştıklarında sorumsuz ve irrasyonel olmaktadır. Çeşitli şekillerde Karar vericiler risk altındadır kararlar tekelinde olabilmektedir.
5. Risk altında karar verme kalitesinin değerlendirilmesi dikkate olağandışı, olağanüstü durumlar tedavi edildiği şekilde almalıdır.

**Sigortacılık açısından riskin taşınması gereken bazı özellikler bulunmaktadır:** <sup>14</sup>

- 1) Risk tarafların iradeleri dışında oluşmalıdır
- 2) Risk yasalara uygun yani yasal olmalıdır, aksi takdirde sigorta gerekli olan tazminat ödemesini yapmamaktadır
- 3) Riskin gelecekte ne zaman gerçekleşeceği belirsiz olmalıdır
- 4) Riskin gelecekte olma olasılığı bulunmakta ne zaman oluşacağı belirsizdir

**1.2.2. Sigorta İşlemlerinde Risklerin Sınıflandırılması**

Sigorta şirketinin karşılayacağı riskleri üç ana sınıfa ayırabiliriz: <sup>15</sup>

1. Teknik riskler: Sigortacılık faaliyetinin ortaya çıkardığı riskler
2. Yatırım Riskleri
3. Teknik olmayan Riskler: İlk iki gruba girmeyen riskleri kapsamaktadır

<sup>14</sup> Ayşe Gul BOLUKBASI, **Sigorta İşletmelerinde Risk Yönetimi**, Türkmen Kitapevi, 2. Baskı, İstanbul, 2011

<sup>15</sup> Ayşe Gul BOLUKBASI, **Sigorta İşletmelerinde Risk Yönetimi**, Türkmen Kitapevi, 2. Baskı, İstanbul, 2011

## 1. Teknik riskler

Tarife yetersizliği veya primin, riskin karşılamayacak şekilde yanlış hesaplanması

- Sapma riski, hasar frekasında ve/veya hasar tutarını dolayısıyla risk primini etkileyecek unsurlarda beklenin dışında değişim olması
- Hata riski, risk analizinde ve hesaplanmasında bilgi yetersizliği gibi sebeplerle temel hesaplarda ve riskin kalitesine yönelik hatalar
- Değerleme riski, teknik karşılıkların hatalı belirlenmesi
- Resürans Riski, yeteriz teminat alma veya koruma
- Faaliyet Giderleri Riski
- Katastrofik riski, kümül riski oluşması
- Aşırı büyüme Riski hasar ve harcamalarının aşırı artmasına sebep olan bir büyüme
- İflas Riski, sigorta fonlarının sorumlulukları karşısında yetersiz kalması durumu

## 2. Yatırım Riskleri

- Değer kaybı riski, yatırımların değerinde çeşitli nedenlerle meydana gelen azalma riski
- Likidite riski, finansal börçlara göre likit varlığa sahip olmama riski
- Karşılama riski (matching risk), gelecekteki nakit akısı ile sorumlu ile sorumlulukların dengesiylđi sonucu ortaya çıkan risk
- Faiz riski, yatırım araçlarının fiyatlarının düşmesine ve tekrar yatırım yapılması maliyetine sebep olan faiz oranındaki artıştan kaynaklanan risk
- Değerleme Riski, yüksek fiyattan değerleme durumunu ifade eder
- Katılım riski, grubun veya iştiraklerin zor durumda kalmasından dolayı etkilenme durumu
- Türev İşlemler Riski, kredi piyasasından ve bu ürünlerin likidite riskinden ortaya çıkan risk

## 3. Teknik olmayan riskler

- Faaliyet riski: dolandırıcık, sistemin çökmesi ve hukuki süreçle ilgili sebeplerden dolayı şirketin uğraması muhtemel mali kayıp ihtimalini ifade etmektedir
- İnsan sermayesi Riski: iyi eğitilmiş ve faaliyeti sürdürmeye yeterli personel ile faaliyete bulunmaktan kaynaklanan finansal kayba uğrama ihtimali
- Yönetim kontrol riski: Yönetimin disiplin ve kontrol yetersizliğinden kaynaklanan riskler
- Sistem riskleri: Bilgisayar sisteminin iş yürütme üzerinde ölümsüz etkide bulunma durumunu ifade eder
- Stratejik riskler: Şirketin uygun iş stratejileri uygulamaya koyamaması, kaynakları uygun yerlere tahsis edememesi ve iş çevresindeki değişikliklere adaptasyon sağlayamaması gibi durumlardan dolayı finansal kayba uğrama ihtimali

### **1.2.3. Sigortanın Risk Sınıflandırılması**

Risk analizi, bireyler veya şirketler tarafından sağlanan potansiyel risklerin tanımlanması anlamına gelmektedir. Bunu yanı sıra İstatistiksel analizle ,sistematik gözlemle, teknik bilgi, sezgi ve veri üzerinden herhangi bir tehlike oluşma ihtimalinin değerlendirmektir. Yönetimi için yatırım kararları sürecinde risk özellikle önemlidir. Risk çeşitleri aşağıdakilerdir:<sup>16</sup>

- İş riski – beklenen iş kazancı için belirsizlik belirtmektedir. Bu riskin omurga faaliyet hacmini, kısa vadeli dalgalanmalara karşı "katı" (elastik) kalır "sabit maliyetler" oluşturmaktadır.
- Finansal risk - gelecekteki net gelirin belirsizliği belirlemektedir. Bu riskin omurga faaliyet karı kısa vadeli dalgalanmalardan adapte olayan "sabit finansman giderleri" oluşturmaktadır.

Şirketlerin bu risklere maruz kalmalarından korunması için uygun metodları bulmaları gerekmektedir.

<sup>16</sup> Ivaniš M, **Upravljanje finansijama**, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2007, str. 248

### **Sigorta, iş kabul (underwriting) riski<sup>17</sup>**

Güncel maliyetlerin sözleşmedeki maliyetlerden farklı gerçekleşmesi nedeniyle ortaya çıkan riskler pür riskler olarak adlandırılmaktadır. Bu tür maliyetler işletmenin ya düşük prim ödeme talebi veya hasarların beklenenden yüksek gerçekleşmesi sonucu ortaya çıkmaktadır.

#### **Pür (saf) riskler aşağıdaki gibi sıralanabilir,**

- ❖ Bilgi yetersizliğinden kaynaklanan hatalı tahmin riski
- ❖ Örnekleme ana kütleli yeterince temsil edememesi nedeniyle ortaya çıkan riskler
- ❖ Hasarı belirleyen faktörlerin hatalı tahmininden kaynaklanan değişme riski
- ❖ Teknik karşılıklardan meydana gelen provizyon riskidir

**Kredi riski** - alacakların zamanında kısmen ya da tamamen tahsil edilememesine bağlı olarak ortaya çıkan risklerdir. Ayrıca sigortalının iflasına bağlı olarak da geri dönmeme gerçekleşebilmektedir.

**Reasürans riski** – Reasürans şirketin finansal yapısının yetersizliğinden kaynaklanan risklerdir.

**Operasyonel risk**- Sigorta şirketinin işletme yapısının iş akışında hatalı satış, sahtekarlık ve sistem hatalarından kaynaklanan risklerdir.

**Yatırım (piyasa) riski;** Doğrudan işletme yatırımlarına bağlı olan risklerdir. Daha çok piyasadaki dalgalanmalar sonucu ortaya çıkan bu risklerdir.

**Likidite riski:** Sigorta şirketinin yükümlülüklerini yerine getiremeyecek şekilde likit varlıklara sahip olmaması sonucu ortaya çıkmaktadır. Belirli varlıkların pazarlanmaması, satış sürecindeki gecikmeler ya da daha düşük bir fiyatı kabullenme şeklindedir. Bu tür riskler aynı zamanda şirketin yatırımlarının sonucuna bağlı olarak gelişmektedir.

**Match etme (eşleştirme) riski:** İşletme yükümlülüklerini uygun varlıklarla eşleştirememesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu genellikle döviz kuru, zamanlama, faiz kuru, enflasyon ve hayat sigortalarında yaşam süresi ile ilgilidir. Hatalı eşleştirme sonucu ortaya çıkan bu kayıplar işletmenin gelir tablosuna yansımaktadır.

---

<sup>17</sup> Ayşe Gul BOLUKBASI, **Sigorta İşletmelerinde Risk Yönetimi**, Türkmen Kitapevi, 2. Baskı, İstanbul, 2011

### **1.3. Elektronik Sigortacılığının Teorik Temelleri**

Elektronik ticaret, tüm sektörlerde şartları (gereksinimleri) özelleştirilebilmektedir. Bu nedenle sigorta alanında da yoğun şekilde kullanılmaktadır. Sigorta şirketleri belli bir derece tutuculuk ve değişikliklere karşı dikkatli olmaları ile karakterize edilmektedirler. Ama çevrenin olağanüstü türbülans ortamından dolayı onların iş ahlaklarında değişiklikler meydana gelmiştir.

İnternet insan faaliyetlerinin tüm alanlarında mevcuttur. Bu mevcudiyetlik sigorta işlerinin teorik ve pratik ayarlarının gelişiminde yardımcı olmuştur. Günümüzde neredeyse herkes (sigortalı ve potansiyel sigortalı) internet kullanıcıdır. Bu sigorta işleri içinde çok önemlidir, çünkü bu iletişim şeklinin yardımı ile sigorta işlerine güvenini arttığı belirlenmiştir.

Bilgisayar teknolojisinin sigorta sektöründe özel bir yeri vardır. Bilgisayar ekipmanı ve ilgili programların hızlı gelişimi büyük ölçüde sigorta gelişimine de yansımaktadır. Sigorta işlerinin ulaştığı seviye sunulan hizmetlerin satışı ve gelişimi yeni yollar bulunması gerektiğini göstermektedir. Online iş uygulanması, bilgi teknolojinin kullanımı ama özellikle internet teknolojisi kullanımı gerektirmektedir.<sup>18</sup>

#### **1.3.1. Elektronik Sigortacılık Hakkında Genel Bilgiler**

##### **1.3.1.1. E-Sigortacılığının Tanımı Kapsamı Ve Araçları**

Bilgisayar ve elektronik ticaretin kullanımı bütün endüstrilerde o kadar kullanılmaktadır ki yenilikçi teknoloji yerine temel teknoloji seviyesi ulaşmıştır.

Elektronik ticaret, elektronik sigortanın en büyük ve en önemli parçasıdır. Ticaret sigortasına hem doğrudan hemde dolaylı olarak olağan üdtü güvenlik özellikleri sağlamaktadır. Batı Avrupada internet üzerinden tamamlanan sigorta prim payı hızla artmaktadır. İnternet ve elektronik ticaretin uygulanması sigortacılara şu faydaları sunar: gerekli verileri elde etmek için zaman tasarrufu, e-mailin sunduğu hızlı iletişim, rekabet ve katılımcı sıyısındaki artış, daha iyi ve daha kolay kayıt korumaktadır.

---

<sup>18</sup> *Viel Geld für die IT – nicht immer gut angelegt, Zeitschrift für Versicherungswesen, 16, 2002, str. 498*



Bankacılık ve sigortacılık için elektronik bilgiler çok önemlidir. Bu nedenden dolayı güvenilir bir iş kaydı olarak uzun bir süre tutulmalıdır.<sup>19</sup>

### 1.3.1.2. E-Sigortacılığının Türleri

Sigortacı ve iş ortakları arasındaki çalışmalarında internet kullanımının çok büyük avantajları ve faydaları vardır. Sigortacılar, reasürans, komisyoncu, satıcı, bankalar, borsa, yatırım fonları ve diğer işletmeler arasında daha çabuk ve daha kolay iletişim sağlamaktadır. İnternette belirli piyasalar ve tedarikçiler bulunmaktadır. Onlar sadece bireylere değil şirketlere de yöneliktir. Koruma arayan Sigorta aracıları ve Sigorta acenteleri hatta şirketler sigortacılara belirli internet sayfalarında kendi problemlerini belirtebilirler. Çok nadir olsada uygun koşullar sunarak teklif almaktadırlar.

- B2B modeli, yada müşteriye iş modeli, internet üzerinden firma ve kendi ihtiyaçları için müşterinin arasındaki ticarettir.
- B2C işletmeler ve tüketiciler arasındaki doğrudan işlemleri içerir. B2B modeli B2C modellere göre daha karmaşıktır.

B2B modelinde, firmalar genellikle fiyat, garanti, teknik ve maddi destek için müzakere istemektedirler. B2B modelinin aksine, çünkü B2C, en sık önceden belirlenmiş fiyatlarla bir katalog seçimine dayalı ticaret oluşturmaktadır. B2B modeli birbirleri ile iş yapan şirketlerin bilgi sistemleri entegrasyonu gerektirir. B2C modeli ise entegrasyon gerektirmez. E-ticaretinin yardımı ile B2C modelinin gelişmesi beklenmektedir. Sigorta hizmetlerinin doğası göz önüne alındığında, önümüzdeki dönemde şirketler ve bireysel kullanıcılar arasında sigorta hizmetleri hacminde büyük bir işlem oluşturulması beklenmektedir. B2C modeline sıklıkla sunulan hizmetler şunlardır: elektronik bankacılık, hisse senedi ve tahvil, seyahat hizmetleri, kira ve gayrimenkul satış ve iş bulmaktır.

### 🚦 B2B ve B2C arasındaki fark, müşterinin kim olduğudur.

Genel olarak müşteriler, şirket olduğunda B2B yani Business to Business (şirketten şirkete), müşteriler şahıs olduğunda ise B2C yani Business to Consumer (şirketten

<sup>19</sup> Ivica METLIKOVEC, *Modernizacija dokumentacijsko-arhivskog sustava smanjuje troškove*, Svijet osiguranja, 4, 2008, str 50.

müşteriye ) terimş kullanılmaktadır. Örneğin; bireylere kitap satın bir internet sitesi B2C tarzında , sanayi şirketlerinde kimyasal malzeme satan bir şirket ise B2B tarzında çalışmaktadır.

**Müşterinin ayırt edilmesinde 2 önemli konu vardır : Pazarlık ve entegrasyon...**  
olarak daha uygundur.

**Pazarlık açısından;** B2B’de, ürün spesifikasyonu, teslim zamanı, fiyat ve ödeme koşulları her defasında görüşmeye açıktır. B2C’de ise, fiyatlar ve ürünler yayınlanmıştır, teslim koşulları ve fiyat üzerinde müşterinin herhangi bir pazarlık şansı yoktur.

**Entegrasyon açısından ise;** B2B’ de müşterinin sistemi ile konuşabilme imkanı geliştirilmeli, iki sistem arasında bilgi paylaşımı mümkün olmalıdır. B2C’de ise, müşterinin web sitesi veya bilgisayar sistemi ile herhangi bir entegrasyona ihtiyaç yoktur.

Şu anda Türkiye’deki e-ticaret uygulamaları genelde işletmeden son kullanıcılara (Business to Consumer, B2C) satış biçimiyle gerçekleşmektedir. Ancak dünyadaki mevcut uygulamalardan da anlaşabileceği gibi, işletmeden işletmeye satış, elektronik ticaret hacminin büyük kısmını oluşturmaktadır. Kısa bir süre sonra Türkiye’de de büyük firmalardan başlamak üzere bir çok şirketin tedarikçileri ve bayileri arasındaki işlemleri internete taşımalarına ve işletmeler arası e-ticaretin patlamasına tanık olacağız. İşletmeden işletmeye (Business to Business, B2B) satış modelin ilk örneğini Arçelil, internet üzerinden bayi siparişlerimş almaya başlayarak göstermiştir.

#### **🚦 B2B ve B2C'nin Avantajları**

- ❖ **B2B’ nin avantajları:** Zaman ve mekân sıkıntısı yaşamadan sigorta şirketleri ve acenteler birbirine kolayca ulaşabilmektedir. Standart ve sık tekrarlanan işlemler elektronik ortamda otomatik hale getirilerek firmalar için zamandan kazanç sağlanmaktadır. Yapılan işlemlerle ilgili takip kolaydır, raporlar kolay hazırlanmaktadır.
- ❖ **B2C’ nin avantajları:** B2C ile sigorta şirketleri veya acenteler çok büyük bir kitleye satış yapabilmektedir. B2C yapan sigorta şirketleri veya acenteler, müşteriye istediği ortamda ulaşabildiği için rakiplerine oranla daha çok tercih

edilmektedirler. Müşterilere ait bilgiler toplanarak bireysel hizmet sunulabilmektedir.<sup>20</sup>

### **1.3.2. E-Sigortacılığının Mevcut Durumu**

Gelde piyasalarda sigortacılığın klasik türü bulunmaktadır. Karmaşık bir tür olarak karakterize edilen ve çalışanlarının sayısı yüksektir. İnterneti kullanan sigorta şirketlerinin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Tamamen internet üzerinden işlerini yürüten sigorta şirketleri vardır. Ama onların sunduğu teklifler kısıtlıdır. Yani bazı sigorta hizmetlerinde uzmanlaşmışlardır. Ancak, onlar klasik sigorta kuruluşlarına ciddi bir rekabet teşkil edemezler. Fiziki yapı ve insan sermayesinin yanı sıra işin belli kısmını internet üzerinden yapan melez sigorta kuruluşu adı verilen kuruluşlar ortaya çıkmıştır. Bu organizasyonlar genellikle, internet sigorta kuruluşlarının klasik sigorta kuruluşları tarafından satın alınmasıyla oluşan veya klasik sigorta kuruluşlarının internet üzerinden işlerini geliştirme amacı ile kurulan organizasyondur.<sup>21</sup>

Çağrı merkezi oluşturularak sigorta hizmetlerinin kalitesi yükseltilir, sigortalı ve potansiyel sigortalı iletişim geliştirilir, finansal göstergeler geliştirilir, rekabete göre farklılaşma olasılığı doğar, sigortalı ve potansiyel sigortalı belirli kriterlere göre bölünme ve sigorta piyasalarının özelliklerine göre önemli bilgileri toplamak.

Sigorta piyasasında oluşan genişleme, sigorta şirketleri arasında rekabete yol açar. Sigortalıların ve potansiyel sigortalıların ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamak için tekliflerde çeşitli farklılaşma oluşturulur, rekabet avantajı yaratılır. Sigorta dünyasında bire bir pazarlama denilen yeni pazarlama kavramı vardır.

#### **1.3.2.1. Türkiye’de Mevcut Durumu**

Elektronik bankacılık (e-bankacılık) haşa gelişmenin ilk aşamasındadır. Bu sadece internet üzerinden faaliyet gösteren sanal bankalara değinmektedir. Daha geniş anlamda bu terim uzaktan bankacılığı kapsamaktadır. Yani bu bankacılık bilgi teknolojilerini ve müşterileri ile çevrimiçi uzaktan iletişim bağlantısı kullanan bankacılıktır. Böylece, elektronik bankacılık enformasyon ve telekomünikasyon teknolojileri kullanılarak finansal işlemlerin gerçekleştirilmesi için oluşan bir topluluktur.

<sup>20</sup> YAZICI, Selim ve YANIK, Serhat. **Elektronik Sigortacılık**, İstanbul : DER Yayınları, 2002

<sup>21</sup> I. VRSALJKO, “*Istraživanje Gartner Group Inc., trendovi razvoja*”, Svijet osiguranja, 4/2000

Türkiye’de sigorta pazarlaması, kurumsal düzenlemeler açısından önemli bir değişim yaşamıştır. Bu da ülkede sigorta piyasasında faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin performansını yükseltmektedir. Ancak sigorta şirketlerinin performans değişiklikleri sigorta ürünlerinin alımı ve satışında önemli değişikliklere yol açabilmektedir. Şimdiye kadar sigorta ürünleri için daha önceden kullanılan dağıtım kanalları bilinmektedirler. Sigorta ürünlerinin daha iyi satışı için bazı sigorta şirketleri bilinen dağıtım kanalları birleştirmektedirler. Onların amacı işlem maliyetlerini azaltmak ve rekabetçi konumunu güçlendirmektir. Genellikle internet, bankalar , medya aracılığıyla ve acenteler aracılığıyla dağıtım kanalları birleştirmektedirler. Ama, şimdiye kadar piyasalarda kurumsal çözümleriyle belirlenen dağıtım kanalları vardır. Toplum sigorta aracılığıyla dağıtım kanalı, sigortada toplum temsilli dağıtım kanalı ve sigorta hizmetleri veren ajantalar dağıtım kanalı ve sigorta ürünlerinin bankalar ve bankasürans yoluyla dağıtım kanalı.

Bu dağıtım kanallarından, işlem maliyetlerinin azaltılması için internet dağıtım kanalı önemli yeri vardır. İnternetin çok kullanımı sigortanın elektronik dağıtım kanalının gelişmesine büyük etkisi olmuştur. Bu nedenden dolayı bir çok sigorta kurumu kendi web sayfası sayesinde kendi sigorta üretimlerini dağıtımını sağlamaktadır.

Küresel mali krizin başından bu yana Euro bölgesindeki iç talepleri zayıf ve yatırım faaliyetleri az olan Orta ve Doğu Avrupa ülkelerini kuvvetle etkilemiştir. Dış çevrenin iyileştirilmesi Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinin ihracat artışını etkileyeceği, kredi aktivitesinin azaltılması ve iş güven artışı olacağı tahmin edilmektedir. Ekonomik iyileşmenin bölge ülkeleri arasında farklılık göstereceği tahmin edilmektedir.

### **1.3.2.2. Balkan Ülkelerinde Mevcut Durumu**

Balkan ülkelerindeki sigorta kuruluşları çok çeşitli sigorta formları ile zenginleştirilmişlerdir. Bu formlar ekonomik olarak gelişmiş olan ülkelerde tasarrufun etkili yollarından biridir. Bu tasarruf da sosyo-ekonomik kalkınma yatırımı için sermaye oluşturulmasını sağlamaktadır. Dengesiz parasal koşullar nedeniyle, düşük yaşam standartları, kötü ekonomik ve demografik durum ve sigorta türlerine ona güvensizlikten dolayı Balkan ülkelerinde hayat sigortası sigorta piyasasını farklı şekillerde etkilemektedir (en büyük payı sanayi sigortasında ve motorlu taşıt

sigortasında kaydedilmektedir). Yukarıda belirtilen durumların iyileştirilmesi ile birlikte potansiyel sigortalıların güvenini yeniden kazanmak için en büyük görev sigorta kuruluşlarına düşmektedir. Bu görevde önemli bir rol bire-bir pazarlama işlerine düşmektedir. Güven edinme ve pazarlamayı artırmak için pazarlama şekilleri yanı sıra potansiyel sigortalıların farklılaşmış internet üzerinden giriş yapmaları ve ilgi göstermelerinin çok katkısı vardır. Sonuç olarak, ülkemizde sigorta kurumlarının herhangi bir ilgi gösteren potansiyel sigortalılara somut teklifler sunmaktadırlar. Bu teklifler başka doğum tarihi yani erişim yaşını, sigorta süresini ve sigorta maliyetini kapsamaktadır. Potansiyel sigortalıdan alınan bilgilere göre sigorta primlerinin aylık veya yıllık maliyeti hesaplanmaktadır.

