

BÖLÜM 4

TÜRK SİGORTA SEKTÖRÜNDE SATIŞ KANALLARI VE DİJİTALLEŞME

Hakan ÖZCAN¹

1.GİRİŞ

Sigortacılık sektörü, finansal sistemin temel bileşenlerinden biri olarak ekonomik kalkınmaya doğrudan katkı sağlayan önemli bir alandır. Bu çerçevede sigorta hem bireyler hem de işletmeler açısından sosyal ve ekonomik güvence sağlayarak modern yaşamın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Ayrıca, sahip olduğu fon yaratma kapasitesi sayesinde ülkenin sermaye piyasalarının gelişimine de önemli katkılar sunmaktadır (Baltensperger & Bodmer, 2011: 4-5). Sigorta aracıları ise sektörde önemli bir rol üstlenmektedir. Bu araçlar, çoğunlukla sigorta şirketleriyle doğrudan temas kurmaksızın faaliyet gösteren; sigorta şirketlerini temsil eden ve onların adına poliçe düzenleme yetkisine sahip gerçek veya tüzel kişilerdir. Bu yönüyle, sigorta aracıları sektörün etkin işleyişinde kritik bir konuma sahiptir (Çakar & Yıldırım, 2015: 425).

Türkiye’de sigorta sektörü, özellikle 2000’li yıllardan itibaren gerek yapısal düzenlemeler gerekse küresel ekonomik entegrasyonun etkisiyle hızlı bir büyüme sürecine girmiştir. Bu süreçte sigorta ürünlerinin çeşitliliği artarken, hizmet sunum yöntemleri de önemli ölçüde dönüşüme uğramıştır. Sektör, geleneksel sigortacılık anlayışından uzaklaşarak müşteri odaklı, esnek ve teknolojik çözümlere dayalı bir yapıya evrilmiştir. Bu dönüşümün temel bileşenlerinden biri, satış ve dağıtım kanallarının yeniden yapılandırılmasıdır. Acenteler, brokerler, bankasürans ve doğrudan satış gibi geleneksel kanallar, yerini ya da tamamlayıcısı olarak dijital platformlara bırakmaya başlamıştır.

Dijitalleşmenin sektöre entegrasyonu ile birlikte çevrimiçi sigorta satış platformları, mobil uygulamalar, yapay zekâ destekli müşteri hizmetleri, uzaktan risk değerlendirme ve poliçe yönetimi gibi uygulamalar yaygınlık kazanmıştır. Bu ge-

¹ Doç.Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, hozcan@gelisim.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-4000-9830
DOI: 10.37609/akya.60.c650

kündür.

Önümüzdeki dönemde, yapay zekâ destekli sigortacılık uygulamaları, blok-zincir teknolojisi ile şeffaf ve güvenli poliçeleştirme sistemleri ve kullanım temelli sigorta modelleri gibi yenilikçi uygulamaların sektörde ön plana çıkması beklenmektedir. Bu teknolojik gelişmeler, müşteri odaklılık, veri güvenliği ve operasyonel verimlilik açısından sektöre önemli katkılar sunacaktır. Ayrıca, InsurTech girişimlerinin artan etkisiyle, sigorta sektörü daha dinamik, esnek ve yenilikçi bir yapıya kavuşacaktır.

Bu dönüşüm sürecinin başarıyla yönetilebilmesi için, kamu otoriteleri ile özel sektör aktörleri arasında iş birliğine dayalı ortak bir vizyonun oluşturulması büyük önem taşımaktadır. Politika yapıcılar, düzenleyici kurumlar ve sektör temsilcileri, hem teknolojik gelişmelere uyum sağlayacak yasal altyapıyı oluşturmalı hem de dijital sigortacılığın kapsayıcı ve güvenli bir şekilde yaygınlaşmasını destekleyecek stratejiler geliştirmelidir.

KAYNAKLAR

- Axa Sigorta (2025), <https://www.axasigorta.com.tr/blog/sigorta-broker-ne-demek#sigorta-broker-ne-demek?> (Erişim Tarihi: 14.07.2025)
- Baltensperger, E. And F. Bodmer. (2011). *The Social and Economic Value of Insurance: A Primer*, [http://www.zurich.com/internet/main/Site Collection Documents/insight/social-and-economic value.pdf](http://www.zurich.com/internet/main/Site%20Collection/Documents/insight/social-and-economic%20value.pdf) (Erişim Tarihi: 14.07.2025)
- Çakar, R., & Yıldırım, İ. (2015). *Türkiye’de Sigorta Dağıtım Kanalları ve Sigorta Acentelerinin Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma*. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi (51), 424-435.
- Deloitte, (2018) *Insurance Outlook: Shifting Strategies to Compete in Cutting-Edge Future*, Deloitte Center for Financial Services, ABD
- Karakeçili, A. (1994) *Sigorta Aracı Kuruluşları*, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Ders Çalışması, İstanbul
- Muratoğlu, M. (2012) *Türk Sigorta Sektöründe Dağıtım Kanalları Yapısı ve Şirket İle Acenteler Arasındaki İlişki Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma*, Yıldız Teknik Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- Özcan, H. (2020). *Yolcuların Seyahat Sigortası Satın Alma Şekilleri Üzerine Bir Araştırma*. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1(39), 91-104.
- Özcan, H. (1996). *Sigorta Sektöründe Acente-Şirket İlişkileri*. İstanbul, Sigortacı Gazetesi Yayınları-3.
- Özcan, H. (2019). *Türk Sigortacılık Sistemindeki Banka Kaynaklı Prim Üretimine Banka Şube Sayılarının Etkisi Üzerine Bir Araştırma*. Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(15), 327-342.
- Özcan, H. (2019). *Türk Sigortacılık Sektörü ve Blokzincir Kullanılabilirliği Üzerine Bir Araştırma*, Sosyo Ekonomik Çalışmalar, 7.Bölüm, Ekin Yayınları, 125-150. Bursa
- Türk Ticaret Kanunu, 6102 Sayı, 13.01.2011, Madde 105
- TSB Resmi İstatistikleri (2025), <https://www.tsb.org.tr/tr/istatistik/genel-sigorta-verileri/prim-adet> (Erişim Tarihi: 14.07.2025)