Gelişmenin ilk aşamalarında, potansiyel sigortalıların istedikleri bilgiler hemen ulaşabilmeleri nedeniyle bire bir internet pazarlama potansiyel sigortalıların ihtiyaçlarını, isteklerini karşılayabilir. Bu uygulamanın başlangıcında oluşan yüksek maliyet uzun vadede kullanım nedeniyle büyük ekonomik gerekçesi vardır. Ancak, sigorta kuruluşlarının istenilen hedeflere ulaşabilmeleri için interaktif pazarlama açısından daha yoğun gözlemleyerek interneti reaktif ve proaktif pazarlama şekli olarak görmeleri gerekmektedir.

### **1.3.3. Elektronik Sigortacılıkta Mevcut Eğilimler**

#### **1.3.3.1. Sigortalı Sayısındaki Büyüme**

Dünya çapında bir ağ olduğu için bu konuda internete ulaşım sınırsızdır. Teklifler başta ana dil ve İngilizce dilinde olmak üzere farklı dillerde yapılmaktadırlar. Bu uygulama, özellikle internet sunumları, çoğu sigorta kuruluşlarında bulunmaktadır. Daha fazla sayıda sigortalı olabilme nedeniyle elektronik pazarlamada önemli bir trenddir. Bu pazarlama türünde ulaşma maliyetinin az olması nedeniyle daha fazla kişinin ilgi göstermesi sağlar. Kolay bilgisayar programları sayesinde geniş ağlarda ve sürekli ulaşım nedeniyle çok iyi faaliyet göstermektedir.

#### **1.3.3.2. Geliştirilmiş Hizmetler**

İlgili kişilerin ve sigortalıların sorularına en kısa sürede cevap verebilmek iyi olmayan isteklerin ortadan kaldırılması ve şikayetlerin hemen göze alınması anlamına

gelmektedir. Bir çok yabancı sigortacılar internet üzerinden çalışma için sadece bilgisayarda doldurulabilen ve sadece bilgisayarlara teslim edilebilen farklı formlar (desenler) kullanmaktadırlar. Sigorta hizmetlerinin iyileştirilmesi için en büyük rol internetin yaygın parçası olan E-postana aittir. Diğer medyalarla karşılaştırıldığında, örneğin normal posta ve telefon, hız, maliyet ve kolaylık ve basitlik bakımından önemli avantajlara sahiptir. Doğan zorluklar ve hemen oluşan hasarların rapor edilmeleri açısından internet üzerinden sigortacı ve sigortalı arasındaki sözleşmenin değiştirilebilmesi büyük bir avantajdır. Bu amaçla çok çeşitli bildirimlere ulaşılabilme olasılığı. Bu nedenle, elektronik ticaretinin odak noktasının hemen satış değilde sigortaya destek olmak görüşleri var.

#### 1.3.3.3. **Multimedya ve Etkileşim**

Multimedya internet üzerinden aynı zamanda şu bileşenlerden en az iki tanesinin kullanılması demektir: çizimler, resimler, ses, ses ve video malzemesi. İnteraktiflik bu bültene yaklaşan bir kişinin sadece evet veya hayır ile sorulan sorulara yanıtlaması değilde çok geniş olanaklı cevap vermesidir. Çok daha özgürce sigorta programlarını kullanılabilir. Bu özellikler sigortacılara, farklı hedef gruplarına ihtiyaçları olan teklifleri sunabilme olasılığını vermektedir. Ayrıca bir elektronik piyasada potansiyel sigortalının çeşitli duyu hareketleri için ayarlanabilmektedir.

#### 1.3.3.4. **İnternet Üzerinden Sigorta Sektörünün Dışından Şirketlerle İşbirliği**

İnternet üzerinden sigorta sektörünün dışından şirketlerle işbirliği sigortacılara çok avantaj sunmaktadır. İlk etapta genel ağ kullanıcılarının işlerini kolaylaştıracak farklı ağa arama şekilleriyle işbirliği gelmektedir. Örneğin arama programına (google gibi) sigorta yazarsanız tarayıcı size istenilen hizmetleri sunan sigortaları gösterecektir. Gösterilen sonuçlarda bir çok sigorta kuruluşları olabilir bu durumda potansiyel sigorta aynı yada farklı hizmetleri sunan sigorta kuruluşlarında kendine uygun sigorta şirketini hemen seçebilmektedir.

#### 1.3.4. **Sigorta Sektöründe E - Ticaretin Faydaları**

- ❖ İsteğimize uygun ürün oluşturabilme imkânı sunmaktadır. Geleneksel sigortacılıkta müşteriler belli sigorta ürünleri arasından seçim yaparken, internet

sigortacılığında istek ve ihtiyaçları doğrultusunda paketler oluşturabilmektedir. Bu açıdan internet sigortacılığı klasik sigortacılığa göre avantajlıdır.

- ❖ Rekabet yaratarak maliyet avantajı sağlamaktadır. İnternet sigortacılığını kullanan sigorta şirketleri yüzde 58-78 oranında maliyet avantajı sağlamaktadır.
- ❖ Kolay erişilebilirdir.
- ❖ Müşterilerle ilgili veri tabanı oluşturulabilmektedir.
- ❖ Zaman ve iş gücü tasarrufu sağlamaktadır.
- ❖ Karşılaştırmalı teklifler oluşturulabilmektedir.
- ❖ Şeffaflık sağlamaktadır. Ürün ve fiyatlar herkes tarafından görüntülenebilmektedir.
- ❖ İletişim kolaylığı sağlamaktadır.
- ❖ Kendi yazıcımızdan poliçeyi istediğimiz zaman yazdırabilme imkânı sunmaktadır.

### 1. İnternet Üzerinden Satılabilecek Sigorta Ürünleri

#### ✚ Sigorta ürünleri e-ticarete uygundur çünkü;

- ❖ Sigorta ürünleri fiziksel bir ürün değildir ve bu sayede elektronik olarak yapılandırılabilirler
- ❖ Direkt satış, aracılara satışlara göre maliyet avantajları taşımaktadır.

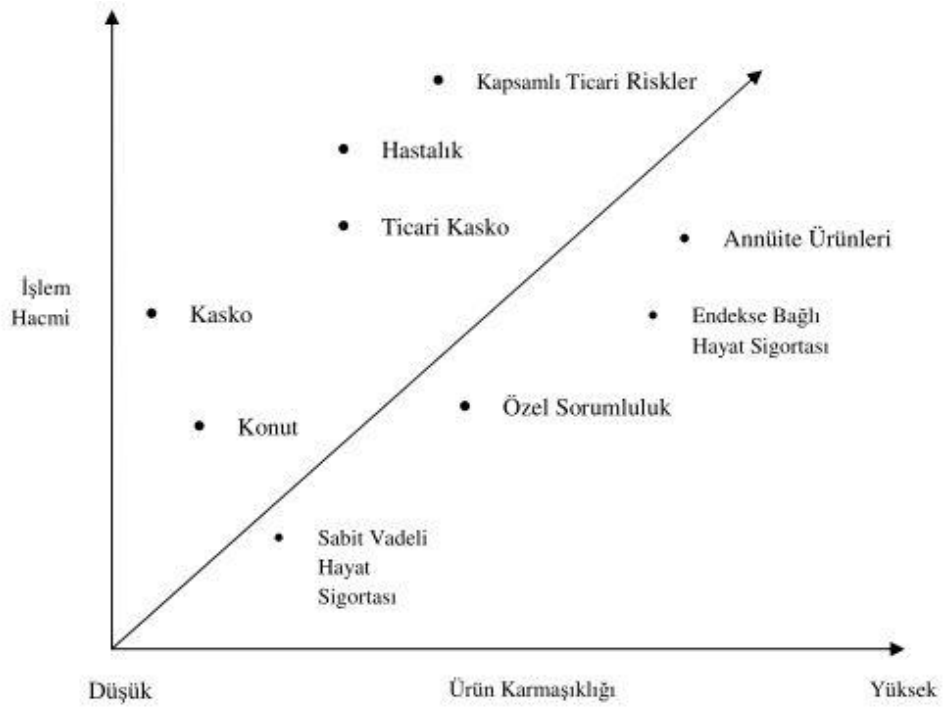
#### ✚ Sigorta ürünleri e-ticarete uygun olmalarına rağmen bazı olumsuz yanları vardır;

- ❖ Ürün ve teminatların karmaşık yapılı olması
- ❖ Bu nedenle müşterilerin daha fazla açıklamaya ihtiyaç duyması
- ❖ Pazarlama kanallarındaki karışıklık (yanı sistemin acente yolu ile satış yöntemine bağımlılığı gibi konular) sigortacılık açısından elektronik ticaretin zorlukları arasında gösterilebilir
- ❖ Yapıları ve özellikleri gereği, tüm sigorta ürünlerinin internet üzerinden ticareti gerçekleştirilememektedir
- ❖ Bu ürünlerinin internet üzerinden satışını etkileyen en önemli unsura, ürüne özgü olarak (teminatlarının karmaşıklığı doğrultusunda ) **müşterilere sunulan danışmanlığın miktarı ve niteliğidir.**
- ❖ Ürünler karmaşılaşıp, finansal açıdan önemli bir yere sahip olmaya başladıkça

- ❖ Yapılan çalışmalar, **elementer branşlardaki** ürünlerin; hayat, emeklilik, sağlık ve ticari sigortalara göre **internet üzerinde daha kolay pazarlanabildiğini göstermektedir**

### 1.3.5. Sigorta Ürünlerinin E-Sigortaya Uygunluğu

Sigorta poliçeleri fiziksel bir ürün olmamaları nedeniyle elektronik ortamda satışa uygundur.



#### **Grafik 1. Sigorta ürünlerinin internetten üzerinden pazarlanmaya uygunluğu**

Kaynak: YAZICI, Selim ve YANIK, Serhat. Elektronik Sigortacılık, İstanbul : DER Yayınları, 2002

E-sigortacılıkla satışa sunulan ürünler otomobil veya düşük bedelli sağlık poliçeleri gibi yoğun olarak tercih edilen sigorta ürünleridir. Sektör yetkililerine göre internet üzerinden satışa uygun olmayan bazı sigorta ürünleri vardır.

Bunların başında hayat ve sağlık poliçeleri gelmektedir. Yapılan araştırmalar da elementer ürünlerin internet üzerinden daha kolay pazarlandığını göstermektedir. Kasko, konut gibi yalın sigortalar on-line üretime daha uygundur. Mühendislik sigortalarının teminatlarının anlaşılması biraz zordur. Bunun yanında ticari işletmelere yönelik birtakım komplike sigortalar bulunmaktadır. Bu tür komplike sigortalar mutlaka



bir danışman yardımı gerektirmektedir. Çünkü anlaşılması oldukça güçtür. Bunlara bir diğer örnek ise vergi muafiyeti olan hayat poliçeleridir. Bu karmaşık poliçelerin internet üzerinden satışa sunulabilmesi için belli bir standarda oturtulması gerekmektedir. Ancak bu şekilde bu tip poliçeler internet üzerinden satışa sunulabilecek hale gelecektir.

ABD’ de 2000 yılında yapılan bir araştırmaya göre, tüketicilerin yüzde 42 oranında kasko, yüzde 23 oranında hayat sigortası, yüzde 21 oranında ev, yüzde 13 oranında sağlık, yüzde 1 oranında diğer sigorta dallarını satın aldıkları ortaya çıkmıştır.

### **ABD’de Online Satışların Dağılımı**

- % 42 Kasko,
- % 23 Hayat sigortası,
- % 21 Ev,
- % 13 Sağlık,
- % 1 diğer sigorta dalları.

### **Grafik 2. ABD'de online satışlarının dağılımı**

Kaynak: YAZICI, Selim ve YANIK, Serhat. Elektronik Sigortacılık, İstanbul : DER Yayınları, 2002

Sigorta şirketi ile iletişim gerektiren ürünlerin internet üzerinden satışı daha kolaydır. Çünkü hayat sigortaları gibi bir kere alındıktan sonra yıllarca şirketle görüşülmesini gerektirmeyen poliçelerin internette satışa sunulması zordur.

E-sigortacılığın daha fazla kişi tarafından kullanılmaya başlamasıyla sigorta şirketleri daha çok müşteriye ulaşmak, ürünlerini onlara tanıtmak ve satmak için rekabet içerisine gireceklerdir. Buna bağlı olarak da geleneksel sigortacılık yavaş yavaş önemini kaybedecek ve AR-GE faaliyetleri önem kazanmaya başlayacaktır.

## 1.4. Finansal Krizler

### 1.4.1. Finansal Krizlerin Tarihsel Gelişimi

Mali krizin çeşitli teorik tanımları vardır. Bunlardan biri Goldsmithovun teoriğidir. Bu teori şöyledir: ‘’ mali kriz keskin, kısa ve ultra konjonktürellü çoğu veya bütün parametrelerin kötüleşmesidir: faiz oranları, hisse senedi fiyatları ve gayrimenkul, ticari iflas ve finansal kurumların iflası”<sup>22</sup>

Krizin geçmişi genellikle 1637 yılında Hollanda'da ‘’tulipomanya’’( lale çılgınlığı) başlar. Bunu takiben 1720 yılında Fransada ciddi bir kriz başlamıştır.

Bir yüzyıl sonra , 1825 yılında büyük bir panik Londra borsasını sarsmıştır. Ve bu Latin Amerika ülkelerinde yatırım spekülasyonu nedeniyle. Yaklaşık on yıl sonra (1836) ABD'de oluşan gayrimenkul spekülasyonu bazı Avrupa Kıtası ülkelerinde , SAD ve İngiltere'de borsa çöküşü neden olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri İç Savaşı başlarında (1857) kredi krizi hisse değerlerini düşürdü ve bu 1873 yılında SAD'nin büyük ticaret ortaklarını da vurdu. Viyana borsa çökümünü yaşadı. Bu çöküme „ Büyük durgunluk "adı verindi. Bu çöküntünün etkileri 1896 yılına kadar hissedilmiştir.

1907 SAD'de oluşan ‘’ bankacılık paniği’’ borsa çöküşünden sonra, Fransa ve İtalya'ya yayıldı. Birinci Dünya Savaşının bitmesiyle 1921 yılında hammadde fiyatlarında keskin bir düşüş gerçekleşmişti. Bunu Almanya'da hiperenflasyon, Orta Avrupa'nın diğer ülkelerdeki benzer parasal sorunlar takip etmiştir.

New York Menkul Borsasının yıkılmasından sonra, Ekim 1929 yılında ABD'de ‘’Büyük Buhran’’ başlamıştır.

İlk petrol şoku "(1973) kısa bir küresel durgunluğu şartlandırılmıştır. İkinci petrol şokundan sonra 1982 yılında küresel kredi krizi başlamıştır (gelişmekte olan ülkelerin dış borçları ödiyememeleri). Beş yıl sonra, ABD borsalarında hisse senedi fiyatlarında bir çöküş yaşanmıştır. İki yıl sonra, Japonya'nın borsa balonu patlıyor ve bu ülke o patlamadan hala toparlanamamıştı.

---

<sup>22</sup> Goldsmith, RAYMOND W., *The National Balance Sheet of the United States*, National Bureau of Economic Research, University of Chicago Press, 1982.

20. yüzyılın son on yılında dünyayı ilk İsveç'teki bankacılık krizi, 1993 yılında pound keskin bir düşüş, 1995 Meksika krizi, 1997 yılında Asya finansal krizi, Rus Maliye çöküşü,, dot-com balonu 2000 çökümü salladı. Bir yıl sonra ünlü Arjantin Krizi başlamıştır. 2007 yılında keskin bir küresel mali kriz başlamaktadır ve bir yıl sonra bu kriz ekonomik krizi dönüşmektedir.

Mali kriz asla, ekonomik kriz sektörlerinden izole olarak ortaya çıkmaz. Ama genelde sonradan diğer sektörlerle yayılan bir sektör kriz olarak ortaya çıkmaktadır.

Mali kriz genellikle güven krizi olarak, kriz iç ekonomik ve siyasal zayıflığı nedeniyle ve uluslararası mali piyasaların işleyişindeki kusurların sonucu oluşur. Kriz tüm ekonomilerde ortaya çıkan bir olgu olduğu kanıtlanmıştır. Daha sonra devlet onların problemlerin çözümünde rol almaktadır.

Arz ve talep arasındaki uyumsuzluk başlıca iki nedenden kaynaklanmaktadır. Ve bu yatırımcıların imkanlara sahip olmamaları veya imkanlarını menkul yatırımlara yatırmak istememeleridir. Uyumsuzluk, iktisadi faaliyetteki düşüşe daha da yol açar. ya da malların üretimini ve piyasada kensi tekliflerinin azaltılması. Ayrıca, para değerinin düşmesi yerel para biriminin döviz kurusunun düşmesine neden olur. Yani başka para biriminin alınması için daha çok yerel birimin harcanması gerekmektedir.

Ayrıca her piyasa salınımı kriz olarak adlandırılmakta. Finansal piyasada oluşan negatif değişimlere kriz denilebilmesi için belirli şartları karşılaması gerekmektedir. Öncelikle mali piyasayı ve katılımcıların çoğunu kapsamalıdır. Finansal piyasa bölgelerindeki olumsuz gelişmeler çok endişe içermez ve onun bir parçasıdır. Daha sonra, önemli olan ekonomik nedenlerden dolayı ortaya çıkmasıdır. Ekonomik olmayan nedenler kalıcı değillerdir, genelde hızla gelip hızlı geçermektedirler. Dayanıklılık aynı zamanda önemli bir koşuldur. Çünkü kısa vadeli bozukluklara kriz adını veremeyiz. Koşullardan biri de menkul fiyatlarının düşüşünün şiddetli olmasıdır (Küçük düşüşler günlük hayatta yaşanmaktadırlar) ve bir ekonomik genel krizi ile bağlantılı olmalıdır.

#### **1.4.2. Finansal Krizlerin Kavramı**

Bütün gezegeni kapsayan Ekonomik kriz 2007 yılında başlamıştır. Finansal sektörün ortaya çıkardığı bu kriz ekonominin gerçek sektörünü de etkilemiştir. Mikroekonomik

kişiler bölgeden bölgeye, ulusal ekonomiden ulusal ekonomiye, şirketten şirkete geçiş yapan yoğun krizin olumsuz etkilerini yaşamışlardır. Üretimdeki düşüş işsizliğe, bütçelerinde büyük dengesizliklere ve yurt dışında borçlanmaya neden olmuştur. Ekonomik karışıklığa ve gelecekte ekonominin büyümeyeceği tahmininin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Söz konusu kriz geçici ve yerel değildir. Uzun vadeli ve küreseldir. Onun yapısal karakteri herşeyi zorlaştırmaktadır. Tarihte gecikmeler ve terslikler yaşamayan hiç bir topluluk yoktur, bütün topluluklar bunu yaşamışlardır. Kriz önceden tahmin edilebilse kesinlikle onun yaşanması önlenmişti. Ama o beklenmeden, kademeli veya aniden oluşmuştur. Herhangi bir öznellik ve kolektif çıkar eksikliği oluşan krizi derinleştirir ve uzatmaktadır.

Küresel ekonomik faaliyetlerinde artan karmaşıklık nedeniyle krizler daha sık meydana gelmektedirler. Ekonomik döngüler bunun en iyi kanıtıdır. Bu nedenle, kriz gelişiminde dönüm noktası bir tür olarak görülebilir –düşenden yükselen fazına doğru ( düşüş ve depresyon canlanmada yeni aşamadır). Ekonomik döngü öncelikle gelirden alternatif düşüş ve iktisadi faaliyetteki artışın, ya da dalgalanmalar aracılığıyla görünür bazı zorlukların periyodik tekrarını temsil etmektedir.<sup>23</sup>

Krizler kaçınılmaz ve önlenemezler mi? Ekonomik sistemleri mükemmel olsaydı kesinlikle krizler olmazdı. Onların kusurları döngüye yol açmaktadır. Bu konuda devlet kurumları ve ekonomik politikanın belirleyici bir rolü vardır. Habermas'a göre ekonomik kriz sosyal kurumların parçalanmasına yol açar ve bu nedenle de sosyal parçalanmaya yol açmaktadır. Toplumsal sistem krizinin en önemli bileşeninin ekonomik kriz olduğu söylenilebilmektedir. Çünkü onda hareket gruplarının çıkarları çatışmaktadır. Ve bu toplumun sosyal bütünleşmesini akla getirmektedir.

Ekonomi biliminin son zamanlarda en önemli ve ünlü iktisatçılarından biri olan ve Büyük Buhrandan (depresyondan) sonra ‘‘kapitalizmin kurtarıcısı’’ ünvanını alan Keynes'e göre kriz küresel yada yerel olsun en önemli faktör yatırım ve satın alma gücünün büyümesini sağlayan gelirin yetersiz dağıtımıdır. Keynesyen devrim küresel

---

<sup>23</sup> P. ĐUKIĆ, „*Globalna i nacionalna ekonomska kriza – izazov za reforme i održivi rast ekonomije*“, Ekonomska kriza, Novi Sad, 2009, str. 3.

makroekonomik politikasına ve uygulamasına devlet gelir dağıtımını getirmiştir. Onun sektörlere yönelik yönlendirmeler ve toplumsal kategorilerinde daha yüksek bir tüketim eğilimi içindir.

Krizden sonra hiçbir şey eskisi gibi değildir. Yapısal dönüşüme bakarsanız durum karmaşıktır. Yapısal bozukluklar uzun zamanda tedavi edilir ve çok sermayi gerektirmektedir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler borç altına girmek zorunda kalmaktadırlar ve krizi derinleştirir veya krizi dahada zorlaştırmaktadır.

Küresel ekonomik krizin ilk işaretleri 1929-1933 yılları arasında görünmektedir. Büyük olasılıkla gayrimenkul sektöründe ABD'de 2007 yılı ortalarında ortaya çıkmaktadır. İlk hedef mali sekrör olmuştur. Onun yapısal ve fonksiyon eleksiklikleri krizin gerçek (reel) sektörde yayılması sebep olmuştur. O sadece finansal değil genel ekonomik krizidir.

Kendisi için çok büyük karlar sağlayan açgözlü finans sektörü oluşturan finansal türevlerinin yüksek riskli operasyonlarının devlet tarafından kontrol edilmedikleri anlaşılmaktadır. Kurumsal zayıflıklar ve sistem hatası, umulmadık negatif domino etkisine yol açmıştır. Gerekli sistem iyileştirilmelerine ve modern küresel ekonomik süreçlerde devletin yeni rolüne ilişkin sorular ciddiye alınmaktadırlar. Parasal aktif önlemler ve maliye politika krizi yatıştırmıştır. Ancak uzun vadede sürdürülebilecek ve istikrarlı bir büyümenin ve gelişmenin sağlanabilmesi için , sistemik gelişmelere eşlik etmeleri gerekmektedir( özellikle finans alanında).

Uygulamalar gösteriyorki pıyasa kusurlarının bazı kurumsal düzenlemeler ile işbirliği bazen periyodik kriz oluşturmaktadır. Öte yandan, (ekonomide) aşırı devlet faaliyeti, aynı zamanda, bir kriz oluşturabilmektedir. Bu durumda haklı olarak müdahale edilmeli mi yoksa edilmemeli mi sorusu sorulmaktadır. Cevap olumlu ise müdahale, müdahalenin ne kadar olacağı sorusu doğmaktadır.

Devletin ekonomiye karışmanın evrensel bir tarifi yoktur. Ekonomik alanda devletin optimum yoğunluğu ve kayıt kapsamı ulusal ekonominin belirli özelliklerine bağlıdır. Ulusal ekonomi, dinamik, karmaşık ve hiyerarşik sistemdir. Modern ekonomik gelişmeler onun temel özelliklerini doğrulamaktadır. Gelecekteki değişiklikleri doğru

tahmin imkânsızlığı, muhtemelen bilim adamlarının ve makroekonomi ile ilgili uzmanlarının uzun bir süre daha ana takıntıları olacaktır.

Piyasa ekonomisinin ve sanayi üretim yönteminin ortaya çıkmasından bu yana konstelasyon güç ve Dünya ekonomisinin temeli fiziksel olarak ilerlemiştir. Eğilimler, farklı nedenlere yanıt vermek için ortaya çıkan ve farklı şekillerde tecelli kriz bozukluklarının oluşumuna tabidir. Durgunluk ve kriz, ekonomik döngü içinde normal aşamadır. Kriz ve durgunluk temel makroekonomik büyüklüklerin arasındaki ilişkide biriken dengesizliklerin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

Ünlü ekonomist Krugman, makroekonomide krize yol açan birçok zayıflıklarla karşılaşmaktadır. Bilimde olduğu gibi ekonomi politikasında da finansal krizi çözme konusunda farklı görüşler vardır. Bir gerçek var ki real bilgilerde yok, ne Optimal portföy hakkında, ne de rasyonel yatırımcı.<sup>24</sup>

Bazı finansal varlıkların denge fiyatı diğer finansal varlıkların fiyatları ile ilişkilerden elde edilir, ekonominin real sektör durumuyla herhangi bir bağlantısı olmadan. Ve bu nedenle gerçekçi olmayan “şişirilmiş” finansal varlıkların fiyatlardan “baloncuklar” oluşmaktadır. Bu baloncukların patlaması sonucunda finansal kriz başlamaktadır.

Dünyadaki finansal piyasaların arasındaki bağlantılar nedeniyle mürekkebin suda çabuk dağılımı gibi finansal kriz de bir o kadar hızla genişlemektedir. Özellikle bu büyük olasılıkla “rezerv para birimi” olan ülkede başlamış ise.

Nobel ödüllü Phelps, ekonomideki belirsizliklerin real sektörde olduğu gibi finansal sektörde de etkileşimlerin sonucu olduğunu belirtmektedir. Krizin en kötü çözümünün rezerv para birimi olan ülkelerde olduğunu doğrulamaktadır. Tüm dünyanın ihtiyaçları için rezerv para birimi olan ülke gerçekten gerekenden çok kendi parasını yaymaktadır. Bu olayın açıklaması ülkenin ortaya çıkan senyoraj kazancıdır. Bu kazanç paranın baskı maliyeti ve tam nominal değerinin arasındaki farktır. Örnek olarak ekonomik kriz depremin merkez üssü olan ABD’yi alınmıştır. Her dolar düşüşü ABD’ nin ihracını stimüle eder ve diğer ülkelerin döviz rezervlerinin değerini azaltmaktadır. Bugün ABD küresel finansal sistemin istikrarının garantörüdür. Bu kriz böyle bir garantörün hasta olması dünya ekonomisinde nelere mal olduğunun en iyi göstergesidir.

<sup>24</sup>Oskar KOVAČ, **Uzroci i mogućí koncepti rešavanja svetske finansijske krize**, Nova srpska politicka misao, casopis za politicku teoriju i drustvena istrazivanja, <http://www.nspm.rs/ekonomska-politika/uzroci-i-moguci-koncepti-resavanja-svetske-finansijske-krize.html?alphabet=l/html>

Sadece bir ekonominin geliştiği bir ekonomik sistem ortamında bu gelişim ekonominin ekonomik gelişimini olumlu yada olumsuz etkilemektedir. O toplumun yeniden üretim (üretim, değişim, dağıtım ve tüketim) sürecini düzenlemektedir. O birkaç önemli alt sistemleri içermektedir. Şimdi koordinasyon sistemi ve pazarlama en önemli koordinasyon mekanizma alt sistemlerini belirtmekteyiz. Koordinasyona yardım olan devletin sayısız mekanizması vardır. En önemlisi ekonomik politikadır.

Ekonomik politika çoğu zaman gelişimi olumsuz etkileyebilir hatta krizin oluşmasına yada uyanmasına sebep olabilir. Doğru şekilde ekonomik gelişmeler takip edilmiyorsa yetersiz bilgiler veya hiç bilgi alınmamaktadır. Bu nedenden dolayı alınması olan kararlar veya yapılması gereken eylemler gecikmektedir. Bütün bunlar piyasayı kötü etkiler ve kusurlu yapar. Krizi sadece ekonomideki konjonktürel hareketlenmeler değil büyük ölçüde devletin ürettiği sonucuna varmaktayız. Mikroekonomik konular (şirketler ve bankalar) ekonomik alandaki olumsuz gelişmeler için suçlanamazlar. Ekonomik sistemde ekonomi fonksiyonlarının iç ortamda olması nedeniyle bazı hataları sözde sistem hataları ortaya çıkabilirler. Bu hatalar ekonominin özel yapısında çok hızla yansıtılacaktır. Böylece sistem hataları sonraki yineleme yolunda yapısal dengesizliklere neden olacaktır.

Sistem koordinasyon mekanizması yetersiz kurulur ise fiyat deformasyonuna, dağılıma ve kaynak mobilizasyonuna neden olabilmektedir. Bu kesinlikle ekonominin yapısal dönüşümünü etkiler ve gelecekteki ekonominin büyümesine engeller. Ekonomik sistem ve piyasa aşırılığa izin vermemesi nedeniyle devlet tarafından yeterli düzenleme yapılmalıdır. Bu düzenlenem yeterli ve zamanında olmalıdır. Bunu finansal piyasaların deregülasyon eğilimide desteklemektedir.

2007 yılında başlayan kriz yeni tarihinin en derin ve en yaygın krizidir. Bu nedenle, büyük Durgunluk olarak adlandırılır. Büyük Buhran (depresyon) '30'ların, Büyük Enflasyonun' 70'ların, Büyük Moderasyon 90'lardan sonra Aralık 2007-Haziran 2009 döneminde durgunluk ismini yaygınlığı, derinliği, genişletilmiş ve agresif hükümet politikaları ve merkez bankaların eşlikleri nedenleriyle almıştır.

Büyük Durgunluk ekonomik sistemin önemli eksiklikleri göstermiştir. Onların kurumsal ayarlar ile iyileştirilmesi gerekmektedir. Bu önümüzdeki dönemde felaket krizi İşleyişine ve krizin bir daha gerçekleşmemesi için dünya ekonomik kuruluşlarının bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

### 1.4.3.Finansal Krizlerin Çeşitleri

Finansal krizler öncelikle sıkı kantitatif tanımlarının kolay koyulması olan kriz ve tahminlere ve olaylara dayanan nitel analizi daha çok kullanmak zorunda olan kriz olarak ikiye ayrılmaktadır.

Kantitatif eşik tanımlı Krizler aşağıdaki gibi sınıflanabilmektedir:

1. Enflasyonist kriz - Yılda% 40 eşik krizinin başlangıcı olarak kabul edilir. Hiperenflasyon (ayda% 40 enflasyon oranı - 1946 yılında Macaristan'ın örneği, 1991 Yugoslavya). Düşük enflasyon oranı ekonomiye bir şok teşkil edebilir ve bu nedenle bir kriz olarak tanımlanabilmektedir.
2. Kriz döviz kuru – (çöken para birimi) yılda% 25 düşüş. döviz rezervlerinin düşüşü ve faiz oranlarında bir artış incelenilebilmektedir. (Yunanistan 1944)
3. Metal paraların değerinin azaltılması - Enflasyonun Modern krizleri ve döviz kuru kriziden önce madeni paraların değerinin azalması yansıtılmaktadır. (Çin 1948)
4. ‘mesanelerin patlaması’ varlık fiyatlarının (menkul veya gayrimenkul) - krizden önce yükselen gayrimenkul fiyatları kriz döneminde ve kriz sonrasında önemli bir düşüş izler. maksimum ve minimum fiyatlar arasındaki fiyatlarındaki düşüş boyutu gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler arasında çok farklı değildir. Kriz fiyat eylemi bankacılık krizinde bir yıl önce bir defada maksimuma ulaşmış olması gerekmektedir. Daha sonra bunların fiyatları iki veya üç yılda düşmektedir. İyileşme üç veya daha fazla zamanda borsanın öncesi gibi doruk fiyatına ulaştığı zaman olur. (20. yüzyılın 1930'ların Büyük Buhran (depresyon), 21. yüzyılın başında ABD'de ve dünyanın geri kalanında kriz).

Kalitatif eşığe dayalı krizler şunlardır:

1. Bankacılık krizleri – bankacılık krizlerinin başlangıcında iki unsur kullanılır : finansal kurumların devlet tarafından kapatılmasına,devralma veya birleşmelerine sebep olan bankalara saldırı. (Venezuela 1993 ve 2001 yıllarında Arjantin) önemli finansal kurumların kapatılması, birleşmesi veya büyük devlet



yardımı alması diğer finansal kurumlarında benzeri sonuçları yaşayacaklarının göstergesidir. (Tayland, 1996 ve 1997)

2. Dış borç krizi - dış borç geri ödemeyi doğrudan bırakma. Borç genellikle döviz cinsindedir. Borç başka bir devletin yetkisi altındadır. (Arjantin 2001)
3. İç kamu borç krizleri – iç borcu geri ödemeyi doğrudan bırakma bu borç yerel para birimi cinsindedir. Borç kendi ülkesinin yetkisi altındadır. (Arjantin 1989)



## II BOLUM

### BALKAN ÜLKELERİNDE VE TÜRKİYE'DE E-SİGORTACILIK ve BU ÜLKELERİN FİNANSAL KRİZLERİN ETKİLERİ

#### 2.1. E-Sigortacılığın İşleyişi

Piyasada ne kadar da karmaşık bir kuruluş olarak karakterize edilen, çok sayıda çalışanları olan, çok sayıda dağınık örgütsel birimler i olan klasik sigorta kuruluşlarıyla karşılaşmakta son zamanlarda internet üzerinden hizmet satımı yapan sigorta kuruluşlarının sayısı artmaktadır. Tamamen internet üzerinden işlerini yürüten sigorta kuruluşları vardır. Ama onların teklifleri çok kısıtlıdır. Yani onlar sadece belirli sigorta hizmetlerinin sağlanmasında uzmanlaşmışlardır. Ancak, onlar klasik sigorta kuruluşlarına ciddi bir rekabet teşkil etmezler. Melez sigorta adı verilen yeni sigorta kuruluşları ortaya çıkmıştır. Onlar fiziksel altyapıyla ve insan kaynaklarıyla birlikte işin bir kısmını internet üzerinde yapmaktadırlar. Bu organizasyonlar genellikle klasik sigorta kuruluşlarının internet sigorta şirketlerini almalarıyla veya klasik sigorta kuruluşlarının internet üzerinden geliştirmeleriyle oluşturulmaktadır.<sup>25</sup>

Sigorta alanında geçerli e-iş modelleri şunlardır:

- Web Sitesi sigorta kuruluşları,
- Sigorta hizmetleri için vitrin,
- e-dükkanları

Günümüzde hemen hemen her sigorta şirketinin WEB sitesi vardır. Web sitelerinde sigorta kuruluşlarıyla ilgili bütün bilgiler, hizmet paket teklifleri ve iletişim şekilleri mevcuttur. Çoğu sigorta şirketleri internetin en basit haliyle kullanılmaktadırlar. Yani bilgilerin görüntülenmesi için ve E-posta mesajlarının kabul etmek için. Ve bu iletişim sigorta sözleşmesinin sonuçlandırılması için yeterli değildir.<sup>26</sup>

Optimal sigorta kuruluşunun sitesinin kurulması için şunlar gereklidir:

<sup>25</sup> I. VRSALJKO, "Istraživanje Gartner Group Inc., trendovi razvoja", Svijet osiguranja, 4/2000.

<sup>26</sup> N. MAŠIĆ, "Elektronsko tržište: trendovi u eposlovanju u osiguravajućim društvima", Svijet osiguranja, 6/2000.

- Belirli hedeflerin stratejik karakterlerini belirlemek (örneğin: mevcut ve potansiyel ,sigortal ile iletişimin iyileştirilmesi, yeni sigortalıları çekmek ve bu gibi ),
- Kolay erişim ve yüklemeyi sağlamak,
- Yazılı içeriğin doğruluğunu belirlemek,
- Yüksek grafik tasarım ile desteklenen kaliteli içeriği oluşturmak,
- Teşvik etkileşimi sağlamak amacıyla uygun bir pazarlama formu oluşturulması,
- Sitenin sürekli yenilenmesi,
- Sonuçların ölçünmesi.

İnternet üzerinden satış dezavantajlarından biri elektronik piyasalardaki elektronik kargaşa ve kaos. Çünkü WEB sitelerinde çok sayıda bilgi sunulmaktadır ve bu bilgiler potansiyel sigortalılarda hayal kırıklığına veya kafa karışıklılığına sebep olabilir. Bunun yanı sıra zaman kaybında sebep olabilir. Bu farketmezliği veya potansiyel sigortalının dikkat yetersizliğinin oluşmasını üretebilir.

Bu zayıflıkların ortadan kaldırılması için, web sitesinde potansiyel sigortalının ihtiyacı olan tüm bilgilerinin çok iyi şekilde sunulması gerekmektedir. Bu şekilde potansiyel sigortalının dikkatı daha iyi çekilir. Bu durumda potansiyel sigortalı sunulan sigorta hizmetleri ile ilgili dana iyi bilgilendirilir ve sigorta sonuçlandırılması olasılığı artırılır.

Elektronik dükkanlar bağımsız brokerlerin farklı sigorta kuruluşlarının belirli sigorta hizmetleri için digorta primlerini karşılaştırılmasını sunmaktadırlar. Kantitatif karakter bilgiye ek olarak, bu yerlerde verilen sigorta hizmetleri hakkında detaylı bilgiler sunulmaktadır.<sup>27</sup>

### **2.1.1. Türkiye Ve Balkan Ülkelerinde Sigorta Piyasasının Analizi**

Türkiye’de sigorta piyasası ekonomik büyümeden, olumlu demografik koşullardan, kentleşmeden ve orta sınıfın genişlemesinden kaynaklanan nedenlerden dolayı büyüme kaydetmişti .Hayat dışı ve hayat sigortası 2008-2012 yılları döneminde ortalama 11 ve% 16 artmıştır. Fitch, özellikle hayat ve emeklilik sigortalarında bu piyasalarda daha

---

<sup>27</sup> N. MAŠIĆ, “Elektronsko tržište: trendovi u eposlovanju u osiguravajućim društvima”, Svijet osiguranja, 6/2000.

da büyüme olacağını tahmin etmektedir. Bu aşırı büyümeye rağmen, tahminler Türk sigorta piyasasının Batı Avrupa ülkelerinin sigorta piyasasının gelişme düzeyine ulaşamayacağını göstermektedir. Çünkü sigorta piyasasının geliştirilmesi için uzun bir dönemin gerekli olduğu göz önüne alınmasından dolayı böyle bir sonuca ulaşılmıştır.

1-TOPLAM ŞİRKET SAYISI (Number of Companies) (31.12.2013)	61
SİGORTA (Insurance)	60
HAYAT DIŞI (Non-Life)	36
HAYAT (Life)	6
HAYAT/EMEKLİLİK (Life & Pension)	18
EMEKLİLİK (Pension)	0
REASÜRANS (Reinsurance)	1

**Tablo 1 - Türk sigortacılık sektörü hakkında genel bilgiler**

Kaynak: Undersecretariat of Treasury, Republic of Turkey <sup>28</sup>

PRİM ÜRETİMİ (Total Premiums) (TL)	24 226 919 272
KİŞİ BAŞINA PRİM (Premium Per Capita) (TL)	316
PRİM / GSYİH (%) (Premium / GDP )	1,55
TOPLAM AKTİFLER (Total Assets) (Reasürans Şirketleri Dahil Değil) (TL)	62 424 104 967
TOPLAM ÖZKAYNAKLAR (Total Capital) (Reasürans Şirketleri Dahil Değil) (TL)	10 687 797 565
TOPLAM KAR (Total Profit) (Reasürans Şirketleri Dahil Değil) (TL)	1 230 318 153
ZARAR EDİLEN BRANŞLAR (Branches having loss) Kredi, Raylı Araçlar, Hava Araçları, Su Araçları, Kara Araçları Sorumluluk, Hava Araçları Sorumluluk, Genel Sorumluluk, Emniyeti Suistimal, Sermaye İtfa	

**Tablo:2 - Temel Sigortacılık Göstergeleri (31.12.2013)**

Kaynak: Undersecretariat of Treasury, Republic of Turkey<sup>29</sup>

<sup>28</sup> TC Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı <http://www.hazine.gov.tr/default.aspx?nsw=EilDPQez15w=-H7deC+LxBI8=&mid=99&cid=15&nm=35/html>

Tablo 1 ve 2’de son veriler sunulmuştur. Bu sonuçlarda gözlenilebilecek sey hayat sigortası alanında sadece 6 sigorta kuruluşları olduğudur. Bu sigorta gelişiminin ilk aşamalarını göstermektedir. Daha önceki dönemlerle eşleştirilirse daha net bir görüntü elde edilmektedir.

	2013	2012	2011	2010	2009
<b>PRİM ÜRETİMİ</b> (Total Premiums) (TL)	24 226 919 272	19 828 688 642	17 163 391 348	14 129 895 725	6 415 470 908
<b>KİŞİ BAŞINA</b> <b>PRİM (Premium</b> <b>Per Capita) (TL)</b>	316	262	230	-28	90
<b>PRİM / GSYİH</b> (%) (Premium / GDP )	1,55	1,40	1,33	0,00	1,46
<b>TOPLAM</b> <b>AKTİFLER</b> (Total Assets) (Reasürans Şirketleri Dahil Değil) (TL)	62 424 104 967	50 835 734 142	40 881 942 630	30 977 343 859	28 998 567 591
<b>TOPLAM</b> <b>ÖZKAYNAKLA</b> <b>R (Total Capital)</b> (Reasürans Şirketleri Dahil Değil) (TL)	10 687 797 565	8 573 292 088	8 223 466 687	6 489 852 422	7 648 877 983
<b>TOPLAM KAR</b> (Total Profit) (Reasürans Şirketleri Dahil Değil) (TL)	1 230 318 153	-221 533 086	328 940 169	85 754 669	331 740 923
<b>ZARAR EDİLEN</b> <b>BRANŞLAR</b> (Branches having loss)					

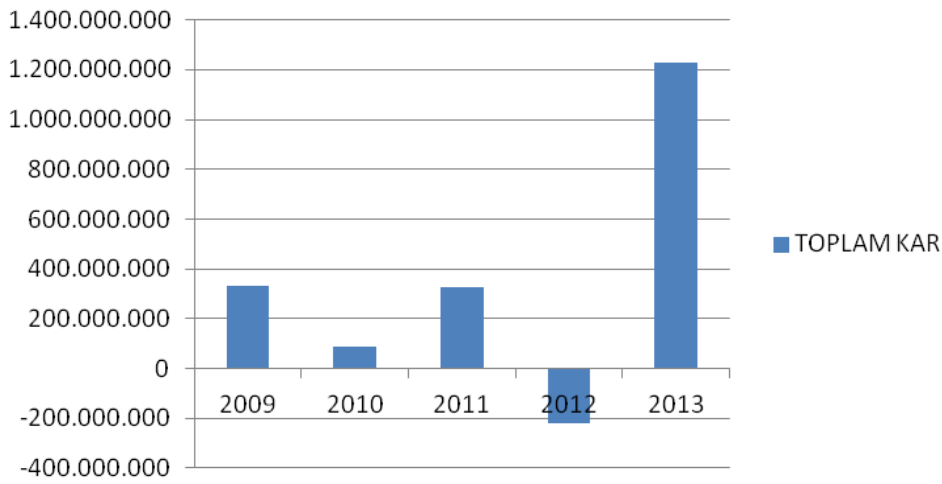
**Tablo:3 - Temel Sigortacılık Göstergeleri (31.12.2013)**

Kaynak: Undersecretariat of Treasury, Republic of Turkey

<sup>29</sup> <http://www.hazine.gov.tr/default.aspx?nsw=EilDPQez15w=-H7deC+LxBI8=&mid=99&cid=15&nm=35>

Bu şekilde istatistiksel veri göz önünde bulundurulması, toplam prim 2009 yılı ile toplam prim 2013 yılıyla karşılaştırıldığında 2013 yılında 4 kat attığı görünmektedir. Ayrıca, aynı zaman diliminde sigorta kuruluşlarının toplam varlıklarının iki katına ulaştığını görülmektedir. (28 998 567 591 -> 62 424 104 967). Çok kolay gözlenen bir hususta, Türkiye'de sigorta kuruluşlarının toplam sermayesinin artış eğilimi yanı sıra toplam kârındaki yükseliştir. Bu aşağıda grafiksel olarak sunulmuştur:

### TOPLAM KAR



**Grafik 3: Türkiye Sigorta kuruluşlarının toplam kârı**

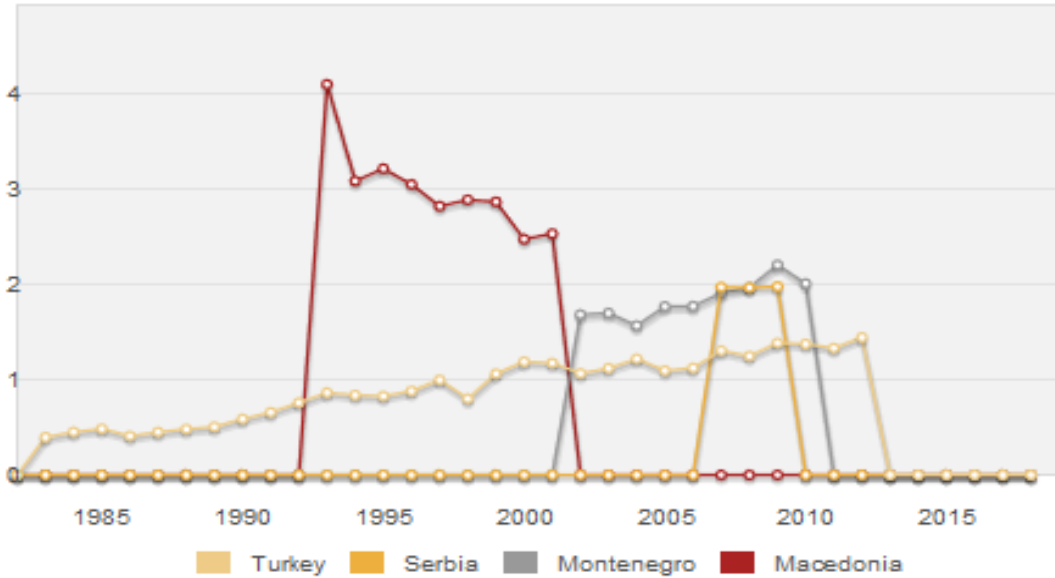
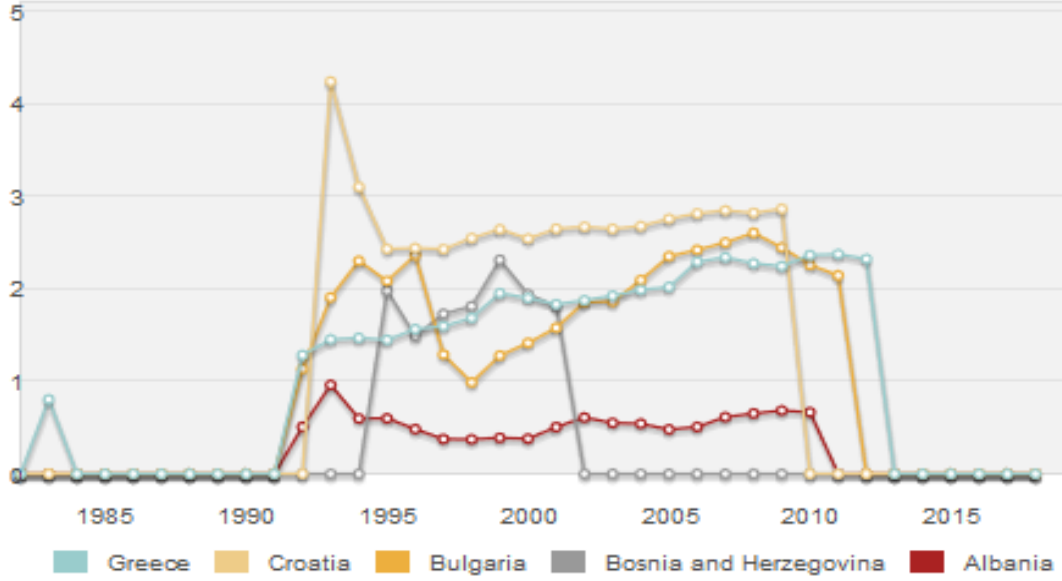
Kaynak: hazine.gov

2012 yılını işaretleyen önemli bir kayıp, AXA Sigorta SA yedeklerinin güçlenmesidir. Şirketler bedensel yaralanma ve motorlu portföyü sigortalınamalarında bir artış olduğunu kaydetmiştir. İnceleme sonuçlarına dayanarak, yedeklerinin optimum standartlarında hayatta kalabilmeleri için yedeklerin TRY530m güçlenmeleri gerektiği tespit edilmiştir. TR770m tutarında sermaye, AXA Grubu tarafından AXA Sigorta SA'nın hatta kalması için sabitlenmiştir.

2014 yılında, sitede hiçbir resmi veri olmamasına rağmen 2013 yılının ikinci yarısında düşen fiyatlar nedeniyle gelir artışı kabul edilebilmektedir. Detaylandırılan yeni mekanizmalar maliyet kontrol sisteminin tasarlanmasını yardımcı olmalıdır. Standart siyasi belgeler sigorta sözleşmelerinin kapsadığı risklerin şeffaflığına katkıda bulunmaları gerekmektedir. Bazı sigorta kuruluşları yabancı sermaye ile, belirli pay

edinme için agresif fiyatlandırma politikası stratejisinden vazgeçmişlerdir. Bu kesinlikle fiyatların dengelesinmesinde katkı bulunacak ve primlerin düşük orana düşmelerine engel olacaktır.

Sigorta piyasası Balkan ülkelerinde çok daha az geliştirilmiştir. Bu konu en iyi aşağıdaki grafikte gösterilmektedir:



**Grafik 4. Türkiye ve Balkan ülkelerinde toplam sigorta primleri (As % Of GDP)**

Kaynak: <http://www.helgilibrary.com/indicators/index/total-insurance-premium-as-of-gdp>

Sürekli artma eğilimi olan sigorta primleri Türkiye için karakteristiktir. Alt grafikte gösterildiği gibi Makedonya XX yüzyılın sonunda son derece yüksek ayrımı vardı, bu yirmi birinci yüzyılın ilk on yılı için söylenemez. Arnavutluk'un sigorta primleri sabitti. Arnavutluk'un durumu Yunanistan, Hırvatistan, Bosna&Hersek ve Bulgaristan'la karşılaştırıldığında çok daha düşük seviyede olduğu görünmektedir. Karadağ'da prim artışı XXI yüzyılında artıma başlamıştır. Söz konusu olan tüm ülkelerde karakteristik olan şey 90'lı yıllardaki (tasarruf zamanı) prim artışı ve 2009 krizinin sonuçlarına bağlı olarak 2010'da ani düşüş.

Elektronik sigortaya gelince, internet ve yeni teknolojileri demektir. Bu açıdan, Türkiye'nin avantajlı olduğu görünmektedir. Çünkü o yeni teknoloji geliştirme konusunda söz konusu olan ülkeye nazaran bir liderdir. Balkan ülkelerindeki ve Türkiye'deki çok sayıda sigorta şirketleri internetin en basit formunu kullanmaktadırlar - bilgi gösterimi için ve e-posta mesajlarını kabul için. Bu iletişim şekli sigorta sonuçlandırılması için yeterli değildir.

## **2.2. E-Sigortanın Sigorta Sektöründe Kullanımı**

Günümüzde mevcut e-ticaret modelleri şu şekilde sınıflandırılabilir:

1. Sigorta şirketlerinin web siteleri;
2. Üretim portalları;
3. Point-of-sale portalları;
4. Toplayıcılar (İnternet sigorta aracıları);
5. Çevrimiçi risk piyasaları;
6. Ters ihaleleri (sigorta talep ihaleleri).

### **2.2.1. Sigorta şirketlerinin web siteleri**

Günümüzde bütün sigorta şirketlerinin şirket, ürün, sigorta koşulları hakkında bilgi ve iletişim bilgilerini verdikleri kendi web siteleri vardır. Web sunumu ile sigorta şirketi müşterilerine sigorta ürünlerine çok çeşitli ve kolay erişim olasılığı sağlar. Yeni pazarlama şekli ve teknolojiyi kullanarak, sigorta şirketleri potansiyel alıcıları çekmek için tarihsel engelleri aşmaktadır. İnternetin gelişiyile birlikte, tüketicilere açık bir piyasada şirkete yakınlaşma fırsatı sunulmaktadır.

İnternet iş modellerinin sigorta piyasasında en temel uygulamaları:



1. online pazarlama desteği;
2. Geleneksel ve internet ürünlerinin online dağıtım;
3. online yönetim.

#### **2.2.1.1. Online pazarlama desteği;**

Çoğu sigorta şirketlerine pazarlama desteği elektronik iş için ilk adımdır. Bir çok sigortacı, sigorta tüketicilerinin karakterini göz önüne alındığında bu düzeyde tutmaktadır.

Sigorta şirketlerinin hedef tüketicileri Internet tarafından sunulan avantajları kullanı için eğitilmemişlerdir. Bu nedenle, sigorta şirketleri eğitim kampanyaları düzenliyor ve böylece tüketiciler interaktif ve sanal ortamı kullanabilmektedirler. Ekonomik gereksinimler, sigortacı müşterilerinin anlayabileceği mekanizmaları kullanmasıdır.

#### **2.2.1.2. Geleneksel ve internet ürünlerinin online dağıtım;**

Geleneksel şekilde sigorta satışında ikinci adım sigorta ürünlerinin çevreiçi satış ihtimalidir. Bu çoğu geleneksel sigorta şirketlerinin en ileri aşamasıdır. Elektronik işin geleneksel iş akışını kesintiye uğratmadan tanıttığı en etkin aşamadır. Çoğu sigortacılar için bu elektronik ticarete ilişkin nihai hedeftir. Bu model, basit bir ürünü satmak için kullanılır. Örneğin , bu model elektronik iş kullanan şirketlerden biri AnnuityNet şirkettir.

Emeklilik sigortasında Ebixa On-Demand Solutions web sitesi doğrudan yıllık gelir sigortaları satış için en büyük elektronik pazar (Electronic Marketplace) yeridir. Direkt yatırımcılar ve finans danışmanları benzer şirketlerin geniş bir emeklilik ürünlerinin seçimi ve seviyesini doğrulamak için Web sitesini kullanmaktadırlar. Web sitesi genel tüketim malları için iskonto prensibine göre çalışmaktadır. Web sitesi MSN, YAHOO ve benzeri adreslerde yayınlanan reklamlar ve makaleler aracılıyla potansiyel müşterileri çekmektedir. AnnuityNet.com şu şirketlerin yıllık ödeneğini sunmaktadır: Aegon, Kevport Life Insurance, Lincoln Life, American Century, Bankers Trust (Deutsche Bank) ve diğeri.

#### **2.2.1.3. Online yönetim**

Online yönetimin işlemleri tüketicilere ve sigorta araçlarına farklı hizmet çeşitleri sağlamaktadır. Böyle bir işin en iyi örneği bireylere, brokerlere ve şirketlere hizmet

veren American International Group'un (AIG), (www.aig.com) sitesidir. AIG şirketleri, uluslararası sigorta ve finansal hizmetlere dayalıdır. Mal ve endüstriyel sigortada Amerika'nın en büyük sigorta şirketi. Şirket yaklaşık 130 ülkeye ticari kişisel ürünler satmaktadır.

AIG'nin global işi uçakların kiralanması için finansal hizmetler, finansal ürünler, ticaret ve pazarlama gelişimi sunmaktadır. Gayrimenkul yatırımını, tasarrufu ve emeklilik ürünlerini yönetmektedir.

AIG'nin modeli aşağıdaki özelliklerle tasarlanmıştır:

- Kombine üretim portföyünün doğrudan alımı;
- Yedi gün kotası;
- Başlangıç koşullarını, işleme poliçesi ve çevrimiçi tüketicilerini içeren müşteri hizmetleri;
- Çoğu ürün için hizmetler;
- Prin hesaplamasıyla, ürünlerin görüntüsüyle, uzman tavsiyesiyle ve maddi tasarruf ile ilgili olanaklar ve kaynaklar.

AccessAIG.com alt-kanal sigorta aracılara adanmıştır. İnternet üzerinden aracılara (brokerlere) ürün teklifleri sunulmaktadır. ScrviH temen tavsiyeleri sunar ve gerçek zamanda danışmanlara hizmet vermeyi amaçlamaktadır. Şirketler online telefon ve faks göndererek işlerin yürütülmesini sağlamaktadır. Sigorta şirketinde hizmetler öncelikle brokerlere ve risk yöneticilerine yöneliktir. Türkiye ve Balkan ülkelerinden, bu şirket Yunanistan sigorta piyasasında bulunmaktadır.

### **2.2.2. Üretim Portalları**

Portal İnternet üzerinde (WEB-te) herhangi bir online kullanıcı etkinliğinin başladığı bir yerdir. Genel, sanayi (vertikal portal postalı) ve tematik portalları bulunmaktadır. Kendi aralarında aynı linklerle bağlı bir yada daha fazla WEB sayfasından farklı portalın işlerinde süreçleri vardır. Yatay portalları çok çeşitli konularla ilgili bilgileri toplamaktadır, vertikaller ise bir alana ait bir dizi bilgiyi sunmaktadır. Bağımsız portal ve depolama portalı gibi birçok portal vardır. Bu portallar üzerinden müşterilerle iletişime geçilmektedir ve kısa vadede ajanlar ve müşteriler ile iletişimi iyileştirmeyi

amaçlamaktadırlar. Ama bir bütüne baktığımızda, çoğu sigorta tek bir işletme olarak faaliyet göstermez. Onların birbirleriyle çatışmalı olan çok sayıda projeleri vardır ve bu nedenle çok fazla kaynak tüketmektedirler.

Bu nedenle portal, tek bir sistem olarak inşa edilmelidir. Portal , tüketicilerin giriş yapabilecekleri, gerekli bilgilerin elde edebilecekleri ve ihtiyaçlara bağlı portalın farklı yollarını kullanabilecekleri bir yer olarak yapılmalıdır. Portallar şirket marka yönetimini sağlayabilir. Ayrıca, böylece merkezi bilgi alınabilir ve kullanılan tüm portal uygulamaları için daha fazla kontrol edilebilmektedirler.

Sigortada portallar satışlar hakkında bilgileri ve yapılmış olan bilgi satışlarını sunmalıdırlar. Tüketiciler genellikle mali bilgileri kişiselleştirmek ve sitede tüm faaliyetlerin ve işlemlerin mevcut olmalarını istemektedirler.

Portallar tüketiciler, ilgili ajentalar, bağımsız ajentalar, brokerler, yatırımcılar, hizmet tedarikçileri, reasürörler, yetkililer için oluşturulabilmektedir. Portallar tüketicileri sigorta şirketlerinde front end i back end operasyonlarıyla bağlayabilmektedir. Sigorta şirketi tüketicileri çekmek için kablo ve kablosuz (wireless) çözümleri kullanılır ve tüketiciler için cazip uygulamalar kullanılmaktadır. Eğer her kullanıcı grubu baktığımızda-şirket, acente ve tüketicilerin memurları, bütün bilgilere, etkileşimlere, işlemlere, iş faydalarına, entegrasyon ve işbirliğine ihtiyaç duyan bütün kullanıcılar. Bu kullanıcılar günde 24 saat doğru bilgileri doğru zamanda ve doğru dağıtım kanallarını istemektedirler. Onlar bilgileri kişiselleştirmek, istedikleri soruları sorabilmek ve ek yardım almak isterler. Bu çok gizli bir ortam üzerinden işbirliği yolunu oluşturmaktadırlar.

İlk defa şirket müşterileri ile kişisel iletişim için ortam yapmaktadırlar. Sigorta şirketleri my AOL' veya 'my Yahoo' sitelerinde kullanıcıların ilgilendiği bilgileri içeren sayfaları kurabilmektedir. Bir sonraki adım CRM tabanlı kullanmak ve aynılarını şirketin portalında paylaşmaktadır. Bu şekilde sigortacılar müşterilerin kendi ihtiyaçları, hayat ihtiyaçları ve onlar için önemli olaylar hakkında bilgilere ulaşabilir ve bu bilgilere dayanarak onların ilgisini çeken bilgilerin listesini yapabilmektedirler. Kişisel teknolojinin gücü iyi bir başlangıçtır , ama nihai hedefi olamamaktadır.

Balkan ülkeleri ve Türkiye piyasalarında ki sigorta şirketlerinin web siteleri, genellikle tüketicilerin tüm ihtiyaçlarına cevap verememektedirler. Bir çok hayat sigorta şirketleri, mal ve otomobil sigorta şirketleri online kullanıcıları e-posta göndermemeleri için onlara rapor sunmaktadırlar. Bu, müşterilerin sigorta şirketi ile irtibata geçtikleri yol değildir. Sigorta sektöründe tüketiciler sigortacılar veya şirket temsilcileriyle kişisel görüşmek istemektedirler. Böylece sigortacılar tüketiciler ile ilişkiler kurmak için veya mevcut ilişkileri geliştirmek için fırsat kaybedilmektedirler. Ayrıca, dış ortaklarla ağlarla (acenteler) problem oluşturmaktadır. Sigorta şirketleri tam ölçüde acenteler tarafından kullanılmayan siteler için çok vakit ve para harcamaktadırlar. Ayrıca bu kaynaklara çok yatırım yapmaktadırlar ve acentler portallardaki teknolojiyi kullanmaya başlamaktadırlar. Şirketler tüketicilerin WEB-in önceliklerinden yararlanabilmeleri için pazarlamaya yatırım ve tanıtım çalışmaları yapmatadırlar.

Son yıllarda tüm iş segmentlerinde olduğu gibi sigortacılıktada portal kullanımı artmaktadır. Gartner Groupun araştırmalarına göre hayat,sağlık, mal ve otomobil sigortaları kendi portalları kurarlar veya ortak koşulları olan üçüncü kişilerin portallarını kullanırlar.<sup>30</sup> şimdiye kadar en çok portal uygulanması mal ve otomobil sigortasındadır. Mal ve özellikle otomobil sigortasında portal kullanımı işlemlerin doğasından dolayı çok çekicidir. Söz konusu sadece portallar değil, burda porttalar gelişiyor, kontrol ediliyor ve iş finansal portallarla beraber gelişmektedir. Böylece, sigorta şirketlerine ek portal iş ortamında diğer katılımcılarda dahildir.

Sigorta sektörü önemli sorulardan biri yeni teknolojiye yatırılan para nasıl geri kazanılmaktadır. Portal bu soruya verilen cevaplardan biri olabilmektedir. Portalın faydalarından biri verimliliğin artmasıdır. Eğer sigorta şirketleri çalışanlarına bilgileri portallarda paylaşırlarsa verimlilik artmaktadır. Çünkü çalışanlar araştırma yapmadan bilgilere sahip olurlar ve vakit harcamamaktadırlar.

### **2.2.3. Point of Sale portalları**

Point-of-sale portalları belirli noktalarda bağlanmış farklı şirketlerin bulunduğu web sitesidir. Sigorta ürünleri farklı finansal sevislerle tamamlanmaktadırlar ve bu nedenle

---

<sup>30</sup> TC Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı <http://www.gartner.com/technology/home.jsp/html>

internette bir yerde hizmet paketi olarak sunulabilmektedirler. Özel olaylar benzer bir ürün serisi sunmak için iyi bir fırsattır. Özellikle bir markayla tanınan şirketler için uygundur. Online piyasasında Point of sale portallarında çok çeşit vardır, örneğin otomobil ve garimenkul. Sigortacılar için her Point of sale portallı potansiyel sigortalılara ulaşabilmek için bir fırsattır. Bir örnek daha babycenter.com portalıdır.

babycenter.com portalı ebeveynlik ve bebek yetiştirme ile ilgili temel tavsiyelere ek olarak şu bilgileri de vermektedir: Temel aile bütçesine iletken bilgiler, çocuk yetiştirme maliyeti, çocuklarının eğitimi için tasarruf, çocuk sigortası, hayat sigortası, gayrimenkul planlama yatırımları, Vergi danışması ve benzeri bilgiler. İçerik çeşitli ürünlerle ilişkilidir. Aite ziyaretçilerinin ihtiyaçları nedeniyle hizmet paketinin içeriği çekicidir.

#### **2.2.4. Elektronik pazar**

Elektronik pazar iş modeli tüketicilerin farklı sigorta şirketlerinin ürünlerini ve fiyatlarını karşılaştırabilecekleri elektronik pazar yerleri (Elektronik Pazaryerleri)dir. Model özellikle bağımsız mali müşavirler, broker ve bilgili müşteriler için ayarlanmıştır.

Elektronik pazar farklı sigortadan sunulan temel ürünleri karşılaştırabilecekleri bir platform sunmaktadır. Bununla birlikte, ürünlerin özellikleri eşdeğer olmadıklarından dolayı karşılaştıma için potansiyel bir sorunu vardır. Bu model, kısa vadeli sigorta, maaşlar, sigorta, ev ve araba sigortası gibi basit bireysel ürünler için çok iyidir.

Bu model, bu makalede incelenmiş olduğum ülkelerde gelişmemiş olduğunu belirtmek gerekir. Amerika Birleşik Devletleri'nde yanı sıra, e-iş sigortasının bu modeli İngiltere'de oldukça geliştirilmiştir. [www.uk-insurance-web.co.uk](http://www.uk-insurance-web.co.uk) adresi bunlardan biridir.

#### **2.2.5.. Online risk marketi**

Şimdiye kadar belirttiğim ağırlıklı olarak sigorta piyasasını içeren e-iş modelleri farklı, online risk modelinin özelliği reasürans piyasasına özellikle ilgili olmasıdır. Bu modelde online risk marketi iş ortakları, genelde sigortacılar, reasürörlere ve büyük

kurumsal müşteriler arasında broker rolünü oynamaktadır. Bu büyük riskler ya da tüm risk portföyünün değişimi gibi görünmektedir.

Alternatif risk transfer yöntemlerinin geliştirilmesi, özel risk transferinin yeni çözümler getirilmesi için fırsatlar açmıştır. Risk paylaşımı kavramı iş alanında bilgi akışını ve şeffaflığını artırmak için tasarlanmıştır. Çünkü bu iş alanında potansiyel kaybının büyüklüğü piyasadaki bir çok katılımcının kaybına neden olur. Bu sermaye piyasası belirli finansal koşullarda geleneksel katılımcılara göre daha yüksek risk iştahı gösterir. Online risk marketinde reasürör, riskleri çeşitlendirmek için cazip yolları bulabilir ve kullanabilir.

#### **2.2.6. Ters ihaleler (güvence talep ihaleleri)**

Ters ihaleler bütün modellerden en radikalidir ve Balkan Ülkelerinde ve Türkiye sigorta piyasasında yoktur. Bu modelde, müşteriler sigorta ürünlerini aramaktadırlar. Bu ters ihaleler, ihale dışında müşterilerin isteklerine dayalı en rekabetli teklifleri oluşturmaktadır. Çeşit müşteri grupları otomobil iş ssektöründe bu faydalarını kullanabilirler, örneğin, kendi üyeleri için düşük maliyet politikası için iyi bir fırsattır. Bu iş modeli hala gelişmemiş ve şu anda B2B ortamında en çok kullanılmaktadır. Bu model aynı zamanda kişisel sigorta piyasasında tüketicilerin e-sigorta güvenini kazanmak için.

Ters ihalelerin avantajları aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir:

- Bu modelde güvenli kalitesi ile, sanayi-spesifik ile, önemli bilgi ve ve kolayca anlaşılabilir ve erişebilir gereksinimlerle sigorta sektöründe kazanım basitleştirilmiştir.
- Model mevcut sigorta programına göre müşterilerin iyi bir karar almalarını sağlamaktadır.
- Değişim, nihai sigorta taşıyıcısı olmadan gerçekleşir. Satış sisteminde acil ve doğrudan estetik yanıt beklenmektedir.

Müşteriler mevcut kota primi için risk profilini sunabilmektedir. Seçmelere sigorta şirketleri onların ihtiyaçlarını değerlendirmek ve bir fiyat teklifi yapmak için zamanları vardır. Tüm ilgili taraflar ihale sürecini doğrudan güncellemektedirler. Belli bir süre

sonunda, tüketiciler öberiyi seçebilir ve doğrudan sigorta poliçesini sigortacıdan alabilmektedir. Müşteri işlemlerin sonuçlandırılması için ya doğrudan sigorta şirketiyle yada temsilcilerden biriyle çalışmaktadır.

### **2.3. E-sigorta Ürünlerinin Özellikleri**

Elektronik ticaretin çabuk gelişmesi sigorta şirketleri ve genel olarak sigortayı ilgilendiren fırsatları oluşturmuştur.<sup>31</sup> Sigorta şirketleri bankacılık sektöründen çok sonra interneti yeni iş ortamı olarak kabul etmiştir. Bunun nedeni, internet üzerinden sigorta ürünlerini satan birçok faktörlerdir. Aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir:

- Özellikle hayat sigortalarında ürünlerin karmaşıklığı. Bir hayat sigorta poliçesini satın almadan önce, müşteri internet üzerinden alamayacağı ipuçlarını ve açıklamaları istemektedir.
- Birçok durumda bu hesaplama koşullarını standartlaştırmak zordur. Çünkü test etme ve karar verme için büyük miktarlarda para kapsamaktadır. Ayrıca, bu işlemlerde genellikle sigortacıyla sözleşme yükümlülüğü olmayan kişiler ve şirketler yer almaktadır.
- İnternet, müşteri ve ürünleri satan şirket ilişkilerinin sık olduğu ürünlerin satışı için ayarlanmıştır. Ancak, sigorta müşteri ve sigortacı ilişkilerinin sık olduğu bir faaliyet değildir. Sigorta bir kaç yılda bir yada hayat boyunca sadece bir kez alınır. Bazen poliçe sadece bir çeşit sigorta için oluşturulmuştur ve sigortalı bir daha sigortacıyla karşılaşmamıştır. Sadece sigortalı olay meydana gelirse karşılaşırlar.
- Birçok tüketici internetin sigorta için hala güvenli olmadığını düşünmektedir. Sigorta büyük nakit işlemlerini ve gizli bilgilerini kapsamaktadır ve bu nedenden dolayı bir çok kişi internete güvenmemektedir.
- Gelişmekte olan ülkelerde, online iş sigortası engelleyen faktörler vardır. Yasal çerçevenin içerisinde elektronik imza ve elektronik sertifika tamamlanabilmesi bulunmamasıdır.

---

<sup>31</sup> Adnan ALIEFENDIĆ, *Povećanje kompetitivnosti osiguravajućeg društva e-insurance poslovanjem*, Sviejt osiguranja, 5, 2005,

Sigorta şirketleri bu köprüme başarıyla geçebilirlerse, elektronik satış yolunun yüksek öğretimli sigortalıya ulaşabilmesi için orta veya uzun vadede çift haneli paya sahip olması tahmin edilmektedir.<sup>32</sup>

Tüm sigorta ürünleri internet dağıtımı için uygun değildir. Uygunluk öncelikle rapora bağlıdır. Pazarlama ve internet üzerinden satım için uygun ürünler, az sayıda parametrelerin kullanılarak açıklama ve tahmin edilebilen ürünlerdir. Bunlar örneğin, otomobil sigortası (zorunlu sorumluluk sigortası ve kasko), seyahat sigortası, dairelerin ve evlerin sigortaları, mobilya sigorta ve sınırlı bir hayat sigortası.

Online sigortayı kapsamayan ürünler şunlardır : hayat sigortası, emeklilik sigortası, sağlık ve bazı ticari sigortalar. Ama onların internet üzerinden yapılan reklamları sayesinde sigortacılar hizmet kalitesini yükseltebilirler.

Bu şekilde görülebilir:

- Tüketicilerin ne kadarda geniş yelpazede sigorta ve ekspertiz Riski teklifleri olsada internet yinede yeni bir pazarlama yaklaşımını temsil etmektedir. Örneğin, sigorta şirketleri böylece sigorta sözleşmesi sürecinde ek hizmetler ve danışmanlık sağlayabilmektedir.
- anlaşma ve poliçenin imzalanması sürecinde internet kullanılmasada, internet poliçenin yönetimi için avantajdır. Örneğin, sağlık sigortasında müşteri sigortacı seçiminde bağımsız uzmanların tavsiyesi isteyebilmektedir. Ancak gerekli belgeleri, faturaları ve benzeri göndermek için interneti kullanabilmektedir.
- Brokerları ve sigorta acenteleri belgelerin daha hızlı, zamanında ve eş zamanda çok sayıda işlemi bitirmek için e-işten yararlanabilmektedir.
- Modern iletişim teknolojileri daha kolay ve hızlı hasarı raporlamayı ve sigortacıların daha hızlı yanıt vermeleri sağlamaktadır.

Sigorta sektörünün, internet sadece, bir dağıtım kanalı olarak değilde hemen hemen üretimin sürecinin her alanında kullanılmaktadır. Tüm iş süreçlerinin entegrasyonu ve bilginin tümlene akışı büyük ölçüde bilgi toplama ve analiz maliyetlerini azaltmaktadır.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Nebojša ŽARKOVIĆ, „*Uticaj e-trgovine na razvoj osiguranja*“, e magazin,2003, str. 113.



Bilgilendirme süreci sigorta kâr yaratılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı da yeni değerlerin yaratılmasında zincirinin önemli bir halkasıdır. Bu sigorta şirketleri üzerinde yeni teknolojik olanakların kullanımına uyum ve böylece daha hızlı, daha iyi ve kaliteli hizmet sağlamak için önemli bir baskı oluşturmaktadır.

E-iş sigortasının önceliklerinden biri de iş işlemleri için, maliyette önemli bir azalmanın oluşmasıdır. Sigorta şirketi ve tüketiciyle kişisel iletişimden önce aracılara ihtiyaç duyulmadığından dolayı maliyette azalma oluşmaktadır. İnternet üzerinde iş otomatize edilerek zaman tasarrufu ve çalışanların sayısını azaltılır. İnternet üzerinde işletme kullanıcı düşük maliyette gelişmiş hizmet almaktadır. Otomasyon ve operasyonların rasyonalizasyon ile sigorta şirketlerinde fiyat çok daha düşük olmalıdır. Online iş müşterilerin daha iyi ve daha hızlı bilgi almalarını, şirketin yanıt verme süresi kısalmasını iyileştirmektedir. Ancak bazen internet sigortacıları ve klasik sigortacılar arasında haksız rekabet oluşabilir ve böylece bazen daha düşük ve daha hızlı hizmet kaliteye kötü olmasına sebep olmaktadır. Ayrıca, uluslararasılaşma elektronik pazarında kaos ve kargaşa yaratır, böylece tüketicilerin her zaman dolandırıcılığa karşı yeterli güvenliği ve koruması yoktur. Sigorta şirketleri çok geleneksel ve muhafazakar hiyerarşik yapı ile karakterize edilmektedir. Şirketlerin İç ilişkileri ve çatışmaları yeni iş modelleri uygulamayı zorlaştırır. Tipik bir internet kullanıcı tipik bir sigorta müşterisi değildir. Genel de web kullanıcılarının genç nesil olduğu bilinmektedir ancak, genç kuşak sigortacılar için hedef kitlesi değildir. Bu durum, demografik değişimlere ve internet kullanıcılarının değişmesine dayalı değişebilmektedir.

Ancak sigorta işinde ve sigortanın üretilmesinde sadece sigorta şirketi iş yapmaz, aynı zamanda sigorta araçları (sigorta acenteleri, aracı kurumlar ve benzeri) iş yapmaktadır. Sigorta şirketlerinin çok sayıda satış acentaları vardır. İnternet ve web işin ortaya çıkmasında sonra maliyette azalma ve iletişimde kolaylık oluşmuştur. Bu yüzden, yani sigorta sektörünün B2C (doğrudan tüketiciye yönelik iş) işinin yanı sıra B2B İki taraf (sigorta şirketi ve sigorta acentesi) arasındaki çalışma işide uygulanmaktadır.

---

<sup>33</sup> Ivica METLKOVEC, **Modernizacija Dokumentacino-Arhivskog Sustava Smanjuje Troškove**, Svijet osiguranja, 4, 2008.

## III BÖLÜM

### BALKAN ÜLKELERİNİN VE TÜRKİYE'NİN FİNANSAL KRİZ ORTAMINDA KARLI ELEKTRONİK SİGORTACILIK – TÜRKİYE VE BALKAN ÜLKELERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

#### 3.1. Elektronik Sigortanın Pazarı Ve Dağıtım Kanalları

Türkiye'de ve Balkan ülkelerinde sigorta piyasasında, kurumsal düzenlemeler açısından önemli değişiklikler yapıldı. Bu düzenlemeler söz konusu olan ülkelerin sigorta piyasasında faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin daha iyi performans sağlamalarına katkıda bulunmuştur. Ancak, sigorta şirketlerinin performans değişiklikleri sigorta ürünlerinin alış ve satış yolunda önemli değişikliklere yol açmıştır. Şimdiye kadar sigorta şirketlerinin piyasada kullandığı bir çok üretim dağıtım kanalı vardır. Bazı sigorta şirketleri sigorta ürünlerinin daha iyi satımı için farklı dağıtım kanallarını birleştirmektedirler. Kesinlikle işlem maliyetlerini azaltmak ve rekabetçi konumunu güçlendirmek amacı ile genellikle acenteler, internet, bankalar ve medya aracılığıyla dağıtım kanalları birleştirilmektedir. Şimdilik piyasalarda kurumsal çözümleri tanımlanmış dağıtım kanalları vardır. Bunlar gibi, toplum sigorta aracılık hizmetleri, sigorta toplum acenteleri ve sigorta hizmetlerinin sağlanması için ajans. Hem de bankalar veya bankasürans aracılığıyla sigorta ürünlerinin dağıtım kanalı gibi.

Bu, bazı sigorta şirketleri kurumsal çözümlere dayalı farklı dağıtım kanallarını bir arada kullanabilir anlamına gelmektedir. Ancak, ekonomik gelişmiş piyasalarda yukarıda bahsettiğimiz dağıtım kanallarının yanı sıra bazı spesifik dağıtım kanalları da kullanılmaktadır:<sup>34</sup>

- İnternet sigorta ürünlerinin dağıtım kanalı olarak,
- aracılar sigorta ürünlerinin dağıtım kanalı olarak,
- bankalar sigorta ürünlerinin dağıtım kanalı olarak,
- temsilciler sigorta ürünlerinin dağıtım kanalı olarak.

---

<sup>34</sup> Randy Dumm and Rob Hoyt, (2002) „Insurance Distribution Channels:Markets in Transition“, IIS Seminar Singapore,

Bu dağıtım kanallarından, maliyetlerinin azaltılması açısından İnternet sigorta ürünlerinin dağıtım kanalı olarak lider kanalı olduğu tahmin edilmektedir. İnternetin yaygın yayılması, sigorta ürünlerinin elektronik dağıtım kanallarında son derece hızlı bir büyüme ile sonuçlanmıştır. Böylece bazı sigorta şirketleri, kendi sigorta ürünlerini dağıtmak için kendi web sitelerini kullanmaktadırlar. Ayrıca, internet, elektronik piyasaların gelişimini etkileyen kuvvetli bir etkidir veya "Elektronik araçların geliştirilmesi aracılığıyla birçok alıcı ve satıcı sigorta piyasasında birbirleri ile iş yapmaktadırlar".<sup>35</sup> İnternetin gelişiminden önce, Balkan ülkelerindeki sigorta şirketleri gibi bir çok sigorta şirketi klasik dağıtım kanallarını kullanmaktadırlar, yani doğrudan sözleşme ile ya da bağımsız temsilciler vasıtasıyla. Sigorta ürünlerinin geleneksel dağıtım kanallarını incelediğimizde elektronik kanalların sigorta piyasasında son dönemde büyümeye başladığını görmekteyiz. İnternetin geleneksel dağıtım kanalları, yani acenteler ve brokerlar üzerinde önemli bir olumsuz etkisi olacağı bekleniyordu. Ancak, tüketiciler internet dağıtım kanallarına pek ilgi göstermemektedir,<sup>36</sup> bu yüzden internet üzerinden satın alınan sigorta ürünleri %2'den azdır. Müşterilerin sigorta ürünlerinin satın alınmasında on yıl öncesine nazaran daha çok satın alma olasılığı olmasına rağmen, internet dağıtım kanalının geleneksel dağıtım kanalına ne zaman hakim olacağı belli değildir. Bazı dağıtım kanallarının kabul edilmemesinde etkilerde bazıları şunlardır:

- Tüketicilerin tutumları,
- Tüketicilerin arzuları.

Pratikte, tüketicilerin sigorta ürünlerinin satın alınması başlangıçtan olduğundan daha da karmaşıktır. Çünkü tüketiciler hala kişisel sigorta türlerinin seçiminin yapamamaktadırlar. Ama, araştırmalarda belirtildiği gibi başka nedenlerde vardır. Bir dağıtım kanalından başka dağıtım kanalına geçişi etkileyen faktörlerin hangileri olduğunu anlayabilmemiz için sigorta dağıtım kanallarının bazı mevcut görüşlerini analize etmek yararlı olacaktır.

---

<sup>35</sup> Malone, T. W., J. YATES, and R. I. BENJAMIN, (1987) "*Electronic Markets and Electronic Hierarchies*," Communications of the ACM, 30: 484-497

<sup>36</sup> Tremblay, Ara C., (2001) "*Why the insurance industry has failed in the online distribution channel*," National Underwriter (Life & Health Services edition), 105: 19-21

### 3.1.1. İnternet sigorta ürünlerinin dağıtım kanalı

Piyasada yeni dağıtım kanallarının benimsenmesinde önemli faktörlerden biri pratik yeniliğin yaygınlaşması faktörüdür. Rogers, yaygın yeniliğin sigorta ürünlerinin dağıtımında kendi kendiliğinden önemli değişikliklere yol açacağını belirtmektedir.<sup>37</sup> Ancak, yeniliklerin benimsenmesi şekli sigorta dektörüne ilişkin turizm ve otelcilik sektöründe değişmektedir. Alıcı ve sigorta ürünleri satıcıları arasındaki etkileşim açısından işlem maliyetlerini azaltmak web sitesinin kullanımı için merkezi motif olarak kabul edilmiştir.<sup>38</sup> Sigorta ürünlerinin dağıtımında aracılardan ortadan kalkması, genellikle sigorta ürünlerinin alıcıları ve satıcıları arasındaki elektronik etkileşim işlem maliyetlerinin azaltılması için yapılmaktadır.

Güven, sigorta ürünlerinin dağıtımında internetin önemli bir kanal olarak benimsenmesini etkileyen bir başka faktördür. Özellikle, bilgilerin gizliliği faktörü, yani İnternet veya elektronik alışveriş yoluyla satın alma sırasında,<sup>39</sup> gizlilik ve bilgi güvenliği politikalarının korunması anlamına geliyor. Ama tüketiciler için güvenli online ödeme ve satın alma sigorta ürünleri yapmak için belirli güvenli dağıtım kanallarını tercih edilmektedir.

### 3.1.2. Sigorta Ürünlerin Diğer Dağıtım Kanalları

Geleneksel dağıtım sistemleri arasındaki maliyetlerindeki farklılıkların, ama ilginçtir ki bu dağıtım kanalları karşılıklı fonksiyon göstermektedir. Örneğin, önceki araştırmalar göstermişlerdir ki bağımsız acenteler sistemini kullanan sigorta şirketlerinin doğrudan sözleşme sistemini kullanan sigorta şirketlerine nazaran daha yüksek maliyet harcamaları olduğunu göstermektedir.<sup>40</sup> Sigorta piyasasında rekabetin güçlenmesi bağımsız acenteler sisteminin ortadan kaldırır, onların bu mantıksal sonucunun kabul edilmesi gerekmektedir. Terim "çeşitli hizmetler" de neden farklı dağıtım sistemlerini bir aradadırı açıklayabilir. Bu özellik mal ve sorumluluk sigortası ile ilgili olarak bu

<sup>37</sup> Rogers, E., (1995) "**Diffusion of Innovations-Fourth Edition**", (New York, NY: Free Press).

<sup>38</sup> Birkhofer, B., M. Schoegel, T. Torsten, (2000) "*Transaction and trust-based strategies in E-commerce – A conceptual approach*," Electronic Markets. 10: 3 pages

<sup>39</sup> Siniša OSTOJIĆ, (2007) "**Osiugranje i upravljanje rizicima**" Datastatus, Beograd, str. 49-52

<sup>40</sup> Posey, Lisa LIPOWSKI and Abdullah YAVAS, (1995) "**A Search Model of Marketing Systems in Property-Liability Insurance**." Journal of Risk and Insurance, 62: 666-689.

konunun analizine yol açmıştı.<sup>41</sup> Bu analizlerin temelinde diğer dağıtım kanallarına kıyasla çok daha yüksek maliyetler olmasına rağmen sigorta ürünlerinin dağıtım kanalı olarak bağımsız kurumlar kullandıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Mantıklıdır ki Daha pahalı dağıtım kanalları rekabetçi bir piyasada kar payı kaybı anlamına gelmektedir.

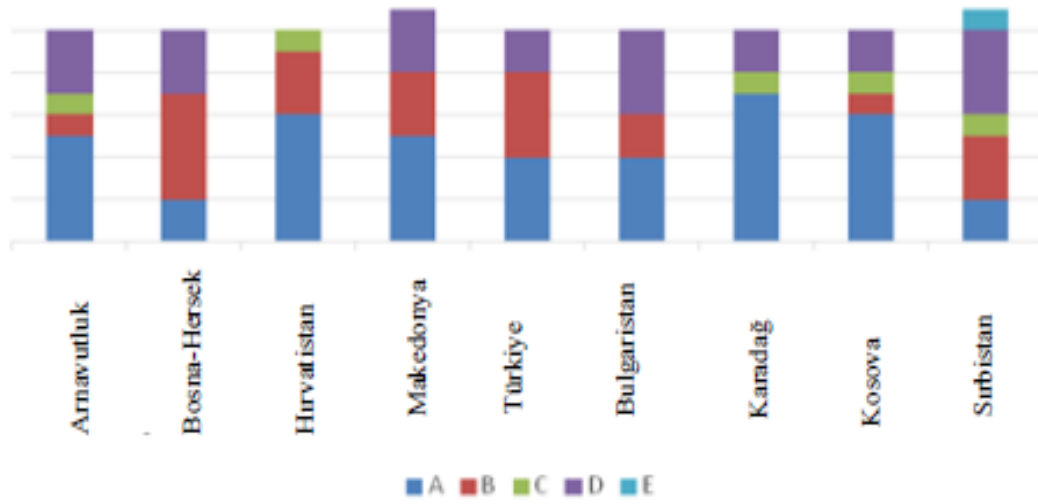
Bazı araştırmacılar işlem maliyetleri açısından dağıtım kanallarının önceliklerini analize etmişlerdir. Bağımsız acenteler sigorta kurumlarına nazaran daha karmaşık sigorta ürünlerinin satımını yapmaktadırlar. Özel sigorta acenteleri ise sigorta kuruluşlarını sadece standartlaştırılmış sigorta ürünlerinin satışı için kullanmaktadır. Bu işlemler değişimi sıklığı temeline, müteahhitlik karmaşıklığına, eksojen belirsizlik, bazı özel yatırımların önemine göre kategorize edilir.

Bir arada daha fazla dağıtım kanallarının kullanımının başka tutumlarında vardır. Nedenleri piyasa kusurlarında ve ürün kalitesindeki farklılıklara bulunmaktadır. Piyasa kusurları en sık fiyat regülasyonundan, bilginin yavaş yayılmasından ve farklı işlem maliyetlerinden kaynaklanır. Türkiye ve Balkan ülkeleri piyasalarında araştırmalarda başka faktörlerinde olduğu gösterilmektedir.

Sonuçlar göstermektedir ki, bazı dağıtım kanallarıyla tasarrufun daha çok olmasına rağmen tüketicilerin bağımsız acenteler aracılığıyla poliçeleri satın aldıkları belirlenmektedir.

---

<sup>41</sup> Barrese, James, Helen I. DOERPINGHAUS, and Jack M. NELSON, (1995) “*Do Independent Agent Insurers Provide Superior Service? The Insurance Marketing Puzzle,*” Journal of Risk and Insurance, 62: 297-308.



**Grafik 5: Neden insanlar online poliçelerini satın almaktadırlar.**

Efsane: A – tasarruf, B - katma değer bazında kararları; C - Daha önce on-line bir sigorta poliçesi satın almış müşteriler; D - tabanlı hizmetler; E – Diğer.

### 3.1.3. Bankalar Sigorta Ürünlerinin Dağıtım Kanalı Olarak

Bankalar, sigorta şirketleri ve müşterileri defter bankasürans için farklı nedenleri var. Bankaları için bu ürünlerin çeşitlendirilmesi ve harçtan ilave bir gelir kaynağı yoludur. Sigortacılar piyasa penetrasyonunu ve prim geliri artırmak için bankasürans görmektedir. Banka Sigortacılığı farklı dağıtım kanalları (sözde. Alt kanalı haline getirir) ve farklı dağıtım modellerini kullanmaktadırlar. Kullanılan üç ana model vardır (Randy Dumm ve Rob Hoyt):

- bütünlleştirici bir model;
- Uzman modeli;
- Finansal planlama modeli.

Bütünlleştirici modelde sigorta ürünlerinin dağıtımını mevcut bankacılık kanallarından, banka çalışanları ve banka memurlarının yardımıyla yapılmaktadır. Uzman modeli, Genellikle sigorta şirketi ya da temsilcileri istihdam edilen ürünlerde uzmanlar tarafından dağıtılan sigorta ürünleridir. Finansal planlama modeli ekip tarafından temsil edilen tek modeldir ve her bireye finansal ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla finansal planlama için tüm paketi imkanı sunmaktadır. Bu modellerin her biri kendi uygulama

alanı bulmuştur. Bu modelin banka müşterilerinin veri tabanı ve sigorta şirketinin stratejik hedefleri ile uyumlu olması gerektiğini dikkate almak önemlidir.

Banka sigortacılığının temel ekonomik faydalarından biri bankanın mevcut dağıtım kanallarının etkin kullanımı ile tasarrufun sağlanmasıdır. Banka müşterinin finansal akımları kontrol etme avantajları vardır. Bankalar müşterilerinin satın alma alışkanlıkları, onların ekonomik statüsü ve para yönetimi ile ilgili bilgilere sahip olmaları büyük önem taşımaktadır. Bankalar müşterilerin veritabanı araştırarak potansiyel satışı asıl satışa dönüştürme oranını arttı. Bunu zamanlama toplantıları için dağıtım kanallarını (şube, telefon ve posta) kullanarak, Satış teknikleri kullanarak ve Orta piyasaya yönelik ürünleri kullanarak gerçekleştirmişlerdir. Sigorta şirketleri müşterileri ile böyle bir yakınlık yoktur. Bu nedenle odak noktasını teknoloji ve sigorta yönetiminden sigortalıya yöneltmek ile karşı karşıya kalmışlardır.

### **3.2. Dağıtım Kanallarının Riski**

Finansal kriz söz konusu olduğunda, 2013 yılında küresel iktisadi faaliyetinde kademeli bir iyileşme olduğunu işaret etmek önemlidir, bu değerlendirme ile beraber 2014 yılında da büyümenin devam edeceğini bekleyebilmektedir. Durgunluk sonrası, Euro bölgesinde 2013 yılında ülkeler arasındaki ekonomik performansında önemli farklılıklar bulunması rağmen göstergelerde geri kazanım kaydedildi. Euro bölgesinde durgunluk kuvvetle Orta ve Doğu Avrupa ülkelerini de etkilemiştir. Bu ülkelerde küresel mali krizin başından bu yana genellikle zayıf iç talep ve yatırım faaliyeti görünmektedir. Dış ortamın iyileştirilmesi Orta ve Doğu Avrupada ihracat artışını etkileyeceği tahmin edilmektedir. Bunun yanı sıra Kredi faaliyetlerinin azalmasını durdurmak ve iş güveni düzeyinin artırılması tahmin edilmektedir. Ekonomik iyileşme derecesinin bölge ülkeleri arasında farklı olacağı tahmin edilmektedir. Yapısal reformlar çoğu ülkede uzun vadeli mali büyümeyi destekleyici ve dengeyi korumak için belirleyici faktör olacaktır.

2012 yılında dünyada toplam sigorta primleri real olarak 3,0% artmıştır. Gelişmiş ülkelerde büyüme% 2,3 oldu. Gelişmekte olan ülkelerde toplam sigorta priminde 7,0% bir real büyüme kaydedilmişti. Orta ve doğu avrupa da ise 4,7% büyüme kaydedilmiştir.

2012 yılında hayat sigortası primlerinde küresel düzeyde % 3,2 real büyüme kaydedildi. Gelişmiş ülkelerde bu% 2.9, Gelişmekte olan ülkelerde% 4.9 ve Orta ve Doğu Avrupa % 5.6 real büyüme kaydedilmiştir. 2013 yılında hayat sigortası primlerinde küresel düzeyde 2,9% real büyüme kaydedilmiştir. Gelişmiş ülkelerde% 2.3, gelişmekte olan ülkelerde% 6,2 real büyüme kaydedilmiştir. Orta ve Doğu Avrupa'da ise % 1.2 düşüş tahmin edilmektedir.

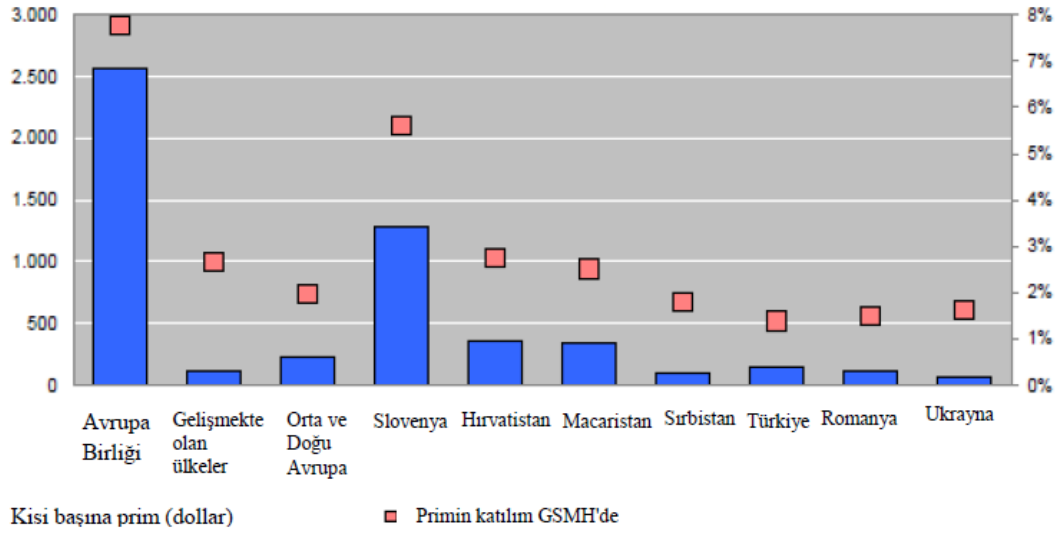
2012 yılında küresel hayat dışı sigortası primlerinde real büyüme % 2.7 oldu. Gelişmiş ülkelerde% 1.5, gelişmekte olan ülkelerde% 9.2 ve Orta ve Doğu Avrupa% 4.3 real büyüme kaydedilmiştir. 2013 yılında, bu eğilimin devamı olarak, küresel düzeyde % 2.5 real büyümünü kaydedilmiştir. Gelişmiş ülkelerde% 1.4, gelişmekte olan ülkelerde% 7.8 ve Orta ve Doğu Avrupa bölgelerinde yaklaşık 1.0% büyümünü kaydedilmiştir.

Dünya piyasasında gerçekleşen Toplam prim en büyük paya sahip üç ülke (ABD, Japonya ve Birleşik Krallık) 2012 yılında piyasanın neredeyse yarısını (% 48.4) kapsamıştır.

Balkan ülkelerindeki sigorta sektörleri hala gelişmemişlerdir, ve gelişme düzeyi açısından, AB üyesi ülkelerinin ortalamasının oldukça altında bulunmaktadır. Buna destek olarak, sigorta piyasasının gelişme göstergeleridir - toplam prim oranı, yurtiçi hasıla brütü ve kişi başına toplam prim ilişkisi.

2012 yılında Gayri safi yurtiçi hasıla içindeki prim payı % 1,8 ile Sırbistan dünyada 65. yerdedir. Avrupa Birliği'nin 27 üye devletler için bu gösterge % 7.8 tekabül etmektedir. Ancak, ,% 2.7 bir ortalama ile, gelişmekte olan ülkelerin grubuyla ve % 2,0 ortalama ile Orta ve Doğu Avrupa veya ve, örneğin Romanya ve Türkiye gibi Sırbistan'ın arkasında olan ülkelerle karşılaştırıldığında, Sırbistan'ın tatmin edici bir konumda olduğunu sonucuna varılabilir. Bu, aşağıdaki tabloda ile teyit edilmektedir.





**Grafik 6. Sigorta sektörünün gelişimi göstergelerinin karşılaştırılması**

Kaynak: Swiss Re, Sigma No 3/2013 ve Sırbistan Ulusal Bankası

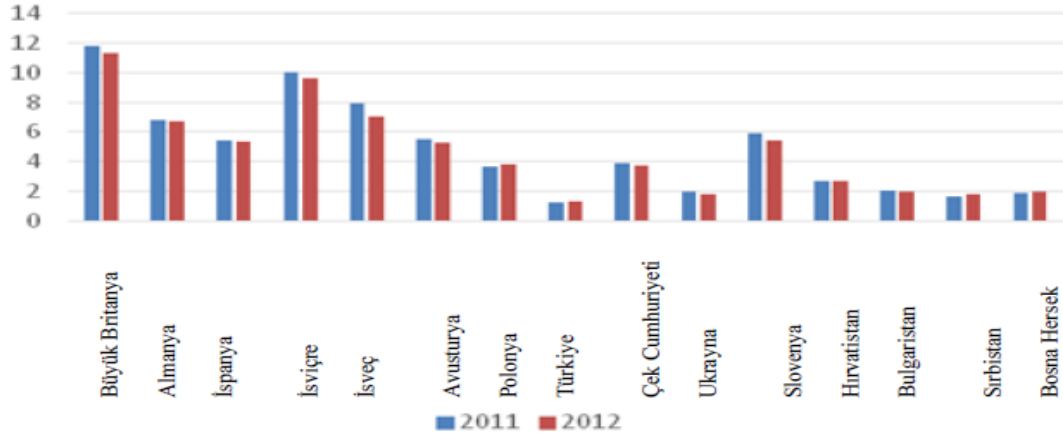
ÜLKE	Prim milyon ABD doları	Primler % GDP’de	Kişi başına prim mil USD	Primler mil USD	Primler % GDP ‘de	Kişi başına prim mil USD’de
Büyük Britanya	319553	11.8	4535	311418	11.27	4350
Almanya	245162	6.8	2967	231908	6.74	2805
İspanya	79987	5.4	1729	71991	5.33	1557
İsviçre	63576	10	8012	60547	9.57	7522
İsveç	42111	7.9	4455	37079	7.06	3896
Avusturya	23051	5.5	2740	20948	5.27	2478
Polonya	19107	3.7	500	19038	3.82	494
Türkiye	10051	1.3	136	10882	1.37	146
Çek Cumhuriyeti	8764	3.9	832	7846	3.72	747
Ukranya	3084	2	68	3047	1.82	68
Slovenya	3008	5.9	1464	2573	5.46	1248
Hırvatistan	1711	2.7	389	1545	2.69	348
Bulgaristan	1131	2.1	151	1039	2.01	140
Sırbistan	781	1.7	107	697	1.86	96
Bosna i Hersek	323	1.92	84	340	1.95	88

**Tablo 4. 2011 ve 2012 yıllarında bazı Avrupa Ülkeleri ve Balkan Ülkeleri ve Türkiye karşılaştırılmalarının göstergeleri:**

Kaynak: Swiss Re

Grafik gösterge:

## Prim ve BDP ilişkilerinin oran olarak ifadesi



**Grafik 7 . Prim ve BDP ilişkilerinin oran olarak ifadesi**

Kaynak: Swiss Re

Ayrıca, aşağıdaki tabelaya bakıldığında AB'de kişi başına düşen hayat sigorta primi payının, kişi başına hayat dışı sigorta primlerinin payına nazaran bölgeden çok daha yüksektir.

2012'nin esas göstergeleri	EU 27	Hrvatistan	Srbistan	Karadağ	BH
Sigorta şirketleri	5.086	27	27	11	25
Toplam primi(mil euro)	1.063.713	1.197	539	67	258
Hayat sigortası(mil euro)	622.890	326	98	9	44
Toplam primi/yaşayan(euro)	1.992	279	73	108	67
Hayat sigortası/ yaşayan(euro)	1.142	76	13	15	11
Hayat dışı sigortası/ yaşayan(euro)	779	203	60	93	56
GDP'nin primin katılımı (%)	7.70	2.69	1.86	2.04	1.95

**Tablo 5. AB-27 ülkeleri ve belli Balkan Ülkeleri için temel göstergeler**

Kaynak: Bosna&Hersek Sigorta Denetleme Kurumu, Sırbistan Sigorta Kurumu, Bosna&Hersek istatik acente, Karadağ Sigortacılar Ulusal Bürosu, Karadağ İstatistik Ofisi, Hırvat Sigortacılar Derneği, Hırvat Cumhuriyeti Devlet İstatistik Kurumu, Sloven Sigorta Birliği, Sırbistan Ulusal Bankası, Sırbistan Cumhuriyeti İstatistik Ofisi, Swiss Re.

Bu piyasalarının yetersiz gelişimi yenilik ve büyüme için alandır. Bu, özellikle elektronik sigorta için de geçerlidir. Pazarlama dağıtım politikası kesinlikle sigorta piyasasının gelişmesine katkıda bulunabilmektedir. Tüketiciler güvenli online ödeme ve sigorta ürünleri satın alma için güvenli dağıtım kanalını tercih etmektedirler. Aracısızlaşma süreci ile ilgili tüm tahminler, ya da sigorta ürünlerinin dağıtımında aracılardan ortadan kalkması genellikle alıcı ve sigorta ürünleri satıcıları arasındaki elektronik etkileşim işlem maliyetlerinin azaltılmasına dayanmaktadır. Elektronik güvenlik alanında kârlı operasyonları için güvenlik üzerine çalışmak gerekmektedir ve bu doğrudan yeniliğin benimsenmesini etkilemektedir. Güvenliğini sağlayacak olan sistem, yani ters bilginin olmaması, elektronik sigorta karlılığını sağlayacak sistem. Ödeme ve sigorta ürünleri satın alma emniyeti için elektronik sigorta piyasasında yenilik

temel bileşenidir. Yenilik için ilk form bankasürans olabilir, bankacılık sigortaya nazaran bir adım ileridedir.

Sigorta şirketi ve onun stratejistleri, belirli bir dönemde ve belirli bir piyasada şirketin piyasadaki konumunu değerlendirme yeteneğine sahip olmalıdır. Tabii ki, bu sadece sezgi ve dileklere dayanarak yapılamaz. Piyasanın konumunu sabırlı ve planlı inşa etmeliyiz ve geçerli argümanlar temeline dayalı sigorta şirketin portföyünde istenilen katılımı tahmin edebilmektedir. Bir sürede [genellikle bir yıl] belirli alanda toplam piyasa potansiyelinde beklenen orana sigorta şirketinin satış payı denir. Aslında-dirketim satış payı, Belirli bir alanda mevcut olan rakiplere göre sigorta kuruluşunun konumlandırılmasında şirket yönetiminin değerlendirilmesi.<sup>42</sup> Sigorta hizmetlerinin satış potansiyeli değerlendirilmesi, sadece sigorta şirketinin satış fırsatlarına bağlı değildir. Aslında, çok önemli ve çok gerekli ön koşul potansiyel sigortacının bir sigorta şirketiyle sözleşmeyi imzalamadan önce kendi ilgi alanını tanımasıdır.

Öncelikle sigorta şirketlerinin işini düzenleyen kurumsal çözümlere dayalı sigorta piyasası giderek transforme olmakta ve sigorta komut sistemini bırakmaktadır.

Modern bankacılığı bilgisayar uygulamaları olmadan hayal etmek neredeyse imkansızdır. Bankacılık faaliyetlerinin tarihine bakıldığında, son 30 yılda yapılan büyük ve köklü değişiklikler önceden yapılmamışlardır. Plastik (kart) ve dijital paranın ortaya çıkmasıyla paraların kaydıleştirilmesine ve sanallaşmasına neden olmuştur. İnternet, e-bankacılık ve mobil bankacılık bankaların kendi mekanlarından çıktıkları anlamına gelmektedir. Tarih boyunca, kullanıcıla işlerini bitirebilmek için bankanın binasına gitmek zorunda kaldı. Bugün, banka kullanıcının evine ya da iş yerine geliyor. Mobil bankacılık bir adım daha ileri gidiyor, kullanıcı bulduğu konumdan bağımsız bankacılık işlerini cebine yolluyor.<sup>43</sup>

**Elektronik bankacılık (e-bankacılık)**, bilgisayar ağlarının, web teknolojilerinin, internetin ve telekomünikasyon medyasının yoğun kullanıldığı bankacılık biçimidir. Onların uygulanması şu anlama gelir:

---

<sup>42</sup> O. UZELAC.: *Pravni aspekti ugovora o osiguranju životu posmatrani u odnosu na druge slične ugovore*, *Pravo – teorija i praksa*, vol.28, No 7-9, 97-105, 2011.

<sup>43</sup> Kalkota, R., ROBINSON, M., *E-poslovanje*, Mate, Zagreb, 2002.

- Donanım ve yazılım platformu,
- kesin olarak tanımlanmış ağ bileşenleri,
- Belirli bir organizasyon yapısı, standardizasyon
- Ve benzeri.

Dar anlamda elektronik bankacılık (e-bankacılık) hala emekleme aşamasındadır. Bu internet ve şube ağı üzerinden sadece faaliyet gösteren sanal bankaları ifade etmektedir. Daha geniş bir anlamda, bu terim Uzaktan bankacılık (remote banking) kapsamaktadır. Yani müşterileriyle iletişim için bilgi teknolojisi ve uzaktan çevreici iletişimi kullanan bankacılık biçimidir. Böylece, yaygın anlaşılan, elektronik bankacılık bilgi ve telekomünikasyon teknolojilerinin kullanımı ile finansal işlemlerin gerçekleştirilmesidir. E-bankacılığı geliştirme işleminde, veri ve bilgi transferinde bilgisayar ve telekomünikasyon teknolojisinin daha geniş kullanımı ile bağlantılıdır. Bu teknolojileri beraberinde bankaların işleyişine büyük evrimsel ve teknolojik değişimleri taşırlar. Çalışan işlemler, yeni zorluklar ve fırsatlar taşıyan yeni usul ve teknolojilerin tanıtımı yol açmaktadır.

Elektronik bankacılığın Balkan ülkelerinde ve Türkiye’de gelişimi, Kesinlikle, yakın geçmişte bölgede siyasi ve sosyal gelişmeleri işaretlenmiştir. Komşu ülkelere kıyasla mütevazı iş göstergeleri ortaya çıkmaktadır. Bu ülkelerde e-bankacılık durumunu değerlendirirken, gelişmiş ülkeler ile bölgede durumun karşılaştırmak önemlidir, diğer taraftan da ülkenin diğer alanlarda durum ile karşılaştırma önemlidir. Ekonomik olarak gelişmiş ülkelerde, ödeme sistemine e-bankacılık payının yüzdesi çok yüksektir (örneğin, Fransa ve % 80 70), Sırbistan’da ise (yaklaşık 1/3) çok daha düşüktür. Bu ülkelerin ekonomik olarak gelişmiş ülkeleri yakalayabilmeleri için, elektronik sisteme daha çok şirketlerini, devlet kurumlarını, mağazaları ve tüm vatandaşları dahil etmeleri gerekmektedir. Ülkedeki diğer kesimleri ile karşılaştırıldığında e bankacılık iyi gelişmiştir ve daha önemli olan daha fazla yoğun bir gelişme eğilimi göstermektedir. Onlar bi zamanlar bu iş türünden çok geride kalmaktaydılar, ama bugün bu artık öyle değildir. Bankalardaki taşkınlığa, bazı bankaların sunduğu e-bankacılığın kalitesine bakarak müşteriler hangi bankayı seçmesinde önemli faktördür.

Geleneksel bankacılık (sayaç servisi) iş ile karşılaştırıldığında elektronik hizmetlerin avantajları şunlardır: genellikle zamansal ve mekansal endişe ile görülebilir, işlemlerin hızlı yürütülmesi, daha düşük fiyatlar bankacılık ürün ve hizmetleri çok çeşitliliği.

Onlarda hemen hemen tüm ticari bankalar, çeşitli kanallardan, müşterilerine e-bankacılık hizmetlerinin çeşitlerini sunmaktadırlar. Ancak, sunulan hizmetlerin dikkatli analiz edilerek, ayrı ayrı platformlarda fonksiyonel ve teknolojik çeşitlilik görülmektedir. Bir çok bankaların tekliflerinin bir parçası olarak ticari bankalara ödemelere geçerek , tüzel kişiler ve bireyler için tasarlanmış elektronik hizmetlerini teklif etmiştir.

Böylece, temel paket başlangıçta tüzel kişiler için ülkenin elektronik ödeme sisteminin performansına yöneliktir. Daha sonra bankaların yurtdışını amaçlayan tekliflerde bireyler için uygun çözümler yer almıştır.

Bankalar başarıyla uluslararası ilkelere göre bankalararası hesaplamalarında yeni sistemde yer vermiştir: Öncelikli ödemeler için RTGS, büyük değerlerin ödemeleri ve küçük ödemeler için neto sistem. Şirketlerin banka hesaplarını alarak ve ödeme işlemleri yaparak, daha yüksek bir düzeyde ve kalitede hizmet sağlayarak organize edilmişlerdir.

Mevcut temel bilgi sistemleri ("core-bankacılık"), elektronik ticaret yeni uygulamalarla sanayi ve nüfus ile desteklenmiştir.

Güncel IT altyapısı gelişmiş değildir. Çoğu banka, mevcut ve potansiyel müşterilerine e-bankacılık alanında lider olduklarını göstermek için reklamları kullanmaktadırlar. Bu şekilde her banka kendi çözümlerinin en iyi çözüm olduğu belirtmektedirler. Trendler gelecekte her bireyin elektronik bağlantılı olacaklarını ve bankaların bu alanda kendi hizmetlerini genişleteceğini göstermektedirler. Bazı bankaların genel rekabeti onların müşterilere daha fazla hizmet sunmalarına sebep olmuştur. E-bankacılığın teklifleri kısa bir süre içinde büyük ölçüde genişlemektedir. Ev bilgisayarları veya cep telefonu üzerinden, bankalar müşterilerine şunları sunmaktadır:

- Hesap durumunun kontrol edilebilmesi,
- hesaplarındaki değişikliklerin gözden geçirilmesi,

- kişisel mesaj alma ve gönderme
- mevcut tarihte veya belirlenmiş tarihten önce ödeme.

Onlar ATM, ödeme kartları, bankalar POS terminalleri aracılığıyla ödeme servisini kullanmak mümkündür.

Bugün kurumsal bankacılıkta standard PKI altyapısını sunar, tam alt yapı kamu tuşları ile genellikle asimetrik ve simetrik şifreleme sistemleri gizlilik için tam koruma, özgünlük ve bütünlük sağlayan uygulamaya dayalıdır. Yani sadece elektronik imza vasıtasıyla tanımlanan elektronik ticaretin temel kriptografik fonksiyonları içerir.<sup>44</sup>

Bu teknolojinin uygulanması tamamen güvenli çalışma ve e-iş performansı sağlar, böylece söz konusu uygulamanın teknik bir parçası olan e-hizmetlerin daha da geliştirilmesi için ilgili koşulların oluşturulması gerekmektedir. Bütün bunun için yasal düzenlemeler çok önemlidir, yani bu iş alanının tanımlanması için uygun yasa ve tüzüklerin kabulünün gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu alanın daha da geliştirilmesi için yasal bir çerçeve oluşturulmalıdır. Ancak bu yasanın kabul edilmesinin ve yorumlanmasının Elektronik İmza Kanununa doğrudan etkileri olmaz. Çünkü sözleşmenin müşteri ve banka arasında imzalanması nedeniyle elektronik banka bu kanunun dışında kalmaktadır. Ancak, yasalar bazı yeni yasaların kabul edilmesi için son derece önemli etkileri vardır, her şeyden önce Elektronik fatura, elektronik yönetim, elektronik belgelerin Kanunları. Bu alanların düzenlenmesi ile Balkan Ülkelerinde ve Türkiye’de elektronik bankacılığın gelişmesine yol açmaktadır.

Şuanda, bireylerin ve tüzel kişilerin elektronik ticaret için uygulama çözümlerinin ödeme işlemlerinin alanında seçkin faaliyetleri vardır. Böylece E-Bank aracılığıyla işlemcilerin çeşitli faturaların ödenmesinin yurtdışı veya yurtdışında gerçekleştirilmesini sağlamaktadır.

Bireylere yönelik ve Avrupa ülkelerini takip edildiği kurumsal e-bankacılık ve e-bankacılık gelişimi, E-bankacılık ile bu ülkelerde bugün sunulan hizmetlerin temel paketinin birleştirilmesi.

---

<sup>44</sup> Laudon, C.K.et.all, *E-commerce: Business, Technology, Society*, Addison Wesley, Boston, 2001



Destek hizmeti aracılığıyla hizmet bu paketi iş sürecinin tamamen açılmasını hedefleniyor, yani bankaya gitmeden ofis veya evden yapılabilen bir iş sürecini hedeflemektedir. Bu dijital olarak imzalanmış elektronik belgelerle değişim ve belgesel kontrolü sağlar (Şu anda döviz ve yabancı ticaret için gerekli). Teknolojinin hızlı gelişimi ile dünyada ve ülkemizde e-bankacılık daha da geliştirilmesi için neredeyse sınırsız olanaklar açılmaktadır. Uluslararası trendleri takip ederek, ülkemizde elektronik hizmetlerin geliştirilmesinde bir sonraki adım M-Payments'dır ve bir ödeme yöntemi olarak cep telefonun kullanılması. Bugün cep telefonları, sadece iki kişi arasında iletişim için kullanılmaktadır, çok daha büyük fonksiyonlara sahiptir.

Elektronik bankacılık tüzel kişilere yönelik hızlı, ucuz ve daha güvenli operasyonlar sağlar - aşağıdaki faydaları, aşağıdaki olanaklarla:

- banka hesaplarından herhangi bir konumdan, yurtiçi veya yurtdışı günün her saatinde 24 saat ödeme veya benzeri işlemlerin yapılabilmesi,
- Önemli zaman tasarrufu (ödeme zamanı sadece 1-3 dakika);
- Para tasarrufu: E-banka aracılığıyla işlenen hizmeti klasik şekilde ödemeye nazaran % 50'den daha ucuzdur.

Web E-bank hizmetleri vatandaşlar için en hızlı ve en kolay ödeme şeklidir. Bu işlemleri internet üzerinde haftada 7 gün ve 24 saat yapabilmektedir.

Bu servisin öncelikleri:

- Komisyon olmadan işlem yapılması;
- zaman ve mekan kısıtlanmaması olmadan;
- hız, kalite ve operasyon güvenliği;
- Kolay kullanım.

Kullanıcıların talep ettiği hizmetler aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır:

- Hesap bakiyesini ve işlemleri, kredi kartları ve kredileri görebilmek;
- Menkul kıymet ticareti için başka bir hesaptan para transferi yapabilmek ve ödemeyi kredi kartları, krediler ve ayrılan nakit hesaplarını kullanabilmek;
- Önceden tanımlanmış hesaplara ödeme;

- Döviz işlemleri, para dönüşümü;
- Gerektiği zaman telefon kontürünü hesaptan doldurabilmek;
- İnternet için gerektiği zaman ödeme yapmak;
- Yabancı para tasarrufu;
- Kredi Hesaplama;
- Döviz kurları;
- Döviz Çevirici;
- Faiz oranları ile ilgili bilgiler;
- Menkul hesaplarının görüntülenebilmesi;
- Ödeme yapıldıktan sonra onay belgesi.

Bireyler için kullanıcılar WEB E-Bank hizmeti güvenlik politikasına göre kasada farklı yetkilere vermek için kimlik doğrulama bilgilerini kullanabilmektedir. Kullanıcılar, kimlik doğrulama aşağıdaki modlardan bir uygulamaya oturum açabilmektedir:

- Kullanıcının ismi ve şifresiyle;
- USB flash bellek üzerindeki sertifika ile.

Bir banka hangi çözümü kullanırsa kullansın, kesinlikle e-bankacılığın gelişimi temel cep telefonu olacaktır. Yakında müşterilerin telefon üzerinden kendi faturalarını ödeyebilmeleri planlanmaktadır, yani telefon faturaları, elektrik, kamu hizmetleri, kablosuz internet ve benzeri faturaların cep telefonlarıyla ödemeleri planlanmaktadır.

E-bankacılığın ve bilişim teknolojisinin daha fazla kullanılması ve gelişmesi için yeterli olan altyapının olması ve bilgisayar ve internete ulaşımın çabuk olması lazım.

Balkan ülkeleri ve Türkiye'de elektronik bankacılık kendi doruğundan çok uzaktadır, ama elektronik ticaretin gün geçtikçe artması ile beraber yavaş yavaş ama şüphesiz elektronik bankacılıkta Avrupa ülkelerinin ulaştığı doruğa yaklaşmaktayız.

Komşu ülkelere kıyasla yakın geçmişte bölgedeki siyasi ve sosyal gelişmelerinden dolayı Sırbistan'da elektronik bankacılığın gelişmesi mütevazı bir orandadır. Şuanda, elektronik bankacılığı çok az kişi kullanmaktadır, gelecekte nasıl bir durum bekliyor bunu bilememektedir. Ama elektronik bankaların pazarlama ve müşterileri eğitimi için

önemli fon yatırım ihtiyacını getirmektedir. Elektronik işlemlerin tarifelerin azaltılması, elektronik ödeme vatandaşların kullandığı ödeme yolu haline gelecektir. Küresel mali kriz koşullarında, sube ve temsilci azaltılması gerekmektedir bu durumda elektronik iletişim doğru bir çözümdür. Biz bu alanda liderliğe talip olmalı ve modern dünya ile kendimizi larşılaştırmalıyız, çünkü o gelişme için iyi bir alandır.

### 3.3. Elektronik Sigorta Pazarının SWOT Analizi

Analizler için önemli dört temel adımı tanımlamak gerekmektedir: güç (Strenghts), zayıflık (Weaknesses), şans (Opportuntites) ve tehditler (Threats), aşağıdaki tabloelektronik sigortanın gelişimi ve performans analizi ile ilgili:

#### Güç Yönler

Balkan ülkeleri ve Türkiye'de 130 milyondan fazla kişi yaşamaktadır. Hayat sigortası o kadar gelişmiş değil, bu sayı sigorta tipinin satış gelişim potansiyeli temsil etmektedir. Potansiyel ayrıca ev, motorlu araç ve yurtdışı sigortalarında yatmaktadır. Güç piyasada faaliyet gösteren banka ve sigorta şirketlerinin sayısından kaynaklanmaktadır.

#### Zayıf Yönler

Elektronik güvenlik gelişimi için çok önemli olan bilgi teknolojileri, gelişim düzeyi çok yüksek seviyede değildir. Vatandaşların düşük satın alma kapasitesi ve kredilere dayalı borçlanmanın büyümesi, sigorta satın almak için faktörler sınırlayıcıdır.

#### Şans Yönleri

Sigorta şirketlerinin müşteri tabanı sigortası ürünlerinin uygun bir konumlandırma gerçekleştirmek amacıyla gruplar tarafından bölümlenmiş olması gerekmektedir.

#### Tehditler

Elektronik sigortasının başarısı sigorta şirketinin yaklaşım ve kültür emeğine bağlıdır. Çalışanların klasik mod alışmış olmaları elektronik sigortanın getirdiği değişiklikler risklidir.

Küreselleşme açısından, yirmi birinci yüzyılda, bankacılık büyük siyasi, demografik, teknolojik ve diğer değişiklikler etkilenmiştir. Bugün, modern bankalar tamamen yeni, farklı ve modern bir şekilde çalışmaktadır. Teknolojik gelişme, özellikle bileşim teknolojisinin gelişimi bankaların yeni ürün, yeni hizmetleri, kendi işlerine mekansal ve zamansal sınırlarını değiştirmek ve müşterilere ulaşmalarına yardımcı olmaktadır. Fon transferi işlemi büyük ölçüde basitleştirilmiştir. Bilgisayar veri işleminin kullanılması elektronik bankacılığın gelişimine yol açmaktadır.

Elektronik bankacılık, farklı teknolojileri birleştirmek için bir girişim içindedir ve her bir diğer yönde ve farklı bir şekilde gelişmiştir: elektronik para, ATM, POS, EFT / POS terminalleri, ödeme kartları, ev bankacılığı, mobil bankacılık.

Risk her bankacılık işinin özelliğidir, hassas tanımlama, ölçüm ve risk yönetimi ve başarılı bir getiri ve risk arasındaki ilişkiyi dengeleme yüksek performanslı iş ulaşma açısından mali yönetim bankanın en önemli yönleri vardır. Bu anlamda, bankaya koruyucu önlemleri uygulayabilir: kriptografi, dijital imzalar ve hash fonksiyonları, dijital sertifika ve ortak anahtar altyapısı, biyometri, güvenlik standartları ve protokolleri.

ABD'de konut piyasasında daralma sonucu ortaya çıkan küresel ekonomik kriz, geçen yüzyılın otuzlu yıllarındaki kriz gibi sigorta şirketlerini çok etkilememiştir. 1929 yılında New York Borsasının çöküşü, hemen hemen tüm menkul kıymetlerin piyasa fiyatlarında bir düşüşe yol açmıştır, ve bundan dolayı ve hayat sigortası ile ilgilenen yaklaşık 40 sigorta şirketinin iflasına sebep olmuştur. Sigorta şirketlerinde oluşan bu iflasın sebebi risk yönetimindeki başarısızlıktır.

Sigortada risk yönetimine çok dikkat edilmelidir. İlk planda risk yönetimini olmalıdır, daha sonra satış, bu genişleme zamanında böyle değildi. Mevcut kriz likidite krizidir ve o ödeme krizine dönüşmüştür. Bu üm finansal sektörde güvenin düşüşüne yol açmıştır.<sup>45</sup>

Risk yönetimi, elektronik ödeme sisteminin tüm unsurları doğru yapılandırma, bağlantı ve kontrol gerektirmektedir. Telekomünikasyon ve bilgisayar güvenliği, tüm önleyici

---

<sup>45</sup> L. BARJAKTAROVIĆ, D. JEČMENIĆA, (2010) **Upravljanje Rizikom U Srpskim Osiguravajućim Kompanijama**. Singidunum revija, 7(2), 19-27.

yöntemleri kapsamak ve elektronik veri ya da sistemin yetkisiz kullanımını önlemek demektir. Riskin ortadan kalması için nekadarda Risk yönetiminin metodolojisi uygulansada, finansal kurumların risklerin tamamen ortadan kalmasının mümkün olmadığını bilmeleri gerekmektedir.

Elektronik ödeme güvenliğini etkileyen faktörler şunlardır:

- riskin kapsamı ve niteliği,
- bir finans kurumunun risk tolerans derecesi,
- bu sorunu sunacak olan kadro,
- riskten korunmak için gerekli mali kaynaklar,
- hasar miktarı ve risk getiren problemin doğası,
- ortamında güven derecesi ve benzeri.

Elektronik paranın oluşturduğu risklerle en çok Basel Bankacılık Denetim Komitesi ilgilenmektedir. Elektronik bankacılık Basel Komitesi elektronik paranın gelişimi için 14 elektronik bankacılıkta risk yönetimi ilkelerini belirlemiştir. Raporda sunulan risk yönetim ilkeleri üç kategoriye bölünmüştür. Sınıflandırma ihtiyaçlara ve öncelik sırasına göre yapılmamıştır:

1. komitenin ve yönetimin sorumlu olduğu ilkeler:

- elektronik bankacılık işlerinin ve elektronik paranın yönetim tarafından kontrol edinmesi
- geniş kapsamlı güvenliği oluşturan proses kontrolü,
- dışsallaştırma ve başka şekillerde üçüncü kişi ile işbirliğinde yönetimin yürüttüğü temel iş analizi ve süreç denetimi,

2. Güvenlik kontrolleri İlkeleri:

- Elektronik para işlemi gerçekleştiren veya elektronik bankacılık başka prosedüre dahil kişilerin kimlik kontrolleri,
- işlemlerde sorumluluk ve yükümlülüklerini İnkâr edilmemeleri,
- görev ayrımı sağlamak için uygun önlemlerin tanımı,
- E-işlemler ve e-bankacılık için yazılım içinde uygun kontroller, veri tabanının ve ilgili uygulamalar kontrolü,

- Verilerin, belgelerin ve transferle ilgili bilgilerin bütünlüğü sağlanması,
  - e-işlemler için açık denetimin kurulması,
  - bankaların önemli bilgilerinin gizliliği.
3. Yasal ve itibar risklerinin yönetimi prensipleri:
- elektronik işlemlerin raporlanması için uygun bir sistem,
  - müşteri bilgilerinin gizliliği,
  - öngörülemeyen durumlar için planlama,
  - Olay durumlar için planlama prosedürleri,

Bugün birçok finans kurumları tek görevleri güvenlik sistemi olan yöneticileri işe almaktadırlar. Birçok kurum, güvenlik sorunları ile başa çıkmak için uğraşmaktadır. Hırsız sistem tarafından kullanılan araçları ve taktikleri toplayarak proje hazırlayanların sayısı da az değildir. Söz konusu olan konu Basel Komitesi, Avrupa Birliği ve diğer ilgili kurumlar tarafından başlatılan pek çok önemli proje ve direktifleri tarafından desteklenmektedir.

#### **3.4. Elektronik İşlemlerin Koruma Teknolojisi:**

Elektronik ödeme performansı riskten korunması için varsayılan uygun koruma teknolojisinin kullanılması gerektirmektedir. Genel olarak, koruma sisteminin şunlardan oluşmalıdır:

1. kriptografi dayanan çözümler,
2. dijital imzalar için çözümler,
3. dijital sertifikaların çözümleri,
4. biyometrik teknolojiye dayalı çözümler,
5. güvenlik standartlara ve protokollere dayalı çözümler.

##### **3.4.1. Kriptografi**

Bilgi alışverişinin güvenliğine tarih boyunca ihtiyaç duyulmuştur. Güvenli iletişim sorunu ile 3.000 'den fazla yıl önce Mısırlılar ve Hintliler ilgilenmiştir ve o zamandan bu zamana kadar bu temel fikir değişmemiştir. Mümkün olduğunca bir mesajı bir yerden bir yere güvenli bir şekilde göndermek, yani bir algoritma oluşturarak orjinal mesajı gizleyerek gönderilen kişiye ulaştırmak. İlk yöntemler matematiksel algoritmalar ile işleniyordu bu nedenle fazla kişinin bilmediği diller kullanılmaktaydı.

Mektubun yazılmaya başlamasından sonra iletişimde şifreli veya simbolu yazışmalar başladı, yani sembollerin sayısına bağlı kelimeler oluşturulmaktaydı. Kriptografi yunan kökenli bir kelimedir ve ‘gizli’ anlamına gelen Kryptos sıfatından ve ‘yazmak’ anlamına gelen gráfo fiilinden oluşmuştur. Kriptografi bir bilim olarak bilgi gizliliğini koruma yöntemleriyle ilgilidir.

Elektronik transferlerde kriptografik yöntemleri:

- verilerin gizliliğini koruma (veriler sadece seçilmiş kişi çözülebilir, yani mesaj kime gönderiliyor ise başka hiç kimse)
- Kaynak verilerin orijinalliği (veri gerçekten yetkili bir kişi tarafından gönderildi)
- verilerin güvenilirliği (yetkisiz değişikliklerin oluşmaması ve verilerin imha edilmemesi)
- işlemlerde katılımı inkar imkansızlığı (gönderenin feragat veya daha sonra iletilen verileri gizlemesi olanaksız)

#### **3.4.2. Dijital imza ve hash fonksiyonları.**

Dijital imza ve hash fonksiyonları önceki iki tekniğin veremediği gizlilik ve gönderenin orijinalliğini sağlamaktadır. Dijital imza koruma sağlama fonksiyonuna sahiptir, geleneksel bankacılık sektöründe kişisel imza gibi. El imzası ve dijital imza arasında ki fark şudur, eş imzası farklı belgeler aynı olmak zorundadır dijital imza ise gönderici işlemlerin güvenliliği sağlamak için farklı belgelerde farklı semboller kullanılmaktadır. Birden fazla belgede aynı dijital imza kullanılırsa belgede değişimin yapılması olasılığı çok yüksektir.

#### **3.4.3. Dijital sertifika ve ortak anahtarın altyapısı**

Dijital sertifika ve ortak anahtarın altyapısı dijital kimliğin doğrulamaya izin vermektedir. Dijital sertifikaya dijital kimlik adı da verilebilir çünkü siber ortamda kimlik kanıtlanmaktadır.

#### **3.4.4. Biyometri**

Biyometri insanın ölçülebilir benzersiz biyolojik özellikleri ile ilgilenmektedir. Otomatik olarak, psikolojik ve davranışsal özellikleri temeline dayanarak kimlik doğrulaması, tanımlama ve bireysel doğrulama teknolojilerini kapsamaktadır. Bu işlem

mütevazi bir şekilde bilgisayar teknolojisi kullanılarak yapılmaktadır. Bu kayıtlı verilerle gerçek zamanlı olarak bireylerin modellerini karşılaştırmaktadır. Biyometri en çok bilgisayar ağlarının güvenliğini artırmak için, mali işlemlerin korunması için, uluslararası sınırları sağlamak için, korumalı iş sitelerine erişimi kontrol etmek için ve farklı dolandırıcılığı önlenmesi için kullanılmaktadır. O bir öz-koruyucu cihaz olarak oldukça iyi çalışıyor ama aynı zamanda diğer korumaları tamamlayıcısı olarak.

Bizde elektronik bankacılığın gelişmesini engelleyen en büyük engeller şunlardır: insanların alışkanlıkları, e-bankacılık ile ilgili vatandaşların yetersiz eğitimi, yetersi bilişim okuryazarlığı, bilgisayar ve ağ teknolojisinin kabul korkusu ve düşük yaşam standardı.

Bir şey kesindir, internet dünyayı değiştirmiştir. İnsanların ilerlemesi için büyük fırsatlar yarattı ama aynı zamanda çeşitli suç faaliyetleri için verimli bir zemin oluşturmuştur. Bugün sanal piyasa, bankalar, mağazalar, değişim ve hatta sanal para var. Hemen hemen "gerçek" diyebileceğimiz herseyin paraleli "sanal" yanı var. Hepimize bir seçim olasılığı sunulmuştur, bu modern sanal hayatın sunduğu yerşeyimi yoksa sadece bir kısmını mı seçeceğiz.

Uzun bir süre daha sigorta satıcılar (acenteler) "Gelir jeneratörler" ve sigorta ürünlerinin ve toplumun ana destekleyicileri olacaklardır. Teknolojik gelişim bereberinde yeni fırsatlar ve dolayısıyla sigorta satışına yeni yaklaşımlar. Başta teknolojik gelişme sigorta satışında sadece acentelerin satışı daha hızlı ve etkili gerçekleştirmesi için kullanılmaktaydı. Ama daha sonra bileşim çözümleri oldukça karmaşık sigorta ürünlerinin yaratılmasını etkilemiştir.

Sigorta satış çeşitliliği olası yolları desteğinin yanı sıra büyük ölçüde bazı teknoloji çözümlerinin satışını kolaylaştırdı. Tüm mevcut verilerin farklı kullanımı başarılı sigorta satışının zorunlu hale gelmiştir. Modern bilgi sistemleri ve iletişim teknolojilerinin hızlı gelişimi ve internet bize bu imkanı sunmaktadır. Cep telefonlarının ve internetin gelişimi bize bu olasılığı sağlamaktadır ama gelişimin devamının bize neyi getireceğini sadece tahmin edebilmektedir.



İnternet sayesinde program yüklemeyen acenteler hemen işe başlayabilmektedirler. Saha önce işlemlerin yapılabilmesi için öncelikle belirli programların bilgisayara yüklemesi gerekmektedir şimdi ise sadece bilgisayarın internete bağlı olması gerekmektedir. Yani herşey merkezli, acente hemen internet üzerinde kendi çalışma yerini oluşturuyor ve farklı bilgisayardan kendi çalışma yerine ulaşabiliyor gerekli tek şey internet bağlantısı.

Kalite ve parametrelili sistem sayesinde tüm işyerleri ayarlanabilir: acenteler, şube, postane, banka, sigortacının şube ve benzeri.

### **3.4.5. Son kullanıcıya internet satış**

İnternet sanal süpermarketleri oluşturmuştur ve orda son kullanıcı sigortayı sağlayabilmektedir. Yasal bir acente aracılığıyla veya doğrudan sigortacı web dükkanının sahibinin kim bağlıdır ile sigorta sona eremektedir.

- Sigortalının açısından bakıldığında, sürecin hızlandırılması önemlidir ve ofis veya ajans çalışan gelmesinin gerekli olmadığından kolaylaştırmaktadır.
- Komisyon tasarruf etmek ve böylece daha rekabetçi bir ürün haline gelmesi yeteneğine sahip bir sigorta şirketi açısından bakıldığında.
- Başarılı ajansların bir adım önde olması başkalarının sigortacı olmak için bir fırsat olarak ve ürünlerin potansiyel sigortalı geniş bir yelpazede sunulduğunu görmektedir. Ajansları kaçınarak çok güçlü rekabet ve maliyetler sigorta şirketlerinin zorunlu azalma tipik münhasıran kendi web mağazalarında bu ürünleri sunuyoruz ve sigortalı bir düşük maliyetle sigorta teklif satın alırken önemli bir faktör olabilmektedir. Hiçbir komisyon, yeni satış gücü eğitimi için gerek yoktur, çünkü sigortacı açısından bu yaklaşım, kaynak ve zaman tasarrufu sağlamaktadır. Böyle bir yöntemde güven var ve yeni teknolojileri kullanmak isteyen sigortalılar için tasarlanmış, ve her gün tanık olduğumuz eğilimleri verilen satış ve bu tür kullanıcı sayısı hızla artacaktır. Tabii ki sigortacılar tam güç sigorta satışında yeni bir "teknolojik devrim" yapmak için gün bekliyor olması yeterli değildir, ancak bu şekilde günlük hizmeti tamamlamak mümkündür. Değişim küçük adımlarla her geçen gün geliyor ve kullanıcılar sigorta satın almaya bu şekilde alışması gerekmektedir. Hiçbir sigortalı insan

yeni teknolojik gelişmeleri kabul etmeye hazır doğmamıştır ama zamanla öğrenir ve o öğrenmeyi kolaylaştırmak ve gerekli bilgileri sağlamak için sigorta şirketinin görevidir. Yeni teknolojinin yanı sıra satış ve sigortalı ile iletişim avantajları kullanın gelecekteki başarisının sırrı olduğunu ve her biri yeni bir satış kanalı veya iletişim rekabet avantajı sigorta şirketinin yeni bir kanal ve işin gelecekte bir yatırımdır.

### **3.5. Tükiye ve Balkan ölkelerinde araştırması**

#### **3.5.1. Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın amacı; Elektronik sigortanın Balkan ölkelerinde ve Tükiye’de mevcut olduğu ve geliştirilmekte olduğunu sonucuna ulaşmaktayız. Aynı zamanda daha da gelişim piyasada çok büyük alan olduğuna ve en önemli şeyin elektrinik sigortanın önceliğinin güven olduğu sonucuna ulaşmaktayız.

#### **3.5.2. Araştırmanın Kapsamı**

Birinci aşamada Balkanlar'da ve Tükiye'de elektronik sigortayı kullananlar , elektronik sigortayı sadece bilenler ve duyanlar gösterilmektedir. İkinci aşamada genel olarak interneti , elektronik sigortanın hizmetlerinin kullanmasını ve sigortalının profili hakkında (yaş, eğitim, cinsiyet) gösterilmektedir. Üçüncü aşamada sigorta seçimi için sıralama kriterleri yaparken, katılımcıların çoğunluğu ilk olarak sigortanın ismi(markaya), teminatlara ve ürünle birlikte sunulan hizmete, daha sonra teknik desteğe ve fiyata baktıklarını yanıtlamışlardır. Dördüncü aşamada sigorta hakkında nasıl bilgi alınacağı anlatılmaktadır. Beşinci aşamada elektronik sigorta kullanıcısı ve elektronik sigorta kullanıcılarının bir kısmının sigorta işiyle uğraştığı sayısal verilerle anlatılmıştır.

#### **3.5.3. Araştırma Verileri**

Araştırma verileri birincil kaynak olan alan çalışması sonucunda elde edilmiştir. Alan çalışmasında kullanılan veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır.

#### **3.5.4. Hedef Kitle**

Araştırmamın hedef kitlesi, Balkan ölkelerinde ve Tükiye'de yaşayan kişilerdir.

## Örneğin Yapısı

Örneğin yapısında yer alan toplam 60 kişinin, hedef kitlenin özellikleri (yaş, cinsiyet, eğitim, ülke) itibarıyla aşağıdaki tablolara yansıtılmıştır.

**Tablo.6. Elektronik sigortayı kullananlar**

	Balkan ülkeleri	Türkiye	Toplam
E-sigortayı kullanan	10	16	44%
E-sigortayı bilenler veya duyanlar	7	12	33%
Diğer	13	2	23%
Toplam	30	30	100%

Tablo.6'da Balkanlar ve Türkiye'de rastgele seçilmiş 60 katılımcının katıldığı örnekleme, bunlardan %44'ünün elektronik sigortayı kullandıkları, %33'nün elektronik sigortayı sadece bildikleri belirlenmiştir. Buna dayanarak biz çoğu katılımcıların yeterince elektronik güvenlik konusunda bilgi sahibi olmadığını söyleyebiliriz. Buna dayanarak biz çoğu katılımcıların yeterince elektronik güvenlik konusunda bilgi sahibi olmadığını söyleyebiliriz.

Genel olarak interneti ve elektronik sigortanın hizmetlerini kullanır mısınız? sorusuna çoğu katılımcı olumlu cevap verdi yani %67'si. Finansal krizin etkileri konusunda da durum benzerdir, katılımcılar maaşlarının azaltılmasına rağmen sigortayı ödemeye istekli olduklarını belirtmektedir. Elektronik sigortanın temel problemi onun sunduğu hizmetler hakkında fazla bilgilendirme olmadığıdır, bir kez daha anlaşılıyor ki bu sigorta alanında gelişme ve piyasanın artışı için büyük bir alan vardır.

**Tablo.7. Sigortacının profili**

Yaş/Cinsiyet	Erkek	Kadın
18-25	1	1
26-35	3	4
36-45	5	8
46-55	1	2
55+	-	1
Toplam	10	16
Gelirden yüzde ne kadar esas ihtiyaçlara ayırlıyordur	Balkan Ülkeleri'nin sigortacının sayısı	Türkiye'nin sigortacının sayısı
<30	8	15
30-60	1	1
>60	1	
Toplam	10	16

Tablo.7'de Sigortalının profili hakkında konuştuğumuzda, onlar 24 ile 46 yaş arası, çoğunluğu kadındır. Onların çoğunluğu Balkan Ülkelerinde ve Türkiye'de iktisat, yasal ve yönetimle uğraşan kişilerdir. Genelde 2 veya daha çok sigortaları vardır, büyük ölçüde hayat ve sağlık sigortaları ama mülkiyet ve seyahat sigortaları da vardır. Bunlar orta gelirli kişiler grubuna aittir. Bu sonuca şu soruya verilen cevaplar sonucu vardık, gelirlerinden temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra tasarruf, sigorta ve seyahat gibi başka şeylere ne kadar gelir ayırabilmektedir. Türkiye'de çoğunluk temel ihtiyaçlar için daha az ayırttıklarını belirtmişlerdir yani Türkiye Balkan ülkeleri ile karşılaştırıldığında Türkiye'nin daha büyük sigorta piyasası olduğu ve daha iyi yaşam standardı olduğunun kanıtıdır.

**Tablo.8. Sigorta seçimi için sıralama kriterleri**

Sigorta seçimi için sıralama kriterleri	Broj osiguranika	Yüzde
Sigorta şirketinin ismine (Markaya)	6	23%
Teminatlara ve ürünle birlikte sunulan hizmete	5	19%
Teknik desteğe	4	17%
Fiyata	4	17%
Tavsiye'ye	4	17%
Sigorta şirketinin finansal gücüne	1	2,3%
Acenteye	1	2,3%
Diğer	1	2,3%
Toplam	26	100%

Tablo.8.'de sigorta seçimi için sıralama kriterleri yaparken, katılımcıların çoğunluğu ilk olarak sigortanın ismi(markaya), teminatlara ve ürünle birlikte sunulan hizmete, daha sonra teknik desteğe ve fiyata baktıklarını yanıtlamışlardır. Anket, sigortayı seçerken ve satın alırken güvenin ve güvenliğin çok önemli olduğunu birkez daha doğruladı. Ankette ayrıca tavsiyeler (% 17) olduğunu belirtti. Yani sigortayı satın almadan önce potansiyel sigortalılar için sigorta kullanıcılarının tavsiyeleri çok önemlidir. Bu birkez daha bilgi güvenliğinin kullanıcılar için çok önemli olduğunu göstermektedir.

**Tablo.9. Sigorta işinde olan bir aile üyesi**

	Sigorta işinde olan bir aile üyesi	
Evet	6	23%
Hayır	20	77%
Toplam	26	100%

Tablo.9.'da Anket katılımcılarının %44 elektronik sigorta kullanıcısidir ve onların %23'nün sigorta işinde olan bir aile üyesi vardır. Bu veriler aynı zamanda, elektronik

sigorta poliçesinin kullanımı konusundaki bilgilendirmeyi olumlu desteklediğinin kanıtıdır.

Ankete dayalı elektronik sigortanın Balkan ülkelerinde ve Türkiye’de mevcut olduğu ve geliştirilmekte olduğunu sonucuna ulaşılmaktadır. Aynı zamanda daha da gelişim piyasada çok büyük alan olduğuna ve en önemli şeyin elektririk sigortanın önceliğinin güven olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.



## SONUÇ

Bu çalışma da, Balkan ülkeleri ve Türkiye'de elektronik güvenlik gelişimini vurgulamak ve onun sigorta, elektronik sigorta ve finansal krizin teorik olarak mali kriz koşullarında karlı kullanım olanağını açıklamaya çalışmıştır. Şu şekilde sigortanın teorik kavramı gözden geçirilmiş: sigorta sözleşmesini, sigorta sınıflandırmalarını, riskin ayrılmaz kavramını ve sigorta riskinin sınıflandırılmasının analize edilmiştir. Özel vurgu elektronik sigorta üzerindedir, sigorta gelişiminin, modern yönü olarak. Genel bilgisayar bilgilerinden ve elektronik sigorta türlerinden başlayarak Türkiye ve Balkan ülkelerinin piyasalarının analize edilmesine kadar elektronik sigorta gelişimi ile ilgili her soru anlaşılmıştır. Aynı zamanda elektronik sigortanın gelişimindeki mevcut eğilimlerine bir bakış, yani elektronik sigortanın gelişimine hakim yönler. Sigortalı sayısında büyüme, hizmetlerde iyileştirme, multimedyanın ve etkileşimin uygulanmasında artış, sigorta sektörünün dışında internet üzerinden diğer şirketlerle işbirliği gibi yönlerin hakimliği. Finansal krizin elektronik sigortanın gelişim akımlarını etkileyişi, ayrıca tarihsel gelişimine ve kriz kavramına dikkat çekilmiştir. Yani onun özünün anlaşılması ve sigorta piyasasını özellikle elektronik sigortayı hangi şekilde etkilemiştir.

Balkan ülkelerinde ve Türkiye'deki elektronik sigortanın mevcut durumun daha iyi tanıtılması ve mali krizin elektronik sigorta üzerindeki etkilerini göstermek için sayısız örnekler, modeller, veriler ve istatistikler sunulmuştur. Bu ülkelerde elektronik sigortanın gelişmekte olduğunu belirten hipotez doğrulanmıştır.

Elektronik ticaretin hızlı gelişimi ve beraberinde getirdiği fırsatlar sigorta şirketlerine ve genel olarak sigortaya da yansımıştır. Sigorta şirketleri iş ortamı olarak interneti bankacılık sektöründen çok daha sonra kabul etmiştir. Bunun nedeni, İnternet üzerinden satılan sigorta ürünlerini spesifik yapan birçok faktöre bağlıdır:

- Özellikle hayat sigortalarında ürünlerin karmaşıklığı. Hayat sigortası poliçesini satın almadan önce müşteri bir çok tavsiye ve açıklama istemektedir. Bunların internet teknolojisi üzerinden açıklanması mümkün değildir.
- Pek çok durumda, hesaplama koşullarını standartlaştırmak zordur, bu büyük miktarlarda para harcamasını kapsamaktadır. Bu harcamalar testler ve kararlar

içindir. Genelde bu işlemler genellikle sigortacıya bir sözleşme yükümlülüğü olmayan kişi ve şirketleri de kapsamaktadır.

- İnternet, özellikle müşteri ve sigorta ürününü satan şirketle iletişimi sık olan durumlar için ayarlıdır. Ancak, sigorta müşteri ve sigortacı arasında iletişimin sık olmadığı bir faaliyettir. İnsan sigortayı hayatın bir kez veya bir kaç yılda birkez almaktadır. Bazen belirli bir sigorta türü için poliçe imzalanır ve sigortalı bir daha sigortacıyla görüşmemektedir. Ve sadece sigorta nedenin gerçekleşmesi durumunda sigortalı ve sigortacı iletişime geçmektedir.
- Birçok tüketici internetin sigorta için güvenliği olmadığını düşünmektedir. Sigorta büyük nakit işlemlerini ve gizli bilgileri kapsamaktadır, ve bu nedenden dolayı birçok insan internetin güvenli olmadığını düşünmektedir. Gelişmemiş ülkelerde, elektronik imza ile ilgili yasaların eksikliği nedeniyle sigortada elektronik iş engellenmektedir.

Eğer sigorta şirketleri bu durumu aşabilirlerse, elektronik satış yolu yüksek eğitimli sigortalılarda uzun vadede çifte haneli paya sahip olabileceği tahmin edilmektedir. Bu ikinci hipotezi doğrulamaktadır. Yani Balkan ülkelerinde ve Türkiye’de sigorta sektöründe elektronik sigortanın karlı kullanımının birçok olasılığı vardır.

Finansal kriz söz konusu olduğunda, 2013 ve 2014 yılında küresel iktisadi faaliyetin kademeli bir iyileşme olduğunu ve onun 2015 yılında da büyümenin devam edeceğinin beklentisini vurgulamak önemlidir. Durgunluk sonrası, euro bölgesinde ülkeler arasındaki ekonomik performansındaki belirli farklılıkların varlığıyla beraber toparlanma göstergeleri kaydedildi. Mali kriz döneminde bu ülkelerde sigorta alanında büyüme olduğu kaydedildi. Ve bu ülkelerde mali krizin elektronik sigortayı olumsuz etkilediğini belirten hipotez reddedilmiştir.

Ayrıca, elektronik sigorta kullanımı ve sigorta kullanıcılarının elektronik sigortayı ne derecede kullandığıyla ilgili anket yapılmıştır. Balkan ülkeleri ve Türkiye’de mali kriz döneminde elektronik sigortanın mevcut olduğu ve gelişmekte olduğunda belirlenmiştir. Ama sigorta alanında piyasanın gelişmesi için çok alan bulunmaktadır, özellikle bilgilendirme ve güven konusunda. Çünkü onlar elektronik sigortanın temelinde vardır.



Bu yazının amacı, Balkan ülkeleri ve Türkiye'de elektronik sigortanın karlı çalışması için pratik öneri alanlarını belirtmektir.



## Anket Formu - Elektronik Sigortacılık

### Cinsiyetiniz nedir?

- Kadın
- Erkek

### Yaşlarınız nedir? \*

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- Diğer

### Siz yada ailenizden biri sigortanın sektöründe çalışıyor mu? \*

- Evet
- Hayır (sizin için )

### Mesleğiniz nedir? \*

### Gelirinizden yüzde ne kadar esas ihtiyaçlar için ayırıyorsunuz?

- ≤ 30%
- 30 % - 60%
- >60%

### Geliriniz az olsa, sigorta ürünlerini alır mıydınız?

- Evet
- Hayır

### İnterneti kullanıyor musunuz?

- Evet

- Hayır

**Hangi sigortalarınız var?**

- Trafik
- Kasko
- Konut
- İşyeri
- Dask
- Sağlık
- Hayat
- Ferdi kaza
- Bireysel emeklilik
- Hiçbiri
- Diğer (belirtiniz)

**Elektronik-iş servislerini kullanıyor musunuz?**

- Evet
- Hayır

**Elektronik sigortacılık nedir? Biliyor musunuz?**

- Evet, kullanıyorum
- Biliyorum
- Duydum
- Bilmiyorum

**Elektronik sigortacılık kullanıyorsanız, neye en çok dikkat edersiniz?**

- Sigorta şirketinin ismine (Markaya)
- Sigorta şirketinin finansal gücüne
- Acenteye
- Teminatlara ve ürünle birlikte sunulan hizmete
- Fiyata
- Güvenirliliğe
- Teknik desteğe
- Diğer (Belirtiniz)

**Kullanmıyorsanız, sebebi nedir?**

- Bilgi güvenliği
- İrtibat sorunu
- Yüz yüze iletişim benim için çok önemli
- Diğer

**Sigorta hakkında nasıl bilgi alıyorsunuz?**

- İnternet
- Reklam
- Tavsiye
- Bank
- Acente
- Diğer

## KAYNAKÇA

- BÖLÜKBAŞI, Ayşe Gül. **Sigorta İşletmelerinde Risk Yönetimi**, Türkmen Kitapevi, 2.baskı, İstanbul, 2011.
- YAZICI, Selim ve YANIK, Serhat. *‘Elektronik Sigortacılık TSEV Eğitim Notları’*, Fotokopiyle Çoğaltma, İstanbul.
- YAZICI, Selim ve YANIK, Serhat. **Elektronik Sigortacılık**, İstanbul : DER Yayınları, 2002
- ALIEFENDIĆ, Adnan. **Povećanje kompetitivnosti osiguravajućeg društva e-insurance poslovanjem**, Svijet osiguranja, maj, 2005.
- BIJELIĆ, Mile. **Osiguranje i reosiguranje**, Tectus, Zagreb, 2002, str.136.
- ČOBELJIĆ, Djordje. **Privredno pravo**, Beograd, 1974, str. 356.
- ĐUKIĆ, P. „*Globalna i nacionalna ekonomska kriza – izazov za reforme i održivi rast ekonomije*“, Ekonomska kriza, Novi Sad, 2009, str. 3.
- KALKOTA, R., ROBINSNON, M., **E-poslovanje**, Mate, Zagreb, 2002.
- FRIEDHELM, Nickel and FORTMANN, Monika. **Wortebuch der Verischerung** (2. Überarbeitete Auflage), Verlag Versicherungswirtschaft,
- GOLDSMITH, Raymond W. *‘The National Balance Sheet of the United States’*, National Bureau of Economic Research, University of Chicago Press, 1982.
- HANSELL , Stanley. **Intoduction to insurance** (Second edition), LLP, London, 199, str 7
- KOCH, Peter. **Versicherungswirtschaft**: ein einführender Überblick (6. Auflage), Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe, 2005, str. 1.
- KOMLJENOVIC, Brana i Ana. **Poslovno i finansijsko pravo**, Banja Luka 2010, str.186.

LEVENT, Belgin Bayır. “**E-sigorta Hazırlığı**”, Capital Aylık İş ve Ekonomi Dergisi, 01.05.2002

MAŠIĆ, N., “**Elektronsko tržište: trendovi u e-poslovanju u osiguravajućim društvima**”, Svijet osiguranja, 6/2000.

MEMIŠ, Tekin. “**Billgisayar Riskleri ve Sigorta Sektörüne Gelecekteki Etkileri, Bilgi Çağı ve Sigorta**”, Reasürör Dergisi, 2003.

METLIKOVEC, Ivica. “**Modernizacija dokumentacijsko-arhivskog sustava smanjuje troškove**”, Svijet osiguranja, 4, 2008, str 50.

ŠULEJIĆ, Predrag i VUJOVIĆ, Ratko i MRKIŠIĆ, Dragan, “**Osnovi osiguranja**”, Univerzitet “Singidunum”, Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje, Beograd, 2006, str. 3.

TIMUR, Necdet. **Banka ve Sigorta Pazarlaması**, 2. Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 1992.

VASILJEVIĆ, Mirko. **Poslovno pravo**, Beograd 2004, str. 565.

VERSICHERUNGSWEWEN, Zeitschrift. für **Viel Geld für die IT – nicht immer gut angelegt**, 2002, str. 498

VRŠALJKO, I., “**Istraživanje Gartner Group Inc., trendovi razvoja**”, Svijet osiguranja, 4/2000

**Priručnik za praksu u osiguranju i reosiguranju**, “DDOR Novi Sad”, Novi Sad, 1996, str 21.

Sigortacı Gazetesi, “**SigortaPro Sektörde Bir İlk**”, 2008.

“**The American Heritage Dictionary**”, Fourth Edition copyright Houghton Mifflin Company. 2009.

ŽARKOVIĆ, Nebojša. “**Uticaj e-trgovine na razvoj osiguranja**”, e magazin, 8, 2003, str. 113.

## INTERNET KAYNAKÇALARI

MESTCI, Aytac. *İnternet Üzerinden Sigorta*,

<http://www.aytacmestici.com/?p=948/html>

CEA - European Insurance Committee <http://cea.assur.org.nerdydata.com/html>

KOVAČ, Oskar. **Uzroci i mogući koncepti rešavanja svetske finansijske krize**, Nova srpska politicka misao, casopis za politicku teoriju i drustvena istrazivanja,

<http://www.nspm.rs/ekonomska-politika/uzroci-i-moguci-koncepti-resavanja-svetske-finansijske-krize.html?alphabet=l> (11.03.2015)

Online insurance,

<http://reports.celent.com/PressReleases/20070717/InsOnlineMarketing.html>

Sigma-Swiss Re, *''World Insurance''*, 2007. <http://www.swissre.com/sigma/html>

TC Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı <http://www.gartner.com/technology/home.jsp/html>